

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL**

“Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los  
mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales  
en la provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previo a la obtención del  
título de Ingeniero en Comercio Exterior y  
Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Ruano López Pedro Felipe

ASESOR: Ing. Iván Realpe

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

## **CERTIFICADO**

Certifico que el estudiante Pedro Felipe Ruano López con el número de cédula 0401514179, ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

-----

Ing. Iván Realpe

Tulcán, 01 de Diciembre de 2015

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Pedro Felipe Ruano López, con cédula de identidad número 0401514179 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....

Pedro Felipe Ruano López

Tulcán, 01 de Diciembre de 2015

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO**

Yo, Pedro Felipe Ruano López, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, 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”.

Tulcán, 01 de Diciembre de 2015

-----

Pedro Felipe Ruano López

CI 0401514179

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios a mis padres Germán y Mariana, a mis hermanos Henry, Mayra, Doris, Anita, a mi abuelita Clemencia, por ayudarme en los momentos más difíciles con su aliento, agradezco por sus consejos porque me sirvieron a ser una persona de bien que siempre se empeña en cumplir las metas propuestas, a mis tías, tíos y a la Sra. Josefina por apoyarme en la conclusión de mis estudios.

A mi asesor Ing. Iván Realpe por ayudarme con su orientación acertada, en el desarrollo de mi proyecto final de grado, gracias por ser quien guio todo el proceso de investigación y desarrollo de cada uno de los inconvenientes planteados en las diferentes etapas.

A cada uno de los docentes de la escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, que en cada nivel de mi carrera han impartido conocimientos enfocados a la solución de problemas en el campo laboral, a mis amigos, amigas de la Universidad que con los momentos compartidos ayudaron a ser más llevadera esta etapa tan importante de mi vida estudiantil.

A mis amigos y amigas incondicionales que han ayudado a realizar cada uno de los procesos de investigación para el desarrollo de mi proyecto final de grado, especialmente al Msc. Fredy Quinde y a la presidenta del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN” Ana Lucia Lara Acosta, gracias por brindarme la información requerida.

## **DEDICATORIA**

A Dios por su amor incondicional en los momentos más difíciles de mi vida, por darme las fuerzas para continuar.

A mi madre Mariana López por su amor, por los consejos impartidos cada día, por su sacrificio en el desarrollo de su trabajo permitiéndonos tener a mi familia una vida digna y sin necesidades, a ella y a mi Padre porque con sus lecciones me han permitido ir por el camino del bien.

A mi abuela Clemencia, a mi novia Estefanía Aguilar y a mis sobrinos Lenin, Karla, Yeimy, Carlos, Aleja, Sarahí, Jhon, Deyvid, Estefi por ser un motivo de alegría en mi vida, por alegrarme en los momentos tristes con su carisma, por compartir momentos tan llenos de felicidad.

# ÍNDICE

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO .....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvi
CAPÍTULO I.....	- 1 -
1. EL PROBLEMA .....	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN .....	- 2 -
1.3. DELIMITACIÓN .....	- 2 -
1.4. JUSTIFICACIÓN .....	- 2 -
1.5. OBJETIVOS .....	- 4 -
1.5.1. Objetivo General .....	- 4 -
1.5.2. Objetivos Específicos .....	- 4 -
2. MARCO TEÓRICO.....	- 5 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 5 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	- 7 -

2.3.FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....	- 8 -
2.3.1. Teorías utilizadas en la investigación.....	- 8 -
2.4.VOCABULARIO TÉCNICO.....	- 9 -
2.5.IDEA A DEFENDER .....	- 11 -
2.6.VARIABLES.....	- 12 -
CAPÍTULO III .....	- 13 -
3. MARCO METODOLÓGICO.....	- 13 -
3.1.ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....	- 13 -
3.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 14 -
3.3.TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	- 14 -
3.4.TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN .....	- 15 -
3.5.POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN .....	- 15 -
3.6.OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN ....	- 16 -
3.7.ESTUDIO DE MERCADOS .....	- 19 -
3.7.1. Identificación de los mercados potenciales .....	- 19 -
3.7.2. Análisis comparativo de factores de mercados internacionales .....	- 20 -
3.7.2.1. Factores y elementos del entorno externo.....	- 20 -
3.7.2.1.1. Factores socioeconómicos países sujeto de estudio .....	- 20 -
3.7.2.1.2. Factores Políticos países sujeto de estudio.....	- 25 -
3.7.2.1.3. Factores legales países sujeto de estudio.....	- 28 -
3.7.2.1.4. Factores Geográficos países sujeto de estudio .....	- 29 -



3.8. MATRIZ POAM.....	- 30 -
3.8.1. Metodología matriz POAM .....	- 30 -
3.8.2. Resultados matriz POAM .....	- 31 -
3.9. MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN .....	- 33 -
3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	- 36 -
3.10.1. Análisis situación de Ecuador .....	- 36 -
3.10.2. Oferta de artesanías de barro y arcilla del Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN).....	- 38 -
3.10.3. El producto.....	- 38 -
3.11. ANÁLISIS FODA DEL GRUPO ESPERANZA NEGRA “GAEN” .....	- 39 -
CAPITULO IV.....	- 40 -
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 40 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 40 -
4.2. RECOMENDACIONES .....	- 41 -
CAPÍTULO V.....	- 42 -
5. PROPUESTA.....	- 42 -
5.1. TÍTULO.....	- 42 -
5.2. JUSTIFICACIÓN .....	- 42 -
5.3. OBJETIVOS .....	- 43 -
5.3.1. Objetivo general .....	- 43 -
5.3.2. Objetivos específicos .....	- 43 -
5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 44 -

5.5. ESTUDIO DE ESTADOS UNIDOS.....	- 45 -
5.5.1. Estudio mercado – producto New York - Estados Unidos.....	- 45 -
5.5.1.1. Empresas artesanas Estados Unidos.....	- 45 -
5.5.1.2. Perfil del consumidor Estados Unidos.....	- 46 -
5.5.1.3. Frecuencia de consumo de artesanías en Estados Unidos.....	- 47 -
5.5.1.4. Precios internacionales de las artesanías de barro y arcilla.....	- 47 -
5.5.2. Competencia .....	- 47 -
5.5.3. Proyecciones del estudio.....	- 48 -
5.5.3.1. Demanda potencial.....	- 48 -
5.5.3.2. Demanda proyectada.....	- 49 -
5.5.3.3. Oferta Exportable.....	- 49 -
5.5.3.4. Demanda Insatisfecha.....	- 50 -
5.6. ESTUDIO TÉCNICO .....	- 52 -
5.6.1. Ubicación del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”.....	- 52 -
5.6.2. Capacidad de almacenaje de las máscaras de barro y arcilla.....	- 52 -
5.6.3. Flujo grama del proceso de comercialización de las máscaras de barro y arcilla.....	- 53 -
5.6.4. Ingeniería del proyecto investigativo .....	- 54 -
5.6.5. Funciones de la mano de obra requerida .....	- 54 -
5.6.6. Datos del producto .....	- 55 -
5.7. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL (DFI) .....	- 56 -
5.7.1. Datos básicos producto, embarque e información adicional. ....	- 56 -

5.7.1. Datos del proyecto de investigación .....	- 58 -
5.7.1.1. Valor inicial del embarque (ex work) por envío trimestralmente.....	- 58 -
5.7.1.2. Número de unidades comerciales por embarque (cajas de cartón que contienen las máscaras de barro y arcilla).....	- 58 -
5.7.2. Preparación del envase para las máscaras de barro y arcilla .....	- 58 -
5.7.3. Tipo y número de envase .....	- 59 -
5.7.3.1. Marcado.....	- 59 -
5.7.4. Cubicaje. ....	- 60 -
5.7.4.1. Unitarización y elección del medio de transporte.....	- 60 -
5.7.5. Elección del medio de transporte .....	- 61 -
5.7.6. Análisis tiempos y costos país de origen.....	- 61 -
5.7.6.1. Envase de las máscaras de barro y arcilla en forma anual.....	- 61 -
5.7.6.2. Empaque de las máscaras de barro y arcilla en forma anual.....	- 62 -
5.7.6.3. Unitarización en forma anual.....	- 62 -
5.7.6.4. Manipuleo en el local del exportador en forma anual.....	- 62 -
5.7.6.5. Documentación por envío en forma trimestral.....	- 63 -
5.7.6.6. Transporte Interno en forma anual.....	- 63 -
5.7.6.7. Manipuleo de Embarque en forma anual.....	- 64 -
5.7.6.8. Agentes en forma anual.....	- 64 -
5.7.6.9. Costos Bancarios en forma anual.....	- 64 -
5.7.7. Análisis de costos en el transporte internacional.....	- 65 -
5.7.7.1. Flete Internacional por envío en forma trimestral.....	- 65 -

5.7.7.2. Seguro Internacional.....	- 65 -
5.7.7.3. Costos en el tránsito internacional.....	- 65 -
5.8. ESTUDIO FINANCIERO.....	- 67 -
5.8.1. Inversión Inicial.....	- 67 -
5.8.1.1. Estructura de financiamiento para el proyecto.....	- 67 -
5.8.1.2. Amortización de la deuda.....	- 67 -
5.8.2. Proyección Costos de Producción.....	- 68 -
5.8.3. Gastos administrativos proyectados.....	- 69 -
5.8.4. Gastos de exportación proyectada.....	- 69 -
5.8.5. Estados financieros.....	- 70 -
5.8.5.1. Balance general con financiamiento.....	- 70 -
5.8.5.2. Estado de resultados con financiamiento.....	- 71 -
5.8.5.3. Flujos de efectivo.....	- 72 -
5.8.5.4. VAN, TIR, Periodo de recuperación (PR), Beneficio Costo (B/C)....	- 72 -
5.8.5.5. Punto de equilibrio.....	- 73 -
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA.....	- 76 -
ANEXOS.....	- 79 -

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Delimitación .....	- 2 -
Tabla 2: Fundamentación Legal.....	- 7 -
Tabla 3: Teorías utilizadas en la investigación .....	- 9 -
Tabla 4: Población y muestra.....	- 15 -
Tabla 5: Operacionalización de variables de la investigación .....	- 16 -
Tabla 6: Población económicamente activa y tasa de desempleo.....	- 21 -
Tabla 7: Indicador salario mínimo vital (SMI) (2015).....	- 21 -
Tabla 8: Indicador PIB (2014) .....	- 22 -
Tabla 9: Indicador PIB Per Cápita (2014) .....	- 23 -
Tabla 10: Indicador tasa de inflación anual (2014) .....	- 23 -
Tabla 11: Indicador frecuencia de consumo .....	- 24 -
Tabla 12: Indicador doing business (2014) .....	- 24 -
Tabla 13: Indicador índice global de competitividad (2014).....	- 25 -
Tabla 14: Acuerdos comerciales.....	- 26 -
Tabla 15: Riesgo país .....	- 27 -
Tabla 16: Factores políticos .....	- 28 -
Tabla 17: Factores legales.....	- 29 -
Tabla 18: Factores geográficos.....	- 30 -
Tabla 19: Índice de desempeño logístico.....	- 30 -
Tabla 20: Matriz POAM.....	- 31 -

Tabla 21: Sistema de envase, empaque y embalaje .....	- 34 -
Tabla 22: Formas de Pago .....	- 35 -
Tabla 23: Canales de distribución.....	- 36 -
Tabla 24: Información general Ecuador.....	- 37 -
Tabla 25: Oferta de artesanías de barro y arcilla a nivel nacional .....	- 37 -
Tabla 26: Producción mensual de máscaras Grupo GAEN.....	- 38 -
Tabla 27: Ficha del producto (máscaras de barro y arcilla) .....	- 39 -
Tabla 28: Análisis FODA.....	- 39 -
Tabla 29: Información general Estados Unidos .....	- 45 -
Tabla 30: Frecuencia de consumo de artesanías en Estados Unidos .....	- 47 -
Tabla 31: Precios de artesanías de cerámica en Estados Unidos .....	- 47 -
Tabla 32: Competencia (Países Exportadores).....	- 47 -
Tabla 33: Segmentación de mercado .....	- 48 -
Tabla 34: Demanda histórica potencial del producto .....	- 49 -
Tabla 35: Proyecciones demanda potencial .....	- 49 -
Tabla 36: Conversión de máscaras a kg.....	- 50 -
Tabla 37: Oferta proyectada .....	- 50 -
Tabla 38: Demanda Insatisfecha máscaras.....	- 51 -
Tabla 39: Ubicación geográfica Mascarilla .....	- 52 -
Tabla 40: Capacidad almacenaje.....	- 53 -
Tabla 41: Mano de obra requerida.....	- 54 -

Tabla 42: Datos máscaras de barro y arcilla.....	- 55 -
Tabla 43: Datos básicos de las máscaras de barro y arcilla .....	- 56 -
Tabla 44: Datos básicos para el transporte de las máscaras de barro y arcilla en forma anual .....	- 57 -
Tabla 45: Datos adicionales.....	- 57 -
Tabla 46: Mercado del producto .....	- 59 -
Tabla 47: Cálculo cubicaje del producto por pallet.....	- 61 -
Tabla 48: Envase de las máscaras de barro y arcilla anualmente .....	- 61 -
Tabla 49: Empaque / marcado del producto anualmente .....	- 62 -
Tabla 50: Unitarización para exportación del producto anualmente .....	- 62 -
Tabla 51: Manipuleo en el local del exportador anualmente .....	- 63 -
Tabla 52: Documentación necesaria por envío.....	- 63 -
Tabla 53: Transporte interno anualmente .....	- 64 -
Tabla 54: Manipuleo de embarque anualmente.....	- 64 -
Tabla 55: Costo Agente de carga anualmente.....	- 64 -
Tabla 56: Costos bancarios anualmente.....	- 65 -
Tabla 57: Flete internacional por envío.....	- 65 -
Tabla 58: Costo Seguro internacional (anual).....	- 65 -
Tabla 59: Análisis de costos en el tránsito internacional.....	- 66 -
Tabla 60: Capital de operación .....	- 67 -
Tabla 61: Estructura de financiamiento para el proyecto .....	- 67 -
Tabla 62: Requisitos para efectuar un préstamo en el BNF .....	- 68 -

Tabla 63: Amortización de la deuda.....	- 68 -
Tabla 64: Costos proyectados adecuación del producto .....	- 69 -
Tabla 65: Gastos administrativos proyectados .....	- 69 -
Tabla 66: Gastos de exportación proyectada .....	- 70 -
Tabla 67: Balance general - con financiamiento .....	- 71 -
Tabla 68: Estado de resultados - con financiamiento .....	- 71 -
Tabla 69: Flujo de efectivo neto - con financiamiento .....	- 72 -
Tabla 70: VAN, TIR, PR, C/B .....	- 73 -
Tabla 71: Punto de equilibrio - con financiamiento .....	- 74 -



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Lista de Países importadores de la partida 69.13.90.- Estatuillas y demás artículos para adorno; Los demás. ....	- 19 -
Gráfico N° 2: Termómetro de Valoración .....	- 27 -
Gráfico N° 3: Incoterms.....	- 34 -
Gráfico N° 4: Modelo operativo de la propuesta .....	- 44 -
Gráfico N° 5: Máscaras de barro y arcilla .....	- 53 -
Gráfico N° 6: Flujo grama de Procesos.....	- 53 -
Gráfico N° 7: Distribución física internacional (etapas del proceso DFI).....	- 56 -
Gráfico N° 8: Preparación del envase y empaque .....	- 59 -

## RESUMEN EJECUTIVO

El mercado actual de artesanías de barro y arcilla presenta una gran oportunidad comercial para el sector artesanal de la provincia del Carchi, por ello se investigó la necesidad de llegar con las máscaras de barro y arcilla que elabora el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, ubicado en Carchi – Mascarilla al mercado de New York – Estados Unidos, permitiendo aprovechar las ventajas de este tipo de producto con respecto a los demás competidores.

En la actualidad en Estados Unidos no existen culturas que se dediquen a la elaboración de este tipo de productos, esto ha generado que ingrese mercadería de diferentes destinos convirtiendo a este país en uno de los principales Importadores a nivel mundial, una ventaja que debe aprovechar Ecuador es que cuenta con artesanos que elaboran las artesanías de forma manual, de acuerdo a técnicas ancestrales adquiridas por sus antepasados.

El mercado de Estados Unidos ha sido el mejor puntuado de acuerdo a la valoración establecida en la investigación, por motivo de tener una mejor situación en los diferentes factores analizados que intervienen a nivel nacional e internacional, para un funcionamiento adecuado de su economía. Además cabe mencionar que Estados Unidos no es un mercado nuevo para la comercialización de artesanías de barro y arcilla para exportaciones desde Ecuador, esto facilita conocer los gustos y preferencias de los consumidores.

El segmento de mercado elegido para la comercialización de artesanías de barro y arcilla es la ciudad de New York, esto ha sido determinado según el perfil del consumidor para este tipo de producto que son las personas que poseen ingresos medios altos, con espacios en sus domicilios para tener adornos que embellezcan su hogar, además, de tener un interés por los diseños exclusivos que permita conocer las diferentes culturas ancestrales del resto del mundo por ser una población en la que existe gran cantidad de turistas y viajeros frecuentes.

Otra ventaja que ofrece Estados Unidos para este tipo de producto, es que no cobra aranceles para el ingreso de las máscaras de barro y arcilla, esto genera que el producto posea mayor competitividad con respecto a los demás

participantes del mercado, porque los diferentes impuestos no hacen que nuestro producto tenga un mayor costo, para finalizar se da a conocer datos del análisis financiero que determinan la inversión inicial para el proyecto es de 93.681, convirtiendo la investigación en factible, el VAN con financiamiento corresponde a un valor de 99.643, el TIR con financiamiento posee un porcentaje del 32,91%, el periodo de recuperación del proyecto es de 2,06 años y el costo beneficio (CB) es de 1,94.

## **ABSTRACT**

The current market for crafts mud and clay presents a great business opportunity for the crafts sector in the province of Carchi, therefore it was investigated the need to come up with masks of mud and clay prepared by the Artisan Group Black Hope "GAEN" located in Mira - Carchi market of New York - United States, allowing taking advantage of this type of product compared to other competitors.

Nowadays in America doesn't exist cultures that are dedicated to the development of these products, this has meant that goods enter from different destinations making this country one of the major importers worldwide, an advantage that should be drawn is that Ecuador has artisans who make the handicrafts manually, according to ancient techniques acquired by their ancestors.

The United States market has been the highest ranked according to the value established in the investigation, because of having a better situation in the different analyzed factors that take part at national and international level for the proper functioning of the economy. Also it is worth mentioning that the United States is not a new market for the commercialization of mud and clay handicrafts exports from Ecuador, this makes it easier to know the tastes and preferences of consumers.

The market segment chosen for the marketing of mud and clay crafts is the city of New York, this has been determined according to the profile of the consumer for this type of product that are the people who have high income, with spaces in their homes in order to have decorations that bring beauty their home, as well as having an interest in exclusive designs charting the different ancient cultures around the world, also for being a population where there are plenty of tourists and frequent travelers.

Another advantage that the United States provides for this type of product is that it does not charge fees for entry of mud and clay masks, this causes that product has more competitiveness with respect to other market participants, because different taxes do not make that our product has a higher cost. Finally,

it is made known details of financial analysis which determine the initial investment for the project is 93.681, turning research feasible, the NPV with financing corresponds to a value of 99.643, the IRR has funded a percentage of 32.91 %, the project payback period is 2.06 years and the cost-benefit (CB) is of 1.94.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad realizar un estudio de mercados alternativos, para las artesanías de barro y arcilla de la provincia del Carchi, que permita identificar los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales, que va de la mano con la problemática del sector artesanal en el Ecuador, el mismo que presenta diversas dificultades como el volumen de producción, desconocimiento de su demanda en mercados internacionales, así como la falta de asociatividad, esto conlleva que esta investigación determine los mecanismos de comercialización adecuados, la cadena de suministro que esencialmente recaerán en el canal de distribución, sistema de envase, empaque y embalaje, incoterms, forma de pago y costos logísticos, por ello, se trabajó con las diferentes asociaciones que se dedican a la elaboración de artesanías de barro y arcilla de la provincia del Carchi.

Otro de los factores a considerar son las oportunidades comerciales, que genere esta investigación para el sector artesanal de la provincia, en donde se trabajó en la previsión de ventas la cual concentra a la demanda insatisfecha, efectiva, un aspecto importantísimo son los contactos con empresas extranjeras y estrategias de negociación internacional, que permiten orientan los mecanismos de comercialización.

En la actualidad una de las razones principales para que se realice la comercialización de artesanías, desde Ecuador es que posee una gran variedad de artesanías, herencia de su riqueza cultural y multiétnica, siendo así de las artesanías más admiradas de Sudamérica con productos únicos en su tipo debido al manejo de técnicas ancestrales, que se han transmitido de generación en generación, además, cabe mencionar que una ventaja es que se puede realizar la comercialización de artesanías de barro y arcilla a destinos muy lejanos porque es imperecedera, porque el material con el que ha sido elaborada no sufre cambios, deformaciones ni se altera demasiado.

Se conserva casi intacto y prácticamente en iguales condiciones que cuando fue fabricado. Gracias a su calidad y dureza, este tipo de artesanías puede permanecer enterrada durante siglos sin perder sus cualidades.

# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La problemática del sector artesanal en el Ecuador presenta dificultades, que parten desde los pequeños volúmenes de producción, hasta el desconocimiento de su demanda en mercados internacionales como: Estados Unidos, España y Japón, que se han generado principalmente por la falta de asociatividad y la ausencia de estudios de mercado que determinen los mecanismos de comercialización adecuados, por otra parte, son alarmantes las cifras que revelan que "el 81.16% de los artesanos tienen unidades económicas familiares de subsistencia, esto es, que su principal interés está centrado en asegurar su existencia y no en desarrollar su unidad económica" (RITFA ,2011, p.139), debido a que el demandante no valora el trabajo que realizan los artesanos. Otra de las limitantes que identifican a este sector es el acceso limitado a créditos en el sistema bancario del Ecuador lo que ha generado que el capital de trabajo sea escaso lo que se evidencia en los pocos niveles de reinversión en esta actividad económica.

Es fácil deducir que una de las principales limitaciones para el desarrollo de este sector es la carencia de procesos de formación, en varias áreas que comprende desde la elaboración hasta la administración de sus unidades productivas para desarrollar estrategias eficientes de ventas. Una de las limitaciones que pueden presentarse al momento de realizar la exportación de artesanías de barro y arcilla es que según la Fundación Cultural Armella, 2008 "la cerámica es frágil debido a la propia naturaleza del material que la conforma y solo bajo ciertas condiciones especiales algunas vasijas han permanecido intactas".

La gran mayoría fueron fracturadas por el uso o incluso intencionalmente y los fragmentos o tepalcates se han encontrado por miles mezclados durante las excavaciones, lo cual genera un limitante importante porque las

artesanías de estos materiales como son de barro y arcilla, deben llegar en perfectas condiciones a los posibles mercados para lograr la aceptabilidad de los mismos.

¿Cuál es la oferta de artesanías de barro y arcilla en unidad de medida y tiempo? ¿Porque comercializar artesanías de barro y arcilla a nivel internacional? ¿Cuáles son los posibles compradores a nivel internacional? ¿Cuál es el mecanismo de comercialización que permitirá la comercialización de las artesanías de barro y arcilla? ¿Limitantes para la exportación de artesanías de barro y arcilla?

## 1.2. FORMULACIÓN

La carencia de un estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla, no ha permitido identificar los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi.

## 1.3. DELIMITACIÓN

Tabla 1: Delimitación

Concepto	Indicador
<b>Objeto</b>	Comercialización
<b>Sujeto</b>	Demanda / estudio de mercados alternativos
<b>Tiempo</b>	Marzo del 2014 – Diciembre del 2015
<b>Área Geográfica</b>	Cantón Mira – Carchi – Ecuador Estados Unidos, España y Japón
<b>Grupo Objetivo</b>	Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

Elaborado por: Pedro Ruano

## 1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se desarrolló en el marco de proyectos establecidos por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, considerando que: la Constitución del Ecuador (2008) manifiesta como una de las finalidades del sistema de educación superior a la investigación científica y tecnológica (Art. 350), además, en el marco del Plan Nacional para el Buen Vivir (2009-2013) existe una concepción ampliada de la economía rural,



incorporando a la artesanía como una potencialidad para desarrollar. (p. 128)

Por otra parte es fundamental considerar que: "La artesanía es una actividad realmente económica y el centro del proceso del desarrollo es la comercialización. (...) Los productores de artesanías no pueden ser viables económicamente sino se pueden comercializar" (UNESCO, 1995, p.4). Es evidente que la situación actual de las asociaciones dedicadas a esta actividad mantienen un conocimiento limitado acerca de las variables investigadas: estudio de mercado, mecanismos de comercialización, mismas que permitirán generar oportunidades comerciales en la provincia del Carchi.

La existencia de mercados demandantes a nivel mundial como Estados Unidos, España y Japón, viabilizan la investigación a profundidad, a través, de estudios de mercados que permitan dinamizar el destino de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanal.

Se ha realizado este estudio porque en la actualidad existe gran producción de artesanías a nivel local, lo cual, genera una oportunidad de llevar el producto a nuevos mercados, en los cuales se desconoce, o no están al tanto de los lugares en donde se realiza la producción de artesanías de barro y arcilla, por ello, se ha visto la necesidad de realizar un estudio que permita conocer las cantidades de comercialización que pueden ingresar a otros países, para poder satisfacer la demanda existente en los mercados en los que se requiera el producto y así llegar a una mejor satisfacción de acuerdo a las necesidades existentes.

