

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

Tema: “ Comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar
– Ecuador y su demanda en Miami - Estados Unidos ”

Tesis de grado previa la obtención del título
de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación
Comercial Internacional

AUTOR: Yadira Lizeth Hernández Benavides

ASESOR: Lic. Germán Ruiz

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2013

CERTIFICADO

Certifico que el/la estudiante Yadira Lizeth Hernández Benavides con el número de cédula 040179487-0 ha elaborado bajo mi dirección el trabajo de grado titulado: “Comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador y su demanda en Miami - Estados Unidos”.

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 misma, para la calificación respectiva.

Lic. Germán Ruiz

Tulcán, 27 de Junio del 2013

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Yadira Lizeth Hernández Benavides con cédula de identidad número 040179487-0 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....
Yadira Lizeth Hernández Benavides
Tulcán, 27 de Junio del 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Yadira Lizeth Hernández Benavides, 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, 27 de Junio del 2013

Yadira Lizeth Hernández Benavides
CI 040179487-0

AGRADECIMIENTO

“La disciplina es la más importante del éxito”

Truman Capote

Agradezco a todas y cada una de las Instituciones y personas que de cierta manera apoyaron en la ejecución de esta investigación.

Mis respetuosos agradecimientos a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en especial a la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional a su Directora de Escuela y Docentes que la conforman por su tiempo, amistad y conocimientos transmitidos a lo largo de la carrera y en el desarrollo de este estudio.

Al Sr. Darwin Enríquez Técnico del Departamento de Patrimonio del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar por facilitarme la información adecuada e ingreso a esta prestigiosa institución.

Al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural por el apoyo y facilidades para la ejecución de esta tesis.

A la Asociación de Ceramistas del Carchi por ser la entidad participativa en la realización de este estudio.

A mi asesor de tesis Lic. Germán Ruiz por su apoyo incondicional y guía en el desarrollo de la tesis.

Muy afectivamente a todos y cada uno de los miembros de mi familia quienes fueron el pilar e impulso para poder culminar este estudio.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo fruto de mi esfuerzo y perseverancia a Dios por ser mi luz, mi camino y guiarme siempre en los momentos de debilidad.

Les dedico esta presea a mis queridos padres Luis y Margarita por enseñarme que siempre para ganar hay que luchar diariamente, siempre aprender de los errores y mejorar, pero sobre todo se debe perseverar y ser constante para ser un ganador y tener éxito en la vida.

Dedico mi triunfo a mi querido esposo Daniel y mis hijos adorados Christopher y Steven, por su paciencia, guía y apoyo incondicional sobre todo por su amor demostrado en cada momento del transcurso de mi carrera.

A mis hermanos Marcelo, Patricia, Liliana, Mayra y Everson por sus motivaciones permanentes.

A mi abuelo José y a toda mi familia por darme fuerzas para seguir adelante.

Yadira Lizeth Hernández Benavides

Índice

| | |
|--|-----|
| CERTIFICADO..... | i |
| AUTORÍA DE TRABAJO | ii |
| ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | 1 |
| 1. EL PROBLEMA..... | 5 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 5 |
| 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 6 |
| 1.3. DELIMITACIÓN..... | 7 |
| 1.4. JUSTIFICACIÓN | 7 |
| 1.5. OBJETIVOS..... | 9 |
| 1.5.1. Objetivo General | 9 |
| 1.5.2. Objetivos Específicos..... | 9 |
| 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 10 |
| 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS | 10 |
| 2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL..... | 12 |
| 2.3. MARCO TEÓRICO | 13 |
| 2.3.1. TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN | 13 |
| 2.3.2. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN..... | 14 |
| 2.3.3. VOCABULARIO TÉCNICO | 14 |
| 2.3.3.1. Comercialización..... | 14 |
| 2.3.3.2. Oferta | 14 |
| 2.3.3.3. Oferta Exportable | 15 |
| 2.3.3.4. Demanda | 15 |
| 2.3.3.5. Mercado | 15 |
| 2.1.1.1. Incoterms | 15 |
| 2.1.2. IDEA A DEFENDER..... | 16 |

| | | |
|----------|---|----|
| 2.1.3. | VARIABLES | 16 |
| 2.1.3.1. | Variable independiente: Demanda | 16 |
| 2.1.3.2. | Variable dependiente: Comercialización | 16 |
| 3. | METODOLOGÍA | 17 |
| 3.1. | MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN | 17 |
| 3.2. | TIPO DE INVESTIGACIÓN..... | 17 |
| 3.3. | POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN | 18 |
| 3.3.1. | Población | 18 |
| 3.3.2. | Muestra | 18 |
| 3.4. | OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES | 19 |
| 3.5. | RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN | 20 |
| 3.6. | PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 20 |
| 3.6.1. | ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PAIS DESTINO | 20 |
| 3.6.1.1. | Factores Socio, Económicos..... | 20 |
| 3.6.1.2. | Factores Políticos..... | 21 |
| 3.6.1.3. | Factores Legales..... | 23 |
| 3.6.1.4. | Factores Geográficos..... | 24 |
| 3.6.1.5. | Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) | 26 |
| 3.6.2. | ANÁLISIS MERCADO – PRODUCTO | 28 |
| 3.6.2.1. | Perfil del consumidor..... | 28 |
| 3.6.3. | ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR | 33 |
| 3.6.3.1. | Factores Político Legal..... | 33 |
| 3.6.3.2. | Factores Socio, Económicos..... | 37 |
| 3.6.4. | ANÁLISIS MERCADO – PRODUCTO | 40 |
| 3.6.5. | FODA | 41 |
| 3.6.5.1. | Análisis FODA..... | 41 |
| 3.6.5.2. | Fuerzas de Porter | 42 |
| 3.6.6. | PROYECCIONES DEL ESTUDIO | 44 |
| 3.6.6.1. | Demanda Efectiva | 44 |
| 3.6.6.2. | Oferta Exportable | 46 |
| 3.6.7. | IDEA A DEFENDER..... | 47 |
| 4.2. | RECOMENDACIONES | 49 |
| 5. | PROPUESTA | 50 |
| 5.1. | TÍTULO | 50 |

| | | |
|------------|--|----|
| 5.2. | JUSTIFICACIÓN | 50 |
| 5.3. | OBJETIVOS | 51 |
| 5.3.1. | Objetivo General | 51 |
| 5.4. | MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA | 52 |
| 5.4.1 | ESTUDIO TÉCNICO | 52 |
| 5.4.1.1. | TAMAÑO DE LA PLANTA..... | 52 |
| 5.4.1.1.1. | Plano..... | 52 |
| 5.4.1.2. | Requerimientos del espacio físico..... | 53 |
| 5.4.1.3. | LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA..... | 54 |
| 5.4.1.4.2 | Ficha de procesos..... | 56 |
| 5.4.2. | ESTUDIO LOGÍSTICO..... | 65 |
| 5.4.3. | ESTUDIO FINANCIERO | 72 |
| 6. | BIBLIOGRAFÍA | 77 |
| 7. | ANEXOS | 82 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|----|
| Cuadro No. 1 Delimitación..... | 7 |
| Cuadro No. 2 Fundamentación Legal | 12 |
| Cuadro No. 3 Teorías utilizadas en la investigación | 13 |
| Cuadro No. 4 Operacionalización de Variables | 19 |
| Cuadro No. 5 Indicadores Socioeconómicos EE.UU | 20 |
| Cuadro No. 6 Factores Geográficos | 24 |
| Cuadro No. 7 SENA - EXPORTAFACIL | 34 |
| Cuadro No. 8 Indicadores Socioeconómicos Ecuador..... | 37 |
| Cuadro No. 9 Lista de Socios Ficha..... | 39 |
| Cuadro No. 10 Técnica Producto..... | 40 |
| Cuadro No. 11 FODA..... | 41 |
| Cuadro No. 12 Poder de Negociación de los Clientes | 42 |
| Cuadro No. 13 Rivalidad entre los Competidores | 44 |
| Cuadro No. 14 Ficha de procesos | 56 |
| Cuadro No. 15 Ficha de procesos | 57 |
| Cuadro No. 16 Ficha de procesos | 58 |
| Cuadro No. 17 Ficha de procesos | 59 |
| Cuadro No. 18 Requerimientos de mano de obra..... | 61 |
| Cuadro No. 19 Manual de funciones..... | 61 |
| Cuadro No. 20 Manual de funciones..... | 62 |
| Cuadro No. 21 Manual de funciones..... | 63 |
| Cuadro No. 22 Manual de funciones..... | 64 |
| Cuadro No. 23 Manual de funciones..... | 65 |
| Cuadro No. 24 Información Básica de las Artesanías..... | 67 |
| Cuadro No. 25 Información Básica del Embarque | 67 |
| Cuadro No. 26 Información Adicional | 67 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico No. 1 Balanza Comercial Total EE.UU. | 22 |
| Gráfico No. 2 Principales Exportadores de América Latina y El Caribe del sector artesanías | 30 |
| Gráfico No. 3 Intermediarios en la Comercialización Internacional..... | 32 |
| Gráfico No. 4 Balanza comercial Total Ecuador – EE.UU. | 35 |
| Gráfico No. 5 Principales productos exportados por Ecuador a EE.UU..... | 36 |
| Gráfico No. 6 Producción de Artesanías en Barro Asociación de Ceramistas del Carchi..... | 41 |
| Gráfico No. 7 Plano..... | 52 |
| Gráfico No. 8 Ubicación – Asociación..... | 55 |
| Gráfico No. 9 Mapa de Procesos | 55 |
| Gráfico No. 10 Organigrama Organizacional | 60 |
| Gráfico No. 11 Logística Integral..... | 66 |
| Gráfico No. 12 Proceso Logístico Exportador | 66 |
| Gráfico No. 13 Embalaje de las Cerámicas en Barro..... | 70 |
| Gráfico No. 14 Mercado..... | 71 |
| Gráfico No. 15 Transporte y manipuleo de cajas | 71 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla No. 1 Informe del Tráfico de Miami 2012 | 25 |
| Tabla No. 2 Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) | 26 |
| Tabla No. 3 Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) | 27 |
| Tabla No. 4 Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) | 27 |
| Tabla No. 5 Principales importadores de artesanías en barro | 28 |
| Tabla No. 6 Exportadores de artesanías en barro a Estados Unidos | 29 |
| Tabla No. 7 Exportadores de artesanías de productos Estados Unidos | 30 |
| Tabla No. 8 Tiempo de Transporte | 31 |
| Tabla No. 9 Produccion Nacional De Artesanias En Barro | 38 |
| Tabla No. 10 Demanda Efectiva | 45 |
| Tabla No. 11 Oferta Exportable | 46 |
| Tabla No. 12 Participación en el mercado | 47 |
| Tabla No. 13 Requerimientos del espacio físico | 53 |
| Tabla No. 14 Presupuesto de activos fijos | 53 |
| Tabla No. 15 Localización De La Planta | 54 |
| Tabla No. 16 Términos de Negociación | 68 |
| Tabla No. 17 Estudio Financiero | 72 |
| Tabla No. 18 Estado de Resultados - Con Financiamiento | 73 |
| Tabla No. 19 Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento | 74 |
| Tabla No. 20 Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento | 74 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|-----|
| Anexo No. 1 Entrevista | 82 |
| Anexo No. 2 Proyecciones oferta | 85 |
| Anexo No. 3 Planimetría Asociación de Ceramistas del Carchi..... | 86 |
| Anexo No. 4 Catálogo de artesanías en barro..... | 87 |
| Anexo No. 5 Modelo de contrato de compraventa internacional de mercancías | 87 |
| Anexo No. 6 Correo electrónico cliente | 93 |
| Anexo No. 7 Manual de procesos INPC | 93 |
| Anexo No. 8 Ejemplo RUC exportador | 94 |
| Anexo No. 9 Ejemplo factura | 94 |
| Anexo No. 10 Certificado de origen | 95 |
| Anexo No. 11 Autorización INPC..... | 96 |
| Anexo No. 12 Datos Específicos | 98 |
| Anexo No. 13 Inversión Inicial | 107 |
| Anexo No. 14 Rol de pagos..... | 108 |
| Anexo No. 15 Punto de equilibrio | 111 |
| Anexo No. 16 Estimación de ventas | 111 |
| Anexo No. 17 Costo - Inversión | 113 |
| Anexo No. 18 Amortización de la deuda..... | 116 |
| Anexo No. 19 Amortización gastos de constitución | 117 |
| Anexo No. 20 Oficio empresas exportadoras artesanías | 118 |
| Anexo No. 21 Oficio INPC | 121 |

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación analiza fundamentalmente la demanda de cerámicas en barro en Miami – Estados Unidos para la comercialización desde Montúfar - Ecuador. Con el propósito de diseñar un plan logístico de exportación de este tipo de artesanías elaboradas por la Asociación de Ceramistas del Carchi a Miami.

Su finalidad está dirigida a aprovechar la eficiencia de los alfareros y convertirla en una ventaja competitiva que permita incursionar en mercados del exterior como el estadounidense, país donde se valora la cultura, innovación, elaboración artesanal, calidad y diseños de cada uno de los objetos de barro.

Para ello se inició con la revisión de información bibliográfica proporcionando fundamentos claros sobre comercialización y demanda; también se realizó un estudio técnico, logístico y financiero el cual dio un enfoque de oportunidad para el desarrollo de destrezas y habilidades comerciales, de esta manera los alfareros puedan convertirse en emprendedores y dinamicen su economía como también empiecen a ampliar sus nichos de mercado.

Palabras Claves: Comercialización, demanda, cerámicas en barro.

ABSTRACT

This research analyzes the demand primarily in mud in Miami-US for marketing from Montúfar – Ecuador, with the purpose of designing a logistics plan to export of this type of handicrafts made by the Ceramistas del Carchi Association of Potters Carchi to Miami.

Its purpose is aimed to exploit the efficiency of the potters and turn it into an advantage that allows an incursion into foreign markets like the U.S., a country where culture is valued, innovation, craftsmanship, quality and design of objects in the mud.

This review is indicated with providing bibliographic information on market fundamentals and demand, also conducted a technical, financial and logistical support approach which gave opportunities to develop skills and business skills, so the potters can become entrepreneurs and revitalizes its economy as well as begins to expand their market niches.

Keywords: Marketing, demand, clay pottery.

RIKUCHIK

Kay taripayayka rikuchikmi ashtawanpakcha turu puntukunata imashalla rantinata Miama marka -Estados Unidos mama llaktapi, jatushpa kachankapak kay Montúfar marka -Ecuador mamallaktamanta. Kay Paktaykunapaka shinarinka shuk yalichina pankata, Asociación de Ceramistas del Carchi makirurashkakunata jatunkapak ransiw Miami llaktaman.

Ashtawankarin maykan maki ruray ushackunata, sumak misharinakunaman tickarachishpa, yaikunkapak jatun ransiw rantina ukukunaman estadounidense nishkaman, kay mama markapika ninanta alli kachin ayarkapak, makirurashkakuna, shinallata turu puntukunata.

Kaipaka kallarikami killkana fankakunata ricushpa, Mintalana; Rantina villachishkakunata killka katishpa, shinallata llamkarirkami shuk panka imashinalla kay yuyayta paktachinata, shuk ransiw llaktaman yallychynata y kullky yaikunata, tukuy ricushkakunaka ashtawan shinchiyachinkaps kay ushaykunata, kaywanka makirurakkunaka sumak llamkaykunata wiñachik tukuchun, kullkikamay shinchiyachun shinallata jatuna custkakuna jatunyachun.

Niskakuna: Mintalana; Rantina, turu puntukuna.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación de tesis está orientada al análisis sobre comercialización y demanda de cerámicas en barro.

El objetivo primordial nace con la necesidad de conocer la demanda de cerámicas en barro de Miami – Estados Unidos para que la Asociación de ceramistas del Carchi pueda empezar a expandirse a este mercado y comercializar su producto, tomando en cuenta las exigencias de los consumidores extranjeros.

En la actualidad, el mercado de las artesanías en barro ha sido objeto de cambios en los últimos años desde su producción hasta su comercialización, lo cual ha posicionado al producto como sustituto y/o complementario en comparación al producto procesado, por su valor cultural apreciado por los estadounidenses, generando de esta manera una ventaja competitiva en relación a la producción industrial. Lo que ha generado una demanda del producto y que la Asociación de Ceramistas del Carchi pueda cubrir parte de ello según su oferta exportable.

El rescate de la identidad, los conceptos de elaboración artesanal (hechos a mano), acabados y diseños ancestrales como contemporáneos dan mayor calidad al producto y permiten que el producto sea apreciado por consumidores con poder adquisitivo medios altos, logrando así mayores ingresos de acuerdo a las ventas para la Asociación.

Debido a esto se presenta la oportunidad de diseñar un plan logístico de exportación para comercializar los objetos de barro a Miami – Estados Unidos permitiendo fortalecer el sector artesanal y posicionar al producto dentro y fuera del país, para ello se hace necesario elaborar un estudio técnico, logístico y financiero.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Dentro de la demanda de cerámicas en barro en el exterior específicamente en Miami – EE.UU. se conoce que existe consumo de artesanías en diferentes líneas como textiles, madera, tagua, arcilla, (Pro Ecuador, 2012); de esta manera se identifica la existencia de demanda del producto, a pesar de desconocer la cantidad exacta de importadores. La Asociación de Ceramistas del Carchi no ha podido exportar sus artesanías y mucho menos identificar a su cliente potencial a quien llegar con el producto de manera directa por lo que se hace necesario esta investigación en el ámbito comercial.

La asociación de Ceramistas del Carchi no realiza la comercialización directa encargando esta función a empresas ya posicionadas en el mercado, ubicadas en Quito y Otavalo según Darwin Enríquez Benavides Técnico Coordinador del Departamento de Cultura del Municipio del Cantón Montúfar (09/2012). Cabe una pregunta: ¿por esta vía, nuestros productos son conocidos dentro y fuera del país? Difícil aseverar esto. Lo seguro es que tales empresas han aprovechado su posicionamiento en el mercado, para adquirir los productos a los artesanos a ínfimos precios sin valorar la calidad de su trabajo plasmado en las figuras de cerámica en barro, convirtiéndose en un limitante para las personas que se dedican a la alfarería en la provincia de dar a conocer sus productos en mercados nacionales como extranjeros.

Según la Corporación Fondo Ágil (2012): la actividad de alfarería en la Provincia del Carchi tiene tradición, calidad y excelente materia prima, aun cuando su cantidad de producción es incipiente. Quienes trabajan de alfareros la toman como una actividad adicional a su jornada de trabajo diaria. En el mercado local no han logrado abrir un nicho de mercado estable para sus productos. La mayoría de ellos piensa que las artesanías no constituyen una fuente de ingresos suficiente para satisfacer sus necesidades económicas y por el otro lado los potenciales clientes de este tipo de artículos prefiere adquirirlos a base de materiales sintéticos por las variadas formas, texturas y ornamentación complementaria que se logra a nivel industrial.

En relación a la comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montufar – Ecuador y su demanda en Miami – EE.UU. han surgido las siguientes cuestiones que se deben responder a través de una fundamentación científica: ¿Existe demanda de cerámicas en barro en Miami – EE.UU.? ¿Qué cantidad de artesanías en barro adquieren los importadores de Miami – EE.UU.? ¿De qué países adquiere las artesanías Miami – EE.UU.? ¿Existe oferta exportable de cerámicas en barro por parte de los alfareros del Cantón Montúfar? ¿Qué tipo de estrategia se debe utilizar para comercializar las cerámicas a Miami – EE.UU.? ¿Qué documentos se necesitan para exportar las cerámicas en barro? ¿Qué acuerdos y normativas se aplican en ese mercado para el ingreso de dichos productos?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El desconocimiento de la demanda de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador dificulta la comercialización hacia Miami – Estados Unidos.

1.3. DELIMITACIÓN

Cuadro No. 1

| | |
|------------------------|---|
| Objeto | Comercialización |
| Sujeto | Demanda |
| Tiempo | Abril del 2012 hasta Mayo del 2013 |
| Área Geográfica | Cantón Montúfar – Carchi – Ecuador Miami – Estados Unidos |
| Grupo Objetivo | Asociación de Ceramistas del Carchi. Intermediarios (Brokers) de Miami |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

1.4. JUSTIFICACIÓN

A través de la técnica de la observación durante el mes de septiembre del año 2012, aunque cargada de subjetividad, en el Cantón Montúfar podríamos concluir que: es necesario resaltar que las ferias promovidas por el Departamento de Cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Municipalidad del Cantón Montúfar y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, ayudan efectivamente en un proceso lento pero sostenido a conocer las cerámicas en barro que elabora la Asociación de Ceramistas del Carchi, un producto muy llamativo a la vista de cualquier consumidor nacional o extranjero, apreciado por sus notables diseños donde se refleja en especial la cultura pasto, sus etnias y tradiciones de un pueblo. Para ello se hace necesario realizar un estudio que permita ingresar con el producto al mercado internacional, mediante la comercialización adecuada que inconsecuentemente estimule el crecimiento de sus ingresos y posicionamiento a los alfareros como una empresa productora y exportadora de artesanías dentro y fuera del país, en especial a Miami – EE.UU.

En el campo profesional de comercio exterior y negociación comercial internacional esta investigación aportará en la transmisión de experiencias, buenas prácticas, así como diseño de nuevas estrategias comerciales en base del análisis claro y conciso de la realidad del mercado objeto de estudio, sirviendo al mismo tiempo como modelo a seguir por inversionistas en el área.

A través del tema investigado se aportará en el campo académico con conocimientos científicos aplicados en la elaboración de un plan logístico, lo cual permitirá que la Asociación de Ceramistas del Carchi conozca las expectativas del mercado, identificando la demanda de artesanías que facilite llegar con su producto al mercado de Miami – EE.UU.

Con el desarrollo del proyecto se beneficiará de manera directa la Asociación de Ceramistas del Carchi, ya que se impulsaría la venta de sus productos mediante la comercialización, mejorando sus ingresos y el nivel de vida personal y familiar. De manera indirecta se beneficiará a proveedores de insumos y servicios, transportistas, medios de comunicación, por ende la comunidad en general quien generará dinámica económica.

En cuanto al ámbito personal el estudio realizado contribuirá a la obtención de título de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional permitiendo de esta manera formarme como profesional y cultivar el éxito del trabajo desempeñado en las aulas de la universidad, con perseverancia y sobretodo de confianza en uno mismo.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Determinar la demanda de cerámicas en barro en Miami – Estados Unidos para la comercialización desde Montúfar - Ecuador.

1.5.2. Objetivos Específicos

- 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.
- 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.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Luego de haber realizado una investigación bibliografía se seleccionaron tres tesis que sirvieron de antecedentes para el presente estudio.

Dentro del primer acercamiento a la bibliografía existente sobre el tema, se encontró una investigación realizada por Patricia Torres Negrete de la Universidad Autónoma de Guadalajara, Centro de Investigaciones Económicas y de Negocios Departamento de Investigación Académica en México, con el título *Mega Proyecto de Comercialización Artesanal y Turística*. La presente tesis da a conocer en forma integral sobre la variedad de artesanías que Tonalá, Jalisco, México dispone como atractivo cultural y turístico, promoviendo al mismo tiempo el incremento de turistas a su territorio, para darles a conocer sus raíces ancestrales, dinamizar el comercio y proyectar su cultura al mundo. Para el estudio se plantea captar nuevos segmentos de mercado, preservando la cultura mexicana plasmado en las artesanías, atractivos turísticos reconocidos como patrimonio cultural, fuente de vida, identidad, civilización e historia. (Torres, 2004)

Se tiene conocimiento de la existencia de un trabajo de tesis de la Escuela Superior Politécnica del Litoral Facultad de Economía y Negocios, titulado: *Proyecto de creación de una empresa comercializadora y exportadora de bisutería y adornos artesanales ecuatorianos, promoviendo el comercio equitativo*. Esta investigación se enfoca al estudio de creación de una empresa exportadora de artesanías ecuatorianas <ECUARTISAN S.A.> ante el desconocimiento de los productores para el ingreso de sus productos a mercados internacionales, no tienen acceso a medios de difusión (Internet,

manejo de páginas Web) o no cuentan con suficiente producción exportable. De allí, surge la necesidad y la oportunidad de dar a conocer y vender la calidad y variedad del trabajo artesanal, impulsando así al desarrollo económico de la clase productora. Los aspectos relevantes a los que llega esta investigación son: evitar intermediarios, de esta manera las artesanías obtenidas directamente del productor puedan ser ofertadas a precios cómodos a los consumidores extranjeros, la creación de una página web que permita dar a conocer el producto y facilite su adquisición, la selección de mercados destacados para expender el producto, se tiene a EE.UU., Holanda, Alemania, y Francia, como los más representativos por el dinamismo de su economía y el atractivo que representan las artesanías ecológicas de nuestro país. (Romero et al, 2010).

Se presenta otro proyecto de tesis de la Universidad Politécnica Javeriana con el tema: *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de exportación de artesanías colombianas de cestería y bolsos con el apoyo de una estrategia e – business para su comercialización y logística*, sus autores manifiestan que el proyecto nace por la necesidad de la sociedad colombiana de progreso y superación, por medio de la creación de una empresa que permita apoyar y fortalecer el esfuerzo de muchos artesanos. En el desarrollo del estudio se destaca que el sector artesanal es informal, no ha podido crecer y en general se le ha dificultado realizar una exportación. La producción de cada artesano individualmente no representa una gran cantidad de producción, siendo necesario que los artesanos trabajando juntos puedan fortalecer este sector, de esta forma expandirse y dar a conocer sus productos nacional e internacionalmente en especial a España, Alemania y Estados Unidos. Como aspectos relevantes para la propuesta se establece que la calidad de productos artesanales que tiene Colombia, las innovaciones en diseño y utilidad, así como los precios accesibles a los consumidores impulsan su demanda y por ende la factibilidad del proyecto. Adicionalmente dentro de sus estrategias de

comercialización se establece el uso de la web para difundir las artesanías elaboradas en Colombia. (Restrepo et al, 2004).

