

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

**Tema: “La Comercialización de artesanías producidas en las
Provincia de Carchi e Imbabura y la demanda existente en Canadá,
Francia e Italia”.**

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

**AUTORAS: Querembás Hernández Diana Gabriela
Rivera Paspuel Lizeth Estefanía**

ASESOR: MBA. ChuquínYépez Héctor Guillermo

TULCÁN –ECUADOR

AÑO: 2013

CERTIFICADO.

Certifico que las estudiantes Querembás Hernández Diana Gabriela con el número de cédula 040174536-9 y Rivera Paspuel Lizeth Estefania con el número de cédula 0401400718-8 han elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “La Comercialización de artesanías producidas en la provincia de Carchi e Imbabura y la demanda existente en Canadá, Francia e Italia”.

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

MBA. Héctor Guillermo Chuquín Yépez

Tulcán, 22 de Abril de 2013

AUTORÍA DE TRABAJO.

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

Yo, Querembás Hernández Diana Gabriela con el número de cédula 040174536-9 y Rivera Paspuel Lizeth Estefania con el número de cédula 0401400718-8 declaramos: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.

f.....

f.....

Querembás Hernández Diana Gabriela

Rivera Paspuel Lizeth Estefania

Tulcán, 22 de Abril de 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo, Querembás Hernández Diana Gabriela con el número de cédula 040174536-9 y Rivera Paspuel Lizeth Estefania con el número de cédula 0401400718-8 declaramos ser autoras del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaramos 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, 22 de Abril de 2013

Querembás Hernández Diana Gabriela

CI 040174536-9

Rivera Paspuel Lizeth Estefania

CI 040140071-8

AGRADECIMIENTO.

Los resultados de este proyecto, es el esfuerzo conjunto de todos quienes formamos el grupo de trabajo. Por esto nuestros sinceros agradecimientos a MBA. Héctor Chuquín asesor, quien nos ayudó durante el desarrollo de la investigación con sus conocimientos y virtudes.

A nuestra querida institución la Universidad Politécnica Estatal del Carchi la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y personas de bien.

A las instituciones públicas y privadas que nos proporcionaron información que ha sido de gran ayuda para la elaboración de nuestro proyecto.

A nuestros padres quienes nos brindan su apoyo incondicional para nuestro bienestar y educación en todo momento.

Y a todos quienes contribuyeron con el desarrollo del proyecto con la finalidad de alcanzar la satisfacción de un trabajo bien realizado.

DEDICATORIA.

Nuestra mayor motivación para nunca rendirnos y cumplir nuestras metas la dedicamos a:

A Dios y la Santísima Virgen de la Purificación de Huaca porque han estado con nosotros a cada paso que damos, cuidándonos y brindando la necesaria fortaleza para continuar

A todos quienes forman parte de nuestra familia en especial a nuestros padres, pilares fundamentales de nuestra vida quienes con su apoyo incondicional, sacrificio contribuyeron para nuestra formación académica y depositan su entera confianza en cada reto que se nos presenta.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	xxiii
ABSTRACT.....	xxiv
INTRODUCCIÓN.....	xxvi
I. EL PROBLEMA	
1.1. PLANTEAMIENTO.....	28
1.2. FORMULACIÓN.....	29
1.3. DELIMITACIÓN.....	30
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	30
1.5. OBJETIVOS.....	32
1.5.1. Objetivo General.....	32
1.5.2. Objetivos Específicos.....	32
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	33
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	37
2.2.1. Constitución de la República del Ecuador.....	37
2.2.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.....	38
2.2.3. Plan Nacional para el Buen Vivir (2009-2013).....	39
2.2.4. Política Industrial (MIPRO).....	40
2.2.5. Ley de Defensa del Artesano.....	40
2.2.6. Ley de Fomento Artesanal.....	41
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	42
2.3.1. La Teoría de la Ventaja Absoluta.....	42
2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	43
2.4.1. Comercio Internacional.....	43
2.4.2. Demanda.....	43
2.4.3. Economía.....	44
2.4.4. Entorno del Marketing.....	44
2.4.5. Estrategias de Comercialización.....	45
2.4.6. Macroeconomía.....	45
2.4.7. Marketing Internacional.....	46
2.4.8. Microeconomía.....	47
2.4.9. Oferta.....	47
2.5. VOCABULARIO TÉCNICO.....	48
2.6. IDEA A DEFENDER.....	50
2.7. VARIABLES.....	51
III. METODOLOGÍA	
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	51
3.2.1. Investigación de Campo.....	51
3.2.2. Investigación Documental.....	52
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	57
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	61
3.5.1. Plan de Recolección de Información en las Provincias de Carchi e Imbabura.....	61

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	63
3.6.1 Análisis de Resultados.....	63
3.6.2. Interpretación de Datos.....	63
3.7. DIAGNÓSTICO.....	64
3.7.1. Análisis Situacional Externo.....	64
3.7.1.1. Análisis del Macro Entorno Canadá, Francia e Italia	64
3.7.1.1.1 Entorno Socio Económico.....	64
3.7.1.1.1.2. Entorno Político.....	73
3.7.1.1.1.3. Entorno Tecnológico	74
3.7.2. Análisis Situacional Interno	74
3.7.2.1. Análisis del Macro Entorno Ecuador	74
3.7.2.2. Entorno Socio Económico.....	74
3.7.3. Cadena de Valor	76
3.7.3.1. Producción	76
3.7.3.2. Promoción y Fomento	77
3.7.3.3. Comercialización.....	77
3.7.3.4. Empaque y Embalaje de Artesanías	78
3.7.3.5. Gastos de Exportación de Artesanías en Madera y Tejidos a Mano ...	80
3.8. ESTUDIO DE MERCADO.....	82
3.8.1. Análisis de la Demanda	82
3.8.1.1. Factores Socio - Demográficos Canadá, Francia e Italia.....	82
3.8.1.2. Tendencias de Consumo Canadá, Francia e Italia	87
3.8.1.3. Volumen de Demanda Canadá, Francia e Italia	89
3.8.1.4. Principales Mercados Mundiales de Artesanías	90
3.8.1.5. Segmento de Mercado de Canadá, Francia e Italia.....	91
3.8.1.6. Demanda Actual Proyectada de Artesanías en Madera de Canadá.....	93
3.8.1.7. Demanda Efectiva de Artesanías en Madera de Canadá.....	95
3.8.1.8. Demanda Actual Proyectada de Artesanías en Madera de Francia	96
3.8.1.9. Demanda Efectiva de Artesanías en Madera de Francia.....	97
3.8.1.10. Demanda Actual Proyectada de Artesanías en Madera de Italia.....	98
3.8.1.11. Demanda Efectiva de Artesanías en Madera de Italia.....	99
3.8.1.12. Demanda Actual Proyectada de Artesanías Tejidas en Lana de Canadá	100
3.8.1.13. Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana de Canadá.....	101
3.8.1.14. Demanda Actual y Proyectada de Artesanías Tejidas en Lana De Francia.....	102
3.8.1.15. Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana de Francia	103
3.8.1.16. Demanda Actual y Proyectada de Artesanías Tejidas en Lana de Italia	104
3.8.1.17. Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana de Italia.....	105
3.8.1.18. Definición del Mercado de Canadá, Francia e Italia.....	106
3.8.1.19. FODA Demanda	107
3.8.1.20. Exportación de Artesanías de Canadá, Francia e Italia con el Mundo	108

3.8.2. Análisis de Comercio Exterior	109
3.8.2.1. Barreras Arancelarias Canadá, Francia e Italia	109
3.8.2.2. Barrera no Arancelarias Canadá, Francia e Italia	110
3.8.2.3. Requisitos de Importación para las Artesanías.....	112
3.8.3.1. Comercialización.....	114
3.8.3.2. Canales de Distribución	114
3.8.3.3. Logística	115
3.8.3.4. Plan de Marketing	119
3.8.3.5. Medios de Pago	122
3.8.3.6. Incoterms	123
3.8.4. Análisis de la Oferta	125
3.8.4.1. El Producto	125
3.8.4.2. Características de las Artesanías	126
3.8.4.3. Flujo de Proceso de Producción de la Madera y Tejidos en Lana	130
3.8.4.4. Características y Composición de las Artesanías de Madera y Tejidos en Lana.....	132
3.8.4.5. Clasificación Arancelaria de las Artesanías	133
3.8.4.6. Envase, Embalado y Rotulado Canadá, Francia e Italia.....	134
3.8.4.7. Volumen de Oferta de Artesanías de Madera.....	137
3.8.4.8. Volumen de Oferta de Artesanías Tejidas en Lana	139
3.8.4.9. FODA Oferta.....	140
IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
4.1. Conclusiones	144
4.2. Recomendaciones	147
V. PROPUESTA	
5.1. TÍTULO	148
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	148
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	153
5.4. OBJETIVO	154
5.5. ESTUDIO TÉCNICO DE ARTESANIAS EN MADERA Y TEJIDOS EN LANA	154
5.5.1. Estudio Técnico de Artesanías en Madera	155
5.5.1.1. Localización	155
5.5.1.1.1. Macro Localización	156
5.5.1.1.2. Micro Localización	156
5.5.1.2. Tamaño del Proyecto.....	157
5.5.1.3. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto.....	157
5.5.1.3.1. La Demanda	157
5.5.1.3.2. Suministros e Insumos.....	158
5.5.1.3.3. Tecnología y Equipos	158
5.5.1.4. Financiamiento.....	158
5.5.1.5. La Organización.....	159
5.5.1.5.1. Estructura Organizacional.....	159
5.5.1.5.2. Descripción y Análisis de Cargos.....	160
5.5.1.5.3. Misión	166
5.5.1.5.4. Visión	166
5.5.1.5.5. Objetivos	167

5.5.1.5.6. Valores.....	167
5.5.1.6. Antecedentes de la Empresa.....	168
5.5.1.7. Proceso de la Elaboración de las Artesanias de madera.....	169
5.5.1.8. Recursos a Utilizarse en el Proyecto	172
5.5.1.8.1. Materia prima	172
5.5.1.8.2. Mano de obra para realizar cualquier clase de trabajo	175
5.5.1.8.3. Implementos de producción	175
5.5.1.9. Precio.....	177
5.5.1.10. Comercialización.....	178
5.5.1.11. Canal de Distribución.....	178
5.5.1.12. Empaques y embalajes artesanias en madera	179
5.5.1.13. Venta	182
5.5.1.14. Ingeniería de Proyecto.....	181
5.5.1.14.1. Gasto transporte	181
5.5.1.15. Base Legal.....	183
5.5.1.15.1. Clasificación Arancelaria.....	183
5.5.2. Estudio Técnico de Tejidos a Mano	183
5.5.2.1. Localización del Proyecto	183
5.5.2.1.1. Macro Localización	184
5.5.2.1.2. Micro Localización	185
5.5.2.2. Tamaño del Proyecto.....	186
5.5.2.3. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto.....	187
5.5.2.3.1. La Demanda	187
5.5.2.3.2. Suministros e Insumos.....	187
5.5.2.3.3. Tecnología y Equipos	187
5.5.2.4. Financiamiento.....	187
5.5.2.5. La Organización.....	188
5.5.2.5.1. Estructura Organizacional.....	188
5.5.2.5.2. Descripción y Análisis de Cargos.....	189
5.5.2.5.3. Misión	192
5.5.2.5.4. Visión	192
5.5.2.5.5. Objetivos.....	192
5.5.2.5.6. Valores.....	192
5.5.2.6. Antecedentes de la Empresa.....	192
5.5.2.7. Proceso Productivo.....	193
5.5.2.8. Recursos a Utilizarse en el Proyecto	194
5.5.2.8.1. Materia Prima.....	194
5.5.2.8.2. Mano de Obra	197
5.5.2.8.3. Implementos de Producción.....	197
5.5.2.9. Precio.....	197
5.5.2.10. Comercialización.....	198
5.5.2.11. Canal de Distribución.....	198
5.5.2.12. Empaques y Embalajes de Artesanías Tejidas en Lana.....	198
5.5.2.13. Venta	200
5.5.2.14. Ingeniería de Proyecto.....	200
5.5.2.14.1. Gastos de Exportación.....	200
5.5.2.15. Base Legal.....	201

5.5.2.15.1. Clasificación Arancelaria.....	202
5.6. PLAN LOGÍSTICO	203
5.6.1. Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra – Ecuador hasta Toronto - Canadá.....	203
5.6.2. Resumen de Plan Logístico de las Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra – Ecuador hasta Francia e Italia.	232
5.6.3. Artesanías Tejidas a Mano (Sacos y Gorras) de Otavalo – Ecuador hasta Toronto - Canadá.....	234
5.6.4. Resumen de Artesanías Tejidas a Mano (Sacos y Gorras) de Otavalo – Ecuador hasta Francia e Italia	261
5.7. ESTUDIO FINANCIERO	263
5.7.1. Estudio Financiero de Artesanías en Madera (Decorativos y Religiosos) De Ecuador – Canadá	263
5.7.1.1. Activos Fijos.....	263
5.7.1.2. Depreciaciones Activos Fijos	265
5.7.1.3. Costos y Gastos Operativos	266
5.7.1.4. Inversión Inicial	270
5.7.1.5. Financiamiento de la Inversión y Amortización	270
5.7.1.6. Balance General	273
5.7.1.7. Estado de Perdidas y Ganancias.....	274
5.7.1.8. Flujo de Efectivo	275
5.7.1.9. Indicadores Financieros.....	276
5.7.1.10. Resumen de Indicadores Financieros de Artesanías en Madera a los Países de Canadá, Francia e Italia	277
5.7.2. Estudio Financiero de Artesanías Tejidas en Lana (Sacos y Gorras) de Ecuador – Canadá	278
5.7.2.1. Activos Fijos.....	278
5.7.2.2. Depreciaciones Activos Fijos	279
5.7.2.3. Costos y Gastos Operativos	280
5.7.2.4. Inversión Inicial	284
5.7.2.5. Financiamiento de la Inversión y Amortización	284
5.7.2.6. Balance General	287
5.7.2.7. Estado de Perdidas y Ganancias.....	288
5.7.2.8. Flujo de Efectivo	289
5.7.2.9. Indicadores Financieros.....	290
5.7.2.10. Resumen de Indicadores Financieros de Artesanías Tejidas en Lana a los Países de Canadá, Francia e Italia	292
5.8. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	293
5.8.1. Estrategias de Producto.....	293
5.8.2. Estrategias de Precio.....	293
5.8.3. Estrategias de Plaza	293
5.8.4. Estrategias de Promoción.....	294
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA	
6.1. CONCLUSIONES	294
6.2. RECOMENDACIONES	295
6.3. CRONOGRAMA	297
6.4. PRESUPUESTO.....	298

6.5. RECURSOS.....	298
6.6. BIBLIOGRAFÍA.....	299

VII. ANEXOS

7.1. ENCUESTA	302
7.1.1. Aplicación del Instrumento en la Provincia de Imbabura	305
7.1.2. Aplicación del Instrumento en la Provincia de Carchi	323
7.2. PLAN LOGÍSTICO	342
7.2.1. Plan Logístico de Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra - Ecuador hasta París - Francia	342
7.2.2. Plan Logístico de las Artesanías Tejidas en Lana (Sacos y Gorras) de Otavalo – Ecuador hasta Paris - Francia	353
7.2.3. Plan Logístico de las Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra – Ecuador hasta Turín - Italia.....	363
7.2.4. Plan Logístico de Artesanías Tejidas A Mano (Sacos y Gorras) de Otavalo - Ecuador hasta Turín - Italia	374
7.3. ESTUDIO FINANCIERO	384
7.3.1. Estudio Financiero de Artesanías en Madera (Religiosos y Decorativos) de Ecuador- Francia	384
7.3.2. Estudio Financiero de Artesanías Tejidas en Lana (Sacos y Gorras) Ecuador – Francia.....	397
7.3.3. Estudio Financiero de Artesanías en Madera (Decorativos y Religiosos) de Ecuador- Italia.....	410
7.3.4. Estudio Financiero de Artesanías Tejidas en Lana (Sacos y Gorras) Ecuador – Italia.....	423
7.4. RECORTES – OFICIOS	435
7.5. FOTOGRAFÍAS	437
7.6. ARTÍCULO CIENTÍFICO	441

VIII. ARTICULO CIENTIFICO

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Delimitación	30
Tabla N° 2 Población y Muestra de la Oferta.....	52
Tabla N° 3 Población y Muestra de la Demanda	55
Tabla N° 4 Operacionalización de Variables.....	56
Tabla N° 5 Plan de Recolección de la Información	61
Tabla N° 6 Indicadores Básicos de Canadá	64
Tabla N° 7 Indicadores Básicos de Francia	67
Tabla N° 8 Indicadores Básicos de Italia	70
Tabla N° 9 Indicadores Básicos de Ecuador.....	75
Tabla N° 10 Empaque y Embalaje Artesanías de Madera.....	78
Tabla N° 11 Empaque y Embalaje Artesanías de Tejidos	79
Tabla N° 12 Gastos de Exportación Artesanías en Madera.....	80
Tabla N° 13 Gastos de Exportación Artesanías Tejidas a Mano	81
Tabla N° 14 Población y Tasa de Crecimiento de Canadá.....	82
Tabla N° 15 Población Urbana y las Principales Ciudades de Canadá	83
Tabla N° 16 Distribución de la Población por Edades y Sexo de Canadá	84

Tabla N° 17 Población Urbana y las Principales Ciudades de Italia	86
Tabla N° 18 Población por Edades y Sexo	86
Tabla N° 19 Importaciones del Mundo de Canadá, Francia e Italia	89
Tabla N° 20 Principales Mercados Mundiales de Artesanías	90
Tabla N° 21 Distribución de la Población de Canadá por Ciudad y Edad.....	91
Tabla N° 22 Población Activa de Canadá – Toronto por Edad	91
Tabla N° 23 Distribución de la Población de Francia por Ciudad y Edad	92
Tabla N° 24 Población Activa de Francia – París por Edad.....	92
Tabla N° 25 Distribución de la Población de Italia por Ciudad y Edad.....	92
Tabla N° 26 Población Activa de Italia – París por Edad	93
Tabla N° 27 Importaciones de Artesanías de Madera en Canadá.....	93
Tabla N° 28 Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías de Madera en Canadá	95
Tabla N° 29 Importaciones de Artesanías de Madera en Francia	96
Tabla N° 30 Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías de Madera en Francia	97
Tabla N° 31 Importaciones de Artesanías de Madera en Italia.....	98
Tabla N° 32 Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías de Madera en Italia	99
Tabla N° 33 Importaciones de Artesanías Tejidas en Lana en Canadá	100
Tabla N° 34 Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana en Canadá	101
Tabla N° 35 Importaciones de Artesanías Tejidas en Lana en Francia	102
Tabla N° 36 Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana en Francia.....	103
Tabla N° 37 Importaciones de Artesanías Tejidas en Lana en Italia	104
Tabla N° 38 Cálculo de La Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana en Italia	105
Tabla N° 39 FODA Demanda	107
Tabla N° 40 Exportaciones de Artesanías	108
Tabla N° 41 Costos de Transporte Aereo Ecuador - Canadá.....	116
Tabla N° 42 Costos de Transporte Marítimo Ecuador - Canadá.....	116
Tabla N° 43 Empresas de Transporte Marítimo Ecuador - Francia	118
Tabla N° 44 Asociaciones Productoras de Artesanías Identificas en la Provincia de Carchi	128
Tabla N° 45 Asociaciones Productoras de Artesanías Identificas en la Provincia de Imbabura.....	128
Tabla N° 46 Fibras Naturales Tejidos a Mano	132
Tabla N° 47 Tallas de Sacos de Lana	133
Tabla N° 48 Tallas de Gorras	133
Tabla N° 49 Clasificación Arancelaria de las Artesanías	133
Tabla N° 50 Capacidad de Producción de Cada Socio	137
Tabla N° 51 Capacidad de Producción de la Asociación.....	138
Tabla N° 52 Capacidad Máxima de Producción de la Asociación para los 5 Años Proximos.....	138
Tabla N° 53 Capacidad de Producción de Cada Socio	139
Tabla N° 54 Capacidad de Producción de la Asociación.....	139

Tabla N° 55 Capacidad Máxima de Producción de la Asociación para los 5 Años Próximos.....	140
Tabla N° 56 FODA Oferta.....	140

Estudio Técnico de Artesanías en Madera

Tabla N° 57 Información General de San Antonio de Ibarra.....	156
Tabla N° 58 Información General de la Asociación de San Antonio de Ibarra.....	157
Tabla N° 59 Inversión de Ejecución del Proyecto (Madera).....	159
Tabla N° 60 Materia Prima de Artesanías en Madera	174
Tabla N° 61 Recursos a Utilizarse	175
Tabla N° 62 Precios de Artesanías en Madera	178
Tabla N° 63 Caja de Cartón para Empaque de Artesanías de Madera	179
Tabla N° 64 Embalaje de Artesanías en Madera (Cartón Corrugado).....	179
Tabla N° 65 Embalaje de Artesanías en Madera (Plástico de Burbujas).....	180
Tabla N° 66 Embalaje de Artesanías en Madera (Cinta de Embalaje)	180
Tabla N° 67 Flete Interno Origen	181
Tabla N° 68 Flete Internacional	182
Tabla N° 69 Flete Interno Destino.....	182

Estudio Técnico de Artesanías Tejidas en Lana

Tabla N° 70 Inversión de Ejecución del Proyecto (Tejido en Lana)	188
Tabla N° 71 Ficha Técnica de la Lana de Oveja.....	196
Tabla N° 72 Procesos de Producción de los Sacos y Gorras Tejidos Mano... ..	196
Tabla N° 73 Embalaje de Artesanías Tejidas en Lana (Fundas Plásticas)	199
Tabla N° 74 Medidas de la Caja de Cartón los Sacos y Gorras de Lana.....	199
Tabla N° 75 Embalaje de Artesanías Tejidas en Lana (Cinta de Embalaje)	200
Tabla N° 76 Flete Interno Origen	200
Tabla N° 77 Flete Internacional	201
Tabla N° 78 Flete Interno Destino.....	201

Plan Logístico de Artesanías en Madera Ecuador - Canadá

Tabla N° 79 Información Básica de Exportación de Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra - Ecuador hasta Toronto - Canadá.....	203
Tabla N° 80 Información Básica del Embarque	204
Tabla N° 81 Información Dimensiones, Empaque/Embalaje y Unidad de Carga	205
Tabla N° 82 Equipos a Utilizar	206
Tabla N° 83 Información Adicional de la Negociación	206
Tabla N° 84 Cálculo Costo Total Empaque y Embalaje.....	208
Tabla N° 85 Cálculo Unitarización	211
Tabla N° 86 Unitarización	212
Tabla N° 87 Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador.....	213
Tabla N° 88 Cálculo de Documentos.....	214
Tabla N° 89 Cálculo Transporte Interno.....	216
Tabla N° 90 Cálculo Almacenamiento	218
Tabla N° 91 Cálculo Honorarios Agente	218
Tabla N° 92 Cálculo Costo Seguro Flete Interno	220
Tabla N° 93 Valor EXW	221
Tabla N° 94 Valor FCA	221
Tabla N° 95 Valor FAS.....	222

Tabla N° 96 Valor FOB	222
Tabla N° 97 Cálculo Transporte Internacional	223
Tabla N° 98 Cálculo Seguro Internacional	224
Tabla N° 99 Valor CPT	225
Tabla N° 100 Valor CFR	226
Tabla N° 101 Valor CIP.....	226
Tabla N° 102 Valor CIF.....	226
Tabla N° 103 Cálculo Manipuleo Desembarque	227
Tabla N° 104 Cálculo Nacionalización	228
Tabla N° 105 Cálculo Agente de Aduanas.....	228
Tabla N° 106 Cálculo Transporte Interno País Destino	228
Tabla N° 107 Valor DAT	229
Tabla N° 108 Valor DAP	229
Tabla N° 109 Valor DDP	229
Tabla N° 110 Márgenes de Descuento e Intermediación Decorativos.....	230
Tabla N° 111 Márgenes de Descuento e Intermediación Religiosos	231
Tabla N° 112 Resumen de Plan Logístico de Artesanías en Madera desde San Antonio se Ibarra – Ecuador hasta Francia e Italia	232
Plan Logístico de Artesanías Tejidas a Mano Ecuador - Canadá	
Tabla N° 113 Información Básica Exportación de Artesanías Tejidas a Mano de Otavalo Ecuador hasta Toronto - Canadá	234
Tabla N° 114 Información Básica del Embarque	235
Tabla N° 115 Dimensiones del Empaque y Embalaje	236
Tabla N° 116 Equipos a Utilizar	236
Tabla N° 117 Información Adicional de la Negociación	237
Tabla N° 118 Cálculo Costo Total Empaque y Embalaje.....	238
Tabla N° 119 Cálculo Unitarización	241
Tabla N° 120 Unitarización	241
Tabla N° 121 Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador	243
Tabla N° 122 Cálculo de Documentos.....	244
Tabla N° 123 Cálculo Transporte Interno.....	246
Tabla N° 124 Cálculo Almacenamiento	248
Tabla N° 125 Cálculo Honorarios Agente	248
Tabla N° 126 Cálculo Costo Seguro Flete Interno	250
Tabla N° 127 Valor EXW	251
Tabla N° 128 Valor FCA	251
Tabla N° 129 Valor FAS.....	252
Tabla N° 130 Valor FOB	252
Tabla N° 131 Cálculo Transporte Internacional	253
Tabla N° 132 Cálculo Seguro Internacional	254
Tabla N° 133 Valor CPT	255
Tabla N° 134 Valor CFR	255
Tabla N° 135 Valor CIP.....	256
Tabla N° 136 Valor CIF.....	256
Tabla N° 137 Cálculo Manipuleo Desembarque	257
Tabla N° 138 Cálculo Nacionalización	257
Tabla N° 139 Cálculo Agente de Aduanas.....	257

Tabla N° 140 Cálculo Transporte Interno País Destino	258
Tabla N° 141 Valor DAT	258
Tabla N° 142 Valor DAP	258
Tabla N° 143 Valor DDP	258
Tabla N° 144 Márgenes de Descuento e Intermediación Sacos.....	260
Tabla N° 145 Márgenes de Descuento e Intermediación Gorras.....	260
Tabla N°146 Resumen de Artesanías Tejidas a Mano (Sacos y Gorras) de Otavalo - Ecuador hasta Francia e Italia	262

**Estudio Financiero de Artesanías en Madera (Decorativos y Religiosos)
Ecuador - Canadá**

Tabla N° 147 Activos Fijos.....	264
Tabla N° 148 Depreciaciones Activos Fijos	265
Tabla N° 149 Costos y Gastos Operativos	266
Tabla N° 150 Materia Prima.....	266
Tabla N° 151 Mano de Obra Directa.....	266
Tabla N° 152 Mano de Obra Indirecta	267
Tabla N° 153 Materiales Indirectos	267
Tabla N° 154 Insumos	267
Tabla N° 155 Gastos Administrativos	268
Tabla N° 156 Servicios Básicos Administración	268
Tabla N° 157 Gasto de Ventas	268
Tabla N° 158 Gasto de Exportación	269
Tabla N° 159 Inversión Inicial	270
Tabla N° 160 Financiamiento de la Inversión y Amortización	270
Tabla N° 161 Balance General	273
Tabla N° 162 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	274
Tabla N° 163 Flujo de Efectivo	275
Tabla N° 164 Indicadores Financieros	276
Tabla N° 165 Resumen de Indicadores Financieros de Artesanías en Madera a los Países de Canadá, Francia e Italia.....	277

**Estudio Financiero de Artesanías Tejidos en Lana (Sacos y Gorras)
Ecuador - Canadá**

Tabla N° 166 Activos Fijos.....	278
Tabla N° 167 Depreciaciones Activos Fijos	279
Tabla N° 168 Costos y Gastos Operativos	280
Tabla N° 169 Materia Prima.....	280
Tabla N° 170 Mano de Obra Directa.....	280
Tabla N° 171 Mano de Obra Indirecta	281
Tabla N° 172 Materiales Indirectos	281
Tabla N° 173 Insumos	281
Tabla N° 174 Gasto Administrativo	282
Tabla N° 175 Servicios Básicos Administración	282
Tabla N° 176 Gasto de Ventas	282
Tabla N° 177 Gasto de Exportación	283
Tabla N° 178 Inversión Inicial	284
Tabla N° 179 Financiamiento de la Inversión y Amortización	284
Tabla N° 180 Balance General	287

Tabla N° 181 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	288
Tabla N° 182 Flujo de Efectivo	289
Tabla N° 183 Indicadores Financieros.....	290
Tabla N° 184 Resumen de Indicadores Financieros de Artesanías Tejidas en Lana a los Países de Canadá, Francia e Italia	292

Encuesta Imbabura

Tabla N° 185 Principales Cantones Productores de Artesanías de la Provincia de Imbabura.....	305
Tabla N° 186 Productores y Comercializadores de Artesanías de los Cantones Ibarra y Otavalo	306
Tabla N° 187 Asociatividad del Sector Artesanal de la Provincia de Imbabur	306
Tabla N° 188 Variedad de Artesanías de la Provincia de Imbabura	307
Tabla N° 189 Capital para Iniciar con la Actividad Artesanal	308
Tabla N° 190 Ayudas de Financiamiento	309
Tabla N° 191 Características de las Artesanías de la Provincia de Imbabura	310
Tabla N° 192 Mercado de las Artesanías que se Producen en la Provincia de Imbabura.....	311
Tabla N° 193 Destinos Internacionales de las Artesanías expresada por los Productores.....	312
Tabla N° 194 Tiempo de Comercialización de las Artesanías	313
Tabla N° 195 Venta de Artesanías.....	314
Tabla N° 196 Volumen de Ventas Mensuales	315
Tabla N° 197 Inversión en la Producción y Comercialización	316
Tabla N° 198 Competitividad de las Artesanías en la Provincia de Imbabura	317
Tabla N° 199 Ingresos para la Compra de Materiales e Insumos para Trabajar en las Artesanías	318
Tabla N° 200 Competencia Local	319
Tabla N° 201 Otros Ingresos.....	320
Tabla N° 202 Miembros de la Familia que Producen/ Comercializan Artes.....	321
Tabla N° 203 Estrategias para Impulsar la Producción y Comercialización.....	322

Encuesta Carchi

Tabla N° 204 Principales Productores de Artesanías de la Prov de Carchi....	323
Tabla N° 205 Productores y Comercializadores de Artesanías de los Cantones Tulcán, Montufar y Mira	324
Tabla N° 206 Asociatividad del Sector Artesanal de la Provincia de Carchi	325
Tabla N° 207 Variedad de Artesanías de la Provincia de Carchi.....	326
Tabla N° 208 Capital para Iniciar con la Actividad Artesanal	327
Tabla N° 209 Ayudas de Financiamiento	327
Tabla N° 210 Características de las Artesanías de la Provincia de Carchi.....	328
Tabla N° 211 Mercado de las Artesanías que se Producen en la Provincia de Carchi	329
Tabla N° 212 Destino Internacionales de las Artesanías	330
Tabla N° 213 Tiempo de Comercialización de las Artesanías	331
Tabla N° 214 Venta de Artesanías	332
Tabla N° 215 Volumen de Ventas Mensuales	333
Tabla N° 216 Inversión en la Producción/Comercialización de Artesanías.....	334
Tabla N° 217 Competitividad de las Artesanías en la Provincia de Carchi.....	335