En criterio personal la investigación que se realizó es muy importante porque es un requisito para la obtención del título, además, es relevante porque se desarrolló conocimientos adquiridos en las aulas y se los aplicó a este campo de acción, también generó el desarrollo personal contando con mayor experiencia de este tipo de estudios, para poder aplicarlos en el campo laboral en el cual se esté trabajando, de esta manera se logra un mayor impulso que ayude a la solución de problemas y obtención de beneficios.

La investigación que se realizó sirve para el desarrollo de mi carrera como Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, porque permitió identificar una necesidad y buscar la forma de satisfacerla, al mismo tiempo que se puede llegar a la obtención de utilidad generando ingresos para los productores, así como ingresos para el Estado, a través, de la obtención de divisas por la comercialización de artesanías de barro y arcilla, se estará generando un mayor desarrollo del país porque se está buscando nuevas alternativas para el progreso del país.

La presente investigación se convierte en una fuente de información para las futuras indagaciones sobre este tema, porque promueve bases de datos para otras búsquedas iguales o similares que se desarrollen en la sociedad, si bien es cierto que en la actualidad existe información referente al tema, esta investigación sirve para actualizar las bases de datos con las que se cuenta, porque se utilizó fuentes o recursos que ayudaron a un mejor desenvolvimiento de las áreas en las cuales se indago la información.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar los mercados alternativos y los mecanismos de comercialización para la exportación de artesanías de barro y arcilla de la Provincia del Carchi.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

1. Fundamentar bibliográficamente el estudio de mercados alternativos, los mecanismos de comercialización y las oportunidades comerciales.
2. Diagnosticar los mercados alternativos y los mecanismos de comercialización que generan oportunidades comerciales para las artesanías de barro y arcilla en Mira – Carchi.
3. Realizar el estudio de factibilidad para la exportación de máscaras de barro y arcilla producidas por el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, que permita cubrir una parte de la demanda en New York – Estados Unidos.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Luego de haber revisado algunas investigaciones se ha tomado como referencia para el estudio las siguientes tesis como antecedentes investigativos.

##### **Primer antecedente investigativo**

Según la investigación realizada por, Oscar Javier Palomino Torres y Lucio García Barrera, Universidad de la Salle Facultad de Administración de Empresas Coordinación Trabajos de Grado, denominada, “Estudio de Viabilidad para la Exportación de Artesanías”, en el año 2007.

Esta tesis da a conocer el producto artesanal Colombiano para justificar su presencia en el mercado internacional, además un indicador de desarrollo de un sector productivo está representado por sus exportaciones.

Para la investigación se plantea: Analizar el comportamiento de las exportaciones de artesanías en Colombia, Identificar cuáles son los requerimientos cuantitativos y cualitativos de las artesanías elaboradas en guadua del mercado Alemán, Realizar el estudio de mercado del sector de regalos y artículos decorativos en Alemania, Identificar cuáles y que tipos de compradores son los posibles consumidores de las artesanías en guadua del mercado de Alemania.

Describir los retos que deben afrontar los artesanos para entrar en el comercio internacional y Estudiar los acuerdos internacionales firmados por Colombia que favorezcan especialmente la exportación de artesanías, así como los beneficios que ofrezcan los países a Colombia. (Torres, Barrera, 2007)

## **Segundo antecedente investigativo**

Según la investigación realizada por, Yadira Lizbeth Hernández Benavides, Universidad Politécnica Estatal del Carchi facultad de comercio internacional, integración, administración y economía empresarial, Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, denominada: “Comercialización de Cerámicas en Barro Elaboradas en Montufar – Ecuador y su demanda en Miami – Estados Unidos”, en el año 2013.

La presente investigación permite conocer la demanda existente de cerámicas de barro en Miami - Estados Unidos para realizar la comercialización desde Montufar – Carchi, realizar un plan logístico para la comercialización. Para esta investigación se plantea:

Determinar la demanda de cerámicas en barro en Miami – Estados Unidos para la comercialización desde Montúfar – Ecuador, esto se pretende alcanzar a través de: Sustentar teóricamente la comercialización y demanda.

Identificar la demanda potencial de cerámicas en barro en Miami – Estados Unidos y la oferta exportable de la asociación de artesanos de Montúfar y Diseñar un plan logístico de exportación para la comercialización de cerámicas en barro elaboradas por la Asociación de Ceramistas del Carchi a Miami – Estados Unidos (Hernández, 2013)

## **Tercer antecedente investigativo**

Según la investigación realizada por: Pillajo Raimundo Marlon Giovanni, Escuela Politécnica del Ejército, Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y Comercio, Carrera de Ingeniería Comercial, denominada: “Estudio para la Implementación de una empresa productora y comercializadora de artesanías en arcilla en el Cantón Rumiñahui”, en el año 2011.

Esta investigación permite identificar que el Estudio de Mercado realizado pudo comprobar que existe una demanda insatisfecha admisible para la implementación de la empresa PAPICARO E.U. productora y comercializadora de Artesanías de arcilla, con el fin de Determinar la

Viabilidad Técnica, Económica, Financiera e Institucional, para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Artesanías en arcilla en la Parroquia de Sangolquí, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, que pretende realizarse a través de: Determinar la demanda que existe en el Cantón Rumiñahui de artesanías en arcilla, Identificar cuál es la competencia en el mercado y la participación de cada uno en el mismo, conocer cuáles son los rangos de precios que estarían dispuestos a pagar los clientes potenciales por el producto que se les ofrecerá, (Pillajo, 2011)

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La fundamentación legal se basa en las diferentes legislaciones nacionales e internacionales, establecidas y necesarias para realizar la comercialización de artesanías de barro y arcilla en el mercado Internacional. Para esta exploración se tiene como respaldo lo siguiente:

**Tabla 2: Fundamentación Legal**

Documento	Descripción
Constitución del Ecuador (2008)	<b>Art. 306.-</b> El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.
	<b>Art. 336.-</b> El Estado impulsará y velará por el comercio justo, además el Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades
Plan Nacional del Buen Vivir (2013 – 2020)	<b>Política 5.4.-</b> Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva.
	<b>Política.- d.</b> Fomentar el intercambio de productores artísticos, culturales y la comercialización de sus productos dentro de la ALBA y la Unasur.
	<b>Política 10.1.-</b> Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (2011)	<b>Art. 93.-</b> Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas de Gobierno.
	<b>Art. 154.-</b> Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida

	definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.
Agenda de la Política Económica para el Buen Vivir (2001 – 2013)	<b>3.2.2.1.</b> Desarrollar y fortalecer los mecanismos financieros que promuevan las exportaciones, sobre todo las de pequeños y medianos exportadores.
Ley de fomento Artesanal	<b>Art. 1.-</b> Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transformen materia prima con predominio de la labor fundamental manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas.

**Fuente:** Constitución del Ecuador (2008), Plan Nacional del Buen Vivir (2013 – 2020), Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (2011), Agenda de la Política Económica para el Buen Vivir (2001 – 2013), Organización Mundial del Comercio (OMC), Ley de Fomento Artesanal.

**Elaborado:** Pedro Ruano

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

En este punto se presentan las distintas teorías de comercio exterior, que se encuentran relacionadas con el tema de investigación, para ello, se tomó la ventaja absoluta de Adam Smith y la ventaja competitiva de Michael Porter, las cuales se describen a continuación y se presenta su relación con el tema.

#### **2.3.1. Teorías utilizadas en la investigación.**

Según Chacholiades. Melquiades, (s.f). En su publicación “Principales Teorías sobre Comercio Internacional”, permite conocer que:

“Para poder entender de una manera más clara lo que es el comercio internacional es necesario comenzar por plantear como surge y sobre todo cuáles son sus bases teóricas es decir, las diversas teorías que se han formado a través del propio desarrollo y evolución del comercio internacional.”

Para un mejor entendimiento a continuación se presenta algunas teorías de comercio internacional y su aplicabilidad en el tema de investigación.

**Tabla 3: Teorías utilizadas en la investigación**

Teoría	Enfoque de la Investigación	Relación con la Investigación
Adam Smith - Ventaja Absoluta	Esta teoría postula que bajo libre cambio, cada nación debe especializarse en producir esas mercancías que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunos de éstos serían exportados a la paga para las importaciones de las mercancías que se podrían producir más eficientemente a otra parte. De ahí que, desde esta perspectiva, el libre comercio internacional es mutuamente beneficioso para los países participantes	Esta teoría se relaciona con el tema de investigación porque Ecuador posee todos los insumos necesarios para realizar la producción de artesanías de barro y arcilla, a menor costo que en el país sujeto de estudio, lo cual, lleva a que el producto sea exportado a economías en las cuales no se cuenta con el beneficio antes mencionado.
Ventaja Competitiva de Michael Porter	Esta teoría habla fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes (precios más bajos o beneficios especiales, en su conjunto denominados cadena de valores). Basándose en dos enfoques: 1.- Enfoque por costos. 2.- Enfoque por diferenciación.	Esta teoría se relaciona con el tema de investigación por motivo de que las artesanías de barro y arcilla poseen un valor agregado que es la utilización de técnicas ancestrales, además de contar con diseños exclusivos y la creatividad de cada una de las socias del grupo "GAEN", que son las encargadas de realizar la producción.

**Fuente:** Félix Jiménez y Erick Laura (2010), Estrategia Competitiva, s.f., Economía Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

**Elaborado por:** Pedro Ruano

## 2.4. VOCABULARIO TÉCNICO

**Demanda.-** en la investigación se define la demanda como la cantidad de artesanías de barro y arcilla, requerida en el mercado de New York - Estados Unidos, para satisfacer sus necesidades.

**Comercialización.-** proceso mediante el cual se pretende ingresar artesanías de barro y arcilla al mercado de New York – Estados Unidos desde Mira – Carchi con la intervención de los productores y los diferentes intermediarios en el proceso de negociación.

**Entorno.-** se relaciona con los diferentes factores que pueden afectar la comercialización de artesanías de barro y arcilla desde Mira- Carchi hasta New York – Estados Unidos.

**Mercado.-** consiste en el lugar al cual se pretende llegar con el producto a través de los procesos de comercialización y las formas de comercialización.

**Producto.-** el bien que se ofrecerá al mercado en este caso las artesanías de barro y arcilla.

**Distribución.-** los mecanismos utilizados para poder llegar con las artesanías de barro y arcilla al mercado de New York – Estados Unidos

**Factores socioeconómicos.-** permite conocer el nivel de ingresos de la población así como el poder de adquisición que ellos tienen.

**Factores políticos.-** las relaciones políticas que existen entre Ecuador y Estados Unidos para poder realizar la comercialización de artesanías de barro y arcilla.

**Factores legales.-** se refiere a los factores que pueden intervenir en la comercialización de los procesos de comercialización de artesanías de barro y arcilla.

**Balanza Comercial.-** conocer cómo se encuentra la balanza comercial de Ecuador con respecto a la cantidad de exportaciones y la cantidad de importaciones que se tiene con Estados Unidos.

**Importaciones.-** cantidad de productos que ingresan a nuestro país.

**Exportaciones.-** cantidad de producto que se venden al exterior.

**Producción Nacional.-** capacidad de producción que posee el Ecuador para satisfacer la demanda en el mercado internacional.

**Demanda Insatisfecha.-** segmento de mercado en el cual la comercialización del producto no puede ser realizada.

**Precios del producto.-** se refiere a la cantidad de dinero que estaría dispuesto a pagar los consumidores de artesanías de barro y arcilla de New York – Estados Unidos.



**Competencia.-** se refiere a empresas que comercializan artesanías de barro y arcilla, así como las asociaciones que comercializan productos similares.

**Incoterms.-** es el término de negociación que se utilizará para realizar la transacción y está de acuerdo a las necesidades del vendedor y el comprador.

**Formas de pago.-** establece la forma en la cual se cancelará el dinero de la transacción y se la efectúa acorde al acuerdo entre vendedor y comprador.

**Barreras comerciales.-** “son mecanismos proteccionistas que utilizan los gobiernos de los distintos países para reducir el flujo de importación tanto de bienes como de servicios. Estas barreras pueden ser arancelarias o bien no arancelarias” (Mascomex, 2008, párr. 1)

**Barreras arancelarias.-** un arancel es “un impuesto que se debe pagar por concepto de importación o exportación de bienes. Pueden ser "ad valorem" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen” (Mascomex, 2008, párr. 2)

**Barreras no arancelarias.-** se entiende por barreras no arancelarias las "leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado". Por ende, incluyen tanto normas legales como procedimientos administrativos no basados en medidas explícitas, sino en directivas informales de instituciones y gobiernos” (Mascomex, 2008, párr. 14)

## **2.5. IDEA A DEFENDER**

Estudio de factibilidad para la comercialización de artesanías de barro y arcilla producidas por el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, que permita cubrir una parte de la demanda en New York – Estados Unidos.

## **2.6. VARIABLES**

**Variable Independiente:** Estudio de mercados

**Variables Dependientes:** Mecanismos de Comercialización y Oportunidades Comerciales

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología de investigación se basa en dos tipos de análisis como son: el análisis cuantitativo y el análisis cualitativo, porque son dos herramientas que permitieron efectuar un análisis general de los países sujeto de estudio, así como un análisis definido al momento de conocer las características específicas, de un determinado segmento de mercado al cual ingresar con el producto, para determinar la demanda existente en los mercados de Estados Unidos, España y Japón, permitiendo conocer los niveles de comercialización pertinentes que puede efectuar Ecuador.

##### **Enfoque cuantitativo**

“En la metodología cuantitativa la medida y la cuantificación de los datos constituye el procedimiento empleado para alcanzar la objetividad en el proceso de conocimiento. La búsqueda de la objetividad y la cuantificación se orientan a establecer promedios a partir del estudio de características de un gran número de sujetos. De ahí se deducen leyes explicativas de los acontecimientos en términos de señalar relaciones de casualidad entre los acontecimientos sociales. Las explicaciones proporcionadas se constatan con la realidad factual de manera que su concordancia con ella define la veracidad y objetividad del contenido obtenido” (Monje, C. 2011, p. 24)

##### **Enfoque cualitativo**

“La investigación cualitativa, se plantea, por un lado, que observamos competentes y cualificados pueden informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social, así como de las experiencias de los demás. Por otro, los investigadores se aproximan a un sujeto real, un individuo real, que está presente en el mundo y se puede, en cierta medida, ofrecernos información sobre sus propias experiencias, opiniones, valores... etc. Por medio de un conjunto de técnicas o métodos como las entrevistas, historias de vida, el estudio de caso o el análisis documental, el investigador puede fundir sus observaciones con las observaciones aportadas por los otros” (Monje, C. 2011, p. 32)

### 3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

**Investigación bibliográfica – documental.-** “Este tipo de investigación es la que se realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación están la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, etcétera” (Rodríguez, J. 2011)

Se efectuó la modalidad de investigación anteriormente descrita por motivo de que, el tema investigado se fundamentó en libros, revistas, artículos, entre otras fuentes referentes al contenido.

**Investigación de Campo.-** “Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador” (Rodríguez, J. 2011)

La investigación de campo se la efectuó al momento de realizar un contacto directo con las fuentes de información, a través, de los cuestionarios formulados y posteriormente la encuesta realizada.

### 3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

**Investigación bibliográfica:** considerando que se recurrió a libros especializados para realizar un estudio de mercados alternativos de las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales para la provincia del Carchi.

**Investigación de Campo:** porque la investigación se la realizó en el lugar de los hechos en este caso en el cantón Mira - Carchi, de esta manera se procedió a recolectar y registrar sistemáticamente la información proporcionada por la asociación Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”.

**Investigación descriptiva.-** debido a que permitió manifestar el sujeto de estudio que se centra en el estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi.

### 3.4. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

**Entrevista.-** esta técnica permitió obtener un contacto más directo con los actores del problema, fue aplicada a la presidenta del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, para conocer la producción de artesanías de barro y arcilla, además, se efectuaron otras preguntas de interés para la investigación. Ver anexo.

**Fichaje.-** como técnica de investigación se utilizó para la organización y sistematización de la información encontrada en medios bibliográficos. Ver anexo.

### 3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

**Población.-** “conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible de ser estudiada”, (CEDEC, s.f.)

**Muestra.-** “cada uno de los elementos de una población. El número total de individuos de una población es una parte de la población con la que realmente se realiza el estudio”, (CEDEC, S.F.)

**Tabla 4: Población y muestra**

Ofertantes	Demandantes
Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, cuenta con 10 socias, pero actualmente se encuentran activas 9 de ellas	Se ha identificado una población consumista de artesanías que son personas adultas de 45 a 65 años de edad, con ingresos medios altos, viajeros frecuentes.
Entrevista efectuada a la presidenta del grupo “GAEN” Ana Lucia Lara	Nota: Por motivo de no tener contacto directo con los consumidores, se ha tomado como referencia las fuentes secundarias

**Fuente:** Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

**Elaborado por:** Pedro Ruano

### 3.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 5: Operacionalización de variables de la investigación

IDEA A DEFENDER	VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA	INTRUMENTOS	INFORMADOR
<b>Estudio de factibilidad para la comercialización de artesanías de barro y arcilla producidas por el Grupo artesanal esperanza negra “GAEN”.</b>	Estudio de Mercado (España, Japón, Estados Unidos)	Determina el entorno, mercado, producto, y precio	Entorno perfil de oportunidades y amenazas del medio	Factores socioeconómicos	¿Cuál es el PIB de España, Japón y Estados Unidos? ¿Cuál es el crecimiento del PIB de España, Japón y Estados Unidos? ¿Cuál es el crecimiento del PIB per cápita de España, Japón y Estados Unidos? ¿Cuál es la tasa de inflación anual de España, Japón y Estados Unidos? ¿Cuál es la tasa de desempleo en España, Japón y Estados Unidos? ¿Cuál es la frecuencia de consumo de artesanías de barro y arcilla? ¿Qué calificación tiene en el Doing Bussines España, Japón y Estados Unidos? ¿Cuál es el índice global de competitividad de España, Japón y Estados Unidos?	Fichaje	Fichas	Santander Trade, Pro Ecuador, Central Intelligence Agency, Datosmacro.com
				Factores políticos	¿Existen acuerdos comerciales vigentes entre Ecuador y los países sujeto de estudio? ¿Cuál es el riesgo político a corto plazo de España, Japón y Estados Unidos? ¿Cuál es el riesgo político a medio y largo plazo de España, Japón y Estados Unidos?	Fichaje	Fichas	Pro Ecuador, Organización Mundial del Comercio, Gestión Integral del Riesgo Comercial
				Factores legales	¿Existen impuestos nacionales para el ingreso de las máscaras de barro y arcilla en España, Japón y Estados Unidos? ¿Existen barreras arancelarias para el ingreso de las máscaras de barro y arcilla en España, Japón y Estados Unidos? ¿Existen barreras no arancelarias para el ingreso de las máscaras de barro y arcilla en España,	Fichaje	Fichas	Pro Ecuador, Normativa Aduanera

				Japón y Estados Unidos?			
			Factores geográficos	¿Cuál es el índice de desempeño logístico de España, Japón y Estados Unidos? ¿Cuáles son los medios de transporte para comercializar artesanías de barro y arcilla desde Ecuador hacia España, Japón y Estados Unidos, y cuál es su distancia?	Fichaje	Fichas	El Banco Mundial, FedEx International Priority, 2014
		Mercado	Perfil del consumidor	¿Cuál es el perfil del consumidor de artesanías de barro y arcilla? ¿Cuáles son los potenciales consumidores de artesanías de barro y arcilla?, ¿Cuál es la frecuencia de consumo de las artesanías de barro y arcilla?	Fichaje	Fichas	Mundo Artesano, Proexpor Colombia
		Producto	Importaciones	¿Cuál es la situación actual de las importaciones de artesanías de barro y arcilla? ¿Existe producción nacional de artesanías de barro y arcilla en mercado objetivo?	Fichaje	Fichas	Trade Map
			Exportaciones	¿Cuál es la situación actual de las exportaciones de las artesanías de barro y arcilla de Ecuador?	Fichaje	Fichas	Trade Map
			Oferta exportable	¿Cuál es la producción actual del Grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN"? ¿Cuál es la capacidad máxima por persona para la elaboración de máscaras de barro y arcilla?	Fichaje	Fichas	Grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN"
		Precio	Precio del producto	¿Cuál es el precio referencial de las artesanías de barro y arcilla en el mercado de destino?	Fichaje	Fichas	Pro Ecuador, Proexpor Colombia
		Competencia	Potenciales competidores	¿Cuál es la competencia internacional? ¿Cuáles son las empresas que importan las artesanías de barro y arcilla?	Fichaje	Fichas	Cobus Group, Trade Map
	Mecanismos de Comercialización (España, Japón, Estados Unidos)	Se fundamenta con la cadena de suministro la cual recae en el canal de distribución, sistema de envase, empaque y	Sistema de envase, empaque y embalaje	¿Cuál es el canal de distribución adecuado para las artesanías de barro y arcilla? ¿Existe una normativa que regule el sistema de envase, empaque y embalaje? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar las artesanías de barro y arcilla?	Fichaje	Fichas	Normativa Aduanera, Logística Aplicada a la Exportación de Artesanías
			Incoterms	¿Qué término de negociación es el adecuado	Fichaje	Fichas	Santander Trade

		embalaje, incoterms, forma de pago y costos logísticos			para comercializar las artesanías de barro y arcilla?			
				Forma de pago	¿Cuál es la forma de pago adecuada para vender las artesanías de barro y arcilla al exterior?	Fichaje	Fichas	Pro Ecuador
				Costos logísticos	¿Cuáles son los costos operativos para la comercialización de las artesanías de barro y arcilla?	Fichaje	Fichas	Centro Internacional de Comercio de la OMC
	Oportunidades Comerciales (España, Japón, Estados Unidos)	Se focaliza en la previsión de ventas la cual concentra a la demanda insatisfecha y efectiva, contactos con empresas extranjeras y estrategias de negociación internacional	Previsión de ventas (Forecast)	Demanda insatisfecha	¿Cuál es la demanda insatisfecha de artesanías de barro y arcilla?	Fichaje	Fichas	Trade Map
Demanda efectiva				¿Cuál es la demanda efectiva de artesanías de barro y arcilla en New York - Estados Unidos?	Fichaje	Fichas	Trade Map	
Contactos con empresas extranjeras				¿Cuáles son los importadores frecuentes de las artesanías de barro y arcilla en New York - Estados Unidos?	Fichaje	Fichas	Pro Ecuador, Trade Map	
Estrategias de comercialización internacional				¿Qué estrategias de negociación internacional son las más adecuadas para comercializar las artesanías de barro y arcilla en New York - Estados Unidos? ¿Cuáles son los mecanismos de promoción para las artesanías de barro y arcilla?	Fichaje	Fichas	Libros, Revistas, Documentos	

Fuente: Lerma, 2010

Elaborado por: Pedro Ruano



### 3.7. ESTUDIO DE MERCADOS

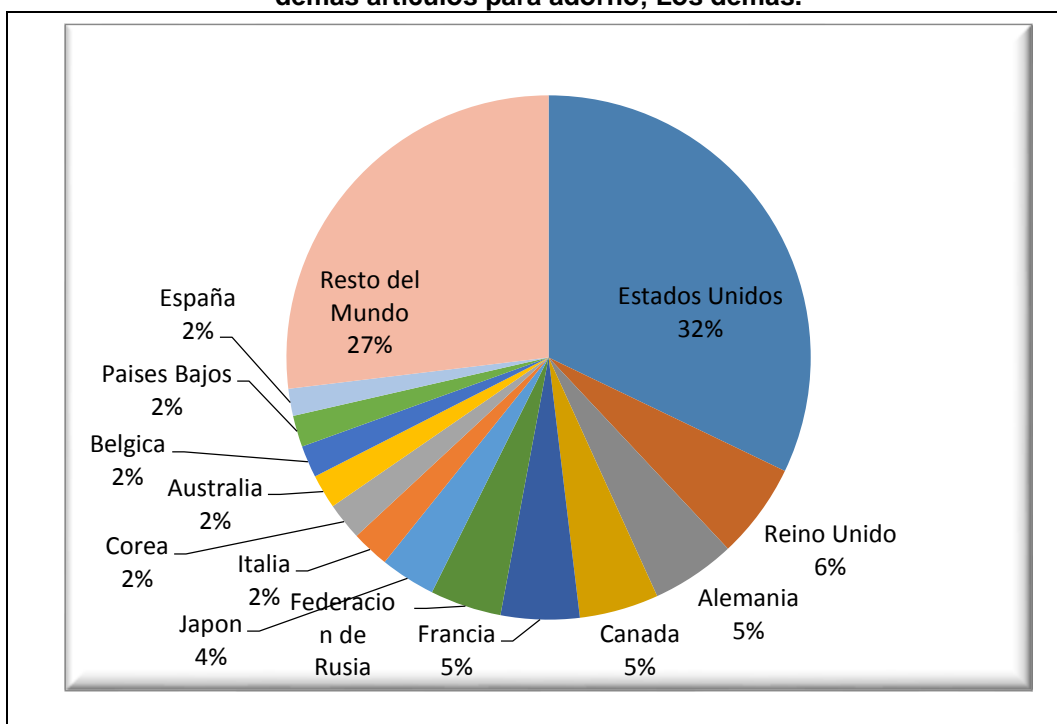
#### 3.7.1. Identificación de los mercados potenciales

Para la investigación de los países que importan artesanías de barro - arcilla se ha tomado datos de Trade Map.

