

ARTÍCULO CIENTÍFICO

Yadira Lizeth Hernández Benavides



Egresada de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial; Suficiencia en el Idioma Ingres por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Taller de Procesos de Innovación por el Gobierno Provincial del Carchi y Young American Business Trust. Curso de Capacitación de Formadores de la Red de Servicios de Emprendimiento e Incubación de Empresas Región por la Universidad Técnica del Norte, Ministerio de Productividad, Corporación del Austro INNPULSAR. Seminarios de: Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior para el Carchi; Jornada de Comercio Exterior I, II, III y IV por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, V Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana, Análisis de Indicadores Socioeconómicos de la Provincia del Carchi con SPSS, Estructura de Planes de Negocio y Manejo de Datos.

Comercialización de cerámicas en barro elaboradas en Montúfar – Ecuador y su demanda en Miami – Estados Unidos

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional (ECENCI)

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi
yhernandez040@gmail.com**

RESUMEN

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.

1. 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.

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.

2. Materiales y Métodos

2.1. 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, 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 método cuantitativo se llega a la comprensión análisis e interpretación de la información obtenida. Cabe resaltar que la información secundaria que se obtuvo en esta investigación fue obtenida de fuentes fidedignas.

2.2. Tipos 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.- Permitió 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. Delimitación

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

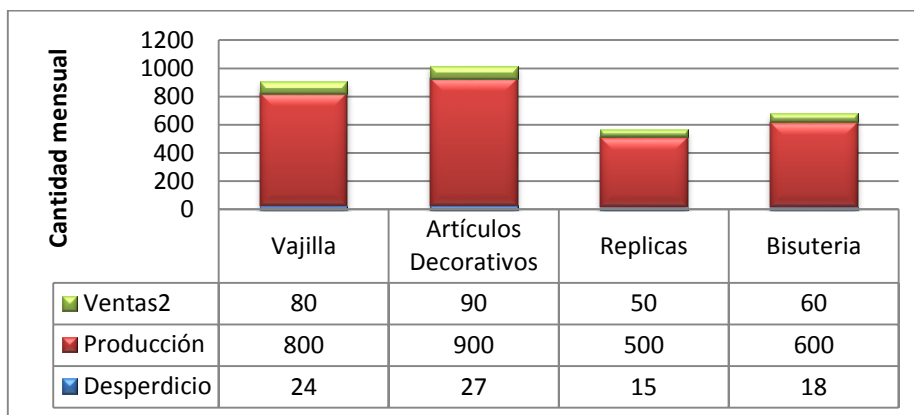
Elaboración: Yadira Hernández (Abril 2013)

4. Resultados y Discusión

Se elaboró ocho matrices que permitan validar los datos obtenidos de la investigación, a continuación se presenta sus resultados.

Producción de Artesanías en Barro Asociación de Ceramistas del Carchi

Gráfico No. 1



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.

4.1. Estudio Logístico

Tabla No. 1

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					
Valor ex-work de la unidad comercial.	24,04	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
		23,16	21,16	19,99	19,27	18,82

Fuente: Arancel de Exportaciones

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

Tabla No. 2

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)

Tabla No. 3

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. 4

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.

4.2. Estudio Financiero

Tabla No. 5

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		51.233	Total Pasivo + Patrimonio		51.233

Elaboración: Yadira Hernández (Mayo 2013)

El balance general muestra la posición financiera de este estudio para el año 2012 relacionando los activos pasivos y patrimonio. 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

Tabla No. 6

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. 6) 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. La utilidad va en aumento lo que es de beneficio para la Asociación.

Tabla No. 7

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. 8

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. 7 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.

5. 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.

6. 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.

7. Referencias Bibliográficas

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)

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)

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)

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).

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