Tabla N° 218 Ingresos para la Compra de Materiales e Insumos para Trabajar en las Artesanías	336
Tabla N° 219 Mercado Competitivo	337
Tabla N° 220 Otras Fuentes de Ingresos.....	338
Tabla N° 221 Miembros de la Familia que Producen/ Comercializan Artes....	339
Tabla N° 222 Estrategias para Impulsar el Comercio	340
Plan Logístico de Artesanías en Madera Ecuador - Francia	
Tabla N° 223 Cálculo Costo Total Empaque y Embalaje	342
Tabla N° 224 Cálculo Unitarización	343
Tabla N° 225 Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador	343
Tabla N° 226 Cálculo de Documentos	343
Tabla N° 227 Cálculo Transporte Interno.....	344
Tabla N° 228 Cálculo Almacenamiento	344
Tabla N° 229 Cálculo Honorarios Agente	344
Tabla N° 230 Cálculo Costo Seguro Flete Interno	344
Tabla N° 231 Valor EXW (EN FABRICA).....	345
Tabla N° 232 Valor FCA	345
Tabla N° 233 Valor FAS.....	346
Tabla N° 234 Valor FOB	346
Tabla N° 235 Costo Transporte Internacional	347
Tabla N° 236 Cálculo Seguro Internacional	347
Tabla N° 237 Valor CPT	347
Tabla N° 238 Valor CFR	348
Tabla N° 239 Valor CIP.....	348
Tabla N° 240 Valor CIF	348
Tabla N° 241 Cálculo Manipuleo Desembarque	349
Tabla N° 242 Cálculo Nacionalización	349
Tabla N° 243 Cálculo Agente de Aduanas.....	349
Tabla N° 244 Cálculo Transporte País Destino.....	350
Tabla N° 245 Valor DAT	350
Tabla N° 246 Valor DAP	350
Tabla N° 247 Valor DDP	351
Tabla N° 248 Márgenes de Descuento e Intermediación en las Artesanías en Madera (Decorativos)	351
Tabla N° 249 Márgenes de Descuento e Intermediación en las Artesanías en Madera (Religiosos).....	352
Plan Logístico de Artesanías Tejidas en Lana Ecuador - Francia	
Tabla N° 250 Cálculo Costo Total Empaque y Embalaje	353
Tabla N° 251 Cálculo Unitarización	354
Tabla N° 252 Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador	354
Tabla N° 253 Cálculo de Documentos	355
Tabla N° 254 Cálculo Transporte Interno.....	355
Tabla N° 255 Cálculo Almacenamiento	355
Tabla N° 256 Cálculo Honorarios Agente	355
Tabla N° 257 Cálculo Costo Seguro Flete Interno	356
Tabla N° 258 Valor EXW	356
Tabla N° 259 Valor FCA	356

Tabla N° 260 Valor FAS.....	357
Tabla N° 261 Valor FOB	357
Tabla N° 262 Cálculo Transporte Internacional	358
Tabla N° 263 Cálculo Seguro Internacional	358
Tabla N° 264 Valor CPT	358
Tabla N° 265 Valor CFR	359
Tabla N° 266 Valor CIP.....	359
Tabla N° 267 Valor CIF	359
Tabla N° 268 Cálculo Manipuleo Desembarque	360
Tabla N° 269 Cálculo Nacionalización	360
Tabla N° 270 Cálculo Agente de Aduanas.....	360
Tabla N° 271 Cálculo Transporte País Destino.....	360
Tabla N° 272 Valor DAT	361
Tabla N° 273 Valor DAP	361
Tabla N° 274 Valor DDP	361
Tabla N° 275 Márgenes de Descuento e Intermediación de las Artesanías Tejidas en Lana (Sacos)	362
Tabla N° 276 Márgenes de Descuento e Intermediación de las Artesanías Tejidas en Lana (Gorras)	362
Plan Logístico de Artesanías en Madera Ecuador - Italia	
Tabla N° 277 Cálculo Costo Total Empaque y Embalaje.....	363
Tabla N° 278 Cálculo Unitarización	364
Tabla N° 279 Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador	364
Tabla N° 280 Cálculo de Documentos	364
Tabla N° 281 Cálculo Transporte Interno.....	365
Tabla N° 282 Cálculo Almacenamiento	365
Tabla N° 283 Cálculo Honorarios Agente	365
Tabla N° 284 Cálculo Costo Seguro Flete Interno	365
Tabla N° 285 Valor EXW	366
Tabla N° 286 Valor FCA	366
Tabla N° 287 Valor FAS.....	367
Tabla N° 288 Valor FOB	367
Tabla N° 289 Cálculo Transporte Internacional	368
Tabla N° 290 Cálculo Seguro Internacional	368
Tabla N° 291 Valor CPT	368
Tabla N° 292 Valor CFR	369
Tabla N° 293 Valor CIP.....	369
Tabla N° 294 Valor CIF	369
Tabla N° 295 Cálculo Manipuleo Desembarque	370
Tabla N° 296 Cálculo Nacionalización	370
Tabla N° 297 Cálculo Agente de Aduanas.....	370
Tabla N° 298 Cálculo Transporte País Destino.....	371
Tabla N° 299 Valor DAT	371
Tabla N° 300 Valor DAP	371
Tabla N° 301 Valor DDP	372
Tabla N° 302 Márgenes de Descuento e Intermediación en las Artesanías en Madera (Decorativos)	372

Tabla N° 303 Márgenes de Descuento e Intermediación en las Artesanías en Madera (Religiosos).....	373
Plan Logístico de Artesanías Tejidas en Lana Ecuador - Italia	
Tabla N° 304 Cálculo Costo Total Empaque y Embalaje.....	374
Tabla N° 305 Cálculo Unitarización	375
Tabla N° 306 Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador	375
Tabla N° 307 Cálculo de Documentos	375
Tabla N° 308 Cálculo Transporte Interno.....	376
Tabla N° 309 Cálculo Almacenamiento	376
Tabla N° 310 Cálculo Honorarios Agente	376
Tabla N° 311 Cálculo Costo Seguro Flete Interno	376
Tabla N° 312 Valor EXW	377
Tabla N° 313 Valor FCA	377
Tabla N° 314 Valor FAS.....	377
Tabla N° 315 Valor FOB	378
Tabla N° 316 Cálculo Transporte Internacional	378
Tabla N° 317 Cálculo Seguro Internacional	379
Tabla N° 318 Valor CPT	379
Tabla N° 319 Valor CFR	379
Tabla N° 320 Valor CIP.....	380
Tabla N° 321 Valor CIF	380
Tabla N° 322 Cálculo Manipuleo Desembarque	381
Tabla N° 323 Cálculo Nacionalización	381
Tabla N° 324 Cálculo Agente de Aduanas.....	381
Tabla N° 325 Cálculo Transporte País Destino.....	381
Tabla N° 326 Valor DAT	382
Tabla N° 327 Valor DAP	382
Tabla N° 328 Valor DDP	382
Tabla N° 329 Márgenes de Descuento e Intermediación en Artesanas Tejidas en Lana (Sacos).....	383
Tabla N° 330 Márgenes de Descuento e Intermediación en Artesanas Tejidas en Lana (Gorras).....	383
Estudio Financiero de Artesanías en Madera (Decorativos y Religiosos) Ecuador - Francia	
Tabla N° 331 Activos Fijos	384
Tabla N° 332 Depreciaciones Activos Fijos	385
Tabla N° 333 Costos y Gastos Operativos	386
Tabla N° 334 Materia Prima.....	386
Tabla N° 335 Mano de Obra Directa.....	387
Tabla N° 336 Mano de Obra Indirecta	387
Tabla N° 337 Materiales Indirectos	387
Tabla N° 338 Insumos	388
Tabla N° 339 Gasto Administrativo	388
Tabla N° 340 Servicios Básicos de Administración.....	388
Tabla N° 341 Gasto de Ventas	389
Tabla N° 342 Gasto de Exportación.....	389
Tabla N° 343 Inversión Inicial	390

Tabla N° 344	Financiamiento de la Inversión y Amortización	390
Tabla N° 345	Balance General	393
Tabla N° 346	Estado de Perdidas y Ganancias	394
Tabla N° 347	Flujo de Caja	395
Tabla N° 348	Indicadores Financieros	396

**Estudio Financiero de Artesanías Tejidos en Lana (Sacos y Gorras)
Ecuador - Francia**

Tabla N° 349	Activos Fijos	397
Tabla N° 350	Depreciaciones Activos Fijos	398
Tabla N° 351	Costos y Gastos Operativos	399
Tabla N° 352	Materia Prima	399
Tabla N° 353	Mano de Obra Directa	400
Tabla N° 354	Mano de Obra Indirecta	400
Tabla N° 355	Materiales Indirectos	400
Tabla N° 356	Insumos	401
Tabla N° 357	Gasto Administrativo	401
Tabla N° 358	Servicios Básicos Administración.....	401
Tabla N° 359	Gasto de Ventas	402
Tabla N° 360	Gasto de Exportación.....	402
Tabla N° 361	Inversión Inicial	403
Tabla N° 362	Financiamiento de la Inversión y Amortización	404
Tabla N° 363	Balance General	406
Tabla N° 364	Estado de Pérdidas y Ganancias	407
Tabla N° 365	Flujo de Efectivo.....	408
Tabla N° 366	Indicadores Económicos	409

**Estudio Financiero de Artesanías en Madera (Decorativos y Religiosos)
Ecuador - Italia**

Tabla N° 367	Activos Fijos	410
Tabla N° 368	Depreciaciones Activos Fijos	411
Tabla N° 369	Costos y Gastos Operativos	412
Tabla N° 370	Materia Prima	412
Tabla N° 371	Mano de Obra Directa	413
Tabla N° 372	Mano de Obra Indirecta	413
Tabla N° 373	Materiales Indirectos	413
Tabla N° 374	Insumos	414
Tabla N° 375	Gasto Administrativo	414
Tabla N° 376	Servicios Básicos Administrativo.....	414
Tabla N° 377	Gasto de Ventas	415
Tabla N° 378	Gasto de Exportación.....	415
Tabla N° 379	Inversión Inicial	416
Tabla N° 380	Financiamiento de la Inversión y Amortización	417
Tabla N° 381	Balance General	419
Tabla N° 382	Estado de Perdidas y Ganancias	420
Tabla N° 383	Flujo de Caja	421
Tabla N° 384	Indicadores Financiero.....	421

**Estudio Financiero de Artesanías Tejidos en Lana (Sacos y Gorras)
Ecuador - Italia**

Tabla N° 385 Activos Fijos	423
Tabla N° 386 Depreciaciones Activos Fijos	424
Tabla N° 387 Costos y Gastos Operativos	425
Tabla N° 388 Materia Prima	425
Tabla N° 389 Mano de Obra Directa	425
Tabla N° 390 Mano de Obra Indirecta	426
Tabla N° 391 Materiales Indirectos	426
Tabla N° 392 Insumos	426
Tabla N° 393 Gasto Administrativo	426
Tabla N° 394 Servicios Básicos Administrativos	427
Tabla N° 395 Gasto de Ventas	427
Tabla N° 396 Gasto de Exportación	427
Tabla N° 397 Inversión Inicial	428
Tabla N° 398 Financiamiento de la Inversión y Amortización	429
Tabla N° 399 Balance General	431
Tabla N° 400 Estado de Pérdidas y Ganancias	432
Tabla N° 401 Flujo de Efectivo	433
Tabla N° 402 Indicadores Financieros	434

RESUMEN EJECUTIVO.

La presente investigación hace referencia al estudio realizado en las provincias de Carchi e Imbabura que permitió determinar el comportamiento del sector artesanal con visión de exportación hacia los países de Canadá Francia e Italia.

Dentro del estudio se identificó que el sector artesanal se encuentra desorganizado con poco poder asociativo, a excepción de las artesanías en madera y tejidos en lana lo que les ha impedido obtener volúmenes con calidad de exportación factor determinante para ser competitivos en los mercados internacionales.

Otros sectores artesanales como la cerámica, bordados y otras manualidades se han visto limitadas debido a la escasa materia prima existente, poca producción, insuficiente capacitación recibida, comparada con la gran participación en los mercados por parte de otros países que como China han posesionado su producción en la mayor parte de mercados a nivel internacional, dando lugar a que estas artesanías en nuestro país solo se limiten cubrir el turismo nacional.

Las Asociación de Artesanos en madera de San Antonio de Ibarra y la asociación “UNAIMCO” de tejidos en lana ubicada en la ciudad de Otavalo son instituciones legalmente constituidas que cada día se han venido fortaleciendo, encontrándose en ellas grandes oportunidades de comercialización a nivel nacional e internacional. Es para estas asociaciones que se ha desarrollado un estudio técnico que involucra la identificación de la oferta exportable, demanda insatisfecha y estrategias de comercialización internacional, para posesionar su producción en los países de Canadá, Francia e Italia.

La investigación se complementa con el estudio de factibilidad que determino la rentabilidad que este proyecto ofrece a los artesanos y comerciantes de las dos asociaciones para que desarrollen el sector productivo de Imbabura y Carchi.

ABSTRACT.

ENGLISH

The present investigation refers to the study realized in the provinces of Carchi and Imbabura that allow to determinate the behavior of the artisanal sector with the vision of export towards the countries of Canada France and Italy.

In the study there was identified that the artisanal sector is disorganized. Because it has little associative powers, with the exception of the crafts in wood and products in wool, what has prevented them to get volumes with quality of exportation. It is an important factor to be competitive with the international market

Other handcrafted sectors as the ceramics, embroideries and other have been limited due to the scanty existing raw material, few production, insufficient training received, compared with the great participation in the markets of other countries like China that have handed over his production in most of markets around the world, So our crafts have been limited themselves to cover the national tourism

The Craftsmen's association in wood of San Antonio de Ibarra and, the association "UNAIMCO" of fabrics in wool that is located in Otavalo's city are institutions legally constituted that every day they have come strengthening, being in them big opportunities of national and international commercialization. It is for these associations that there has developed a technical study that involves the identification of the exportable offer, unsatisfied demand and strategies of international commercialization, to hand over his production in the countries of Canada, France and Italy.

The investigation complements itself with the study of feasibility that determinate the profitability that this project offers to the craftsmen and merchants of both associations to develop the productive sector of Imbabura and Carchi.

QHECHUA

Kay yachaykunami shinarishka Carchi e Imbabura mama llaktapi shinashpa kaykunami rikuchikuna imasahmi shuk llaktakunaman maqui shinashkakunata kachakuna kay Canadá, Francia e Italia.

Yachaikunapimi rikuchinchik artesanía kunaka kaita chaitami chauchurishka kakuna, mana artesainakuna kay kaspi y milma awuashkakuna kaykunami mana ally kashka shuk karu laktaman kachangapak.

Shuk artesaniakunaka imasha cerámica, borsashka y shuk maqui shinashkakunaka nama allymi kashka, chaykunata shinangapaka mana tiashkachu shinanakuna, chaymantami ashalla shinarinakun, ashtawuanpash mana tiashkachu yachachykunapash.

Chaymantami shuk llaktakuna China paykunaka chaykunata charishpami ashtakata jatunakunakun shuk karu llaktakunaman paikunaka, kaikunamantami ñukanchi maqui shinashkakunaka kay mama llakapilla jaturinakun.

Kay tantanakuikuna asociación de artesanos en madera de San Antonio y la asociación “UNAIMCO” tejidos en lana shinakuna otavalo mama llaktamanta kaikunami shamushka jatunyashpa kay punllakunapi, shinami jatunakuna shuk karu mama llaktakunaman. Kaikunami yachaykunata shinashka imasha jatunakunata shuk llaktakunaman, chaimantami jatunakuna Canadá, Francia e Italia llaktakunaman.

Ashta kay yachaykunami rikuchishka kay maqui shinashkakunaka e imashajatunakunaka kullkita ally kunakuna kay tantanakuykunaman Imbabura y Carchi kuskakunamanta

INTRODUCCIÓN

La Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional al formar profesionales que se involucren directamente con la identificación de mercados internacionales desarrolla una gama de proyectos direccionados a posicionar la producción nacional a nivel de mercados internacionales, fruto de esta visión se desarrollo este proyecto para proporcionar al sector artesanal de las provincias de Carchi e Imbabura alternativas de comercialización en países como Canadá, Francia e Italia.

Bajo un esquema técnico científico se identifico la oferta del sector productor de artesanías como la madera, los tejidos en lana, los bordados y arcilla en un diagnostico en las diferentes parroquias y ciudades de las dos provincias, mediante encuestas e información secundaria arrojando resultados relevantes que identificaron la potencialidad que estos artículos tienen para ser calificadas como artesanías con características de exportación.

Estos resultados marcaron significancia a las artesanías en madera y tejidos en lana que ofertaron volúmenes y características de calidad para exportación resaltando el nivel de organización asociativa y de participación actual en el mercado nacional y con pequeñas experiencias en mercados internacionales.

La experiencia técnica en la comercialización internacional y en el posicionamiento efectivo en los mercados hace de este estudio un aporte significativo al sector productor para que asuma con responsabilidad los grandes compromisos y desafíos que se le abren en los mercados de Canadá, Francia e Italia fruto de los resultados obtenidos en el estudio técnico, logístico y de factibilidad, que son los lineamientos trascendentales que direccionaron el proceso de comercialización bajo parámetros eminentemente seguros y confiables que le permitirán al sector artesanal emprender en la toma de

decisiones para un desarrollo progresivo sostenido y sustentable mejorando las condiciones socio económicas de todos sus integrantes.

La investigación se encuentra desarrollada con leyes, normas y reglamentos vigentes en la actualidad por lo que cualquier cambio o modificación a estas deberá ser tomado en cuenta para su actualización posterior, debiendo recalcar que a pesar de cambios financieros en el proceso logístico, la factibilidad del proyecto seguirá siendo positiva.

I. EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO

La Zona Norte del Ecuador, específicamente las provincias de Carchi e Imbabura, a pesar de contar con lugares poblados de gente muy hábil en la elaboración de artesanías, sus obras se encuentran limitadas únicamente a ser expuestas en mercados locales o a clientes exclusivos de la misma zona, sin recibir un precio adecuado por las artesanías producidas, esta es la razón por lo que se considera el estudio de estrategias de comercialización que permitan fortalecer de gran manera la negociación internacional, que actualmente es desconocida por parte del sector artesanal, y que brinde mejores oportunidades de productividad a la zona Norte del Ecuador.

Estos trabajos se elaboran actualmente gracias a la particularidad que tienen las artesanías de nuestro país, que ha permanecido en generaciones por medio de la transmisión del aprendizaje a través del vínculo familiar y cultural que predomina en las áreas rurales de nuestro país.

La calidad de diferentes artesanías elaboradas por nuestros artesanos, brinda una gran oportunidad de poder entrar a competir en diferentes países del mundo y, es la falta de promoción, la que ha dado lugar a que éstas únicamente se comercialicen en el mercado local y en volúmenes reducidos.

A través de las estrategias de comercialización se creará una oportunidad sustentable y sostenible de negociación internacional, desde las provincias del Carchi e Imbabura a otros países del mundo como Canadá, Francia e Italia.

Según el estudio realizado por USAID denominado Global Market Assessment for Handicraft, el Sector Artesanal se encuentra en un rápido crecimiento a nivel mundial, por lo cual representa buenas oportunidades de negocios para artesanos en países en vías de desarrollo además establece que

los principales mercados para este tipo de productos son los Estados Unidos, Canadá y Europa (Francia e Italia).

Como también es importante destacar el hecho que la clase media se expande en economías emergentes, ésta se convierte en un mercado potencial importante, dado su mayor poder adquisitivo y deseos de satisfacer nuevas necesidades, la misma que no es aprovechada desde el sector artesanal de las dos provincias.

El rápido crecimiento del turismo a nivel internacional, también representa una oportunidad para los artesanos, ya que el turista generalmente compra recuerdos y regalos de los lugares que visita sin embargo no existe un buen potencial de mercados para atender a los turistas que nos visitan salvo el caso de Otavalo, y ciertos lugares en la provincia de Imbabura, siendo escaso, los sitios de atracción turística en la provincia del Carchi, donde sabemos se encuentran lugares con una tradición artesanal importantísima.

La migración de gente a diferentes ciudades y países del mundo tiene su causa directa en el desempleo, pobreza y bajos niveles de vida en el que se desarrollan los sectores productivos que permanentemente han sido explotados por los intermediarios que recorren los lugares de producción de las provincias de Imbabura y Carchi y que ven en la migración una alternativa que les permita superar su pobreza y mejorar su nivel de vida arriesgando sin lugar a dudas la estabilidad familiar.

1.2. FORMULACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se tornará necesario contestar varias preguntas que permitirán direccionar el estudio, entre estas tenemos:

¿Cuáles son las Estrategias de Comercialización? ¿Cuál es la Demanda existente en Canadá? ¿Cuál va a ser nuestra competencia? ¿Quiénes van a ser nuestros proveedores? ¿Cuál es la oferta exportable de Carchi– Imbabura?

¿Cuáles son los documentos necesarios para realizar la exportación de artesanías? ¿Cuál va a ser el mercado meta?

“La falta de conocimiento de la demanda en Canadá, Francia e Italia no permite que se apliquen estrategias de comercialización de las artesanías producidas en las Provincias de Carchi e Imbabura”

- a) Variable Independiente: Demanda
- b) Variable Dependiente: Comercialización

1.3. DELIMITACIÓN

Tabla N° 1
Delimitación

País Oferente	Ecuador
Provincias	Carchi e Imbabura
Países Demandantes	Canadá, Francia e Italia
Objeto	Comercialización de Artesanías Producidas en Carchi e Imbabura
Sujeto	Demanda Existente de Canadá Francia e Italia
Tiempo	Desde Octubre del 2011 hasta Diciembre del 2013
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica desde el punto de vista académico, ya que es el requisito ineludible para la obtención del título de Ingenieras en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Con este estudio se proyecta establecer estrategias en las Provincias de Carchi e Imbabura a los mercados internacionales, forjando la asociatividad de los sectores artesanales, siendo los principales beneficiarios los productores y comercializadores de las dos provincias, generando una fuente de negocio que

contribuya con el desarrollo de los sectores productivos, comercializando productos innovadores, atractivos y competitivos, por su elaboración a mano los cuales llaman la atención de propios y extraños.

La iniciativa que proponemos es determinar la oferta existente en las provincias de Carchi e Imbabura y la demanda de estas artesanías en el exterior para así, generar una oportunidad de desarrollo socioeconómico en el Norte del País mediante la oferta su producción al mercado nacional e internacional contribuyendo directamente con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir (2009):

Objetivo 6: “Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas”

Objetivo 11: “Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible”.

El presente proyecto permitirá incrementar la productividad de amplios sectores de la Provincia del Carchi e Imbabura en el cual se generarán fuentes de empleo con ingresos económicos seguros, confiables, sustentables y sostenidos a etnias afroecuatorianas y mestizas, de un status socioeconómico bajo, los cuales se ha encontrado olvidadas por los gobiernos de turno y del sistema productivo nacional que verán a través de este proyecto incrementados sus ingresos económicos familiares, contribuyendo a la solución de sus más ansiadas necesidades como salud, alimentación, vestuario, educación y vivienda.

Además de los sectores productivos se verán beneficiados los productores de materias primas los comercializadores los proveedores de insumos los operadores de comercio exterior (OCEs) quienes canalizarán la exportación de las artesanías a los países demandantes, el sector del transporte, los diseñadores, los estibadores que son elementos importantes en la cadena de comercialización y exportación de artesanías. El desarrollo del proyecto es factible ya que su presupuesto se encuentra dentro de las posibilidades económicas de las investigadoras.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Determinar la demanda existente en Canadá, Francia e Italia que permita establecer estrategias de comercialización de las artesanías producidas en las provincias de Carchi e Imbabura.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los conceptos de demanda, estrategias de comercialización y de oferta de artesanías
- Diagnosticar la oferta exportable de artesanías producidas en las provincias de Carchi e Imbabura, y la demanda de artesanías en los países de Canadá, Francia e Italia.
- Establecer las estrategias de comercialización de artesanías, que permitan atender parte de la demanda existen en Canadá, Francia e Italia.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de artesanías producidas en Carchi e Imbabura, que permita atender parte de la demanda existente en Canadá, Francia e Italia.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

“Proyecto de factibilidad para el desarrollo Socio-económico de la unión de artesanos indígenas del mercado centenario de Otavalo (UNAIMCO) y fomento de sus exportaciones de sacos de lana a los Estados Unidos 2004-2009”

Objetivo General

Elaborar un Proyecto de Factibilidad con el propósito de lograr el Desarrollo Socio-Económico de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (UNAIMCO) y fomentar sus exportaciones de sacos de lana a los Estados Unidos 2004-2009.

Objetivos Específicos

- Determinar a través de un estudio de mercado la demanda insatisfecha de sacos de lana elaborados a mano de los Estados Unidos, como también la oferta exportable que posee la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (UNAIMCO).
- Investigar los aspectos técnicos y legales a los que están sujetos los artesanos de la UNAIMCO, para incursionar en el mercado americano.

Conclusiones

1. En Otavalo la artesanía tradicional se ha visto afectada por un sin número de factores entre los que están: los cambios en el contexto social en que los artesanos desarrollan sus actividades; la falta de competitividad de los productos artesanales frente a sus sustituidos industriales.

2. El simple hecho de ser nuestro producto elaborado a mano, ha cautivado a turistas nacionales y extranjeros; así como también, ha tenido gran acogida en varios países del mundo y en especial en los Estados Unidos.

3. Los Estados Unidos es un mercado muy atractivo para nuestro producto, ya que este por ser un producto netamente artesanal, se beneficia del Acuerdo de Preferencias Arancelarias Andinas, lo que nos permite ingresar al mercado con 0% de aranceles.

4. El Sistema Financiero Nacional incentiva y apoya exportaciones de productos no tradicionales a través de la Corporación Financiera Nacional y esta a su vez mediante la banca privada.

Recomendaciones

1. Esta investigación nos ha permitido conocer mejor las tradiciones artesanales, preservar y mantener su autenticidad, sin embargo, se podrá concretar esta tarea si al artesano se le brinda una adecuada asistencia técnica, ayuda para organizarse y buscar mercados para sus productos; de esta manera se podrá alcanzar un sitio digno en la sociedad.

2. A los demás gremios y organizaciones artesanales, se recomienda fortalecer la unidad para defender nuestros derechos.

3. Establecer un estándar de calidad que deberá mantener durante la vida útil del proyecto a fin de que nuestro producto no pierda competitividad en el mercado estadounidense.

4. Establecer una administración eficiente y dinámica para obtener los mejores resultados y rendimientos, es decir, minimizar los costos y maximizar los ingresos.

5. Es indispensable una mayor difusión de las líneas de crédito promovidas por lo Corporación Financiera Nacional a través de la banca, para que un mayor número de microempresarios puedan acceder a estas.

Autor: Narcisa Farinango Lita - Wilmer Vallejos Cazar

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Ciudad: Quito

Fecha: 2004

“Exportaciones a Estados Unidos, Nueva York, de artesanías talladas en madera de San Antonio de Ibarra”

Objetivo General

Elaborar un proyecto de factibilidad para exportar a Estados Unidos artesanías de madera talladas de San Antonio de Ibarra.

Objetivo Específicos

1. Realizar un estudio de mercado en Estados Unidos para la exportación de artesanías talladas en madera.
2. Determinar los procedimientos legales necesarios para la exportación de artesanías talladas en madera.
3. Definir el proceso técnico para la comercialización de artesanías talladas en madera.
4. Determinar ventajas competitivas que permitan ingresar a los exportadores de artesanías a Estados Unidos.
5. Analizar la incidencia financiera, económica, social del proyecto.

Conclusiones

1.- Mediante el desarrollo del presente proyecto se ha podido conocer que no existe apoyo al pequeño artesano, tanto financiero, como para poder ingresar a nuevos mercados. Existen pocas empresas que ayudan a los Artesanos a exportar sus productos pero algunas de ellas les explotan, logrando un temor del artesano que desea exportar.

2.- Existe falta de preparación tanto en su proceso de producción, utilización de mano de obra no calificada lo cual está causando bastante daño para las personas que exportan de mala manera, ya que existen quejas de los clientes y prefieren ya no comprar al Ecuador.

3.- No existe capacitación en la comercialización tanto interna como externa

4.- Las Artesanías Talladas en Madera tienen gran acogida tanto al turista nacional como al extranjero, debido a que son hechos a mano lo cual ha cautivado a las personas que las adquieren.

4.- Los Estados Unidos es un mercado muy atractivo para nuestros productos ya que este por ser un producto netamente artesanal, se beneficia del Acuerdo de Preferencias Arancelaria Andina, lo que nos ha permitido ingresar a este mercado pagando 0% de aranceles.

Recomendaciones

1.- Se debe crear Asociaciones de Artesanos para crear una cadena de producción permanente estas asociaciones u organismos deberán constar con gran complejidad y dinámica, además de tener la constante tarea de alcanzar y mantener sus capacidades logísticas y competencias a niveles de clase mundial, de allí que el ingreso al mercado estadounidense exigirá una cuidadosa planificación.

2.- Evitar que desaparezca nuestra cultura que son las Artesanías ya que identifican nuestro país, ayuda a la economía de muchas familias que trabajan en esta rama.

3.- Debe existir una ley o un reglamento que ayuden a equilibrar los precios de las Artesanías, se pueden encontrar de todo precio siendo estas de mala calidad, mientras que otros tienen un excesivo precio.

4.- Establecer un estándar de calidad que deberá mantenerse durante la vida útil del proyecto a fin de que nuestra producción no pierda competitividad en el mercado estadounidense (Nueva York).

Autor: Elizabeth Benalcázar Proaño

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Ciudad: Quito

Fecha: 2005

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.2.1. Constitución de la República del Ecuador

Las artesanías elaboradas en las provincias del Carchi e Imbabura se caracterizan por su belleza, variedad, diseño, e innovación las cuales tienen acogida a nivel nacional e internacional y sobre todo porque tienen ocupados a muchos artesanos quienes desarrollan su labor en forma silenciosa y muchas veces sin ningún tipo de facilidades en zonas rurales y urbano marginales del país los mismos que trabajan para llevar un sustento a sus familias.

Además la producción artesanal se ha convertido en una alternativa laboral para la población desempleada siendo esta actividad una economía de subsistencia, caracterizada por los modos de producción basados en el trabajo individual, familiar o por medio de asociaciones, donde sus ingresos económicos no les permite alcanzar óptimos niveles de vida, a pesar que sus artesanías cuentan con gran aceptación en los mercados nacionales e internacionales.

Si se conoce que todos los productos para ingresar a cualquier mercado del mundo deben someterse a la legislación del mercado en el cual se pretende incursionar para ello las artesanías producidas en las provincias del Carchi e Imbabura deben cumplir con requisitos legales de carácter nacional e internacional.

En la constitución de la república del Ecuador (2008) establece diferentes acciones favorables para mejorar el aparato productivo generando grandes

oportunidades al sector artesanal del norte del país ya que se obtendrá mayor rentabilidad y competitividad. Y de esa manera mejorar el nivel de vida de sus habitantes y solucionar muchos problemas sociales.

Para ello nos basamos en los siguientes objetivos de la política comercial de la Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales. (p.146)
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

Art. 306.-El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (pp. 146-147)

2.2.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Además se basa en Código Orgánico de La Producción, Comercio e Inversiones (2011) puesto que esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial. Así como también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.-Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.-El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.-La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas; d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos; l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;o. Fomentar y diversificar las exportaciones;p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente. (pp. 3-4)

Art. 93.- Fomento a la exportación.-El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno: a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios; f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes. (pp. 21-22)

Art. 154.- Exportación definitiva.-Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables. (p. 30)

2.2.3. Plan Nacional para el Buen Vivir (2009-2013)

Los artesanos de las provincias del Carchi e Imbabura se dedican a producir bienes y servicios con reducida escala de operación, los mismos que son destinados al mercado nacional e internacional.