**Trade Map.-** “Es una herramienta de análisis de mercados que cubre 220 países y 5,300 productos a nivel de 2,4 ó 6 dígitos del Sistema Armonizado (Rev1). Trade Map provee indicadores sobre los resultados del comercio nacional, la demanda internacional, el potencial para la diversificación de mercados y productos, barreras de acceso a mercados y el papel de los competidores” (Hernández, R. CEPAL, 2006, pág. 2)

#### 691390 - Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica: Los demás.

Gráfico N° 1: Lista de Países importadores de la partida 69.13.90.- Estatuillas y demás artículos para adorno; Los demás.



Fuente: Trade Map 2014  
Elaborado por: Pedro Ruano

Dentro de los países sujeto de estudio se encuentran España, Estados Unidos y Japón; esta elección se la realizó al azar para desarrollar un análisis más significativo, tomando en cuenta las relaciones comerciales que los países identificados mantienen frente a Ecuador, es decir mayor información con respecto a bloques económicos, factores externos que

permitieron ampliar y enriquecer el análisis externo para determinar el mercado más favorable.

### **3.7.2. Análisis comparativo de factores de mercados internacionales**

#### **3.7.2.1. Factores y elementos del entorno externo**

En la presente investigación para determinar los factores externos se analizó los siguientes elementos: Factores Socioeconómicos, Factores Políticos, Factores Legales y Factores Geográficos.

##### **3.7.2.1.1. Factores socioeconómicos países sujeto de estudio**

En los factores Socioeconómicos se analizó algunos indicadores como: población económicamente activa, tasa de desempleo, Salario Mínimo Vital (SMI), Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), El PIB per cápita, Índice Inflacionario, Frecuencia de Consumo, Doing Business (Índice de facilidad para hacer negocios), Índice Global de Competitividad; que ayudan a tener un mejor panorama de los países sujeto de estudio y por ende determinar las oportunidades o amenazas de Estados Unidos, España y Japón.

**Población Económicamente Activa.-** conjunto de personas de 15 años y más que tienen una ocupación, dentro o fuera del hogar, que en el período de referencia han trabajado por lo menos una hora semanal (Barrera. C. s.f). Este índice permite identificar como se encuentra la población de los países sujeto de estudio, en relación a las personas que poseen un trabajo ya sea remunerado o no, lo cual, servirá de pauta para conocer el crecimiento económico de los países.

**Tasa de Desempleo.-** es la proporción de la población activa que no tiene trabajo pero que busca trabajo y está disponible para realizarlo. (EL BANCO MUNDIAL, 2014). Este indicador está ligado con la productividad de un país, porque una nación con alta capacidad productiva genera mayores fuentes de trabajo (...), según (Economía Financiera, 2010) “Durante los períodos de recesión, la economía experimenta generalmente una tasa de desempleo relativamente alta”.

La tasa de desempleo permite conocer cuál de los países sujeto de estudio presenta las mejores condiciones para la comercialización de artesanías de barro y arcilla, a través, de un análisis de que si la tasa de desempleo es alta se reduce la capacidad de consumo y el mercado es más sensible a los precios.

**Tabla 6: Población económicamente activa y tasa de desempleo**

Países	ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
Población	47.737.841	318.892.103	127.103.988
Población Económicamente Activa	28.165.385,2	200.902.024,9	74.991.352,9
Tasa de Desempleo	6.647.030,9	11.250.513,39	25.49.706

Fuente: www.datosmacro.com

Elaborado por: Pedro Ruano

**Salario Mínimo Vital (SMI).**- hace referencia al ingreso mínimo que requiere una persona para solventar o cubrir sus necesidades humanas básicas (...) (Gerencia.com, 2014). Al analizar este indicador se logró indagar si los habitantes de los países sujeto de estudio, poseen los recursos necesarios para adquirir las artesanías de barro y arcilla.

**Tabla 7: Indicador salario mínimo vital (SMI) (2015)**

ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
<b>830,71 USD</b>	<b>1.005,02 USD</b>	<b>1.412,10 USD</b>
El SMI ha subido 4,41 USD mensuales respecto al año anterior, un 0,53%. Este incremento es mayor que el del IPC de 2014 que fue del -0,4%, por lo tanto los trabajadores han ganado poder adquisitivo en el último año.	El SMI se mantiene sin cambios respecto a 2014, mientras que el IPC de 2014 fue del 1,3%, lo que supone una pérdida de poder adquisitivo para los trabajadores en el último año.	El SMI ha subido 18,56 USD mensuales respecto al año anterior, un 1,72%. Este incremento es menor que el del IPC de 2012, que fue del 2,4%, por lo tanto los trabajadores, a pesar de la subida, han perdido poder adquisitivo en el último año.

Fuente: www.datosmacro.com

Elaborado por: Pedro Ruano

**Producto Interno Bruto (PIB).**- es el valor total de los bienes y servicios producidos en el territorio de un país en un periodo determinado; por lo general se presenta en forma trimestral o anual. (Lerma, 2010). El PIB permite identificar una reseña del potencial que puede tener un país - mercado. El crecimiento de este indicador es muy relevante para el estudio, porque ayuda a determinar la capacidad de adquisición de bienes y servicios que poseen los países sujeto de estudio.

Al manejar el PIB según (Economia.com.ex, 2014) se puede conocer “la competitividad de las empresas de cada país y por ende saber cuál país representa mayores ingresos para su gobierno”, generando una mayor oportunidad comercial para las artesanías de barro y arcilla, a través, de análisis enfocados al crecimiento económico.

**Tabla 8: Indicador PIB (2014)**

Datos	ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
<b>PIB (miles de millones de USD)</b>	1.400,48	17.416,25	4.769,80
<b>Crecimiento del PIB (crecimiento anual en %, precio constante)</b>	1,3 %	2,2 %	0,9 %
<b>Información Adicional</b>	En España las principales causas para no tener un crecimiento económico elevado son el fuerte desempleo y la contracción del crédito, que limita la inversión y el consumo. La agricultura aporta cerca del 3% al PIB español, la industria manufacturera está dominada por el sector textil y el turismo es la mayor fuente de ingresos del país.	En Estados Unidos el presupuesto para el año fiscal entregó los recursos federales a los sectores más críticos para asegurar el crecimiento de la economía y reequilibrar la fiscalidad en provecho de la clase media, la agricultura representa únicamente el 1% del PNB americano. El sector industrial representa casi la cuarta parte del PNB y la economía americana se basa fundamentalmente en los servicios dicho sector representa más de tres cuartos del PNB y de la mano de obra.	En Japón se han aplicado tres medidas para relanzar la economía: el apoyo masivo a la actividad, con un monto de 132 mil millones de EUR; una política monetaria agresiva, que busca bajar la inflación a menos de 2% en dos años; y la desregulación del mercado laboral. La agricultura contribuye solo de forma marginal al PIB y emplea a menos del 4% de la población activa, el sector industrial aporta casi 30% del PNB y el sector servicios representa más de 70% del PIB y emplea a cerca de 70% de la población activa.

**Fuente:** SANTANDER TRADE, Últimas actualizaciones: Enero 2015

**Elaborado por:** Pedro Ruano

**PIB per cápita.-** es el valor total de los bienes y servicios producidos en el territorio de un país en un periodo determinado dividido entre los habitantes. (Lerma, 2010). El PIB per cápita ayuda a conocer cuál es el volumen de compra de bienes y servicios, de los habitantes de cada uno de los países investigados.

Según (Educaplus.org, 2012) el análisis del PIB per cápita “se utiliza comúnmente para estimar la riqueza económica de un país”. Al indagar el PIB per cápita permite tener una exploración muy eficiente por motivo de que

al determinar los ingresos por habitante de Estados Unidos, España y Japón se conocerá su capacidad de compra.

**Tabla 9: Indicador PIB Per Cápita (2014)**

ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
30.113	54.678	37.540
En España en últimos dos años anteriores al año de análisis el PIB per cápita es menor y en el año 2011 el PIB per cápita fue mayor.	En Estados Unidos en los últimos años contando el año de estudio del PIB per cápita ha tenido un aumento.	En Japón el PIB per cápita ha ido decreciendo en los últimos cuatro años.

Fuente: SANTANDER TRADE, Últimas actualizaciones: Enero 2015

Elaborado por: Pedro Ruano

**Inflación.-** es la situación económica que se caracteriza por un incremento permanente en los precios o una disminución progresiva en el valor de la moneda. (Lerma, 2010). La inflación afecta la capacidad de compra en el mercado, ya que si se incrementa la inflación el consumidor puede adquirir una menor cantidad de bienes y servicios.

Según (González. C & Blondell. C. 2008), para calificar este indicador se toma los siguientes parámetros: “Inflación Moderada establecida para los niveles de menos del 10%, la inflación Galopante establecida para los niveles del 10% al 30% y la hiper Inflación establecida por el aumento persistente de los precios en porcentaje del 30% en adelante y puede provocar la crisis de todo un sistema económico”, en la investigación los tres países poseen una inflación moderada.

**Tabla 10: Indicador tasa de inflación anual (2014)**

ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
-0,0 %	2,0 %	2,7 %

Fuente: SANTANDER TRADE, Últimas actualizaciones: Enero 2015

Elaborado por: Pedro Ruano

**Frecuencia de Consumo.-** este parámetro permitirá conocer cuál es la cantidad de consumo de artesanías de barro y arcilla en cada país estudiado. Según (Economía.com, 2014), “la adquisición de bienes y servicios permiten la satisfacción de necesidades”. En la investigación este indicador es uno de los más relevantes, porque permitió conocer qué país genera una mayor oportunidad comercial de acuerdo al consumo de las artesanías de barro y arcilla.

**Tabla 11: Indicador frecuencia de consumo**

ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
22.571 Toneladas	292.528 Toneladas	27.065 Toneladas
España importa un valor de 22.571 toneladas en el año 2012	Estados Unidos importó 292.528 toneladas en el año 2011	Japón importó un valor de 27.065 toneladas en el año 2014

Fuente: Trade Map (2014)

Elaborado por: Pedro Ruano

**Doing Business (Índice de facilidad para hacer negocios).**- doing business 2015: más allá de la eficiencia (.....) presenta indicadores cuantitativos sobre las regulaciones empresariales y la protección de los derechos de propiedad que pueden compararse entre 189 economías - desde Afganistán hasta Zimbabwe – y través del tiempo, además, permite determinar las condiciones de acuerdo a la factibilidad para realizar negocios, logrando conocer los puntos fuertes y débiles de las economías indagadas (EL BANCO MUNDIAL, 2015).

Los diferentes parámetros utilizados en esta clasificación según (EL BANCO MUNDIAL, 2015) son: “una calificación alta significa que el ámbito regulador es propicio para hacer negocios. La clasificación en cada tema es el promedio simple de los percentiles clasificados por los indicadores que lo componen”, por ende, el país con un mejor ambiente de negocios será la alternativa más llamativa, para realizar los procesos de comercialización desde Ecuador.

**Tabla 12: Indicador doing business (2014)**

ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
<b>33</b>	<b>7</b>	<b>29</b>
El avance de España según el Banco Mundial lo justifica por las <b>reformas impulsadas</b> en los dos últimos ejercicios (ley de emprendedores, ley concursal, ley de unidad de mercado o reforma financiera, entre otras) hacen que este país haya obtenido la mejor puntuación en los últimos años y haya terminado en el número 33 del ranking 2015.	Su posición en el Doing Business indica que continúa siendo uno de los países donde resulta más sencillo hacer negocios.	En el último año Japón ha caído 2 puestos en este ranking, lo que indica que se ha hecho más difícil hacer negocios en el país.

Fuente: BANCO MUNDIAL, 2015, *Doing Business 2015* actualizado al 1 de junio de 2014

Elaborado por: Pedro Ruano

**Índice Global de Competitividad.**- evalúa el panorama de competitividad de 144 economías a partir de su productividad y la prosperidad generada. El índice se basa en el análisis de 12 pilares de competitividad (...) (Foro

Económico Mundial, 2015). Al utilizar este indicador como un parámetro de análisis para la investigación según (Klaus Schwab, 2010), permite conocer de una manera efectiva “los factores que determinan el crecimiento”, debido a este indicador se podrá saber cuáles son las situaciones por las que unos países son más exitosos que otros.

**Tabla 13: Indicador índice global de competitividad (2014)**

Países	ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
Ranking de Competitividad	35	5	9
Índice de Competitividad	4,57	5,48	5,40
Variabilidad	0,51%	0,27%	0,27%

Fuente: datosmacro.com, 2015

Elaborado por: Pedro Ruano

### 3.7.2.1.2. Factores Políticos países sujeto de estudio

**Factores Políticos.-** Los gobiernos ocupan un lugar preferencial en el análisis del entorno, motivado por varios aspectos, desde su poder de compra, pasando por su poder legislativo y su capacidad de apoyar a nuevos sectores mediante políticas de subvenciones, sin olvidar la incidencia de sus políticas en nuevas inversiones. (Best Business Service, 2011). Por ello es transcendental desde el punto de vista del estudio del medio valorar las tendencias y sus posibles consecuencias para la empresa a corto y medio plazo.

**Acuerdos Comerciales.-** Un entendimiento bilateral o multilateral entre Estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos (...) se comprometen a acatar condiciones específicas en su intercambio comercial, lo cual incluye de ordinario concesiones mutuamente benéficas. (Ministerio de Economía y Finanzas de Perú, 2014). Los acuerdos comerciales permiten identificar una ventaja competitiva en relación a los diferentes países que ingresan con artesanías de barro y arcilla, por ello es relevante para la investigación conocer las condiciones favorables o desfavorables para una posible exportación.

**Tabla 14: Acuerdos comerciales**

Países	ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
Acuerdo Comercial	Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG+) de la UE	Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP) de los Estados Unidos	Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de Japón
Descripción	En lo referente al SPG+, del cual se beneficia Ecuador entre otros países, la UE ofrece acceso con arancel cero para un total de 7.200 productos procedentes de países vulnerables que cumplen los criterios de desarrollo sostenible y buena gobernanza y que han ratificado los principales convenios internacionales en materia de derechos humanos, protección medioambiental y gobernanza, incluida la lucha contra las drogas.	Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP), Es un esquema de preferencias comerciales de los Estados Unidos que tiene por esencia fomentar la diversificación de las economías. Este programa otorga un tratamiento a 400 subpartidas de la oferta exportable ecuatoriana.	El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de Japón, basado en el Acuerdo alcanzado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), tiene por finalidad contribuir al desarrollo económico de los países en desarrollo y economías menos desarrolladas. El SGP proporciona beneficios a los productos que reúnan las condiciones de origen para que ingresen al Japón, otorgando preferencias arancelarias reducidas o en régimen de franquicia aduanera y las principales regulaciones no arancelarias.

**Fuente:** Delegación de la Unión Europea para Ecuador, 2014; Embajada de Estados Unidos, 2014; Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2014.

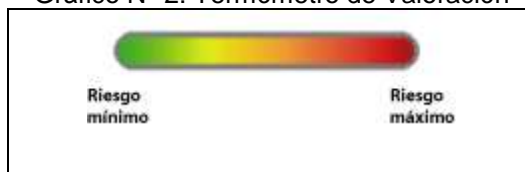
**Elaborado por:** Pedro Ruano

**Riesgo país.-** el CESCE ofrece a través de Riesgo País el diagnóstico de los riesgos derivados del comercio y la inversión en el exterior (...), así como la valoración de los riesgos comerciales que afectan a las operaciones de comercio e inversión en cada país (CESCE, 2015), los principales aspectos que guían la valoración del riesgo país son: “conocer la realidad política y económica de los países a través de sus principales indicadores, y generar un diagnóstico de las fortalezas y debilidades del entorno de negocios de cada país”, esta valoración permitió conocer qué país de los estudiados posee mayores beneficios.

Los factores de riesgo se analizan de acuerdo a los siguientes parámetros:



Gráfico N° 2: Termómetro de Valoración



Fuente: CESCE (2014)

Elaborado por: Pedro Ruano

Según el CESCE (2014), la valoración se expresa de un modo gráfico e intuitivo. Para cada país el nivel de riesgo se representa, a través, de una escala de color que va del verde intenso (riesgo muy bajo, inexistente) al rojo intenso (riesgo muy alto). Se presenta tres escalas de riesgo, con el fin de ofrecer una visión más rica y diferenciada de los distintos factores que pueden comprometer el éxito de una operación de comercio o inversión en un país.

Tabla 15: Riesgo país

Valoración situación económica interna	
<b>Regular</b>	La evolución de algunos indicadores macroeconómicos es desfavorable, o existen problemas que pueden empeorar/impedir la mejora de la situación económica
<b>Desfavorable</b>	La situación de los principales indicadores macroeconómicos es mala. Existen factores estructurales que impiden la mejora de la situación económica. Esta constituye un factor de riesgo para el comportamiento de pagos del país
Valoración situación económica externa	
<b>Regular</b>	Aceptable situación de solvencia. Los indicadores de liquidez y/o solvencia presentan niveles que pueden ser problemáticos ante un empeoramiento de la situación.
<b>Desfavorable</b>	Situación de solvencia dudosa. Indicadores de liquidez y/o solvencia negativos, que pueden comprometer el comportamiento de pagos del país. La situación de solvencia constituye un factor de riesgo para el comportamiento de pagos del país.
Previsión acerca de la evolución futura	
<b>Estable</b>	Perspectiva estable. Se prevé que la situación continúe sin cambios
<b>Negativa</b>	Perspectivas desfavorables. Se prevé un empeoramiento con respecto a la situación actual

Fuente: CESCE (2014)

Elaborado por: Pedro Ruano

**Tabla 16: Factores políticos**

Países	ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
Riesgo comercial			
Riesgo político corto plazo			
Política político medio y largo plazo			
Estado Situación económica interna	Desfavorable	Regular	Regular
Evolución Situación económica interna	Negativa	Estable	Estable
Estado Situación económica externa	Desfavorable	Desfavorable	Regular
Evolución Situación económica externa	Negativa	Estable	Estable

**Fuente:** Santander Trade (2014), PRO ECUADOR, Gestión Integral del Riesgo Comercial (CESCE) (2015)

**Elaborado por:** Pedro Ruano

### 3.7.2.1.3. Factores legales países sujeto de estudio

Los factores legales indican la existencia de barreras arancelarias y barreras no arancelarias:

**Barreras Arancelarias.-** las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país (PRO ECUADOR, 2013). En este punto para la exportación de las artesanías de barro y arcilla, se analizan los aranceles que los países sujeto de estudio implantan para el ingreso del producto en cuestión, y según (PRO ECUADOR, 2013) para Ecuador la mayoría de los productos ingresan con 0% de arancel, excepto en China (10%), Corea del Sur (8%), México (20%) y Panamá (11.3%). Cabe mencionar que la no existencia de aranceles será una oportunidad comercial, por motivo que si el producto ingresa sin el pago de impuestos podrá ser competitivo con respecto a los demás competidores.

**Barreras no Arancelarias.-** se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características (PRO ECUADOR, 2014). La información analizada permitió conocer que existen regulaciones para exportar productos a la Unión Europea sobre inocuidad, aditivos, etiquetas, información y requisitos técnicos. Para este caso los requisitos técnicos son el certificado de origen, en los tres países sujeto de estudio.

**Tabla 17: Factores legales**

<b>Barreras</b>	<b>ESPAÑA</b>	<b>EE.UU.</b>	<b>JAPÓN</b>
<b>Arancelarias Ad-valorem</b>	0%	0%	0%
<b>No Arancelarias</b>	Cert. Origen	Cert. Origen	Cert. Origen

Fuente: PRO ECUDAOR

Elaborado por: Pedro Ruano

#### **3.7.2.1.4. Factores Geográficos países sujeto de estudio**

Medios de transporte panorama general.- según Banco BICE, (2014) en su publicación “Guía para Exportar” presenta una introducción acerca de los medios de transporte:

“La elección del medio de transporte condicionará los plazos de entrega, los que se deberán compatibilizar con las necesidades del importador, dado que un retardo en la llegada de la mercadería puede menoscabar la imagen de la empresa y, por ende, su confiabilidad. La frecuencia en las entregas y demoras puede agravar o entorpecer los stocks, afectando la competitividad de la empresa, dado que mantenerlos genera costos adicionales.”

Para el transporte de carga desde Ecuador hacia los mercados internacionales existen: la vía marítima acceso al mar y vía aérea, porque entre Ecuador y los países sujeto de estudio en este caso: Estados Unidos España y Japón existe una distancia muy extensa, y por ende no se podría utilizar el transporte terrestre.

La investigación efectuada en la mayoría de tesis acerca de los medios de transporte, para la comercialización de artesanías de barro y arcilla, en la posible selección en los países sujeto de estudio, se logró determinar que el más utilizado es el transporte marítimo, porque presenta menores costos y se pueden comercializar grandes cantidades de productos, y según (García, G & Vázquez, A, 2013) “dada la naturaleza del producto, ya que no es un producto que tenga que ser solicitado de urgencia, el transporte marítimo es el adecuado para enviar las mercancías a otros continentes, además, la mercancía puede ser enviada en un contenedor, o consolidarse dependiendo del volumen del pedido”.

A continuación se presentan las distancias en el transporte aéreo y el transporte marítimo para los países objeto de estudio:

**Tabla 18: Factores geográficos**

ESPAÑA		EE.UU.		JAPÓN	
Medios de Transporte	Marítimo, Aéreo	Medios de Transporte	Marítimo, Aéreo	Medios de Transporte	Marítimo, Aéreo
Distancia Transporte Marítimo	4719.800884 94062 millas náuticas	Distancia Transporte Marítimo	4719.800884 94062 millas náuticas	Distancia Transporte Marítimo	4719.800884 94062 millas náuticas
Distancia Transporte Aéreo	5431.449857 152994 millas	Distancia Transporte Aéreo	5431.449857 152994 millas	Distancia Transporte Aéreo	5431.449857 152994 millas

Fuente: FedEx International Priority, 2014

Elaborado por: Pedro Ruano

**Índice de desempeño logístico: Total (De 1= bajo a 5= alto).**- el puntaje general refleja las percepciones de la logística de un país basadas en la eficiencia del proceso del despacho de aduana (....) la capacidad de seguir, rastrear los envíos y la frecuencia con la cual los embarques llegan al consignatario en el tiempo programado (EL BANCO MUNDIAL, 2015). La evaluación de este indicador evalúa ocho mercados de seis dimensiones básicas, en una escala de 1 (peor) a 5 (mejor).

Además cabe mencionar que según (Logística en Internet, 2015), “El desempeño logístico está fuertemente asociado con la fiabilidad de las cadenas de suministro y la previsibilidad de la prestación de servicios a los productores y exportadores”. Por ello las economías estudiadas poseen diferente calificación, ya que, las cadenas de suministros son cada vez más complejas.

**Tabla 19: Índice de desempeño logístico**

ESPAÑA	EE.UU.	JAPÓN
3,72	3,92	3,91

Fuente: EL BANCO MUNDIAL, 2015

Elaborado por: Pedro Ruano

### 3.8. MATRIZ POAM

#### 3.8.1. Metodología matriz POAM

El POAM se lo realizó para calificar en qué grado se encuentran las oportunidades y amenazas de cada uno de los factores externos de los países sujeto de estudio, a través, de niveles bajo, medio y alto, lo que permitió analizar el impacto de cada uno de los indicadores investigados; los

parámetros utilizados para la calificación son de 1 a 3 que corresponden a: 3 = nivel alto; 2 = nivel medio y 1 = nivel bajo.

**Tabla 20: Matriz POAM**

	ESPAÑA				EE.UU.				JAPÓN			
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Factores socioeconómicos	Bajo	1			Alto	3			Medio	2		
PIB	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
Crecimiento del PIB	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
PIB per cápita	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
Tasa de inflación anual	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Tasa de desempleo	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
Frecuencia de consumo	Medio	1			Alto	3			Medio	2		
DOING BUSINESS	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
Índice Global de Competitividad	Medio	2			Alto	3			Alto	3		
	Suma	15	Suma	0	Suma	23	Suma	0	Suma	17	Suma	0
	Prome-dio	2,5	Prome-dio	0	Prome-dio	3,83	Prome-dio	0	Prome-dio	2,83	Prome-dio	0
Factores políticos	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Acuerdos Comerciales	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Riesgo político a corto plazo	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Riesgo político medio / largo plazo	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Suma	9	Suma	0	Suma	9	Suma	0	Suma	9	Suma	0
	Prome-dio	3	Prome-dio	0	Prome-dio	3	Prome-dio	0	Prome-dio	3	Prome-dio	0
Factores legales	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Tipos de impuestos nacionales			Bajo	1			Bajo	1			Bajo	1
Barreras Arancelarias	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Barreras No Arancelarias	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Suma	6	Suma	1	Suma	6	Suma	1	Suma	6	Suma	1
	Prome-dio	3	Prome-dio	0,5	Prome-dio	3	Prome-dio	0,5	Prome-dio	3	Prome-dio	0,5
Factores geográficos	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Índice de Desempeño Logístico	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Medio de Transporte	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Medio de Transporte distancia	Medio	2			Medio	3			Medio	2		
	Suma	8	Suma	0	Suma	9	Suma	0	Suma	8	Suma	0
	Prome-dio	2	Prome-dio	0	Prome-dio	3	Prome-dio	0	Prome-dio	2	Prome-dio	0
	ESPAÑA				EE.UU.				JAPÓN			
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas	
Factores socioeconómicos	2,50		0,00		3,83		0,00		2,83		0,00	
Factores políticos	3,00		0,00		3,00		0,00		3,00		0,00	
Factores legales	2,00		0,50		2,00		1		2,00		0,50	
Factores geográficos	2,00		0,00		2,25		0,00		2,00		0,00	
Suma	9,50		0,50		11,08		1		9,83		1,00	
Promedio	2,38		0,13		2,77		0,25		2,46		0,13	

Fuente: presente investigación / <http://gerest.es.tl/ANALISIS-POAM.htm>

Elaborado por: Pedro Ruano

### 3.8.2. Resultados matriz POAM

En el análisis de los factores socioeconómicos de los tres países sujeto de estudio, se presentaron oportunidades y amenazas que permitieron identificar el mejor mercado para las artesanías de barro y arcilla, un parámetro relevante en la investigación es el crecimiento económico que ha tenido diferentes aspectos negativos en los tres países, sin dejar de analizar que las principales causas de no tener un crecimiento económico elevado es

el desempleo que se atraviesa a nivel mundial, para ello cada país sujeto de estudio ha implementado políticas que ayudan a favorecer y mejorar la situación actual.