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Cuadro No. 2

| Documento | Descripción |
|--|--|
| Constitución del Ecuador (2008) | Art. 306.- Exportaciones de pequeños y medianos productores del sector artesanal. |
| | Art. 334 numeral 3.- Desarrollo y transferencia de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción |
| | Art. 336.- Comercio justo, desarrollado en los mercados en un ambiente de competencia en igualdad de condiciones. |
| Plan Nacional del Buen Vivir (2009 – 2013) | Punto 6.3.- Diversificación de productividad, promoviendo la oferta exportable de los sectores secundarios y terciarios en el mercado internacional. |
| | Política 11.1 literal g).- Desarrollo de una logística eficiente para una mejor productividad |
| | Política 11.2 literal c).- Producción artesanal de calidad y recuperación de saberes y practicas locales. |
| | Política 11. 6.- Comercialización directa para minimizar las distorsiones de la intermediación. |
| | Política 11.7.- Aplicar aranceles selectivos. |
| Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones – COPCI (2011) | Art. 4 literal o).- Fomento y diversificación de las exportaciones y en el literal q) el apoyo a las actividades de la economía popular y solidaria. |
| | Art. 93 literal a).- Acceso a programas de preferencias arancelarias por acuerdos comerciales. |
| | Art. 94.- Seguro de crédito a las exportaciones |
| | Art. 154.- Exportación definitiva y libre circulación de mercancías fuera del territorio nacional |
| Agenda de la Política Económica para el Buen Vivir(2011 – 2013) | Pág. 22.- Sustitución de exportaciones tradicionales |

Fuente: Constitución 2008, Plan Nacional del Buen Vivir, COPCI, Agenda de la Política Económica para el Buen Vivir

Elaboración: Yadira Hernández

2.3. MARCO TEÓRICO

2.3.1. TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

Cuadro No. 3

| TEORÍAS | AUTOR | CARACTERÍSTICAS | RELACIÓN CON EL TEMA |
|----------------------|-------------|--|---|
| Ventaja Absoluta | Adam Smith | Cada país se especializa en aquellos bienes que puede producir más ventajosamente. Importación de bienes que presentan desventaja absoluta. | El Ecuador es un País que desde tiempos ancestros ha realizado y rescatado la cultura y tradición de sus pueblos, por ello la Asociación de Ceramistas del Carchi se especializa en la elaboración de cerámicas en barro con diseños ancestrales y contemporáneos para darlas a conocer al mundo y que sean apreciadas por los mercados del exterior. Estados Unidos actualmente es un país donde no se elabora artesanías en barro por lo que importan este tipo de productos de varios países del mundo incluido Ecuador. |
| Costo de oportunidad | G. Haberler | Costo de oportunidad creciente en mayor producción de un bien. La demanda en relación a los gustos de la comunidad. | Para el caso de la demanda, Estados Unidos es un país que aprecia la cultura, en especial valoran el trabajo artesanal (elaborado a mano) de las figuras u objetos de los países de Sudamérica entre ellos Ecuador. |
| Ventaja Competitiva | Albert Long | Facilitar y abaratar operaciones de comercio exterior Empresas tendencia a disminución de costos para ingreso en mercados del exterior. | Para la comercialización de artesanías en barro la selección del transporte es un medio indispensable, como puertos y aeropuertos a donde llegar con el producto. Se debe tomar en cuenta los trámites aduaneros para evitar percances a la salida como ingreso del producto. La Asociación de Ceramistas del Carchi utiliza maquinaria e insumos de calidad, por ello sus productos son apreciados en nuestra localidad. Para que las artesanías sean conocidas a nivel internacional se basa en un plan logístico de comercialización. |

Fuente: Raquel González Franco

Elaboración: Yadira Hernández

2.3.2. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se utilizó para averiguar el comportamiento y características de los ceramistas como de los compradores de artesanías en barro de Miami mediante una revisión bibliográfica de libros, revistas, internet (metodología documental). En cuanto a la recopilación *in situ* se aplicó entrevistas y se realizó fichas de observación que permiten establecer las estrategias y procedimientos a seguir información obtenida de intermediarios, productores y expertos concedores de comercialización de artesanías en barro.

2.3.3. VOCABULARIO TÉCNICO

2.3.3.1. Comercialización

Para la presente investigación, la comercialización hace referencia a la introducción de artesanías en barro al mercado internacional en torno a sus necesidades, mediante trabajo en equipo de productores e intermediarios apoyados en un plan logístico desarrollado mediante estrategias adecuadas de ingreso al mercado objetivo.

2.3.3.2. Oferta

Aquellos productores, intermediarios, prestadores de bienes y servicios requeridos en el mercado de estudio nacionales e internacionales que ofertan artesanías en barro a Estados Unidos.

2.3.3.3. Oferta Exportable

Cantidad de bienes disponibles de la Asociación de Ceramistas del Carchi para comercializarlos al mercado objetivo de Miami, en condiciones requeridas que permite satisfacer sus necesidades y deseos.

2.3.3.4. Demanda

Para comprender la demanda se hizo referencia a la cantidad de cerámicas en barro que los intermediarios ubicados en el Estado de Miami están dispuestos a comprar a la Asociación de Ceramistas del Carchi a precios calculados según los recursos invertidos, y frecuencias de adquisición establecidas entre los negociadores que les permita obtener una ganancia.

2.3.3.5. Mercado

Analizando la temática propuesta como mercado nos referimos a Miami, específicamente sus compradores a quienes se va a llegar con las cerámicas en barro a cambio de recursos monetarios por medio de estrategias que faciliten el proceso de comercialización y permitan cumplir los requerimientos del mercado objetivo tomando en cuenta sus gustos y preferencias.

2.1.1.1. Incoterms

El incoterm de uso general en el mercado estadounidense es en términos FOB ya que les facilita el pago de aranceles y la declaración en las aduanas de este país. (Pro Ecuador, 2011). Para el presente estudio el conocimiento del incoterm más usado permite establecer estrategias de comercialización

posteriormente a mencionarse, sirviendo de ventaja para ingreso a Miami – Estados Unidos.

2.1.2. IDEA A DEFENDER

El diseño de un plan logístico de exportación, permitirá la comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador y cubrir parte de la demanda en Miami – Estados Unidos.

2.1.3. VARIABLES

2.1.3.1. Variable independiente: Demanda

Se considera la demanda como variable independiente ya que nos permitirá identificar el mercado potencial de Miami en base de lo cual se puede plantear las estrategias comerciales.

2.1.3.2. Variable dependiente: Comercialización

Se considera la comercialización como variable dependiente ya que en base a la existencia de demanda en Miami – EE.UU. se establecerá las estrategias requeridas para ingresar al mercado meta.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de investigación que se adoptó abarca distintos métodos y técnicas de investigación, lo que permitió averiguar el comportamiento de oferentes y demandantes de cerámicas en barro. A continuación se detalla los aspectos desarrollados en el presente estudio.

Se aplicó entrevistas abiertas (método cualitativo) basado en la técnica del cuestionario a productores, intermediarios nacionales y expertos en comercio exterior (Ver anexo No. 1), quienes están en contacto permanente con la problemática planteada sobre comercialización y demanda de cerámicas en barro. Que unido al método documental (libros, documentos e internet) utilizado en esta investigación para la obtención de información secundaria sobre las dos variables planteadas y fundamentado en el paradigma cuantitativo se llega a la comprensión análisis e interpretación de la información obtenida.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Dentro de este estudio se utilizó la tipología de investigación aplicada, que permite emplear los conocimientos que se adquirieron basados en información secundaria o primaria. Para ello se hace uso de los siguientes medios de investigación:

Exploratorio.- Permite obtener y examinar información de textos elaborados por otros autores obtenidos de: Banco Central del Ecuador, Pro Ecuador, Trade Map, Senae, Central Intelligence Agency, entre otros. Ayudando a identificar conceptos y aclarar dudas de la investigación.

Descriptivo.- Busca dar mayor nivel de profundidad a la oferta exportable de la Asociación de Ceramistas del Carchi y demanda de artesanías en barro identificada en Miami – EE.UU. de manera concreta, sistemática y ordenada basándose en los objetivos planteados en el presente estudio.

Explicativo.- Se enfoca en explicar de manera estructurada y con un sentido de fácil comprensión y entendimiento los propósitos de esta investigación basados en dos variables demanda y comercialización de artesanías en barro desde Montúfar – Ecuador hacia Miami – EE.UU.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. Población

La población que se consideró para la realización de este estudio se concentra en Miami- Estados Unidos. Con un total de 5699000 habitantes, dato obtenido del Central Intelligence Agency (2012).

En cuanto a la población oferente de las cerámicas en barro se consideró a la Asociación de Ceramistas del Carchi conformada por nueve socios.

3.3.2. Muestra

En el mercado objetivo de acuerdo a datos históricos del Ministerio de Economía de El Salvador (2003) se ha identificado una población consumista de artesanías en barro de 45 a 65 años de edad, de ingresos medios altos, dato que permitió identificar la demanda de Miami. Además se corroboró con entrevistas personales con exportadores de artesanías del Ecuador.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro No. 4

| IDEA A DEFENDER: El diseño de un plan logístico de exportación basado en una estrategia internacional apropiada, logrará la comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador y cubrir parte de la demanda en Miami – Estados Unidos. | | | | | | |
|---|--|--|--|---|---------------------|---|
| VARIABLES | INDICES | INDICADORES | ÍTEMES | TÉCNICA | INSTRUMENTO | INFORMANTE |
| VI: DEMANDA | ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO) | SOCIOECONÓMICOS | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación del PIB en Estados Unidos? ¿Cuál es la situación del PIB per cápita en Estados Unidos? ¿Cuál es el índice inflacionario de Estados Unidos? ¿Cómo está constituida la población de Estados Unidos (Miami)? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Estados Unidos (Miami)? ¿Cuál es la índice de desempleo anual de los habitantes? | Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico) | Fichas | Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc. |
| | | POLÍTICOS | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica frente a las importaciones? ¿Cuál es la balanza comercial de Estados Unidos? | | | |
| | | LEGALES ARANCELARIAS, ARANCELARIAS) (MEDIDAS NO) | <ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación de cerámicas en barro? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de cerámicas en barro? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto? Marcado, made in (etiqueta) | | | |
| | | GEOGRÁFICOS | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las Principales características de las condiciones de acceso físico al mercado de destino? | | | |
| | MERCADO | DEMANDA | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? | | | |
| | | OFERTA | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional? ¿Cuál es el Canal de distribución? | | | |
| VD: COMERCIALIZACIÓN | ENTORNO | POLÍTICO / LEGAL (MEDIDAS ARANCELARIAS) | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política económica / comercial? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de cerámicas en barro? ¿Cuál es la balanza comercial? | Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico) | Fichas cuestionario | Internet: archivos, sitios web. Acervo documental |
| | | FACTORES SOCIO ECONÓMICO / GRUPO OFERTANTE | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de Ecuador? ¿Cuál es la situación del PIB en Ecuador? ¿Cuál es la situación del PIB per cápita Ecuador? ¿Cuál es el índice inflacionario de Ecuador? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes? ¿Cuál es la índice de desempleo anual de los habitantes? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? | | | |
| | PRODUCTO / OFERTA | CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO OFERTA EXPORTABLE | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál son las características del producto? ¿Cuáles son los proveedores de insumos el sector? ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? ¿Cuál es el precio del producto? ¿Cuál es el monto de la inversión en equipos e infraestructura que tiene la Asociación? ¿Cuál es valor de ventas mensuales? ¿Cuál es el margen de rentabilidad obtenido por la Asociación en la comercialización de cerámicas en barro? | Fichaje Observación Entrevista | Fichas Cuestionario | Productores |

Elaboración: Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

3.5. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La recolección de la información se la realizó mediante un proceso sistemático y estructurado que permitió reunir los datos necesarios utilizando técnicas adecuadas como la entrevista, observación, e información secundaria obtenida de fuentes fidedignas de la web. La información recolectada permitió resolver las dos variables planteadas en este estudio (comercialización y demanda).

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PAIS DESTINO

3.6.1.1. Factores Socio, Económicos

Cuadro No. 5

| Indicadores Socioeconómicos | | | | |
|-----------------------------|--|----------------|------|------|
| Demografía | País | Estados Unidos | | |
| | Capital | Washington | | |
| | Población Total (estadísticas Jul. 2012) | 316,668,567 | | |
| | Población Miami (estadísticas 2009) | 5,699,000 | | |
| | Índice de crecimiento poblacional (estadísticas Jul. 2012) | 0,90% | | |
| | Tasa de desempleo (2012) | 8.2% | | |
| Producción | PIB tasa de crecimiento real | 2010 | 2011 | 2012 |
| | | 2.4% | 1.8% | 2.2% |
| | PIB (billones de dólares est. 2012) | 15.66 | | |
| | PIB Per cápita (2012) | 49,800 | | |
| Precios | Inflación Anual (2012) | 2.00% | | |

Fuente: Central Intelligence Agency CIA., Agencia Andaluca de Promoción Exterior.

Elaboración: Yadira Hernández.

Estados Unidos es un país con más de 316 millones de habitantes, tratándose de un mercado maduro y competitivo que permite la oferta de productos ya que tiene una fuerte tradición consumista. Tomando en cuenta que los

norteamericanos presentan una tasa negativa de ahorro, es el que más consume a nivel mundial.

El análisis demográfico va intrínsecamente ligado a las estrategias de penetración y búsqueda de mercados de las empresas, especialmente en un mercado-continente como EEUU donde es muy fácil dispersarse y donde hay que segmentar y concretar. Por estados, la población está bastante concentrada en 7 estados que superan los 10 millones de habitantes, y especialmente en California, Texas, Nueva York y Florida. (Agencia Andalucía de Promoción Exterior, 2012, p. 6)

El PIB es un indicador económico que en el periodo del 2010 al 2012 presento un decrecimiento en la producción de bienes y servicios de Estados Unidos afectados por la recesión que paso este país, generándose desempleo, crisis bancaria entre otros. (Central Intelligence Agency [CIA], 2013).

En cuanto a la inflación su moderado aumento de consumo generó un descenso del 2% en el 2012 en relación al año 2011 que fue de 3.1%. (Agencia Andalucía de Promoción Exterior, 2012), permitiendo mayor estabilidad económica a los estadounidenses.

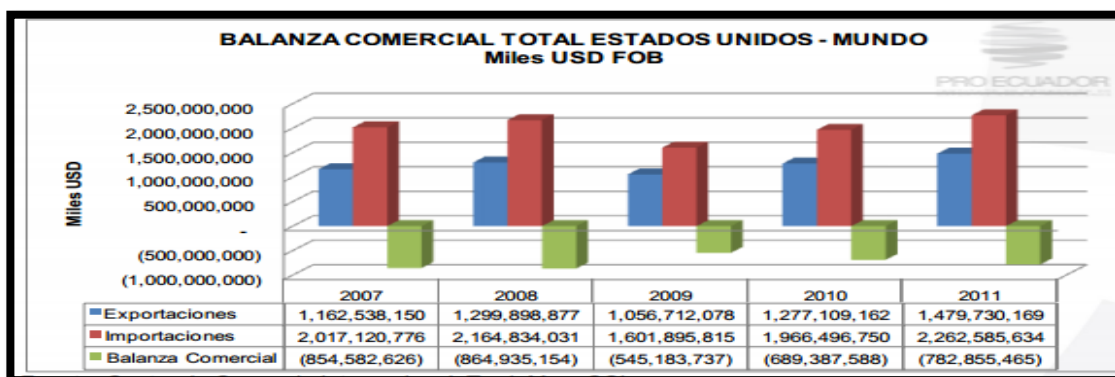
3.6.1.2. Factores Políticos

Estados Unidos otorgó a Ecuador un acuerdo de preferencias arancelarias conocido como Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act (ATPDEA) desde el año 1992, con la finalidad de erradicar el narcotráfico. Se debe tomar en cuenta que el presente acuerdo está vigente hasta julio del 2013. Alrededor de 6300 partidas se benefician del acuerdo ATPDEA, del cual Ecuador utiliza apenas un 21.8% del total, por estrictas normativas de ingreso especialmente medidas fitosanitarias y sanitarias. (Ministerio Coordinador de la Política Económica [MCPE], 2011) Las artesanías de nuestro país se encuentran

beneficiadas por que no paga aranceles al momento de ingresar al mercado estadounidense bajo el ATPDEA, beneficiando a los artesanos dedicados a la comercialización de piezas u objetos elaborados artesanalmente. (Pro Ecuador, 2012)

Estados Unidos equivale a una de las principales economías a nivel mundial. Actualmente este país presenta signos de recuperación moderados dirigidos específicamente a resolver los problemas de desempleo y evitar la deuda pública (Becker, 2008). Con el gobierno de Obama se han planteado medidas que permitan tener un crecimiento a largo plazo, incluyendo a la oferta y demanda, entre las principales medidas están: inversión en infraestructura, fomento a las exportaciones y creación de una agencia de protección al consumidor financiero. Se debe tomar en cuenta que este país presenta una estricta normativa para la apertura comercial, dificultando el acceso al mercado estadounidense y de esta manera limitando las importaciones (Oficina Económica Comercial de España, 2012).

Gráfico No. 1



Fuente: Centro de Comercio Internacional, TradeMap, CCI

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

La balanza comercial representa el registro de las importaciones y exportaciones anuales de un país. Estados Unidos durante los últimos dos años sus indicadores económicos presentan un déficit comercial debido a la recesión

por la que paso este país. “En el período 2007 – 2011 las importaciones crecieron a una tasa promedio anual del 2.91% mientras que las exportaciones crecieron a un ritmo del 15.27%”. (Pro Ecuador, 2013)

3.6.1.3. Factores Legales

Ecuador al mantener un acuerdo comercial con Estados Unidos permite el ingreso de artesanías en barro sin el cobro de ninguna tarifa oficial, para el caso de la partida <9612.00 Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica> para el ingreso a la mayoría de países el arancel es cero (Pro Ecuador, 2012).

Por lo general lo se aplican barreras no arancelarias a la comercialización de artesanías en barro a los Estados Unidos. Se debe tomar en cuenta el embalaje si este es de madera para que sea verificado por la autoridad pertinente y sobre el marcado de origen del producto que es obligatorio para toda mercancía que vaya a ingresar a este país.

Requisitos para embalaje de madera

La Convención Internacional para la Protección de las Plantas o International Plant Protection Convention IPPC establece que la mayoría de embalajes de madera deben ser sometidos a tratamiento térmico o a una fumigación que generalmente es con bromuro de metilo y que debe ser marcado con un sello internacional de aprobación que certifique que el tratamiento fue realizado (Pro Ecuador, 2011, p. 46).

Marcado de origen

El mercado de origen es indispensable y obligatorio para el ingreso al mercado estadounidense, debe precisarse claramente el país de origen de las

mercancías para determinar el arancel aplicable en caso de haberlo. Debe estar en inglés y con su traducción al español (Pro Ecuador,2011, p.46).

La multa que se deberá pagar por el hecho de que una mercancía no tenga marcado el país de origen es del 10% del valor del bien en función del avalúo del USCBP; se pueden imponer multas adicionales por mala fe; marcados falsos tendrán una sanción pecuniaria; pueden ser confiscados y sanciones criminales pueden ser del caso. Si la mercadería no tiene le marcado de país, el artículo puede ser reexportado, destruido o se permitirá el marcado de forma apropiada bajo la supervisión del USCBP antes de que la importación sea liquidada, una vez que se haya cancelado la multa del 10% (Pro Ecuador, 2011, p. 46).

3.6.1.4. Factores Geográficos

Cuadro No. 6

| AÉREO | TERRESTRE | | MARÍTIMO | | FERROVIARIO |
|--|--|---------------------|---|---|---|
| | | | De carga | De contenedores | |
| Aeropuerto Internacional de Miami | Sin Pavimentar | 2.131.420 km | Baton Rouge Corpus Christi Hampton Roads Houston Long Beach Los Ángeles Nueva Orleans Nueva York Plaquemines Tampa Texas City | Los Ángeles Long Beach New York New Jersey Savannah Oakland Hampton Roads | 224792 km de vía estándar y 1435 m del Caribe. |
| Aeropuerto John F. Kennedy de Nueva York | Pavimentadas | 4.374.784 km | | | Este sistema es el mejor del mundo posee trenes de carga y de alta velocidad. |
| Aeropuerto de Memphis | | 75.238 km autopista | | | |
| | TOTAL | 6.506.204 km | | | |
| Aeropuerto Internacional de Los Ángeles | EE.UU. posee vías de acceso desarrolladas. | | | En cuanto a los trenes de carga puede transportar desde autos hasta cereales. | |

Fuente: Pro Ecuador, Miami International Airport (MIA), CIA.

Elaboración: Yadira Hernández

Para el transporte de cerámicas en barro desde Ecuador a Estados Unidos se puede utilizar dos modos de transporte el marítimo y aéreo, a pesar de que varía el costo y tiempo de entrega de estos dos modos. Para el presente estudio se ha seleccionado el modo de transporte aéreo que permite llegar con el producto en menor tiempo y con mayor cuidado por ser objetos frágiles

aunque el costo de transporte sea mayor. A continuación se muestra tabla No. 1 del puerto de Miami, lugar donde se comercializará la mercancía.

Tabla No. 1
Informe del Tráfico de Miami 2012

| INTERNACIONAL * | Deplaned | Embarcados | Total | EL AÑO PASADO | % CHG OVR AÑO PASADO |
|--|----------|------------|----------|---------------|----------------------|
| PASAJEROS | 9774878 | 9596802 | 19371680 | 18417513 | 5.18 |
| CARGA TONELADAS- | 958824 | 861.997 | 1821821 | 1763690 | 3.30 |
| Correo de TONELADAS | 2975 | 11611 | 14.586 | 14220 | 2.58 |
| TOTAL DE CARGA TONELADAS- | 962799 | 873608 | 1836407 | 1777407 | 3.29 |
| Aviones Comerciales MVMT | 96746 | 91946 | 188692 | 183996 | 2.55 |
| Peso desembarcado (1000 LBS) | . | . | 20493906 | 19667506 | 4.20 |
| LLEGAN LOS PASAJEROS Y TRIPULACIÓN QUE REQUIEREN INSP FEDERAL. | . | . | 9909566 | 9472249 | 4.62 |
| ASIENTOS | 12070989 | 11769613 | 23840602 | 22838261 | 4.39 |

Fuente: Miami International Airport
Elaboración: Miami International Airport

El Aeropuerto Internacional de Miami es operado por el departamento de Aviación de Miami – Dade. Es una de las principales puertas de entrada a Estados Unidos tanto de carga como de pasajeros de todo el mundo. (MIA, 2013). En comparación al 2011 el tráfico comercial se ha incrementado en alrededor del 0,06% beneficiando al desarrollo económico de Estados Unidos.

3.6.1.5. Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM)

Tabla No. 2

| FACTOR SOCIO, ECONÓMICO | | |
|-----------------------------------|---------------|-------------|
| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| Índice de crecimiento poblacional | 1 | |
| Distribución de Ingresos | 2 | |
| Tasa de desempleo | | 1 |
| PIB | | 1 |
| PIB per cápita | 2 | |
| Inflación | 2 | |
| SUMA | 7 | 2 |
| PROMEDIO | 1,75 | 0,67 |
| FACTOR POLÍTICO | | |
| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| Acuerdo ATPDEA | 1 | |
| Política Económica | 2 | |
| Balanza Comercial | | 2 |
| SUMA | 3 | 2 |
| PROMEDIO | 1 | 1 |
| FACTOR LEGAL | | |
| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| Barreras Arancelarias | 3 | |
| Barreras No Arancelarias | | 1 |
| SUMA | 3 | 1 |
| PROMEDIO | 3 | 1 |
| FACTOR GEOGRAFICO | | |
| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| Aéreo | 3 | |
| Terrestre | 2 | |
| Marítimo | 1 | |
| Ferrovionario | | 3 |
| SUMA | 6 | 3 |
| PROMEDIO | 2 | 3 |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

Para dar las calificaciones se tomó en cuenta las siguientes valoraciones descritas en el cuadro:

Tabla No. 3

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

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

Resumen:

Tabla No. 4

| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|-------------------------|----------------------|-----------------|
| Factor Socio, Económico | 1,75 | 0,67 |
| Factor Político | 1 | 1 |
| Factor Legal | 3 | 1 |
| Factor Geográfico | 2 | 3 |
| SUMA | 7,75 | 5,67 |
| PROMEDIO | 3,88 | 2,83 |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

De acuerdo a la tabla de resumen No. 4 se puede analizar que el mercado estadounidense genera mayores oportunidades que amenazas por ser un país desarrollado y estable a nivel económico, político, social y legal. En cuanto a su acuerdo comercial factor más relevante en el POAM se convierte en una oportunidad baja por motivos de su finalización en este año.

3.6.2. ANÁLISIS MERCADO – PRODUCTO

3.6.2.1. Perfil del consumidor

Uno de los principales importadores de artesanías es Estados Unidos que actualmente buscan objetos que sean de utilidad. “Valorando el diseño y creatividad del artesano, así como los materiales utilizados. Estos se utilizan como adornos decorativos en hogares, lugares de recreación, hoteles entre otros. (Pro Ecuador, 2012)

Según María de Lourdes Valladares Rosas administradora de la Bodega Exportadora CIA. LTDA. (05/04/2013) los consumidores más frecuentes de artesanías son turistas de diferentes países del mundo (incluido Estados Unidos) que aprecian el arte ecuatoriano, su cultura y que los productos sean elaborados a mano y los diseños que se plasman en cada artesanía son muy valorados.