La comercialización de artesanías en cantidades reducidas se debe a la falta de organización, falta de tecnología, falta de recursos financieros, falta de apoyo por parte de las autoridades, etc. Para ello debe existir un programa de capacitación a los artesanos involucrados en la elaboración de los diferentes artículos para ser más eficientes y eficaces es decir optimizar recursos y obtener mayor rentabilidad.

Par ello nos hemos basado en los siguientes objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir (2009-2013)

Objetivo 6: “Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas”

Objetivo 11: “Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible”.

2.2.4. Política Industrial (MIPRO)

Como también en la política industrial que manifiesta:

Política 1: Fomentar sectores, industrias y actividades productivas que generen mayor valor agregado.

Política 2: Promover la asociatividad y el desarrollo de economías de escala que promuevan encadenamientos productivos locales.

Política 3: Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria

Política 4: Promover el empleo de calidad y mejorar la calificación de la mano de obra.

Política 5: Promover la producción de bienes y servicios de calidad. (Ministerio de Industrias y Productividad [MIPRO], 2008)

2.2.5. Ley de Defensa del Artesano

Además los artesanos en nuestro país se rigen en la ley de defensa del artesano ya que atiende primordialmente los asuntos de clase y sociales (apoya a todos los artesanos que quieran hacer valer sus derechos mientras que la ley de fomento artesanal trata de cuestiones económicas.

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios o servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos y por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieron posteriormente. (Ley de Defensa del Artesano [LDA], 1976, p. 15)

Art. 17.- El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante: **a)** La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos; **c)** La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal; **d)** La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos el Directorio del Banco Central del Ecuador dictará la regulación correspondiente.(p. 19)

2.2.6. Ley de Fomento Artesanal

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la ley.

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley se considera: **b)** Artesano Autónomo, aquel que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo; y, **c)** Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

Art. 7.- Para gozar de los beneficios establecidos en esta Ley, el artesano maestro de taller requiere de la calificación conferida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano o del carné de agremiación expedido por las diferentes organizaciones o instituciones artesanales clasistas con personería jurídica, en los casos de los artesanos miembros de asociaciones simples o compuestas, gremios, cooperativas, uniones de artesanos, cámaras artesanales u otras que se crearen de conformidad con la ley.

Las organizaciones o instituciones artesanales que se acojan a los beneficios de esta Ley deberán justificar su personería jurídica y la calidad de su representante legal. Para los artesanos autónomos que soliciten acogerse a los beneficios de esta Ley, el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad elaborará a través de la Dirección Nacional de Artesanías el correspondiente informe técnico-económico y lo elevará a consideración del Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal.

Art. 9.- Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios:

1. Exoneración de hasta en ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales; **3.** Exoneración total de los impuestos y derechos que gravan la explotación de artículos y productos de la artesanía; **4.** Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro; **5.** Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centro y almacenes

artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades; **8.** Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje y, de acuerdo con el Reglamento, similares, cuando las necesidades de los artículos o producción artesanal lo justifiquen, siempre que no se produzcan en el país; **12.** Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento. (Ley de Fomento Artesanal [LFA], 1986, pp. 167-171)

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

2.3.1. La Teoría de la Ventaja Absoluta

Adam Smith

El presente estudio se fortalece con la teoría de Adam Smith quien propone la interacción entre comercio y crecimiento económico mediante la producción de artesanías que otros países lo pueden estar produciendo pero a un costo menor, gracias a la eficiencia de sus unidades productoras, habilidades de sus trabajadores, a sus bondades en recursos naturales, utilizando menos horas de trabajo y manteniendo la calidad de sus artesanías. Para conseguir este objetivo es necesario fortalecer la capacitación y la asociatividad que permitan mejorar significativamente su productividad y competitividad en el sector artesanal, y para fortalecer la investigación afirmaremos los principios de la teoría de la ventaja comparativa propuesta por David Ricardo quien hace la distinción especial que aun cuando un país no tiene la capacidad de producción que otro, este puede posicionarse en el mercado gracias a la ventaja comparativa pudiéndose destacar características en su diseño, calidad en la materia prima y en su confección, aspectos importantes que deben ser tomados en cuenta por los artesanos de Carchi e Imbabura para posicionar su producción en un mercado demandante a nivel internacional.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.

La presente investigación enmarca su sustentabilidad en los conocimientos científicos, que son el aporte de varios especialistas en la rama del comercio exterior, la productividad y el marketing, que han dejado plasmados sus conocimientos en los documentos que a continuación respaldan el estudio.

2.4.1. Comercio Internacional

Es el intercambio de bienes y servicios entre un país y otro. Este intercambio se realiza debido a diferencias en costos de producción entre países y porque aumenta el bienestar económico de cada país al ampliar el rango de bienes y servicios disponibles para consumo. (Bonnock, 2007, p. 97).

La precepción general sobre el mercantilismo es que su finalidad era la generación de riqueza a través de la adecuada utilización de los recursos, con la obligación de crear un máximo nivel de bienestar aunque lo anterior no resulto de todo cierto. La verdadera intención del mercantilismo era el fortalecimiento del estado por las vías político y económico. Cuando un estado lograba fortalecerse la consecuencia era la expansión territorial y comercial, ya fuera por medio de invasiones y exploración de nuevas rutas y territorios. (Graue, 2009, p. 46)

Comercio Internacional es el intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas de tal manera que se da origen a la salida de mercancías de un país como es el caso de las artesanías producidas en Ecuador las cuales tienen como destino final Canadá Francia e Italia (exportaciones) y la entrada de mercancías (importaciones) esta característica comercial implica la existencia de economías abiertas es decir dispuestas a permitir el ingreso de bienes y servicios procedentes de otros países.

2.4.2. Demanda

Se refiere a la relación completa entre la cantidad demandada y el precio de un bien. La ley de la demanda establece que si los demás factores permanecen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, menor es la cantidad demandada; y mientras menor sea el precio de un bien, mayor es la cantidad demandada.(Parkin, 2007, p.61).

La demanda nos muestra la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios. El comportamiento del consumidor es tal, que a un mayor precio menor será la

cantidad demandada y a un menor precio mayor será la cantidad demandada. Esta relación se la conoce como la ley de la demanda. (Graue, 2009, p.126).

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado y de esa manera satisfacer sus necesidades y deseos. Está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

2.4.3. Economía

“Es una ciencia social que estudia el comportamiento y las elecciones del hombre entre bienes alternativos en un contexto de escasez de recursos” (Garue, 2009, p.4).

Es la ciencia social que estudia tanto las elecciones que toman los individuos, las empresas, los gobiernos y las sociedades para encarar la escasez, como los incentivos que influyen y justifican esas elecciones. La economía se divide en dos partes principales: Microeconomía y macroeconomía. (Parquin, 2007, p.2).

Esta ciencia social estudia las relaciones económicas entre personas, organizaciones y países con la finalidad de mejorar el bienestar de las personas y su enfoque con el uso eficiente de recursos en la producción y comercialización de bienes y servicios.

2.4.4. Entorno del Marketing

Es todo aquello ajeno a la empresa, es decir, viene dado por el conjunto de fuerzas y factores que escapan al control de la firma y que pueden tener un impacto sobre ella; su importancia en los últimos años se produce por un incremento en su velocidad de cambio y dificultad para predecirlo. Está formado por dos distintos sub entornos que denominamos como: **El micro entorno:** está formado por las fuerzas cercanas a la compañía que influyen en su capacidad de satisfacer a los clientes, esto es: la empresa, los mercados de consumidores, los canales de marketing que utiliza, los competidores y sus públicos. **El macro entorno:** el cual consiste en las grandes fuerzas sociales que influyen en todo el micro entorno: demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales. (Mintzberg, 2009, parr. 1)

En las últimas décadas la importancia del estudio del entorno se ha incrementado en toda empresa para poder detectar las amenazas y oportunidades del entorno en el que se va a destacar un producto es decir en el caso de las artesanías es de vital importancia conocer la demanda existente en Canadá Francia e Italia dependiendo de ello se procede a interactuar. Es decir a llevar a cabo eventos para realizar estrategias adecuadas para introducir un producto las cuales beneficien a una empresa y a detectar amenazas que puedan resultar perjudiciales para la institución para lo cual podríamos citar una serie de factores que nos permita calificar la situación actual estos son: La integración de la economía mundial, el elevado ritmo de intercambio tecnológico la aparición de nuevas tecnologías, tanto del tercer mundo como países industrializados.

2.4.5. Estrategias de Comercialización

Es toda acción específica orientada a conseguir un objetivo propuesto. Trata de desarrollar ventajas competitivas sostenibles en productos, mercados, recursos o capacidades que sean percibidas como tales por los clientes potenciales y que permitan alcanzar los objetivos previstos. Su objetivo principal es maximizar el retorno de la inversión a largo plazo. (García, 2012, parr 19).

Es la forma de combinar los recursos, ya sean humanos o materiales, para alcanzar el objetivo de la empresa, aprovechando las oportunidades del entorno para maximizar beneficios es decir planificar las acciones con una perspectiva futura sometiéndonos a los cambios del entorno que nos permiten llegar a la meta prevista por la empresa con mayor eficiencia posible.

2.4.6. Macroeconomía

“Se refiere al estudio del funcionamiento de la economía nacional y de la economía global” (Parquin, 2007, p. 2).

Parte de la economía que se ocupa de manera principal del estudio de las relaciones entre los grandes agregados económicos, de los cuales los más importantes son el ingreso nacional, ahorro agregado y el gasto de los consumidores, la inversión, el empleo agregado, la cantidad de dinero (oferta

de dinero), el nivel de precios promedio y la balanza de pagos. (Bannock, 2007, p.261).

Macro economía es una rama de la economía la cual se encarga del estudio de los sistemas económicos de una región o país como un conjunto es decir que analiza el crecimiento y variaciones de producción de bienes y servicios en su contexto general, el desempleo, la inflación de la oferta monetaria y el déficit presupuestario, comercio y las finanzas internacionales.

La macroeconomía dentro del sector artesanal suele ser utilizada como una herramienta para la gestión política ya que permite descubrir como asignar los recursos para potenciar el crecimiento económico y mejorar el bienestar de la población

2.4.7. Marketing Internacional

Es la realización de actividades de negocios que dirigen el flujo de bienes y servicios de una compañía hacia sus consumidores o usuarios en más de una nación para obtener beneficios. EL MI intenta satisfacer las necesidades del consumidor exterior con un producto de acuerdo a sus gustos, modas, especificaciones, deseos de precio, y refleja las regulaciones comerciales locales.(Calderón, 1996, parr. 3).

El marketing internacional es una técnica de gestión empresarial la cual se desarrolla con el propósito de alcanzar objetivos teniendo como base las capacidades de la empresa (fortalezas y debilidades), la situación del entorno y las competencias internacionales(amenazas y oportunidad que ofrecen los mercados exteriores) para de esa manera hacer frente a la competencia internacional. Es decir conforme se avanza en la internalización, la empresa busca realiza actividades de marketing internacional como pedidos, se compromete, invierte, para lo cual es necesario poner en marcha un plan de acción que se refleja en unas políticas. Estas políticas son de producto, precio, promoción y plaza el cual deberá estar coordinado con el resto de estrategias y todas ellas se encaminarán a conseguir el objetivo/s últimos de la estrategia general de la empresa.

2.4.8. Microeconomía

“Es el estudio de las elecciones que hacen los individuos, empresas y gobiernos” (Parkin, 2007, p. 2).

“Estudia el comportamiento y la relaciones de los agentes económicos individuales, es decir individuos, familias, empresas y mercados donde operan” (Graue, 2009. p. 12).

La microeconomía es una rama de la economía que se concentra en el estudio del comportamiento de agentes individuales, es decir el estudio de los individuos, familias y empresas en nuestro caso centraremos nuestro análisis a los hogares dedicados a la producción, comercialización y clientes cada uno en el mercado donde se realizan las operaciones.

2.4.9. Oferta

“La cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo determinado”.(Seldon y Pennance, 1995, p.384)

Se refiere a la relación completa entre la cantidad ofrecida y el precio de un bien. La ley de la oferta establece que si los demás factores permanecen constantes, cuanto más sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofrecida de dicho bien, menor será la cantidad ofrecida. (Parkin, 2007, p.66).

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a un precio dado y en un lugar determinado. Está determinada por factores como: tecnología precios de los factores productivos (tierra capital y mano de obra) y el precio del bien que se desea ofrecer.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

Aranceles.- Son derechos de aduana que se los emplea para obtener un ingreso gubernamental o para proteger a la industria nacional de la competencia de las importaciones. Cuando el propósito es obtener un ingreso, se carga un consumo sobre el producto de origen nacional. (Ordoñez, 1995, p. 46)

Artesanía.- “Es el arte y las obras de los artesanos”. (Artesanía, 2010)

Artésano.- “Es la persona que realiza trabajos manuales, sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados. No existen, por lo tanto, dos artesanías exactamente iguales” (Artésano, 2010)

Comercio Internacional.- Intercambio de bienes y servicios entre un país y otro. Este intercambio se realiza debido a las diferencias en costos de producción entre países y porque aumenta el bienestar económico de cada país al ampliar el rango de bienes y servicios disponibles para consumo. (Bannock y Baxter, 2007, p. 97)

Competencia.- En economía, una forma de mercado, forma de una actividad o de un proceso social. La competencia se la emplea en un sentido técnico para clasificar las condiciones de mercado según el grado de control sobre los precios que posean los productores o consumidores. Estas situaciones dependen del número de proveedores y demandantes, de la uniformidad de los bienes y de la libertad de entrada para los oferentes potenciales. Estas situaciones abarcan: La competencia pura y perfecta, Mercados imperfectamente competitivos, Monopolios puros. (Ordoñez, 1995, p. 131)

Competitividad.- “Un término utilizado popularmente para indicar la habilidad de una nación para crecer exitosamente, y para mantener su participación del comercio mundial”.(Bannock y Baxter, 2007, p. 102)

Costo.- “En términos amplios, medida de lo que se tiene que dar para obtener algo”.(Bannock y Baxter, 2007, p. 118)

Desempleo.- “Ocio involuntario de una persona que desea trabajar a los tipos de salarios actuales, pero que no pueden encontrarlo”. (Ordoñez, 1995, p. 189)

Demanda.- “Cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un periodo determinado”. (Ordoñez, 1995, p. 175)

Economía.- Es el uso óptimo de los recursos, de forma que una cantidad dada produzca la máxima satisfacción, o que una cantidad dada de satisfacción derive de la cantidad de recursos más pequeños posible; la cantidad global de satisfacción es la mayor posible cuando una cantidad dada de recursos se aplica en diversos usos, de forma tal que la pérdida de utilidad que sigue de la retirada de una unidad marginal de recursos es la misma para todos los usos. Además economía es un sistema económico de un área, región o país. (Ordoñez, 1995, p. 217)

Eficacia.- “Virtud, actividad, fuerza y poder para poder obrar. Cualidad de la actividad de los agentes económicos que consiste en alcanzar el fin que se persigue”. (Bannock y Baxter, 2007, p. 171)

Eficiencia.-“Cualidad de la actividad empresarial, que consiste en la minimización del empleo de medios para el lograr el cumplimiento de un objetivo determinado. La eficiencia es la actividad económica en el estricto sentido de la palabra”.(Bannock y Baxter, 2007, p. 172)

Exportaciones.- “Los bienes y servicios que produce un país y se venden a otro a cambio de los propios bienes y servicios del segundo país”. (Ordoñez, 1995, p. 256)

Factores de Producción.- “Son las cosas que se requieren para hacer una mercancía. Por lo regular, se agrupan en tierra, trabajo y capital para propósitos de análisis general, pero dentro de cada categoría amplia existe gran diversidad de tipos”. (Bannock y Baxter, 2007, p. 192)

Globalización.- “Cambios geográficos en la actividad económica domestica alrededor del mundo y lejos de las naciones Estado”.(Bannock y Baxter, 2007, p. 211)

Innovación.- “Descubrimiento o planeación de nuevos productos y procesos.”(Bannock y Baxter, 2007, p. 238)

Intercambio.- “En economía significa generalmente la transferencia de una mercancía o servicio de una persona o institución a otra, a cambio de otra mercancía, servicio o dinero”. (Ordoñez, 1995, p. 306)

Mercado.- Es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para que las transacciones entre cualquier par de ellos afecten las condiciones de compra o venta de los demás. En última instancia, cada transacción de cualquier mercancía o servicio afecta y está afectada por todas las demás. Por lo tanto, un mercado indica, a veces, de una forma general, grandes grupos de compradores y vendedores de amplias clases de bienes, por ejemplo, el mercado de bienes de consumo, el mercado de factores de la producción, el mercado de capital. (Ordoñez, 1995, p. 346)

Necesidad.- Deseo de una mercancía o servicio. El deseo puede ser satisfacer la sed, el hambre, evitar el frío o calor, curarse de una enfermedad, divertirse o distraer, ganar fama, ostentar generosidad o amabilidad, etc. Las necesidades no pueden satisfacerse totalmente, debido a que los bienes y los servicios son escasos en relación a las necesidades que pueden satisfacer. (Ordoñez, 1995, p. 381)

Nivel de vida.- “Cantidad de bienes y servicios que consume normalmente una persona con una renta dada”.(Ordoñez, 1995, p. 382)

Planificación.- “Organización del empleo de los factores de la producción por la dirección central, en lugar del móvil del beneficio de una economía de mercado”. (Ordoñez, 1995, p. 415)

Precio.- “Cantidad de dinero que se debe entregar a cambio de una unidad de un bien o servicio”. (Bannock y Baxter, 2007, p. 316)

Producción.- “Cualquier actividad que sirva para satisfacer necesidades humanas”. (Ordoñez, 1995, p. 445)

Productividad.- “Producto de una unidad de un factor de producción en un periodo determinado”.(Ordoñez, 1995, p. 448)

Producto.- “Comprende todos los bienes y servicios resultantes de la actividad económica de un individuo empresa o industria o nación”.(Ordoñez, 1995, p. 449)

2.6. IDEA A DEFENDER.

El estudio de factibilidad permitirá establecer las estrategias de comercialización de artesanías producidas en Imbabura y Carchi, para atender parte de la demanda existente en Canadá, Francia e Italia.

2.7. VARIABLES.

Variable Dependiente: Estrategias de Comercialización

Las estrategias de comercialización son la variable dependiente porque es el efecto producido del conocimiento de la demanda existente en los países de Canadá, Francia e Italia.

Variable Independiente: Demanda en Canadá, Francia e Italia de artesanías producidas en las Provincia de Carchi e Imbabura.

La demanda existente en Canadá, Francia e Italia es la variable independiente porque es la causa que determina que se aplique las estrategias de comercialización.

III.METODOLOGÍA

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación se realizará en las provincias de Imbabura y Carchi, en los sectores organizados de producción artesanal, tanto en el sector Urbano como el sector rural, para lo cual realizaremos una visita insitu.

También para la recopilación de la información secundaria se utilizará una ficha técnica que permita organizar la información secundaria recopilada de medios informáticos, documentos y registros de organismos públicos y privados.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Los Tipos de Investigación que se empleará para la recolección de datos en esta investigación serán:

3.2.1. Investigación de Campo

Para la presente investigación utilizaremos la técnica de la encuesta para determinar la oferta exportable en las provincias de Carchi e Imbabura. La

encuesta básicamente se dirige a los potenciales productores y asociaciones del sector Norte del país; las preguntas de la encuesta se realizarán conforme a la operacionalización de las variables.

3.2.2. Investigación Documental

Esta investigación nos permitirá fundamentar los conceptos de la oferta, demanda y estrategias de comercialización que serán el soporte técnico-científico de la presente investigación, para lo cual se acudirá a medios como el internet, libros, revistas, trípticos publicaciones y otros documentos impresos o gráficos que nos sean de utilidad para realizar nuestro proyecto.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla N° 2

Población y Muestra de la Oferta

OFERENTES		
PROVINCIAS	CARCHI	IMBABURA
POBLACIÓN	Mujeres: 83369 Hombres: 81155 Total: 164524	Mujeres: 204580 Hombres:193664 Total:398244
SECTOR ARTESANAL: OCUPACIÓN OFICIALES OPERARIOS Y ARTESANOS	Hombres:11.3% Mujeres:5.2% Total: 16.5%	Hombres:23.4% Mujeres:14.8% Total: 38.2%
UNIVERSO	Población total de la Provincia X % ocupación oficiales, operarios y artesanos. $164524 \times 16.5\% = \mathbf{27147}$	Población Total de la Provincia X % ocupación oficiales, Operarios y artesanos. $398244 \times 38.2\% = \mathbf{152129}$
CÁLCULO DE LA MUESTRA	<p>Para el cálculo de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:</p> $m = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$ <p>Dónde:</p> <p>m = Tamaño de la muestra.</p> <p>N = Población objeto de estudio</p> <p>z= Nivel de confianza a, 95% equivalente a 1,96.</p> <p>N-1= Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.</p> <p>p= probabilidad de éxito. En este caso fue del 5%</p> <p>q= probabilidad de no éxito</p> <p>e= error +/- 5%</p>	

	PROVINCIA DEL CARCHI $m = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$ m $= \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 27.147}{0.05^2(27.147 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$ m= 382	PROVINCIA DE IMBABURA $m = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$ m $= \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 152}{0.05^2(152129 - 1) + 1.96^2}$ m=383
TIPO DE PRODUCTOS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Artesanías tejidas a mano ➤ Artesanías en madera ➤ Artesanías en arcilla 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Artesanías tejidas a mano ➤ Artesanías en madera ➤ Bordados
<p>Para el estudio de la oferta nosotros consideramos necesario tomar en cuenta la población total de cada provincia para posteriormente desagregar por sector o área de ocupación puesto que el estudio está orientado al sector artesanal y no todos los habitantes se dedican a la misma actividad.</p> <p>Cabe resaltar que existente suficiente información propuesta por organismos certificados como en el Instituto Nacional de Estadísticas (INEC) que garantiza el cumplimiento de los objetivos de campo propuestos en el presente estudio</p>		
<p>Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010 Elaborado por: Las Autoras del Proyecto</p>		

Tabla N° 3

Población y Muestra de la Demanda

DEMANDANTES			
País y Población	CANADÁ 34.300.083	FRANCIA 65.630.692	ITALIA 61.261.254
Ciudad y Población	TORONTO 2.615.060	PARIS 11.837.000	TURÍN 908.825
<p><u>CIUDAD: TORONTO</u></p> <p>Según estudios realizados por la USAID manifiesta que en Canadá-Toronto existen grandes oportunidades de negocio para el sector artesanal.</p> <p>Es por ello que para nuestro estudio seleccionamos Toronto puesto que es la ciudad más grande de Canadá en el cual se centra la actividad comercial, financiera e industrial donde se encuentran las principales empresas, razón por la cual es fundamental que las empresas ecuatorianas del sector artesanal busquen introducir sus artículos a este mercado.</p> <p>Poder adquisitivo</p> <p>Canadá es un país con un elevado Producto Interno Bruto, cuenta con una población con alto poder adquisitivo, su economía crece de manera sostenida, por lo que debe ser visto como un país con gran potencial para convertirse en un importante socio comercial del Ecuador. (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, 2012, p. 55)</p>			
<p><u>CIUDAD: PARIS</u></p> <p>También consideramos París puesto que es la ciudad más grande y la capital de Francia en donde la principal actividad es el comercio por lo que visitada por muchos turistas tanto del sector como países de la Unión Europea.</p> <p>Poder Adquisitivo</p> <p>Tienen un poder adquisitivo elevado y una tendencia al crecimiento moderado, pero por lo regular Francia es uno de los países donde comprar equivale a placer. Francia se caracteriza por un consumo elevado de productos de ocio, de cultura y regalos. El consumidor francés es impulsivo y compra frecuentemente. (International Innovative Trading Platform, 2010, p. 1)</p>			

CIUDAD: TURÍN

Asimismo para el estudio consideraremos Turín puesto que es una ciudad donde se centra la actividad cultural y de negocios.

Poder adquisitivo

“Turín es la ciudad número 78 en la lista de las más ricas del mundo por su poder adquisitivo”. (Travessía, 2012, parr. 21)

Segmento de	TORONTO	PARIS	TURÍN
Mercado	(41.8%)	(39.2%)	(43.3%)
Edades entre 25-54	1.093.095	4.640.104	393.521
Años			

Para la segmentación del mercado meta se tomará en cuenta las edades comprendidas entre 25 – 54 años esto debido a que la mayoría de estas personas tienen un empleo y poder adquisitivo elevado.

Mercado meta	Capacidad máxima de producción
---------------------	--------------------------------

En la mayoría de las investigaciones es difícil captar la información de toda la población que se desea investigar, por lo que fue conveniente tomar la información solo de una parte de este Universo.

Debido a las Restricciones (Costos) y considerando que la información Secundaria existente es pertinente para tomar decisiones, es por ello que no se hará uso de la muestra.

Fuente: Central Intelligence Agency

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla N° 4

Operacionalización de Variables

Idea a Defender	Variables	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Responsables
El estudio de factibilidad permitirá establecer las estrategias de comercialización de artesanías producidas en Imbabura y Carchi, para atender parte de la demanda existente en Canadá, Francia e Italia.	La demanda existente de artesanías en Canadá, Francia e Italia	Demanda	Principales Mercados Factores socio demográficos Volumen de demandada Poder Adquisitivo	¿Cuáles son los principales mercados de artesanías Ecuatorianas? ¿Cómo está constituida la población de Canadá Francia e Italia? ¿Qué cantidad de demanda de artesanías existe en Canadá, Francia e Italia? ¿Cuál es el poder adquisitivo de Canadá, Francia e Italia?	Análisis Linkografico	Los investigadores
		Oferta	Situación actual de la oferta Oferta exportable Productos Características de los productos Capital de inversión Asociatividad	¿Cuál es la situación actual del país ofertante de artesanías? ¿Existe oferta exportable? ¿Qué tipo de artesanía produce o comercializa? ¿Cuáles son las características que tienen sus productos? ¿Para iniciar con la producción/comercialización el capital fue? ¿Usted recibe ayudas de financiamiento para la producción/comercialización? ¿Usted como productor/comercializa-	Encuesta/ Observación Directa	Productores/Comercializadores

				<p>dor de artesanías pertenece alguna asociación o gremio?</p> <p>¿La inversión en la producción/comercialización de artesanías cada mes es:</p> <p>¿Cuánto de sus ingresos destina mensualmente para la compra de materiales e insumos para trabajar las artesanías?</p> <p>Incluido usted, ¿cuántos miembros de su familia producen/ comercializan trabajos artesanales?</p> <p>¿Con el dinero de sus ventas, considera que es suficiente para satisfacer sus necesidades básicas?</p> <p>¿El volumen de ventas mensuales es?</p> <p>¿Las artesanías que usted produce/comercializa las expende en: Mercado local Mercado Nacional Mercado Internacional</p> <p>¿Los artículos los comercializa?</p> <p>¿Cómo realiza la venta de artesanías?</p> <p>¿Considera usted que las artesanías que usted produce/comercializa poseen</p>	
			Producción		
			Cantidad de compra materia prima		
			Mano de obra		
			Utilidad		
			Volumen de Ventas		
			Forma de comercialización		
			Calidad		

			Proceso de producción	características de exportación? ¿Cuál es el proceso de producción de la las artesanías (tejidos a mano y madera)?		
--	--	--	-----------------------	--	--	--

Idea a Defender	Variable	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Responsables
El estudio de factibilidad permitirá establecer las estrategias de comercialización de artesanías producidas en Imbabura y Carchi, para atender parte de la demanda existente en Canadá, Francia e Italia.	Estrategias de comercialización de artesanías producidas en Carchi e Imbabura	Comercio Exterior Comercialización	Acuerdos Comerciales Barreras arancelarias Barreras arancelarias no Requisitos para la importación Canales de Distribución Logística Plan de Marketing Medios de pago	¿Qué tipos de acuerdos tiene Ecuador con Canadá, Francia e Italia? ¿Existen barreras arancelarias para la importación de artesanías? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de artesanías? ¿Qué requisitos hay que cumplir para las importaciones en artesanías? ¿Cuál es el canal de distribución más adecuado? ¿Cuál es el proceso logístico a seguir en la comercialización? ¿Qué estrategias de marketing se aplican para introducir este producto en Canadá, Francia e Italia? ¿Cuáles son los medios de Pago más seguros	Análisis Linkografico	Los investigadores

			Incoterms	para realizar un exportación? ¿Cuál es el Incoterms más utilizado en una negociación comercial?		
	Estudio de Factibilidad	Demanda	Identificación de la Demanda	S/P	Matriz y análisis de indicadores financieros	
		Oferta	Identificación de la Oferta	S/P		
		Estrategias de Comercialización	Identificación de las Estrategias	S/P		

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recopilación de información de la oferta aplicamos una encuesta y entrevista las mismas que tienen como finalidad conocer aspectos importantes del sector artesanal tanto de la Provincia del Carchi como de la Provincia de Imbabura.

3.5.1. Plan de Recolección de Información en las Provincias de Carchi e Imbabura

Tabla N° 5
Plan de Recolección de la Información

ACTIVIDAD	ACTORES	DURACIÓN	LUGAR DE APLICACIÓN
1.- Elaboración y aprobación de la técnica de recolección de información (encuesta y entrevista)	Asesor del proyecto. Autores del proyecto.	1-3 Días	UPEC / Tulcán
2.- Visita al Gobierno Provincial del Carchi e Imbabura, para identificar el cantón de mayor producción de artesanías	Asesor del Proyecto Autores del Proyecto	1-5 Días	Gobierno Provincial de Carchi e Imbabura
3.- Visita al Gobierno Autónomo Descentralizado para identificar personas, grupos, asociaciones entre otros. Involucrados con el sector artesanal	Asesor del Proyecto Autores del Proyecto	1-10 Días	Provincia del Carchi GAD Tulcán GAD Montufar GAD Mira Provincia de Imbabura GAD Ibarra GAD Otavalo

4.- Aplicación de la técnica de recolección de información primaria.	Asesor del Proyecto. Autores del proyecto.	1-30 Días	Provincia del Carchi Cantón Tulcán Cantón Montufar Cantón Mira Provincia de Imbabura Cantón Ibarra Cantón Otavalo
5.- Procesamiento y análisis de la información	Asesor del Proyecto. Autores del proyecto.	1-30 Días	UPEC / Tulcán
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el procesamiento de la información primaria, se utilizó un software informático y estadístico (Excel, SPSS) determinando resultados y datos más acertados que se ajusten al requerimiento del estudio propuesto.

3.6.1 Análisis de Resultados

“El propósito del análisis es aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que le permiten al investigador obtener el conocimiento que estaba buscando, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos.” (Hurtado, 2000,p. 181).

Es por ello que para la presente investigación para el análisis e interpretación de la información se procederá a la aplicación de la técnica (encuesta y entrevista) a los productores y comercializadores de artesanías de la provincia de Carchi e Imbabura con el propósito de determinar la oferta exportable y la demanda existente en Canadá, Francia e Italia.