Otro parámetro que incide en el mercado objetivo es la tasa de inflación, este indicador en el año 2013 ha tenido una recuperación en relación a los años anteriores, en los tres países porque se ha mejorado la situación actual, al realizar una valoración más significativa el país con menor inflación generará una mayor oportunidad comercial.

Además se puede deducir por la información presentada anteriormente, que la mayoría de indicadores presentan oportunidades en los tres países investigados, porque son aspectos positivos que ayudan a la elección del mercado para la comercialización de artesanías de barro y arcilla desde Ecuador, por ejemplo al analizar la frecuencia de consumo del producto, el país que tiene mayor consumo es Estados Unidos, con valores significativos con respecto al consumo de los otros países.

En relación a los factores políticos se ha tomado como referencia el análisis de acuerdos comerciales, el riesgo comercial a corto, medio y largo plazo, parámetros en los que los tres países sujeto de estudio presentan condiciones similares, en las oportunidades como en las amenazas.

Los factores legales en la investigación se encuentran relacionados con los impuestos nacionales que presentan España, Estados Unidos y Japón, para el ingreso de productos a su mercado, por motivo de que las artesanías no son mercancías que deban pagar impuestos especiales se considera una amenaza con nivel bajo, con respecto a las barreras arancelarias no se presentan por motivo de acuerdos comerciales considerándose una oportunidad y las barreras no arancelarias de igual manera son una oportunidad, dado que lo único que deben presentarse son los requisitos técnicos de cada país.

Por ultimo al analizar los factores geográficos el país que genera una mayor oportunidad comercial para la comercialización de artesanías de barro y

arcilla, es Estados Unidos por motivo de que entre Estados Unidos y Ecuador se presenta una distancia menor, con respecto al desempeño logístico se posee una oportunidad elevada en los tres países sujeto de estudio, porque son economías desarrolladas y por ende se encuentran en los niveles más altos de calidad.

Al contar con un análisis más exhaustivo se logró determinar que en estos factores el principal mercado o el más favorable es Estados Unidos, por motivo de que, presenta mayores oportunidades que los otros dos países, y con respecto a las amenazas el país que muestra menores riesgos es Estados Unidos seguido por Japón y España respectivamente.

Luego de haber analizado los diferentes aspectos de los tres países sujeto de estudio, en relación a los factores: socioeconómicos, políticos, legales y geográficos, se determina que en el cálculo de las Oportunidades menos las Amenazas que presenta cada uno de los mercados internacionales, se estableció como mercado potencial a Estados Unidos.

### **3.9. MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN**

**Sistema de empaque, envase y embalaje.-** son los contenedores de un producto durante el proceso que va desde su recolección (primario) hasta que llega al consumidor final, pasando por su almacenamiento (secundario), transporte y distribución (terciario); esto con el objetivo de identificar su contenido, protegerlo de cualquier tipo de contaminación y conservar sus características. (Revista de Logística, 2014).

El sistema de empaque, envase y embalaje debe adecuarse a la normativa de cada uno de los países estudiados.

Para determinar el envase, empaque y embalaje adecuados, es necesario mencionar que las artesanías de barro y arcilla son productos frágiles, por lo tanto deben estar protegidos por materiales que impidan daños al momento de su transporte, por ello según (García, G. & Vázquez, A. 2013) “se recomienda el uso de materiales reciclables, para el estudio serán hechos de cartón y plástico los cuales no tienen ningún problema en ser reciclados”.

**Tabla 21: Sistema de envase, empaque y embalaje**

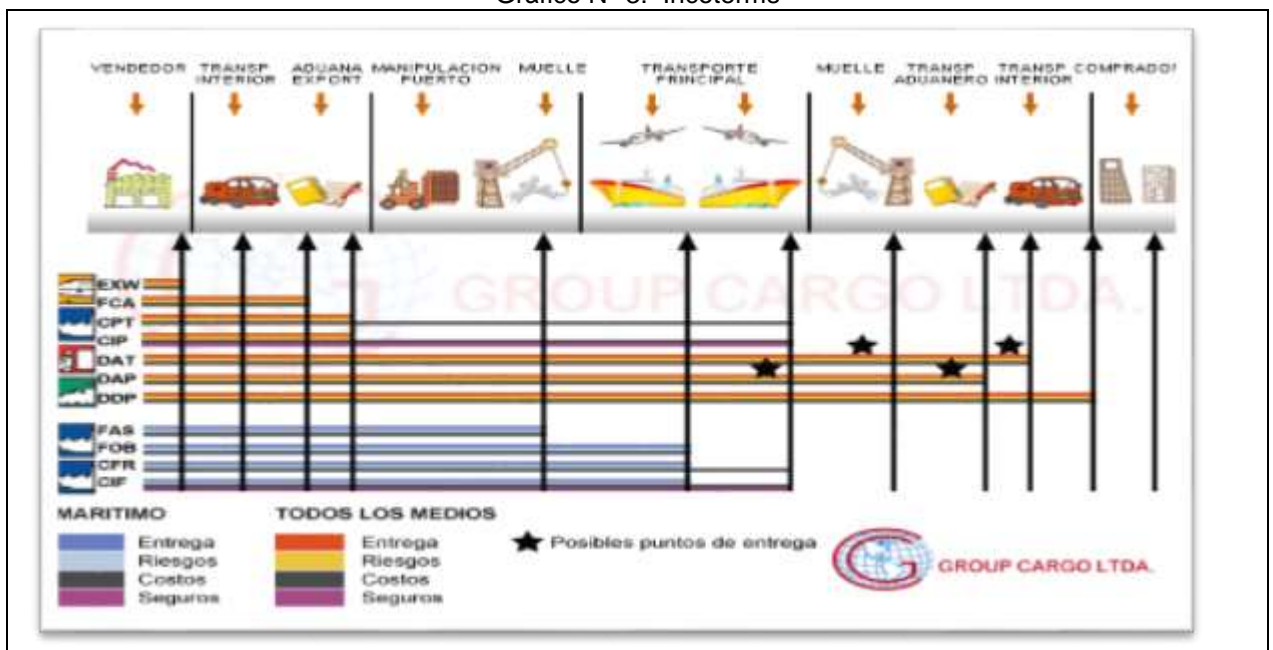
ESPAÑA, EE.UU. y JAPÓN	
Normativa	Norma ISO 3392 (normas internacionales de estandarización)
Envase	Papel y esponja
Empaque	La base de la caja donde se van a empacar o embalar los productos ya empacados individualmente deben ser de 60 * 40 cms o de 30 * 40 cms, la altura se deberá adecuar a las necesidades del producto.
Embalaje	Pallets

**Fuente:** Martínez. J (2006), Logística Aplicada a la Exportación de Artesanías  
**Elaborado por:** Pedro Ruano

**Incoterms.-** son los términos de negociación comercial que regulan cuatro aspectos fundamentales de un contrato los cuales son: la entrega de las mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los gastos y los trámites de documentos aduaneros. (Formación en transporte, 2014, Incoterms 2010). Los términos de negociación son utilizados para realizar una negociación internacional, y se los aplica para saber cuáles son las responsabilidades del vendedor y del comprador.

A continuación se presenta un gráfico que permite identificar el nombre de los Incoterms, su principal característica y los medios de transporte en que se utilizan.

Gráfico N° 3: Incoterms



**Fuente:** Group Cargo LTDA.  
**Elaborado por:** Pedro Ruano



**Formas de pago.-** las formas de pago internacional más utilizadas para realizar una transacción con el comprador extranjero o importador según PRO ECUADOR, (2014), son las siguientes:

**Tabla 22: Formas de Pago**

<b>Características</b>	<b>Riesgo</b>
<b>Pago anticipado.-</b> El pago debe realizarse con anterioridad al embarque de la mercadería	Para el comprador
<b>A través de cobranzas.-</b> Es cuando el exportador tiene cierto grado de confianza con el importador y sabe que si le cancelara el valor de su embarque	Ninguno
<b>Directa.-</b> Es decir importador y exportador solamente.	Ninguno
A través de un representante del exportador.- Es decir toda la documentación será canalizada a través de dicho representante del exportador en la ciudad o país del importador.	Ninguno
<b>A través de un banco.-</b> Es decir con una Carta de Crédito irrevocable y confirmada.	Ninguno
<b>A través de carta de crédito irrevocable y confirmada.-</b> Es cuando el pago debe hacerse mediante el compromiso del importador (o comprador) a través de su banco (emisor) y un banco en el país del exportador (banco corresponsal).	Ninguno
<b>A consignación.-</b> Cuando las condiciones de pago de la negociación internacional se estipulan en función de las cantidades realmente vendidas en el país de destino.	Ninguno

Fuente: PRO ECUADOR

Elaborado por: Pedro Ruano

En la comercialización de las artesanías de barro y arcilla es muy importante determinar la mejor forma de pago, puesto que, esto determinará las responsabilidades del comprador y vendedor al momento del envío de la mercancía, de esta manera se utilizará la carta de crédito irrevocable y confirmada, para garantizar y confirmar el pago.

**Canales de distribución.-** para la investigación es muy relevante estudiar los canales de distribución, que existen en los países sujeto de estudio, para la comercialización de los diferentes productos, porque son una herramienta que permite determinar cuál es la mejor manera de llegar a los intermediarios y consumidor final.

**Un canal de distribución.-** es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde un punto de origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo. (Lamb., Hair., & McDaniel, s.f)

Según Caparrós. C, (2012). En su publicación sobre “Canales de distribución de productos artesanos”, indica que los canales más recomendables para la exportación de artesanías son: CANAL DIRECTO: SIN INTERMEDIARIO (el producto se dirige desde el fabricante al consumidor final y el CANAL INDIRECTO: VARIOS INTERMEDIARIOS (agentes de ventas, centrales de compra,...)

A continuación se analizan los canales de distribución de artesanías que se utilizan con mayor frecuencia en la exportación de dicho producto.

**Tabla 23: Canales de distribución**

Concepto	Descripción
Agentes	Es un intermediario entre el comprador y el vendedor, generalmente trabajando por comisión y representando al productor o a la organización exportadora.
Minorista de Importación Directa	Responsable de la logística y los costos de la importación, mantener una tienda de “carne y hueso”, tienda de internet, o catálogo para pedidos por correo, atraer a clientes y proporcionar servicio al cliente.
Agente de Exportación o Ventas (opcional)	Pagado bien sea por el exportador o el comprador minorista; a este agente de ventas se le paga por comisión y ayuda a conectar los compradores con los proveedores, negociar los pedidos y estar al tanto de la producción y el control de calidad.
Ferias	Las ferias en las que se realizan la transacción comercial de artesanía son de distintos tipos. En primer lugar, existe una primera distinción que es relevante entre feria nacional (dentro de las cuales podemos considerar a las ferias regionales y locales) y feria internacional
Tiendas	Entendida como un espacio estable y permanente en el tiempo, donde se expone y vende el producto artesanal, ya sea a consumidores finales o a consumidores intermedios. Tal como en el caso de las ferias, también dentro de las tiendas es preciso distinguir entre distintos tipos, que están orientados a públicos diferenciados y que establecen relaciones diferenciadas con los productores artesanales.

**Fuente:** Caparrós, C. 2012, Unesco, Artisanwork, 2012.

**Elaborado por:** Pedro Ruano

Se utilizará un canal de distribución indirecto porque, este permitirá tener un contacto con un bróker, el cual será el encargado de llegar con las artesanías de barro y arcilla al consumidor final.

### **3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

#### **3.10.1. Análisis situación de Ecuador**

La información presentada a continuación sobre Ecuador, ayuda a tener un mayor conocimiento de cómo se encuentra esta economía en los diferentes aspectos.

**Tabla 24: Información general Ecuador**

Concepto	Valor
Población Total	15.654.411 (julio 2014 est.)
Capital	Quito
Crecimiento Población	1,37% (2014 est.)
Densidad	55.6 habitantes por kilómetro cuadrado
Población Urbana	75%
Población rural	25 %
Lengua Oficial	Español (castellano) 93% (oficial), Quechua 4,1%, otros 0,7% indígena, extranjera 2,2%
Moneda	Dólar estadounidense

Fuente: CIA, PRO ECUADOR

Elaborado por: Pedro Ruano

### Oferta del producto a nivel Nacional

**Tabla 25: Oferta de artesanías de barro y arcilla a nivel nacional**

Provincia	Talleres	Participación
Manabí	539	32.03%
Guayas	232	13.78%
Azuay	329	19.55%
Loja	136	8.08%
Región Amazónica	76	4.52%
Carchi	20	1.19%
Cotopaxi	30	1.78%
Demás Provincias	No Especifico	19.07%
TOTAL		100%

Fuente: PROECUADOR, 2013

Elaborado por: Pedro Ruano

Como se puede observar en la tabla anterior sobre la producción nacional de artesanías de Cerámica, barro loza y Porcelana, existe una producción dividida en las diferentes provincias que conforman nuestro país, además, según PROECUADOR, (2013), dice que: “Ecuador es un pueblo ceramista por excelencia, posee una de las cerámicas más antiguas de América (5,000 años A.C.), con un desarrollo de esta actividad paralelo al que se registró en las civilizaciones prehispánicas de México y del Perú”. (pág. 5)

De acuerdo a los datos presentados anteriormente no se cuenta con un porcentaje específico de participación en la producción de artesanías de barro y arcilla, por parte del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN” en Ecuador, por ello se determinó que se localiza en el porcentaje correspondiente a Carchi.

### 3.10.2. Oferta de artesanías de barro y arcilla del Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN)

“El Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN) lidera actualmente la formación y capacitación de nuevos grupos en Mascarilla, interesados también en recuperar todo el bagaje cultural afro-ecuatoriano, a través de diversas técnicas creativas, que permitan además sustentar en algo las débiles economías de las comunidades negras de la zona (Grupo Artesanal Esperanza Negra, “GAEN”).”

La producción de artesanías de barro y arcilla es individual porque cada una de las socias, que conforman el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, lo hacen en cada uno de sus hogares, cuando alguna Institución necesita de cierta cantidad de productos el total del pedido se divide para cada una de las integrantes, actualmente la producción se la realiza en los tiempos libres, cuando existen pedidos o cuando se realizan las ferias artesanales.

**Tabla 26: Producción mensual de máscaras de barro y arcilla Grupo GAEN**

Concepto	Valor
Producción mensual	390
Total producción efectiva	360
Consumo nacional	30
Exportación	360
Producción efectiva mensual máscaras	360
Producción anual máscaras	4320

**Fuente:** Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”


**Elaborado por:** Pedro Ruano

De acuerdo a la información recolectada en la entrevista realizada a Anita Lucia Lara, presidenta del grupo se logró determinar que la producción total de artesanías en forma mensual del grupo “GAEN” es de 360 máscaras, obteniendo un valor anual de 4320, además, cabe mencionar que en el transcurso del periodo de secado de las máscaras de barro y arcilla, las integrantes de esta asociación se dedican a elaborar otros productos como son: ceniceros, platos, vasijas, muñecos, collares, etc..; por ello el estudio se dirigirá exclusivamente a las máscaras por ser el principal producto que elabora “GAEN”.

### 3.10.3. El producto

Para tener mayor conocimiento del producto a comercializarse a continuación, se detalla de una manera más específica:

**Tabla 27: Ficha del producto (máscaras de barro y arcilla)**

Nombre del Producto	Artesanías de barro y arcilla	Nombre Técnico: No Aplica
<b>Capítulo 69 :</b>	Productos cerámicos	
<b>Partida Sist. Armonizado 6913 :</b>	Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica	
<b>Subpartida Sist. Armoniz. :</b>	69.13.90	
<b>Subpartida Regional 69139000 :</b>	- Los demás	
El producto terminado es de muy buena calidad. Para la decoración utilizan rúmpira y sus diseños son plasmados en barro. Este tipo de producto soporta altas temperaturas y es muy resistente en su uso		

**Fuente:** arancel del Ecuador / Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

**Elaborado por:** Pedro Ruano

### 3.11. ANÁLISIS FODA DEL GRUPO ESPERANZA NEGRA “GAEN”

El análisis FODA permite tener un conocimiento más profundo de como se ve el Grupo “GAEN” en la actualidad, con respecto al ámbito local e internacional, para cambiar los aspectos negativos y fortalecer los aspectos positivos, el análisis que se presenta a continuación se lo efectuó con las socias del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, quienes fueron las que plantearon las diferentes fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la asociación.

**Tabla 28: Análisis FODA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Utilización de técnicas ancestrales para la elaboración de los productos</li> <li>✓ Productos de buena calidad</li> <li>✓ Artesanías llamativas para el mercado mundial</li> <li>✓ Oportunidad de crecimiento y desarrollo de los pobladores de la zona</li> <li>✓ Cada socia trabaja independientemente con estilo propio</li> <li>✓ Insumos al alcance de los productores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Venta y exportación del producto hacia el mercado internacional</li> <li>✓ Participación en ferias</li> <li>✓ Ingreso del producto hacia otros países con preferencias arancelarias</li> <li>✓ Precio más elevado en el mercado internacional que en el mercado local</li> <li>✓ Productos artesanales Ecuatorianos en el mercado mundial</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nivel tecnológico insuficiente</li> <li>✓ El producto no cuenta con información que detalle la historia del producto</li> <li>✓ Poco conocimiento de los productos del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existencia en el mercado de productos de otros países</li> <li>✓ Gustos y preferencias de los consumidores cada vez más cambiantes</li> <li>✓ Copia de artesanías de barro y arcilla de menor calidad</li> </ul>

**Fuente:** Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

**Elaborado por:** Pedro Ruano

## **CAPITULO IV**

### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1. CONCLUSIONES**

Luego de la investigación se determinó que la oferta exportable de máscaras de barro y arcilla por parte del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, que es de 4320 solo se exportará 4032, por motivo de optimización de recursos y así no incurrir en gastos innecesarios.

El mercado de Estados Unidos es la mejor opción para el ingreso de artesanías de barro y arcilla desde Ecuador, porque es el principal importador a nivel mundial de este tipo de productos, además, presenta los mejores factores externos en relación a los otros países sujetos de estudio, los diferentes aspectos utilizados para valorar qué país ofrece las mejores ventajas para el ingreso de artesanías de barro y arcilla, han sido indicadores adecuados para la investigación, porque permitieron verificar a través de sus índices que economía es la mejor oportunidad comercial.

El acuerdo comercial entre Ecuador y Estados Unidos es una oportunidad, porque permite ingresar con las artesanías de barro y arcilla sin tener que pagar ningún tipo de arancel, que afecte posteriormente su precio en el país de destino y pueda perder competitividad en el mercado.

Las tendencias actuales de los consumidores de artesanías de barro y arcilla, son cada vez más cambiantes lo que hace que los artesanos puedan estar en constante innovación, para ofrecer un producto de alta calidad y de acuerdo a las necesidades del consumidor.

En la investigación realizada se tomó las máscaras de barro y arcilla para efectuar el estudio, por ser el principal producto que elaboran las socias del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, por motivo de tener mayor representatividad con respecto a las demás artesanías que realizan, como son: ceniceros, vasijas, platos entre otros.

La elección de los tres países sujeto de estudio permitió obtener información, relevante de los factores socioeconómicos, políticos, legales y geográficos, con respecto a los diferentes bloques económicos y conocer cual ofrece las mejores condiciones para ingresar las artesanías de barro y arcilla, siendo los factores socioeconómicos los que crearon más diferencias al momento de valorar la situación de los tres países.

#### **4.2. RECOMENDACIONES**

Un aspecto fundamental para el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, es comercializar las artesanías de barro y arcilla, con un bróker el cual será el encargado de llegar con el producto al consumidor final.

La competencia en el mercado destino se la debe analizar para determinar, cual es el porcentaje de participación de las artesanías de barro y arcilla Ecuatorianas, en relación a las demás artesanías a nivel mundial.

Se deben aplicar estrategias que ayuden a mejorar la imagen del producto, a través de la aplicación de técnicas que permitan llamar la atención de los consumidores actuales y de igual manera lograr la atracción de nuevos clientes.

El producto debe contar con la información necesaria que permita conocer de mejor manera la historia del producto y así ofrecer artesanías de barro y arcilla más atractivas para los clientes de diferentes países.

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de máscaras de barro y arcilla producidos por el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### **5.1. TÍTULO**

Realizar el estudio de factibilidad para la comercialización de máscaras de barro y arcilla producidos por el Grupo artesanal esperanza negra “GAEN”, que permita cubrir una parte de la demanda en New York – Estados Unidos.

#### **5.2. JUSTIFICACIÓN**

Las artesanías de barro y arcilla poseen gran demanda en el mercado de New York - Estados Unidos, por ello se ha visto la necesidad de realizar un esquema logístico de exportación que permita realizar la comercialización del producto antes mencionado desde Carchi – Ecuador, por motivo de que se presenta una gran oportunidad de llegar a este mercado, con el producto que de acuerdo al estudio realizado cuenta con mejores beneficios.

La elección del mercado de New York – Estados Unidos, es una oportunidad comercial latente para las artesanías, porque, es uno de los principales destinos de las exportaciones a nivel mundial, además, el segmento seleccionado cubre de mejor manera el perfil del consumidor investigado para el producto, por ello se investigó todo lo referente a procesos para no tener ningún problema al momento de ingresar al mercado de la ciudad objetivo.

Las artesanías elaboradas en Ecuador cuentan con ventajas que exigen los consumidores de este tipo de productos, por motivo de que se utiliza técnicas ancestrales, que se han ido transmitiendo de generación en generación a través de nuestros antepasados, esto permitirá ofertar productos de calidad por parte del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, que lograrán cubrir una parte del segmento de mercado de artesanías de barro y arcilla en New York – Estados Unidos.



### **5.3. OBJETIVOS**

#### **5.3.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de máscaras de barro y arcilla producidas por el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, que permita cubrir una parte de la demanda en New York – Estados Unidos.

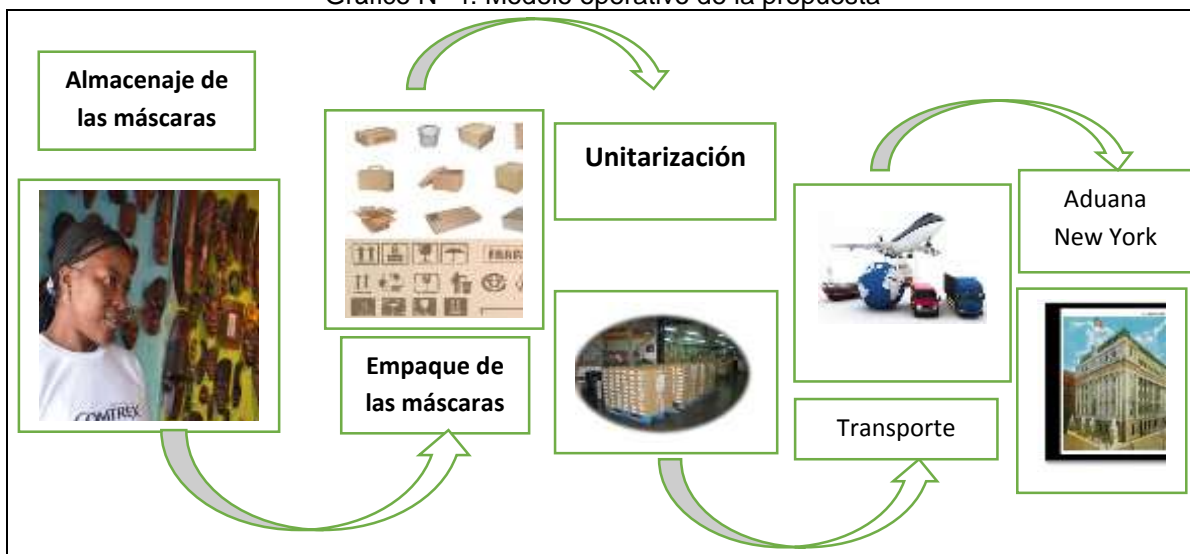
#### **5.3.2. Objetivos específicos**

1. Estudiar el mercado óptimo para la comercialización de artesanías de barro y arcilla.
2. Elaborar un estudio técnico del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, para analizar su localización e ingeniería de procesos.
3. Plantear un sistema de Distribución Física Internacional (DFI), que permita la comercialización de artesanías de barro y arcilla, por el Grupo Artesanal Esperanza Negra de Mira - Carchi, cubriendo una parte de la demanda en New York – Estados Unidos.
4. Evaluar de forma financiera el beneficio comercial de la exportación de artesanías de barro y arcilla desde el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, hacia un bróker en New York – Estados Unidos.