Principales importadores de artesanías en barro

Tabla No. 5

| Importadores | Valor Importado en 2006 | Valor Importado en 2007 | Valor Importado en 2008 | Valor Importado en 2009 | Valor Importado en 2010 | Valor Total Importado 2006-2010 | Tasa de crecimiento promedio anual (TCPA)* |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|--|
| Estados Unidos de América | 399,692 | 394,439 | 345,063 | 253,230 | 306,846 | 1,699,270 | - |
| Alemania | 119,665 | 147,764 | 159,742 | 129,845 | 132,746 | 689,762 | - |
| Italia | 68,077 | 83,561 | 94,435 | 81,712 | 85,196 | 412,981 | 5.77% |
| Países Bajos (Holanda) | 69,938 | 80,542 | 103,797 | 72,335 | 83,128 | 409,740 | 4.41% |
| Francia | 69,427 | 85,068 | 92,487 | 69,834 | 67,715 | 384,531 | - |
| Reino Unido | 70,510 | 79,328 | 69,699 | 55,384 | 57,855 | 332,776 | - |
| Bélgica | 39,506 | 46,607 | 51,158 | 33,891 | 34,777 | 205,939 | - |
| Suiza | 27,085 | 28,743 | 33,297 | 28,695 | 29,414 | 147,234 | - |
| Austria | 22,437 | 29,326 | 29,107 | 27,059 | 28,781 | 136,710 | 6.42% |
| Suecia | 24,660 | 27,250 | 27,972 | 18,604 | 19,949 | 118,435 | - |

Fuente y elaboración: Trade Map

Exportadores de artesanías en barro a Estados Unidos

Tabla No. 6

| Exportadores | Valor Importado en 2006 | Valor Importado en 2007 | Valor Importado en 2008 | Valor Importado en 2009 | Valor Importado en 2010 | Valor Total Importado 2006-2010 | Tasa de crecimiento promedio anual (TCPA)* |
|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|--|
| China | 222,249 | 219,129 | 206,067 | 155,887 | 199,087 | 1,002,419 | - |
| VietNam | 36,478 | 36,104 | 33,546 | 28,363 | 32,258 | 166,749 | - |
| México | 28,563 | 23,585 | 18,455 | 13,920 | 15,266 | 99,789 | - |
| Italia | 22,260 | 22,304 | 17,659 | 8,779 | 9,400 | 80,402 | - |
| Malasia | 16,184 | 16,380 | 14,499 | 12,513 | 11,660 | 71,236 | - |
| Tailandia | 12,228 | 12,367 | 10,308 | 8,355 | 8,869 | 52,127 | - |
| Alemania | 13,482 | 10,896 | 9,763 | 5,396 | 7,315 | 46,852 | - |
| Filipinas | 8,387 | 11,478 | 5,189 | 2,808 | 2,900 | 30,762 | - |
| Portugal | 6,663 | 6,052 | 4,628 | 4,663 | 5,123 | 27,129 | - |
| Francia | 2788 | 3462 | 1790 | 1624 | 1890 | 11,554 | - |

Fuente: Trade Map
Elaboración: Pro Ecuador

De acuerdo a datos obtenidos de Trade Map (2008) Estados Unidos es un país que no produce artesanías en barro, específicamente de la partida que se utilizó para este estudio, 691390 (estatuillas y demás objetos de adorno de cerámica, excepto los de porcelana).

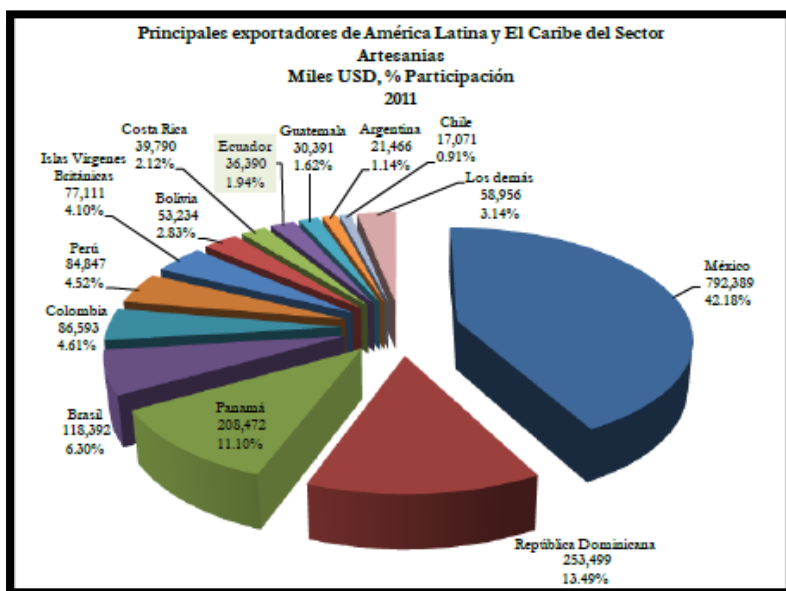
Según la entrevista aplicada a Vilma Allauca Rea responsable de Comercio Exterior FEPP CAMARI, el precio referencial de las artesanías en barro en el mercado estadounidense supera las expectativas de los alfareros de nuestro país, ya que está alrededor de cinco veces más del valor FOB.

Tabla No. 7

| PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES DE PRODUCTOS DEL SECTOR ARTESANIAS | | | | | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|-------------|----------------|----------------------|
| Valor Miles USD | | | | | | | |
| Importadores | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | TCPA 2007-2011 | % Participación 2011 |
| China | 9,446,069 | 10,199,979 | 9,718,079 | 14,357,612 | 21,606,901 | 22.98% | 20.16% |
| Estados Unidos de América | 10,698,639 | 12,389,140 | 10,301,361 | 11,034,680 | 12,918,434 | 4.83% | 12.06% |
| Reino Unido | 8,901,287 | 8,011,077 | 5,941,102 | 7,745,696 | 8,581,008 | -0.91% | 8.01% |
| Suiza | 5,335,174 | 5,871,367 | 4,722,365 | 5,646,406 | 7,986,903 | 10.61% | 7.45% |
| Hong Kong (China) | 6,148,033 | 6,530,589 | 4,963,745 | 5,969,870 | 7,476,131 | 5.01% | 6.98% |
| Italia | 7,117,802 | 7,089,380 | 5,049,316 | 6,133,996 | 6,860,578 | -0.92% | 6.40% |
| Francia | 3,132,736 | 3,679,132 | 2,845,084 | 3,082,660 | 4,774,508 | 11.11% | 4.46% |
| India | 5,613,316 | 5,114,314 | 11,043,827 | 8,277,156 | 4,535,235 | -5.19% | 4.23% |
| Tailandia | 2,673,806 | 3,386,213 | 2,962,828 | 3,655,670 | 4,363,459 | 13.03% | 4.07% |
| Singapur | 1,011,340 | 1,897,567 | 1,722,033 | 2,756,443 | 2,684,692 | 27.64% | 2.51% |
| Alemania | 2,351,780 | 2,551,266 | 2,239,604 | 2,194,875 | 2,608,546 | 2.62% | 2.43% |
| Japón | 598,085 | 1,146,629 | 923,929 | 1,619,650 | 2,513,696 | 43.18% | 2.35% |
| Turquía | 1,645,485 | 1,777,517 | 1,263,039 | 1,650,858 | 2,076,587 | 5.99% | 1.94% |
| Demás Países | 16,148,245 | 18,255,860 | 14,624,084 | 16,307,086 | 18,169,114 | 2.99% | 16.96% |
| Mundo | 80,821,797 | 87,900,030 | 78,320,396 | 90,432,658 | 107,155,792 | 7.31% | 100.00% |

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trade Map
Elaboración: Pro Ecuador

Gráfico No. 2



Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trade Map
Elaboración: Pro Ecuador

Como principales exportadores de artesanías se encuentra China, Estados Unidos y Reino Unido entre los tres primeros países replantando el 40% de

participación para el año 2011 a nivel mundial (Gráfico No. 1). En cuanto a Latino América, Ecuador está entre los diez primeros exportadores representado 1,94% de participación para el año 2011(Gráfico No. 2).

El canal de distribución generalmente está constituido por un grupo de intermediarios que permiten poner el producto desde un punto de origen hasta el destino.

Los canales de distribución que se utilizan normalmente en Estados Unidos para el ingreso de productos ecuatorianos son marítimos y aéreos. Se debe tomar en cuenta la distribución interna de los productos para ello vías de transporte terrestre y ferroviario desarrollados. En cuanto a medio marítimo sus puertos son muy organizados cuentan con grúas especiales para carga y descarga de contenedores y de esta manera disminuir su tiempo de desembarque. El tiempo desde Ecuador a Estados Unidos es indispensable para la selección del medio de transporte adecuado según las necesidades del importador (Pro Ecuador, 2013).

Tabla No. 8

| DESTINO | TIEMPO DE TRANSPORTE | | CONTENEDOR 40' SECO |
|-------------|----------------------|--------------|---------------------|
| | Aéreo | Marítimo | |
| Miami | 4 horas | 8 días | ↔ 1200 |
| Los Ángeles | 12 horas | 10 días | ↔ 1500 |
| New York | 6 horas | 12 – 15 días | ↔ 1900 |

Fuente: Pro Ecuador

Elaboración: Yadira Hernández

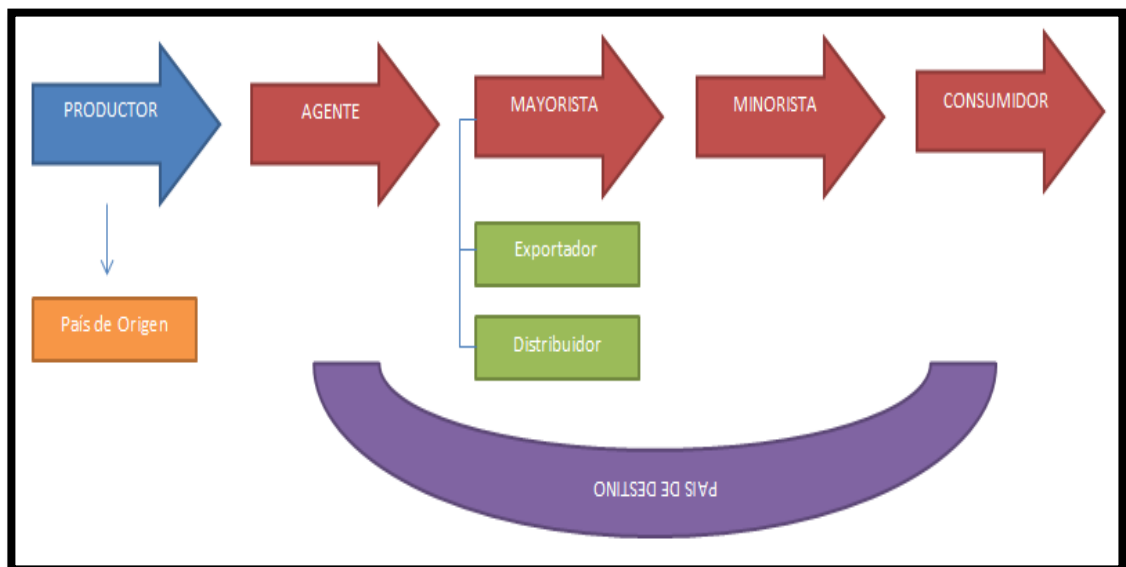
La Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones de PRO ECUADOR (2013) manifiesta dos canales de distribución recomendados para la venta de

productos ecuatorianos en Estados Unidos. Agentes y Distribuidores. Para comprender a los agentes se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

- Agentes con residencia en Estados Unidos
- El Agente tiene la opción de venta directa a distribuidores
- Contratos Verbales
- Representante de la exportadora
- Realización de trámites aduaneros de importación.

Y los distribuidores, quienes se manejan bajo un contrato de distribución dirigido a un mercado específico de este país conocido como distribuidor regional. En el caso de ser el distribuidor la misma persona que el importador su margen de ganancia va a oscilar entre 40% y 50%.

Gráfico No. 3
Intermediarios en la Comercialización Internacional



Fuente: Marcela Pérez
Elaboración: Yadira Hernández

3.6.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.6.3.1. Factores Político Legal

Dentro de la temática planteada se ha visto necesario conocer científicamente la relación del Ecuador en cuanto a sus exportaciones. Para ello se plantea las siguientes leyes y su análisis.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en el Art. 306 establece que el Estado promoverá las exportaciones de pequeños y medianos productores del sector artesanal, para ello se debe tomar en cuenta el cuidado ambiental, la generación de empleo y que los productos que se pretenden exportar cuenten con un valor agregado. En cuanto a *Intercambios económicos y comercio justo* la carta magna impulsará el comercio justo, para acceder a bienes y servicios de calidad con transparencia y eficiencia en los mercados en un ambiente de competencia en igualdad de condiciones tal como se indica en el artículo 336.

En cuanto al *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones – COPCI (2011)* dentro de sus fines incluye en el artículo 4 literal o) el fomento y diversificación de las exportaciones; y en el literal q) el apoyo a las actividades de la economía popular y solidaria, insertando su oferta productiva a nivel internacional. Por otra parte como competencia del *organismo rector en materia de política comercial* el Art. 72 contempla que se deben formular políticas y estrategias dentro del marco de negociaciones comerciales internacionales preservando los intereses del país, promoviendo al mismo tiempo programas de asistencia financiera de la banca pública que facilite implementar técnicas ambientales para una producción más limpia y ambientalmente responsable. En lo relacionado al *Fomento y Promoción de las Exportaciones* el presente código en el artículo 93 literal a) habla del acceso a programas de preferencias arancelarias obtenidas de acuerdos comerciales

entre uno o más países, para productos que cumplan con los requisitos solicitados al mismo tiempo se establecerá mecanismos de seguro de crédito a las exportaciones tal como lo manifiesta el Art. 94 de cubrir los riesgos del no pago a las ventas realizadas al exterior.

Adicionalmente la agenda de la política económica para el buen vivir 2011 – 2013 establece:

(...) plantear una estrategia comercial que considere tanto la sustitución de importaciones como la diversificación y la progresiva sustitución de exportaciones tradicionales, sobre todo de las que caracterizan a la economía extractivista. Los pequeños y medianos productores serán los agentes fundamentales que se han de incorporar en la nueva forma de inserción en la economía mundial. Esto provocará significativos cambios estructurales en el régimen de acumulación, tornándolo mucho más equitativo. (Ministerio de Coordinación de la Política Económica, 2011, p. 22)

Para ser un exportador se debe cumplir con ciertos requisitos:

Cuadro No. 7

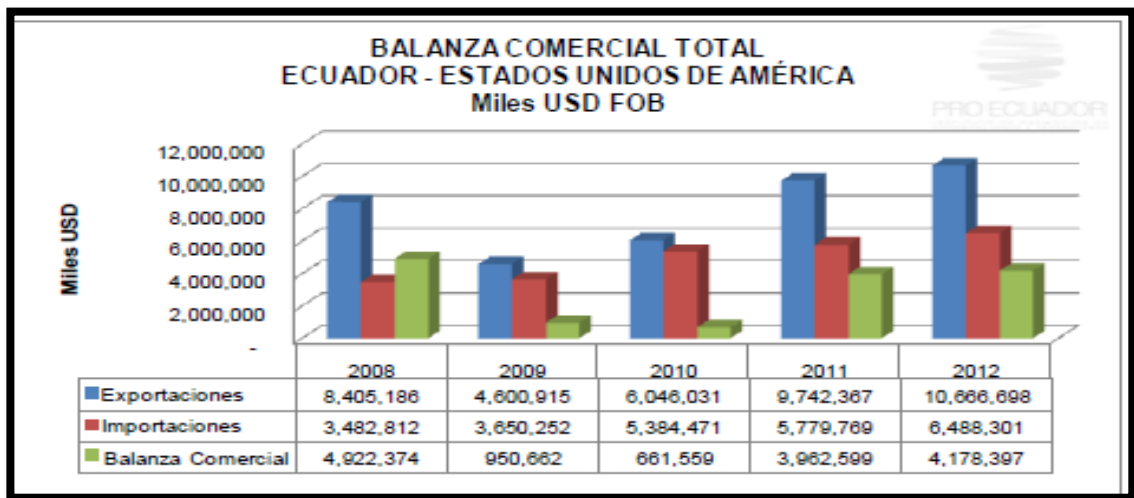
| SENAE | EXPORTA FACIL |
|---|--|
| Obtener RUC de exportador en el Servicio de Rentas Internas (SRI) | Obtener RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI) |
| Adquirir el certificado digital para la firma electrónica en el Banco Central del Ecuador y Security Data | Registrarse como exportador en EXPORTA FACIL Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada). |
| Registrarse en el portal de ECUAPASS | |

Fuente: SENAE, Pro Ecuador
Elaboración: Yadira Hernández

Exporta Fácil es una herramienta que facilita la exportación de productos no perecibles a pequeños y medianos productores entre ellos a los artesanos, para ello se debe tomar en cuenta que el monto máximo de exportación es de \$5000 y un peso de 30kg. (Pro Ecuador, 2012). Los documentos necesarios para

exportar artesanías en barro son: factura comercial original, autorización de salida de bienes culturales no patrimoniales que otorga el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Certificado de Origen, guía aérea. (SENAE, 2012).

Gráfico No. 4



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Pro Ecuador

La Balanza Comercial de Ecuador y Estados Unidos según (Gráfico No. 4) para los últimos cinco años representa un superávit comercial ya que sus exportaciones son mayores a sus importaciones lo que permite mayores beneficios económicos para el Ecuador.

Gráfico No. 5



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Pro Ecuador

Entre los principales productos que Ecuador vende a Estados Unidos (Gráfico No. 5) está el petróleo producto que genera mayores ingresos económicos, seguido por el camarón y banano. Para el año 2012 la exportación de petróleo fue alrededor de ocho millones de dólares (Pro Ecuador, 2012).

3.6.3.2. Factores Socio, Económicos

Cuadro No. 8

| Indicadores Socioeconómicos | | | | |
|---|--|------------------------------|------|------|
| Demografía | País | Ecuador | | |
| | Capital | Quito | | |
| | Población Total (censo 2010) | 14'483.499 | | |
| | Índice de crecimiento poblacional (estadísticas Jul. 2012) | 1.419% | | |
| | Distribución de ingresos (2012) | 47.7 | | |
| | Tasa de desempleo (2012) | 4.1% | | |
| | Índice de Confianza al Consumidor (May 2012) | 821.4 puntos. | | |
| | Producción | PIB tasa de crecimiento real | 2010 | 2011 |
| 3.3% | | | 1.8% | 4% |
| PIB (mil millones de dólares est. 2012) | | 73.33 | | |
| PIB Per cápita (2012) | | 8,800 | | |
| Precios | Inflación Anual (2012) | 4,16 % | | |

Fuente: CIA, Banco Central del Ecuador, MCPE.

Elaboración: Yadira Hernández

El PIB en Ecuador presentó un crecimiento en relación a los dos años anteriores. “El crecimiento anual para este periodo se debe en mayor medida por el valor agregado bruto de las ramas no petroleras” (MCPE, 2012, p.2). El índice inflacionario anual en relación al 2011, presentó un aumento del 0,8% generando de esta manera un incremento en los precios al consumidor. (CIA, 2013).

En mayo de 2012, el Índice de Confianza Empresarial (ICE) alcanzó los 821,4 puntos, registrando un incremento de 18,9 puntos con respecto al mes anterior (802,5 puntos). Al comparar este Índice con el puntaje registrado en mayo de 2011 (665,6) se observa un incremento en la tasa de

variación anual del 23,4%. Estos resultados reflejan que las expectativas de los empresarios siguen creciendo (MCPE, 2012, p. 3)

La presencia de culturas prehistóricas alfareras en el Ecuador a sus inicios se asentaron en la región costa de este país, quien posee una de las cerámicas más antiguas de América (5000 años A.C.) al igual que México y Perú. Actualmente se aplican nuevas técnicas en la transformación de la arcilla producto de la conquista española. En la región sierra se elaboran las artesanías aplicando técnicas ancestrales, para la Amazonia la elaboración de piezas en barro, es de acuerdo a sus propias creencias donde se plasman simbologías autóctonas en figuras como animales de esta región (Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO], 2012).

Tabla No. 9

| PRODUCCION NACIONAL DE ARTESANIAS EN BARRO | | |
|---|--------------------|-------------------|
| PROVINCIA | N° TALLERES | PRODUCCION |
| MANABÍ | 539 | 32,03% |
| GUAYAS | 232 | 13,78% |
| AZUAY | 329 | 19,55% |
| LOJA | 136 | 8,08% |
| AMAZONÍA | 76 | 4,52% |
| CARCHI | 20 | 1,19% |
| COTOPAXI | 30 | 1,78% |
| DEMÁS PROVINCIAS | 260 | 19,07% |
| TOTAL | 1622 | 100,00% |

Fuente: MIPRO

Elaboración: Yadira Hernández

El sector alfarero del Ecuador se encuentra ubicado en casi todo el país, donde se realiza la transformación de la arcilla y la elaboración de figuras en barro, a las cuales se les da un excelente acabado. “La cerámica mantiene una gran tradición de tipo familiar, transmitiéndose los conocimientos de generación en generación” (MIPRO, 2012).

La Asociación de Ceramistas del Carchi se encuentra legalmente establecida con personería jurídica N° 805, dado en la ciudad de Tulcán, a los 30 días del mes de marzo del 2011 por el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES. A continuación se identifican los socios

Cuadro No. 9

| APELLIDOS Y NOMBRES | N° CI. |
|-------------------------------------|---------------|
| Ayala Martínez Juan Carlos | 040148339-1 |
| Goyes Villarreal Carlos Guillermo | 040064840-8 |
| Imbaquingo Villota Rocío del Carmen | 040109897-5 |
| Martínez Cerón Hernán Ramiro | 040070134-8 |
| Ponce Rosero Fabián Francisco | 040097634-6 |
| Ponce Pozo Edison Ángel | 040149271-5 |
| Ponce Rosero Mauro Victoriano | 040109873-6 |
| Obando Muñoz Oscar Manuel | 040065264-0 |
| Usuy Rosero Nelva Lucia | 1002682126 |


Fuente: Asociación de Ceramistas del Carchi
Elaboración: Yadira Hernández

Según Rocío Imbaquingo socia activa de la Asociación de Ceramistas del Carchi (26/03/2013) este grupo de alfareros busca salvaguardar el conocimiento cultural identitario de la Cultura Pasto, revalorizando la tradición ceramista y la gran riqueza iconográfica de la sierra norte, a través de una gestión productiva de mujeres y hombres emprendedores, posibilitando de esta manera dar buen uso del patrimonio cultural, con la puesta en valor del producto que consiste en la elaboración de réplicas de figuras ancestrales, vajillas utilitarias de cerámica libre de óxidos con diseños pastos.

3.6.4. ANÁLISIS MERCADO – PRODUCTO

Ficha Técnica Producto

Cuadro No. 10

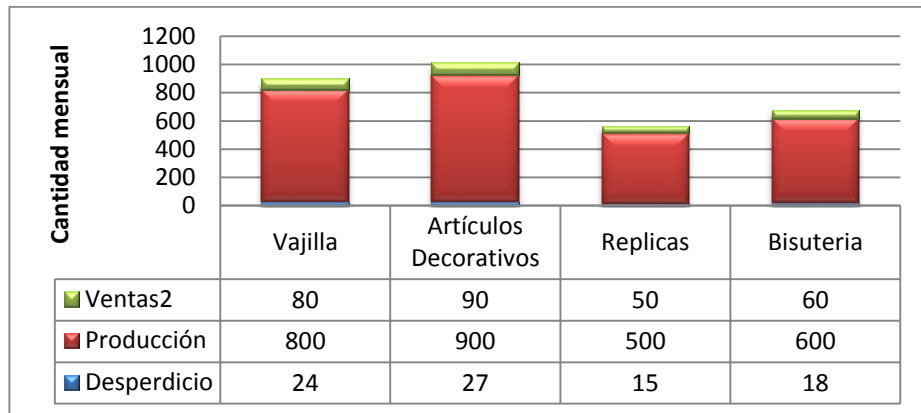
| | |
|--|--|
| Nombre: Cerámicas en Barro | Nombre Científico: No aplica |
| Partida arancelaria: 691390 | |
| <p>Descripción: Piezas u objetos elaborados a base de barro cocido.</p>  | |
| <p>Sección XIII : MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO FRAGUABLE, CEMENTO, AMIANTO (ASBESTO), MICA O MATERIAS ANALOGAS; PRODUCTOS CERAMICOS; VIDRIO Y MANUFACTURAS DE VIDRIO</p> <p>Capítulo 69 : Productos cerámicos</p> <p>Partida Sist. Armonizado 6913 : Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica</p> <p>SubPartidaSist. Armoniz. : </p> <p>SubPartida Regional 69139000 : - Los demás</p> | |
| <p>Diseños:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contemporáneos ✓ Ancestrales | <p>Tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Vajilla ✓ Artículos decorativos ✓ Replicas ✓ Bisutería |
| <p>Proveedores de insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresa CeramiCarma ✓ Casa de los collares Ibarra | |

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), Asociación de Ceramistas del Carchi

Elaboración: Yadira Hernández

Producción de Artesanías en Barro Asociación de Ceramistas del Carchi

Gráfico No. 6



Fuente: Asociación de Ceramistas del Carchi
Elaboración: Yadira Hernández

Actualmente la asociación de Ceramistas del Carchi produce alrededor de 2800 piezas en barro en todos sus tipos, Están dispuestos a producir 50% más para que estas sean comercializadas al exterior.

3.6.5. FODA

3.6.5.1. Análisis FODA

Cuadro No. 11

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Riqueza cultural ✓ Capacidad productiva instalada ✓ Recursos materiales disponibles ✓ Alta producción | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingreso a nuevos segmentos de mercado ✓ Crecimiento en la demanda de artesanías en barro. ✓ La futura implementación del Centro de Fomento Productivo Artesanal y su articulación con los demás programas de fomento de las exportaciones. ✓ Incentivos a los artesanos para exportar por parte del gobierno nacional |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Escasa disciplina laboral en los alfareros. ✓ Falta de una marca que identifique a todos los productos artesanales del país ✓ Desconocimiento de la normativa y requisitos para comercializar artesanías al exterior. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Presencia de intermediarios ✓ Competencia a nivel nacional e internacional ✓ Presencia de productos sustitutos. |

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración
Elaboración: Yadira Hernández

3.6.5.2. Fuerzas de Porter

Poder de Negociación con los Proveedores

El mercado objetivo se vuelve atractivo tomando en cuenta la elaboración del producto final como son las artesanías en barro existen varios proveedores, en cuanto a la materia prima se la encuentra en grandes minas en el Cantón Montúfar, donde es autorizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Montúfar su explotación para la elaboración de dichos productos los cuales permitan el crecimiento de los alfareros de la localidad.