3.6.2. Interpretación de Datos

Después de haber obtenido los datos producto de la aplicación de los instrumentos de investigación, se procede a codificarlos tabularlos y utilizar la informática a efectos de su interpretación, los cuales permiten la elaboración y presentación de tablas y graficas estadísticas, las mismas reflejan la situación real del fenómeno o tema investigado, que servirá como base para la elaboración de la propuesta

3.7. DIAGNÓSTICO

3.7.1. Análisis Situacional Externo

3.7.1.1. Análisis del Macro Entorno Canadá, Francia e Italia

3.7.1.1.1 Entorno Socio Económico

Tabla N° 6
Indicadores Básicos de Canadá

CAPITAL	OTTAWA
Principales Ciudades	Edmonton, Calgary, y Winnipeg.
Población (2012)	34,300,083
Crecimiento poblacional (2012)	0,78 %
PIB (2011)	1.74 billones* de dólares americanos
Composición del PIB por sector (2011)	Agricultura 1.9 % Industria 27.1 % Servicios 71.0 %
Tasa de Inflación Anual (2011)	2.9 %
Moneda	Dólar Canadiense
Tipo de Cambio	1 CAD= 0.9785 USD, 1USD=1.0220 CAD
Idioma	Inglés y el Francés
Situación Geográfica	Norte: Océano Ártico. Sur: Los Estados Unidos. Este: Océano Atlántico Oeste: Alaska y el Océano Pacífico.
Clima	Canadá se encuentra en una zona norte y muy fría. Como consecuencia, las condiciones climáticas generales son extremadamente frías en las regiones nortes y temperaturas un poco más moderadas en la zona sur.
Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR. Elaborado por: Los Autores del Proyecto	

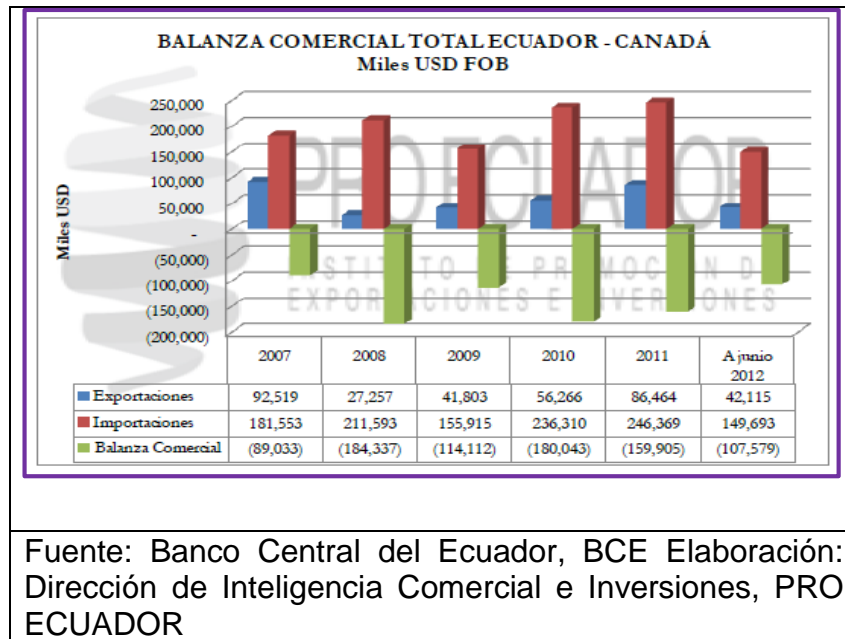
Canadá es un país con más de 34 millones de habitantes localizado en Norteamérica y es el segundo país más grande del mundo. Su capital es Ottawa, aunque la ciudad más poblada es Toronto. Las principales ciudades canadienses son: Toronto, Montreal, Vancouver, Calgary. Además Canadá es uno de los países más industrializados, puesto que se han realizado grandes cambios y transformaciones en los últimos 20 años para atraer inversión extranjera. Hoy en día es uno de los países más multiculturales y multirraciales del mundo, con más de 200 etnias y más de 100 nacionalidades. Su moneda es el dólar canadiense. Su forma de Gobierno una monarquía parlamentaria. Los idiomas oficiales son el inglés y el francés.

También es uno de los países con mayor calidad de vida, una nación rica en recursos energéticos y naturales con una avanzada industria y tecnología. Asimismo Canadá siempre ha mantenido una buena relación comercial con Estados Unidos.

Como se puede observar la composición de PIB por sectores, la tasa más elevada es la de servicios esto debido a que Canadá es una nación rica en recursos energéticos y naturales, mientras que el porcentaje restante corresponde a la industria y agricultura.

Además cabe señalar el crecimiento poblacional se ve influenciado por la población de cada país en este caso Canadá es un país con menor población en comparación con Francia e Italia por lo cual la tasa de crecimiento poblacional es mayor esto debido a que existen planes o programas gubernamentales orientados a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Balanza Comercial Total Ecuador - Canadá



Análisis

La balanza comercial de Ecuador con Canadá es un indicador económico que representa gran parte en la balanza de pagos en el país.

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador el intercambio entre ambos países ascendió siendo favorable para Canadá. Esto debido a que las exportaciones son mayores a las importaciones que realiza este país.

Ecuador a pesar de que sus exportaciones son reducidas, el sector artesanal ha contribuido un porcentaje no tan representativo en la Balanza Comercial pero si aportado significativamente en la economía artesanal, permitiendo mejorar los niveles de vida de la población.

Tabla N° 7
Indicadores Básicos de Francia

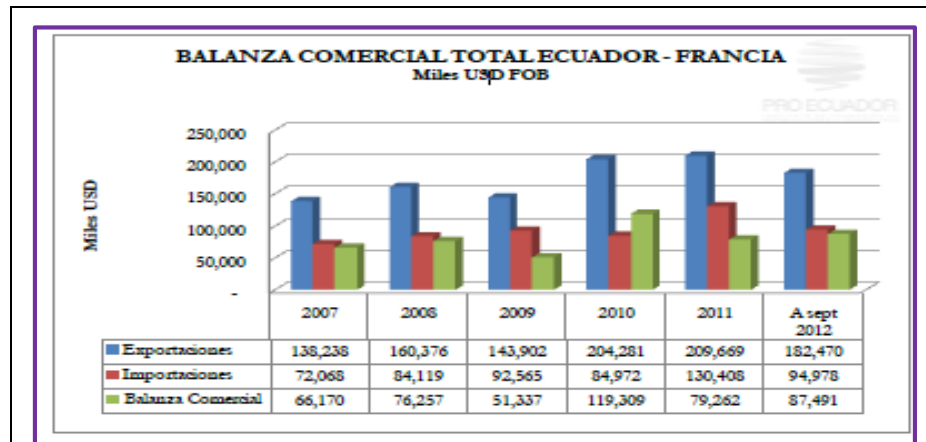
CAPITAL	PARÍS
Principales Ciudades	Marsella, Lyon, Toulouse
Población (2012)	65,630,692
Crecimiento poblacional (2012)	0.50 %
PIB (2011)	2.78 billones* de dólares americanos.
Composición del PIB por sector (2011)	Agricultura 1.8 % Industria 18.7% Servicios 79.5 %
Inflación anual (2011)	2.3 %
Moneda	Euro (EUR)
Tasa de Cambio (2011)	0.72 EUR por USD
Idioma Oficial	Francés
Situación Geográfica	Norte: Limita con el Canal de la Mancha, el Mar del Norte y Bélgica. Sur: Con el mar mediterráneo, así como también con el principado de Mónaco, y con Italia. Este: Los límites los comparte con Luxemburgo, Alemania y Suiza Oeste: La frontera natural es el océano Atlántico Sudeste: con España, así como también con Andorra y con el mar Cantábrico
Clima	Generalmente presenta inviernos fríos y veranos cálidos, pero goza de inviernos templados y veranos calientes a lo largo del Mediterráneo; ocasionalmente presenta un viento fuerte, frío y seco.
Fuente: Ficha Técnica País elaborada por Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR Elaborado por: Los Autores del Proyecto	

Francia oficialmente República Francesa, es un país soberano miembro de la Unión Europea, su capital es París, es un país con mayor superficie de Europa, cuenta con una población más de 65 millones de habitantes. Su idioma oficial el francés. Las principales ciudades de Francia son: Lyon, Marsella, Lille, Nantes, Bordeaux, Rennes y Toulouse. Sus orígenes étnicos es la mezcla de pueblos celtas y latinos con minorías magrebíes, africanas y asiáticas. Además posee una economía industrial avanzada y un sector agrario eficiente. Las actividades principales son las industrias automovilísticas, aeroespaciales, químicas, farmacéuticas y electrónicas, las tecnologías de la información y la moda.

Francia es la quinta economía más grande del mundo, es por ello que en la composición de PIB por sectores, la tasa más elevada es la de servicios esto debido a que la principal actividad en Francia es la electrónica, las tecnologías de la información y la moda, correspondiente a un 79.5% mientras que el porcentaje restante corresponde a la industria y agricultura.

Además cabe señalar el crecimiento poblacional se ve influenciado por la población de cada país en este caso Francia es un país con mayor población en comparación con Canadá e Italia y su tasa de crecimiento poblacional sea menor equivale a 0.5% logrando así que sea una nación moderna y desarrollada.

Balanza comercial Total Ecuador - Francia



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Análisis

La balanza comercial de Ecuador con Francia es un indicador económico que representa gran parte en la balanza de pagos en el país.

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador el intercambio entre ambos países ascendió siendo favorable para Francia. Esto debido a que las exportaciones son mayores a las importaciones que realiza este país.

Ecuador a pesar de que sus exportaciones son reducidas, el sector artesanal ha contribuido un porcentaje no tan representativo en la Balanza Comercial pero si aportado significativamente en la economía artesanal, permitiendo mejorar los niveles de vida de la población.

Tabla N° 8
Indicadores Básicos de Italia

Capital	Roma
Principales Ciudades	Trieste, Verona, Milán, Turín, Génova, Palermo, Venecia, Florencia, Bari, Taranto, Livorno, Nápoles, Salerno
Población (2012)	61, 261,254
Crecimiento poblacional (2012)	0.38%
PIB (2011)	USD 2.16 billones*
Crecimiento PIB (2011)	0.4%
Composición del PIB por sector (2011)	Agricultura: 2% Industria: 24.7% Servicios: 73.4%
Moneda oficial	Euros
Tasa de cambio	0.7194 Euros (EUR) per US
Tasa de Inflación anual (2011)	2.9%
Moneda	Lira
Situación Geográfica	Italia es una república situada al sur de Europa. Sus fronteras son: Norte: Suiza y Austria. Noroeste: Francia. Sur: Mar Mediterráneo. Este: Eslovenia y Mar Adriático. Oeste: Mar Mediterráneo.
Clima	El clima en Italia es variado, desde un clima frío en las elevaciones de los Apeninos y los Alpes, hasta semi tropical en la costa de Liguria. Las condiciones climáticas en la península se caracterizan por variaciones regionales, resultado de las diferencias entre los sistemas montañosos y la influencia de los vientos de los mares. En las regiones bajas los inviernos son suaves y

	<p>las temperaturas se modifican por las brisas del Mediterráneo. Sin embargo, en las zonas altas las temperaturas son más frías, aún en las mismas latitudes.</p>
<p>Fuente: World Factbook, actualización diciembre, 2012 Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR Elaborado por : Los Autores por el Proyecto</p>	

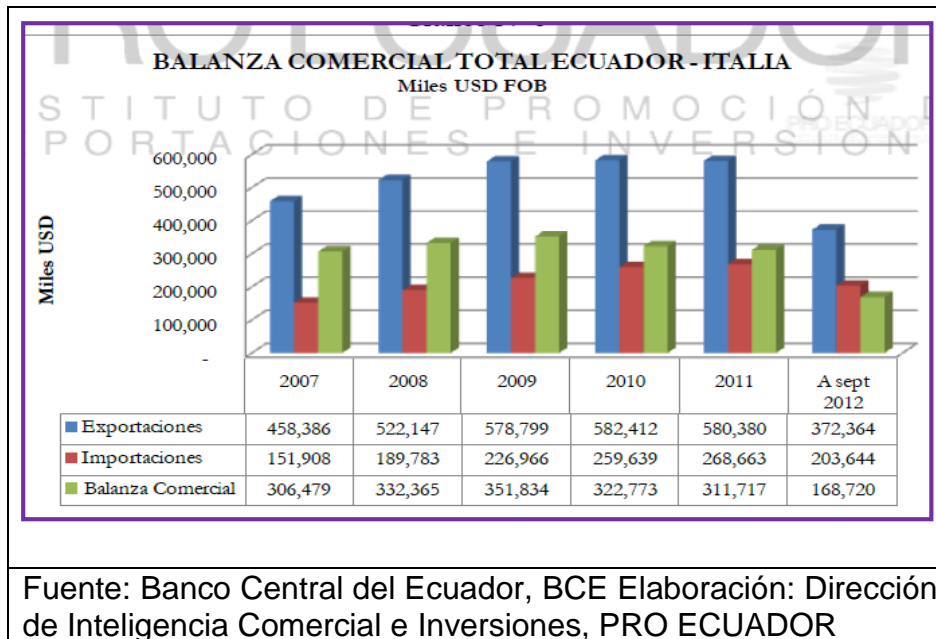
La República Italiana o Italia es un país con más de 61 millones de habitantes, se localiza en Europa del Sur y forma parte de la Unión Europea.

Además es considerada como una de las naciones más industrializadas del mundo. Su capital es Roma y sus principales ciudades son Trieste, Verona, Milán, Turín, Génova, Palermo, Venecia, Florencia, Bari, Taranto, Livorno, Nápoles, Salerno. La zona norte de Italia es donde se concentra la mayor riqueza del país e incluso los habitantes de estos sectores figuran entre los más ricos por habitante de Europa.

Los principales sectores económicos del país son el turismo, la moda, la ingeniería, los químicos, el automovilismo y la alimentación. Como se puede observar en Italia la tasa más elevada de la composición del PIB por sectores, es la de servicios y la industria siendo este el principal eje de la economía y su principal factor de desarrollo, logrando ser uno de los países más industrializados del mundo.

Además cabe señalar que el crecimiento poblacional se ve influenciado por la población de cada país en este caso Italia es un país con elevado número de habitantes por lo cual la tasa de crecimiento poblacional es reducido.

Balanza comercial Total Ecuador - Italia



Análisis

La balanza comercial de Ecuador con Italia es un indicador económico que representa gran parte en la balanza de pagos en el país.

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador el intercambio entre ambos países ascendió siendo favorable para Italia. Esto debido a que las exportaciones son mayores a las importaciones que realiza este país.

Ecuador a pesar de que sus exportaciones son reducidas, el sector artesanal ha contribuido un porcentaje no tan representativo en la Balanza Comercial pero si aportado significativamente en la economía artesanal, permitiendo mejorar los niveles de vida de la población.

3.7.1.1.1.2. Entorno Político

Política Comercial frente a las Importaciones

Sistema Generalizado de Preferencia (Plus)

Según el Estudio realizado por la Unión Europea manifiesta que:

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) europeo concede desde 1971, preferencias arancelarias a los países en desarrollo. El último reglamento del régimen especial del SGP que fue aprobado en el 2001 venció en el 2005, y se reemplazó por otro que extendió las preferencias hasta el 2008 bajo el nombre de Régimen Especial de Estímulo del Desarrollo Sostenible y la Gobernanza (SGPE), conocido como SGP+ o SPG PLUS

Los países en vías de desarrollo se benefician de Sistema Generalizado de Preferencias (Plus), debido a que el bloque europeo (Francia e Italia), es uno de los mercados potenciales en el Ecuador a través de sus exportaciones ha ampliado y ha evolucionado en el tiempo su actividad económica y financiera. Esto ha permitido a que productos ecuatorianos ingresen a este mercado con un arancel de 0% beneficiando al exportador nacional, lo que les permite competir frente a otros productos de diferente procedencia.

También Canadá es uno de los países otorgantes de SGP (Plus) por lo que es un país desarrollado y Ecuador es un país beneficiado por lo que es un país en desarrollo. El Ecuador como país en desarrollo tiene la opción de exportar al Canadá con tarifa 0%.

En el caso de ingreso de artesanías procedentes de Ecuador, estas tienen que cumplir con las normas de origen las cuáles son los instrumentos jurídicos para determinar el lugar de fabricación u obtención de los productos a los cuales les serán aplicables las preferencias arancelarias. Así, los productos originarios de los países beneficiarios del sistema de preferencias generalizadas de la UE pueden acogerse a tarifas preferenciales presentando un certificado de origen Forma A. Al cumplir con esta regla, la aduana europea de ingreso podrá aplicar al arancel del 0%, beneficio otorgado a Guatemala por el SGP+. Caso contrario el importador tendría que pagar el arancel de Nación más Favorecida.

Ecuador siendo uno de los países beneficiados del SGP (Plus) debe cumplir con el certificado de origen como los países otorgantes lo exigen en este caso Canadá, Francia e Italia para que de esta manera no pagar arancel, y exportar con tarifa 0%.

3.7.1.1.1.3. Entorno Tecnológico

CANADÁ

Según Statistics Canadá 2010 reveló los datos sobre el uso de internet que el 80% de los canadienses utilizan internet.

En total, el 76% de los habitantes del país utilizaron internet al menos una vez al día durante el año 2010.

FRANCIA

Según estadísticas sobre la sociedad de la información (Eurostat) en el año 2010 manifiesta que el 65% de la población de Francia tiene acceso a internet.

ITALIA

Según el Instituto Nacional de Estadísticas mediante un boletín informativo en el 2012 acerca del uso de internet el 61% de los hogares tienen acceso a internet de los cuales el 52% dispone de conexión a Internet mediante banda ancha. Mientras que el porcentaje restante no tiene ningún acceso a internet

3.7.2. Análisis Situacional Interno

3.7.2.1. Análisis del Macro Entorno Ecuador

3.7.2.2. Entorno Socio Económico

Tabla N° 9
Indicadores Básicos de Ecuador

REPÚBLICA DE ECUADOR		
INFORMACIÓN GENERAL	Nombre oficial	República del Ecuador
	Capital	Quito
	Superficie	256,370 km ²
	Tipo de gobierno	República Democrática
	Presidente	Rafael Correa
	Vice-presidente	Lenin Moreno
DEMOGRAFÍA	Población (2012)	14.483.499 habitantes
	Crecimiento poblacional(año 2010)	1.52%
ECONOMÍA	Tasa de inflación (año 2010)	3.33%
	Moneda Oficial	Dólares de los Estados Unidos de América
ARTESANÍA EN EL ECUADOR.	<p>Las artesanías de Ecuador son admiradas por turistas nacionales como también turistas internacionales, artículos que son muy apetecidos por sus diseños y su calidad, combinando la creatividad indígena y la herencia ancestral. “Las artesanías son las manifestaciones artísticas o lenguajes populares de las etnias indígenas en Ecuador.” Dentro de este arte hay artesanías como tejidos, cerámica, artículos de madera y otras aplicaciones que en el Ecuador se puede encontrar, y son apreciadas en todas las regiones del país.</p>	
<p>Fuentes: Banco Central del Ecuador/BCE, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos/INEC. Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones /PRO ECUADOR Elaborado por: Los Autores del Proyecto</p>		

Ecuador es un país con más de 14 millones de habitantes se localiza en América del Sur, limitando al norte con Colombia al sur y este con Perú y oeste con Océano Pacífico. Su capital es Quito aunque la ciudad más poblada es Guayaquil. Las principales ciudades de este país son Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato.

El idioma oficial es el español y quechua, su moneda es el dólar EEUU el cual entro en circulación en el año 2000 cuando el gobernante de la nación era Jamil Magua.

Cabe resaltar que en Ecuador en la última década se han dado grandes cambios en la política económica, fiscal y tributaria, por lo que han generado grandes oportunidades de desarrollo económico, social y político para sus habitantes tanto en el sector productivo como en el sector empresarial.

También es un país con diversidad de etnias y culturas acentuadas en las diferentes provincias. Principal actividad es la Agricultura debido a que es un estado con diversidad de climas aptos para la realización de dicha actividad.

3.7.3. Cadena de Valor

3.7.3.1. Producción

En esta fase los habitantes de la provincia del Carchi e Imbabura dedicados a la producción de las artesanías transforman la materia prima, aplican conocimientos, capacidad, procesos, prototipos, etc., para posteriormente obtener productos con sus respectivos diseños, colores, tallas de excelente calidad dependiendo de los pedidos de los clientes y finalmente para la comercialización tanto en el mercado nacional como internacional.

Asociaciones dedicadas a la producción de artesanías en las provincias de Carchi e Imbabura

- Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (UNAIMCO)
- Asociación Bordadoras de “ Zuleta ”

- Asociación Raymi de San Antonio de Ibarra
- Asociación de productores Directos de San Antonio de Ibarra
- Asociación de artesanos de madera de San Antonio de Ibarra

3.7.3.2. Promoción y Fomento

Actualmente los artesanos de la provincia de Carchi e Imbabura, para comercializar las artesanías cuentan con locales propios debido a que la mayor parte de la población de este sector se dedica a esta actividad.

Otra forma de comercialización de las artesanías es mediante la realización de ferias por parte de las asociaciones del sector artesanal la misma que son visitados por turistas de diferentes países del mundo.

3.7.3.3. Comercialización

En el proceso de distribución y comercialización de las artesanías se constituye un grupo de personas relacionadas entre sí las mismas que hacen que los productos y servicios lleguen al consumidor final. Para ello es necesario considerar lo siguiente:

“Características del mercado: Número y distribución de compradores, cantidad de compra, frecuencia de compra, plazo de entrega, valor unitario, ciclo de vida de un producto

Características de la empresa: Recursos financieros, cobertura, prestigio, etc”.



(Caparros, 2012, p.8)

Aspectos que servirán para que las personas involucradas en la negociación comercial tomen la decisión más óptima

3.7.3.4. Empaque y Embalaje de las Artesanías

Tabla N° 10



Empaque y Embalaje Artesanías de Madera

DESCRIPCIÓN	APLICA	NO APLICA
Plástico de burbujas 	X	
Cajas de cartón 	X	
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

El empaque y embalaje para la exportación de las artesanías de madera generalmente son plástico de burbujas y la caja de cartón el cual sirve para proteger al producto de raspones, humedad, roturas durante el transporte y distribución física, desde la fábrica hasta el consumidor final.

Cabe resaltar que para la elección del adecuado empaque y embalaje se debe considerar la dimensión, fragilidad, volumen, etc.

Tabla N° 11
Empaque y Embalaje Artesanías de Tejidos

DESCRIPCIÓN	APLICA	NO APLICA
Fundas plásticas 	X	
Cajas de cartón 	X	
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

El empaque y embalaje para la exportación de las artesanías tejidas a mano generalmente se emplea las fundas plásticas y las cajas de cartón el cual sirve para proteger al producto del polvo, humedad, contaminaciones, etc. Durante el transporte y distribución física, desde la fábrica hasta el consumidor final. Cabe resaltar que para la elección del adecuado empaque y embalaje se debe considerar la dimensión, volumen, etc.

3.7.3.5. Gastos de Exportación de Artesanías en Madera y Tejidos a Mano

Tabla N°12
Gastos de Exportación Artesanías en Madera

DESCRIPCIÓN	APLICA	NO APLICA
Documentos <ul style="list-style-type: none">• Factura comercial• Lista de empaque• Manifiesto de Carga		X
Certificado de origen		X
Permiso de patrimonio		X
Tramite agente de aduana origen		X
Flete interno		X
Cargue y descargue mercadería		X
Flete internacional		X
Nacionalización País Destino		X
Tramite agente de aduana		X
Flete interno país destino		X
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

En el proceso de la exportación específicamente de las artesanías elaboradas en madera se debe considerar los rubros antes mencionados ya sea que estos que estén a cargo del exportador o importado todo depende del Incoterm empleado en la negociación. Cabe resaltar que en la actualidad los artesanos de la provincia de Carchi e Imbabura no están exportando por lo que no incurrir en estos gastos.

Tabla N° 13
Gastos de Exportación Artesanías Tejidas a Mano

DESCRIPCIÓN	APLICA	NO APLICA
Documentos <ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial • Lista de empaque • Manifiesto de Carga 		X
Certificado de origen		X
Tramite agente de aduana origen		X
Flete interno		X
Cargue y descargue mercadería		X
Flete internacional		X
Nacionalización País Destino		X
Tramite agente de aduana		X
Flete interno país destino		X
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Actualmente los artesanos de la provincia del Carchi e Imbabura no realizan exportaciones por lo que incurren en gastos de exportación. Pero para la exportación de las artesanías tejidas a mano se debe considera los gastos antes mencionados ya sea que estén a cargo del importador o exportador.

3.8. ESTUDIO DE MERCADO

3.8.1. Análisis de la Demanda

3.8.1.1. Factores Socio - Demográficos Canadá, Francia e Italia

CANADÁ

Población, etnias, densidad demográfica y tasa de crecimiento

Según el último Censo Nacional de Canadá, la población en Canadá en el 2006 fue de 31612897 habitantes, con un 0.26% de crecimiento con respecto a enero del mismo año. Este crecimiento se debe a dos factores el crecimiento natural de la población y el aumento del número de inmigrantes (Jara, 2010, p. 2).

Tabla N°14
Población y Tasa de Crecimiento de Canadá

POBLACIÓN		
AÑO	NÚMERO DE HABITANTES	CRECIMIENTO (%)
2010	34019000	0.83
2009	33739859	1.24
2008	33327337	1.20
2007	32931956	1.09
2006	32576074	

Fuente: Statistics Canadá.
Elaboración: Oficina comercial en Canadá

Canadá es un país multicultural, las raíces ancestrales de la población canadiense vienen de alrededor de todo el mundo. El último censo de población realizado en el 2006 identificó más de 200 orígenes étnicos de la población. Por grupos étnicos del total de los habitantes, un 3.8% corresponde a la población aborigen, contabilizando indios norteamericanos, Métis e Inuits. Solamente uno de cada tres canadienses reportaron como "canadienses" su origen ancestral como único o en conjunción con otros orígenes. Los orígenes étnicos más reportados fueron de Inglaterra, Francia, Escocia, Irlanda, Alemania, Italia, China, Indio Norteamérica, Ucrania y Holanda (parr. 3).

El ritmo de incremento demográfico ha experimentado una ralentización considerable en el transcurso de la última década del siglo XX, entre 2006-2009 se registró una tasa de crecimiento de 3.57%, en el año 2009, la tasa de crecimiento respecto al año anterior fue de 1.23% (parr. 4).

La población canadiense de minorías visible ha crecido a una tasa mayor (27%) que el total de la población en general 5% entre los años 2001 y 2006. Esto se debe principalmente a la inmigración proveniente de Asia, África,

Caribe, centro y Sudamérica y el Oriente Medio. En el año 2006, el 70% de la población de una minoritaria visible nació fuera de Canadá. En el año 2008, Canadá aceptó a 247200 inmigrantes, representando un 0.8% de la población (parr. 5).

Tomando en cuenta la superficie del país, la densidad demográfica es muy baja, de 3.74 habitantes por kilómetro cuadrado. Aproximadamente el 89% del territorio canadiense permanece deshabitado. La distribución de la población está altamente concentrada, dos de cada tres canadienses viven en el estrecho corredor a lo largo de la frontera con Estados Unidos. (p. 3)

Población urbana y las principales ciudades

Como se muestra en el siguientes cuadros, las provincias más pobladas son Ontario, Quebec, y British Columbia, las que conjuntamente representan el 75.2% de la población mientras que las vastas extensiones polares de los territorios de Noroeste, Yukón y Nunavut, que sumadas representan el 40% de la superficie continental de Canadá, tan solo representan el 0.33% en términos de población. Las ciudades más pobladas son Toronto, Montreal y Vancouver que abarcan el 35% de la población total y donde se centra el comercio y la industria del país. (parr. 2)

Tabla N°15
Población Urbana y las Principales Ciudades de Canadá

POBLACIÓN DE CANADÁ AGRUPADA POR AÑO, PROVINCIA Y TERRITORIO					
MILES DE PERSONAS					
	2006	2007	2008	2009	2010
Canadá	32576.10	32929.70	33316.00	33720.20	34108.80
Ontario	12665.30	12792.90	12932.30	13064.90	13210.70
Quebec	7631.60	7687.40	7751.30	7828.40	7907.40
British Columbia	4243.60	4309.60	4383.90	4460.30	4531.00

Fuente: estadísticas Canadá, CANSIM
Elaboración: Inteligencia comercial DPEI

POBLACIÓN DE CANADÁ AGRUPADA POR ÁREAS METROPOLITANAS (CENSO 2006)			
MILES DE PERSONAS			
	2007	2008	2009
Toronto	5432.60	5530.60	5623.50
Montreal	3721.40	3765.10	3814.70
Vancouver	2231.30	2279.30	2328.00
Calgary	1156.80	1191.80	1230.20

Fuente: Statistics Canadá, CANSIM
Elaboración: Inteligencia comercial DPEI

Distribución de la población por edades y sexo

“En el 2010 los hombres alcanzan el 49.6% de la población total, mientras que las mujeres el 50.4% a continuación se indica la distribución por edades y sexo de la población canadiense”. (parr. 3)

TablaN°16
Distribución de la Población por Edad y Sexo de Canadá

POBLACIÓN POR SEXO Y EDADES 2010			
GRUPO DE EDADES	CANADÁ	HOMBRES	MUJERES
	MILES DE PERSONAS		
Total	34108.80	16917.30	17191.50
0-14 años	5616.70	2883.90	2732.80
15-64 años	23672.50	11895.40	11777.10
65 -90 años	4601.60	2078.60	2522.70
Más de 90	218.1	59.4	158.50

Fuente: statistics Canadá, CANSIM
Elaboración por: Inteligencia comercial DPEI

FRANCIA

En el año 2009, se ha registrado en Francia una fecundidad de 1.99 niños por mujer, en ligero descenso con respecto de 2008 cuando se había alcanzado la cifra record de 2.01 por mujer un dato no alcanzado desde 1975. Durante este mismo año, se registraron 821000 nacimientos, es decir 7500 nacimiento menos que en el 2008. A pesar de estos datos, los datos de fecundidad para 2009 siguen en un nivel mucho más elevado que hace 10 años y Francia sigue junto con Irlanda y el Reino Unido en la cabeza de los países europeos en términos de fecundidad. La esperanza de vida de los varones es de 77.8 años, similar a la media europea, y la de las mujeres de 84.5 años, superior a la media europea de 81.4 años (Escudero, 2010, p. 5).