#### 5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

En el desarrollo de la propuesta se establecerá el siguiente proceso que se muestra a continuación: en el cual se efectúa el almacenamiento de máscaras de barro y arcilla, seguido por el empaque, envase y embalaje de las cajas, para luego empezar con los procesos de comercialización.

Gráfico N° 4: Modelo operativo de la propuesta



Fuente: Estudio de mercados

Elaborado por: Pedro Ruano

El modelo operativo de la propuesta se basa en el almacenamiento de las máscaras de barro y arcilla, seguido por el empaque de las máscaras en las cajas de cartón corrugado con su respectivo envase de papel y esponja, después la unitarización, para pasar al transporte internacional y finalmente llegar con el producto a un bróker en New York - Estados Unidos, el cual, se encargará de distribuir a los diferentes puntos de venta.

## 5.5. ESTUDIO DE ESTADOS UNIDOS

### 5.5.1. Estudio mercado – producto New York - Estados Unidos

Estados Unidos es una de las economías con mayor importancia a nivel mundial, para la investigación este mercado genera la mayor oportunidad comercial convirtiéndose en el país destino, para las artesanías de barro y arcilla exportadas desde Ecuador, a continuación se presenta información general de Estados Unidos.

**Tabla 29: Información general Estados Unidos**

Concepto	Valor
Población Total	318,892,103
Capital	Washington D.C
Crecimiento Población	0,7 %
Densidad	35 Habitantes/Km2
Población Urbana	81,3 %
Población rural	18,7 %
Población New York	20.090.000
Lengua Oficial	Inglés
Moneda	Dólar estadounidense (USD)

**Fuente:** Santander Trade, Últimas actualizaciones: Mayo 2015

**Elaborado por:** Pedro Ruano

#### 5.5.1.1. Empresas artesanas Estados Unidos

De acuerdo con la información investigada en Trade Map (2015), se determinó que en Estados Unidos existe una empresa dedicada a la comercialización de adornos y artículos decorativos denominada Stealth Wholesale Inc; y otra empresa dedicada a la Importación y exportación de bisutería y novedades llamada Global Logistics, Inc., este dato sirve como antecedente para justificar que podría existir demanda adicional para las artesanías de barro y arcilla.

Además, cabe mencionar que otra alternativa para un posible ingreso de artesanías de barro y arcilla al mercado de Estados Unidos, son las ferias internacionales las cuales son una ventana para atraer compradores, según PROECUADOR, (2013) las ferias internacionales de interés para las artesanías son: New York International Gift Fair; Muestra Internacional de artesanía tradicional de Vitacura, Chile; Feria del Artesano, Belo Horizonte, Brasil; Feria de artesanías de Jerusalén; Festival de artesanías de América, Cuenca Ecuador; Feria Hecho a Mano; Feria Expofida". (pág. 33)

### **5.5.1.2. Perfil del consumidor Estados Unidos**

Existen parámetros que al momento de conocer los gustos y preferencias de las artesanías de barro y arcilla en Estados Unidos, de acuerdo a lo publicado en la ficha de PROECUADOR (2013) describe que:

“Las tendencias actuales de consumo es buscar productos que sean útiles, valorando el diseño y la creatividad del artesano, así como los materiales utilizados, la mayoría de los artículos se los usa como adornos en los hogares y en lugares de recreación, hoteles...etc.”.

En Estados Unidos el perfil del consumidor está enfocado a productos innovadores, que se utilizan para mejorar la imagen del hogar, dando un aspecto más llamativo y agradable hacia la vista de las personas, de acuerdo a lo citado en el sitio web Mundo Artesano (2015):

“Los gustos de los consumidores norteamericanos en artesanía están cambiando continuamente, por lo que es necesario innovar y mejorar la calidad también continuamente para poder competir. Las líneas de productos con mayor demanda en el mercado son: artículos para decoración de usos múltiples y coleccionables (artículos que adquieren un valor dada su vinculación a un evento). Estos últimos, han registrado el mayor crecimiento dentro del sector, con una tasa anual de crecimiento del 11.5%; siendo sus principales consumidores 25 millones de estadounidenses entre 45 y 65 años de edad, quienes han mostrado un marcado interés por transformar sus hogares en espacios agradables. Otra oportunidad de vender accesorios y regalos en Estados Unidos, es el alto poder adquisitivo de la población. Se calcula un gasto de 500 dólares en las compras de navidad a nivel per cápita. Asimismo, hay otras temporadas de gran demanda de regalos, como el día de San Valentín, día de las madres, día de acción de gracias, día de las brujas y pascuas.” (párr. 3).

Mediante la información obtenida se puede determinar que, los principales demandantes de las artesanías de barro y arcilla, son personas que se encuentran en el rango de 45 a 65 años de edad, mismas que tienen alto poder adquisitivo, el cual representa el 20% de la población en Estados Unidos.

La información presentada anteriormente se considera un aspecto relevante para la investigación, puesto que ayuda a identificar un segmento de mercado específico al cual se dirigirá el producto, generando mayor conocimiento de las tendencias de consumo de los compradores.

### 5.5.1.3. Frecuencia de consumo de artesanías en Estados Unidos

Tabla 30: Frecuencia de consumo de artesanías en Estados Unidos

Periodos de Consumo	Participación
El período de vacaciones entre octubre y diciembre	40%
Los meses de julio a septiembre	25%
Valentine's day, Pascua y el día de la Madre; el período de abril a junio	20%
Enero y marzo	15%

Fuente: Proexpor Colombia

Elaborado por: Pedro Ruano

Los datos presentados anteriormente sobre el consumo de artesanías en Estados Unidos, es muy importante para el proyecto porque ayudó a determinar cuál es el periodo en que el producto posee mayor consumo en este país.

### 5.5.1.4. Precios internacionales de las artesanías de barro y arcilla

En el análisis de los precios de los productos artesanales en Estados Unidos se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Tabla 31: Precios de artesanías de cerámica en Estados Unidos

Precio	Participación
15 a 50 usd	51%
51 a 99 usd	29%
100 a 249 usd	17%
250 a 500 usd	1%
Más de 500 usd	2%

Fuente: Proexpor Colombia

Elaborado por: Pedro Ruano

## 5.5.2. Competencia

Los principales competidores en las exportaciones de la partida 69.13.90, que realizan el ingreso de las artesanías de barro y arcilla a Estados Unidos, se muestran en el siguiente gráfico, además, cabe mencionar que Ecuador se encuentra en el puesto 33 de los exportadores a nivel mundial con una cantidad exportada de 108 toneladas en el año 2014.

Tabla 32: Competencia (Países Exportadores)

País	Cantidad Exp. Tm 2014
China	56857
Viet Nam	11163
México	7897
Malasia	3124

País	Cantidad Exp. Tm 2014
Italia	2570
Portugal	1502
Alemania	1339
Tailandia	1296
Filipinas	1161
Francia	759

Fuente: Trade Map, 2014  
Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.5.3. Proyecciones del estudio

En este punto cabe mencionar que debido a no contar con una partida arancelaria específica para el producto estudiado, se realizan todos los cálculos tomando como referencia el sistema armonizado 69.13.90., según los criterios de clasificación es la más utilizada para este tipo de mercancías.

#### 5.5.3.1. Demanda potencial

“Es el consumo total de productos o servicios que pueden realizar la empresa los clientes en un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado. Esta cifra se determina según las proyecciones de crecimiento que manejará la empresa”, Universidad Nacional Abierta a Distancia, (s, f).”

Los factores determinantes para conocer cuál es la demanda potencial del mercado de New York – Estados Unidos de artesanías de barro y arcilla, se ha segmentado el mercado de acuerdo a los gustos y preferencias de los posibles consumidores.

A continuación se presenta los siguientes indicadores que ayudaron a discriminar el mercado sujeto de estudio.

**Tabla 33: Segmentación de mercado**

Concepto	Valor
Población Total Estados Unidos	318.892.103,00
Población New York	20.090.000
% Equivalente pob. New York con relación a Estados Unidos	6,30%
Preferencia por artesanías	5%
25 A 65 años población	67%
Preferencia por tipo máscara	10%
% útil	0,34%

Fuente: CONTRADE, presente Investigación / file:///I:/%C2%A0/piter/pdf/me\_artesanasusa.pdf, tesis Caderón P.  
Elaborado por: Pedro Ruano

Estos indicadores según: (Amado. K, 2011), permitieron discriminar el segmento de mercado de una manera más efectiva por ejemplo: se tomó el total de importación de Estados Unidos de la partida 69.13.90, luego se dividió estos datos para el porcentaje de la población que representa New York, de la misma manera se transformó el total de toneladas importadas en kg, además, como se tiene datos estratificados se efectuó el cálculo de conversión de kg a máscaras y finalmente se multiplicó los datos antes mencionados para el total de kg de artesanías de cerámica que consume New York, lo mencionado se encuentra en la siguiente tabla:

**Tabla 34: Demanda histórica potencial del producto**

Años	Importación TM EEUU	New York TM	New York kg	Preferencia % útil
2010	122.924	7744,13	7.744.133,95	25.942,85
2011	120.868	7614,61	7.614.607,25	25.508,93
2012	111.299	7011,77	7.011.766,33	23.489,42
2013	114.649	7222,81	7.222.814,20	24.196,43
2014	103.942	6548,28	6.548.280,00	21.936,74

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.5.3.2. Demanda proyectada

En las proyecciones de demanda se efectuó la transformación de kg a máscaras, además, cabe mencionar que se efectuó los cálculos para los 5 años siguientes.

**Tabla 35: Proyecciones demanda potencial**

Años	Kg	Máscaras demanda
2016	20.485	45066
2017	19.553	43015
2018	18.620	40964
2019	17.688	38912
2020	16.755	36861

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.5.3.3. Oferta Exportable

**Oferta Exportable.-** “La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino” Ministerio de Agricultura y Riego, (2015), además, de lo señalada cabe mencionar que la oferta exportable está relacionada con tres aspectos

fundamentales la capacidad económica, capacidad financiera y capacidad de gestión.

**Conversión.-** para la conversión se determina el total de producción de máscaras de barro y arcilla por parte de la asociación, que es de 360 mensual, obteniendo un valor anual de 4320 unidades y sabiendo que el peso es de 0.045kg c/u.

**Tabla 36: Conversión de máscaras a kg**

Máscaras Unidades	Máscaras Kg
4320	1959.5190384

**Fuente:** Grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN"

**Elaborador por:** Pedro Ruano

La oferta proyectada representa al número de máscaras de barro y arcilla que es de 360 unidades por el número de meses que tiene un año, obteniendo un valor de 4320 elementos y finalmente se determinó que la oferta se mantiene estable en los años proyectados porque la demanda disminuye y por lo tanto se incrementa el porcentaje de cobertura.

**Tabla 37: Oferta proyectada**

Años	Máscaras
2016	4320
2017	4320
2018	4320
2019	4320
2020	4320
2021	4320

**Fuente:** Grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN"

**Elaborado por:** Pedro Ruano

#### 5.5.3.4. Demanda Insatisfecha

“Se llama demanda Insatisfecha aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto”, (Vázquez, L., 2011), a continuación se presenta la siguiente tabla que permite identificar la demanda insatisfecha actual y proyectada, datos que se representan de la siguiente manera (demanda insatisfecha = demanda potencial – oferta exportable).



**Tabla 38: Demanda Insatisfecha máscaras**

<b>Años</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Oferta Exportable</b>	<b>% de cobertura</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2016	45066	4320	9,59	40746
2017	43015	4320	10,0	38695
2018	40964	4320	10,5	36644
2019	38912	4320	11,1	34592
2020	36861	4320	11,7	32541

**Fuente:** Trade Map, Grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN"



**Elaborado por:** Pedro Ruano

Luego de analizar la demanda potencial de máscaras de barro y arcilla, calculado con los datos de estratificación de mercado y la oferta exportable de máscaras que elaboran las socias del Grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN", se determinó la demanda insatisfecha de los 5 años siguientes, al realizar la resta entre los valores de demanda potencial menos la oferta exportable, así también se identificó el porcentaje de cobertura de la demanda.

## 5.6. ESTUDIO TÉCNICO

### 5.6.1. Ubicación del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

Tabla 39: Ubicación geográfica Mascarilla	
País	Ecuador
Provincia	Carchi
Cantón	Mira
Parroquia	Mira
Longitud	-78.0667
Latitud	0.483333



Fuente: [www.google.com.ec/maps](http://www.google.com.ec/maps); [www.zonu.com](http://www.zonu.com)

Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.6.2. Capacidad de almacenaje de las máscaras de barro y arcilla

El almacenaje de las máscaras de barro y arcilla se lo efectuará en un espacio de 5 m cuadrados, de altura 2.5 m, en los cuales se ubicarán las góndolas con dimensiones de 2 m de largo, ancho 0.80 m y de alto 2m, por tal motivo se tendrá 8 góndolas las que almacenarán el producto.

Cálculo de volumen (metros)

Volumen = largo \* ancho \* altura

Volumen máscara  $0.5 * 0.5 * 0.2 = 0.05$

Volumen góndola  $2 * 0.80 * 5 = 3.2$

Volumen espacio almacenaje  $5 * 5 * 2.5 = 62.5$

**Tabla 40: Capacidad almacenaje**

Capacidad máscaras por góndola	Capacidad góndolas por cuarto	Capacidad máscaras por cuarto
3.2 vol. góndola / 0.05 vol. máscara = 64 máscaras	62.5 cuarto / 3.2 góndola = 20	62.5 vol. cuarto / 0.05 vol. máscara = 1250 máscaras

Elaborado por: Pedro Ruano

**Gráfico N° 5: Máscaras de barro y arcilla**



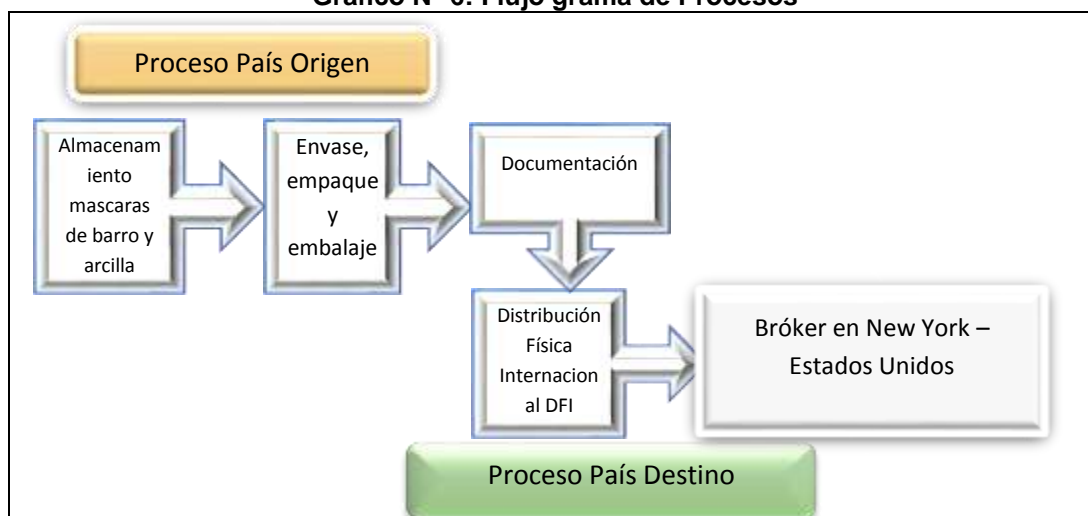
Fuente: Grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN"

Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.6.3. Flujo grama del proceso de comercialización de las máscaras de barro y arcilla.

El proceso de comercialización de las máscaras de barro y arcilla, se encuentra distribuido como se muestra en el siguiente gráfico.

**Gráfico N° 6: Flujo grama de Procesos**



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

#### 5.6.4. Ingeniería del proyecto investigativo

El Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN” no cuenta con espacios para el almacenamiento de las máscaras de barro y arcilla en sus casas, por ello se alquilará el coliseo de la comunidad para acopiar las máscaras elaboradas por las 9 socias, asumiendo los gastos de los servicios básicos, gastos de limpieza y suministros.

Para realizar el proceso de comercialización de las máscaras de barro y arcilla se necesita un Gerente operador de comercio exterior y un bodeguero que será el encargado del envase, empaque y embalaje del producto, para conocer los sueldos en el primer año proyectado. Ver Anexo.

**Tabla 41: Mano de obra requerida**

Concepto	Valor
Gerente operador de comercio exterior	1
Bodeguero	1

**Fuente:** Estudio de mercados

**Elaborado por:** Pedro Ruano

#### 5.6.5. Funciones de la mano de obra requerida

##### **Funciones del gerente operador de comercio exterior**

###### **Básica**

Realizar los diferentes procesos relacionados con el Comercio Exterior.

###### **Específicas**

Realizar el análisis e interpretación técnica de las disposiciones legales nacionales e internacionales.

Promover la simplificación y la facilitación en los procesos de Comercio Exterior.

##### **Funciones del Bodeguero**

###### **Básica**

Preparar las artesanías de barro y arcilla para la comercialización a New York – Estados Unidos.

## Específicas

Receptar las máscaras de barro y arcilla.

Preparar las máscaras de barro y arcilla en los respectivos envases, empaque y embalajes.

Efectuar el marcado de las cajas.

### 5.6.6. Datos del producto

A continuación se presenta cálculos con los datos brindados por el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, que parten desde el peso por cada una de las máscaras de barro y arcilla, luego las unidades que caben en cada caja con un valor de 12, el costo unitario de la máscara es de 50 USD, cabe mencionar que este costo es el precio de venta de las máscaras por parte del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, sin contar con la adecuación necesaria (sistema de envase, empaque y embalaje) para la comercialización a nivel internacional.

**Tabla 42: Datos máscaras de barro y arcilla**

Concepto	Valor
Peso por máscara	0,45
Máscaras por caja	12
Costo de la máscara	50

Fuente: Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

Elaborado por: Pedro Ruano

## 5.7. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL (DFI)

Gráfico N° 7: Distribución física internacional (etapas del proceso DFI)



Fuente: Comercio Internacional para Pymes

Elaborado por: Pedro Ruano

**La distribución física internacional (DFI).**- es el proceso logístico que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. (Orlando, J., 1997).

### 5.7.1. Datos básicos producto, embarque e información adicional.

A continuación se describe de una manera específica la información que corresponde a: características del producto, características del embarque e información adicional del proceso de comercialización de artesanías de barro y arcilla desde Mira – Carchi hasta New York – Estados Unidos.

Tabla 43: Datos básicos de las máscaras de barro y arcilla

Concepto	Valor
Nombre técnico o comercial del producto	Estatuillas de cerámica
posición arancelaria en el país exportador	69.13.90.00
posición arancelaria en el país importador	69.13.90.00
unidad comercial de venta	Cajas cartón que contienen las máscaras de barro y arcilla
Moneda de transacción.	USD
Valor ex-work de la unidad comercial.	648,84

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

En la tabla presentada anteriormente se muestra la clasificación arancelaria, la unidad comercial que son las máscaras de barro y arcilla, el tipo de moneda a utilizar en la negociación que son USD y el valor ex work que corresponde al precio de las cajas que contienen las máscaras en el local del exportador.

**Tabla 44: Datos básicos para el transporte de las máscaras de barro y arcilla en forma anual**

Concepto	Valor
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Quito - Pichincha
País de destino	Estados Unidos
Ciudad de punto de destino	New York
Nº de unidades comerciales por embarque (Cajas) anual	336
Valor inicial del embarque (EXW)	218.020,3
tipo de embalaje	Pallets
tipo de unidad de carga	Camioneta
Nº total de embalajes	12
Nº total de unidades de carga	4

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

Los datos básicos de las máscaras de barro y arcilla muestran el país y ciudad de destino para el producto, el número de cajas que se comercializan al año, el valor inicial de todo el embarque, el tipo de embalaje que para el estudio es el pallet, el tipo de unidad de carga que es la utilización de una camioneta por envío para transportar las cajas que contiene las máscaras de barro y arcilla, el número total de unidades de carga que son los pallets utilizados por envío trimestralmente 3 y multiplicados por los cuatro envíos 12.

**Tabla 45: Datos adicionales**

Concepto	Valor
Término de negociación	CIF
Forma de pago	Carta de Crédito
Plazo	30días
Tipo de cambio	1
Porcentaje de tasa de seguro	3%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	14.00 %
Tasa promedio interés anual	1.43 %
Inflación Anual país de destino	1.60%

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

Los datos adicionales presentan el término de negociación que es CIF, la utilización de este término permite cubrir las responsabilidades del embarque hasta la Aduana de destino, la forma de pago es la carta de crédito, tipo de

cambio, la tasa promedio de interés anual que se ha tomado los datos de la inflación histórica de Estados Unidos y la inflación actual.

### **5.7.1. Datos del proyecto de investigación**

#### **5.7.1.1. Valor inicial del embarque (ex work) por envío trimestralmente**

El valor EXW de cada unidad de carga (pallet) se lo obtiene al multiplicar el valor de cada caja que cuesta 648,84 USD, por el total de cajas que caben en un pallet que son 28 y multiplicado por los tres pallet a utilizar en cada envío trimestralmente obteniendo un valor de 54.502,56 USD.

#### **5.7.1.2. Número de unidades comerciales por embarque (cajas de cartón que contienen las máscaras de barro y arcilla)**

El número de unidades comerciales corresponde al total de cajas que está dispuesto a enviar el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, que es de 84 cajas en la cual constan 12 piezas por caja y estos envíos se los efectuará trimestralmente.

“Norma ISO 3394: referencia las dimensiones de las cajas, las estibas o plataformas y las cargas paletizadas. Por ejemplo, las dimensiones de las bases de las cajas deben corresponder a un módulo de 60 x 40 cm de medida externa. Otros parámetros como la altura deben acondicionarse a las dimensiones de los productos comercializados. Las medidas de las cajas individuales de los productos exportados deben acondicionarse internamente al módulo estipulado. En el caso de las estibas requeridas para la unitarización de la carga, según la norma, deben corresponder al modo de transporte, así: vía aérea, 120 x 80 cm.; vía marítima, 120 x 100 cm.” (Revista de Logística, s.f.)

### **5.7.2. Preparación del envase para las máscaras de barro y arcilla**

El envase primario que se utilizará para proteger las artesanías de barro y arcilla al momento del transporte internacional es el papel, el envase secundario será la esponja.

Al utilizar los diferentes materiales para el envase, empaque y embalaje de las artesanías de barro y arcilla, se tendrá una presentación como en la siguiente imagen.



**Gráfico N° 8: Preparación del envase y empaque**



**Fuente:** Logistics Solutions, s.f.  
**Elaborado por:** Pedro Ruano

### **5.7.3. Tipo y número de envase**

El tipo de envase para las máscaras de barro y arcilla son: papel y esponja que tendrán un contacto directo con las máscaras y estas tienen un peso de 0,45 kg, en número de envases por envío trimestralmente es de 1008.

#### **5.7.3.1. Marcado**

Para el ingreso del producto al país destino es necesario, que las cajas estén marcadas con las siguientes referencias: marcado estándar, marcas informativas y marcas de manipulación.

**Tabla 46: Marcado del producto**

<b>Marcado Estándar</b>	<b>Marcas Informativas</b>	<b>Marcas de Manipulación</b>
Contienen información sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, etcétera.	Es la información adicional que: aparece en el empaque o embalaje como: País de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto, dimensiones de las cajas, entre otros.	Es la información sobre el manejo y advertencias en el momento de manipular o Transportar la carga, en este caso se utilizan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.



Fuente: Logistics Solutions, s.f., Guía Logística Internacional, 2014  
 Elaborado por: Pedro Ruano

## 5.7.4. Cubicaje.

### 5.7.4.1. Unitarización y elección del medio de transporte

“Es la agrupación de mercancías en unidades superiores de carga, con el fin exclusivo de facilitar su transporte, por lo que debe conservar su integridad durante el tiempo que dure su movilización. La paletización y la contenedorización constituyen las modalidades más comunes de unitarización de la carga.” (Vallejo. C & Loyola. I, 2014)

En la utilización de los pallets se debe tener el sello del pallet Sanitizado, por ello se debe tomar en cuenta la siguiente nota:

“El sello del Pallet Sanitizado.- En Ecuador, el sello para certificar que el pallet está libre de plagas y que se ha sometido a uno de los dos tratamientos ya mencionados, debe detallar: El logo de IPPC, código del productor / proveedor, ejemplo: EC-R-130 (EC: Ecuador, R: inicial de provincia, 130: número de registro), HT (tratamiento térmico) o MB (bromuro de metilo), AGROCALIDAD (país).” (Guía Logística Internacional, 2014, pág. 23)

Además, cabe mencionar que según la Guía Logística Internacional los pallets son:

“Pallet universal o americano mide 1,20 x 1,00 metros (largo x ancho), el pallet europeo mide 1,20 x 0,80 metros (largo x ancho). La altura máxima para los 2 tipos de pallets es de aprox. 14 cm. Un contenedor de 40 pies tiene capacidad para transportar internamente un total de 23 pallets europeos (120 x 80 cm) o 20 pallets americanos (120 x 100 cm), aprovechando la superficie del contenedor en un 80% y 87% respectivamente.”