Poder de Negociación de los Clientes

Entre los principales importadores de artesanías en barro ubicados en Estados Unidos se tiene:

Cuadro No. 12

| Nombre de la empresa | Nombre del comprador | Teléfono/ Fax | Comentarios |
|---|----------------------|--|--|
| Howler Monkey Imports 3487 Bowling Green Way Atlanta, GA 30340-4121 USA | | (770) 939-5029 (770) 939-5029 FAX info@howlermonkey.biz | Gran importador líder en la importación de ocarinas, joyas y cerámica hecha a mano de Costa Rica, Colombia, Perú y otros países de centro América de estilo pre colombino. |
| Picadillos Southwest accessories 7628 Bayside Road Chesapeake Beach, Maryland 20732 | | (410) 257-7000 info@picadillos.com | Importante importador de artesanías de México y otros países americanos |
| El Paso Saddleblanket 601 N. Oregon El Paso, TX 79901 | | (915) 544-1000 (915) 533-7209 Fax info@elpasosaddleblanket.com | Importadores y distribuidores de artesanía centro y sur americana |
| Tierra Fina, Inc. 1093 A1A Beach Blvd. PMB 151 St. Augustine, Florida 32080 | | (904) 824-1114 (904) 824-3319 Fax info@tierrafina.com | Importadores directos de productos de cerámica. Actualmente importan de España, Portugal, México y Marruecos entre otros. |
| Alfa International Trading, Inc. P.O. Box 29049 Dallas, TX, 75229 USA | | (972) 780-8081 (972) 780-8219 Fax alfa9@spynet.com | Importadores especializados en pottery, vasijas y figurines del lejano oriente, sin embargo importan también cerámica precolombina |
| Ceramica Imports 55 Evergreen Drive East Windsor NJ 08520 | | (609) 371-0313 (609) 371-2516 Fax | Importadores de ceramica de todo el mundo, realizan muchas de sus ventas por catálogos electrónicos vía internet |
| Architectural Pottery 15161 Van Buren Midway City, CA | | (714) 895-3359 (714) 898-5109 Fax | Productor e importador de cerámica y ornamentos de decoración |
| Indiana Ceramic Supply, Inc. 1034 E. New York St. Indianapolis, Indiana 46202 | Mark Waldo | (317) 955-8444 mark@debmark.com | Fabricantes e importadores de cerámicas, en el mercado desde 1988. |
| Galleria of Boca Grande 410 East Railroad Ave. P.O. Box 1289, Boca Grande 33921, USA | Charles Agles | (941) 964-1113 (941) 998-7511 Fax | Importadores de cerámica decorativa |
| Sacred Valley Galleries, Inc. 13990 SW 24 Street, Davie, FL 33325 | | (954) 423-0049 Fax lbehari@thesacredvalley.com | Galería que exhibe y comercializa cerámica estilo precolombina. |

Fuente: Ministerio de Economía de El Salvador

Se debe tomar en cuenta que Ten Thousand Village es una empresa importadora que adquiere varios tipos de artesanías a Ecuador y aplica el acuerdo de Comercio Justo según Vilma Allauca, de esta manera se crea otro contacto comercial a la lista anterior de importadores.

Amenaza de Nuevos Entrantes

Nuestro país está en constantes cambios, actualmente ha generado mayores facilidades e incentivos a los pequeños y medianos productores para que puedan exportar sus productos.

Entre los proveedores de artesanías en barro se tiene a la Asociación de Ceramistas del Carchi (Ver cuadro No. 9)

Amenaza de Productos Sustitutivos

Actualmente el producto (cerámicas en barro) tiene varios sustitutos como son las artesanías en madera, tagua, textiles entre los más principales (Pro Ecuador, 2012). Lo que permite al cliente, hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. De esta manera permite identificar las exigencias de los clientes y que se debe cumplir y lograr entrar en mercados desarrollados y ampliar las expectativas de la Asociación.

El principal producto sustituto de las cerámicas en barro son las artesanías elaboradas en madera que se encuentran en varios sectores de la Provincia de Imbabura, que ha tenido un desarrollo y reconocimiento potencial a pesar de sus costos elevados lo contrario a las cerámicas en barro que a pesar de que sus costos son accesibles, la fragilidad del mismo no le permite competir en el

mercado internacional, tomando en cuenta que la mayoría de los alfareros desconoce el tipo de empaque y embalaje a utilizar en estos objetos o piezas.

Rivalidad entre los Competidores

Para la Asociación de artesanos de Montúfar será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos (Porter, 1985).

Entre los principales competidores a nivel nacional se tiene a:

Cuadro No. 13

| Empresa | Localización |
|----------------------------------|---------------------|
| La bodega Exportadora Cia. Ltda. | Quito |
| Camari | Quito |
| Folklore Olga Ficsh | Quito |

Elaboración: Yadira Hernández (abril, 2013)

3.6.6. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

3.6.6.1. Demanda Efectiva

Las cerámicas en barro se encuentran permanentemente en el mercado estadounidense en él que participan como exportadores de este producto alrededor de 105 países a nivel mundial (Trade Map, 2008). Su principal proveedor es China. La oportunidad de mercado de las artesanías en barro radica en su originalidad, rescate de cultura, vistosidad más que en su precio para los consumidores de Estados Unidos. Según la Secretaria Técnica de la Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones de Nicaragua (2005) “El

mercado de cerámica resulta atractivo ya que los consumidores andan siempre en busca de nuevos y llamativos diseños, razón que explica la amplia diversidad de orígenes de este tipo de productos”.

Durante todo el año los consumidores entre 45 a 65 años de edad, como regalos por motivo de navidad, pascuas, día de la madre, día de brujas, entre otras, utilizan alrededor de \$3000 en compras. Por ello se ha identificado una demanda para el desarrollo del presente estudio tomando en cuenta la población de Estados Unidos y Miami, y gastos en regalos artesanales anualmente. A continuación se establece la demanda efectiva de Cerámicas en Barro.

Demanda Efectiva

Tabla No. 10

| AÑO | POBLACION TOTAL EE.UU.DE 45 A 65 AÑOS | POBLACION TOTAL MIAMI | PORCENTAJE DE CRECIMIENTO MIAMI RANGO 45 A 65 AÑOS | POBLACION DE 45 A 65 AÑOS MIAMI | POBLACION CON INGRESOS MEDIOS ALTOS | DEMANDA EN UNIDADES |
|------------|--|------------------------------|---|--|--|----------------------------|
| 2009 | | 5699000 | | | | |
| 2010 | | 5641597 | | | | |
| 2011 | | 5584772 | | | | |
| 2012 | 166250998 | 5528520 | 0,033 | 183846 | 3493 | 31438 |
| 2013 | 164576443 | 5472834 | 0,033 | 181994 | 3458 | 31121 |
| 2014 | 162863447 | 5417709 | 0,033 | 180222 | 3424 | 30818 |
| 2015 | 161083821 | 5363140 | 0,033 | 178561 | 3393 | 30534 |
| 2016 | 159173387 | 5309120 | 0,033 | 177082 | 3365 | 30281 |
| 2017 | 157285610 | 5255644 | 0,033 | 175616 | 3337 | 30030 |
| 2018 | 155551448 | 5202707 | 0,033 | 174014 | 3306 | 29756 |

Fuente: Central Intelligence Agency, Pro Ecuador, Ministerio de Economía de El Salvador
Elaboración: Yadira Hernández

3.6.6.2. Oferta Exportable

La oferta exportable de las cerámicas en barro radica específicamente en la oferta de la Asociación de Ceramistas del Carchi quienes elaboran objetos decorativos llamativos y de calidad para la vista del consumidor, con diseños ancestrales y contemporáneos.

Oferta Exportable

Tabla No. 11

| AÑO | PRODUCCION ASOCIACION DECERAMISTAS DEL CARCHI/ UNIDADES | DESPERDICIO DEL 3% | PRODUCCION ACTUAL | VENTA LOCAL 10% | OFERTA EXPORTABLE EN UNIDADES |
|---------------------|---|--------------------|-------------------|-----------------|-------------------------------|
| 2011 | 2800 | 84 | 2716 | 271,6 | 2444 |
| 2012 | 4500 | 135 | 4365 | 436,5 | 3929 |
| PROYECCIONES | | | | | |
| 2013 | 6200 | 186 | 6014 | 601,4 | 5413 |
| 2014 | 7900 | 237 | 7663 | 766,3 | 6897 |
| 2015 | 9600 | 288 | 9312 | 931,2 | 8381 |
| 2016 | 11300 | 339 | 10961 | 1096,1 | 9865 |
| 2017 | 13000 | 390 | 12610 | 1261 | 11349 |
| 2018 | 14700 | 441 | 14259 | 1425,9 | 12833 |

Fuente: Entrevista Asociación de Ceramistas del Carchi

Elaboración: Yadira Hernández

Para comprensión de los datos obtenidos en la tabla No. 11 ver anexo No. 2

La participación en el mercado estadounidense anualmente presenta un aumento de acuerdo a la demanda y oferta exportable (ver tabla No. 12).

Participación en el mercado

Tabla No. 12

| DATOS | AÑOS | | | | | |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| OFERTA EXPORTABLE | 3929 | 5413 | 6897 | 8381 | 9865 | 11349 |
| DEMANDA INSATISFECHA | 31438 | 31121 | 30818 | 30534 | 30281 | 30030 |
| % DE COBERTURA DE LA DEMANDA | 12% | 17% | 22% | 27% | 33% | 38% |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

3.6.7. IDEA A DEFENDER

El diseño de un plan logístico de exportación, logrará la comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador y cubrir parte de la demanda en Miami – Estados Unidos

CAPITULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

La Asociación de Ceramistas del Carchi cuenta con la maquinaria adecuada y materia prima necesaria para producir artesanías en barro y poder exportar al exterior, es decir poseen una oferta exportable para dirigirse a Miami. En cuanto a la demanda se conoce que existe gran cantidad de consumidores de acuerdo a estudios secundarios lo que permite a los alfareros poder cubrir parte de esta demanda y satisfacer las necesidades de dichos consumidores.

Se concluye que, de acuerdo a cálculos realizados existe demanda de artesanías en barro en Miami; las personas que adquieren artesanías están entre los 45 y 65 años de edad con ingresos medios altos. En cuanto a la oferta se tiene que los alfareros de su producción total el 87% son cerámicas exportables, las cuales serán ofertadas a Estados Unidos. Por ello la participación en el mercado norteamericano va del 12% al 38% a partir del año 2013 hasta el año 2017, lo que genera factibilidad al presente estudio.

Considerando que las cerámicas en barro son productos aceptados en el exterior especialmente Estados Unidos por sus diseños ancestrales y llamativos a la vista del consumidor, y tomando en cuenta que los alfareros presentan estrechos e inadecuados canales de distribución como la utilización de intermediarios nacionales se realizó este estudio de factibilidad del mismo para que la Asociación de Ceramistas del Carchi incluyan a su proceso de producción la comercialización internacional de objetos de barro promoviéndoles y facilitándoles el proceso de exportación a otros países principalmente al mercado norteamericano.

El diseño de un plan logístico para la exportación de cerámicas en barro puede proporcionar el inicio de proceso de transformación para la Asociación de Ceramistas del Carchi ya que se incursionaran en el ámbito de la comercialización internacional.

De acuerdo al estudio financiero la comercialización de las artesanías es mediante un endeudamiento que se lo realiza con la Corporación Financiera Nacional (CFN) para tres años lo que permitirá en este tiempo mediante sus ventas pagar las cuotas mensuales y obtener una utilidad para mejorar su nivel de vida.

4.2. RECOMENDACIONES

A la Asociación de Ceramistas del Carchi capacitarse en técnicas de comercialización para empezar a captar nuevos segmentos de mercado entre ellos, el mercado Estadounidense y de esta manera ser más competitivos con sus productos.

Ampliar sus expectativas de comercialización mediante estrategias internacionales, que les permita dirigirse a otros nichos de mercado como la Unión Europea donde al igual que Estados Unidos valora la calidad artesanal de las cerámicas en barro por sus diseños llamativos y ancestrales apreciados por el consumidor final.

Evitar los intermediarios nacionales ya que no valoran el trabajo artesanal de cada alfarero y pagan precios ínfimos a su precio real, haciéndole perder el valor comercial al producto.

Tener en cuenta la promoción constante que concientice al artesano a innovar y mejorar la calidad del producto de acuerdo a las necesidades del consumidor.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. TÍTULO

Diseño de un plan logístico de exportación para la comercialización de cerámicas en barro elaboradas por la Asociación de Ceramistas del Carchi a Miami – Estados Unidos.

5.2. JUSTIFICACIÓN

Las estatuillas y demás artículos de cerámica en los últimos años se han mantenido estables en el mercado de Estados Unidos, siendo el principal importador a nivel mundial. Por el lado de los exportadores China es su principal proveedor a nivel mundial. Ecuador se encuentra entre los 10 países exportadores de este producto de Latinoamérica representando el 1,94% para el 2011 según Pro Ecuador.

La oportunidad de mercado para las cerámicas de barro radica en sus diseños llamativos y ancestrales. Por su naturaleza estos artículos son frágiles y se hace necesario que su transporte sea vía aérea, tomando en cuenta las precauciones al momento de su empaque y embalaje para que el producto llegue a su destino en las mejores condiciones y no pierda su valor comercial, de esta manera el comprador se siente satisfecho con su adquisición y el vendedor gana un cliente en este mercado.

La actividad artesanal en el Ecuador se encuentra desarrollada en casi todo el país, tiene tradición por ello actualmente ha generado mayor valor cultural para los productores y consumidores nacionales como extranjeros, por los estilos

precolombinos plasmados en cada pieza de barro. Para lograr un impacto positivo la Asociación de Ceramistas del Carchi pretende comercializar su producto al mercado internacional, tomando en cuenta que su oferta exportable permite cubrir parte de la demanda de Miami.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. Objetivo General

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.

5.3.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio técnico de la Asociación de Ceramistas del Carchi en el que se analicen localización, tamaño óptimo de la planta, ingeniería de procesos, factibilidad organizativa, administrativa y legal.
- Plantear un estudio financiero y logístico que permita comercialización de cerámicas en barro elaboradas por la Asociación de Ceramistas del Carchi a Miami – Estados Unidos.

5.4.1.2. Requerimientos del espacio físico

Tabla No. 13

| Actividad | Requerimiento |
|---------------------------|---------------|
| Gerencia General | 1 |
| Secretaría y Contabilidad | 1 |
| Comercio Exterior | 1 |
| Bodega | 1 |
| Industrialización | 1 |
| Sanitario | 1 |
| TOTAL | 6 |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

5.4.1.2.1. Presupuesto de activos fijos

Tabla No. 14

| ACTIVOS FIJOS | | | |
|--------------------------------------|----------|----------------|-----------------|
| DETALLE | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| INFRAESTRUCTURA | | | |
| Área Administrativa | 3 | 3000,00 | 9000,00 |
| Área de Industrialización | 2 | 4000,00 | 8000,00 |
| Sanitario | 1 | 2500,00 | 2500,00 |
| SUBTOTAL INFRAESTRUCTURA | | | 19500,00 |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | | | |
| Montacargas | 1 | 15000,00 | 15000,00 |
| Estanterías | 3 | 200,00 | 600,00 |
| Juegos de martillos | 2 | 16,00 | 32,00 |
| Mesas de trabajo | 3 | 16,00 | 48,00 |
| Balanza de capacidad de 5 kilos | 1 | 13,60 | 13,60 |
| Espátulas | 5 | 3,96 | 19,80 |
| Sillas | 3 | 11,50 | 34,50 |
| SUBTOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS | | | 15747,90 |
| EQUIPO DE COMPUTO | | | |
| Computador de escritorio Clon | 4 | 640,00 | 2560,00 |
| Impresora Epson | 4 | 140,00 | 560,00 |
| SUBTOTAL EQUIPO DE COMPUTO | | | 3120,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | | | |
| Estación de trabajo ejecutiva | 4 | 223,21 | 892,84 |
| Sillón ejecutivo | 4 | 114,29 | 457,16 |
| Mesa de reuniones | 1 | 191,96 | 191,96 |
| Archivador metálico 4 puertas | 4 | 156,25 | 625,00 |
| Teléfono fax | 1 | 80,00 | 80,00 |
| Sillas visita | 10 | 38,29 | 382,90 |
| SUBTOTAL MUEBLES Y ENSERES | | | 2629,86 |
| TOTAL | | | 40997,76 |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

5.4.1.3. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

P.A. (%) = Puntuación asignada.
C.P. = Calificación ponderada. $\left(\frac{P.A.x CALIF.}{100}\right)$
CALIF = Calificación/ 10

Tabla No. 15

| FACTOR / ZONA | P.A. (%) | ZONA NORTE | | ZONA CENTRO | | ZONA SUR | |
|------------------------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|----------|------------|
| | | CALIF. | C.P | CALIF. | C.P | CALIF. | C.P |
| Cercanía del M.Cliente. | 25 | 7 | 1,75 | 8 | 2 | 7 | 1,75 |
| Costo edificación | 15 | 5 | 0,75 | 5 | 0,75 | 5 | 0,75 |
| Vías comunicación | 10 | 3 | 0,3 | 4 | 0,4 | 3 | 0,3 |
| Mano obra disponible | 15 | 5 | 0,75 | 5 | 0,75 | 5 | 0,75 |
| Costo insumos | 15 | 6 | 0,9 | 5 | 0,75 | 4 | 0,6 |
| Disponibilidad Materia prima | 15 | 6 | 0,9 | 5 | 0,75 | 4 | 0,6 |
| Aspectos fiscales | 5 | 1 | 0,05 | 3 | 0,15 | 1 | 0,05 |
| TOTAL | 100 | | 5,4 | | 5,55 | | 4,8 |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

La Asociación de Ceramistas del Carchi se encuentra ubicados en la Provincia del Carchi, Cantón Montufar, Parroquia González Suarez, Ciudad de San Gabriel, Barrio San Vicente, Calle Los Andes y García Moreno zona centro de la ciudad de acuerdo a la evaluación por puntos su localización es adecuada y pertinente para funcionar como comercializadora de artesanías en barro. Ver anexo No. 3 donde se identifica según su planimetría la ubicación exacta de la Asociación de Ceramistas del Carchi.

Gráfico No. 8

Ubicación de la Asociación de Ceramistas del Carchi

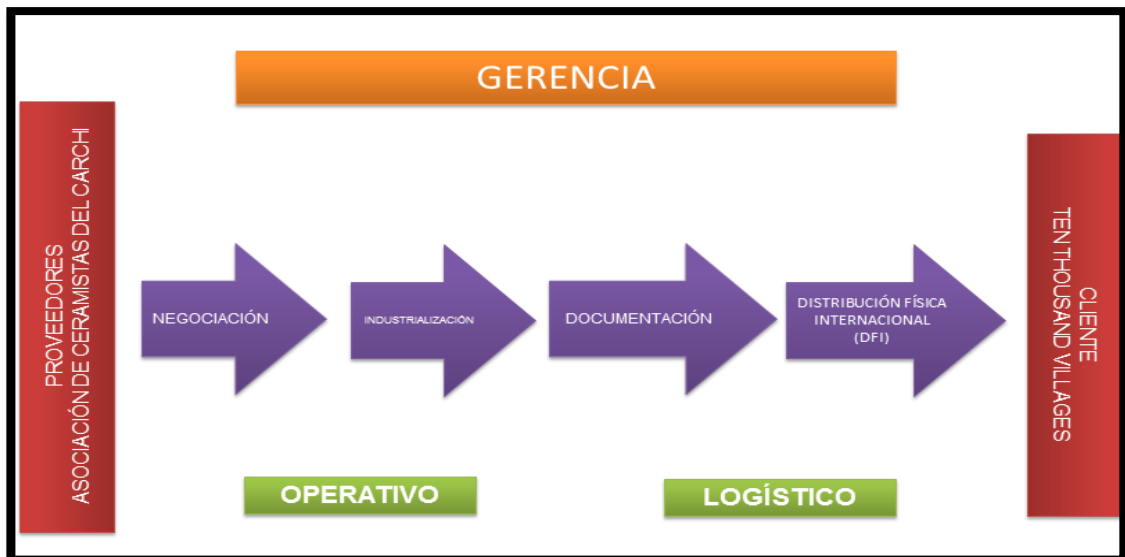


Fuente: www.epm-provincias.8m.com. www.turismocanar.com

5.4.1.4. INGENIERIA DE PROCESOS

5.4.1.4.1. Mapa de proceso

Gráfico No. 9



Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)


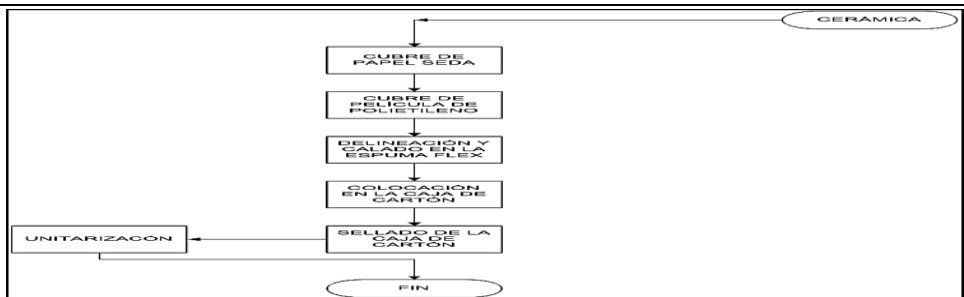
5.4.1.4.2 Ficha de procesos

Cuadro No. 14

| | | | | | |
|--|--|---------------------------------------|--------------------------------|--------------------|---------------|
|  | NEGOCIACIÓN | | | Código: | PO-001 |
| | | | | Versión: | 000 |
| | | | | Páginas: | 1-1 |
| Responsable: | GERENTE GENERAL | | | | |
| Objetivo: | Planificar y ejecutar la negociación internacional con el cliente | | | | |
| Alcance: | Inicia con el contacto con el cliente y finaliza en la ejecución del contrato de negociación | | | | |
| DETALLE | | | | | |
| Responsable | Detalle | Documento | Anexo | | |
| Secretaria | 1.- Contacto con el cliente (Ten Thousand Villages) vía telefónica para entrevista del Gerente General | | | | |
| Gerente General | 2.- Vía telefónica da a conocer al cliente el catálogo de productos en barro de la Asociación de Ceramistas del Carchi el cual fue enviado vía email | Correo electrónico y Catálogo | No. 4 | | |
| Cliente Gerente | 3.- Realizan propuestas de acuerdos y términos de la negociación | Llamada telefónica | | | |
| Cliente Gerente | 4.- Ejecución del contrato para lo cual se envía mediante correo electrónico el documento al cliente para su verificación y legalización | Contrato de Negociación Internacional | No. 6 | | |
| Cliente | 5.- Envía lista de productos que necesita su empresa | Correo electrónico | | | |
| Secretaria | 6.- Confirma recepción del pedido mediante correo electrónico | Correo electrónico | No. 6 | | |
| | 7.- Fin | | | | |
| FLUJOGRAMA | | | | | |
|  | | | | | |
| MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO | | | | | |
| INDICADOR | FORMA DE CÁLCULO | ESTANDAR/META | PERIODICIDAD DE CÁLCULO | RESPONSABLE | |
| Negociaciones ejecutadas | N° de contratos ejecutados dividido para el N° de contratos presupuestados por 100 | 100% | Trimestral | Gerente General | |
| Pedidos establecidos | N° de pedidos confirmados por N° de clientes | 60% | Trimestral | Contador | |
| DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO | | | | | |
| RECURSO HUMANO | INFRAESTRUCTURA | AMBIENTE DE TRABAJO | | | |
| Gerente General, Cliente, Secretaria | Teléfono, Computador, Impresora | NINGUNO | | | |
| REVISADO | | APROBADO | FECHA | | |
| Directorio - Junta de Socios | | Junta de Socios | 06/05/2013 | | |


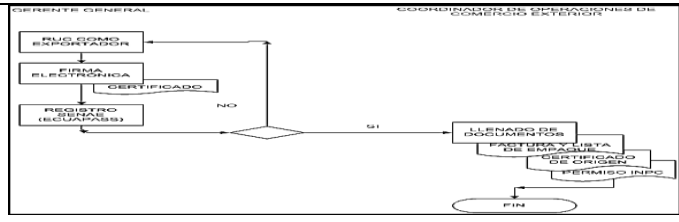
Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

Cuadro No. 15

| | | | | |
|--|--|----------------------------|--------------------------------|--------------------|
|  | INDUSTRIALIZACIÓN | Código: | PO-001 | |
| | | Versión: | 000 | |
| | | Páginas: | 1-1 | |
| Responsable: | OPERARIO | | | |
| Objetivo: | Envasar, embalar las artesanías listas para su comercialización | | | |
| Alcance: | Inicia con el envase del producto y finaliza con los guacales para su embarque | | | |
| DETALLE | | | | |
| Responsable | Detalle | Documento | Anexo | |
| Operario | 1.- Se empieza tomando el papel seda para cubrir el objeto a su alrededor | Manual de procesos INPC | No. 7 | |
| Operario | 2.- Cubren con una segunda capa conocida como película de polietileno al producto para mayor protección | Manual de procesos INPC | No. 7 | |
| Operario | 3.- Delinear el contorno del objeto ya cubierto de papel seda y película de polietileno en la espuma Flex para su calado | Manual de procesos INPC | No. 7 | |
| Operario | 4.- Ubica el objeto en la cavidad y posteriormente en una caja de cartón | Manual de procesos INPC | No. 7 | |
| Operario | 5.- Sellar la caja de cartón con cinta adhesiva | Manual de procesos INPC | No. 7 | |
| Operario | 6.- Unitarización de las cajas | Manual de procesos INPC | No. 7 | |
| | 7.- Fin | | | |
| FLUJOGRAMA | | | | |
|  | | | | |
| MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO | | | | |
| INDICADOR | FORMA DE CÁLCULO | ESTANDAR/META | PERIODICIDAD DE CÁLCULO | RESPONSABLE |
| Cantidad de artesanías envasadas | N° de artesanías envasadas diariamente | 100% | Diario | Operarios |
| Pedidos establecidos | N° de guacales listos para su exportación | 100% | Mensual | Operarios |
| DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO | | | | |
| RECURSO HUMANO | INFRAESTRUCTURA | AMBIENTE DE TRABAJO | | |
| Operario | Área de Industrialización, Mesas de trabajo | NINGUNO | | |
| REVISADO | | APROBADO | FECHA | |
| Directorio - Junta de Accionistas | | Junta de Accionistas | 06/05/2013 | |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