Población, etnias, densidad demográfica tasa de crecimiento

La población de Francia metropolitana y de los departamentos de ultramar es a 1 de enero del 2010 de 64667000 habitantes (celtas y latinos mezclados con tectónicos, esclavos norte africanos, indochinos, chinos y amerindios. La tasa de migración es de 1.52 emigrantes /1000 habitantes. la densidad poblacional es de 1.12 hab/ km2 en la Francia metropolitana inferior a la media de la UE. Que es de 120 hab/ km2. El numero de fallecidos en 2009 fue de 546000 (p.6)

La tasa de crecimiento de la población para el 2009 se estima en el 0.5%, un dato ligeramente inferior al de los años anteriores (+0.7% en 2006y+0.6% en

2007 y 2008) En el curso del año 2009 la población francesa aumentó en 346000 personas. Durante este año se registraron 821000 nacimientos y 546000 fallecidos.(parr. 2)

Población urbana y las principales ciudades

“Según los últimos datos, París capital cuenta con 2193030 habitantes, Marsella tiene 852395 seguida de Lyon, con 472330 habitantes. Las demás ciudades importantes son Toulouse (439453), Niza (348721 habitantes), Nantes (283025 habitantes), Estrasburgo (272123 habitantes), Montpellier (253712 habitantes)” (parr. 3)

Distribución de la población por edades y sexo

En 2010, la estructura poblacional se reparte de la siguiente manera: el 24.7% de la población se encuentra en el intervalo de 0-20 años (15942900 personas); 58.7% tiene entre 20 y 64 años (37692600 personas) y el 16.6% restante tiene 65 años o más (10761900 personas). Según el Central Intelligence Unit, en el 2010 se estimó que en Francia existen 32923972 mujeres y 31496101 hombres. (parr. 5)

ITALIA

Población, etnias, densidad demográfica

La población a Julio 2010 es 59983,2053 (Julio 2010 est.), dividida en las siguientes nacionalidades: Europeos: 97.6% (Italianos 95.5% + otros europeos 2.1%, Africanos: 1.1% (mayoría de marroquíes), Asiáticos: 0.7% (mayoría de chinos), Americanos: 0.4% (mayoría de ecuatorianos), Otros: 0.2%. (Cárdenas, 2010, p. 4)

Etnias

“Incluye pequeños grupos de alemanes, franceses, italianos y eslovenos, en el norte y albanesa italianos y griegos-los italianos en el sur” (parr.6)

Población urbana y las principales ciudades

“Las ciudades más importantes de Italia son Roma, Milán y Nápoles. Otras ciudades importantes son Turín, Palermo, Génova, Bolonia, Florencia etc.”(parr. 7)

Tabla N° 17

Población Urbana y las Principales Ciudades de Italia

POBLACIÓN PRINCIPALES CIUDADES DE ITALIA	
Roma	2473972
Milán	1326571
Nápoles	952980
Turín	859605
Palermo	644175
Génova	581777
Florenca	378957
Bolonia	371437
Bari	303515
Fuente: World Gazetteer (Population Statistic) Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial/DPE	

Distribución de la población por edades y sexos

“A continuación una tabla que muestra la distribución de la población por edad y género, la información es estimada al 2010” (p. 5)

Tabla N° 18

POBLACIÓN POR EDADES Y POR SEXO			
EDADES	HOMBRES	MUJERES	PARTICIPACIÓN TOTAL
0-14 años	4056156	3814070	13.50%
15-64 años	19530696	18981084	66.30%
65 años en adelante	16901232	22571696	20.20%
Fuente: The World Fact book 2010. The Central Intelligence Agency Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, DPE			

3.8.1.2. Tendencias de Consumo Canadá, Francia e Italia

CANADÁ

El mercado canadiense de bienes y servicios evoluciona continuamente a medida que los clientes son más exigentes en sus compras. Esta tendencia resulta su mejor oportunidad para productos especializados, mercados de nichos e incluso productos totalmente elaborados a pedido del cliente y hechos a medida de sus necesidades individuales. (Jara, 2010, p. 46)

“Los canadienses son consumidores exigentes interesados en comprar productos confiables y durables antes que artículos de mala calidad. Existe la tendencia a incorporar nuevas tecnologías en los productos como prendas de vestir, accesorios domésticos y para el entrenamiento” (...) (p. 47)

“El gran número de unidades familiares en Canadá ha realizado gastos significativos en todo un rango de bienes de consumo duradero desde automóviles y casas hasta muebles, electrodomésticos, productos electrónicos y artículos decorativos” (...) (parr. 3)

FRANCIA

La tendencia de consumo en el mercado europeo especialmente en el mercado francés según Michel Ferragu (2010) importador de productos artesanales el mercado es muy amplio, porque en Europa la mayoría posee en sus residencias un producto artesanal sin embargo dijo que la gran dificultad es que este mercado tiene un competidor muy fuerte que es el supermercado de la falsa artesanías industrial.

Además manifestó que los compradores de artesanías de Francia, buscan productos artesanales hechos a mano de buena calidad, pero esos mismos productos han sido transformados de manera semi industrial. Por otra parte los países asiáticos, donde cien o mil piezas artesanales pueden ser fabricadas de manera industrial en máximo una hora con el mismo color y con precios bajos

En Francia el precio ha sido tradicionalmente un factor decisivo en el proceso de compra de los consumidores franceses. Sin embargo, la calidad tiene cada vez más importancia para el consumidor francés, que ahora tiende a preferir los productos con sello o marca de calidad. Además, la calidad del servicio post-venta es un elemento que tiene cada vez más peso en la elección del lugar donde se va a realizar la compra. También Francia es uno de los países donde comprar equivale a placer que se caracteriza por un

consumo elevado de productos de ocio, de cultura y regalos. El consumidor francés es impulsivo y compra frecuentemente (...) (International Innovative Trading Platform, 2010, p. 1)

ITALIA

Los consumidores están buscando personalizar sus hogares renovándolos y agregándoles detalles estéticos significativos, mediante la adición de pequeños artículos decorativos. Los fabricantes, sin embargo, deben tener en cuenta que la calidad y el precio siguen siendo los principales criterios de compra, conscientes de que deberán hacer frente a una feroz competencia de precios bajos frente a fabricantes de Europa Oriental y Asia. (Innovación para el Desarrollo Sostenible, 2008, p. 27)

Según PROMOEEX el consumidor europeo pasa gran parte de su tiempo en casa, por lo tanto busca hacerla más agradable con la compra de artículos que la personalicen. Esto implica que se puede cambiar la decoración del hogar no con las piezas grandes, sino mediante los pequeños accesorios que se compran por impulso. Aparentemente se observa una tendencia de reacción contra lo tecnológico, por lo que se espera que el consumidor compense comprando artículos “naturales” para su hogar.(parr. 2)

La tendencia del mercado estadounidense y europeo, es hacia el consumo de productos artesanales con propósitos tanto ornamentales como de uso práctico, un ejemplo de esto es el crecimiento registrado en las ventas de bolsas de mano con agarrador; de prendas de vestir con textiles típicos total o parcialmente; de productos de madera y muebles especialmente para ambientes exteriores, etc. Aun cuando el mercado presenta perspectivas para algunos productos y nichos de mercado, existe una fuerte competencia, principalmente con los productos provenientes de China y de la India, que pueden venderse a precios muy bajo. Para satisfacer los requerimientos de importación de las compañías europeas, los productores deben enfocarse en la diferenciación del producto guatemalteco a través de opciones para captar sectores de mercado específicos. Demanda social (una estampa o sello certificado, etc.), Clasificación propia, Ambiental (materiales amigables con el ambiente, tintes naturales, etc.), Calidad con respecto a los productos. Las últimas características son aspectos que ayudará a incrementar el interés en las artesanías a nivel internacional y europeo pues son tendencias de mercado. Con una estrategia correcta y cuidado en el desarrollo del plan, no hay razón por la cual los cambios anteriores no puedan llevarse a cabo. (Linares, 2008, p. 3)

3.8.1.3. Volumen de demanda Canadá, Francia e Italia

TablaN°19

Importaciones del Mundo de Canadá, Francia e Italia

ARTESANÍAS	PARTIDA ARANCELARIA	PAÍSES (Miles de USD)								
		CANADA			FRANCIA			ITALIA		
		2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
ARTÍCULOS EN MADERA	Religiosos y decorativos 4420.10	10.418	10.073	12.592	34.705	34.693	26.136	17.706	16.705	15.433
ARTÍCULOS TEJIDOS A MANO	Sacos y gorras 6110.11	51.086	59.098	72.680	276.596	274.262	314.971	439.597	443.856	480.849
	Bolsos 6117.80	0	0	0	11.513	13.289	13.808	4.769	5.591	6.039
BORDADOS	Camisas y juego de comedor 5810.99	1.359	1.379	1.373	8.970	8.690	6.680	15.423	16.653	17.566
ARTESANÍAS EN ARCILLA	Jarrones y decorativos en arcilla 6913.90	13.095	14.822	15.136	69.834	67.715	58.329	81.712	85.207	85.958

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

Como se puede observar en la tabla en los países que estamos investigando existe demanda de artesanías tales como: artículos en madera, tejidos a mano, bordados y artículos en arcilla. Lo que nos indica que son productos apreciados en el mercado internacional.

3.8.1.4. Principales mercados mundiales de artesanías

TablaN°20

Principales Mercados Mundiales de Artesanías

AMÉRICA DEL NORTE	EUROPA
<ul style="list-style-type: none">• USA• Canadá• México	<ul style="list-style-type: none">• Alemania• Francia• Reino Unido• Italia• Bélgica• Países Bajos• Polonia• España• Suiza• Portugal• Dinamarca• Austria• Federación Rusa• Turquía• Suecia• Noruega
Fuente: Centro de Comercio Internacional, basados en estadísticas de COMTRADE Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

Los principales países demandantes de artesanías son los países de América del Norte entre estos esta: USA, Canadá y México en Europa se encuentra Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Bélgica, entre otros.

Es por ello que Ecuador por ser un país con producción artesanal diversa debe enfocarse a dichos mercados puesto que se generan grandes oportunidades de negocios los cuales contribuirá al desarrollo social, económico de los diferentes sectores del país.

3.8.1.5. Segmento de Mercado de Canadá, Francia e Italia

Tabla N° 21

Distribución de la Población de Canadá por Ciudad y Edad

Años	Población Canadá	Población Ciudad Toronto	Población de 25 – 54 años Toronto	Crecimiento Promedio
2007	33.390.140	2.489.760	1.040.720	0,87%
2008	33.212.700	2.511.611	1.049.853	0,83%
2009	33.487.210	2.532.632	1.058.640	0,82%
2010	33.759.740	2.553.571	1.067.393	0,80%
2011	34.030.590	2.574.165	1.076.001	0,79%
2012	34.300.080	2.594.663	1.084.569	0,78%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Tabla N° 22

Población Activa de Canadá – Toronto por Edad

Años	Población de 25 – 54 años Toronto	Población Activa	Nivel de Ingresos
2007	1.040.720	60.3%	627554,16
2008	1.049.853	61%	640410,33
2009	1.058.640	61.7%	653180,88
2010	1.067.393	62.4%	666053,23
2011	1.076.001	63.1%	678956,63
2012	1.084.569	63.8%	691955,02
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Tabla N° 23

Distribución de la Población de Francia por Ciudad y Edad

Años	Población	Población Ciudad de Paris	Población de 25 – 54 años Paris	Crecimiento Promedio
2007	63.713.930	11.458.618	4.491.778	0,59%
2008	64.057.790	11.526.625	4.518.437	0,57%
2009	64.057.790	11.592.703	4.544.340	0,55%
2010	64.768.390	11.656.816	4.569.472	0,53%
2011	65.312.250	11.718.926	4.593.819	0,50%
2012	65.630.690	11.777.815	4.616.903	0,50%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Tabla N° 24

Población Activa de Francia – Paris por Edad

Años	Población de 25 – 54 años Paris	Población Activa	Nivel ingresos
2007	4.491.778	63,7%	2861262,59
2008	4.518.437	63,7%	2878244,37
2009	4.544.340	63,7%	2894744,58
2010	4.569.472	63,7%	2910753,66
2011	4.593.819	63,7%	2926262,70
2012	4.616.903	63,7%	2940967,21
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Tabla N° 25

Distribución de la Población de Italia por Ciudad y Edad

Años	Población	Población Ciudad de Turín	Población de 25 – 54 años Turín	Crecimiento Promedio
2007	58.147.730	902.832	390.926	0,01%
2008	58.145.320	902.922	390.965	-0,02%
2009	58.126.210	902.741	390.887	-0,05%
2010	58.090.680	902.290	390.691	-0,08%
2011	61.016.800	901.569	390.379	0,42%
2012	61.261.260	905.371	392.026	0,38%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Tabla N° 26
Población Activa de Italia – Paris por Edad

Años	Población de 25 – 54 años Turín	Población Activa	Nivel ingresos
2007	390.926	91.60%	358088.22
2008	390.965	91.60%	358123,94
2009	390.887	91.60%	358052,49
2010	390.691	91.60%	357872,96
2011	390.379	91.60%	357587,16
2012	392.026	91.60%	359095,82
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

3.8.1.6. Demanda Actual Projectada de artesanías en madera de Canadá

Tabla N° 27
Importaciones de Artesanías de Madera en Canadá

AÑO	CANADÁ CON EL MUNDO	PORCENTAJE REPRESENTATIVO IMPORTACIONES DE ARTESANÍAS EN LA BALANZA COMERCIAL	DEMANDA ACTUAL DE ARTESANÍAS (MILES USD)
2009	315176831	2%	63003536.62
2010	386579900	2%	7731598.00
2011	450396905	2%	9007938.10
2012	518006942	2%	10360138.80
PROYECCIONES			
2013	521.771.126	2%	10.435.42
2014	525.562.663	2%	10.511.25
2015	529.381.751	2%	10.587.63
2016	533.228.592	2%	10.664.57
2017	537.103.386	2%	10.742.06
Fuente: Trade Map, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Elaborado por: Las Autoras del proyecto			

Como se puede observar en la tabla, las importaciones que realiza Canadá con el mundo en el año 2009 fue de 63003536.62 en miles de dólares siendo el 2% un porcentaje representativo de las importaciones de artesanías en la balanza comercial, dando como resultado la demanda actual de artesanías en miles de dólares.

3.8.1.7. Demanda Efectiva de artesanías en madera de Canadá

Tabla N° 28

Calculo de la Demanda Efectiva de Artesanías de Madera en Canadá

AÑO	CANTIDAD DE ARTESANÍAS EN MADERA		PRECIOS		DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA ACTUAL	PORCENTAJE DEMANDA EFECTIVA
	Decorativos	Religiosos	Decorativos	Religiosos			
2012	108288	11520	6.51	26.02	1004705.28	10360138.8	9,70%
2013	324864	34560	6.51	26.02	3014115,84	10.435.422	28,88%
2014	324864	34560	6.51	26.02	3014115,84	10.511.253	28,68%
2015	324864	34560	6.51	26.02	3014115,84	10.587.635	28,47%
2016	324864	34560	6.51	26.02	3014115,84	10.664.572	28,26%
2017	324864	34560	6.51	26.02	3014115,84	10.742.068	28,06%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto							

Como se puede ver en la tabla la demanda actual de artesanías tejidas a mano es muy amplia en el mercado canadiense, por lo que como asociación se cubrirá parte de ella, es decir con la capacidad máxima de producción, en este caso para el año 2012 se cubrirá el 9.70% de la demanda actual, mientras que para los años siguientes se pretende multiplicar la producción para que los integrantes de la asociación se involucren con la actividad artesanal.

3.8.1.8. Demanda Actual Projectada de artesanías en madera de Francia

Tabla N° 29

Importaciones de Artesanías de Madera en Francia

AÑO	CANADÁ CON EL MUNDO	PORCENTAJE REPRESENTATIVO IMPORTACIONES DE ARTESANÍAS EN LA BALANZA COMERCIAL	DEMANDA ACTUAL DE ARTESANÍAS (MILES USD)
2009	315176831	4.6%	14498134,23
2010	386579900	4.6%	17782675,4
2011	450396905	4.6%	20718257,63
2012	518006942	4.6%	23828319,33
PROYECCIONES			
2013	521.771.126	4.6%	24001471,8
2014	525.562.663	4.6%	24175882,5
2015	529.381.751	4.6%	24351560,55
2016	533.228.592	4.6%	24528515,23
2017	537.103.386	4.6%	24706755,76
Fuente: Trade Map, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Elaborado por: Las Autoras			

Como se puede observar en la tabla, las importaciones que realiza Francia con el mundo en el año 2009 fue de 14498134,23 en miles de dólares siendo el 4.6% un porcentaje representativo de las importaciones de artesanías en la balanza comercial, dando como resultado la demanda actual de artesanías en miles de dólares.

3.8.1.9. Demanda Efectiva de artesanías en madera de Francia

Tabla N° 30

Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías de Madera en Francia

AÑO	CANTIDAD DE ARTESANÍAS EN MADERA		PRECIOS		DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA ACTUAL	PORCENTAJE DEMANDA EFECTIVA
	Decorativos	Religiosos	Decorativos	Religiosos			
2012	108288	11520	6.40	25.62	988185,6	23828319,33	9,54%
2013	324864	34560	6.40	25.62	2964556,8	24001471,80	28,41%
2014	324864	34560	6.40	25.62	2964556,8	24175882,50	28,20%
2015	324864	34560	6.40	25.62	2964556,8	24351560,55	28,00%
2016	324864	34560	6.40	25.62	2964556,8	24528515,23	27,80%
2017	324864	34560	6.40	25.62	2964556,8	24706755,76	27,60%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto							

Como se puede ver en la tabla la demanda actual de artesanías tejidas a mano es muy amplia en el mercado de Francia, por lo que como asociación se cubrirá parte de ella, es decir con la capacidad máxima de producción, en este caso para el año 2012 se cubrirá el 9.54% de la demanda actual, mientras que para los años siguientes se pretende multiplicar la producción para que los integrantes de la asociación se involucren con la actividad artesanal.

3.8.1.10. Demanda Actual Projectada de artesanías en madera de Italia

Tabla N° 31

Importaciones de Artesanías de Madera en Italia

AÑO	CANADÁ CON EL MUNDO	PORCENTAJE REPRESENTATIVO IMPORTACIONES DE ARTESANÍAS EN LA BALANZA COMERCIAL	DEMANDA ACTUAL DE ARTESANÍAS (MILES USD)
2009	315176831	2.6%	8194597,606
2010	386579900	2.6%	10051077,4
2011	450396905	2.6%	11710319,53
2012	518006942	2.6%	13468180,49
PROYECCIONES			
2013	521.771.126	2.6%	13566049,28
2014	525.562.663	2.6%	13664629,24
2015	529.381.751	2.6%	13763925,53
2016	533.228.592	2.6%	13863943,39
2017	537.103.386	2.6%	13964688,04
Fuente: Trade Map, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Como se puede observar en la tabla, las importaciones que realiza Italia con el mundo en el año 2009 fue de 8194597,606 en miles de dólares siendo el 2.6% un porcentaje representativo de las importaciones de artesanías en la balanza comercial, dando como resultado la demanda actual de artesanías en miles de dólares.

3.8.1.11. Demanda Efectiva de artesanías en madera de Italia

Tabla N° 32

Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías de Madera en Italia

AÑO	CANTIDAD DE ARTESANÍAS EN MADERA		PRECIOS		DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA ACTUAL	PORCENTAJE DEMANDA EFECTIVA
	Decorativos	Religiosos	Decorativos	Religiosos			
2012	108288	11520	6.52	26.08	1006479,36	13468180,49	7,47%
2013	324864	34560	6.52	26.08	3019438,08	13566049,28	22,26%
2014	324864	34560	6.52	26.08	3019438,08	13664629,24	22,10%
2015	324864	34560	6.52	26.08	3019438,08	13763925,53	21,94%
2016	324864	34560	6.52	26.08	3019438,08	13863943,39	21,78%
2017	324864	34560	6.52	26.08	3019438,08	13964688,04	21,62%
Elaborado por: Las Autoras del proyecto							

Como se puede ver en la tabla la demanda actual de artesanías tejidas a mano es muy amplia en el mercado de Italia, por lo que como asociación se cubrirá parte de ella, es decir con la capacidad máxima de producción, en este caso para el año 2012 se cubrirá el 7.47% de la demanda actual, mientras que para los años siguientes se pretende multiplicar la producción para que los integrantes de la asociación se involucren con la actividad artesanal.

3.8.1.12. Demanda Actual Proyectada de artesanías tejidas en lana de Canadá

Tabla N° 33

Importaciones de Artesanías Tejidas en Lana en Canadá

AÑO	CANADÁ CON EL MUNDO	PORCENTAJE REPRESENTATIVO IMPORTACIONES DE ARTESANÍAS EN LA BALANZA COMERCIAL	DEMANDA ACTUAL DE ARTESANÍAS (MILES USD)
2009	315176831	2.3%	7249067,11
2010	386579900	2.3%	8891337,70
2011	450396905	2.3%	10359128,82
2012	518006942	2.3%	11914159,67
PROYECCIONES			
2013	521.771.126	2.3%	12000735,90
2014	525.562.663	2.3%	12087941,25
2015	529.381.751	2.3%	12175780,27
2016	533.228.592	2.3%	12264257,62
2017	537.103.386	2.3%	12353377,88
Fuente: Trade Map, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Elaborado por: Las Autoras			

Como se puede observar en la tabla, las importaciones que realiza Canadá con el mundo en el año 2009 fue de 315176831 en miles de dólares siendo el 2.3% un porcentaje representativo de las importaciones de artesanías en la balanza comercial, dando como resultado la demanda actual de artesanías en miles de dólares.

3.8.1.13. Demanda Efectiva de artesanías tejidas en lana de Canadá

Tabla N° 34

Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana en Canadá

AÑO	CANTIDAD DE ARTESANÍAS TEJIDAS EN LANA		PRECIOS		DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA ACTUAL	PORCENTAJE DEMANDA EFECTIVA
	Sacos	Gorras	Sacos	Gorras			
2012	14040	61200	15.46	1.10	284378,4	11914159,67	2,39%
2013	42120	183600	15.46	1.10	853135,2	12000735,90	7,11%
2014	42120	183600	15.46	1.10	853135,2	12087941,25	7,06%
2015	42120	183600	15.46	1.10	853135,2	12175780,27	7,01%
2016	42120	183600	15.46	1.10	853135,2	12264257,62	6,96%
2017	42120	183600	15.46	1.10	853135,2	12353377,88	6,91%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto							

Como se puede ver en la tabla la demanda actual de artesanías tejidas a mano es muy amplia en el mercado canadiense, por lo que como asociación se cubrirá parte de ella, es decir con la capacidad máxima de producción, en este caso para el año 2012 se cubrirá el 2.39% de la demanda actual, mientras que para los años siguientes se pretende multiplicar la producción para que los integrantes de la asociación se involucren con la actividad artesanal.

3.8.1.14. Demanda Actual y Proyectada de artesanías tejidas en lana de Francia

Tabla N° 35

Importaciones de Artesanías Tejidas en Lana en Francia

AÑO	CANADÁ CON EL MUNDO	PORCENTAJE REPRESENTATIVO IMPORTACIONES DE ARTESANÍAS EN LA BALANZA COMERCIAL	DEMANDA ACTUAL DE ARTESANÍAS (MILES USD)
2009	315176831	5.7%	17965079,37
2010	386579900	5.7%	22035054,30
2011	450396905	5.7%	25672623,59
2012	518006942	5.7%	29526395,69
PROYECCIONES			
2013	521.771.126	5.7%	29957071,79
2014	525.562.663	5.7%	30174759,81
2015	529.381.751	5.7%	30394029,74
2016	533.228.592	5.7%	30614893.00
2017	537.103.386	5.7%	17965079,37
Fuente: Trade Map, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Como se puede observar en la tabla, las importaciones que realiza Francia con el mundo en el año 2009 fue de 17965079,37 en miles de dólares siendo el 5.7% un porcentaje representativo de las importaciones de artesanías en la balanza comercial, dando como resultado la demanda actual de artesanías en miles de dólares.

3.8.1.15. Demanda Efectiva de artesanías tejidas en lana de Francia

Tabla N° 36

Calculo de la Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana en Francia

AÑO	CANTIDAD DE ARTESANÍAS TEJIDAS EN LANA		PRECIOS		DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA ACTUAL	PORCENTAJE DEMANDA EFECTIVA
	Sacos	Gorras	Sacos	Gorras			
2012	14040	61200	15.05	1.07	276786	29526395,69	0,94%
2013	42120	183600	15.05	1.07	830358	29957071,79	2,79%
2014	42120	183600	15.05	1.07	830358	30174759,81	2,77%
2015	42120	183600	15.05	1.07	830358	30394029,74	2,75%
2016	42120	183600	15.05	1.07	830358	30614893.00	2,73%
2017	42120	183600	15.05	1.07	830358	17965079,37	2,71%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto							

Como se puede ver en la tabla la demanda actual de artesanías tejidas a mano es muy amplia en el mercado de Francia, por lo que como asociación se cubrirá parte de ella, es decir con la capacidad máxima de producción, en este caso para el año 2012 se cubrirá el 0.94% de la demanda actual, mientras que para los años siguientes se pretende multiplicar la producción para que los integrantes de la asociación se involucren con la actividad artesanal.

3.8.1.16. Demanda Actual y Proyectada de artesanías tejidas en lana de Italia

Tabla N° 37

Importaciones de Artesanías Tejidas en Lana en Italia

AÑO	CANADÁ CON EL MUNDO	PORCENTAJE REPRESENTATIVO IMPORTACIONES DE ARTESANÍAS EN LA BALANZA COMERCIAL	DEMANDA ACTUAL DE ARTESANÍAS (MILES USD)
2009	315176831	4.5%	14182957,40
2010	386579900	4.5%	17396095,50
2011	450396905	4.5%	20267860,73
2012	518006942	4.5%	23310312,39
PROYECCIONES			
2013	521.771.126	4.5%	23650319,84
2014	525.562.663	4.5%	23822178,80
2015	529.381.751	4.5%	23995286,64
2016	533.228.592	4.5%	24169652,37
2017	537.103.386	4.5%	13964688,04
Fuente: Trade Map, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Como se puede observar en la tabla, las importaciones que realiza Italia con el mundo en el año 2009 fue de 14182957,40 en miles de dólares siendo el 4.5% un porcentaje representativo de las importaciones de artesanías en la balanza comercial, dando como resultado la demanda actual de artesanías en miles de dólares.

3.8.1.17. Demanda Efectiva de artesanías tejidas en lana de Italia

Tabla N° 38

Cálculo de la Demanda Efectiva de Artesanías Tejidas en Lana en Italia

AÑO	CANTIDAD DE ARTESANÍAS TEJIDAS EN LANA		PRECIOS		DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA ACTUAL	PORCENTAJE DEMANDA EFECTIVA
	Sacos	Gorras	Sacos	Gorras			
2012	14040	61200	15.79	1.12	290235,6	23310312,39	1,25%
2013	42120	183600	15.79	1.12	870706,8	23650319,84	3,71%
2014	42120	183600	15.79	1.12	870706,8	23822178,80	3,68%
2015	42120	183600	15.79	1.12	870706,8	23995286,64	3,66%
2016	42120	183600	15.79	1.12	870706,8	24169652,37	3,63%
2017	42120	183600	15.79	1.12	870706,8	13964688,04	3,60%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto							

Como se puede ver en la tabla la demanda actual de artesanías tejidas a mano es muy amplia en el mercado de Italia, por lo que como asociación se cubrirá parte de ella, es decir con la capacidad máxima de producción, en este caso para el año 2012 se cubrirá el 1.25% de la demanda actual, mientras que para los años siguientes se pretende multiplicar la producción para que los integrantes de la asociación se involucren con la actividad artesanal.

3.8.1.18. Definición del Mercado de Canadá, Francia e Italia

El mercado meta de las artesanías producidas en la Provincias de Carchi e Imbabura es para los países de Canadá ciudad de Toronto, Francia ciudad de Paris, e Italia ciudad de Turín, lugares con gran actividad comercial, y son artesanías que llaman la atención en estos países.

Los productos están dirigidos a toda la población indistintamente de su edad, sexo, educación, entre otros aspectos; sin embargo, esta más enfocado a población sensible al arte y con alto grado de comprensión por las culturas.

CANADÁ

Canadá, por sus características, es un mercado que ofrece amplias oportunidades para los exportadores internacionales. Sin embargo, como en la mayoría de mercados desarrollados, existe una amplia competencia que obliga a los exportadores a ofrecer productos innovadores o con un alto valor agregado en términos de diseño, calidad, precio, servicio postventa, etc. (...)

Es importante mencionar que estas oportunidades, como lo argumenta la Oficina de Comercio de Canadá (*Trade Facilitation Office Canadá - TFO Canadá*), deben tener en cuenta factores como la edad de la población. En relación a este tema, Canadá cuenta con un alto envejecimiento de la población, su edad promedio es de 41 años, y existe un porcentaje importante en edad de jubilación. Este grupo representa un mercado atractivo debido a sus altos ingresos disponibles, lo que genera una gran demanda de productos para el hogar, la decoración, la limpieza, el cuidado personal, juguetes, etc. (...) (TFO Canadá, 2009, p. 10)

FRANCIA

Para entrar en el mercado francés con buen pie y posibilidades de éxito comercial es muy importante tener en cuenta los rasgos característicos que definen el tipo de mercado en el que tratamos de abrirnos camino y las implicaciones que las características de este mercado tienen en la presentación de nuestra oferta. (International Innovative Trading Platform, 2010 p.1)

ITALIA

Italia desempeña un papel muy importante en el comercio internacional para el sector artesanal.

Las características más relevantes en el mercado italiano son:

- “Alto potencial y poder adquisitivo
- Séptima economía del mundo

- La existencia del sistema SGP PLUS en el marco de la unión Europea permite el ingreso de productos Ecuatorianos sin arancel”(Astolfi, 2007, pag. 9)

Ecuador por ser un país en vías de desarrollo, tiene grandes oportunidades de entrar al mercado Italiano, ya que las artesanías ecuatorianas cumplen con las exigencias del mercado.