Para el desarrollo del proyecto se utilizará la siguiente tabla, que permitió identificar todos los cálculos referentes al cubicaje de las máscaras de barro y arcilla, en relación al volumen de caja y de pallets.

**Tabla 47: Cálculo cubicaje del producto por pallet**

	Cálculo de cubicaje	Empaque cajas	Unidad de carga pallet
Pallets	Nº cajas por 12		28 cajas por pallet
	Nº Máscaras	336	
	Largo mts	0,5	1
	Alto mts	0,2	1,4
	Ancho mts	0,5	1
	volumen total del embarque m3	0,05	1,4
	Peso por máscara (kg)	0,45	151,2
Peso total del embarque ton	0,1512	0,1512	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.7.5. Elección del medio de transporte

El envío de las artesanías de barro y arcilla se lo efectuará, a través, del medio de transporte aéreo porque este presenta mayores beneficios para el producto, a continuación se detalla las principales características.

“La gran velocidad, mayor frecuencia de servicios, accesibilidad, son las principales ventajas características propias del modo aéreo. La existencia y disponibilidad en la mayoría de los tráficos internacionales de aviones de distinta característica como ser los cargueros o los aviones “mixtos”, llamados así por la posibilidad de transportar pasajeros y carga en el mismo compartimiento, hacen de este un medio de transporte de gran significación.” (Guía Logística Internacional, 2014, pág. 38)

De acuerdo con Logística.com.ec “Consulta de costos de fletes”, se determinó que la mejor tarifa para el transporte aéreo es AMERICAN AIRLINES INC, que posee un costo promedio de 1.90 por Kg. Ver Anexo.

### 5.7.6. Análisis tiempos y costos país de origen

#### 5.7.6.1. Envase de las máscaras de barro y arcilla en forma anual

El envase para las máscaras de barro y arcilla que se utilizará es el papel sulfito, este papel estará en contacto directamente con las máscaras para impedir el contacto entre una y otra, de esta manera evitar posibles roturas del producto.

**Tabla 48: Envase de las máscaras de barro y arcilla anualmente**

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Costo de Operación
Papel sulfito	0,05	4032	202	202
Totales				202

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.7.6.2. Empaque marcado de las máscaras de barro y arcilla en forma anual

Para el empaque, embalaje y marcado del producto se utilizará la esponja de poli estireno, esta permitirá proteger a las máscaras entre cada unidad, en las cajas de cartón corrugado se colocaran 12 máscaras por espacios individuales, para luego poner cinta adhesiva en las cajas y finalmente las diferentes etiquetas necesarias para ingresar los productos al mercado exterior.

**Tabla 49: Empaque / marcado del producto anualmente**

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Costo de Operación
Cajas de cartón corrugado doble	0,5	336	168	168
Esponja de poli estireno	0,5	4032	0,5	0,5
Etiquetas caja	0,05	336	16,8	16,8
cinta adhesiva	0,5	5	2,5	2,5
Totales				44,75

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

### 5.7.6.3. Unitarización en forma anual

En la unitarización se utilizarán esquineros, mallas para que de esta manera las cajas puedan ser agrupadas en los pallets, logrando que la mercadería pueda ser manipulada, almacenada y trasladada de una manera segura y en una unidad de carga.

**Tabla 50: Unitarización para exportación del producto anualmente**

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Costo total de operación USD
Pallets	8	12	96	96
esquineros	5	48	240	240
malla	8	12	96	96
Totales				432

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

### 5.7.6.4. Manipuleo en el local del exportador en forma anual

Para el manipuleo se realiza la carga de los pallets al vehículo de transporte, el precio por carga de cada caja es 0.25 USD, por tal motivo en la carga de

las 336 cajas que contienen las cajas de máscaras de barro y arcilla, se obtiene un costo de operación de 84 USD.

**Tabla 51: Manipuleo en el local del exportador anualmente**

Descripción	Costo por vehículo	Cantidad	Costo total de operación USD
Cargue de las cajas a la camioneta	0,25	336	84
Totales			84

**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Pedro Ruano

#### 5.7.6.5. Documentación por envío en forma trimestral

Los documentos de exportación son muy importantes para que la mercadería pueda ser transportada desde un punto de origen hacia un punto destino, según la Ficha Comercial Estados Unidos 2015, elaborada por PRO ECUADOR son: Factura Comercial, Lista de empaque (opcional), Certificado de origen y Certificado de bienes no Patrimoniales, los que se detallan de una manera más práctica en la tabla siguiente.

**Tabla 52: Documentación necesaria por envío**

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Tiempo en Horas	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Factura Comercial	0	1	0	0	0
Lista de empaque	0	1	0	0	0
Certificado de Origen	11,2	1	2	0,25	11,2
Certificado bienes no Patrimoniales	0	1	2	0,25	0
Totales			4	0,50	11,2

**Fuente:** Estudio de Mercado  
**Elaborado por:** Pedro Ruano

#### 5.7.6.6. Transporte Interno en forma anual

En este punto solamente se utilizará una camioneta, que trasladará los pallets que contiene las cajas de las máscaras de barro y arcilla desde Mascarilla hacia el punto de embarque Quito, obteniendo un costo total de operación de 180 USD, valor correspondiente a cada uno de los envíos que se efectuarán trimestralmente.

**Tabla 53: Transporte interno anualmente**

Descripción	Costo unitario vehículo por envío	Cantidad de vehículos	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Flete interno camioneta	180	4	4	720
Totales			4	720

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

#### 5.7.6.7. Manipuleo de Embarque en forma anual

Corresponde al cargue de los pallets al transporte aéreo, una vez entregado los pallets por parte de la camioneta utilizada en el transporte interno.

**Tabla 54: Manipuleo de embarque anualmente**

Descripción	Costo por EMBARQUE	Cantidad	Tiempo en horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Cargue de pallets al transporte internacional	10	12	3	0,13	120
Totales				0,13	120

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

#### 5.7.6.8. Agentes en forma anual

El Agente de carga será el encargado de realizar los procesos necesarios para poder realizar la exportación de las máscaras de barro y arcilla desde Ecuador hacia Estados Unidos, con todos los documentos respectivos.

**Tabla 55: Costo Agente de carga anualmente**

Descripción	Costo por embarque	Numero envíos	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Agente de carga	112	4	4	0,5	488
Totales			6	0,5	488

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

#### 5.7.6.9. Costos Bancarios en forma anual

Los costos bancarios se dan por la utilización de la forma de pago que es la carta de crédito, este valor se calcula del valor FCA de la mercadería, multiplicado por la tasa del banco que representa el 2%.

**Tabla 56: Costos bancarios anualmente**

Descripción	VALOR FCA	Tasa del banco	tiempo de contratación en horas	tiempo de contratación en Días	Costo final USD
Costo carta de crédito	218536,26	2,00%	2,00	0,25	4370,73

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.7.7. Análisis de costos en el transporte internacional

#### 5.7.7.1. Flete Internacional por envío en forma trimestral

Los costos ocasionados en este parámetro son el costo por kg en el medio de transporte como es el aéreo, basados en datos de Aerolínea Fervadelivery.

**Tabla 57: Flete internacional por envío**

Descripción	Costo unitario por embarque x kilo	Cantidad de kilos	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Flete internacional	16,92	454	6	7681,68
Totales			6	7682

Fuente: Fervadelivery.  
Elaborado por: Pedro Ruano

#### 5.7.7.2. Seguro Internacional

Para el cálculo del seguro internacional se establece una tasa prima de 3%, que resulta al multiplicarlos por el valor CFR.

**Tabla 58: Costo Seguro internacional (anual)**

Descripción	Valor asegurado	Prima	Tiempo de contratación en horas	Tiempo en días	Costo de operación
Cobertura de todo riesgo	232254,50	3%	3	0,38	6967,64

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Pedro Ruano

#### 5.7.7.3. Costos en el tránsito internacional

Los costos de tránsito internación se tomó el valor de flete internacional y seguro internacional, obteniendo un valor total de costos directos de 24057,9 USD y un valor en días de 10,7. Ver anexo.

**Tabla 59: Análisis de costos en el tránsito internacional**

<b>Costos directos</b>	<b>Costo</b>
FLETE INTERNACIONAL	7.682
VALOR CFR	232.255
SEGURO INTERNACIONAL	6.968
VALOR CIF	239.222

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

Los costos presentados anteriormente son hasta el término de negociación internacional, en este caso el CIF, el cual, ayudó a determinar las responsabilidades del vendedor y del comprador.



## 5.8. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.8.1. Inversión Inicial

La inversión inicial corresponde a todos los gastos necesarios para efectuar el proceso de comercialización de las máscaras de barro y arcilla, además, cabe mencionar que como la asociación ya se encuentra formada no se tendrá que incurrir en gastos de Constitución. Ver anexo.

**Tabla 60: Capital de operación**

Concepto	Valor
Costos de las máscaras	208.215
Gastos Administrativos	9.806
Gastos de Exportación	54.790
Total Costo Anual	272.811
Total Costo Diario	758
Ciclo de caja	120
Capital de Operación	90.937

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

#### 5.8.1.1. Estructura de financiamiento para el proyecto

Para la comercialización de las máscaras de barro y arcilla, la asociación Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN), necesita una inversión de 93.681 USD, los cuales poseen un financiamiento del 60%, capital propio correspondiente a 56.208 USD que el valor anual dividido para las 9 socias y capital ajeno del 40% correspondiente a 37.472 USD.

**Tabla 61: Estructura de financiamiento para el proyecto**

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	56.208
Capital Ajeno	40%	37.472
Total	100%	93.681

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

#### 5.8.1.2. Amortización de la deuda

El préstamo se lo efectuará en el banco de Fomento por un valor de 37.472 USD, el plazo para el pago de la deuda es de 6 años, en los cuales se pagará una tasa anual del 11,20%, que corresponde a un crédito comercial (Banco Nacional de Fomento, 2015), una la tasa mensual de 0.0093, obteniendo una cuota mensual de 717,09 USD, con un valor anual de interés

de 3.963,41 y el pago de capital de 4.641,72 USD para el primer año, para los pagos de la deuda proyectados. Ver anexo.

Para solicitar un préstamo en el Banco Nacional de Fomento es necesario presentar los siguientes requisitos:

**Tabla 62: Requisitos para efectuar un préstamo en el BNF**

Descripción de documentos
Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante
Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante.
Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación es opcional.
Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante.
Copia de RUC o RISE del solicitante para montos mayores a \$3.000
Plan de Inversión (formato entregado por el BNF para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000).
Proyecto de factibilidad de la actividad productiva desarrollar para préstamos superiores a \$100.000

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento (BNF), 2015

**Elaborado por:** Pedro Ruano

**Tabla 63: Amortización de la deuda**

Concepto	Valor
<b>Monto</b>	37.472
<b>Tasa Anual</b>	11,20%
<b>Tasa Mensual</b>	0,0093
<b>Plazo</b>	72
<b>Cuota</b>	717,09

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

## 5.8.2. Proyección Costos de Producción

En las proyecciones de costos de producción se utilizó como referencia un porcentaje de inflación promedio, de esta manera el costo por máscara se lo multiplica por el dato antes mencionado.

Los costos de producción se refieren a los insumos utilizados para la preparación del envase, empaque y embalaje de las máscaras de barro y arcilla, tomando en cuenta que se efectuará envíos trimestrales.

**Tabla 64: Costos proyectados adecuación del producto**

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Máscaras</b>	201.600	204.483	207.407	210.373	213.381	216.433
<b>Talento Humano</b>	5.234	6.123	6.730	7.399	8.133	8.940
<b>Gastos Generales de fabricación</b>	1.381	1.401	1.421	1.441	1.462	1.483
<b>Etiquetas de información</b>	121	123	124	126	128	130
<b>Agua</b>	300	304	309	313	318	322
<b>Energía Eléctrica</b>	600	609	617	626	635	644
<b>Suministros de limpieza</b>	360	365	370	376	381	386
<b>Depreciaciones</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Total Costos de adecuación del producto</b>	208.215	212.006	215.558	219.213	222.976	226.856

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.8.3. Gastos administrativos proyectados

En el proyecto de igual manera se incurre en gastos administrativos, que corresponde a sueldos y demás gastos necesarios para la comercialización de máscaras de barro y arcilla, desde el punto de origen hasta el punto de destino.

**Tabla 65: Gastos administrativos proyectados**

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Sueldos</b>	9.326	10.946	12.033	13.227	14.540	15.984
<b>Servicios Básicos</b>	120	122	123	125	127	129
<b>Suministros de Oficina</b>	240	243	247	250	254	258
<b>Suministros de Limpieza</b>	120	122	123	125	127	129
<b>Depreciaciones</b>	0	776	776	776	807	807
<b>Amortizaciones</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Total Gastos Administrativos</b>	9.806	11.433	12.527	13.728	15.048	16.499

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.8.4. Gastos de exportación proyectada

Entre los gastos de exportación que incluyen el proceso del proyecto, se encuentran los rubros correspondientes hasta el término de negociación planteado como es CIF.

**Tabla 66: Gastos de exportación proyectada**

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Manipuleo en el local de exportador</b>	336	341	346	351	356	361
<b>Documentación</b>	105	106	108	109	111	113
<b>Transporte interno</b>	2.880	2.921	2.963	3.005	3.048	3.092
<b>Agentes</b>	1.792	1.818	1.844	1.870	1.897	1.924
<b>Costos bancarios</b>	17.483	17.733	17.986	18.244	18.505	18.769
<b>Capital e inventario - país de origen</b>	1.467	1.488	1.509	1.530	1.552	1.575
<b>Flete internacional</b>	400	406	412	417	423	429
<b>Seguro internacional</b>	26.963	27.348	27.739	28.136	28.538	28.946
<b>Capital e inventario - tránsito internacional</b>	2.430	2.465	2.500	2.536	2.572	2.609
<b>Capital e inventario en el país de destino</b>	135	137	139	141	143	145
<b>Manipuleo de desembarque</b>	800	811	823	835	847	859
<b>Total Gastos de Exportación (Ventas)</b>	54.790	55.574	56.369	57.175	57.992	58.822

Fuente: Estudio de Mercado  
 Elaborado por: Pedro Ruano

## 5.8.5. Estados financieros

### 5.8.5.1. Balance general con financiamiento

Para la conceptualización del Balance General se ha tomado como referencia (El ABC de la Economía, 2015), explica que: “El Balance General es el estado financiero más importante para revisar la situación financiera de una empresa”, este estado está compuesto por: Activo, Pasivo y Patrimonio como se detalla a continuación.

Para el estudio solamente se tomarán los Activos correspondientes al capital de terceros, el proyecto necesita un préstamo bancario para efectuar el proceso de comercialización de las máscaras de barro y arcilla desde Carchi – Ecuador hacia New York – Estados Unidos.

**Tabla 67: Balance general - con financiamiento**

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	90.937	Deudas <1 Año	0
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>90.937</b>	<b>Total Pasivos Corto Plazo</b>	<b>0</b>
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	0	Préstamos Bancarios	37.472
Maquinaria y Equipo	0	<b>Total Pasivos Largo Plazo</b>	<b>37.472</b>
Muebles y Enseres	594		
Equipo de Computo	2.150	<b>Total Pasivos</b>	<b>37.472</b>
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>2.744</b>		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	0	Capital Social	56.208
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>0</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>56.208</b>
<b>Total Activos</b>	<b>93.681</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>93.681</b>

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

**5.8.5.2. Estado de resultados con financiamiento**

Se ha tomado como referencia (PUCESE, s.f.) donde explica que: “El Estado de Resultados muestra los ingresos, los costos y los gastos, así como la utilidad o pérdida neta de los resultados de las operaciones de la empresa (proyecto) durante un periodo determinado”, en el presente cálculo del Estado Financiero se tomó como referencia la oferta exportable relacionada con los costos de exportación de las máscaras de barro y arcilla, la utilidad neta del proyecto en cada año proyectado se encuentra con valores crecientes, el impuesto a la renta es del 22% según (Arteta, R. 2015)

**Tabla 68: Estado de resultados - con financiamiento**

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Ventas</b>	332.129	340.503	347.031	353.826	360.945	368.336
<b>Máscaras</b>	4.032	4.032	4.032	4.032	4.032	4.032
<b>Precio internacional máscara</b>	82,37	84,45	86,07	87,75	89,52	91,35
<b>- Costo de Ventas</b>	208.215	212.006	215.558	219.213	222.976	226.856
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	123.914	128.497	131.473	134.613	137.969	141.481
<b>- Gastos Operacionales</b>	64.596	67.783	69.671	71.679	73.848	76.128
<b>Gastos Administrativos</b>	9.806	12.209	13.303	14.504	15.856	17.306
<b>Gastos de Exportación</b>	54.790	55.574	56.369	57.175	57.992	58.822
<b>Utilidad Operacional</b>	59.318	60.714	61.802	62.934	64.121	65.353
<b>- Gastos Financieros</b>	3.963	3.416	2.804	2.120	1.355	500

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Interés Bancario	3.963	3.416	2.804	2.120	1.355	500
U.A.T.I	55.355	57.298	58.998	60.814	62.766	64.853
- 15% Particip. Trabajadores	8.303	8.595	8.850	9.122	9.415	9.728
Utilidad Antes de Impuestos	47.052	48.703	50.148	51.692	53.351	55.125
- 22% Impuesto a la Renta	10.351	10.715	11.033	11.372	11.737	12.127
Utilidad Neta	36.700	37.989	39.116	40.320	41.614	42.997

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.8.5.3. Flujos de efectivo

En el proyecto de comercialización de las máscaras de barro y arcilla desde Carchi - Ecuador a New York – Estados Unidos, se presenta el flujo de efectivo neto que presenta las entradas y salidas de dinero, como las principales entradas de dinero se tiene la entrega del préstamo de 36.375 USD y las ventas del producto; además, se presentan salidas de dinero que son el pago de interés del préstamo y la amortización de la deuda.

Tabla 69: Flujo de efectivo neto - con financiamiento

Entradas de efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Utilidad Neta		36.700	37.989	39.116	40.320	41.614	42.997
Recuperación Capital de Operación							90936,8
Préstamos Bancarios	37.472						
Total Entradas	37.472	37.476	38.765	39.892	41.127	43.466	133.934
Salidas de Efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Inversión Inicial Aporte Propio	56.208						
Inversión Inicial Solicitado	37.472						
Amortización de la Deuda		4.642	5.189	5.801	6.485	7.250	8.105
Pago Intereses		3.963	3.416	2.804	2.120	1.355	500
Total Salidas	93.681	8.605	8.605	8.605	8.605	8.605	8.605
= Flujo de efectivo Neto	-56.208	28.871	30.159	31.287	32.522	34.861	125.329

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

### 5.8.5.4. VAN, TIR, Periodo de recuperación (PR), Beneficio Costo (B/C)

**VAN.-** El resultado al calcular el VAN entrega un valor aceptable para el proyecto, por ello se determinó que existe una ganancia en el plan al descontar la inversión inicial, que permitirán efectuar el proceso de comercialización de las máscaras de barro y arcilla, además, según Lledó, P. en su publicación denominada “Comparación entre distintos criterios de

decisión (VAN, TIR Y PRI)” explica que: “la regla de decisión del VAN dice que todo proyecto de inversión deberá llevarse a cabo cuando el VAN es positivo ( $VAN > 0$ )” (pág. 4).

**TIR.-** El cálculo del TIR muestra que la tasa de interés máxima del proyecto en relación a préstamos, no incurre en futuros fracasos financieros. Esto se efectuó para conocer aquella tasa que se aplica al Flujo neto de caja permitirá que el VAN sea igual a cero.

**Periodo de Recuperación.-** “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (Váquiro, J. 2010), este indicador nos indica que la recuperación de la inversión inicial es de 2,06 años.

### **Criterios del Beneficio Costo (C/B)**

“ $B/C > 0$ ” Indica que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio; en conclusión, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

Relación  $B/C < 0$  Indica que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio; en conclusión, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse” (Gestiona Mundo, 2014)

En la presente investigación el proyecto debe aceptarse por motivo de que se obtiene más de un dólar en el benéfico.

**Tabla 70: VAN, TIR, PR, C/B**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
<b>VAN</b>	99.643,09
<b>TIR</b>	32,91%
<b>PR</b>	2,06
<b>B/C</b>	1,94

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

#### **5.8.5.5. Punto de equilibrio**

El cálculo del punto de equilibrio permite determinar el momento en, el cual, las ventas de las máscaras de barro y arcilla desde Carchi – Ecuador hacia New York – Estados Unidos, cubrirán de una manera exacta los costos incurridos en el proceso del proyecto.

**Tabla 71: Punto de equilibrio - con financiamiento**

Año	2016	
	Fijos	Variables
Costo de operacionales		
Máscaras de barro y arcilla		201.600
MOD		5.234
Costos Indirectos Fabricación		
Etiquetas de información		121
Agua	300	
Energía	600	
Suministros de limpieza	360	
Depreciaciones	0	
Total Costo de Producción	1.260	206.955
Gastos Operacionales	9.806	54.790
Gastos Administrativos	9.806	
Gastos de Exportación		54.790
Gastos Financieros	3.963	
Interés Bancario	3.963	
Costos y Gastos Totales	15.029	261.745
Unidades	4.032	
Costos y Gastos Unitarios	3,73	64,92
Total Costos y Gastos Unitarios	68,64	
% Utilidad	20%	
Precio de venta Unitario Internacional	82,37	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	861	

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano



## **CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA**

El proceso efectuado para la comercialización de las máscaras de barro y arcilla están de acuerdo a lo planteado, por motivo de que los valores necesarios para enviar las máscaras incrementan el producto en el mercado internacional, teniendo un precio de venta aceptable para los ingresos económicos que posee el segmento de mercado investigado.

Las máscaras de barro y arcilla que realiza el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, cuenta con un valor agregado en el mercado de New York – Estados Unidos, porque los gustos y preferencias de los consumidores se basan en adquirir productos que posean diseños exclusivos, elaborados en forma artesanal, que permitan conocer la cultura de otro país, convirtiéndose en una oportunidad comercial muy importante del mercado de artesanías.

Para la comercialización de las máscaras de barro y arcilla desde el punto de origen hasta el punto destino, no se toma en cuenta el proceso de producción de las artesanías de barro y arcilla, sino que el proceso empieza desde el almacenamiento de dicho producto en las instalaciones de la asociación, seguido por los costos y gastos necesarios para tener la mercadería lista en los procesos nacionales e internacionales a realizar.

La oferta exportable del “GAEN” no presenta incremento en los años proyectados, por motivo de que la demanda en New York – Estados Unidos, disminuye, este es un indicador importante que permitirá cubrir los diferentes pedidos internacionales, sin dejar en desabastecimiento al mercado local, puesto que algunos de los consumidores que valoran este tipo de diseños, se trasladan directamente al centro artesanal donde se muestran los diferentes productos elaborados.

Los datos financieros del proyecto ayudaron a determinar la relación de los diferentes costos y gastos necesarios para la exportación de las máscaras de barro y arcilla, obteniendo valores y ganancias aceptables para el desarrollo del plan, convirtiéndose en un proyecto rentable.

## BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

Arteta, R. 2015. *Tabla impuesto renta/donaciones/ sucesiones*. Recuperado de: <http://www.rap.com.ec/es/inicio/15-espanol/noticias/111-en-22-se-fija-el-impuesto-a-la-renta-para-las-empresas.html>

Asamblea Nacional. *Constitución del Ecuador (2008)*. Recuperado de: [http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)

Banco Nacional de Fomento (BNF), 2014. *Tasas de interés activas*. Recuperado de: [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=49%3Atasas-de-interes-activas&catid=20%3Atransparencia-de-informacion&Itemid=88&lang=es](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49%3Atasas-de-interes-activas&catid=20%3Atransparencia-de-informacion&Itemid=88&lang=es)

Bolivia Emprende, 2015. *Competitividad*. Recuperado de: <http://boliviaemprende.com/publicaciones/reporte-de-competitividad-global-2014-2015-world-economic-forum>

Calderón, P. 2010. *Plan de exportación de artesanías*. Recuperado de: <file:///I:/%C2%A0piter/PLAN-DE-EXPORTACION-DE-ARTESANIAS.pdf>

Edgardo S. (2010). *La evaluación integrada de proyectos de inversión*. Recuperado de: [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/Efectos\\_de\\_Inflacion.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/Efectos_de_Inflacion.pdf)

Embajada de los Estados Unidos, Buenos Aires – Argentina (2014). *Qué es el sgp (sistema generalizado de preferencias arancelarias)*. Recuperado de: [http://spanish.argentina.usembassy.gov/gsp\\_espaol.html](http://spanish.argentina.usembassy.gov/gsp_espaol.html).

Enciclopedia Financiera, 2010. *Tasa de desempleo*. Recuperado de: <http://www.encyclopediainanciera.com/indicadores-economicos/tasa-de-desempleo.htm>

Servicio Público de Empleo Estatal, 2014. *Estudio Prospectivo del Sector Logístico, 2014*. Recuperado de: [http://www.sepe.es/contenidos/observatorio/mercado\\_trabajo/2410-1.pdf](http://www.sepe.es/contenidos/observatorio/mercado_trabajo/2410-1.pdf)

Foro Económico Mundial (2015), *Índice global de competitividad 2014-2015*. Recuperado de: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2014-15.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf).