Cuadro No. 16

| | | | | | | |
|--|---|---|--------------------------------|---|-----------------|------------|
|  | DOCUMETANCIÓN | | | Código: | PO-001 | |
| | | | | | Versión: | 000 |
| | | | | | Páginas: | 1-1 |
| Responsable: | COORDINADOR DE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR | | | | | |
| Objetivo: | Contar con la documentación adecuada para la exportación de las artesanías en barro | | | | | |
| Alcance: | Inicia con el registro como exportador del representante legal de la Asociación y finaliza con la documentación previa al embarque de exportación | | | | | |
| DETALLE | | | | | | |
| Responsable | Detalle | Documento | Anexo | | | |
| Secretaria - Gerente General | 1.- Realiza el trámite en el SRI para obtener el Ruc como exportador | Ruc | No. 8 | | | |
| Gerente General | 2.- Acerca al Banco Central para la obtención del certificado digital para la firma electrónica | | | | | |
| Gerente General | 3.- Vía internet hace su registro en el portal del ECUAPASS (http://www.ecuapass.aduana.gob.ec) | | | | | |
| Coordinador de operaciones de Comercio Exterior | 4.- Llenar y verificar que los datos de la factura y lista de empaque estén correctos | Factura | No. 9 | | | |
| Coordinador de operaciones de Comercio Exterior | 5.- Obtener en el certificado de origen via internet | Certificado de Origen | No. 10 | | | |
| Secretaria | 6.- Dirige al INPC para solicitar el permiso de salida de los bienes culturales no patrimoniales | Certificado de salida de Bienes Culturales no Patrimoniales | No. 11 | | | |
| | 7.- Fin | | | | | |
| FLUJOGRAMA | | | | | | |
|  | | | | | | |
| MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO | | | | | | |
| INDICADOR | FORMA DE CÁLCULO | ESTANDAR/META | PERIODICIDAD DE CÁLCULO | RESPONSABLE | | |
| Tramites ejecutados | N° de tramites ejecutados | 100% | Mensual | Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior | | |
| DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO | | | | | | |
| RECURSO HUMANO | | INFRAESTRUCTURA | | AMBIENTE DE TRABAJO | | |
| Gerente General, Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior, Secretaria | | Teléfono, Computador, Impresora | | NINGUNO | | |
| REVISADO | | APROBADO | | FECHA | | |
| Gerente General | | Gerente General | | 06/05/2013 | | |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

Cuadro No. 17

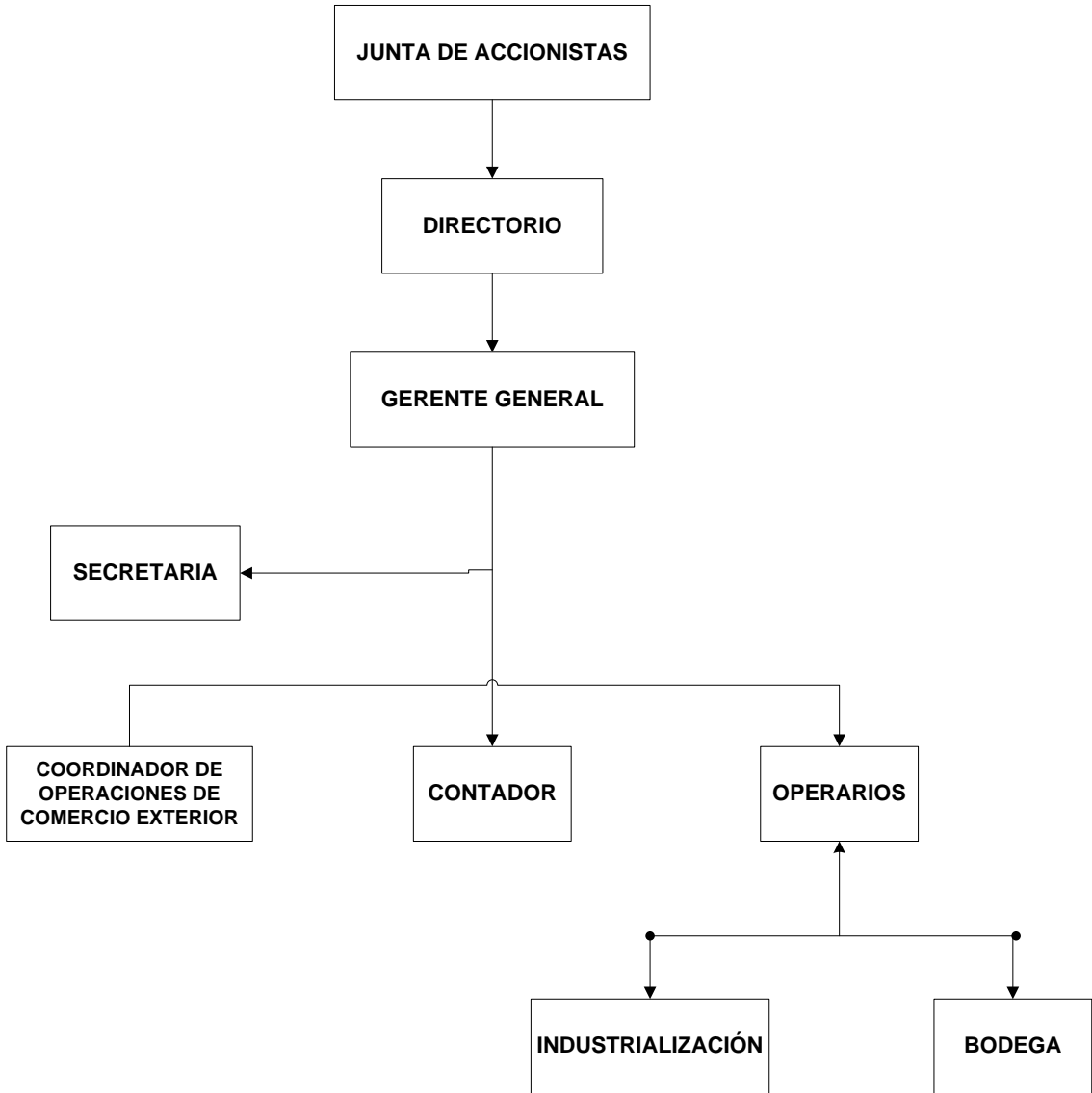
| | | | | |
|--|---|---------------------------------|--------------------------------|---|
|  | DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL | Código: | PO-001 | |
| | | Versión: | 000 | |
| | | Páginas: | 1-1 | |
| Responsable: | COORDINADOR DE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR | | | |
| Objetivo: | Desplazar la carga desde el punto de origen al punto de destino | | | |
| Alcance: | Inicia con el embalaje y marcado y finaliza con la distribución en el país de destino | | | |
| DETALLE | | | | |
| Responsable | Detalle | Documento | Anexo | |
| Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior | 1.- Verificación en el área de industrialización que el embalaje y marcado y unitarización se encuentren en correcto estado. | | | |
| Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior | 2.- Contratación y pago de transporte y seguro desde el local del exportador hasta el aeropuerto | | | |
| Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior | 3.- Verificación vía telefónica y satelital de que la carga llegue en correcto estado al almacén temporal previo el embarque y a su llegada a destino | | | |
| Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior | 4.- Contacto con el Agente de Aduana para realización de trámites aduaneros de exportación | | | |
| Gerente General - Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior | 5.- Supervisar vía telefónica el proceso que realiza el agente especializado en cadena de distribución de las cerámicas en barro hasta la entrega en punto de destino | | | |
| | 6.- Fin | | | |
| FLUJOGRAMA | | | | |
|  | | | | |
| MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO | | | | |
| INDICADOR | FORMA DE CÁLCULO | DE ESTANDAR/ META | PERIODICIDAD DE CÁLCULO | RESPONSABLE |
| Distribución del producto en el país de destino | N° de Entregas realizadas | 100% | Mensual | Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior |
| DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO | | | | |
| RECURSO HUMANO | | INFRAESTRUCTURA | | AMBIENTE DE TRABAJO |
| Gerente General, Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior | | Teléfono, Computador, Impresora | | NINGUNO |
| REVISADO | | APROBADO | FECHA | |
| Gerente General | | Gerente General | 06/05/2013 | |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

5.4.1.5. FACTIBILIDAD ORGANIZATIVA, ADMINISTRATIVA Y LEGAL

5.4.1.5.1. Organigrama Organizacional

Gráfico No. 10



Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

5.4.1.5.2. Requerimientos de mano de obra

Cuadro No. 18

| Área de Industrialización | |
|---|----------|
| Nombre del puesto | Cantidad |
| Operarios | 3 |
| Área administrativa | |
| Nombre del puesto | Cantidad |
| Gerente general | 1 |
| Secretaria | 1 |
| Contador | 1 |
| Coordinador de Operaciones de Comercio Exterior | 1 |
| TOTAL | 7 |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

5.4.1.5.3. Manual de funciones

Cuadro No. 19

| | |
|---|--|
| 1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO. | |
| Nombre del puesto: | OPERARIO |
| Unidad: | Industrialización |
| Supervisa: | Gerente General |
| Reporta: | Gerente General |
| Sustituye: | No aplica |
| Coordina con: | Directorio |
| 2. PROPÓSITO DEL PUESTO: | Empaquetado y etiquetado de las cerámicas en barro |
| 3. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES: | Embalar los productos con el mayor cuidado posible |
| | Conocer el manejo adecuado de materiales adecuados para el envase y embalaje del producto |
| 4. PERFIL REQUERIDO | |
| Educación formal: | No aplica |
| Experiencia de: | Mínimo un año |
| Habilidades o competencias en: | Conocimiento y manejo de insumos para envase y embalaje para preservar en intacto estado las artesanías. |
| | Trabajo en equipo |

Elaboración: Yadira Hernández (abril 2013)

Cuadro No. 20

| | |
|---|---|
| 1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO. | |
| Nombre del puesto: | GERENTE GENERAL |
| Unidad: | Administrativa |
| Supervisa: | Junta de Accionistas |
| Reporta: | Junta de Accionistas |
| Sustituye: | No aplica |
| Coordina con: | Junta de Accionistas |
| 2. PROPÓSITO DEL PUESTO: | Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades administrativas |
| 3. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES: | Proponer políticas de gestión administrativa y financiera de la Asociación. |
| | Cumplir los procedimientos administrativos vigentes establecidos por la junta de Asociados |
| | Coordinar y controlar los procesos contables en la Asociación. |
| | Celebrar los actos y contratos relativos al objeto social y otros que estén en bajo sus facultades y establecidos por la Junta de Asociados |
| | Brindar Información del estado situacional de la Asociación cuando esta lo requiera |
| | Supervisar la ejecución de los planes y presupuestos de acuerdo a las normas legales aplicables. |
| | Ejecutar acuerdos y disposiciones de la Asociación. |
| | Representar de forma legal a la Asociación ante entidades públicas, privadas, nacionales y extranjeras que permitan establecer acuerdos y negociaciones |
| | Las demás funciones que le imponga la Junta de Asociados |
| 4. PERFIL REQUERIDO | |
| Educación formal: | Ingeniería en Comercio Exterior, Administración, o afines |
| Experiencia de: | Mínimo 3 años |
| Habilidades o competencias en: | Liderazgo |
| | Trabajo en Equipo |
| | Lealtad a la Asociación |
| | Manejo de Microsoft Office |
| | Ingles Avanzado escrito y oral |

Elaboración: Yadira Hernández (abril 2013)

Cuadro No. 21

| | |
|---|---|
| 1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO. | |
| Nombre del puesto: | SECRETARIA |
| Unidad: | Administrativo |
| Supervisa: | Gerente General |
| Reporta: | Gerente General |
| Sustituye: | No aplica |
| Coordina con: | Gerente General |
| 2. PROPÓSITO DEL PUESTO: | |
| 3. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES: | |
| | Organizar, recepción, clasificar, registrar, distribuir y archivar la documentación de Gerencia General y Junta de Accionistas. |
| | Redactar Informes, Memorándums, Mails, y otros documentos, de acuerdo a lo dispuesto por el Gerente General |
| | Elaborar y registrar cargos de la correspondencia a la Asociación. |
| | Atender llamadas telefónicas de Gerencia General y Tramitología |
| | Concertar citas con el Gerente General. |
| | Mantener al día el stock de útiles de oficina, efectuando su distribución y control. |
| 4. PERFIL REQUERIDO | |
| Educación formal: | Secretaria Ejecutiva, Contabilidad, Administración o afines |
| Experiencia de: | Mínimo 1 año |
| Habilidades o competencias en: | Manejo de Microsoft Office |
| | Trabajo en equipo |
| | Capacidad de organización e iniciativa |
| | Buena presencia |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

Cuadro No. 22

| | |
|---|--|
| 1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO. | |
| Nombre del puesto: | CONTADOR |
| Unidad: | Administrativo |
| Supervisa: | Gerente General |
| Reporta: | Gerente General |
| Sustituye: | No aplica |
| Coordina con: | Gerente General |
| 2. PROPÓSITO DEL PUESTO: | Planificar, dirigir, ejecutar y controlar el proceso contable de la Asociación |
| 3. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES: | Manejo del registro contable de todas las transacciones generadas por la Asociación |
| | Análisis y elaboración de Estados Financieros |
| | Elaboración y control de los documentos y anexos contables |
| | Análisis de cuentas, ajustes contables y proceso de la información |
| | Correcto y oportuno cumplimiento de las obligaciones ante los organismos de control como SRI, Superintendencia de Compañías, Auditoría |
| | Rendición de cuentas claras ante Junta de Asociados |
| | Las demás funciones establecidas por la Asociación |
| 4. PERFIL REQUERIDO | |
| Educación formal: | Estudios superiores en Contabilidad, Administración o afines |
| Experiencia de: | Mínimo 1 año |
| Habilidades o competencias en: | Manejo de Microsoft Office |
| | Trabajo en equipo |
| | Capacidad de organización e iniciativa |
| | Buena presencia |

Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

Cuadro No. 23

| | |
|---|---|
| 1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO. | |
| Nombre del puesto: | COORDINADOR DE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR |
| Unidad: | Administrativo |
| Supervisa: | Gerente General |
| Reporta: | Gerente General |
| Sustituye: | No aplica |
| Coordina con: | Secretaria y Gerente General |
| 2. PROPÓSITO DEL PUESTO: | Gestión y tramitación de operaciones de Comercio Exterior |
| 3. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES: | Elaboración de trámites aduaneros |
| | Manejo de sistemas electrónico ECUAPASS. |
| | Monitoreo y control de costos logísticos |
| 4. PERFIL REQUERIDO | |
| Educación formal: | Ingeniero en Comercio Exterior |
| Experiencia de: | Mínimo de un año |
| Habilidades o competencias en: | Organizado y minucioso |
| | Ética Profesional |
| | Trabajo en equipo |
| | Ingles Básico escrito y oral |

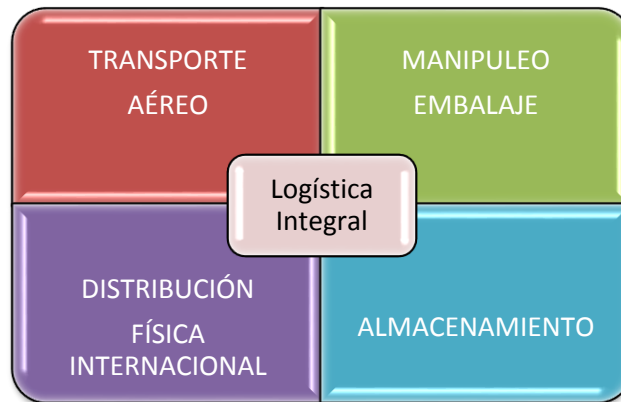
Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

5.4.2. ESTUDIO LOGÍSTICO

Almacenamiento, Transporte y Distribución Física Internacional

Conocer el proceso logístico como exportador permite optimizar los tiempos de entrega, costos de distribución, para ello se hace necesario trabajar de manera integral con transporte, almacenamiento, manipuleo y distribución física internacional. (Exporta fácil, 2009)

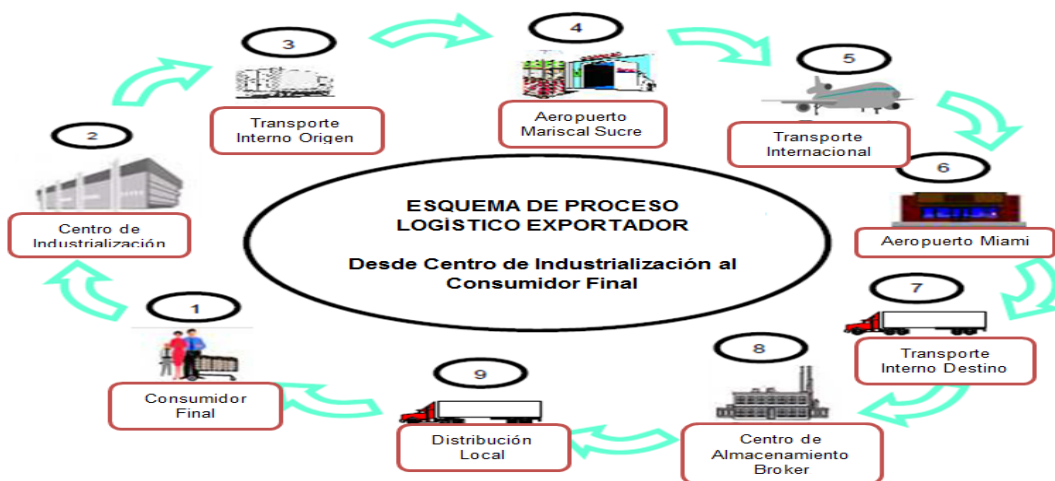
Gráfico No. 11



Fuente: Exporta fácil Perú
Elaboración: Yadira Hernández

El proceso logístico inicia con la industrialización del producto donde se embla las cerámicas con los adecuados materiales para su posterior distribución; termina con el cliente o consumidor final. Para el presente estudio los clientes son los Brokers quienes se encargan de la venta de las cerámicas al consumidor final u otros intermediarios.

Gráfico No. 12



Fuente: Exporta fácil Perú
Elaboración: Yadira Hernández

Cuadro No. 24
Información Básica de las Artesanías

| INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO: | | VALOR EXW | | | | |
|--|---|-----------|-------|-------|-------|-------|
| Nombre técnico o comercial del producto | Estatuillas y demás artículos de cerámica | | | | | |
| posición arancelaria en el país exportador | 6913.90.00.00 | | | | | |
| posición arancelaria en el país importador | 6913.90.00 | | | | | |
| unidad comercial de venta | Unidad | | | | | |
| Moneda de transacción. | Usd | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Valor ex-work de la unidad comercial. | 24,04 | 23,16 | 21,16 | 19,99 | 19,27 | 18,82 |

Fuente: Arancel de Exportaciones
Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

Cuadro No. 25
Información Básica del Embarque

| INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE | | | | | | |
|---|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| País de origen | Ecuador | | | | | |
| Ciudad de punto de embarque | San Gabriel - Montufar -Carchi | | | | | |
| País de destino | EE. UU. | | | | | |
| Ciudad de punto de destino | Miami | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Nº de unidades comerciales por embarque | 324 | 450 | 576 | 702 | 828 | 954 |
| Valor inicial del embarque (EXW) | 7790 | 10422 | 12190 | 14030 | 15952 | 17956 |
| tipo de embalaje | cajas | | | | | |
| tipo de unidad de carga | PALLET | | | | | |
| Nº total de embalajes | 18 | | | | | |
| Nº total de unidades de carga | 18 | | | | | |

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

Cuadro No. 26
Información Adicional

| INFORMACION ADICIONAL | |
|--|--------------|
| Termino de negociación | FOB |
| Forma de pago | Giro Directo |
| Plazo | X |
| Tipo de Cambio | 1 |
| % de tasa de seguro | 1% |
| Porcentaje de tasa pasiva de interés anual | 4,00% |
| TASA PROMEDIO DE INFLACION ANUAL | 4,44% |
| INFLACION ANUAL PAIS DE DESTINO | 2,00% |

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

Tabla No. 16
Términos de Negociación

| INCOTERMS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Valor del embarque | 7.790 | 10.422 | 12.190 | 14.030 | 15.952 | 17.956 |
| EXW | 7.790 | 10.422 | 12.190 | 14.030 | 15.952 | 17.956 |
| Manipulación local X | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Unitarización | 594 | 679 | 761 | 859 | 964 | 1.076 |
| FCA/FAS | 8.384 | 11.101 | 12.952 | 14.889 | 16.915 | 19.032 |
| Transporte interno | 2.394 | 3.473 | 4.497 | 5.757 | 7.120 | 8.593 |
| Manipuleo Embarque | 2.700 | 3.916 | 5.072 | 6.493 | 8.030 | 9.691 |
| Agentes | 430 | 449 | 490 | 558 | 664 | 825 |
| Documentación | 61 | 64 | 70 | 79 | 94 | 117 |
| Capital e inventario país de origen | 9 | 12 | 14 | 17 | 20 | 24 |
| Bancarios | 252 | 333 | 389 | 447 | 507 | 571 |
| FOB | 14.230 | 19.348 | 23.483 | 28.240 | 33.352 | 38.852 |
| Flete Internacional | 13.524 | 19.617 | 25.404 | 32.522 | 40.222 | 48.541 |
| CFR | 27.754 | 38.964 | 48.887 | 60.762 | 73.574 | 87.394 |
| Seguro Internacional | 278 | 390 | 489 | 608 | 736 | 874 |
| CIF | 28.031 | 39.354 | 49.376 | 61.370 | 74.309 | 88.267 |
| Capital e inventario tránsito internacional | 5 | 7 | 8 | 10 | 12 | 15 |
| Manipuleo desembarque | 2.700 | 3.916 | 5.072 | 6.493 | 8.030 | 9.691 |
| DAT | 30.736 | 43.277 | 54.456 | 67.873 | 82.352 | 97.973 |
| Almacenamiento temporal | 250 | 255 | 260 | 265 | 271 | 276 |
| Documentación | 200 | 204 | 208 | 212 | 216 | 221 |
| Agentes | 625 | 653 | 712 | 811 | 965 | 1.199 |
| Transporte interno | 3.600 | 5.222 | 6.762 | 8.657 | 10.707 | 12.921 |
| DAP | 35.411 | 49.611 | 62.398 | 77.819 | 94.511 | 112.590 |
| Aduaneros | 6 | 8 | 10 | 13 | 16 | 19 |
| Capital e inventario país de destino | 14 | 20 | 25 | 31 | 38 | 45 |
| DDP | 35.431 | 49.639 | 62.434 | 77.863 | 94.564 | 112.654 |

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

Para el presente estudio realizar un plan logístico es primordial ya que permite planificar desde el punto de origen hasta el punto de destino conocer los costos de exportación. En esta investigación según Pro Ecuador (2012) los

estadounidenses por lo general utilizan termino FOB en sus negociaciones, por ello los costos en los que se incurren como vendedor son:

- Valor EXW que incluye empaque y embalaje de las piezas de barro que se las coloca en una caja de cartón de 90cm x 70cm x 70cm capacidad para 18 piezas de medidas de 40cm x 20cm x 20cm largo alto y ancho respectivamente.
- Manipuleo en el local de exportación costo que está dentro del rol de pagos.
- Unitarización donde se utiliza como unidad de carga pallet para cada caja de 18 piezas de cerámica en barro.
- Transporte interno que va desde San Gabriel hasta el aeropuerto Mariscal Sucre en Tumbaco
- Manipuleo de embarque hace referencia al cargue de los pallet al transporte internacional que es de alrededor de \$150 por embarque.
- Agentes son las personas que prestan sus servicios como agentes de carga o transportistas y agentes de aduana quienes ayudan con la documentación necesaria para la exportación de las artesanías en barro.
- Documentación en el caso de las artesanías solo se necesita pagar por el certificado de origen ya que la factura no tiene costo al igual que el certificado que otorga el INPC.
- Capital e inventario es el valor de interés anual que se gana si se coloca el dinero a plazo fijo
- Bancarios es el valor que cobra el banco por la carta de crédito para el presente estudio es de 3% por documento anual.

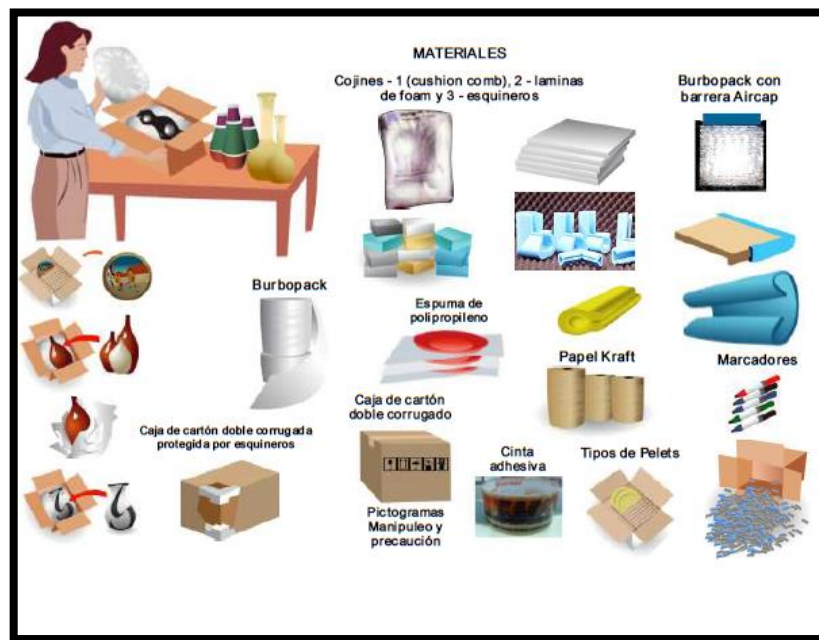
Los demás valores corren por cuenta del comprador, para conocimiento del lector se ha identificado los costos posteriores al termino FOB (Ver anexo No. 12).

Embalaje de las cerámicas en barro

Los productos cerámicos por su naturaleza son frágiles y delicados, por ello necesitan un manejo adecuado para su protección, manipulación que facilite el proceso de distribución. Es necesario tomar en cuenta las condiciones de embalaje y transporte para su exportación que ayuden amortiguar los golpes del viaje como preservar su estado original del producto.