3.8.1.19. FODA Demanda

Tabla N° 39

ASPECTO SITUACIONAL		FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
I N T E R N O		<ul style="list-style-type: none"> -Estabilidad jurídica organizacional -Exigencias en el cumplimiento de requisitos a las artesanías comercializadas. -Solvencia Económica Empresarial -Capacidad de compra y comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> -Diversificación de la oferta -Manipulación de precios -Incremento de mercados -Convenios
		DEBILIDADES	AMENAZAS
		<ul style="list-style-type: none"> -Forma de pago (crédito) -Frecuencia de compra (periódica o estacionaria). -Fluctuación de precios (frente a ofertas y demandas no controladas) 	<ul style="list-style-type: none"> -Otros países demandantes -Productos sustitutos -Tiempos de duración del convenio -Situaciones políticas que comprometan el sistema de comercialización
		Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

3.8.1.20. Exportación de artesanías de Canadá, Francia e Italia con el mundo

Tabla N° 40

Exportaciones de Artesanías

ARTESANÍAS	PARTIDA ARANCELARIA	PAISES (MILES USD)								
		CANADÁ			FRANCIA			ITALIA		
		2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
ARTÍCULOS EN MADERA	Religiosos y decorativos 4420.10	2.211	2.464	2.381	199	265	357	1.587	1.794	1.365
ARTÍCULOS TEJIDOS A MANO	Sacos y gorras 6110.11	3.211	3.767	5.008	111.220	107.842	137.067	609.550	803.695	724.389
	Bolsos 6117.80	3.058	2.780	3.230	28.531	23.227	5.340	3.323	2.855	4.330
BORDADOS	Camisas y juego de comedor 5810.99	21	36	278	3.318	3.311	2.233	7.754	8.932	8.579
ARTESANÍAS EN ARCILLA	Jarrones y decorativos en arcilla 6913.90	2.358	2.972	2.582	30.910	16.017	25.453	26.476	29.062	33.206

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Los Autores del Proyecto

3.8.2. Análisis de Comercio Exterior

3.8.2.1. Barreras Arancelarias Canadá, Francia e Italia

CANADÁ

De acuerdo a Guía Comercial para la Exportación a Canadá (2010), se identifican los siguientes aspectos sobre esta temática aplicable en el país de destino:

Derechos Arancelarios:(...) Conforme a la Iniciativa para Acceso al Mercado, Canadá ha eliminado todos los aranceles y cuotas para la mayoría de las exportaciones para 48 PMDs (países menos desarrollados)excepto para productos lácteos, avícolas y huevos, que permanecen sujetos a aranceles y cuotas. (p. 36)

La tasa a la que los aranceles se evalúan depende del tratamiento que Canadá otorga al país donde se origina la importación. El tratamiento de la tarifa puede ser afectado por el origen de las materias primas y sus componentes, e incluye la Tarifa de Nación Más Favorecida (NMF) para todos los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y los países que gozan de acuerdos bilaterales con Canadá; la Tarifa de los Países de la Mancomunidad del Caribe; la Tarifa de País Menos Desarrollado (TPMD); tratamiento de tarifa preferencial conforme a varios acuerdos de libre comercio; y la Tarifa General Preferencial (TGP) para países no cubiertos por alguna otra categoría. Las empresas exportadoras deben obtener Certificados de Origen de agencias certificadoras identificadas en el país y presentar formularios de declaración de importaciones para uso de los inspectores del Gobierno de Canadá. (p. 37)

Algunos países satisfacen los requisitos para más de un tratamiento de tarifas. Por ejemplo todos los países autorizados para la TPMD deben ser beneficiarios del TGP. Se debe tomar en cuenta que no todos los productos exportados a Canadá desde países en desarrollo satisfacen los requisitos para la TPMD o TGP. La TPMD que expira en 2014, proporciona acceso libre de aranceles a todos los productos importados a Canadá desde los PMDs (países menos desarrollados) excepto productos agrícolas regulados para la oferta de los sectores lácteo, avícola y huevo. La TGP que también expira en 2014, cubre la mayoría de los productos pero también excluye a los productos agrícolas regulados para la oferta (tales como lácteos, avícolas y huevos), así como azúcar refinada, y la mayoría de los textiles, vestimenta y calzado. Tres cuartas partes de los productos cubiertos ingresan a Canadá libre de aranceles; el saldo están sujetos a derechos arancelarios que son menores que las tasas NMF. (parr. 2)

Requisitos Arancelarios: (...) Todos los productos que ingresan a Canadá deben ser declarados a la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA, Canadá Border Services Agency), la agencia federal responsable de hacer cumplir la legislación de fronteras de Canadá. (...) Generalmente los productos son liberados inmediatamente luego de la presentación de la documentación mínima requerida. En el lapso de pocos días el importador o el agente deben presentar los documentos finales de aduana y pagar todos los aranceles e impuestos adeudados. (Jara, 2010, p. 29)

FRANCIA E ITALIA

Según el estudio de producto - mercado de artesanías en Europa manifiesta sobre las barreras arancelarias y no arancelarias.

Los productos analizados en el presente estudio: Sobre las artesanías no pagan arancel de importación (0%) en la Unión Europea gracias a que Ecuador goza de los beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias.

Sistema Generalizado de Preferencias

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) europeo concede desde 1971, preferencias arancelarias a los países en desarrollo.(p. 28)

El sistema de preferencias generalizadas consiste en un régimen general para todos los países y territorios beneficiarios. El régimen general aplica a todos los países beneficiarios, siempre y cuando el Banco Mundial no los considere países con ingresos elevados y sus exportaciones no sean suficientemente diversificadas. (parr.3)

El último reglamento del régimen especial del SGP que fue aprobado en el 2001 venció en el 2005, y se reemplazó por otro que extendió las preferencias hasta el 2008 bajo el nombre de Régimen Especial de Estímulo del Desarrollo Sostenible y la Gobernanza (SGPE), conocido como SGP+ o SPG PLUS. (parr.4)

En el caso del SGP+, su objetivo es otorgar preferencias adicionales a las establecidas en el régimen general a un grupo de países considerados económicamente vulnerables y que, además, hayan realizado el esfuerzo de implementar políticas sobre el respeto de derechos humanos, derechos laborales fundamentales, buen gobierno, protección al ambiente y lucha contra las drogas. (parr.5)

Si bien la aplicación provisional del SGP+ comenzó en julio del 2005, no fue sino hasta el 21 de diciembre del 2005 que, a través de la Decisión 2005/924/CE de la Comisión Europea, se estableció una lista definitiva de 15 países beneficiarios del régimen preferencial vigente hasta diciembre del 2008. En este grupo se incluyen los países centroamericanos, Panamá y los países andinos, así como Georgia, Moldavia y Sri Lanka. (p.29)

La Comisión Europea renovó los beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) Plus, para el período 1 de enero 2009 hasta el 31 de diciembre de 2011. (...).(parr.2)

3.8.2.2. Barrera no Arancelarias Canadá, Francia e Italia

CANADÁ

Según Loggis de exportación a Canadá las barreras no arancelarias, no existen grandes requisitos. Lo más importante es que las artesanías que se ingresan a Canadá se adapten a la reglamentación canadiense

FRANCIA E ITALIA

Las principales regulaciones no arancelarias para la entrada de “artesanías textiles decorativas” al mercado europeo, son las siguientes:

1. Prohibición de utilización de colorantes azóicos “Azo Dyes12”, Regulación 1907/2006 REACH
2. Aplicación de las Reglas de Origen
3. Aplicación de la normativa de Empaque 94/62/EC
4. Aplicación de la Normativa de Etiquetado de Productos Textiles 96/74/EC(parr.2)

1. Prohibición de utilización de Colorantes Azoicos

La Directiva 76/769/CEE del Consejo, limita la comercialización y el uso de determinadas sustancias y preparados peligrosos (colorantes azoicos), disposiciones en vigor a partir del 11 de septiembre de 2003. (parr.3)

Uno de los objetivos de esta directiva es la protección de la salud y seguridad de los consumidores de artículos y prendas de vestir, entre otros. Lo anterior, en virtud de que se ha determinado que este tipo de productos que contienen determinados tintes azoicos, además de un efecto negativo sobre el medio ambiente, tienen la capacidad para liberar determinadas aminas, que pueden ser cancerígenas.(...) (parr.4)

Lo dispuesto en esta directiva aplica a todo producto textil y artículos de cuero que puedan entrar en contacto directo y prolongado con la piel humana. A la lista de productos que se incluye en el Anexo I de la Directiva 76/769/CEE, se agregan los siguientes: (parr.5)

- Prendas, ropa de cama, toallas, postizos, pelucas, sombreros, pañales y otros artículos sanitarios, sacos de dormir.
- Calzado, guantes, correas de reloj, bolsos, monederos, billeteras, maletines, fundas para sillas.
- Juguetes de tejido o de cuero y los que contengan accesorios de tejido o de cuero.
- Hilados y tejidos a ser usados por el consumidor final. (...). (p.30)

2. Aplicación de las Reglas de Origen

En el caso de ingreso de artesanías procedentes de Ecuador, éstas tienen que cumplir con las “*normas de origen*”, las cuáles son los instrumentos jurídicos para determinar el lugar de fabricación u obtención de los productos a los cuales les serán aplicables las preferencias arancelarias. (parr.3)

Así, los productos originarios de los países beneficiarios del sistema de preferencias generalizadas de la UE pueden acogerse a tarifas preferenciales presentando un certificado de origen Forma A. (...). (parr.4)

Al cumplir con esta regla, la aduana europea de ingreso podrá aplicar al arancel del 0%, beneficio otorgado a Ecuador por el SGP+. Caso contrario el importador tendría que pagar el arancel de Nación más Favorecida (8% para los chales y 12% para la mantelería). (parr.7)

3. Normativa de Empaque 94/62/EC

No existe, ni la Unión Europea exige, un tipo especial de empaque determinado para productos artesanales textiles, sin embargo el hacerlo individualmente es importante debido a su presentación. Todas las especificaciones son sugeridas con mucho más detalle por el importador, quien conoce las regulaciones específicas de cada mercado en la Unión Europea. El material de empaque, se sugiere que sea re-usable o reciclable de preferencia en cartón, polietileno o polipropileno.

Es importante revisar la norma contenida en la Directiva 94/62/EC que busca la utilización de materiales para empaque, que no sean contaminantes al medio ambiente. (p.31)

4. Normativa de Etiquetado de Productos Textiles, Directiva 2008 / 121/EC (que reemplazó la Directiva 96/74/EC)

Los países miembros de la Unión Europea han adoptado la legislación que norma el etiquetado de los textiles con la finalidad que el consumidor tenga acceso a la información descriptiva y detallada del contenido y fibras que contiene el producto a adquirir. (...). (parr.3)

3.8.2.3. Requisitos de Importación para las artesanías

Documentos requeridos para el procesamiento aduanero de una importación

Generalmente para evitarse problemas en el proceso de importación los documentos a presentarse son: la Factura Comercial, Lista de Empaque, Declaración del Valor en Aduana, Documento Único Administrativo (DUA)

Factura Comercial

Es un documento indispensable para llevar a cabo el proceso de importación el mismo que contiene información básica sobre la transacción. Este documento es otorgado por el exportador según la práctica comercial y debe presentarse el original y al menos un original

Aspectos a considerar en la emisión de la factura: Identificación del exportador y el importador (nombre y dirección), Fecha de expedición, Número de factura, Descripción de las mercancías (denominación, calidad, etc.), Cantidad de mercancías, Valor unitario, Valor total, Valor facturado total y moneda de pago. Estado miembro importador, Condiciones de pago (modo y fecha de pago, descuentos, etc.), Condiciones de entrega según el correspondiente Incoterms, medio de transporte.

Documentos de Transporte

Dependiendo del medio de transporte a utilizar para la movilización de la mercadería se procede a la elaboración del documento este puede ser:

- Conocimiento de embarque (Marítimo)
- Conocimiento aéreo (vía aérea AWB)
- Carta de porte por ferrocarril (CIM)
- Carta de Porte Internacional por Carretera

Lista de Empaque

Es un documento comercial el cual facilita información sobre los artículos importados y sus particularidades como peso, dimensiones, instrucciones de manipulación.

Este documento se adjunta la factura comercial y los documentos de transporte es decir que es un documento necesario para continuar con el proceso de importación. Además este documento contiene datos del exportador, el importador y la empresa de transporte, fecha de expedición, número de la factura de transporte, tipo de embalaje (bidón, jaula, cartón, caja, tonel, bolsa, etc.), número de bultos, contenido de cada bulto (descripción de las mercancías y número de artículos en cada bulto), marcas y numeración, peso neto, peso bruto y dimensiones de los bultos.

Declaración del Valor en Aduana

“La declaración del valor en aduana es un documento que debe presentarse a las autoridades aduaneras cuando el valor de las mercancías importadas excede de 10, 000 euros y debe presentarse junto con el Documento Único Administrativo (DUA)”. (Export Helpdesk, 2011, parr.1)

Seguro de Transporte de Mercancías

“El seguro es un contrato por el cual se indemniza al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza” (Exporta Herpes, 2012, parr.1)

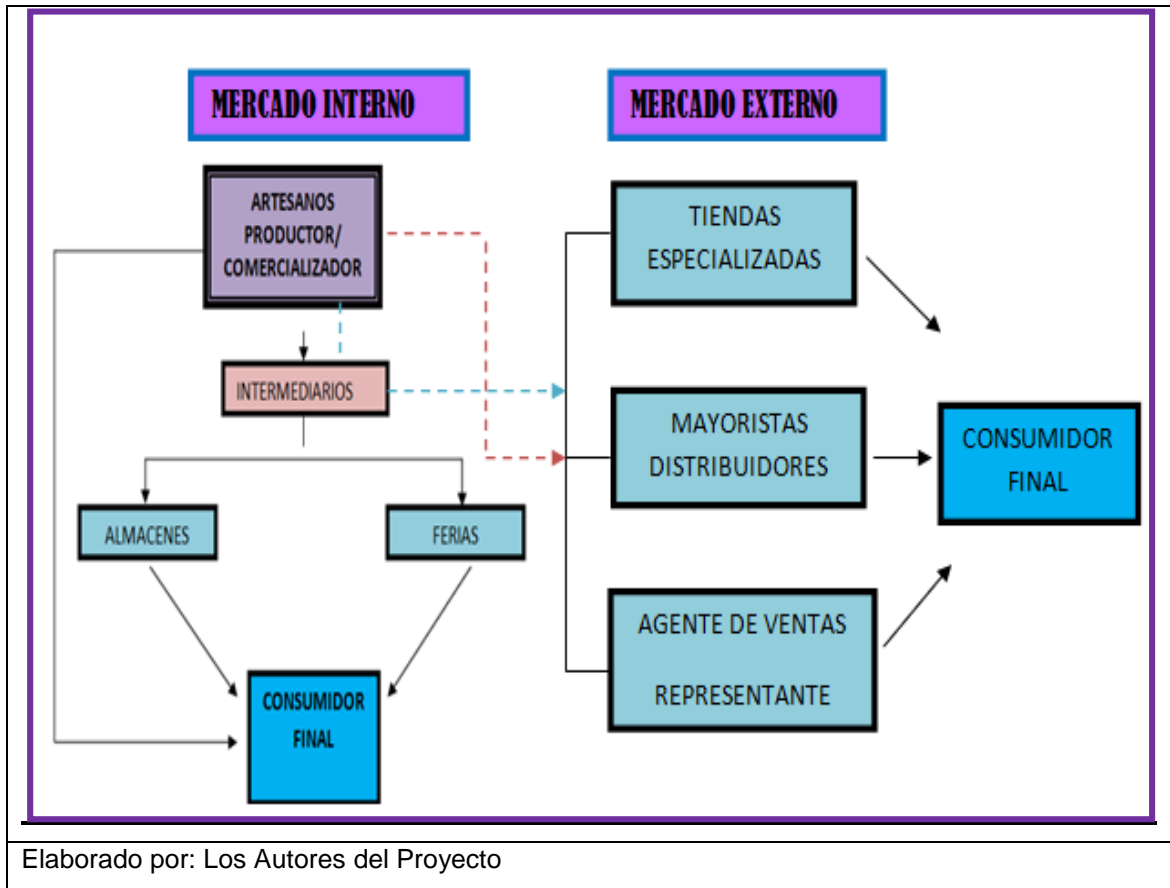
Documento Único Administrativo. (DUA)

Todas las mercancías importadas deben declararse a las autoridades aduaneras del Estado miembro de que se trate mediante el Documento Único Administrativo documento común para efectuar la declaración de importación en todos los Estados.

3.8.3.1. Comercialización

3.8.3.2. Canales de Distribución

Canales de Distribución



Según Carmen Caparros en el estudio realizado sobre canales de distribución de productos artesanales identifica los siguientes:

Canal Directo: Artesano – Consumidor Final

Esta es la vía más corta y rápida que se utiliza en la distribución de productos puede ser venta a domicilio, comercio electrónico.

Canal Indirecto: Artesanos- Mayoristas -Minoristas o Detallistas

Varios intermediarios como agentes de ventas, centrales de compra, etc

Este tipo de canal lo utiliza para comercializar productos de gran demanda

Canal Largo: Artesanos- Intermediarios – Mayoristas – consumidores

Este es el canal más largo, proporciona una amplia red de contactos; por esa razón, los fabricantes utilizan a los intermediarios o agentes.

Canal Corto: Artesano- Minoristas- consumidores

Es el canal más visible para el consumidor final ya que el público efectúa gran número de compras a través de tiendas especializadas.

Nota.-El que se mencionen estos canales no significa que sean los únicos; en ocasiones se hace combinaciones entre ellos o se introduce otros intermediarios.

3.8.3.3. Logística de Canadá, Francia e Italia

CANADÁ

Logística, transporte y distribución:

Infraestructura de transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos aeropuertos y vías fluviales).Canadá, debido a su extensión, ha tenido que desarrollar un impresionante sistema de transporte marítimo, aéreo y terrestre, incluyendo grandes redes de ferrovías y carreteras pavimentadas. (Jara, 2010, p. 43)

Según datos de Central Intelligence Agency, Canadá tiene un total de 1, 042,300 km de vías, de los cuales, 415,600 km son pavimentados, y 626,700 km no son pavimentados. Estas cifras posicionan a Canadá en el país número 6 en el mundo con el mayor número de vías. Según la misma Agencia, en el 2010 Canadá tiene un total de 46,688 km de vías de ferrocarriles. (parr. 3)

El sistema nacional de aeropuertos se compone de una red de aeropuertos internacionales, nacionales, regionales, locales, pequeños, remotos y árticos. Existen en total 1,404 aeropuertos, entre ellos, 13 aeropuertos internacionales. Los aeropuertos más importantes son: Toronto (Lester B. Pearson International), Vancouver, Montreal (Pierre ElliotTrudeau), Calgary y Ottawa. La mayoría de los visitantes que llegan a Canadá del extranjero entran al país por los aeropuertos internacionales de Toronto, Montreal o Vancouver. Canadá goza de amplias y confiables conexiones tanto entre sus ciudades como con muchas de las ciudades de Estados Unidos (...). (parr. 4)

El sistema marítimo consiste de 15 puertos principales, e incluye la vital Vía Marítima de San Lorenzo que conecta el Océano Atlántico con los numerosos mercados tierra adentro de Norte América. Las importaciones pueden ingresar por uno de los principales puertos de Canadá, a pesar que también pueden ingresar por un puerto de Estados Unidos y ser transportadas por tierra hacia el Canadá. Los principales puertos son: Vancouver en la costa occidental, Montreal, Toronto y Thunder Bay en la Vía Marítima de San Lorenzo, y Halifax (Nueva Escocia) y Saint John (Nueva Brunswick) en la Costa Oriental. (...). (p.44)

•Del Ecuador a Canadá

El envío de carga por vía aérea se la realiza desde el aeropuerto de Guayaquil al de Toronto, el tiempo de tránsito dura aproximadamente un día. La ruta aérea de TACA es Guayaquil- San Salvador-Toronto con una frecuencia de 2 vuelos semanales (miércoles y jueves). A continuación se presenta los costos aproximados de transporte aéreo de carga: (parr. 2)

Tabla N° 41**Costos de transporte aéreo Ecuador - Canadá**

COSTOS DE TRANSPORTE AÉREO	
ECUADOR-CANADÁ	
PESO	VALOR
1-24kg	USD 98,80 kg/vol
+25kg	USD 5,95 kg/vol
+100kg	USD 3,95 Kg/vol
+300kg	USD 3,85 kg/vol
RECARGOS	
AWC	USD 10
FUEL SECURITY CHARGE	USD 0,30 x KG
DOCUMENTACIÓN	USD 35
INGRESO AL SICE	USD 35
HANDLING LOCAL	USD 60
Fuente: Uniline Transport System Air & Ocean Freight Consolidator	

Por vía marítima, normalmente se envía la carga desde el puerto de Guayaquil hacia el Puerto de Halifax, con una duración de viaje de 14 días aproximadamente. A continuación se indican los costos aproximados de transporte: (parr. 3)

Tabla N° 42**Costos de transporte marítimo Ecuador - Canadá**

COSTOS DE TRANSPORTE MARÍTIMO	
ECUADOR- CANADÁ	
CONTENEDOR	VALOR
FLETE REFRIGERADO TANQUE 40 PIES	USD 4,500 x cont.
FLETE IC 40 PIES	USD 3,567 x cont.
FLETE IC 20 PIES	USD 2,719 x cont.
RECARGOS	
HANDLING PORT CONTAINER IC 20 P	USD 125 x cont.
HANDLING PORT	USD 125 x cont.

CONTAINER IC 40 P	
HANDLING PORT REFRIGERATOS CONT. TANK 40 FT	USD 125 x cont.
DOCUMENTATION	USD 55
HANDLING LOCAL	USD 55 x cont.
PROCESAMIENTO	USD 50
INGRESO AL SICE	USD 35
SEAL	USD 10 x cont.
Fuente: Uniline Transport System Air & Ocean Freight Consolidator	

FRANCIA

Logística, transporte y distribución

Infraestructura de transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos aeropuertos y vías fluviales). La situación central de Francia en Europa y su importancia económica motivan que haya infinidad de conexiones aéreas con todo el mundo. París cuenta con varios aeropuertos para el tráfico comercial: Charles de Gaulle al nordeste y Orly al sur. Beauvais se encuentra a 80 kilómetros de París y, sin embargo, ha visto cómo sus vuelos aumentan a causa de la proliferación de las compañías lowcost. La comunicación entre los aeropuertos y la ciudad está asegurada por el transporte público: RER, autobuses y taxis (...). Por otro lado, la red francesa de carreteras y autopistas es amplia, moderna y bien conservada (...). En lo que respecta a las comunicaciones por vía marítima, Francia cuenta con excelentes puertos marítimos en su extenso litoral. Su amplia flota mercante se encuentra en regresión por la competencia de fletes más bajos en buques con bandera de conveniencia. Los principales puertos son Marsella, Le Havre, Dunkerque, Bordeaux, París y Rouen. Dada la extensión de ríos navegables y la red de canales, el tráfico fluvial es significativo aunque su importancia es decreciente. (Escudero, 2010, p. 46)

Del Ecuador al puerto de destino

La gran mayoría de los productos se transportan por vía marítima, con dos grandes excepciones: las flores y la pesca blanca que, por razones de conservación, imponen la necesidad del transporte aéreo. (p. 47)

Ruta marítima

Todas las exportaciones por vías marítimas hacia Francia se hacen desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Le Havre.

Empresas de transporte marítimo que hacen la ruta: (parr. 2)

Tabla N° 43

Empresas de Transporte Marítimo Ecuador - Francia

EMPRESA	TELÉFONO	FRECUENCIA
CMACGM	+33 (0)232 74 16 00	Semanal
HAMBURG SUD	+33 (0)235 19 23 00	Semanal
HAPAG LLOYD FRANCE	+33 (0)232 74 53 00	Semanal
MSC FRANCE SA	+33 (0)232 74 68 00	Semanal

Ruta aérea

Los productos que transitan por vía aérea van de Quito a Ámsterdam y siguen por vía terrestre, pero es también posible de transitar por Caracas para llegar a Paris. No existe actualmente, ruta directa de Ecuador a Francia. (parr. 3)

ITALIA

Logística, transporte y distribución

Acceso marítimo

La infraestructura portuaria de Italia compuesta por 7.600 Km de costa, cuenta con más de 100 terminales marítimos, de los cuales se destacan, entre otros: Génova, Livorno, La Spezia, Nápoles, Palermo, Venecia, Trieste y Salerno. (Salgado, 2010, p.40)

Puerto de Génova: Situado al Noreste de Italia, (...). Es el centro comercial de los sectores industriales de Piamonte y Lombardía, y de las ricas regiones agrícolas del norte de Italia y del centro de Europa. Tiene una superficie de 7 millones de metros cuadrados, es considerado como la principal puerta de entrada por vía marítima hacia este país. Está situado al Noreste de Italia y cuenta con trece terminales especializados en el manejo de carga divididos en: pasajeros, contenedores, carga general y perecedera, metales, líquidos y grano. Además sirve de enlace entre los mercados de los países de Europa Central a través de redes carreteras y ferroviarias. (parr. 5)

Puerto de Livorno: Localizado estratégicamente en el centro del Mediterráneo, es considerado el segundo puerto Italiano más importante. Reconocido como un puente entre las rutas del Atlántico y Asia. (...). Livorno administra anualmente 24,5 millones de toneladas de tráfico de mercancías manipuladas en terminales altamente especializados y equipados con infraestructuras de última generación, para abastecer a todo tipo de mercadería, entre las cuales: líquidos y sólidos a granel, cereales, frutas y productos congelados, pulpa de celulosa, madera de construcción, minerales, productos manufacturados de acero, automóviles y carga en general. (...) . Además cuenta con acceso a una excelente red de carreteras y ferrocarriles permitiéndole efectuar rápidamente reexpedición de mercancías al Norte y Este Europeo. (parr. 8)

Puerto La Spezia: Situado al Noroeste de Italia, capital de la provincia del mismo nombre en la región de Liguria, junto al Golfo de La Spezia. Es un excelente puerto natural y es la base naval más importante de Italia. Este es

también un centro industrial donde se fabrican barcos y se produce hierro, acero y productos derivados del petróleo. (p.41)

Acceso aéreo

Italia cuenta con una infraestructura aeroportuaria compuesta por un total de 133 aeropuertos distribuidos a lo largo de su territorio, garantizando facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país. Sin embargo, solo 24 aeropuertos son aptos para el acceso de productos, ya que tienen servicio aduanero y la mayoría brinda opciones de almacenamiento de carga en los terminales. Los grandes aeropuertos internacionales se encuentran en las principales ciudades italianas: En Roma el Fiumicino y en Milán el Malpensa. Estos aeropuertos son los más utilizados para despacho de carga. Así mismo, para los exportadores que envíen sus productos vía aérea, existen aerolíneas con frecuencia de vuelo diarias a los aeropuertos antes mencionados. (...) (parr. 4)

Del Ecuador al puerto de destino

La vía más utilizada para enviar productos de exportación del Ecuador a Italia, es la marítima- Como a manera de guía para este propósito incluimos la tarifa de un proveedor radicado en la ciudad de Guayaquil.

La frecuencia de salida es semanal y el puerto de destino es Livorno

- Puerto de embarque: Guayaquil
- Incitar FOB
- Tiempo de Tránsito 28 días aprox.
- Handling local \$ 55.00 x cont.
- Ingreso al SICE \$ 35.00
- Procedimiento \$ 50.00 Si
- Documentación \$ 55.00
- Ocean Freight
- Container 40 FT \$ 3,100.00 x cont.
- Ocean Freight
- Container 20 FT \$ 2,100.00 x cont.

Tarifa proporcionada por el proveedor del servicio Uniline transport systems (parr. 5)

3.8.3.4. Plan de Marketing

El plan de marketing permite a la empresa coordinar y determinar el horizonte al cual están enfocadas las actividades comerciales de la empresa durante un periodo de tiempo; para ello es necesario definir adecuadamente cual es el o los productos y servicios que van a potencializar determinar las características y beneficios que se van a transmitir al consumidor, de esta manera satisfaciendo las necesidades del consumidor.

Muñiz (2013) dice que:

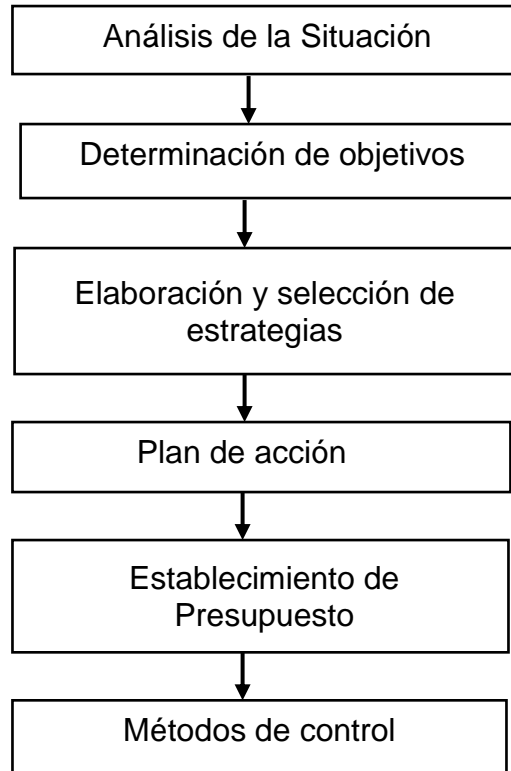
El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en los que nos encontramos, marcándonos las etapas que se han de cubrir para su consecución. Tiene la ventaja añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dándonos así una idea clara del tiempo que debemos emplear para ello, qué personal debemos destinar para alcanzar la consecución de los objetivos y de qué recursos económicos debemos disponer. (parr. 3)

Etapas del plan de marketing

Debido al carácter interdisciplinario del marketing, así como al diferente tamaño y actividad de las empresas, no se puede facilitar un programa estándar para la realización del plan de marketing; ya que las condiciones de elaboración que le dan validez son variadas y responden, por lo general, a diferentes necesidades y culturas de la empresa. Ahora bien, como líneas maestras aconsejo no emplear demasiado tiempo en la elaboración de un plan de marketing que no se necesita; no debemos perdernos en razonamientos complicados; se debe aplicar un marketing con espíritu analítico pero a la vez con sentido común; no debemos trabajar con un sinfín de datos, sólo utilizar los necesarios; y, lo que es más importante, conseguir que sea viable y pragmático.

El plan de marketing requiere, por otra parte, un trabajo metódico y organizado para ir avanzando poco a poco en su redacción. Es conveniente que sea ampliamente discutido con todos los departamentos implicados durante la fase de su elaboración con el fin de que nadie, dentro de la empresa, se sienta excluido del proyecto empresarial. De esta forma, todo el equipo humano se sentirá vinculado a los objetivos fijados por el plan dando como resultado una mayor eficacia a la hora de su puesta en marcha. (parr. 1-2)

Etapas del Plan de Marketing



Marketing Mix

El marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos con las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Producto.

El desarrollo de un producto es una de las partes más importantes del mercadeo, por lo tanto los productos con mayor éxito son aquellos que son diseñados para un mercado determinado.

Con el fin de lograr y obtener un mejor diseño en los productos artesanales es donde entra en juego todos los aspectos que hacen del producto un artículo atractivo como son: sus diseños, su precio, la capacidad de producción.

Como estrategia se propone la interacción en el trabajo del artesano y el que diseña los productos, esto permite intercambiar aspectos de creatividad, destreza y conocimiento.

Precio.

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o suma de valores que el consumidor intercambia por el beneficio de tener o usar el producto o servicio.

La fijación del precio del producto es crítica ya que debe ser suficientemente alto para cubrir los costos y conseguir un beneficio, y debe ser suficientemente bajo para ser competitivo; el precio de un producto afecta a su posicionamiento.

Plaza

La distribución se considera como una herramienta más del marketing, ésta se preocupa de hacer que el producto esté accesible para cubrir la demanda provocada del mercado.

Se define la distribución como: la transmisión de productos y servicios desde el productor hasta el usuario.

Para lograr una mayor satisfacción de los productos artesanales se tiene que tomar en cuenta la segmentación de mercado, el cual nos dará una idea de cómo está el comportamiento de compra de los consumidores quienes son nuestros clientes potenciales.

Promoción

Con el uso de esta herramienta se pretende crear un conocimiento general acerca de los productos y de los lugares donde se los expende para que de esta manera las artesanías sean reconocidas a nivel nacional e internacional y así establecer contactos con el nicho del mercado.

3.8.3.5. Medios de Pago

Los medios de pago son instrumentos financieros los cuales tienen por objeto asegurar el buen fin de la operación. Existen diferentes formas pero la más recomendada para el exportador que recién inicia con dicha actividad es el pago de contado puesto que esta modalidad implica que el comprador extranjero, previo al embarque de las mercaderías, efectúa el pago de la operación. Normalmente se la realiza a través de una transferencia bancaria. Solamente cuando el monto de la mercadería ha sido recaudado por el

exportador, este realiza el embarque de la mercadería caso contrario no se efectúa la operación

Otra forma de pago recomendable es la carta de crédito porque es un documento seguro puesto que cuenta con entidades bancarias comprometidas en la operación.

Las formas de pago internacional más usadas son las siguientes:

1. Pago Directo: Se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Los medios de pago directos son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación. (...) En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente.

2. Pago a la vista (Documento contra Pago): En este caso, el banco que cobra presenta los documentos al comprador, quien hace el pago y obtiene los documentos para la entrega de la mercancía. (...)

La Cobranza Documentaria representa menos riesgos que el pago directo y el anticipado ya que en esta modalidad intervienen uno o más bancos, pero dicha intervención no constituye una garantía en el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de compra venta acordada entre las partes.