Fundamentación Cultural Armella, 2008. *Documentos en barro, artesanía prehispánica*. Recuperado de: <http://excerpts.numilog.com/books/9789689342106.pdf>

Grupo del Banco Mundial, 2014. *Doing bussines*. Recuperado de: <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploretopics/starting-a-business>

Gutiérrez. D & Navarro. M, Universidad Autónoma del Caribe, *Plan exportación de artesanías hacia estados unidos, (2012)*. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/DiegoGutierrez8/plan-de-exportacion-artesantias>

Hernández, Y. *Comercialización de cerámicas en barro elaboradas en montúfar – ecuador y su comercialización en miami – estados unidos*, Recuperado de:

<http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/71/1/076%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20CER%C3%81MICAS%20EN%20BARRO%20ELABORADO%20EN%20MONT%20C3%9AFAR-%20ECUADOR%20Y%20SU%20DEMANDA%20EN%20MIAMI%20-%20ESTADOS%20UNIDOS%20-%20HERN%C3%81NDEZ%20BENAVIDES,%20YADIRA.pdf>

Klaus Schwab, 2010. *The global competitiveness report*. Recuperado de: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GCR\\_Report\\_2011-12.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf)

Lerma, A. 2010. *Comercio y marketing internacional*.

Lledó, P. (s.f.), *Comparación entre distintos criterios de decisión (VAN, TIR y PRI)*. Recuperado de: <http://www.masconsulting.com.ar/anterior/Documentos/a%20articulos%20pdf/03-03.PDF>

Ministerio de Economía y Finanzas Perú, 2014, *Acuerdos internacionales*. Recuperado de: [https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2441&Itemid=101704&lang=es](https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2441&Itemid=101704&lang=es).

Ministerio de Coordinación de la Política Económica, *Agenda de la política económica para el Buen Vivir (2001 – 2013)*. Recuperado de: <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/agenda-version-web.pdf>

Organización Mundial del Comercio (OMC), 2015. *Arreglos comerciales preferenciales*. Recuperado de: <http://ptadb.wto.org/default.aspx>

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, (PUCESE), s.f. Recuperado de: <http://www.pucese.edu.ec/index.php/features/informacion-financiera/54-estados-de-resultados-pucese>

PRO ECUADOR, *Código orgánico de la producción comercio e inversiones (2011)*. Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>

PRO ECUADOR, 2014, *Guía logística internacional*. Recuperado de: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/PROEC\\_GL2014\\_INTERNACIONAL.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/PROEC_GL2014_INTERNACIONAL.pdf)

Red Iberoamericana de innovación y transferencia de tecnología para el fortalecimiento artesanal (RITFA), 2011. *Estado del arte del sector artesanal en América latina*. Recuperado de: [http://www.rifra.net/artesanos/templates/rifra/Libros/No\\_5\\_Libro\\_digital\\_Estado\\_del\\_Arte\\_del\\_Sector\\_Artesanal\\_Latinoamer.pdf](http://www.rifra.net/artesanos/templates/rifra/Libros/No_5_Libro_digital_Estado_del_Arte_del_Sector_Artesanal_Latinoamer.pdf)

René A. Hernández, CEPAL (2006), *Trade map*. Recuperado de: [http://www.cepal.org/deype/noticias/noticias/3/23923/ppt\\_cepai\\_trademapa.pdf](http://www.cepal.org/deype/noticias/noticias/3/23923/ppt_cepai_trademapa.pdf)

Revista de Logística, 2014, *Sistemas de empaque y embalaje: calidad de exportación*. Recuperado de: [http://www.revistadelogistica.com/Sistemas\\_empaque\\_n3.asp](http://www.revistadelogistica.com/Sistemas_empaque_n3.asp)

Revista de Logística, s.f., *Normas de empaque tipo exportación*. Recuperado de: <http://www.revistadelogistica.com/art-11-Normas-de-un-empaque.asp>

Rodríguez, J. 2011. *Modalidades de la investigación Científica*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/50045935/Modalidades-de-la-investigacion-cientifica>

Santander Trade, 2015. Recuperado de: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013. *Plan nacional del buen vivir (2013 – 2020)*. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>

SMI - Salario Mínimo Interprofesional, *datosmacro.com*. Recuperado de: <http://www.datosmacro.com/>

Torres, O. & Barrera G, 2007. *Estudio de viabilidad para la exportación de artesanías elaboradas en guadua a Alemania*. Recuperado de: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4141/T11.07%20P186e.pdf?sequence=1>

# **ANEXOS**

**Fotografias de Entrevista Realizada a: Ana Lucia Lara, presidenta del Grupo Artesanal Ezperanza Negra (GAEN)**



## **Cuestionario de la entrevista**

1. ¿Cuál es el proceso de producción de las artesanías?
2. ¿Qué tipo de productos ofertan actualmente?
3. ¿Cuáles son los principales productos que producen en mayor cantidad?
4. ¿Del total de su producción que cantidad de artesanías es para el consumo nacional y que cantidad es destinada para la exportación?
5. ¿Cada que tiempo realiza la producción su asociación?
6. ¿Cuánto les cuesta producir y cuál es el precio final de los tres principales productos que ofertan en el mercado nacional e internacional?
7. ¿Cuál es el peso, dimensiones, forma de embalaje, etiquetado de los tres productos principales que oferta su asociación?
8. ¿Actualmente su asociación con cuanto personal cuenta para la elaboración de las artesanías y cuál es el sueldo que percibe cada uno de ellos?

# Guía Aérea

RE-ORDER FROM ERP PRINTING - MIAMI, FL  
 "THE IMPORT & EXPORT FORMS SPECIALISTS"  
 TO REORDER CALL: 305-715-9545

380-10002613

Shipper's Name and Address		Shipper's Account Number	Not Negotiable <b>Air WayBill</b> <b>TRANSCARGA</b> <b>INTL. AIRWAYS</b> Issued by 8472 N.W. 72ND STREET MIAMI, FLORIDA 33166 USA				
Consignee's Name and Address		Consignee's Account Number	Copies 1, 3 and 4 of this Air Waybill are original and have the same validity. It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition except as noted for damage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREOF BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIABILITY OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.				
Issuing Carrier's Agent Name and City		Accounting Information					
Agent's IATA Code	Account No.						
Airport of Departure (Add. of First Carrier) and Requested Routing		Reference Number	Additional Shipment Information				
To	By First Carrier	Via	By	By			
Airport of Destination		Flight/Class	Amount of Insurance	INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions stated, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance".			
Handling Information				SI			
These commodities, technology or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Ultimate destination:				Diversion contrary to U.S. law prohibited.			
No. of Pieces (Gross)	Gross Weight (kg)	Rate Class	Commodity Description	Chargeable Weight	Tax / Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)
Prepaid	Weight Charge	Collect		Other Charges			
Insulation Charge							
No							
Use Other Charges (Not Agent)		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the transportation contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.					
Use Other Charges (Use Carrier)							
Total Prepaid		Total Collect		Signature of Shipper or his Agent			
Carrier's Government Rates		OO Charges to Ship/Consignee					
For Carriers Use only at Destination		Charges at Destination		Executed at (Date)	at (Place)	Signature of Issuing Carrier or its Agent	

380-10002613

NO. 3 ORIGINAL (FOR SHIPPERS)



### Costos directos país de exportación

Descripción	Costo	Tiempo días
Empaque	201,6	2,0
Embalaje	187,3	0,3
Unitarización	432,0	0,0
Manipuleo en el local del exportador	84,0	0,0
Documentación	26,2	0,0
Transporte interno	720,0	1,0
Manipuleo Embarque	120,0	0,1
Agentes	448,0	0,5
<b>COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN</b>		
Bancarios	4370,7	0,3
Costo de Oportunidad	366,7	4,2
<b>TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>6956,5</b>	<b>4,2</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Pedro Ruano

### INCOTERMS

Años	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Valor del embarque	218.020	18.620	19.007	19.412	19.835	20.280
<b>EXW</b>	<b>218.020</b>	<b>18.620</b>	<b>19.007</b>	<b>19.412</b>	<b>19.835</b>	<b>20.280</b>
Manipulación local X	84	3	3	3	3	3
Unitarización	432	277	281	285	289	293
<b>FCA/FAS</b>	<b>218.536</b>	<b>18.900</b>	<b>19.291</b>	<b>19.700</b>	<b>20.128</b>	<b>20.576</b>
Transporte interno	720	183	185	188	191	193
Manipuleo Embarque	120	132	134	136	138	140
Agentes	448	454	467	488	516	554
Documentación	26	27	27	29	30	32
Capital e inventario país de origen	367	33	34	34	35	36
Bancarios	4.371	378	386	394	403	412
<b>FOB</b>	<b>224.588</b>	<b>20.106</b>	<b>20.524</b>	<b>20.968</b>	<b>21.440</b>	<b>21.943</b>
Flete Internacional	100	101	103	104	106	107
<b>CFR</b>	<b>224.688</b>	<b>20.208</b>	<b>20.627</b>	<b>21.072</b>	<b>21.546</b>	<b>22.050</b>
Seguro Internacional	6.741	606	619	632	646	662
<b>CIF</b>	<b>231.428</b>	<b>20.814</b>	<b>21.246</b>	<b>21.705</b>	<b>22.192</b>	<b>22.712</b>
Capital e inventario tránsito internacional	607	55	56	57	58	60
Manipuleo desembarque	200	203	206	209	212	215
<b>DAT</b>	<b>232.236</b>	<b>21.072</b>	<b>21.508</b>	<b>21.970</b>	<b>22.462</b>	<b>22.986</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Pedro Ruano

### Inversión Inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	2.744
Capital de Operación	90.937
Gastos de Constitución	-
Total Inversión Inicial	93.681

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

### Pago de la deuda

Años	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Interés	3.963,41	3.416,00	2.804,04	2.119,91	1.355,09	500,08
Capital	4.641,72	5.189,13	5.801,09	6485,22	7250,04	8105,05

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

## Fichas bibliográficas

Autor: PRO ECUADOR	Editorial: Dirección de Inteligencia Económica
Título: Barreras arancelarias	Ciudad, país: Ecuador
Año: 2013	
Resumen del contenido:	
<p>Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país</p>	
Elaborado por: Pedro Ruano	

Autor: Martínez, J.	Editorial: COFOCE
Título: Revista de Logística	Ciudad, país: Guanajuato, México
Año: 2014	
Resumen del contenido:	
<p>Sistema de empaque, envase y empaque son los alrededores de un producto durante el proceso que va desde su recolección (primario) hasta que llega al consumidor final, pasando por su almacenamiento (secundario), transporte y distribución (terciario)</p>	
Elaborado por: Pedro Ruano	

Autor: PRO ECUADOR	Editorial: Dirección de Inteligencia Económica
Título: Análisis del sector artesanal	Ciudad, país: Quito, Ecuador
Año: 2013	
Resumen del contenido:	
<p>Las tendencias actuales de consumo es buscar productos que sean útiles, valorando el diseño y creatividad del artesano, así como los materiales utilizados, la mayoría de los artículos se los usa como adornos en los hogares y en lugares de recreación</p>	
Elaborado por: Pedro Ruano	

## **Autorización del Grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN"**

### **GRUPO ARTESANAL ESPERANZA NEGRA "GAEN"**

---

Tulcán, 06 de Agosto del 2015

**Dr. Hugo Ruiz Enriquez**

Rector de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi

**Presente:**

Yo, Ana Lucía Lara Acosta con CI. 1002031654

Autorizo

De forma expresa e irrevocable al señor Pedro Felipe Ruano López, con cédula 0401514179, que en mi nombre y representación haga uso de la información otorgada para fines únicamente académicos, debidamente certificado por su unidad educativa, la información es de carácter confidencial, por lo cual, la responsabilidad por la difusión, alteración o uso distinto al análisis educativo, recaerá sobre el estudiante antes mencionado.

Acepto expresamente que el nombre del grupo Artesanal Esperanza Negra "GAEN", sea mencionado en el trabajo de titulación, denominado: *Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi.*

Atentamente



Ana Lucía Lara Acosta

PRESIDENTA DEL GRUPO ARTESANAL ESPERANZA NEGRA "GAEN".

CI: 1002031654

Dirección: Mascarilla, calle principal E-mail: [asociaciongaen6@gmail.com](mailto:asociaciongaen6@gmail.com)  
[laraacosta310@gmail.com](mailto:laraacosta310@gmail.com) teléfono: 0991825920

## ARTÍCULO CIENTÍFICO



### **PEDRO FELIPE RUANO LÓPEZ**

Egresado de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, en la escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, las prácticas pre-profesionales las realice en la Agencia de tramitación Aduanera IECO, actualmente soy funcionario público, trabajo en el Gobierno Provincial del Carchi, en el cual desempeño mis funciones de acuerdo a los valores éticos y morales impartidos en las aulas de clases. En mi proceso de aprendizaje en la Universidad tuve la oportunidad de asistir y aprobar cursos organizados por la Universidad sobre temas de Comercio Exterior, además, de asistir a las giras técnicas y académicas nacionales e internacionales establecidas en la malla curricular de la escuela.

“Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi”

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional. (ECEYNCI)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi  
(UPEC)

Tulcán – Ecuador

Correo electrónico: pedro.ruano040@gmail.com

### **Resumen**

*El mercado actual de artesanías de barro y arcilla presenta una gran oportunidad comercial para el sector artesanal de la provincia del Carchi, por ello se investigó la necesidad de llegar con las máscaras de barro y arcilla que elabora el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, ubicado en Carchi – Mascarilla al mercado de New York – Estados Unidos, permitiendo aprovechar las ventajas de este tipo de producto con respecto a los demás competidores.*

*En la actualidad en Estados Unidos no existen culturas que se dediquen a la elaboración de este tipo de productos, esto ha generado que ingrese mercadería de diferentes destinos convirtiendo a este país en uno de los principales Importadores a nivel mundial, una ventaja que debe aprovechar Ecuador es que cuenta con*

**Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi  
Pedro Ruano (UPEC – Ecuador)**

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

*artesanos que elaboran las artesanías de forma manual, de acuerdo a técnicas ancestrales adquiridas por sus antepasados.*

*El mercado de Estados Unidos ha sido el mejor puntuado de acuerdo a la valoración establecida en la investigación, por motivo de tener una mejor situación en los diferentes factores analizados que intervienen a nivel nacional e internacional, para un funcionamiento adecuado de su economía. Además cabe mencionar que Estados Unidos no es un mercado nuevo para la comercialización de artesanías de barro y arcilla para exportaciones desde Ecuador, esto facilita conocer los gustos y preferencias de los consumidores.*

*El segmento de mercado elegido para la comercialización de artesanías de barro y arcilla es la ciudad de New York, esto ha sido determinado según el perfil del consumidor para este tipo de producto que son las personas que poseen ingresos medios altos, con espacios en sus domicilios para tener adornos que embellezcan su hogar, además de tener un interés por los diseños exclusivos que permita conocer las diferentes culturas ancestrales del resto del mundo por ser una población en la que existe gran cantidad de turistas y viajeros frecuentes.*

*Otra ventaja que ofrece Estados Unidos para este tipo de producto, es que no cobra aranceles para el ingreso de las máscaras de barro y arcilla, esto genera que el producto posea mayor competitividad con respecto a los demás participantes del mercado, porque los diferentes impuestos no hacen que nuestro producto tenga un mayor costo, para finalizar se da a conocer datos del análisis financiero que determinan la inversión inicial para el proyecto es de 93.681, convirtiendo la investigación en factible, el VAN con financiamiento corresponde a un valor de 99.643, el TIR con financiamiento posee un porcentaje del 32,91%, el periodo de recuperación del proyecto es de 2,06 años y el costo beneficio (CB) es de 1,94.*

### **Abstract**

*The current market for crafts mud and clay presents a great business opportunity for the crafts sector in the province of Carchi, therefore it was investigated the need to come up with masks of mud and clay prepared by the Artisan Group Black Hope "GAEN" located in Mira - Carchi market of New York - United States, allowing taking advantage of this type of product compared to other competitors.*

*Nowadays in America doesn't exist cultures that are dedicated to the development of these products, this has meant that goods enter from different destinations making this country one of the major importers worldwide, an advantage that should be drawn is that Ecuador has artisans who make the handicrafts manually, according to ancient techniques acquired by their ancestors.*

*The United States market has been the highest ranked according to the value established in the investigation, because of having a better situation in the different analyzed factors that take part at national and international level for the proper functioning of the economy. Also it is worth mentioning that the United States is not*

**Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi**

**Pedro Ruano (UPEC – Ecuador)**

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

*a new market for the commercialization of mud and clay handicrafts exports from Ecuador, this makes it easier to know the tastes and preferences of consumers.*

*The market segment chosen for the marketing of mud and clay crafts is the city of New York, this has been determined according to the profile of the consumer for this type of product that are the people who have high income, with spaces in their homes in order to have decorations that bring beauty their home, as well as having an interest in exclusive designs charting the different ancient cultures around the world, also for being a population where there are plenty of tourists and frequent travelers.*

*Another advantage that the United States provides for this type of product is that it does not charge fees for entry of mud and clay masks, this causes that product has more competitiveness with respect to other market participants, because different taxes do not make that our product has a higher cost. Finally, it is made known details of financial analysis which determine the initial investment for the project is 93.681, turning research feasible, the NPV with financing corresponds to a value of 99.643, the IRR has funded a percentage of 32.91 %, the project payback period is 2.06 years and the cost-benefit (CB) is of 1.94.*

### **1. Introducción**

El presente proyecto tiene como finalidad realizar un estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla de la provincia del Carchi que permita identificar los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales, que va de la mano con la problemática del sector artesanal en el Ecuador, el mismo que presenta diversas dificultades como el volumen de producción, desconocimiento de su demanda en mercados internacionales, así como la falta de asociatividad, esto conlleva que esta investigación puntualice los mecanismos de comercialización adecuados, la cadena de suministro que necesariamente recaerán en el canal de distribución, sistema de envase, empaque y embalaje, incoterms, forma de pago y costos logísticos para lo cual se trabaja con las diferentes asociaciones que se dedican a la producción de artesanías de barro y arcilla de la provincia del Carchi.

Otro de los factores a considerar son las oportunidades comerciales que genere esta investigación para el sector artesanal de la provincia en donde se trabajó en la previsión de ventas la cual concentra a la demanda insatisfecha, efectiva, un aspecto importantísimo son los contactos con empresas extranjeras y estrategias de negociación internacional que permiten enfocar los mecanismos de comercialización.

En la actualidad una de las razones principales para que se realice la comercialización de artesanías desde el Ecuador es que posee una gran variedad de artesanías, herencia de su riqueza cultural y multiétnica, siendo así de las artesanías más admiradas de Sudamérica con productos únicos en su tipo debido al manejo de técnicas ancestrales que se han transmitido de generación en generación, además,

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

cabe mencionar que una ventaja es que se puede realizar la comercialización de artesanías de barro y arcilla a destinos muy lejanos porque es imperecedera, porque el material con el que ha sido elaborada no sufre cambios, deformaciones ni se altera demasiado.

Se conserva casi intacto y prácticamente en iguales condiciones que cuando fue fabricado. Gracias a su calidad y dureza, este tipo de artesanías puede permanecer enterrada durante siglos sin perder sus cualidades.

## **2. Materiales y métodos**

La metodología de investigación se basa en dos tipos de análisis como son: el análisis cualitativo y el análisis cuantitativo, porque son dos herramientas que permitieron efectuar un análisis general de los países sujeto de estudio así como un análisis definido al momento de conocer las características específicas de un determinado segmento de mercado al cual ingresar con el producto, para determinar la demanda existente en los mercados de Estados Unidos, España y Japón, para conocer los niveles de comercialización pertinentes que puede efectuar nuestro país.

### **2.1. Tipos de Investigación**

Investigación bibliográfica: considerando que se recurrió a libros especializados para realizar un estudio de mercados alternativos de las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales para la provincia del Carchi.

Investigación de Campo: porque la investigación se la realizó en el lugar de los hechos en este caso en el cantón Mira - Carchi, de esta manera se procedió a recolectar y registrar sistemáticamente la información proporcionada por la asociación Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”.

Investigación Descriptiva.- debido a que permitió manifestar el sujeto de estudio que se centra en el estudio de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi.

### **2.2. Técnicas de la Investigación**

Entrevista.- esta técnica permitió un contacto más directo con los actores del problema, fue aplicada a la presidenta del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, para conocer la producción de artesanías de barro y arcilla, además, se efectuaron otras preguntas de interés para la investigación. Ver anexos.

Fichaje.- como técnica de investigación se utilizó para la organización y sistematización de la información encontrada en medios bibliográficos. Ver anexo.

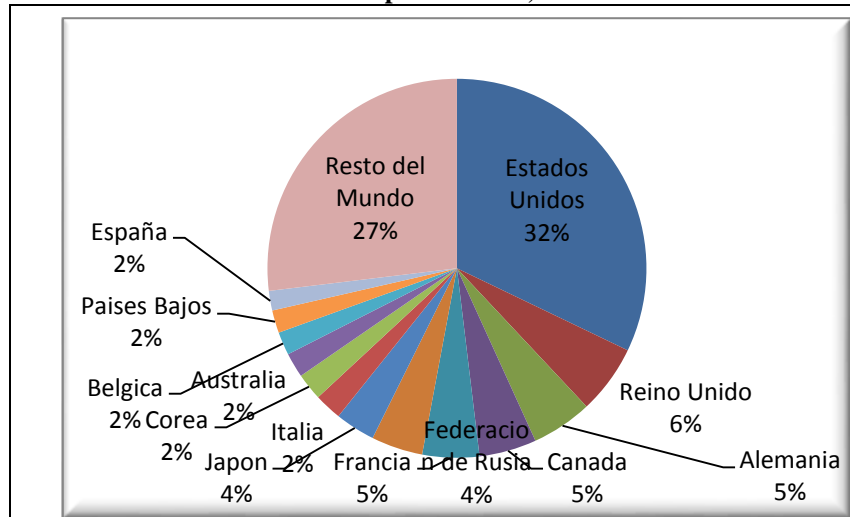


ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

### 3. Resultados y discusión

Para determinar los mercados alternativos para la exportación de las artesanías de barro y arcilla se tomó como referencia el siguiente gráfico:

**Gráfico N° 1:**  
**Lista de Países importadores de la partida 69.13.90.- Estatuillas y demás artículos para adorno; Los demás.**



Fuente: Trade Map 2014

Elaborado: Pedro Ruano

Dentro de los países sujeto de estudio se encuentran España, Estados Unidos y Japón; esta elección se la realizó al azar, para desarrollar un análisis más significativo tomando en cuenta las relaciones comerciales que los países identificados mantienen frente a Ecuador, es decir mayor información con respecto a bloques económicos, factores externos que permitieron ampliar y enriquecer el análisis externo para determinar el mercado más favorable.

#### 3.1. Matriz POAM

Para el desarrollo del proyecto investigativo se utilizó el Perfil de oportunidades y amenazas en el medio POAM, el cual permitió determinar el mercado óptimo para la comercialización de las máscaras de barro y arcilla desde Carchi - Mascarilla, obteniendo como resultado el mercado de New York – Estados Unidos que presenta las condiciones más favorables para realizar el proceso.

El POAM se lo realizó para calificar en qué grado se encuentran las Oportunidades y amenazas de cada uno de los factores externos de los países sujeto de estudio, a través de niveles bajo, medio y alto, lo que permitió analizar el impacto de cada uno de los indicadores investigados.

Los parámetros utilizados para la calificación son de 1 a 3 que corresponden a: 3 = nivel alto; 2 = nivel medio y 1 = nivel bajo.

# ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

**Tabla 1: Matriz POAM**

Factores socioeconómicos	ESPAÑA				JAPÓN				EEUU			
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas	
	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts
PIB	Bajo	1			Medio	2			Alto	3		
Crecimiento del PIB	Medio	2			Medio	2			Alto	3		
PIB per cápita	Medio	2			Medio	2			Alto	3		
Tasa de inflación anual	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Tasa de desempleo	Medio	2			Medio	2			Alto	3		
Frecuencia de consumo	Medio	1			Medio	2			Alto	3		
DOING BUSINESS	Medio	2			Medio	2			Alto	3		
Índice Global de Competitividad	Medio	2			Alto	3			Alto	3		
	Suma	15	Suma	0	Suma	17	Suma	0	Suma	23	Suma	0
	Promedio	1,875	Promedio	0	Promedio	2,125	Promedio	0	Promedio	2,875	Promedio	0
<b>Factores políticos</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>
Acuerdos Comerciales	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Riesgo político a corto plazo	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Riesgo político medio / largo plazo	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Suma	9	Suma	0	Suma	9	Suma	0	Suma	9	Suma	0
	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0
<b>Factores legales</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>Nivel</b>	<b>Pts</b>	<b>nivel</b>	<b>Pts</b>
Tipos de impuestos nacionales			Bajo	1			Bajo	1			Bajo	1
Barreras Arancelarias	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Barreras No Arancelarias	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Suma	9	Suma	0	Suma	9	Suma	0	Suma	9	Suma	0
	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0
<b>Factores geográficos</b>	<b>NIVEL</b>	<b>PTS</b>	<b>NIVEL</b>	<b>PTS</b>	<b>NIVEL</b>	<b>PTS</b>	<b>NIVEL</b>	<b>PTS</b>	<b>NIVEL</b>	<b>PTS</b>	<b>NIVEL</b>	<b>PTS</b>
Índice de Desempeño Logístico	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Medio de Transporte	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Medio de Transporte distancia	Medio	2			Medio	2			Alto	3		
	Suma	5	Suma	0	Suma	5	Suma	0	Suma	6	Suma	0
	Promedio	2,5	Promedio	0	Promedio	2,5	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0
	<b>ESPAÑA</b>				<b>JAPON</b>				<b>ESTADOS UNIDOS</b>			
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas	
Factores socioeconómicos	3,33		0,00		3,83		0,00		4,67		0,00	
Factores políticos	3,00		0,00		3,00		0,00		3,00		0,00	
Factores legales	2,00		0,50		2,00		0,50		2,00		1,00	
Factores geográficos	2,00		0,00		2,00		0,00		2,25		0,00	
Suma	10,33		0,50		10,83		0,50		11,92		1,00	
Promedio	2,58		0,13		2,71		0,13		2,98		0,25	

**Fuente:** Presente investigación / <http://gerest.es.tl/ANALISIS-POAM.htm>

**Elaborado por:** Pedro Ruano

## 3.2. Resultados POAM

El análisis de los factores socioeconómicos de los tres países sujeto de estudio, se presentaron oportunidades y amenazas que permiten identificar el mejor mercado para las artesanías de barro y arcilla, un parámetro relevante en la investigación es el crecimiento económico que ha tenido diferentes aspectos negativos en los tres países, sin dejar de analizar que las principales causas de no tener un crecimiento económico elevado es el desempleo que se atraviesa a nivel mundial, para ello cada país sujeto de estudio ha implementado políticas que ayudan a favorecer y mejorar la situación actual.