Como sugerencia se muestra un proceso de embalaje adecuado (gráfico No. 13) para la exportación según Exporta Fácil Perú (2009).

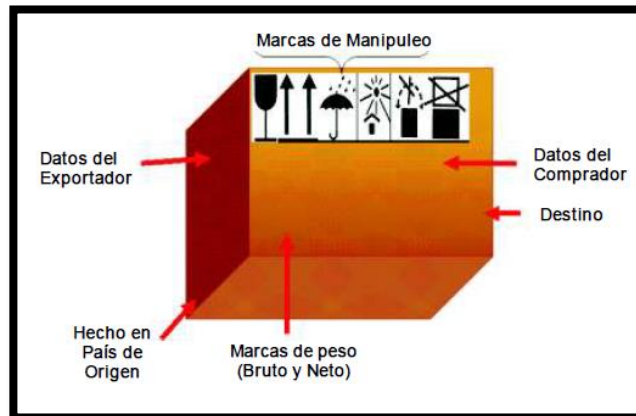
Gráfico No. 13



Fuente: Exporta Fácil Perú.

La caja de cartón corrugado debe contener información sobre su marcado, datos exigidos en Estados Unidos como también para identificar que contienen productos frágiles (Ver gráfico No. 14)

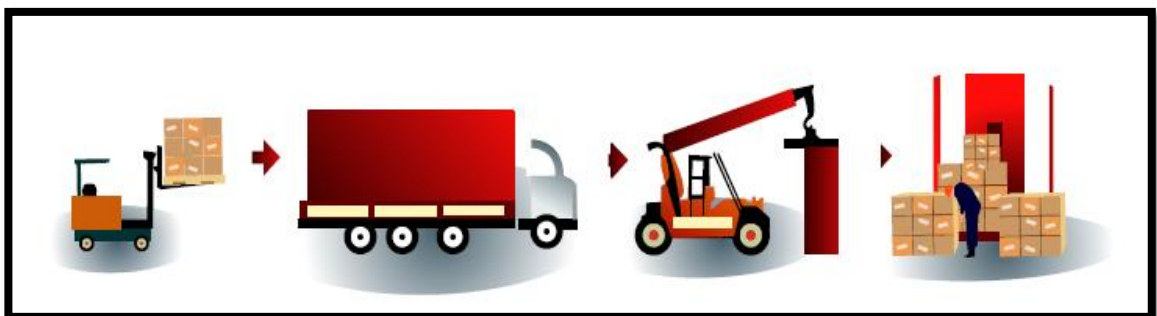
Gráfico No. 14



Fuente: Exporta fácil Perú.

Las artesanías en barro para su exportación requieren un manejo adecuado por ello se hace necesario la utilización de un montacargas para seguridad física de cada paquete. El diseño de las cajas está elaborada con las medidas exactas para 18 piezas de barro y de esta manera mantener su seguridad y evitar daños posteriores (Ver gráfico No. 15).

Gráfico No. 15



Fuente: Exporta fácil Perú

5.4.3. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permite sistematizar los resultados económicos obtenidos de los demás análisis de la investigación: mercado, técnico, legal, organizacional y logístico.

Tabla No. 17

| Balance General - Con Financiamiento | | | |
|---|----------------------|----------------------------------|----------------------|
| Activos Corrientes | | Pasivos Corto Plazo | |
| Bancos | 8.435 | Deudas <1 Año | 0 |
| Total Activos Corrientes | 8.435 | Total Pasivos Corto Plazo | 0 |
| Activos Fijos | | Pasivos Largo Plazo | |
| Edificios - Infraestructura | 19.500 | Préstamos Bancarios | 20.493 |
| Maquinaria y Equipo | 15.748 | Total Pasivos Largo Plazo | 20.493 |
| Muebles y Enseres | 2.630 | | |
| Equipo de Computo | 3.120 | Total Pasivos | 20.493 |
| Total Activos Fijos | 40.998 | | |
| Activos Diferidos | | Patrimonio | |
| Gastos de Constitución | 1.800 | Capital Social | 30.740 |
| Total Activos Diferidos | 1.800 | Total Patrimonio | 30.740 |
| Total Activos | <u>51.233</u> | Total Pasivo + Patrimonio | <u>51.233</u> |

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

El balance general (tabla No. 19), muestra la posición financiera de este estudio para el año 2012 relacionando los activos pasivos y patrimonio (Ver anexo No. 13). Se debe tomar en cuenta que con financiamiento se tiene una deuda bancaria para tres años de \$20.493 a una tasa anual de 10,85% según la Corporación Financiera Nacional generándose una cuota mensual de \$669,47 (Ver anexos No. 14)

Tabla No. 18

| Estado de Resultados - Con Financiamiento | | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Detalle | Año 2012 | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 |
| Ventas | 135.302 | 184.590 | 219.370 | 257.828 | 299.041 | 343.279 |
| Cantidad | 3.888 | 5.400 | 6.912 | 8.424 | 9.936 | 11.448 |
| Precio | 34,80 | 34,18 | 31,74 | 30,61 | 30,10 | 29,99 |
| - Costo de Ventas | 50.060 | 72.472 | 88.456 | 104.756 | 121.402 | 138.425 |
| Utilidad Bruta en Ventas | 85.242 | 112.118 | 130.914 | 153.072 | 177.639 | 204.854 |
| - Gastos Operacionales | 71.410 | 91.811 | 108.072 | 127.435 | 148.630 | 171.743 |
| Gastos Administrativos | 43.423 | 52.595 | 57.828 | 63.602 | 70.018 | 77.045 |
| Gastos de Exportación | 27.986 | 39.217 | 50.244 | 63.833 | 78.613 | 94.698 |
| Utilidad Operacional | 13.832 | 20.307 | 22.843 | 25.637 | 29.008 | 33.111 |
| - Gastos Financieros | 0 | 1.926 | 1.229 | 453 | 0 | 0 |
| Interés Bancario | 0 | 1.926 | 1.229 | 453 | | |
| U.A.T.I | 13.832 | 18.381 | 21.614 | 25.184 | 29.008 | 33.111 |
| - 15% Particip. Trabajadores | 2.075 | 2.757 | 3.242 | 3.778 | 4.351 | 4.967 |
| Utilidad Antes de Impuestos | 11.757 | 15.624 | 18.372 | 21.406 | 24.657 | 28.144 |
| - 23% Impuesto a la Renta | 2.704 | 3.593 | 4.225 | 4.923 | 5.671 | 6.473 |
| Utilidad Neta | 9.053 | 12.030 | 14.146 | 16.483 | 18.986 | 21.671 |

Elaboración: Yadira Hernández

De acuerdo al estado de resultados con financiamiento (Tabla No. 20) se determinó su utilidad neta para los próximos cinco años según las ventas obtenidas de las proyecciones de la cantidad (oferta exportable) y el precio unitario. Para ello se debe deducir gastos financieros y operacionales (ver anexo. No. 14) en los que se ha incurrido en el periodo de estudio. A pesar de ,que anualmente se va disminuyendo el precio unitario de venta por concepto de incremento en gastos según las proyecciones del punto de equilibrio (Anexo No. 15). La utilidad va en aumento lo que es de beneficio para la Asociación.

Tabla No. 19

| Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento | | | | | | |
|---|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Entradas de efectivo | Año 2012 | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 |
| Utilidad Neta | | 12.030 | 14.146 | 16.483 | 18.986 | 21.671 |
| + Depreciaciones | | 3.853 | 3.853 | 3.853 | 3.899 | 3.899 |
| + Amortizaciones | | 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| Liquidación del Proyecto | | | | | | 24.900 |
| Recuperación Capital de Operación | | | | | | 8.435 |
| Total Entradas | 0 | 16.243 | 18.359 | 20.696 | 23.245 | 59.265 |
| Salidas de Efectivo | Año 2012 | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 |
| Inversión Inicial | 51.233 | | | | | |
| Amortización de la Deuda | | 6.108 | 6.805 | 7.581 | | |
| Reposición de Activos | | | | 3.258 | | |
| Total Salidas | 51.233 | 6.108 | 6.805 | 10.839 | 0 | 0 |
| = Flujo de efectivo Neto | -51.233 | 10.135 | 11.554 | 9.857 | 23.245 | 59.265 |

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

Tabla No. 20

| Año | FE | Fat. Act | FE Descontado |
|-----|-------------|------------|------------------|
| 0 | - 51.233,17 | | |
| 1 | 10.135,13 | 0,9369 | 9.495,16 |
| 2 | 11.554,35 | 0,8777 | 10.141,24 |
| 3 | 9.856,55 | 0,8223 | 8.104,82 |
| 4 | 23.244,72 | 0,7704 | 17.906,70 |
| 5 | 59.265,24 | 0,7217 | 42.772,44 |
| | | SFE | 88.420,35 |
| | | - I.I. | 51.233,17 |
| | | VAN | 37.187,18 |
| | | TIR | 23,77% |
| | | PR | 4,04 |
| | | C/B | 0,73 |

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

El propósito del estado de flujo de efectivo (tabla No. 21) es proporcionar información relacionada al efectivo del proyecto. Para este caso al momento de recuperar la Inversión Inicial se tiene un flujo de efectivo de \$37187,18 teniendo un flujo de efectivo total de 88.420,35. Tomando en cuenta si la inversión está a plazo fijo en una institución financiera (Corporación Financiera Nacional) su rentabilidad es mínima según tasa pasiva del 4% en relación al 23,77% obtenido como Tasa Interna de Retorno, se genera un 19,77% más en comparación de ganancia. Se debe tener presente que el flujo de efectivo con financiamiento genera intereses por su deuda adquirida, por ello su periodo de recuperación es de alrededor de cuatro años.

El estudio técnico permite determinar el tamaño óptimo de la planta y su localización donde se detalla los requerimientos físicos, presupuesto de activos fijos, plano de la planta; la ingeniería de procesos que abarca tres tipos: el operativo, estratégico y de apoyo donde se describe las actividades tal como se las va a llevar a cabo en este estudio.

El estudio logístico constituye un proceso que se encuentra presente en todas las etapas de la exportación. La correcta toma de decisiones de la junta de accionistas de la Asociación de Ceramistas del Carchi permita lograr la reducción de costos, tiempo y capital, de esta manera la venta de artesanías en barro satisfacen al cliente y benefician económicamente a los alfareros.

Para la elaboración de esta investigación se ha considerado realizar un estudio financiero donde se pretende realizarlo con financiamiento por los recursos necesarios para puesta en marcha del proyecto, para ello se financiara el 40% mediante la CFN a tres años plazo donde su periodo de recuperación será en alrededor de 4 años, a pesar de ello la Asociación genera una utilidad de beneficio para su organización. En el caso del TIR es de 23,77% mayor a la

tasa de descuento del 10,85%, según este criterio el presente estudio es rentable. El VAN es de \$35539,16 valor monetario, de acuerdo a las razones financieras se demuestra que el VAN > 0, por lo que se llega a la conclusión que la presente investigación es viable, factible y rentable.

6. BIBLIOGRAFÍA

Agencia Andalucía de Promoción Exterior, (2012). *Ficha país Estados Unidos* en www.extenda.es/web/opencms/archivos/ (16/04/2013).

Allauca, V. (02/04/2013). *Entrevista a la Representante de Comercio Exterior de FEPP CAMARI*. (Archivo Personal).

Asamblea Nacional Constituyente, (2010). *Constitución Del Ecuador*, Montecristi, Registro Oficial.

Asamblea Nacional Constituyente, (2010). *Código Orgánico De La Producción Comercio e Inversiones*, Quito, Registro Oficial.

Banco Central del Ecuador, (2013). *Estadísticas económicas* en <http://www.bce.fin.ec> (17/04/2013).

Banco Internacional, (2013). *Servicios para cartas de crédito, cobranzas y avales* en <http://www.bancointernacional.com.ec/bcointernacional/tarifas.pdf> (16/05/2013)

Banco Mundial, (2013). *Población total* en <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

Becker, J. (2008). *Crisis financiera de Estados Unidos y su impacto en el mundo* en <http://www.scielo.org.ve/pdf/> (17/04/2013).

Cámara de Comercio de Guayaquil, (2011). *Tarifa honorarios agente de aduanas* en <http://www.lacamara.org/ccg/Tarifa%20Honorarios%20agentes%20aduana.pdf> (16/05/2013)

Central Intelligence Agency, (2013). *The World Factbook América del Norte: Estados Unidos* en <https://www.cia.gov/library/publications/> (16/04/2013).

Central Intelligence Agency, (2013). *The World Factbook América del Sur: Ecuador* en <https://www.cia.gov/library/publications/> (17/04/2013).

Corporación Financiera Nacional, (2013). *Matriz de tasas de interés* en www.cfn.fin.ec/index.php (16/05/2013)

Corporación Fondo Ágil, (2012). *Guía para la elaboración de propuestas dirigidas al Fondo Ágil*. (Archivo Departamento de Cultura del Municipio del Cantón Montúfar).

Enríquez, D. (09/2012). *Entrevista al Técnico Coordinador del Departamento de Cultura del Municipio del Cantón Montúfar*. (Archivo Personal).

González, R. (2011). *Diferentes teorías del Comercio Internacional* en <http://www.revistasice.com/CachePDF/> (10/04/2013)

Imbaquingo, R. (26/03/2013). *Entrevista a socio de la Asociación de Ceramistas del Carchi*. (Archivo Personal).

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, (2011). *Manual de Procesos – Control de Tráfico Ilícito de Bienes del Patrimonio Cultural*. Quito. EDITORA NACIONAL.

Marco, E. (2009). *Exporta Fácil Perú – Guía de Acondicionamiento y Embalaje* en www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/ (14/05/2013)

Miami International Airport, (2013). *Informe de tráfico de doce meses terminado: 31 de Diciembre del 2012* en http://www.miami-airport.com/2012_traffic_report.asp (18/04/2013)

Ministerio Coordinador de la Política Económica, (2011). *Costo arancelario de la no renovación del ATPDEA y del Sistema General de Preferencias para Ecuador* en <http://www.camaradecomercioamericana.org/ATPDEA-SGP-Final-11042011.pdf> (17/04/2013).

Ministerio Coordinador de la Política Económica, (2012). *Indicadores macroeconómicos junio 2012* en <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/> (17/04/2013).

Ministerio de Fomento Industria y Comercio, (2005). *Proyecto de fomento de la gestión de Comercio Exterior* en www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx (14/05/2013)

Ministerio de Industrias y Productividad, (2012). *Barro, losa y porcelana* en <http://aplicaciones.mipro.gob.ec/mipro/> (10/12/2012).

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Inversion, (2012). *Diseño de una estrategia inclusiva de las artesanías para la exportación.....*(Archivo PDF).

Oficina Económica y Comercial de España, (2012). *Informe Económico y Comercial Estados Unidos* en <http://www.oficinascomerciales.es/icex/> (17/04/2013).

Palletec, (2011). *Palletec S.R.L.* en <http://www.palletec.com.ar/> (16/05/2013)

Pastore, A. (2003). *Estudio de mercado de productos étnicos en Estados Unidos – Artesanías Salvadoreñas*. El Salvador. MINISTERIO DE ECONOMIA DE EL SALVADOR. (Pdf)

Pérez, M. (2012). *Canales de distribución* en <http://95121408636.blogspot.com/> (21/04/2013).

Pro Ecuador, (2012). *Análisis del sector artesanal 2012* en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/> (26/09/2012)

Pro Ecuador, (2012). *Guía como exportar a Estados Unidos* en www.proecuador.gob.ec/wp-content/.../ (21/02/2013).

Pro Ecuador, (2013). *Situación Económico – Comercial de Estados Unidos* en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/> (17/04/2013).

Provincias, (2006). *Provincia del Carchi* en <http://www.epm-provincias.8m.com> (19/04/2013)

Restrepo, V. Jaramillo, A. Bonfante, C. (2004). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de exportación de artesanías colombianas de cestería y bolsos con el apoyo de una estrategia e – business para su comercialización y logística* en <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/> (04/12/2011)

Romero, I. Cevallos, H. Balseca, N. (2010). *Proyecto de creación de una empresa comercializadora y exportadora de bisutería y adornos artesanales ecuatorianos, promoviendo el comercio equitativo* en <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/> (04/12/2011)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir*, Quito, SEMPLADES.

Trade Map, (2008). *Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas* en http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx (17/02/2013).

Torres, P. (2004). *Mega Proyecto de Comercialización Artesanal y Turística “Corredor Artesanal y Centro Comercial Hacienda Artesanal Tonalá”* en http://www.sectur.gob.mx/Congreso_de_Investigacion/ponencias/ (04/12/2011)

Turismo Cañar, (2013). *Situación geográfica* en <http://www.turismocanar.com/descubra-canar> (19/04/2013)

Valladares, M. (05/04/2013). *Entrevista a la Administradora de la Bodega Exportadora CIA LTDA.* (Archivo Personal).

7. ANEXOS

Anexo No. 1

ENTREVISTA – PRODUCTOR

CUESTIONARIO:

1. ¿Qué cantidad de piezas u objetos de cerámicas en barro usted produce mensualmente?
2. ¿Qué cantidad máxima de piezas u objetos de cerámicas en barro usted podría producir mensualmente?
3. ¿Qué diseños realiza en las artesanías en barro?
 - a. Ancestrales ()
 - b. Contemporáneas ()
 - c. Otros ()
4. ¿Qué tipo de artesanías en barro produce frecuentemente?
 - a. Cofres ()
 - b. Jarrones ()
 - c. Esculturas ()
 - d. Otros ()
5. ¿Qué destino tienen las artesanías que usted comercializa?
 - a. Mercado local ()
 - b. Mercado nacional ()
 - c. Mercado internacional ()
6. ¿A qué ciudades o países comercializa sus artesanías?
7. De acuerdo a su respuesta anterior identifique los precios de las cerámicas en barro en el siguiente cuadro:

| Tipo de pieza u objeto | Mercado local | Mercado nacional | Mercado internacional |
|------------------------|---------------|------------------|-----------------------|
| Precio | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

8. Cree usted que mejorará su comercialización si agrega envase y embalaje a las artesanías.
9. ¿Cuál es el monto de la inversión en equipos e infraestructura que tiene la Asociación?
10. ¿Cuál es valor de ventas mensuales?
11. ¿Cuál es el margen de rentabilidad obtenido por la Asociación en la comercialización de cerámicas en barro?

ENTREVISTA – INTERMEDIARIO NACIONAL

CUESTIONARIO:

1. ¿Comercializa usted artesanías al exterior?
2. ¿De qué material están elaborados los productos que usted comercializa? (barro, madera, textil, yeso, otros)
3. ¿A qué países comercializa sus productos?
4. ¿En qué cantidad comercializa las artesanías en barro a USA?
5. ¿Con qué frecuencia comercializa sus productos a USA?
6. ¿Qué diseños comercializa?
 - a. Ancestrales
 - b. Contemporáneos
 - c. Otros
7. ¿De qué manera da a conocer sus productos al comprador?
 - a. Ferias promocionales
 - b. Directamente al comprador
 - c. Vía Internet
 - d. Otros
8. ¿Cuál es el precio de las artesanías en el mercado internacional?
9. ¿Qué tipo de empaque utiliza usted para exportar las artesanías en barro?
10. ¿Qué tipo de embalaje utiliza usted para exportar las artesanías en barro?
11. ¿Qué medio de transporte utiliza para exportar sus productos?
 - a. Avión
 - b. Barco
 - c. Ambos

¿Por qué?

12. ¿Cuál es el medio de pago que usted utiliza frecuentemente en la negociación de las artesanías?
- a. Pago anticipado ()
 - b. Pago directo ()
 - c. Carta de Crédito ()
 - d. Otros ()
13. ¿Cuál es el término de negociación más adecuado que usted utiliza al momento de exportar sus artesanías a Estados Unidos?
14. ¿Qué documentos se necesita para exportar artesanías en barro a Estados Unidos?
15. Al momento de realizar la exportación de artesanías en barro Ud. Ha identificado alguna barrera de salida del producto
16. Comentarios o sugerencias de su parte

ENTREVISTA – EXPERTO

CUESTIONARIO:

1. ¿Cuál es el medio de transporte más adecuado para exportar artesanías en barro a Estados Unidos?
2. ¿Qué documentos se necesitan para exportar artesanías en barro a Estados Unidos?
3. ¿Cuál es el medio de pago sugerido en la negociación de estos productos?
4. ¿Qué termino de negociación se recomienda utilizar para exportar artesanías en barro a Estados Unidos? ¿Por qué?

Anexo No. 2

Proyecciones Oferta

| Año (X) | PRODUCCION LOCAL (Y) | X ² | XY |
|----------|----------------------|----------------|--------------|
| 1 | 2800 | 1 | 2800 |
| 2 | 4500 | 4 | 9000 |
| 3 | 7300 | 5 | 11800 |

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{1.100}{1} = 1.100$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{1.700}{1} = 1.700$$

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

Anexo No. 3

Planimetría Asociación de Ceramistas del Carchi

| DEPARTAMENTO NACIONAL DE INVENTARIO | | INVENTARIO DE BIENES INMUEBLES | | Nº 10 CATASTRO Nº | | | | | | | | |
|--|--------------------------|--|-------------------|----------------------|--------------------|--------------------------|-------------------|-------------------|---|---|---|--|
| INPC | | Arq. Fabián Lara | | 4010-97-135 | | | | | | | | |
| LOCALIZACIÓN: | | Provincia: <u>Carchi</u> Cantón: <u>Montúfar</u> Ciudad: <u>San Gabriel</u> | | | | | | | | | | |
| Parroquia: <u>G. Suárez</u> Calle: <u>Los Andes</u> Nº <u>10-67</u> Mz <u>31</u> | | Sitio Geográfico: | | | | | | | | | | |
| REGIMEN DE PROPIEDAD: | | TIPOLOGIA ARQUITECTONICA | | | | | | | | | | |
| PUBLICO <input type="checkbox"/> PRIVADA <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| Religioso <input type="checkbox"/> Particular <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| NOMBRE DEL PROPIETARIO: | | | | | | | | | | | | |
| Gundo Chamorro Morales | | | | | | | | | | | | |
| TENENCIA: | | Intersección _____ | | | | | | | | | | |
| Mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/> | | <table border="1"> <tr> <td>NUMERO DE FAMILIAS</td> <td>NUMERO DE PISOS-INTERIOR</td> <td>NUMERO DE FRENTES</td> <td>NUMERO DE RETIROS</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> </table> | | | NUMERO DE FAMILIAS | NUMERO DE PISOS-INTERIOR | NUMERO DE FRENTES | NUMERO DE RETIROS | 3 | 2 | 1 | |
| NUMERO DE FAMILIAS | NUMERO DE PISOS-INTERIOR | NUMERO DE FRENTES | NUMERO DE RETIROS | | | | | | | | | |
| 3 | 2 | 1 | | | | | | | | | | |
| FECHA DE CONSTRUCCION: ± 1930 | | ARQUITECTONICO - ESTETICO | | | | | | | | | | |
| FECHA DE CONSTRUCCION: | | TECNOLOGICO | | | | | | | | | | |
| CONDICION: | | CONJUNTO - URBANO AMBIENTAL | | | | | | | | | | |
| FACHADA RECTA: <input checked="" type="checkbox"/> OCHAVE: <input type="checkbox"/> | | ANTIGUEDAD - HISTORICO TESTIMONIAL - SIMBOLICO | | | | | | | | | | |
| CURVA: <input type="checkbox"/> RETRANQUEADA: <input type="checkbox"/> | | AUTENTICIDAD CULTURAL | | | | | | | | | | |
| VELES O PISOS: 1 | | FOTOGRAFIAS-IMAGENES | | | | | | | | | | |
| VANOS ABIERTOS: Nº PB <input type="checkbox"/> PA <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| DECALO: _____ | | | | | | | | | | | | |
| PUERTAL O SOPORTAL: PB <input type="checkbox"/> PA <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| EMBATE DE FACHADA: <u>cornisa</u> | | | | | | | | | | | | |
| PUERTADA: SIMPLE: <input type="checkbox"/> COMPUESTA <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| MONUMENTAL <input type="checkbox"/> INSCRIPCIONES <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| BALCONES Nº: _____ TIPO: _____ | | | | | | | | | | | | |
| MOLDURAS Y ORNAMENTACION: <u>marcamiento vanos</u> | | | | | | | | | | | | |
| COLOR: <u>celeste</u> | | | | | | | | | | | | |
| TEXTURA: <u>lisa</u> | | | | | | | | | | | | |
| ESTRUCTURA: | | Código Negativo: <u>R # 9</u> Negativo Nº <u>31</u> Fecha de Registro: <u>junio/97</u> | | | | | | | | | | |
| MATERIAL: <u>piedra</u> | | Código: B Bueno, R Regular, M Malo; S Sólida, D Daños, R Ruinosa | | | | | | | | | | |
| PAREDES: <u>tapial</u> | | | | | | | | | | | | |
| CUBIERTA: <u>teja</u> | | | | | | | | | | | | |
| OTRAS CARACTERISTICAS | | | | | | | | | | | | |
| RELEVANTES a. Interior b. Exterior | | | | | | | | | | | | |
| ESTADO DE CONSERVACION: | | | | | | | | | | | | |
| Cubierta: S <input checked="" type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> R <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| Estructura: S <input checked="" type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> R <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| Elementos: B <input type="checkbox"/> R <input checked="" type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |
| Mantenimiento: B <input type="checkbox"/> R <input checked="" type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | |

Fuente: INPC

Anexo No. 4

Modelo de Catálogo de Artesanías en Barro



Fuente: DECOBARRO

Anexo No. 5

MODELO DE CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS

Contrato de compraventa que celebran por un parte la empresa (1) representada en este acto por (2) y por la otra la empresa (3) representada por (4) a quienes en lo sucesivo se les denominará como “La Vendedora” y “La Compradora” respectivamente, de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas.

DECLARACIONES

Declara “La Vendedora”

Que es Una sociedad anónima legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República Mexicana el (5) según consta en la escritura pública

número (6) pasada ante la fe del notario público, número (7) licenciado (8) de la ciudad de (9).

Que dentro de su objeto social se encuentran entre otras actividades, las de fabricación, comercialización, importación y exportación de (10)

Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y el personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.