3. La Carta de Crédito: La Carta de Crédito o Crédito Documentario, ocupa el lugar de privilegio entre los medios de pago para operaciones de compra venta internacionales de mercancías, no sólo por las seguridades que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que intervienen en la compra-venta internacional.

La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. (...)

Lo más seguro es utilizar la Carta de Crédito, el cual es un método de pago por mercadería en el cual el comprador establece un crédito con el banco local donde se detalla la mercadería a ser comprada, el precio, la documentación requerida y se establece el límite de tiempo para completar la transacción; cuando el banco recibe la documentación recibe el pago del comprador o en su defecto toma posesión del título de los bienes y los transfiere al vendedor. (e-mypes, 2006, parr. 4)

3.8.3.6. Incoterms

En la actividad de comercio exterior es de vital importancia conocer de que se trata cada INCOTERMS ya que, según la Guía Logística Internacional elaborada por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración y Pro Ecuador (2012) Los INCOTERMS son “términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos

y los riesgos del transporte internacional y del seguro, entre el exportador y el importador” (...) (p. 4).

La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: International Chamber of Commerce) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1953, 1980, 1990, 2000 y 2010) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional.

“Actualmente están en vigor los INCOTERMS 2010 (Desde el 1 de enero de 2011) se definen de manera privada entre las partes negociantes y se incluyen en los contratos de compra venta internacional y facturas comerciales”. (parr. 8)

Incoterms 2010

Incoterms 2010											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FCA	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FAS	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FOB	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CPT	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIP	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CFR	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIF	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAT	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAP	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DDP	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

● Vendedor ● Comprador ● Vendedor / Comprador

La descripción de los Incoterms se describe a continuación:

EXW = EX FÁBRICA Significa que la única responsabilidad del vendedor, es poner su mercancía a disposición del comprador en su propio local.

FCA = FRANCO EN EL MEDIO DE TRANSPORTE El vendedor debe entregar la mercancía lista para su exportación al transportista en el lugar indicado en las condiciones de embarque.

FAS = FRANCO AL COSTADO DE LA NAVE El vendedor se hace responsable de colocar la mercancía al costado de la nave en el muelle o en las barcasas, en el lugar indicado en la cotización.

FOB = FRANCO A BORDO Cuando el vendedor se responsabiliza de colocar la mercancía a bordo de una nave en el puerto indicado en el contrato de venta.

CFR = COSTO Y FLETE El vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado.

CIF = COSTO, SEGURO Y FLETE Es un término similar al CFR, pero en este caso, el vendedor también debe contratar un seguro marítimo para la mercancía del comprador.

CPT = TRANSPORTE PAGADO HASTA Es un término equivalente al CFR, pero que se utiliza para el transporte que no sea marítimo.

CIP = TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA Es un término equivalente a CIF, se utiliza para cualquier medio de transporte.

DAT = ENTREGADO EN TERMINAL: (Entregado en Terminal). Se refiere a la entrega en el puerto de destino, después de descargado. La Terminal puede ser aérea, marítima o terrestre. Puede utilizarse con independencia del modo de transporte seleccionado y también cuando se emplea más de un modo de transporte.

DAP = ENTREGADO EN UN LUGAR/PUNTO): Sirve para todo tipo de transportes. Significa que el vendedor entrega la mercancía cuando se pone a disposición del comprador sobre los medios de transporte utilizados y lista para ser descargada en el lugar de destino determinado.

DDP = ENTREGADO CON LOS DERECHOS ADUANEROS PAGADOS Significa que el vendedor se hace cargo de todo, incluyendo los procedimientos necesarios para el despacho de la mercancía y el pago de los derechos aduaneros. (Servicio Nacional de Aduanas parr. 2-7)

NOTA.- El INCOTERMS más utilizados por Ecuador, Canadá, Francia e Italia para las exportaciones es FOB e importaciones CIF.

3.8.4. Análisis de la Oferta

3.8.4.1. El Producto

Los artículos que vamos a considerar para el estudio de mercado son artesanías tejidos a mano (sacos, gorras, bolsos etc.), artículos de madera (artículos religiosos, decorativos, etc.), bordados (juegos de comedor, camisas, etc.). Artesanías para todos los gustos tanto de dama, caballeros y niños una amplia gama así como también la facilidad de acceder a cualquier diseño, color, talla, de acuerdo al gusto del cliente, con materia prima de calidad, de esta

forma satisfacer las necesidades y la demanda presentada en los diferentes países.

3.8.4.2. Características de las Artesanías

Ecuador es un país de mucha diversidad, por lo que cuenta con innumerables productos artesanales que identifica a cada una de sus ciudades y se revela la habilidad con la que cuenta cada artesano para plasmar su imaginación y creatividad en los artículos los mismos que son difundidos a nivel nacional e internacional entre estos tenemos:

- **Artesanías tejidas a mano**

Son artesanías elaboradas por los habitantes de diferentes ciudades tanto de la provincia de Carchi como también de la provincia de Imbabura entre estas: Otavalo, Mira y Montufar.

Anteriormente se incluían en los diseños figuras exclusivas incaicas , sin embargo dependiendo de la demanda del producto los artesanos están prestos a diseñar modelos modernos con otras figuras según sea el requerimiento del cliente mismo que pueden incluir diseños de flores, personajes reconocidos dentro y fuera de la localidad , banderas de otros países , entre otros.

- **Bordados**

Los bordados son técnicas tradicionales de las etnias de Ecuador, es muy fácil observar a las mujeres del sector de Imbabura específicamente en Zuleta y sus alrededores bordando camisas, juego de comedor entre otros, artesanías que llaman la atención por sus elaboración a mano.

- **Artesanías de Madera**

En general, toda la población, hombres, mujeres y niños son artesanos dedicados a la elaboración de artículos en madera. El material más utilizado para la elaboración de estos artículos es el nogal ya que es fácil de trabajarlo, muy durable y no se deforma; además se trabaja en naranjillo, cedro y laurel. A las maderas duras se las pone en reposo para depurarles y darles forma. El

lugar desde donde de proveer la madera a los artesanos es la población Intag, cercana a San Antonio de Ibarra.

- **Arcilla**

Son artesanías elaboradas por los habitantes de diferentes ciudades como de la provincia de Carchi como de la provincia de Imbabura

Anteriormente se incluían en los diseños figuras exclusivas, los ceramistas dieron forma a los objetos mediante diversas técnicas de elaboración y decoración de pieza de barro, sin embargo dependiendo de la demanda del producto los artesanos están prestos a diseñar modelos modernos con otras figuras según sea el requerimiento del cliente.

Tabla N° 44

Asociaciones productoras de artesanías identificadas en la provincia de Carchi

PROVINCIA DE CARCHI				
CANTÓN	ARTESANÍA	PRODUCTO	ASOCIACIÓN	NUMERO DE INTEGRANTES
TULCÁN	Tejeduría en fibras naturales	Bolsos de yute Sandalias en yute	Refugiados Nueva Vida	24
MIRA	Objeto de Arcilla	Vasijas Cofres Mascara servilleteros Platos Bomboneras Maseteros Cucharones Muñecas	Raíces Negras	16
	Objeto de Arcilla	Ceniceros Collares Jarrones y platos	Gaen	25

	Tejeduría en fibras naturales	Sacos de lana de oveja Ponchos Bufandas Gorras	Mirarte Encantado	20
MONTUFAR	Objeto de Arcilla	Replicas Pasto	Ceramistas del Carchi	15
	Tejeduría en fibras naturales	Ponchos Sacos Bufandas Tapetes Guantes Gorras	Tusa Gabal	25
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Tabla N° 45

Asociaciones productoras de artesanías identificadas en la provincia de Imbabura

PROVINCIA DE IMBABURA				
CANTÓN	ARTESANÍA	PRODUCTO	ASOCIACIÓN	NUMERO DE INTEGRANTES
IBARRA	Madera	Decorativos Religiosos	Asociación de Artesanos de madera de San Antonio de Ibarra	174
	Madera	Decorativos Religiosos	Raymi	101
	Madera	Decorativos Religiosos	Productores directos de San Antonio de Ibarra	60
	Bordados	Juegos de Comedor Camisas	Bordadora de Zuleta	49

OTAVALO	Tejeduría en fibras naturales	Ponchos Sacos Bufandas Gorras	UNAIMCO Unión De artesanos indígenas del mercado centenario de Otavalo	3500
Elaborado por. Las Autoras del Proyecto				

Análisis

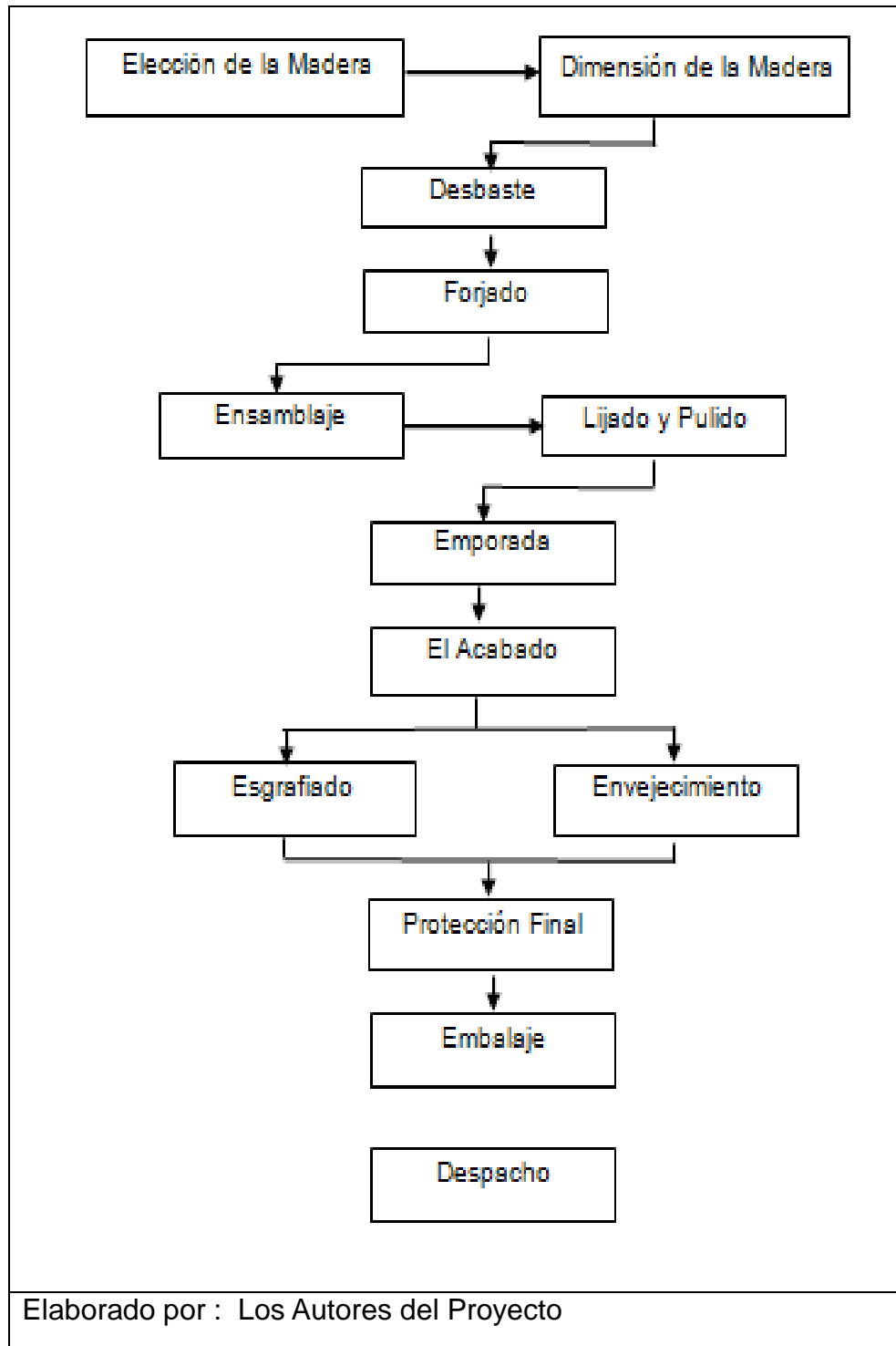
En el desarrollo de la investigación realizado en la Provincia de Cachi e Imbabura identificamos centros artesanales legalmente constituidos dedicados a la elaboración de diferentes artículos entre estos: cerámica, bordados, tejido en lana, madera, y otras manualidades.

Las cuales se han visto limitadas a la escasa materia prima existente, como poca producción, insuficiente capacitación recibida, dando lugar a que las artesanías de nuestro país se limiten a cubrir la demanda nacional.

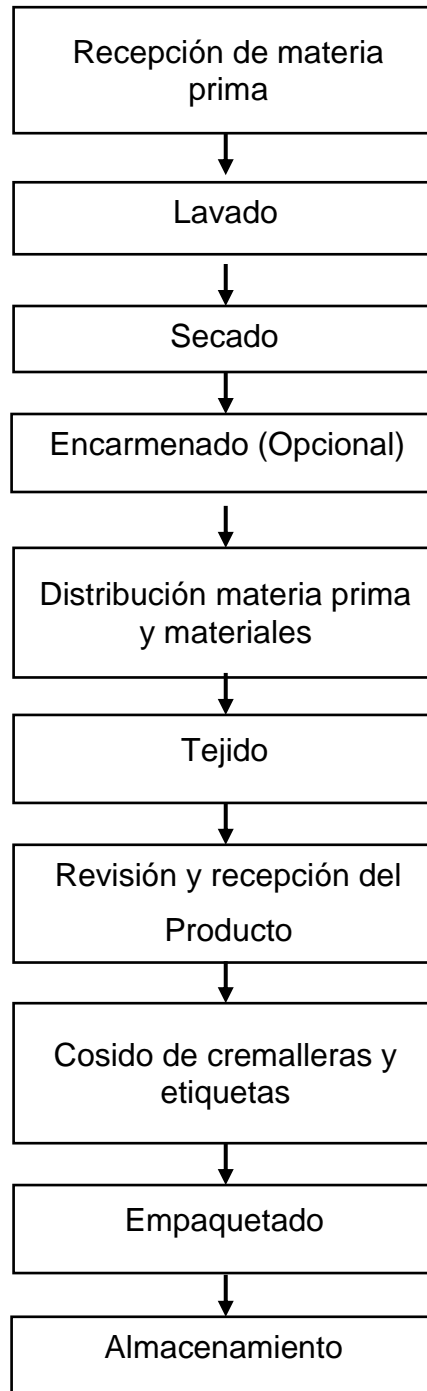
Cabe resaltar que las asociaciones de mayor oportunidad de comercialización en los mercados de Canadá, Francia e Italia son las artesanías de madera y tejidos en lana, debido a que día a día se han venido fortaleciendo para ofertar artesanías de calidad, volumen de exportación entre otros, según José Lema presidente de la Asociación “UNAIMCO”

3.8.4.3. Flujo de Proceso de Producción de la Madera y tejidos en lana

Flujo de Proceso de Producción de la Madera



Flujo de Proceso de Producción de los Tejidos



3.8.4.4. Características y Composición de las Artesanías en madera y tejidos en lana

Madera

En general los atributos que tienen las maderas de diferentes especies se agrupan en:

- Características generales que se relacionan con aspectos estéticos y de su estructura anatómica, denominándolas características organolépticas de la madera: color, veteado, textura.
- Propiedades de la madera, se refieren a propiedades físico mecánicas que ellas poseen: peso, resistencia, comportamiento en el secado, preservación, durabilidad natural y trabajabilidad.

En base a las diferentes características y propiedades de la madera, se toma la decisión de uso de éstas. Especial importancia tiene este aspecto en la construcción de viviendas y edificios, muebles, artesanías, entre otros. (Aguilar, 2012, parr. 1)

Tabla N° 46

Fibras Naturales Tejidos a mano

FIBRAS NATURALES				
FIBRAS DE ORIGEN ANIMAL				
FIBRA	CARACTERÍSTICAS Y NATURALEZA	USO	VENTAJAS	INCONVENIENTES
LANA	La lana es el pelo de la oveja. La finura y el rizado de la lana determinan su apariencia, conservación al calor, tacto y elasticidad. Según la raza y edad: - Virgen: se obtiene del animal vivo y procede del esquila. - Lamswool: se obtiene de los corderos. - Merina: de ovejas de pura raza.	Textil	Buen aislante térmico, buena estabilidad dimensional. Gran poder absorbente y gran capacidad de recuperación.	Encoge si se lava a demasiada temperatura. Tiende a apelmazarse, amarillea y se apolilla si no se trata debidamente.
Fuente: http://www.sc.ehu.es/iawfemaf/archivos/materia/industrial/libro11b.pdf				

Tabla N° 47
Sacos de Lana

TALLA	PESO gr.	COMPOSICIÓN
SAMALL	910	100% Lana
MEDIUM	1.021	100% Lana
LARGE	1.077	100% Lana
X-LARGE	1.134	100% Lana
Elaborado por: Los Autores del Proyecto		

Tabla N° 48
Gorras

TALLA	PESO gr.	COMPOSICIÓN
ÚNICA	100	100% Lana
Elaborado por: Los Autores del Proyecto		

3.8.4.5. Clasificación arancelaria de las artesanías

Tabla N° 49
Clasificación arancelaria de las artesanías

ARTESANÍAS	TIPOS	PARTIDA ARANCELARIA
ARTÍCULOS EN MADERA	Religiosos Y Decorativos	4420.10 Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería - Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera
ARTÍCULOS TEJIDAS MANO A	Sacos	6110.11 Materiales textiles y sus manufacturas - Suéteres de lana

	Gorras	6110.11 Materiales textiles y sus manufacturas - De lana
--	---------------	--

3.8.4.6 Envase, Embalado y Rotulado Canadá, Francia e Italia

Canadá

Con respecto a la norma técnica exigida sobre empaque, embalaje y etiquetado, se menciona en la Guía Comercial de Canadá, Jara (2010) los apartados:

Requisitos generales de etiquetado: Toda la información en las etiquetas de los alimentos debe ser verídica, sin que induzca a confusión o a engaño, y la información requerida debe tener las siguientes características:

- Ser de fácil lectura y de manera clara y destacada (con un tipo de altura de letra mínima recomendada de 1,6 mm (1/16 pulgadas), basado en la letra "o" minúscula, a menos que se especifique lo contrario), y
- Estar en cualquier panel, salvo en la parte inferior, a excepción de la información requerida que debe aparecer obligatoriamente en el panel principal. (pag.34)

Los alimentos que requieren una etiqueta: Todos los productos envasados requieren una etiqueta con las siguientes excepciones:

- Unidades individuales de pequeño tamaño, como caramelo o chicle, se venden por separado,
- Frutas y verduras frescas atadas con una banda o similar inferior a 12,7 mm de ancho. (parr. 2)

Requerimientos de idioma: Toda la información obligatoria en las etiquetas de los alimentos debe figurar en las dos lenguas oficiales, es decir, francés e inglés, con una excepción:

- La identidad y sede social de la persona o empresa que manufactura, procesa o envasa el producto para su venta, pueden ser en inglés o francés indistintamente. (parr. 3)

Nombre común: El nombre común de un alimento es:

- El nombre preestablecido por el FDR, por ejemplo, "Orange juice from concentrate" (jugo de naranja concentrado), "60% wholewheat bread" (pan con 60% de harina de trigo), "Milk chocolate" (leche chocolatada), etc.
- El nombre prescrito por cualquier otra regulación federal, por ejemplo, mixed vegetables (mezcla de verduras), break fast sausage (salchichas de desayuno), etc.
- Cuando no está impuesta por ninguna reglamentación el nombre con el que comúnmente se conoce el alimento, por ejemplo, orange drink (bebida de naranja), vanilla cookies (galletas de vainilla), etc. (pag. 35)

Cantidad neta: La declaración de cantidad neta debe estar impresa en letras con un cuerpo no inferior a 1.6 mm medido en la letra "o" minúscula, es

obligatorio para toda la información en la declaración de cantidad neta (...) (parr. 5)

Nombre y Dirección. El nombre y la dirección de la empresa importadora del producto debe ser declarada en cualquier parte de la etiqueta, excepto la parte inferior, deber estar impresa en letras con una altura no inferior a 1.6 mm, sobre la base de la letra minúscula "o", en francés o en Inglés. La dirección debe ser lo suficientemente completa para la entrega postal en un plazo razonable.

Cuando un producto para su venta a los consumidores ha sido totalmente producido o fabricado fuera de Canadá, y la etiqueta lleva el nombre y la dirección de un distribuidor canadiense, los términos "importedby / Importé par" o "importedfor / Importé pour" debe preceder esta dirección, a menos que el origen geográfico del producto sea colocado adyacente al nombre y la dirección de Canadá. (pag. 37)

Francia

Con respecto a la norma técnica exigida sobre empaque, embalaje y etiquetado, se menciona en la Guía Comercial de Francia, Escudero (2010) los apartados:

Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Francia es bastante exigente en lo que a etiquetado se refiere. De acuerdo con la Ley de Toulon de 1994, todas las presentaciones y toda la información deben estar en francés. Todas las abreviaciones o expresiones extranjeras deben haber sido validadas por las normas francesas. La etiqueta debe mencionar el nombre del producto, la marca, la composición, los consejos de uso, la fecha de fabricación y de expiración, el origen del producto, el nombre y la dirección del exportador, el precio, las especificaciones del producto, las normas y el código de barras.(pag 43)

El Código de Consumo es el que regula los alimentos pre-empacados. Para estos productos, el fabricante debe mencionar, en el empaque, el nombre del producto, los ingredientes y la cantidad utilizada, el peso neto, el nombre del empacador, la fecha límite de consumo, el origen del producto, (...) (parr.4)

Empaque, embalaje y etiquetado:

La Directiva EC/013/2000 define los requisitos de etiquetado establecidos por los estados miembros de la UE. Esta directiva exige que los productos presenten un etiquetado general. Adicionalmente, la UE estableció regulaciones específicas según el tipo de producto y por producto específico. (parr.5)

La información del etiquetado general se debe presentar en un idioma comprendido por los consumidores (francés en este caso), esto es de forma práctica en el idioma oficial del estado miembro en el que se va a vender el producto. La legislación establece la posibilidad de incluir múltiples idiomas para que el producto pueda ser comercializado en diferentes países. En lo que a las unidades se refiere se debe utilizar el sistema métrico internacional. (parr.6)

Los aspectos por considerar en el etiquetado general son los siguientes:

- Nombre con el que se vende el producto

- Lista completa de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad presente del producto
- La cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes
- La cantidad neta del contenido (peso, volumen)
- La fecha de vencimiento
- El nombre del fabricante, envasador o distribuidor
- Las instrucciones de uso y almacenaje
- La identificación del lote
- El país de origen (parr.7)

Italia

Con respecto a la norma técnica exigida sobre empaque, embalaje y etiquetado, se menciona en la Guía Comercial de Italia, Cárdenas (2010) los apartados:

Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Los acuerdos mundiales sobre empaques, envases y embalajes tienen un referente común: la norma verde europea. Otros de los códigos normativos y que son aplicables: (pag.37)

Norma ISO 3394: rige las dimensiones modulares de las cajas, pallets y plataformas paletizadas. (...). Norma ISO 780 y 7000: contiene las instrucciones de manejo, advertencia y símbolos pictóricos. Norma NIMF N.º 15 de 2003: diseñada por la Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, en Roma, señala las directrices para reglamentar las medidas fitosanitarias del embalaje de madera para exportaciones. (...) (parr.5-8)

En Italia el empaque en madera debe estar conforme a las normas ISPM 15 y los empaques de paja están prohibidos. (...)

De igual manera, la Unión Europea ha determinado que ciertos productos sean vendidos en cantidades estándares. El concepto directivos 80/232/EC provee rangos de cantidades, capacidades y volúmenes para los productos sujetos a esta regulación.

Etiquetado

Ciertos productos deben estar etiquetados para mostrar la composición, el nombre y la dirección del productor. Los siguientes artículos están sujetos a regulaciones de etiquetado: limas, cemento agentes similares, pianos, pianos automáticos, armónicas e instrumentos similares, termómetros clínicos, cosméticos y otros.

La información de las etiquetas de todos los productos importados debe estar en unidades métricas. (...)

Los requisitos básicos de etiquetado en Italia son:

- Nombre del producto (condición física o tratamiento especial).
- Nombre y dirección del productor/vendedor/importador en italiano.
- País de origen.
- Ingredientes en orden descendente de peso.
- Peso y volumen en unidades métricas.
- Aditivos por nombre de categoría.
- Condiciones especiales de almacenamiento.
- Fecha de vencimiento.
- Instrucciones especiales de preparación.

Productos Textiles

Para el caso de los productos textiles, el etiquetado debe contener la siguiente información:

- Contenido de las fibras (nombre genérico), como porcentaje del peso total (en inglés o italiano)
- País de producción Instrucciones de cuidado del producto.

Existen otras regulaciones referentes al mercado para el caso de materiales de acero, tijeras, rasuradoras, equipos de laboratorio y quipos médicos y relojes.

3.8.4.7. Volumen de Oferta de artesanías de Madera

Tabla N° 50

Capacidad de Producción De Cada Socio

DESCRIPCIÓN	Unidad de medida	CANTIDAD	
		Artículos Decorativos	Artículos Religiosos
		70%	30%
Socios	De 355 socios 67 son activos	47	20
Madera	1 Bloque	64	16
	3 bloques	192	48
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Análisis

Para determinar el volumen de la oferta exportable de artesanías en madera se considero la capacidad de producción de cada uno de los socio, para lo cual fue necesario identificar socios activos de las asociaciones, dándonos como resultado que de 355 socios 67 se encuentran involucrados con la actividad de la asociación mientras que los 288 socios trabajan independientemente para abastecer el mercado local.

Obteniendo una producción de:

Tabla N° 51

Capacidad de Producción de la Asociación

ARTÍCULOS	PRODUCCIÓN		
	Semanal	Mensual	Anual
Decorativos	2256	9024	10828
Religiosos	240	960	11520
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Esto debido a que cada artesano elabora 48 artículos religiosos y 192 decorativos al mes.

Cabe resaltar que la capacidad máxima del proyecto es mucho más amplia a la de la producción actual esto debido a que todos los socios no están involucrados con la actividad artesanal de la asociación.

Tabla N° 52

Capacidad máxima de Producción de la Asociación para los 5 años próximos

AÑO	DECORATIVOS	RELIGIOSOS
2013	324864	34560
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

3.8.4.8. Volumen de Oferta de artesanías Tejidas en Lana

Tabla N° 53

Capacidad de Producción de cada socio

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	
		Artículos Sacos	Artículos Gorras
		70%	30%
Socios	De 3545 socios 112 son activos	78	34
LANA	1 Kilogramo	1	10
	15 Kilogramos	15	150
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Análisis

Para determinar el volumen de la oferta exportable de artesanías tejidas a mano se considero la capacidad de producción de cada uno de los socios, para lo cual fue necesario identificar socios activos de las asociaciones, dándonos como resultado que de 3545 socios 112 se encuentran involucrados con la actividad de la asociación mientras que el resto de socios trabajan independientemente para abastecer el mercado local.

Obteniendo una producción de

Tabla N° 54

Capacidad de Producción de la Asociación

ARTÍCULOS	PRODUCCIÓN		
	Semanal	Mensual	Anual
Sacos	293	1170	14040
Gorras	1275	5100	61200
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Esto debido a que cada artesano elabora 48 artículos religiosos y 192 decorativos al mes.

Cabe resaltar que la capacidad máxima del proyecto es mucho más amplia a la de la producción actual esto debido a que todos los socios no están involucrados con la actividad artesanal de la asociación.

Tabla N° 55

Capacidad máxima de Producción de la Asociación para los 5 años próximos

AÑO	SACOS	GORRAS
2013	42120	183600
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

3.8.4.9. FODA Oferta

Tabla N° 56

FODA Oferta

ARTESANÍAS MADERA

ASPECTO SITUACIONAL	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p><u>Recursos Humanos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Existe organizaciones dispuestas a brindar apoyo a la actividad artesanal -Artesanos altamente innovadores y emprendedores <p><u>Calidad del Producto</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Productos hechos a mano (garantía de exclusividad) -Diversidad de artesanías elaboradas para diferentes extractos sociales -Diversidad de materia prima para la 	<p><u>Recursos Humanos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Generación de fuentes de empleo a nuevos artesanos <p><u>Recursos Financieros</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Apoyo de instituciones financieras (públicas y privadas) a emprendimientos productivos artesanales <p><u>Calidad del Producto</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Productos altamente valorados a nivel local nacional e internacional puesto que las artesanías adoptan a sus productos

I N T E R N O	<p>elaboración de artesanías</p> <p><u>Comercialización</u></p> <p>-Existencia de tiendas artesanales que posibilitan la comercialización de los productos.</p>	<p>tradicionales nueva tendencias de gusto internacional</p> <p><u>Comercialización</u></p> <p>-Las ventas a través del internet, contribuyen a la expansión de la empresa hacia un mercado global</p> <p>-Apoyo gubernamental a los artesanos a través de ferias de promoción de los productos a nivel nacional e internacional</p> <p>-Existencia de mercados internacionales</p> <p>-El libre comercio entre los países miembros de los acuerdos como los de la CAN, ALADI, UE EEUU.</p> <p>-Mercados internacionales con alto poder adquisitivo</p>	E X T E R N O
	DEBILIDADES	AMENAZAS	
	<p><u>Recursos Humanos</u></p> <p>-Escasa asociatividad en la producción y comercialización de artesanías</p> <p><u>Recursos Financieros</u></p> <p>-Los ingresos solo cubren las necesidades básicas</p> <p>-El tiempo de elaboración y la cantidad producida, frente al precio de venta no representa mayor utilidad</p> <p><u>Calidad del Producto</u></p> <p>-Manejo no técnico de la materia prima</p> <p>-Requiere de procesos complejos</p> <p>-Falta de una marca regional de los productores artesanales</p> <p><u>Comercialización</u></p> <p>-Comercialización a través de</p>	<p><u>Recursos Humanos</u></p> <p>-La mano de obra existente puede dedicarse a otras actividades diferentes a la artesanal</p> <p><u>Recursos Financieros</u></p> <p>-Muchos requisitos y garantías</p> <p><u>Calidad del Producto</u></p> <p>-Alta competitividad en calidad y costos</p> <p>-Escases de materia prima</p> <p>-Pérdida de Imagen del sector por falta de preparación adecuada de la materia prima.</p> <p>-Imitación de las artesanías de madera por otros productores en otros países</p> <p>-La implementación de políticas de protección medio ambiental, provoca</p>	

	intermediarios en un % representativo. -Desconocimiento del marco legal	escases de materia prima. <u>Comercialización</u> -Competencia de países con mayor identidad cultural -Presencia en el mercado nacional e internacional de gran cantidad de productos sustitutos. -Inestabilidad económica del Ecuador	
Elaborado por: Autores			

ARTESANÍAS TEJIDOS A MANO

ASPECTO SITUACIONAL			
I N T E R	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	E X T E R
	<u>Recursos Humanos</u> -Existe organizaciones dispuestas a brindar apoyo a la actividad artesanal -Artesanos altamente innovadores y emprendedores -La característica de la producción hace que participe toda la familia <u>Calidad del Producto</u> -Productos hechos a mano -Diversidad de tejidos en lana y bordados para diferentes extractos sociales -No requiere de un proceso complejo <u>Comercialización</u> -Existencia de tiendas artesanales que posibilitan la comercialización de los productos.	<u>Recursos Humanos</u> -Generación de fuentes de empleo a nuevos artesanos <u>Recursos Financieros</u> -Apoyo de instituciones financieras (públicas y privadas) a emprendimientos productivos artesanales <u>Calidad del Producto</u> -Productos altamente valorados a nivel local nacional e internacional puesto que las artesanías adoptan a sus productos tradicionales nueva tendencias de gusto internacional <u>Comercialización</u> -Las ventas a través del internet, contribuyen a la expansión de la empresa hacia un mercado global -Apoyo gubernamental a los artesanos a través de ferias de promoción de los productos. -Existencia de mercados internacionales	

N O		<p>-El libre comercio entre los países miembros de los acuerdos como los de la CAN, ALADI, UE EEUU.</p> <p>-Mercados internacionales con alto poder adquisitivo.</p>	N O
	DEBILIDADES	AMENAZAS	
	<p><u>Recursos Humanos</u></p> <p>-Escasa asociatividad en la producción y comercialización de artesanías</p> <p>-Los ingresos solo cubren las necesidades básicas</p> <p>-Uso de técnicas poco eficientes en relación al tiempo y facilidad de producción</p> <p><u>Recursos Financieros</u></p> <p>-Los ingresos solo cubren las necesidades básicas</p> <p>-El tiempo de elaboración y la cantidad producida, frente al precio de venta no representa mayor utilidad</p> <p><u>Calidad del Producto</u></p> <p>-Manejo no técnico de la materia prima</p> <p>-Falta de una marca regional de los productores artesanales</p> <p>-Escases de materia prima</p> <p><u>Comercialización</u></p> <p>-Alto % de comercialización a través de intermediarios</p>	<p><u>Recursos Humanos</u></p> <p>-La mano de obra existente puede dedicarse a otras actividades diferentes a la artesanal</p> <p><u>Recursos Financieros</u></p> <p>-Muchos requisitos</p> <p><u>Calidad del Producto</u></p> <p>-Competitividad de la calidad y costos de producción</p> <p>-Importación de la materia prima</p> <p><u>Comercialización</u></p> <p>-Desconocimiento del marco legal</p> <p>-Países con mayor identidad cultural</p> <p>-Gran cantidad de productos sustitutos existentes en el mercado</p> <p>-Inestabilidad económica del Ecuador</p>	
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Al término de la fase de investigación de campo, tabulación de los datos y análisis de los resultados se puede concluir que:

- Los principales productores de artesanías de la provincia de Imbabura se localizan en los cantones de Ibarra (San Antonio, Zuleta y la Esperanza) y Otavalo (Iluman Peguche,), generando fuentes de empleo especialmente a los habitantes del sector rural, y de la Provincia de Carchi en el Cantón Montufar y Mira.
- Las artesanías que más sobresalen en la provincia de Imbabura y Carchi con características de exportación son los tejidos a mano y artesanías en madera lo cual son reconocidas por su calidad y diseños a nivel nacional e internacional, además cuenta con una diversidad de materia prima para la elaboración de estos productos.
- Los artesanos de la provincia de Imbabura, la mayor parte son productores debido a que la población por tradición se dedica a esta actividad artesanal, siendo un porcentaje muy reducido que también se dedica a la comercialización nacional o internacional.
- En el sector artesanal de la Provincia de Imbabura y Carchi se determinó que la mayor parte de los artesanos no pertenece a ninguna asociación, debido a la falta de capacitación organizativa y empresarial.
- En la provincia de Imbabura se producen grandes cantidades de tejidos elaborados a mano (sacos y gorras), que tienen calidad de exportación, por su confección, diseño, materia prima y precio competitivo. Además esta actividad es una fuente generadora de empleo para un alto porcentaje de mujeres ubicadas en el sector rural de los cantones de la Provincia de Imbabura. Su producción obedece a la demanda internacional debido a que son requeridas por situaciones de temporada climática especialmente en los países europeos y Canadá.