En relación a los factores políticos se ha tomado como referencia el análisis de acuerdos comerciales, el riesgo comercial a corto, medio y largo plazo, parámetros en los que los tres países sujeto de estudio presentan condiciones similares, en las oportunidades como en las amenazas.

**Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi**  
**Pedro Ruano (UPEC – Ecuador)**

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

Los factores legales en nuestra investigación se encuentran relacionados con los impuestos nacionales que presentan España, Estados Unidos y Japón, para el ingreso de productos a su mercado, por motivo de que las artesanías no son mercancías que deban pagar impuestos especiales se considera una amenaza con nivel bajo, con respecto a las barreras arancelarias no se presentan por motivo de acuerdos comerciales considerándose una oportunidad y las barreras no arancelarias de igual manera son una oportunidad, dado que lo único que deben presentarse son los requisitos técnicos de cada país.

Por ultimo al analizar los factores geográficos el país que genera una mayor oportunidad comercial para la comercialización de artesanías de barro y arcilla, es Estados Unidos por motivo de que entre Estados Unidos y Ecuador se presenta una distancia menor, con respecto al desempeño logístico se posee una oportunidad elevada en los tres países sujeto de estudio, porque son economías desarrolladas y por ende se encuentran en los niveles más altos de calidad.

Al contar con un análisis más exhaustivo se logró determinar que en estos factores el principal mercado o el más favorable es Estados Unidos, por motivo de que, presenta mayores oportunidades que los otros dos países, y con respecto a las amenazas el país que muestra menores riesgos es Estados Unidos seguido por Japón y España respectivamente.

Luego de haber analizado los diferentes aspectos de los tres países sujeto de estudio, en relación a los factores: socioeconómicos, políticos, legales y geográficos, se determina que en el cálculo de las Oportunidades menos las Amenazas que presenta cada uno de los mercados internacionales, se estableció como mercado potencial a Estados Unidos.

Estados Unidos es una de las economías con mayor importancia a nivel mundial, para nuestra investigación este mercado genera la mayor oportunidad comercial convirtiéndose en el país destino, para las artesanías de barro y arcilla exportadas desde Ecuador.

Las artesanías de barro y arcilla elaboradas por la asociación Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN), presentan una ventaja competitiva en el mercado internacional, por motivo de ser un producto que llama la atención de los consumidores por la cultura que representan y las formas interesantes en las cuales se las elabora.

### **3.3. Perfil del consumidor**

Existen parámetros que al momento de conocer los gustos y preferencias de las artesanías de barro y arcilla en Estados Unidos, de acuerdo a lo publicado en la ficha de PROECUADOR (2013) que: “Las tendencias actuales de consumo es buscar productos que sean útiles, valorando el diseño y la creatividad del artesano, así como los materiales utilizados, la mayoría de los artículos se los usa como adornos en los hogares y en lugares de recreación, hoteles...etc.”.

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

En Estados Unidos el perfil del consumidor está enfocado a productos innovadores y que se utilicen para mejorar la imagen del hogar, dando un aspecto más llamativo y agradable hacia la vista de las personas, de acuerdo a lo citado en el sitio web Mundo Artesano (2015):

Los gustos de los consumidores norteamericanos en artesanía están cambiando continuamente, por lo que es necesario innovar y mejorar la calidad también continuamente para poder competir. Las líneas de productos con mayor demanda en el mercado son: artículos para decoración de usos múltiples y coleccionables (artículos que adquieren un valor dada su vinculación a un evento). Estos últimos, han registrado el mayor crecimiento dentro del sector, con una tasa anual de crecimiento del 11.5%; siendo sus principales consumidores 25 millones de estadounidenses entre 45 y 65 años de edad, quienes han mostrado un marcado interés por transformar sus hogares en espacios agradables. Otra oportunidad de vender accesorios y regalos en Estados Unidos, es el alto poder adquisitivo de la población. Se calcula un gasto de 500 dólares en las compras de navidad a nivel per cápita. Asimismo, hay otras temporadas de gran demanda de regalos, como el día de San Valentín, día de las madres, día de acción de gracias, día de las brujas y pascuas. (párr. 3).


Mediante la información obtenida se puede determinar que, los principales demandantes de las artesanías de barro y arcilla, son personas que se encuentran en el rango de 45 a 65 años de edad, mismas que tienen alto poder adquisitivo, el cual, representa el 20% de la población.

A continuación se presentan gráficos y tablas que muestran de una manera más clara los resultados de la investigación.

### 3.4. Análisis del producto

Para tener mayor conocimiento del producto a comercializarse a continuación, se detalla de una manera más específica:

**Tabla 2: Ficha del producto (máscaras de barro y arcilla)**

Nombre del Producto	Artesanías de barro y arcilla	Nombre Técnico: No Aplica
<b>Capítulo 69 :</b>	Productos cerámicos	
<b>Partida Sist. Armonizado 6913 :</b>	Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica	
<b>Subpartida Sist. Armoniz. :</b>	69.13.90	
<b>Subpartida Regional 69139000 :</b>	- Los demás	
El producto terminado es de muy buena calidad. Para la decoración utilizan rámpira y sus diseños son plasmados en barro. Este tipo de producto soporta altas temperaturas y es muy resistente en su uso		

**Fuente:** Arancel del Ecuador / Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

**Elaborado por:** Pedro Ruano

ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

### 3.5. Oferta exportable

Para la conversión se determina el total de producción de máscaras de barro y arcilla por parte de la asociación, que es de 360 mensual, obteniendo un valor anual de 4320 unidades y sabiendo que el peso es de 0.045kg c/u.

**Tabla 3: Oferta proyectada**

Años	Máscaras
2016	4320
2017	4320
2018	4320
2019	4320
2020	4320
2021	4320

**Fuente:** Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

**Elaborado por:** Pedro Ruano

**3.6. Demanda Insatisfecha.-** “se llama demanda Insatisfecha aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto”, (Vázquez, L., 2011), a continuación se presenta la siguiente tabla que permite identificar la demanda insatisfecha actual y proyectada, datos que se representan de la siguiente manera (demanda insatisfecha = demanda potencial – oferta exportable).

**Tabla 4: Demanda Insatisfecha máscaras**

Años	Demanda potencial	Oferta exportable	% de cobertura	Demanda insatisfecha
2016	45066	4320	9,59	40746
2017	43015	4320	10,0	38695
2018	40964	4320	10,5	36644
2019	38912	4320	11,1	34592
2020	36861	4320	11,7	32541

**Fuente:** Trade Map, Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”

**Elaborado por:** Pedro Ruano

Luego de analizar la demanda potencial de máscaras de barro y arcilla, calculado con los datos de estratificación de mercado y la oferta exportable de máscaras que elaboran las socias del Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, se determinó la demanda insatisfecha de los 5 años siguientes, al realizar la resta entre los valores de demanda potencial menos la oferta exportable, así también se identificó el porcentaje de cobertura de la demanda.

### 3.7. Datos básicos producto, embarque e información adicional.

A continuación se describe de una manera específica la información que corresponde a: características del producto, características del embarque e información adicional del proceso de comercialización de artesanías de barro y arcilla desde Mira – Carchi hasta New York – Estados Unidos.

ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

**Tabla 5: Datos básicos de las máscaras de barro y arcilla**

Concepto	Valor
Nombre técnico o comercial del producto	Estatuillas de cerámica
posición arancelaria en el país exportador	69.13.90.00
posición arancelaria en el país importador	69.13.90.00
unidad comercial de venta	Cajas cartón que contienen las máscaras de barro y arcilla
Moneda de transacción.	USD
Valor ex-work de la unidad comercial.	648,84

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

En la tabla presentada anteriormente se muestra la clasificación arancelaria, la unidad comercial que son las máscaras de barro y arcilla, el tipo de moneda a utilizar en la negociación que son USD y el valor ex work que corresponde al precio de las cajas que contienen las máscaras en el local del exportador.

**Tabla 6: Datos básicos para el transporte de las máscaras de barro y arcilla en forma anual**

Concepto	Valor
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Quito - Pichincha
País de destino	Estados Unidos
Ciudad de punto de destino	New York
Nº de unidades comerciales por embarque (Cajas) anual	336
Valor inicial del embarque (EXW)	218.020,3
tipo de embalaje	Pallets
tipo de unidad de carga	Camioneta
Nº total de embalajes	12
Nº total de unidades de carga	4

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

Los datos básicos de las máscaras de barro y arcilla muestran el país y ciudad de destino para el producto, el número de cajas que se comercializan al año, el valor inicial de todo el embarque, el tipo de embalaje que para el estudio es el pallet, el tipo de unidad de carga que es la utilización de una camioneta por envío para transportar las cajas que contiene las máscaras de barro y arcilla, el número total de unidades de carga que son los pallets utilizados por envío trimestralmente 3 y multiplicados por los cuatro envíos 12.

**Tabla 7: Datos adicionales**

Concepto	Valor
Término de negociación	CIF
Forma de pago	Carta de Crédito
Plazo	30días
Tipo de cambio	1
Porcentaje de tasa de seguro	3%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	14.00 %
Tasa promedio interés anual	1.43 %
Inflación Anual país de destino	1.60%

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

Los datos adicionales presentan el término de negociación que es CIF, la utilización de este término permite cubrir las responsabilidades del embarque hasta la Aduana de destino, la forma de pago es la carta de crédito, tipo de cambio, la tasa promedio de interés anual que se ha tomado los datos de la inflación histórica de Estados Unidos y la inflación actual.

### **3.8. Datos del proyecto de investigación**

#### **Valor inicial del embarque (ex work) por envío trimestralmente**

El valor EXW de cada unidad de carga (pallet) se lo obtiene al multiplicar el valor de cada caja que cuesta 648,84 USD, por el total de cajas que caben en un pallet que son 28 y multiplicado por los tres pallet a utilizar en cada envío trimestralmente obteniendo un valor de 54.502,56 USD.

Número de unidades comerciales por embarque (cajas de cartón que contienen las máscaras de barro y arcilla)

El número de unidades comerciales corresponde al total de cajas que está dispuesto a enviar el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, que es de 84 cajas en la cual constan 12 piezas por caja y estos envíos se los efectuará trimestralmente.

“Norma ISO 3394: referencia las dimensiones de las cajas, las estibas o plataformas y las cargas paletizadas. Por ejemplo, las dimensiones de las bases de las cajas deben corresponder a un módulo de 60 x 40 cm de medida externa. Otros parámetros como la altura deben acondicionarse a las dimensiones de los productos comercializados. Las medidas de las cajas individuales de los productos exportados deben acondicionarse internamente al módulo estipulado. En el caso de las estibas requeridas para la unitarización de la carga, según la norma, deben corresponder al modo de transporte, así: vía aérea, 120 x 80 cm.; vía marítima, 120 x 100 cm.”  
(Revista de Logística, s.f.)

#### **Preparación del envase para las máscaras de barro y arcilla**

El envase primario que se utilizará para proteger las artesanías de barro y arcilla al momento del transporte internacional es el papel, el envase secundario será la esponja.

Al utilizar los diferentes materiales para el envase, empaque y embalaje de las artesanías de barro y arcilla se tendrá una presentación como en la siguiente imagen.

ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

**Gráfico N° 2: Preparación del envase y empaque**



**Fuente:** Logistics Solutions, s.f.  
**Elaborado por:** Pedro Ruano

**3.9. Tipo y número de envase**

El tipo de envase para las máscaras de barro y arcilla son: papel y esponja que tendrán un contacto directo con las máscaras y estas tienen un peso de 0,45 kg, en número de envases por envío trimestralmente es de 1008.

**Marcado.-** para el ingreso del producto al país destino es necesario, que las cajas estén marcadas con las siguientes referencias: marcado estándar, marcas informativas y marcas de manipulación.

**Tabla 8: Marcado del producto**

Marcado estándar	Marcas informativas	Marcas de manipulación
<p>Contienen información sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, etcétera.</p>	<p>Es la información adicional que aparece en el empaque o embalaje como: País de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto, dimensiones de las cajas, entre otros.</p>	<p>Es la información sobre el manejo y advertencias en el momento de manipular o Transportar la carga, en este caso se utilizan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.</p>

**Fuente:** Logistics Solutions, s.f., Guía Logística Internacional, 2014  
**Elaborado por:** Pedro Ruano



## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

### 3.10. Cubicaje.

#### Unitarización y elección del medio de transporte

“Es la agrupación de mercancías en unidades superiores de carga, con el fin exclusivo de facilitar su transporte, por lo que debe conservar su integridad durante el tiempo que dure su movilización. La paletización y la contenedorización constituyen las modalidades más comunes de unitarización de la carga.” (Vallejo. C & Loyola. I, 2014)

En la utilización de los pallets se debe tener el sello del pallet Sanitizado, por ello se debe tomar en cuenta la siguiente nota:

“El sello del Pallet Sanitizado.- En Ecuador, el sello para certificar que el pallet está libre de plagas y que se ha sometido a uno de los dos tratamientos ya mencionados, debe detallar: El logo de IPPC, código del productor / proveedor, ejemplo: EC-R-130 (EC: Ecuador, R: inicial de provincia, 130: número de registro), HT (tratamiento térmico) o MB (bromuro de metilo), AGROCALIDAD (país).” (Guía Logística Internacional, 2014, pág. 23)

Además cabe mencionar que según la Guía Logística Internacional los pallets son:

“Pallet universal o americano mide 1,20 x 1,00 metros (largo x ancho), el pallet europeo mide 1,20 x 0,80 metros (largo x ancho). La altura máxima para los 2 tipos de pallets es de aprox. 14 cm. Un contenedor de 40 pies tiene capacidad para transportar internamente un total de 23 pallets europeos (120 x 80 cm) o 20 pallets americanos (120 x 100 cm), aprovechando la superficie del contenedor en un 80% y 87% respectivamente.”

Para el desarrollo del proyecto se utilizará la siguiente tabla que permite identificar todos los cálculos referentes al cubicaje de las máscaras de barro y arcilla, en relación al volumen de caja y de pallets.

**Tabla 9: Cálculo cubicaje del producto**

	Cálculo de cubicaje	Empaque / embalaje / cajas	Unidad de carga
<b>Pallets</b>	Nº cajas por 12		28 cajas por pallet
	Nº Máscaras	336	
	Largo mts	0,5	1
	Alto mts	0,2	1,4
	Ancho mts	0,5	1
	volumen total del embarque m3	0,05	1,4
	Peso por máscara (kg)	0,45	151,2
	Peso total del embarque ton	0,1512	0,1512

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

### 3.11. Gastos administrativos proyectados

En el proyecto de igual manera se incurre en Gastos Administrativos, que corresponde a sueldos y demás gastos necesarios para la comercialización de máscaras de barro y arcilla, desde el punto de origen hasta el punto de destino.

**Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi**  
**Pedro Ruano (UPEC – Ecuador)**

ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

**Tabla 10: Gastos administrativos**

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Sueldos</b>	9.326	10.946	12.033	13.227	14.540	15.984
<b>Servicios Básicos</b>	120	122	123	125	127	129
<b>Suministros de Oficina</b>	240	243	247	250	254	258
<b>Suministros de Limpieza</b>	120	122	123	125	127	129
<b>Depreciaciones</b>	0	776	776	776	807	807
<b>Amortizaciones</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Total Gastos Administrativos</b>	9.806	12.209	13.303	14.504	15.856	17.306

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

### 3.12. Gastos de Exportación Proyectada

Entre los gastos de exportación que incluyen el proceso del proyecto, se encuentran los rubros correspondientes hasta el término de negociación planteado como es CIF.

**Tabla 11: Gastos de exportación proyectada**

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Manipuleo en el local de exportador</b>	336	341	346	351	356	361
<b>Documentación</b>	105	106	108	109	111	113
<b>Transporte interno</b>	2.880	2.921	2.963	3.005	3.048	3.092
<b>Agentes</b>	1.792	1.818	1.844	1.870	1.897	1.924
<b>Costos bancarios</b>	17.483	17.733	17.986	18.244	18.505	18.769
<b>Capital e inventario - país de origen</b>	1.467	1.488	1.509	1.530	1.552	1.575
<b>Flete internacional</b>	400	406	412	417	423	429
<b>Seguro internacional</b>	26.963	27.348	27.739	28.136	28.538	28.946
<b>Capital e inventario - tránsito internacional</b>	2.430	2.465	2.500	2.536	2.572	2.609
<b>Capital e inventario en el país de destino</b>	135	137	139	141	143	145
<b>Manipuleo de desembarque</b>	800	811	823	835	847	859
<b>Total Gastos de Exportación (Ventas)</b>	54.790	55.574	56.369	57.175	57.992	58.822

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

### 3.13. Resultado estados financieros

**Balance general con financiamiento.-** para la conceptualización del Balance General se ha tomado como referencia (El ABC de la Economía, 2015), el cual, explica que: “El Balance General es el estado financiero más importante para revisar la situación financiera de una empresa”, este estado está compuesto por: Activo, Pasivo y Patrimonio como se detalla a continuación.

Para el estudio solamente se tomará los Activos correspondientes al capital de terceros, el proyecto necesita un préstamo bancario para efectuar el proceso de

**Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi**

**Pedro Ruano (UPEC – Ecuador)**

ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

comercialización de las máscaras de barro y arcilla desde Carchi – Ecuador hacia New York – Estados Unidos.

**Tabla 12: Balance general - con financiamiento**

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	90.937	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	90.937	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	0	Préstamos Bancarios	37.472
Maquinaria y Equipo	0	Total Pasivos Largo Plazo	37.472
Muebles y Enseres	594		
Equipo de Computo	2.150	Total Pasivos	37.472
Total Activos Fijos	2.744		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	0	Capital Social	56.208
Total Activos Diferidos	0	Total Patrimonio	56.208
Total Activos	93.681	Total Pasivo + Patrimonio	93.681

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Pedro Ruano

### 3.14. VAN, TIR, Periodo de recuperación (PR) y Beneficio Costo (B/C)

**VAN.-** El resultado al calcular el VAN entrega un valor aceptable para el proyecto, por ello se determinó que existe una ganancia en el plan al descontar la inversión inicial, que permitirán efectuar el proceso de comercialización de las máscaras de barro y arcilla, además, según Lledó, P. en su publicación denominada “Comparación entre distintos criterios de decisión (VAN, TIR Y PRI)” explica que: “la regla de decisión del VAN dice que todo proyecto de inversión deberá llevarse a cabo cuando el VAN es positivo ( $VAN > 0$ )” (pág. 4).

**TIR.-** El cálculo del TIR muestra que la tasa de interés máxima del proyecto en relación a préstamos, no incurre en futuros fracasos financieros. Esto se efectuó para conocer aquella tasa que se aplica al Flujo neto de caja permitirá que el VAN sea igual a cero.

**Periodo de Recuperación.-** “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (Váquiro, J. 2010), este indicador nos indica que la recuperación de la inversión inicial es de 2,06 años.

#### Criterios del Beneficio Costo (C/B)

“B/C >0 Indica que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio; en conclusión, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.  
Relación B/C < 0 Indica que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio; en conclusión, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse” (Gestiona Mundo, 2014)

En la presente investigación el proyecto debe aceptarse por motivo de que se obtiene más de un dólar en el benéfico.

ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

**Tabla 13: Resultados del Estudio Financiero VAN, TIR, PR, B/C**

Concepto	Valor
VAN	99.643,09
TIR	32,91%
PR	2,06
B/C	1,94

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Pedro Ruano

#### 4. Conclusiones

- ✓ El proceso efectuado para la comercialización de las máscaras de barro y arcilla están de acuerdo a lo planteado, por motivo de que los valores necesarios para enviar las máscaras incrementan el producto en el mercado internacional, teniendo un precio de venta aceptable para los ingresos económicos que posee el segmento de mercado investigado.
- ✓ Las máscaras de barro y arcilla que realiza el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, cuenta con un valor agregado en el mercado de New York – Estados Unidos, porque los gustos y preferencias de los consumidores se basan en adquirir productos que posean diseños exclusivos, elaborados en forma artesanal, que permitan conocer la cultura de otro país, convirtiéndose en una oportunidad comercial muy importante del mercado de artesanías.
- ✓ Para la comercialización de las máscaras de barro y arcilla desde el punto de origen hasta el punto destino, no se toma en cuenta el proceso de producción de las artesanías de barro y arcilla, sino que el proceso empieza desde el almacenamiento de dicho producto en las instalaciones de la asociación, seguido por los costos y gastos necesarios para tener la mercadería lista en los procesos nacionales e internacionales a realizar.
- ✓ La oferta exportable del “GAEN” no presenta incremento en los años proyectados, por motivo de que la demanda en New York – Estados Unidos, disminuye, este es un indicador importante que permitirá cubrir los diferentes pedidos internacionales, sin dejar en desabastecimiento al mercado local, puesto que algunos de los consumidores que valoran este tipo de diseños, se trasladan directamente al centro artesanal donde se muestran los diferentes productos elaborados.
- ✓ Los datos financieros del proyecto ayudaron a determinar la relación de los diferentes costos y gastos necesarios para la exportación de las máscaras de barro y arcilla, obteniendo valores y ganancias aceptables para el desarrollo del plan, convirtiéndose en un proyecto rentable.

#### 5. Recomendaciones

- ✓ Un aspecto fundamental para el Grupo Artesanal Esperanza Negra “GAEN”, es comercializar las artesanías de barro y arcilla, con los consumidores finales de forma directa para que el producto no pierda competitividad en el mercado destino a través del alza de precios por la utilización de intermediarios.

**Estudio de mercados alternativos para las artesanías de barro y arcilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Carchi**

**Pedro Ruano (UPEC – Ecuador)**

## ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

- ✓ La competencia en el mercado destino se la debe analizar para determinar, cual es el porcentaje de participación de las artesanías de barro y arcilla Ecuatorianas, en relación a las demás artesanías a nivel mundial.
- ✓ Se deben aplicar estrategias que ayuden a mejorar la imagen del producto, a través de la aplicación de técnicas que permitan llamar la atención de los consumidores actuales y de igual manera lograr la atracción de nuevos clientes.
- ✓ El producto debe contar con la información necesaria, que permita conocer de mejor manera la historia del producto, y así ofrecer artesanías de barro y arcilla más atractivas para los clientes de diferentes países.

### 6. Referencias linkográficas

- ✓ Lara, A. “*Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN), 2015*”
- ✓ PRO ECUADOR, 2015, “*Guía logística internacional 2014*”. Recuperado de: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/PROEC\\_GL2014\\_INTERNACIONAL.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/PROEC_GL2014_INTERNACIONAL.pdf)
- ✓ Trade Map, 2014, “Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas”. Recuperado de: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3||||691390||6|1|1|1|1|1|2|1|1](http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||691390||6|1|1|1|1|1|2|1|1)



# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 007-AS-CEYNI/2013

A los ocho días del mes de agosto de 2013, siendo las 11h30, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: MSc. Georgina Arcos, PRESIDENTA; Dr. Luis Sanipatín, SECRETARIO; y Ing. Iván Realpe ASESOR DEL PROYECTO "ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE BARRO Y ARCILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DEL CARCHI" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación de la estudiante PEDRO FELIPE RUANO LÓPEZ del IX nivel "A" de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, la estudiante PEDRO FELIPE RUANO LÓPEZ APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado .....3,10.....
2. Precisión y Coherencia de Respuestas.....3,00.....
3. Calidad de la Presentación del Trabajo .....0,90.....

Obteniendo como nota final 7,00 en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

- Trabajar con su asesor
- Mejorar ortografía
- Profundice la investigación

Dado en la ciudad de Tulcán a los ocho días del mes de agosto de dos mil trece, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

### "EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"

  
MSc. Georgina Arcos  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

  
Dr. Luis Sanipatín  
SECRETARIO

  
Ing. Iván Realpe  
ASESOR DE TESIS



Certifico que es fiel copia  
del original Tulcán a. 26 NOV. 2013

  
PROSECRETARIO