Que el (11) es su legítimo representante y en consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo.

Que tiene su domicilio en (12) mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

Declara “La Compradora”

Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes en (13) y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración II de “La Vendedora”.

Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.

Que el Sr. (14) es su legítimo representante y esta facultado para suscribir este contrato.

Que tiene su domicilio en (15) mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

Ambas partes declaran: Que tienen interés en realizar las operaciones comerciales a que se refiere el presente contrato, de conformidad con las anteriores declaraciones y al tenor de las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto del Contrato. Por medio de este instrumento “La Vendedora” se obliga a vender y “La Compradora” a adquirir (16).

SEGUNDA.- Precio. El precio de los productos objeto de este contrato que “La Compradora” se compromete a pagar será la cantidad de (17) FOB. Puerto de (18) INCOTERMS, 2010 CCI.

Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando éste sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas o sociales extremas en el país de origen o en el de destino, en perjuicio de cualquiera de las partes (19).

TERCERA.- Forma de pago. “La Compradora” se obliga a pagar a “La Vendedora” el precio pactado en la cláusula anterior, mediante carta de crédito documentaria, confirmada e irrevocable y pagadera a la vista contra entrega de los documentos siguientes: (20)

De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, “La Compradora” se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se establezca la carta de crédito en las condiciones antes señaladas en el banco (21), de la ciudad de (22), con una vigencia de (23).

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito, serán pagados por “La Compradora”.

CUARTA.- Envase y embalaje de las mercancías. “La Vendedora” se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda anterior cumpliendo con las especificaciones siguientes: (24)

QUINTA.- Fecha de entrega. “La Vendedora” se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los (25) días posteriores a la fecha en que reciba la confirmación de la carta de crédito que se menciona en la cláusula tercera del presente contrato.

SEXTA.- Patentes y marcas. “La Vendedora” declara y “La Compradora” reconoce que los productos objeto de este contrato, se encuentran debidamente registrados al amparo de la (s) patente (s) número (s) (26) y la marca (s) número, (s) (27) ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

“La Compradora” se obliga por medio de este instrumento a prestar toda la ayuda que sea necesaria a “La Vendedora” a costa y riesgo de esta última, para que las patentes y marcas a que se refiere la presente cláusula sean debidamente registradas en (28).

Asimismo, “La Compradora” se compromete a notificar a “La Vendedora”, tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido a dicha (s) patente (s) y marca (s) durante la vigencia del presente contrato a fin de que “La Vendedora” pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

SEPTIMA.- Vigencia del contrato. Ambas partes convienen que una vez que “La Vendedora” haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera; y “La Compradora” haya cumplido plenamente con todas y cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento operará automáticamente su terminación.

OCTAVA.- Rescisión por incumplimiento. Ambas partes podrán rescindir este contrato en el caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar dicho incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá de dar aviso a la otra, cumplido que sea el término a que refiere el párrafo anterior.

NOVENA.- Insolvencia. Ambas partes podrán dar por terminado el presente contrato, en forma anticipada y sin necesidad de declaración judicial previa, en caso de que una de ellas fuere declarada en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores o cualquier otro tipo de insolvencia.

DÉCIMA.- Subsistencia de las obligaciones. La rescisión o terminación de este contrato no afectara de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con anterioridad, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o disposición de la ley, o por voluntad de las partes, deban diferirse a fecha posterior. En consecuencia, las partes podrán exigir aún con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.

DÉCIMA PRIMERA.- Cesión de Derechos y Obligaciones. Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivados de este contrato.

DÉCIMA SEGUNDA.- Límite de la responsabilidad contractual. Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor y convienen en suspender los derechos y obligaciones establecidos en este contrato los cuales podrán reanudar de común acuerdo en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.

DÉCIMA TERCERA.- Legislación aplicable. En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se regirá por las leyes vigentes en la República Mexicana, particularmente lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías y en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidos por estas.

DÉCIMA CUARTA.- Arbitraje. (29)

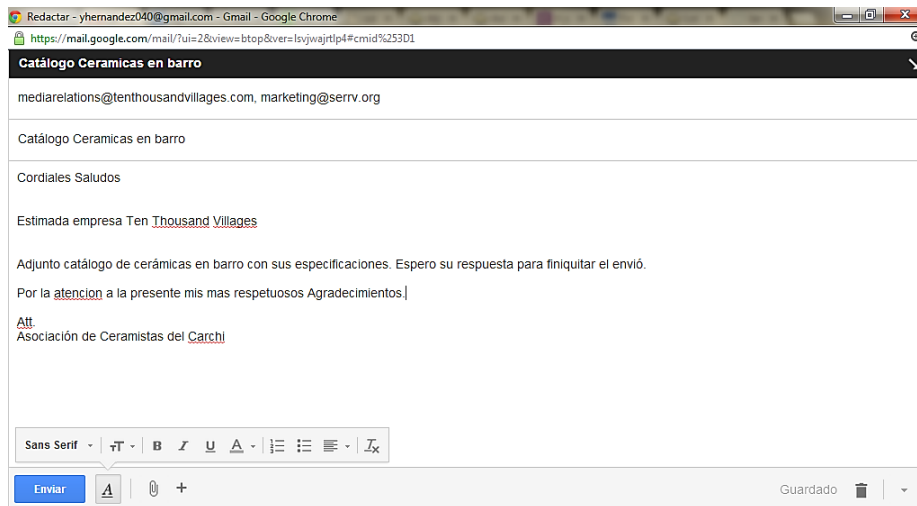
Se firma este contrato en la ciudad de_____ a los_____ días del mes de__ de____

“La Vendedora”

“La Compradora”

Anexo No. 6

Correo Electrónico Cliente

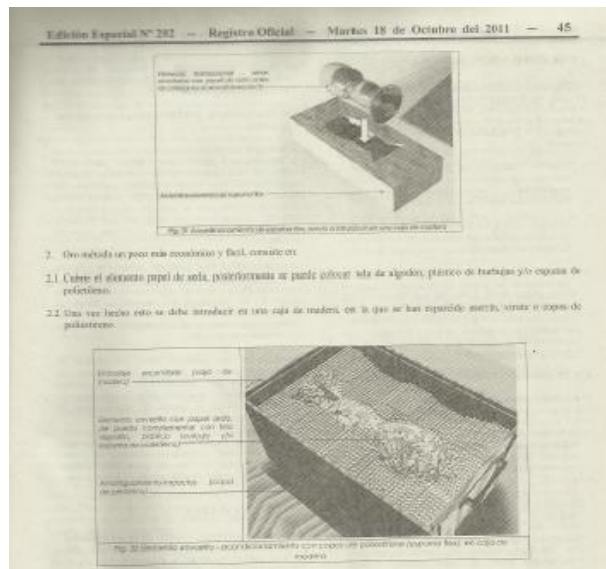


Fuente: Gmail Yadira Hernández (Mayo 2013)

Anexo No. 7

Manual Procesos INPC

Embalaje de Objetos Tridimensionales



Fuente: Registro Oficial Manual de Procesos INPC

Anexo No. 10

Certificado de Origen

Proceso de trámite de soporte de Usuario | Página Web de SENA | Guía del uso | Mi página | **Cerrar sesión**

Ecuapass

Tramites operativos | **Servicio de Informacion** | **Soporte al Cliente** | **Ventanilla Única**

Menus: **Izquierda** | Ventanilla Única | 4.4 Elaboración de CO | **Soporte de Usuario**

Solicitud Tramites



MIPRO

| | |
|--|-------------|
| Certificados de Origen SGP | Seleccionar |
| Certificados de Origen ATPDEA | Seleccionar |
| Certificados de Origen CAN/ALADI | Seleccionar |
| Certificados de Origen CAN/MERCOSUR | Seleccionar |
| Certificados de Origen ACE65 | Seleccionar |
| Certificados de Origen Terceros Países | Seleccionar |
| Certificados de Origen Acuerdo de Cartagena | Seleccionar |
| Modulo de Subida en Lote Para Certificados de Origen | Seleccionar |

Fuente: Comunidad de Comercio Exterior en Ecuador

Anexo No. 11

Autorización de salida de Bienes No Patrimoniales otorgada por el INPC

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL

Colón Oe1-93 y Av. 10 de Agosto "La Circasiana"
 Telefax: (5932) 2227 927 / 2549 237 / 2227 969 / 2543 527
 Ext. 136 y 130
 secretaria@inpc.gob.ec - www.inpc.gob.ec

N° 0001105 Quito, 15 de Junio de 2012

Hoja 1/2 **Autorización: R1-2012-00113**


El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, una vez revisado(s) los objeto(s) y realizada la inspección de los mismo(s), determina que los bienes detallados en la presente autorización NO presentan características descritas en el Art. 7 del Reglamento de la Ley de Patrimonio Cultural del Estado ecuatoriano, por lo tanto NO tiene impedimento legal para que salga(n) del País.

Datos Solicitante:

| | | | |
|----------------------|----------------------|-----------------|----------------------------------|
| Apellidos: | García García | Nombre: | Manuel |
| Doc. Identificación: | 1704318631 | País de origen: | Ecuador |
| Teléfono: | 2383147 | Dirección: | Quito Pintag 1476 y Sucre |
| Género: | Hombre | | |


Datos Envío:

| | | | |
|--------------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
| Estado: | APROBADO | Fecha de Salida: | 2012-06-15 |
| Lugar de Emisión: | Quito | Primer Nombre: | Manuel |
| Apellido: (destinatario) | García García | Ciudad: | Toronto |
| País Destino: | Canadá | Possible Alteración: | No Existe |
| Dirección: | Toronto | Contenedores: | 1 |
| Tipo de Contenedor: | Caja | | |
| Cant. en Contenedor/es: | 11 | | |

Firma: 

Detalle de Objetos a enviar:

| Tema | Autor | Técnica | Alto | Ancho | Profund. | Diámetro | Número de seguridad |
|-------------------|---------------|----------|------|-------|----------|----------|---------------------|
| Sarita | Manuel García | Acuarela | 38 | 56 | 0 | 0 | 5047 |
| Reflejos | Manuel García | Acuarela | 38 | 56 | 0 | 0 | 5047 |
| El barranco | Manuel García | Acuarela | 38 | 56 | 0 | 0 | 5047 |
| Huellas de tiempo | Manuel García | Acuarela | 38 | 56 | 0 | 0 | 5047 |
| Iglesia | Manuel García | Acuarela | 38 | 56 | 0 | 0 | 5047 |
| Porton | Manuel García | Acuarela | 56 | 38 | 0 | 0 | 5047 |
| casa Amarilla | Manuel García | Acuarela | 38 | 56 | 0 | 0 | 5047 |
| Juanita | Manuel García | Acuarela | 56 | 76 | 0 | 0 | 5047 |

Responsable de la Inspección
 Nombre: Rest. Lenin Lucero
 Firma: 

LA PRESENTE AUTORIZACION TIENE UNA VALIDEZ DE 72 HORAS A PARTIR DE LA FECHA INDICADA PARA SU SALIDA

Formato Informativa Resolución No. 120-08-INPC-0112
11 de mayo de 2012

Cuenca:
Benigno Malo N° 640
y Juan Jaramillo
"Casa de las Palomas"
Telf: (5937) 2833 787

Guayaquil:
Calle Numa Pompilio Llona N° 182-184,
Barrio Las Peñas.
Telf: (5934) 2 303 671 / 2 568 247

Loja:
Av. Zuloa Rodríguez 614 y
Victor Vivar.
Telf: (5937) 2560 852

Riobamba:
Calle 5 de Junio y 1era.
Constituyente, Gobernación
de Riobamba.
Telefax: (5933) 2950 597

Portoviejo:
Sucre 405 entre
Morales y Rocafuerte
Telefax: (5935) 2 651 722

DIRECCIÓN DE INSPECCIÓN Y VALORACIÓN
CONTINENTE DE TRÁFICO LOTTO
REGISTRADO EN EL CANTÓN
RIOBAMBA, 2

Fuente: INPC

Sellos y cintas adhesivas de seguridad



Fuente: INPC

Verificación de objetos no patrimoniales por el INPC y Antinarcóticos de la Policía Nacional del Ecuador para su posterior exportación



Fuente: Observación Yadira Hernández

Anexo No. 12

Datos Específicos

| ENVASE | | | | | | | | |
|--|--------------------|----------|-----------------|----------------|--------|--------------------|-----------------------|------------------------------|
| Descripción | Costo unitario usd | Cantidad | Costo total USD | Tiempo en Dias | RR.HH. | Costo X Trabajador | Costo de mano de obra | Costo total de operación USD |
| Papel seda | 0,05 | 324 | 16 | | | 10 | 0 | 16 |
| Película de polietileno, Plancha de poliestireno expandido (espuma flex) | 0,45 | 324 | 146 | | | 10 | 0 | 146 |
| | | 324 | 0 | | | 10 | 0 | 0 |
| TOTALS | | | | | | | | 162 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN ENVASE | | | | |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 23 | 31 | 40 | 49 | 59 |
| 211 | 283 | 360 | 443 | 533 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 235 | 314 | 400 | 493 | 593 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| EMPAQUE/ EMBALAJE / MARCADO | | | | | | | | |
|-----------------------------|--------------------|----------|-----------------|----------------|--------|--------------------|-----------------------|------------------------------|
| Descripción | Costo unitario usd | Cantidad | Costo total USD | Tiempo en Dias | RR.HH. | Costo X Trabajador | Costo de mano de obra | Costo total de operación USD |
| Cajas | 3 | 18 | 54 | | | 10 | 0 | 54 |
| | | 18 | 0 | | | 10 | 0 | 0 |
| | | 18 | 0 | | | 10 | 0 | 0 |
| TOTALS | | | | | | | | 54 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN EMPAQUE | | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 78 | 105 | 133 | 164 | 198 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 78 | 105 | 133 | 164 | 198 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| UNITARIZACIÓN | | | | | | | | |
|---------------------|--------------------|----------|-----------------|----------------|--------|--------------------|-----------------------|------------------------------|
| Descripción | Costo unitario usd | Cantidad | Costo total USD | Tiempo en Días | RR.HH. | Costo X Trabajador | Costo de mano de obra | Costo total de operación USD |
| PALLETS | 8 | 18 | 144 | 3 | 5 | 10 | 150 | 294 |
| SUNCHOS / AMARRAS | 0 | 18 | 0 | | 5 | 10 | 150 | 150 |
| ALQUILER CONTENEDOR | 0 | 18 | 0 | | 5 | 10 | 150 | 150 |
| TOTALES | | | | | | | | 594 |

Fuente: Palletec

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN UNITARIZACIÓN | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 366 | 434 | 517 | 607 | 703 |
| 157 | 164 | 171 | 178 | 186 |
| 157 | 164 | 171 | 178 | 186 |
| 679 | 761 | 859 | 964 | 1076 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| DOCUMENTACIÓN | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|----------|------------|-----------------|----------------|------------------------------|
| DESCRIPCIÓN | Costo unitario USD | Cantidad | RR.HH. | Tiempo en Horas | Tiempo en Días | Costo total de operación USD |
| Factura Comercial | 0 | 1 | 2 personas | 1 | 0,125 | 0 |
| Lista de empaque | 0 | 1 | | 0,5 | 0,0625 | 0 |
| Certificado de Origen | 11,2 | 1 | | 3 | 0,375 | 11,2 |
| Certificados Fitosanitario | 0 | 0 | | 2 | 0,25 | 0 |
| INEN | 0 | 0 | | 6 | 0,75 | 0 |
| INPC | 0 | 1 | | 6 | 0,75 | 0 |
| Registro de importador/exportador | | 1 | | 6 | 0,75 | 0 |
| otros | 50 | 1 | | 0 | 0 | 50 |
| TOTALES | | | | 24,5 | 3,0625 | 61,2 |

Fuente: Pro Ecuador 2012, INPC

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN DOCUMENTACIÓN | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12 | 13 | 15 | 17 | 21 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 52 | 57 | 65 | 77 | 96 |
| 64 | 70 | 79 | 94 | 117 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| TRANSPORTE INTERNO | | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|-----------------------|----------------|------------------------------|
| DESCRIPCIÓN | Costo unitario por vehículo | Cantidad de vehículos | Tiempo en días | Costo total de operación USD |
| flete interno vehículos de 30 TN | 133 | 18 | 1 | 2394 |
| Flete interno vehículos de 15 TN | 0 | 0 | | 0 |
| TOTALES | | | 1 | 2394 |

Fuente: Rocalvi

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN TRANSPORTE INTERNO | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 3473 | 4497 | 5757 | 7120 | 8593 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3473 | 4497 | 5757 | 7120 | 8593 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| MANIPULEO DE EMBARQUE | | | | | |
|--|--------------------|----------|-----------------|----------------|------------------------------|
| Descripción | Costo por EMBARQUE | Cantidad | Tiempo en horas | Tiempo en Días | Costo total de operación USD |
| Cargue de los Pallet al TRANSPORTE INTERNACIONAL | 150 | 18 | 2 | 0,08 | 2700 |
| OTROS | 0 | 1 | | 0 | 0 |
| TOTALES | | | | 0,08 | 2700 |

Fuente: Pro Ecuador 2012

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN | | | | |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 3916 | 5072 | 6493 | 8030 | 9691 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3916 | 5072 | 6493 | 8030 | 9691 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| AGENTES | | | | | |
|------------------|--------------------------|---------------------|-----------------|----------------|------------------------------|
| Descripción | HONORARIOS PROFESIONALES | RR.HH.DE LA EMPRESA | Tiempo en Horas | Tiempo en Días | Costo total de operación USD |
| Agente de carga | 100 | 1 | 2 | 0,25 | 100 |
| Agente de aduana | 250 | | 6 | 0,75 | 250 |
| OTROS | 80 | | 1 | 0,125 | 80 |
| TOTALES | | | 9 | 1,125 | 430 |

Fuente: Cámara de Comercio Guayaquil

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN AGENTES | | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 104 | 114 | 130 | 154 | 192 |
| 261 | 285 | 324 | 386 | 479 |
| 84 | 91 | 104 | 123 | 153 |
| 449 | 490 | 558 | 664 | 825 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| COSTOS BANCARIOS | | | | | |
|------------------------|-----------|----------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------|
| Descripción | VALOR FCA | Tasa del banco | tiempo de contratación en horas | tiempo de contratación en Días | COSTO FINAL USD |
| COSTO CARTA DE CREDITO | 8384,30 | 3,00% | 2,00 | 0,25 | 251,53 |

Fuente: Banco Internacional

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN COSTOS BANCARIOS | | | | |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 333 | 389 | 447 | 507 | 571 |
| 333 | 389 | 447 | 507 | 571 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|
| <i>Descripción</i> | <i>Base de cálculo = FCA + gastos</i> | <i>Tasa pasiva de interes anual</i> | <i>tiempo en días</i> | <i>año comercial</i> | <i>COSTO FINAL USD</i> |
| Costo de oportunidad. | 11521,02 | 4,00% | 5,46 | 360 | 6,99 |

Fuente: CFN

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN | | | | |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 12 | 14 | 17 | 20 | 24 |
| 12 | 14 | 17 | 20 | 24 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| FLETE INTERNACIONAL | | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| <i>Descripción</i> | <i>Costo unitario por embarque</i> | <i>Cantidad de vehículos</i> | <i>Tiempo en días de operación</i> | <i>Costo total de operación USD</i> |
| Flete Aéreo | 751,33 | 18 | 1 | 13523,94 |
| Flete interno vehículos de 15 TN | 0 | 0 | | 0 |
| TOTALES | | | 1 | 13523,94 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN | | | | |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 19617 | 25404 | 32522 | 40222 | 48541 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 19617 | 25404 | 32522 | 40222 | 48541 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| SEGURO INTERNACIONAL | | | | | |
|--------------------------|------------------------|--------------|--|-----------------------|---------------------------|
| <i>Descripción</i> | <i>Valor asegurado</i> | <i>Prima</i> | <i>tiempo de contratación en horas</i> | <i>tiempo en días</i> | <i>costo de operación</i> |
| cobertura de todo riesgo | 25051,95 | 1% | 2 | 0,25 | 250,52 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN SEGURO INTERNACIONAL | | | | |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 350 | 438 | 543 | 655 | 777 |
| 350 | 438 | 543 | 655 | 777 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL | | | | | |
|---|------------------|-------------------------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|
| <i>Descripción</i> | <i>VALOR CIF</i> | <i>Tasa pasiva de interes anual</i> | <i>tiempo en días</i> | <i>año comercial</i> | <i>COSTO FINAL USD</i> |
| Costo de oportunidad. | 25302,47 | 4,00% | 1,50 | 360 | 4,22 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN TRANSITO INTERNACIONAL | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 6 | 7 | 9 | 11 | 13 |
| 6 | 7 | 9 | 11 | 13 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| ALMACENAMIENTO | | |
|-------------------------|-------------------------------------|------------------------|
| <i>Descripción</i> | <i>tiempo de almacenaje en Días</i> | <i>Costo Total USD</i> |
| almacenamiento temporal | 1 | 250 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN ALMACENAMIENTO | | | | |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 255 | 260 | 265 | 271 | 276 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| MANIPULEO DE DESEMBARQUE | | | | | |
|---|--------------------|----------|-----------------|----------------|------------------------------|
| Descripción | Costo por EMBARQUE | Cantidad | Tiempo en horas | Tiempo en Días | Costo total de operación USD |
| Cargue de los sacos al TRANSPORTE INTERNACIONAL | 150 | 18 | 2 | 0,25 | 2700 |
| OTROS | 0 | 0 | | 0 | 0 |
| TOTALES | | | | 0,25 | 2700 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN MANIPULEO DE DESEMBARQUE | | | | |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 3916 | 5072 | 6493 | 8030 | 9691 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3916 | 5072 | 6493 | 8030 | 9691 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| DOCUMENTACIÓN | | | | | | |
|----------------------------------|--------------------|----------|------------|-----------------|----------------|------------------------------|
| DESCRIPCIÓN | Costo unitario USD | Cantidad | RR.HH. | Tiempo en HORAS | Tiempo en DÍAS | Costo total de operación USD |
| DOCUMENTO DE RECEPCIÓN DE CARGA | 200 | 1 | 2 personas | 2 | 0,25 | 200 |
| CERTIFICADO SANITARIO EN DESTINO | 0 | 1 | | 0 | 0 | 0 |
| OTROS | 0 | 1 | | 0 | 0 | 0 |
| OTROS | 0 | 1 | | 0 | 0 | 0 |
| TOTALES | | | | 2 | 0,25 | 200 |

Fuente: Pro Ecuador 2012

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN DOCUMENTACIÓN | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 204 | 208 | 212 | 216 | 221 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 204 | 208 | 212 | 216 | 221 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| AGENTES | | | | | |
|------------------|--------------------------|---------------------|-----------------|----------------|------------------------------|
| Descripción | HONORARIOS PROFESIONALES | RR.HH.DE LA EMPRESA | Tiempo en Horas | Tiempo en Días | Costo total de operación USD |
| Agente de carga | 200 | 1 | 2 | 0,25 | 200 |
| Agente de aduana | 325 | | 6 | 0,75 | 325 |
| OTROS | 100 | | 1 | 0,125 | 100 |
| TOTALES | | | 9 | 1,125 | 625 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN AGENTES | | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 209 | 228 | 260 | 309 | 384 |
| 339 | 370 | 422 | 502 | 623 |
| 104 | 114 | 130 | 154 | 192 |
| 653 | 712 | 811 | 965 | 1199 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| TRANSPORTE INTERNO | | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------------------------|
| DESCRIPCIÓN | Costo unitario por vehículo | Cantidad de vehículos | Tiempo en días de operación | Costo total de operación USD |
| flete interno vehículos de 30 TN | 200 | 18 | 1 | 3600 |
| Flete interno vehículos de 15 TN | 0 | 0 | | 0 |
| TOTALES | | | 1 | 3600 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN TRANSPORTE INTERNO | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 5222 | 6762 | 8657 | 10707 | 12921 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5222 | 6762 | 8657 | 10707 | 12921 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| ADUANEROS | | | | | | |
|-------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | % DE IMPUESTO | BASE IMPONIBLE | Costo total USD | Tiempo en horas | tiempo en días | COSTO FINAL USD |
| ADVALOREM | 0,021% | 28031,12 | 5,89 | 2 | incluido en agentes | 5,89 |
| ICE | 0% | 28037,01 | 0,00 | | | |
| IVA | 0% | 28037,01 | 0,00 | | | |

Fuente: Pro Ecuador 2012

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN | | | | |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 8 | 10 | 13 | 16 | 19 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO | | | | | |
|--|-----------|------------------------------|----------------|---------------|-----------------|
| Descripción | VALOR DAP | Tasa pasiva de interés anual | tiempo en días | año comercial | COSTO FINAL USD |
| Costo de oportunidad. | 32681,69 | 4,00% | 3,63 | 360 | 13,16 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| PROYECCIÓN CAPITAL E INVENTARIO PAIS DE DESTINO | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|
| AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 18 | 23 | 29 | 35 | 41 |
| 18 | 23 | 29 | 35 | 41 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

Anexo No. 13

Inversión Inicial

| Inversión Inicial | |
|--------------------------------|---------------|
| Concepto | Valor |
| Inversión Fija | 40.998 |
| Capital de Operación | 8.245 |
| Gastos de Constitución | 1.800 |
| Total Inversión Inicial | 51.043 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Detalle | Valor | Vida Útil | % Deprec |
|-----------------------------|--------|-----------|----------|
| Edificios - Infraestructura | 19.500 | 20 | 5% |
| Maquinaria y Equipo | 15.748 | 10 | 10% |
| Muebles y Enseres | 2.630 | 10 | 10% |
| Equipo de Computo | 3.120 | 3 | 33% |
| Activos Diferidos | 1.800 | 5 | 20% |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Capital de Operación | |
|-----------------------------|----------------|
| Concepto | Valor |
| Costos de Producción | 50.060 |
| Gastos Administrativos | 43.423 |
| Gastos de Exportación | 25.251 |
| Total Costo Anual | 118.735 |
| Total Costo Diario | 330 |
| Ciclo de caja | 25 |
| Capital de Operación | 8.245 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Estructura de Financiamiento | | |
|------------------------------|---------------|---------------|
| Concepto | Participación | Valor |
| Capital Propio | 60% | 30.626 |
| Capital Ajeno | 40% | 20.417 |
| Total | 100% | 51.043 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento | | | |
|---|----------------------|--------------|--------------------|
| Recursos | Participación | Costo | Ponderación |
| Propios | 60% | 4,00% | 2,40% |
| Ajenos | 40% | 10,85% | 4,34% |
| Total | 100% | | 6,74% |

Fuente: Corporación Financiera Nacional
Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

Anexo No. 14

Rol de Pagos

| Año | S.B.U. | Crecimiento |
|-----------------|---------------|--------------------|
| 2006 | 160 | |
| 2007 | 170 | 0,063 |
| 2008 | 200 | 0,176 |
| 2009 | 218 | 0,090 |
| 2010 | 240 | 0,101 |
| 2011 | 264 | 0,100 |
| 2012 | 292 | 0,106 |
| 2013 | 318 | 0,089 |
| Promedio | | 0,104 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Base 10º cuarto | Año 2012 | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 |
|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | 292 | 318 | 351 | 387 | 427 | 472 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Base Cálculo IESS | |
|--------------------------|--------|
| 9,35% | 12,15% |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Año 2015 | Nº Empleados | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 10º Cuarto | 10º Tercero | Vacaciones | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,35%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|---------------|
| ADMINISTRATIVOS | | | | | | | | | | | |
| Gerente General | 1 | 1.613 | 1.613 | 19.354 | 387 | 1.613 | 806 | 1.613 | 1.810 | 2.351 | 26.124 |
| Secretaria | 1 | 605 | 605 | 7.258 | 387 | 605 | 302 | 605 | 679 | 882 | 10.039 |
| Coordinador de opera | 1 | 914 | 914 | 10.967 | 387 | 914 | 457 | 914 | 1.025 | 1.332 | 14.972 |
| Contador (a) | 1 | 605 | 605 | 7.258 | 387 | 605 | 302 | 605 | 679 | 882 | 10.039 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PRODUCCIÓN | 4 | 3.736 | 3.736 | 44.836 | 1.549 | 3.736 | 1.868 | 3.736 | 4.192 | 5.448 | 61.173 |
| Obreros | 3 | 470 | 1.411 | 16.934 | 1.162 | 1.411 | 706 | 1.411 | 1.583 | 2.058 | 23.682 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 3 | 470 | 1.411 | 16.934 | 1.162 | 1.411 | 706 | 1.411 | 1.583 | 2.058 | 23.682 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Año 2016 | Nº Empleados | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 10º Cuarto | 10º Tercero | Vacaciones | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,35%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|---------------|
| ADMINISTRATIVOS | | | | | | | | | | | |
| Gerente General | 1 | 1.780 | 1.780 | 21.358 | 427 | 1.780 | 890 | 1.780 | 1.997 | 2.595 | 28.830 |
| Secretaria | 1 | 667 | 667 | 8.009 | 427 | 667 | 334 | 667 | 749 | 973 | 11.078 |
| Coordinador de opera | 1 | 1.009 | 1.009 | 12.103 | 427 | 1.009 | 504 | 1.009 | 1.132 | 1.471 | 16.522 |
| Contador (a) | 1 | 667 | 667 | 8.009 | 427 | 667 | 334 | 667 | 749 | 973 | 11.078 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PRODUCCIÓN | 4 | 4.123 | 4.123 | 49.480 | 1.710 | 4.123 | 2.062 | 4.123 | 4.626 | 6.012 | 67.509 |
| Obreros | 3 | 519 | 1.557 | 18.688 | 1.282 | 1.557 | 779 | 1.557 | 1.747 | 2.271 | 26.135 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 3 | 519 | 1.557 | 18.688 | 1.282 | 1.557 | 779 | 1.557 | 1.747 | 2.271 | 26.135 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Año 2017 | Nº Empleados | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 10º Cuarto | 10º Tercero | Vacaciones | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,35%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|---------------|
| ADMINISTRATIVOS | | | | | | | | | | | |
| Gerente General | 1 | 1.964 | 1.964 | 23.570 | 472 | 1.964 | 982 | 1.964 | 2.204 | 2.864 | 31.816 |
| Secretaria | 1 | 737 | 737 | 8.839 | 472 | 737 | 368 | 737 | 826 | 1.074 | 12.226 |
| Coordinador de opera | 1 | 1.113 | 1.113 | 13.356 | 472 | 1.113 | 557 | 1.113 | 1.249 | 1.623 | 18.233 |
| Contador (a) | 1 | 737 | 737 | 8.839 | 472 | 737 | 368 | 737 | 826 | 1.074 | 12.226 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PRODUCCIÓN | 4 | 4.550 | 4.550 | 54.604 | 1.887 | 4.550 | 2.275 | 4.550 | 5.105 | 6.634 | 74.501 |
| Obreros | 3 | 573 | 1.719 | 20.624 | 1.415 | 1.719 | 859 | 1.719 | 1.928 | 2.506 | 28.841 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 3 | 573 | 1.719 | 20.624 | 1.415 | 1.719 | 859 | 1.719 | 1.928 | 2.506 | 28.841 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

Anexo No. 15

Punto de Equilibrio

| Punto de Equilibrio - Con Financiamiento | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| | Año 2012 | | Año 2013 | | Año 2014 | | Año 2015 | | Año 2016 | | Año 2017 | |
| Costo de Producción | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables |
| MPD | | 31.104 | | 45.117 | | 57.750 | | 70.382 | | 83.015 | | 95.648 |
| MOD | | 16.582 | | 19.445 | | 21.459 | | 23.682 | | 26.135 | | 28.841 |
| Costos Indirectos Fabricación | | | | | | | | | | | | |
| Envases | | 194 | | 2.820 | | 3.770 | | 4.798 | | 5.910 | | 7.112 |
| Embalajes | | 648 | | 940 | | 1.257 | | 1.599 | | 1.970 | | 2.371 |
| Agua | | 72 | | 75 | | 79 | | 82 | | 86 | | 89 |
| Energía | | 300 | | 313 | | 327 | | 342 | | 357 | | 373 |
| Suministros | | 960 | | 1.003 | | 1.047 | | 1.094 | | 1.142 | | 1.193 |
| Asistencia Técnica | | 200 | | 209 | | 218 | | 228 | | 238 | | 248 |
| 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 |
| 0 | | 72 | | 75 | | 79 | | 82 | | 86 | | 89 |
| Energía | | 300 | | 313 | | 327 | | 342 | | 357 | | 373 |
| Suministros | | 960 | | 1.003 | | 1.047 | | 1.094 | | 1.142 | | 1.193 |
| Asistencia Técnica | | 200 | | 209 | | 218 | | 228 | | 238 | | 248 |
| 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 |
| 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 |
| Otros | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 |
| Depreciaciones | | 0 | | 2.550 | | 2.550 | | 2.550 | | 2.550 | | 2.550 |
| Total Costo de Producción | 1.532 | 50.060 | 4.150 | 69.922 | 4.221 | 85.906 | 4.295 | 102.207 | 4.372 | 118.852 | 4.463 | 135.875 |
| Gastos Operacionales | 43.423 | 27.986 | 52.595 | 39.217 | 57.828 | 50.244 | 63.602 | 63.833 | 70.018 | 78.613 | 77.045 | 94.698 |
| Gastos Administrativos | 43.423 | | 52.595 | | 57.828 | | 63.602 | | 70.018 | | 77.045 | |
| Gastos de Exportación | | 27.986 | | 39.217 | | 50.244 | | 63.833 | | 78.613 | | 94.698 |
| Gastos Financieros | 0 | | 1.926 | | 1.229 | | 453 | | 0 | | 0 | |
| Interés Bancario | | | 1.926 | | 1.229 | | 453 | | 0 | | 0 | |
| Costos y Gastos Totales | 44.955 | 78.047 | 58.670 | 109.139 | 63.278 | 136.149 | 68.350 | 166.040 | 74.390 | 197.465 | 81.498 | 230.573 |
| Unidades | | 3.888 | | 5.400 | | 6.912 | | 8.424 | | 9.936 | | 11.448 |
| Costos y Gastos Unitarios | 11,56 | 20,07 | 10,86 | 20,21 | 9,15 | 19,70 | 8,11 | 19,71 | 7,49 | 19,87 | 7,12 | 20,14 |
| Total Costos y Gastos Unitarios | 31,64 | | 31,08 | | 28,85 | | 27,82 | | 27,36 | | 27,26 | |
| % Utilidad | | 10% | | 10% | | 10% | | 10% | | 10% | | 10% |
| Precio de venta Unitario | 34,80 | | 34,18 | | 31,74 | | 30,61 | | 30,10 | | 29,99 | |
| P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV) | 3,053 | | 4,199 | | 5,256 | | 6,273 | | 7,277 | | 8,278 | |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

Anexo No. 16

Estimación de Ventas

| CALCULO DE CUBICAJE | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| CALCULO DE CUBICAJE | EMPAQUE / EMBALAJE | UNIDAD DE CARGA CAJAS | estimacion del espacio | Nº de pallet a utilizar año 0 | Nº de pallet a utilizar año 1 | Nº de vehículos a pallet año 2 | Nº de pallet a utilizar año 3 | Nº de pallet a utilizar año 4 | Nº de pallet a utilizar año 5 |
| Nº de unidades | 1 | 18 | | | | | | | |
| Largo mts | 0,4 | 0,9 | 2 | | | | | | |
| Alto mts | 0,2 | 0,7 | 3 | | | | | | |
| Ancho mts | 0,2 | 0,7 | 3 | | | | | | |
| volumen total del embarque m3 | 0,016 | 0,441 | 27,563 | 18,188 | 25,058 | 31,929 | 38,800 | 45,671 | 52,542 |
| Peso por unidad kg | 1,69 | 30,42 | 18 | | | | | | |
| Peso total del embarque ton | 0,002 | 0,030 | 18 | | | | | | |
| SALDOS | | | | 306 | 425 | 526 | 645 | 764 | 883 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| DATOS | AÑOS | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| OFERTA EXPORTAE | 3929 | 5413 | 6897 | 8381 | 9865 | 11349 |
| DEMANDA | | | | | | |
| INSATISFECHA | 31438 | 31121 | 30818 | 30534 | 30281 | 30030 |
| % DE COBERTURA DE LA DEMANDA | 12% | 17% | 22% | 27% | 33% | 38% |
| FRECUENCIA DE ENVIO | MENSUAL | MENSUAL | MENSUAL | MENSUAL | MENSUAL | MENSUAL |
| NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| TAMAÑO DEL EMBARQUE | 327,38 | 451,05 | 574,73 | 698,40 | 822,08 | 945,75 |
| N° de empaques / embalajes | 18,19 | 25,06 | 31,93 | 38,80 | 45,67 | 52,54 |
| N° de pallet | 18 | 25 | 31 | 38 | 45 | 52 |
| N° de sencillos 15 TN | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMBALAJES POR ENVÍO | 18 | 25 | 32 | 39 | 46 | 53 |
| ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL | 324 | 450 | 576 | 702 | 828 | 954 |
| ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMPAQUES / EMBALAJES AL | 216 | 300 | 384 | 468 | 552 | 636 |
| ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD | 216 | 300 | 384 | 468 | 552 | 636 |
| | -3712,50 | -5112,60 | -6512,70 | -7912,80 | -9312,90 | -10713,00 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

Anexo No. 17
Inversión – Costo

| Año | Inflación Anual |
|-------------------------------|------------------------|
| 2005 | 3,14% |
| 2006 | 2,87% |
| 2007 | 3,32% |
| 2008 | 8,83% |
| 2010 | 3,33% |
| 2011 | 5,41% |
| 2012 | 4,16% |
| Promedio | 4,44% |
| Inflación País destino | 2,00% |
| % Utilidad Ventas | 10,00% |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Producto | Ventas Anuales en Tn - Proyección | | | | | |
|-----------------|--|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Producto A | 3.888 | 5.400 | 6.912 | 8.424 | 9.936 | 11.448 |
| Producto B | | | | | | |
| Producto C | | | | | | |
| | | | | | | |
| TOTAL | 3.888 | 5.400 | 6.912 | 8.424 | 9.936 | 11.448 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Activos Fijos - Inversión Fija | | | 2012 |
|---|----------|-----------|---------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | Total |
| Edificios - Infraestructura | | | 19.500 |
| Área administrativa | 3 | 3.000,00 | 9.000 |
| Área de industrialización y bodega | 2 | 4.000,00 | 8.000 |
| Sanitario | 1 | 2.500,00 | 2.500 |
| Maquinaria y Equipo | | | 15.748 |
| Montacargas | 1 | 15.000,00 | 15.000 |
| Estanterías | 3 | 200,00 | 600 |
| Juego de martillos | 2 | 16,00 | 32 |
| Mesas de trabajo | 3 | 16,00 | 48 |
| Balanza de capacidad de 5 kilos | 1 | 13,60 | 14 |
| Espátulas | 5 | 3,96 | 20 |
| Sillas | 3 | 11,50 | 35 |
| Muebles y Enseres | | | 2.630 |
| Estación de trabajo ejecutiva | 4 | 223,21 | 893 |
| Sillón ejecutivo | 4 | 114,29 | 457 |
| Mesas de reunión | 1 | 191,96 | 192 |
| Archivador metálico 4 puertas | 4 | 156,25 | 625 |
| Teléfono fax | 1 | 80,00 | 80 |
| Sillas visita | 10 | 38,29 | 383 |
| Equipo de Computo | | | 3.120 |
| Computador de escritorio Clon | 4 | 640,00 | 2.560 |
| Impresora epon | 4 | 140,00 | 560 |
| Total Activos Fijos - Inversión Fija | | | 40.998 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | Total |
|---|----------|-----------|--------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2012 |
| Investigación | 1 | 1.500,00 | 1.500 |
| Diseños | 1 | 300,00 | 300 |
| Abogado | 0 | 0,00 | 0 |
| Permisos | 0 | 0,00 | 0 |
| Licencias | 0 | 0,00 | 0 |
| | | | 0 |
| Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | 1.800 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Costos de Producción | | | Total | Proyección Costos de Producción | | | | |
|--|----------|-----------|---------------|---------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Materia Prima | | | 31.104 | 45.117 | 57.750 | 70.382 | 83.015 | 95.648 |
| Cerámicas en barro | 3.888 | 8,00 | 31.104 | 45.117 | 57.750 | 70.382 | 83.015 | 95.648 |
| | | | 0 | | | | | |
| | | | 0 | | | | | |
| | | | 0 | | | | | |
| Mano de Obra | | | 16.582 | 19.445 | 21.459 | 23.682 | 26.135 | 28.841 |
| Obreros | 1 | 16.582 | 16.582 | 19.445 | 21.459 | 23.682 | 26.135 | 28.841 |
| | | | 0 | | | | | |
| Costos Indirectos de Fabricación: | | | 2.374 | 7.910 | 9.247 | 10.692 | 12.253 | 13.936 |
| Envases | 3.888 | 0,05 | 194 | 2820 | 3770 | 4798 | 5910 | 7112 |
| Embalajes | 216 | 3,00 | 648 | 940 | 1.257 | 1.599 | 1.970 | 2.377 |
| Agua | 12 | 6,00 | 72 | 75 | 79 | 82 | 86 | 89 |
| Energía | 12 | 25,00 | 300 | 313 | 327 | 342 | 357 | 372 |
| Suministros | 12 | 80,00 | 960 | 1003 | 1047 | 1094 | 1142 | 1193 |
| Asistencia Técnica | 1 | 200,00 | 200 | 209 | 218 | 228 | 238 | 248 |
| | | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Otros | | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Depreciaciones | | | | 2.550 | 2.550 | 2.550 | 2.550 | 2.550 |
| Total Costo de Producción | | | 50.060 | 72.472 | 88.456 | 104.756 | 121.402 | 138.426 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Gastos Administrativos | | | Total | Proyección Gastos Administrativos | | | | |
|-------------------------------------|----------|-----------|---------------|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Sueldos | 1 | 42.751 | 42.751 | 50.230 | 55.432 | 61.173 | 67.509 | 74.501 |
| Servicios Básicos | 12 | 6,00 | 72 | 75 | 79 | 82 | 86 | 89 |
| Suministros de Oficina | 12 | 20,00 | 240 | 251 | 262 | 273 | 286 | 298 |
| Suministros de Limpieza | 12 | 30,00 | 360 | 376 | 393 | 410 | 428 | 447 |
| Arriendo | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Depreciaciones | | | 0 | 1303 | 1303 | 1303 | 1349 | 1349 |
| Amortizaciones | | | 0 | 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| Total Gastos Administrativos | | | 43.423 | 52.595 | 57.828 | 63.602 | 70.018 | 77.045 |
| | | | 24,04 | 23,16 | 21,16 | 19,99 | 19,27 | 18,82 |
| Gastos de Exportación (Ventas) | | | Total | Proyección Gastos de Exportación (Ventas) | | | | |
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| UNITARIZACIÓN | 1 | 594,00 | 594 | 679 | 761 | 859 | 964 | 1.076 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| Gastos de Exportación (Ventas) | | | Total | Proyección Gastos de Exportación (Ventas) | | | | |
|---|----------|-----------|---------------|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| UNITARIZACIÓN | 1 | 594,00 | 594 | 679 | 761 | 859 | 964 | 1.076 |
| MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR | 1 | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| DOCUMENTACIÓN | 1 | 61,20 | 61 | 64 | 70 | 79 | 94 | 117 |
| TRANSPORTE INTERNO | 1 | 2.394,00 | 2.394 | 3.473 | 4.497 | 5.757 | 7.120 | 8.593 |
| MANIPULEO DE EMBARQUE | 1 | 2.700,00 | 2.700 | 3.916 | 5.072 | 6.493 | 8.030 | 9.691 |
| AGENTES | 1 | 430,00 | 430 | 449 | 490 | 558 | 664 | 825 |
| COSTOS BANCARIOS | 1 | 251,53 | 252 | 333 | 389 | 447 | 507 | 571 |
| CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN | 1 | 8,62 | 9 | 12 | 14 | 17 | 20 | 24 |
| FLETE INTERNACIONAL | 1 | 13.523,94 | 13.524 | 19.617 | 25.404 | 32.522 | 40.222 | 48.541 |
| SEGURO INTERNACIONAL | 1 | 277,54 | 278 | 390 | 489 | 608 | 736 | 874 |
| CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL | 1 | 4,67 | 5 | 7 | 8 | 10 | 12 | 15 |
| ALMACENAMIENTO | 1 | 250,00 | 250 | 255 | 260 | 265 | 271 | 276 |
| MANIPULEO DE DESEMBARQUE | 1 | 2.700,00 | 2.700 | 3.916 | 5.072 | 6.493 | 8.030 | 9.691 |
| DOCUMENTACIÓN | 1 | 200,00 | 200 | 204 | 208 | 212 | 216 | 221 |
| AGENTES | 1 | 625,00 | 625 | 653 | 712 | 811 | 965 | 1.199 |
| TRANSPORTE INTERNO | 1 | 3.600,00 | 3.600 | 5.222 | 6.762 | 8.657 | 10.707 | 12.921 |
| ADUANEROS | 1 | 5,89 | 6 | 8 | 10 | 13 | 16 | 19 |
| CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO | 1 | 360,00 | 360 | 20 | 25 | 31 | 38 | 45 |
| Total Gastos de Exportación (Ventas) | | | 27.986 | 39.217 | 50.244 | 63.833 | 78.613 | 94.698 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

Anexo No. 18

Amortización de la Deuda

| Amortización de la Deuda | |
|--------------------------|--------|
| Monto | 20.493 |
| Tasa Anual | 10,85% |
| Tasa Mensual | 0,0090 |
| Plazo | 36 |
| Cuota | 669,47 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Interés | 1.925,70 | 1.229,02 | 452,88 | | |
| Capital | 6.107,92 | 6.804,60 | 7.580,75 | | |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

| No. | Capital | Interés | Cuota | Saldo |
|-----|---------|---------|--------|--------|
| 0 | | | | 20.493 |
| 1 | 484,18 | 185,29 | 669,47 | 20.009 |
| 2 | 488,55 | 180,92 | 669,47 | 19.521 |
| 3 | 492,97 | 176,50 | 669,47 | 19.028 |
| 4 | 497,43 | 172,04 | 669,47 | 18.530 |
| 5 | 501,93 | 167,54 | 669,47 | 18.028 |
| 6 | 506,46 | 163,01 | 669,47 | 17.522 |
| 7 | 511,04 | 158,43 | 669,47 | 17.011 |
| 8 | 515,66 | 153,81 | 669,47 | 16.495 |
| 9 | 520,33 | 149,14 | 669,47 | 15.975 |
| 10 | 525,03 | 144,44 | 669,47 | 15.450 |
| 11 | 529,78 | 139,69 | 669,47 | 14.920 |
| 12 | 534,57 | 134,90 | 669,47 | 14.385 |
| 13 | 539,40 | 130,07 | 669,47 | 13.846 |
| 14 | 544,28 | 125,19 | 669,47 | 13.302 |
| 15 | 549,20 | 120,27 | 669,47 | 12.752 |
| 16 | 554,16 | 115,30 | 669,47 | 12.198 |
| 17 | 559,18 | 110,29 | 669,47 | 11.639 |
| 18 | 564,23 | 105,24 | 669,47 | 11.075 |
| 19 | 569,33 | 100,14 | 669,47 | 10.506 |
| 20 | 574,48 | 94,99 | 669,47 | 9.931 |
| 21 | 579,67 | 89,79 | 669,47 | 9.351 |
| 22 | 584,92 | 84,55 | 669,47 | 8.766 |
| 23 | 590,20 | 79,26 | 669,47 | 8.176 |
| 24 | 595,54 | 73,93 | 669,47 | 7.581 |
| 25 | 600,93 | 68,54 | 669,47 | 6.980 |
| 26 | 606,36 | 63,11 | 669,47 | 6.373 |
| 27 | 611,84 | 57,63 | 669,47 | 5.762 |
| 28 | 617,37 | 52,09 | 669,47 | 5.144 |
| 29 | 622,96 | 46,51 | 669,47 | 4.521 |
| 30 | 628,59 | 40,88 | 669,47 | 3.893 |
| 31 | 634,27 | 35,20 | 669,47 | 3.258 |
| 32 | 640,01 | 29,46 | 669,47 | 2.618 |
| 33 | 645,79 | 23,67 | 669,47 | 1.973 |
| 34 | 651,63 | 17,84 | 669,47 | 1.321 |
| 35 | 657,52 | 11,94 | 669,47 | 663 |
| 36 | 663,47 | 6,00 | 669,47 | 0 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

Anexo No. 19

Amortización Gastos de Constitución

| Amortización Gastos de Constitución | | | |
|-------------------------------------|------------------|-------------------|----------------|
| Año | Valor Depreciado | % de Depreciación | Valor Residual |
| 0 | | | 1800 |
| 1 | 360 | 0,20 | 1440 |
| 2 | 360 | 0,20 | 1080 |
| 3 | 360 | 0,20 | 720 |
| 4 | 360 | 0,20 | 360 |
| 5 | 360 | 0,20 | 0 |

Elaboración: Yadira Hernández (mayo 2013)

Anexo No. 20

Oficios a Empresas exportadoras de productos artesanales



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI



Tulcán, 27 de Marzo del 2013

LA BODEGA EXPORTADORA CIA. LTDA.

De mis consideraciones,

Yo, Yadira Lizeth Hernández Benavides, con C.I. numero 0401794870 estudiantes de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi me encuentro desarrollando una investigación titulada "Comercialización de cerâmicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador y su demanda en Miami – Estados Unidos" La información proporcionada es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

Por la atención a la presente mi más respetuoso agradecimiento.

~~PERSONAS~~
27 - Marzo - 2013.
09:40 AM

Atentamente,

Yadira Hernández



Tulcán, 27 de Marzo del 2013

CAMARI

De mis consideraciones.

Yo, Yadira Lizeth Hernández Benavides, con C.I. numero 0401794870 estudiantes de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi me encuentro desarrollando una investigación titulada "Comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador y su demanda en Miami – Estados Unidos" La información proporcionada es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

Por la atención a la presente mi más respetuoso agradecimiento.

Recibido

27 - 03 - 2013

Atentamente,

Yadira Hernández



Tulcán, 27 de Marzo del 2013

FOLKLORE OLGA FISCH

De mis consideraciones.

Yo, Yadira Lizeth Hernández Benavides, con C.I. número 0401794870 estudiantes de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi me encuentro desarrollando una investigación titulada "Comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador y su demanda en Miami – Estados Unidos" La información proporcionada es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

Por la atención a la presente mi más respetuoso agradecimiento.

Atentamente,


Yadira Hernández

Folklore
Olga Fisch

24-03-2013
12:35

Anexo No. 21

Oficio Instituto Nacional de Patrimonio Cultural


COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN

Of. N° 071-CI-ECYNCI-2013

Arq. Inés Pazmiño Gavilanes
DIRECTORA EJECUTIVA DEL INSTITUTO NACIONAL
DE PATRIMONIO CULTURAL
Presente:

A través de la presente, la Comisión de Investigación de la Escuela de Comercio y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, hace de su conocimiento que la estudiante Yadira Lizeth Hernández Benavides, con cédula N° 0401794870, se encuentra realizando su trabajo final de grado, intitulado: "Comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montufo-Ecuador y su demanda en Miami-EEUU", para poder obtener el grado de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Por tal motivo y en el marco de la colaboración interinstitucional que permita el desarrollo del Ecuador, me permito solicitar a usted, de la manera más atenta, apoye a nuestra estudiante proporcionándole información sobre los exportadores de artesanía de barro desde el Ecuador, hacia los Estados Unidos, la cual se encuentra en los certificados de salida de artesanías desde el Ecuador.

Sin otro particular y agradeciendo de antemano la atención a la presente, quedo de Usted

ATENTAMENTE
"Educación para el Desarrollo y la Integración"
Tulcán 13 de marzo de 2013


Tomás Sánchez Jaime PhD.
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN


14 de 03 de 2013
SE

TSAs

| | | |
|---------------------|------------|-----------------------------|
| Tomás Sánchez PhD | Presidente | Vocales: Ing. Jonathan Mora |
| Mgs. Georgina Arcos | Secretaria | Mgs. Luis Carvajal |
| | | Ing. Iván Realpe |