- Dentro de las artesanías de madera tenemos las esculturas tradicionales y el arte religioso, que se encuentran en constante innovación lo cual llama la atención de propios y extraños con una oferta diversificada de artesanías elaboradas para diferentes extractos sociales. Estas artesanías cumplen con las características de exportación no por el volumen sino por el diseño y calidad de su trabajo artesanal especialmente las artesanías religiosas que tienen una acogida importante en los mercados nacionales e internacional y sus precios son altamente competitivos.
- La mayor parte del sector artesanal no recibe ayuda financiera ni del sector público ni del sector privado, debido a la falta de conocimiento de los programas de incentivo que el gobierno está ofertando al sector artesanal sumada a un comportamiento irresponsable por parte del sector privado.
- Las artesanías producidas y comercializadas en la provincia de Imbabura y Carchi se caracterizan por contar con diseños originales que constantemente se encuentran siendo innovados, aspecto que el consumidor final valora, y le permite tener accesibilidad a mercados nacionales e internacionales.
- Mediante la investigación realizada se determinó que la mayor parte de artesanías que se producen en los cantones de Ibarra y Otavalo se comercializa en el mercado local debido a que los sitios de producción se han transformado en sectores de afluencia turística nacional e internacional.
- Mediante la investigación realizada podemos concluir que los países a los que más se exportan las artesanías de la provincia de Imbabura es a Estados Unidos, España, Canadá, Francia e Italia.
- En conclusión la mayor parte de las artesanías se comercializan a Diario por parte de los productores a los almacenistas locales o a los intermediarios, debido a que en el cantón Ibarra y Otavalo se encuentran a disposición para el público en almacenes, y ferias lo cual le permite al consumidor adquirir los artículos a diario.

- En la provincia de Imbabura por ser un sector reconocido por la actividad artesanal existe un considerable porcentaje de familias dedicadas a la producción de artesanías que cuenta con un almacén propio para comercializar los artículos que producen.
- Los tejidos de lana y bordados dejan una rentabilidad reducida transformándose en una economía solidaria debido a la participación integral de la familia que sumados sus ingresos permiten contribuir con las necesidades básicas del hogar.
- Referente a las artesanías en madera por ser un arte considerado de atracción turística y convicción religiosa con imagen nacional e internacional precedente la utilidad que arroja esta inversión es sumamente importante con los productores que han logrado comercializar a nivel nacional e internacional no así con los productores que son proveedores de los almacenes locales quienes su rentabilidad es limitada y apenas avanza a cubrir sus necesidades básicas.
- Existen talleres de artesanías con capacidad instalada que no se encuentra utilizadas en su totalidad así como también existen personas que han sido capacitadas y conocen de como producir artesanías y que actualmente están desarrollando otras actividades debido a la poca demanda que han tenido estos sectores, esto nos permite concluir que de incrementarse la demanda a nivel nacional e internacional automáticamente se incorporaría este talento humano y esta infraestructura de producción a cumplir con la oferta exportable requerida por los clientes demandantes.
- Se determinó que en la producción de las artesanías elaboradas en la provincia de Imbabura existe variedad en diseños, un trabajo técnico con materias primas que garantizan la calidad de los productos terminados el mismo que cumple con los requerimientos de los mercados Internacionales, a precios altamente competitivos.
- En las artesanías donde la materia prima es la madera en la actualidad existe un problema con la política pública debido a que existe prohibición de la tala de árboles, limitando la adquisición de materia prima además de sufrir

un incremento considerable del precio debido a los escasos en el mercado normal.

- La inversión para la adquisición de materiales e insumos necesarios para la elaboración de artesanías el rango es de 300 - 499,99 dólares esto depende directamente del artículo, calidad, tamaño y ventas que se realice mensualmente ya que son valores de mucha variabilidad.
- En el sector artesanal de la provincia de Imbabura se determinó que existe una alta competencia entre productores y comercializadores locales situación que afecta al precio de las artesanías sin embargo obliga al artesano a crear nuevos diseños que le permita marcar diferencia con la competencia y sean altamente valorados a nivel local nacional e internacional.
- Se determinó que el porcentaje de asociatividad del sector artesanal es reducido, situación que no les permite abaratar costos de producción y conseguir mercados alternativos.

4.2. Recomendaciones

- Rediseñar la misión visión y políticas de las dos asociaciones para direccionar el proceso de comercializar las artesanías a los países de Canadá Francia e Italia.
- Firmar convenios de cooperación interinstitucional con organismos estatales como MIPRO, MCPEC, Turismo y otros como las empresas privadas para fortalecer los procesos de posicionamiento en los mercados internacionales.
- Crear un centro de diseño e innovación en la confección de artesanías a lo interno de las asociaciones.
- Crear un departamento especializado de marketing y ventas para mantener e incrementar las ventas a través de las diferentes canales de distribución.

V. PROPUESTA

5.1. TÍTULO.

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de artesanías producidas en Carchi e Imbabura, que permita atender parte de la demanda existente en Canadá, Francia e Italia.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍA EN MADERA DE SAN ANTONIO DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 2006 – 2015”

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto de Factibilidad para la Elaboración y Exportación de Artesanías en madera de San Antonio de Ibarra hacia el mercado estadounidense, durante los años 2006 – 2015, procurando obtener la mayor rentabilidad económica y social.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la situación real del sector artesanal de San Antonio de Ibarra.
- Elaborar un estudio de mercado para vender nuestros productos en los Estados Unidos.
- Determinar el volumen de producción, costos y precios del proyecto.
- Determinar el envase y embalaje más apropiado para el producto.
- Realizar la evaluación económica, social y ecológica del proyecto.
- Proponer los términos de negociación y las condiciones de exportación más apropiadas para el proyecto.

CONCLUSIONES

- La exportación de artesanías en madera de San Antonio de Ibarra es muy importante, no sólo en términos económicos, para el progreso de la nación, sino para el bienestar social de las familias de los artesanos.
- En este proyecto se tiene como mercado meta a Estados Unidos, el cual tiene ventajas y desventajas, hablar de desventajas reuniría aspectos como la ubicación lejana del país demandante frente al país ofertante. Igualmente podemos señalar ventajas de dicho mercado, una de ellas es el alto nivel económico que tiene dicho país, con un ingreso per cápita muy considerable, el cual permite que haya una mayor cantidad demandada por parte de sus habitantes, otro aspecto muy importante son las preferencias que otorga este país a Ecuador.
- Las Artesanías Talladas en Madera son muy atractivas en el mercado de Estados Unidos por ser un producto netamente artesanal, el cual se beneficia de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas – ATPDEA, pagando el 0% de arancel.

RECOMENDACIONES

- Que la Asociación de Artesanos que reside en San Antonio de Ibarra se preocupe más por la realización de Ferias Nacionales e Internacionales para incrementar las ventas de Artesanías Talladas en Madera con el fin de mejorar el nivel de vida de los habitantes de esta zona de la provincia de Imbabura.
- Una vez comprobada la rentabilidad de este proyecto, es conveniente que se ejecute ya que significa una inversión con beneficios tanto sociales como empresariales.
- Es de gran importancia que las exportaciones de cualquier tipo de producto cuente con el apoyo del Gobierno Nacional en aspectos tales como: tarifas arancelarias, convenios bilaterales, beneficios adicionales, entre otros; esto contribuiría a que las exportaciones sigan intensificándose.

- Propiciar estrategias de promoción, exhibición y comercialización a fin de impulsar su desarrollo, acorde con las exigencias del mercado nacional e internacional.
- Proveer y difundir información de la oferta y demanda de artesanías a los turistas nacionales y extranjeros.
- Que los artesanos se unan para vender y exportar en conjunto las artesanías a diversos mercados.

Autor: Vinueza Salazar Edison

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Ciudad: Quito

Fecha: 2006

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO SOCIO
ECONÓMICO DE LA UNIÓN DE ARTESANOS INDÍGENAS DEL MERCADO
CENTENARIO DE OTAVALO (UNAIMCO) Y FOMENTO DE SUS
EXPORTACIONES DE SACOS DE LANA A LOS ESTADOS UNIDOS 2004
2009”**

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Proyecto de Factibilidad con el propósito de lograr el Desarrollo Socio-

Económico de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (UNAIMCO) y fomentar sus exportaciones de sacos de lana a los Estados Unidos 2004- 2009.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar a través de un estudio de mercado la demanda insatisfecha de sacos de lana elaborados a mano de los Estados Unidos, como también la oferta exportable que posee la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo (UNAIMCO).

- Investigar los aspectos técnicos y legales a los que están sujetos los artesanos de la UNAIMCO, para incursionar en el mercado americano.
- Realizar un análisis económico, financiero y social sobre la incidencia que puede causar el proyecto.
- Recabar el apoyo financiero de organismos públicos y privados para impulsar las exportaciones de la UNAIMCO.
- Determinar la rentabilidad del proyecto.

CONCLUSIONES

- En Otavalo la artesanía tradicional se ha visto afectada por un sin número de factores entre los que están: los cambios en el contexto social en que los artesanos desarrollan sus actividades; la falta de competitividad de los productos artesanales frente a sus sustituidos industriales.
- El simple hecho de ser nuestro producto elaborado a mano, ha cautivado a turistas nacionales y extranjeros; así como también, ha tenido gran acogida en varios países del mundo y en especial en los Estados Unidos.
- Los Estados Unidos es un mercado muy atractivo para nuestro producto, ya que este por ser un producto netamente artesanal, se beneficia del Acuerdo de Preferencias Arancelarias Andinas, lo que nos permite ingresar al mercado con 0% de aranceles.
- La localización escogida (Parroquia el Jordán, Otavalo) es la más conveniente, debido a que no representa mayores costos por estar ubicado en punto céntrico de la ciudad, tanto por la cercanía a los mercados de abastecimiento de la materia prima y de la suficiente disponibilidad de mano de obra.
- El Sistema Financiero Nacional incentiva y apoya exportaciones de productos no tradicionales a través de la Corporación Financiera Nacional y esta a su vez mediante la banca privada. Las líneas de crédito que ofrece pueden ser: FOPINAR, Multisectorial, CREDIMICRO, Fomento Productivo Microproductor, Fomento Productivo, entre otras; con tasas de interés y

plazos preferenciales. Nuestro proyecto se financiará con la línea de crédito FOPINAR.

RECOMENDACIONES

- Esta investigación nos ha permitido conocer mejor las tradiciones artesanales, preservar y mantener su autenticidad, sin embargo, se podrá concretar esta tarea si al artesano se le brinda una adecuada asistencia técnica, ayuda para organizarse y buscar mercados para sus productos; de esta manera se podrá alcanzar un sitio digno en la sociedad.
- A los artesanos de la localidad que acudan a compartir los conocimientos, para que puedan aplicar las técnicas apropiadas y darnos la mano mutuamente sin ningún recelo pues las puertas de la UNAIMCO siempre estarán abiertas.
- A los socios de la UNAIMCO que sean ejemplo de valentía y trabajo sean la fortaleza para la unidad, progreso de nuestra ciudad y prestigio de nuestra institución.
- A los demás gremios y organizaciones artesanales, se recomienda fortalecer la unidad para defender nuestros derechos.
- Establecer un estándar de calidad que deberá mantener durante la vida útil del proyecto a fin de que nuestro producto no pierda competitividad en el mercado estadounidense.
- Establecer una administración eficiente y dinámica para obtener los mejores resultados y rendimientos, es decir, minimizar los costos y maximizar los ingresos.
- Es indispensable una mayor difusión de las líneas de crédito promovidas por la Corporación Financiera Nacional a través de la banca, para que un mayor número de microempresarios puedan acceder a estas.
- De acuerdo a los indicadores de rentabilidad con los que concluye el estudio y análisis del presente proyecto, se recomienda la ejecución y puesta en marcha del mismo, por el alto índice de beneficios que superó al costo de oportunidad del capital, la recuperación de inversión total a partir del quinto año. Esto hace que la ejecutabilidad del proyecto sea atractiva, de esta

forma se contribuye con el desarrollo del país, generando nuevas fuentes de trabajo, colaborando con el aparato productivo interno y siendo un serio competidor en el extranjero.

Autor: Narcisa Farinango Lita - Wilmer Vallejos Cazar

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Ciudad: Quito

Fecha: 2004

5.3. JUSTIFICACIÓN.

Frente a la problemática determinada en este estudio se complementa con ideas, técnicas y alternativas que bosquejan una serie de estrategias que permiten que la negociación comercial internacional, se desarrolle con éxito en todas sus fases y acuerdos que tienen que establecerse entre los proveedores de las artesanías en el Ecuador y los demandantes internacionales, para el cumplimiento de estos acuerdos se tiene que establecer claramente todos los requisitos mínimos indispensables que tienen relación inclusiva de la estructura organizacional de las asociaciones que deberán evidenciar hacia los clientes las fortalezas organizacionales y empresariales sólidas para ser de este proyecto comercial sostenible durante largo periodos de tiempo en este aspecto juega de vital importancia el poder de asociatividad interna y el apoyo que los estamentos gubernamentales den a estas asociaciones para que fortalezcan a su organización y creen imagen internacional.

El eje articulador de la negociación se encuentra en un plan logístico bien estructurado y elaborado con el detalle de cumplimiento del COPCI para evitar trabas e inconvenientes en el proceso de comercialización.

El mantenimiento de la negociación con los clientes internacionales depende en un alto porcentaje de las estrategias de posicionamiento que se va implementar

desde las asociaciones a través de las diferentes herramientas y técnicas del marketing, como producto, precio, plaza y promoción, debidamente monitoreado por los departamentos de ventas y marketing.

La correcta y legal negociación mediante el control de todos los factores económicos, jurídicos y políticos hace que los indicadores económicos del estudio de factibilidad se mantengan positivos brindando seguridad a todos los productores de las asociaciones artesanales de la provincia de Carchi e Imbabura.

5.4. OBJETIVO.

- Desarrollar un estudio técnico, plan logístico y análisis financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

5.5. ESTUDIO TÉCNICO DE ARTESANÍAS EN MADERA Y TEJIDOS EN LANA

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente. (Sapag y Sapag, 2008, pp. 24 – 25)

En el estudio se contempla aspectos técnicos operativos tales como: Localización de la empresa, insumos, maquinaria, proceso que se va a realizar, el personal necesario para llevar a cabo este proyecto, instalaciones, capacidad de producción estructura organizacional entre otros, necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio.

Cabe resaltar que el estudio técnico nos servirá como guía para lograr los objetivos propuestos en el proyecto.

5.5.1. Estudio Técnico de Artesanías en Madera

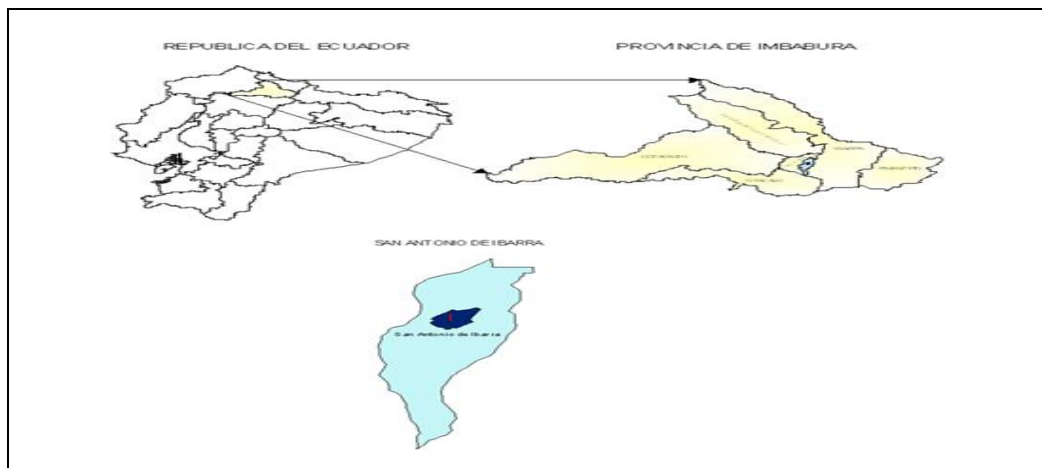
5.5.1.1. Localización

El estudio de La localización hace referencia a donde se ubicara el proyecto, Lugar óptimo para obtener mayor utilidad o una minimización de costos.

Para ello se debe considerar muchos aspectos entre los más principales:

- Existencia de infraestructura adecuada
- Los costos de transporte
- Disponibilidad de insumos y sus condiciones de precio
- Vías de acceso
- Costos de arriendo
- Proximidad al mercado
- Disponibilidad de servicios básicos
- Condiciones generales de vida, entre otros.

Ubicación Geográfica de San Antonio de Ibarra



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Antonio de Ibarra
Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Antonio de Ibarra

5.5.1.1.1. Macro localización

Generalmente en la macro localización se describe la zona o sector en general donde se ubica o ubicara el proyecto (empresa o negocio)

Tabla N° 57

Información General de San Antonio de Ibarra

Provincia	Imbabura
Capital provincial	Ibarra
Cantón	Ibarra
Población	13987 Habitantes
Superficie	29.07 Km
Moneda	Dólar Americano
Área telefónica	(Cód. País 593)06 Área
Altura	Entre 2040 Y 4620
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Antonio de Ibarra Elaborado por: Mauricio López	

5.5.1.1.2. Micro localización

Generalmente en el micro localización se detalla la ubicación exacta de la empresa o donde se va a situar la empresa para ello se debe realizar un análisis minucioso de la región seleccionada.

En este caso la Asociación se localiza en:

Tabla N° 58

Información General de la Asociación de San Antonio de Ibarra

Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Parroquia	San Antonio de Ibarra
Dirección	Calle 27 de Noviembre y García Moreno
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

5.5.1.2. Tamaño del Proyecto

“El tamaño de proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de una prestación de servicios durante la vigencia de un proyecto” (Miranda, 2005, p.119)

Actualmente la asociación de San Antonio de Ibarra cuenta 355 socios con de los cuales 67 se encuentran activos en la asociación y el porcentaje réstate trabaja de manera independiente.

De los socios activos el 70% realizan artículos decorativos mientras que el 30% realizan artículos religiosos.

5.5.1.3. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto

5.5.1.3.1. La demanda

La demanda es un factor importante para determina el tamaño de la empresa o proyecto puesto que si la demanda es ampliamente mayor al tamaño del proyecto por ende el proyecto es factible o viceversa si la demanda del proyecto es menor al tamaño de la empresa por ende deja de ser factible esto debido a que el riesgo sería demasiado alto. Es por ello que para la ejecución del proyecto lo primero que hay que considerar es la demanda insatisfecha factor determinante para que los inversionistas tomen las mejores decisiones.

5.5.1.3.2. Suministros e insumos

Para que la asociación de artesanos dedicados al tallado de madera de San Antonio de Ibarra pueda operar correctamente se debe de elaborar una planificación estratégica de abastecimiento de materias primas e insumos en la cantidad requerida por periodos y la calidad de los mismos para de esa manera satisfacer las necesidades de los clientes de una forma óptima.

Para ello la asociación debe tener habilidad de:

- Identificar proveedores,
- Solicitar cotizaciones a diferentes empresas para minimizar costos.
- Firmar acuerdos de compromiso para garantizar la disponibilidad de materias primas e insumos.

5.5.1.3.3. Tecnología y equipos

Este factor hace referencia a la disponibilidad de tecnología, maquinaria y equipos con la que cuenta la empresa para facilitar el proceso productivo

Cabe señalar que en el tallado de las artesanías en madera generalmente no se utiliza tecnología y equipos puestos que son artículos que se los elaboran manualmente con herramientas pequeñas

5.5.1.4. Financiamiento

Para la ejecución de un proyecto es sumamente importante contar con recursos financieros los cuales servirán para cubrir los requerimientos de la inversión. En el caso de no contar con este recurso los proyectos son considerables como no factibles.

Es por ello que la Asociación de San Antonio de Ibarra para la ejecución del proyecto necesita una inversión de:

Tabla N° 59

Inversión de Ejecución del Proyecto (Madera)

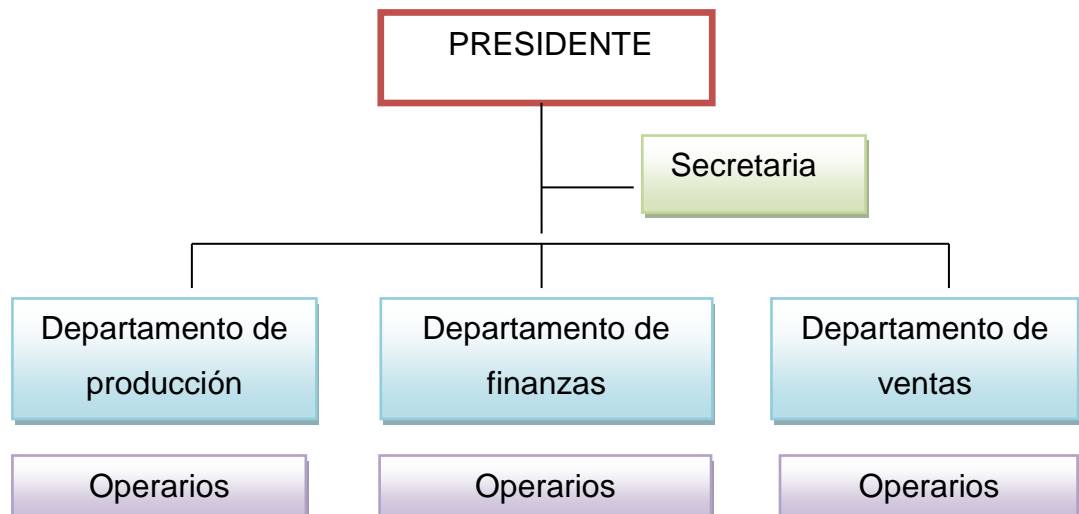
PAÍS	CON RECURSOS PROPIOS		INSTITUCIÓN FINANCIERA		TOTAL INVERSIÓN
Canadá	20%	73207.40	80%	292.829,62	366.037,02
Francia	20%	72.105,96	80%	288.423,82	360.529,78
Italia	20%	73.292,75	80%	293.171,00	366.463,75
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

5.5.1.5. La Organización

Es un grupo social formado por personas, tareas y administración las mismas que interactúan para cumplir con sus objetivos. Cabe destacar que una organización solo puede existir cuando existe comunicación y las personas estén dispuestas a actuar en forma coordinada.

5.5.1.5.1. Estructura organizacional

Estructura Organizacional



5.5.1.5.2. Descripción y análisis de cargos

Presidente

CARGO: Presidente

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

Administración:

- Firmar convenios y contratos
- Presentar a la asamblea informes de actividades y logros institucionales
- Gestionar proyectos en beneficio de la asociación
- Firmar desembolsos de dinero de las cuentas bancarias.

Dirección:

- Convocar y dirigir las reuniones

Coordinación:

- Coordinar la elaboración y ejecución de contratos.

Control:

- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de ley
- Recibir y entregar el inventario de bienes de propiedad de la asociación
- Las demás inherentes a su cargo que se le asigne en los estatutos y reglamento interno.

PERFIL DEL CARGO:

- **Ser Socio de la Asociación de Artesanos**

Títulos:

- En lo posible estudios superiores

Conocimientos:

- Contexto socio económico local y conocimiento de la ley de artesanos

Experiencia:

- Experiencia en organización social y artesanal

Aptitudes Intelectuales:

- Nivel de liderazgo
- Manejar buenas relaciones interpersonales
- Capacidad para planear y organizar sus actividades y toma de decisiones.

Secretaria

CARGO: Secretaria

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:**Administración:**

- Redactar oficios, memorandos, informes.
- Preparar documentos para reuniones internas
- Atención al cliente
- dar información de la asociación
- Archivo, emisión de documentos

Coordinación:

- Coordinar las labores de secretaria

Control:

Llevar determinados controles de las entradas y salidas de mercancías

PERFIL DEL CARGO:**Títulos:**

Título superior en Secretariado Ejecutivo o Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración

Conocimientos:

- Computación
- Archivo

Experiencia:

Mínima 1 año en funciones similares

Aptitudes Intelectuales:

Buenas relaciones humanas

Departamento de producción**CARGO: Jefe de producción****FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:**

- Optimizar el uso y aprovechar los recursos humanos, materiales y financieros acorde con las normas, políticas de la asociación
- Programar las actividades de su departamento de acuerdo al plan de producción suministrado por el presidente , a fi de optimizar las entregas del producto terminado a tiempo

Coordinación y Control :

- Coordinar y revisar la elaboración, actualización y cumplimiento de los procedimientos básicos de operación y técnica de fabricación

PERFIL DEL CARGO:

Títulos:

- En lo posible en estudios superiores

Conocimientos:

Elaboración de artesanías

Experiencia

Mínima de 1 año en cargos de producción o similares preferible en el área de artesanías.

Aptitudes Intelectuales

Capacidad para analizar y organizar actividades a llevarse a cabo en la asociación.

Departamento de finanzas

CARGO: Jefe de Finanzas

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

Generar reportes contables

- Velar por el cumplimiento de las políticas financieras
- Responsable de la emisión de cheques, comprobantes de egreso, ajustes, egresos, retenciones y depósitos
- Elaboración de roles de pago al personal de la institución

- Llevar el control de activos inventarios y suministros
- Las demás funciones que le asignen sus jefes inmediatos

PERFIL DEL CARGO:

Títulos:

- En lo posible en estudios superiores
- Contador Público Autorizado

Conocimientos:

- Manejo de programas contables
- Código de trabajo y tributario
- Evaluación y control presupuestario

Experiencia:

- Mínima de 1 año en organizaciones similares
- Procedimientos de gestión de calidad.

Aptitudes Intelectuales:

- Nivel de liderazgo
- Capacidad para tomar decisiones
- Capacidad para planear y organizar sus actividades.

Departamento de ventas

CARGO: Jefe de Ventas

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

Administración:

- El jefe de ventas es el encargado de realizar cada año el presupuesto de ventas anuales.
- Presentar informes detallados a fin de cada periodo o ciclo de acuerdo a lo establecido en el estatuto interno
- Velar por los intereses de la asociación para que tenga un incremento de participación en el mercado nacional e internacional
- Establecer políticas y normas de comercialización de los productos que se está ofertando
- Establecer los procesos a realizarse en la distribución de los productos.

Dirección:

Promocionar los artículos que la asociación elabora.

Coordinación:

Coordinar con el presidente la elaboración del plan de mercadeo.

Control:

Controlar la ejecución de las técnicas de mercadeo.

Las demás inherentes a su cargo que se le asigne en el estatuto y reglamento interno.

PERFIL DEL CARGO:**Títulos:**

Título superior en Administración o estudios afines

Conocimientos:

Manejo de programas publicitarios.

Elaboración de un plan de mercadeo

Conocimiento comercio exterior

Experiencia:

Experiencia publicitaria en organizaciones sociales

Experiencia en trámites de importación y exportación

Procedimientos, métodos, técnicas de marketing

Aptitudes Intelectuales:

Nivel de liderazgo

Buen juicio y toma de decisiones

Capacidad para planear y organizar sus actividades de mercadeo

5.5.1.5.3. Misión

Nuestra asociación tiene como misión satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, diversificando la producción artesanal a través de la aplicación de las habilidades, creatividad e innovación adecuada en el proceso de producción y comercialización cumpliendo con estándares de calidad establecidos en el mercado internacional generando mayor desarrollo del sector artesanal.

5.5.1.5.4. Visión

Ser una institución líder en la producción y comercialización de artesanías en madera en la provincia de Imbabura y a través de un equipo humano capaz y creativo.

5.5.1.5.5. Objetivos

- Implementar una cultura empresarial fundamentada en principios, valores y participación asociativa para asumir retos de desarrollo económico para el sector artesanal del cantón Ibarra provincia de Imbabura.
- Desarrollar nuevos diseños tallados en madera para el mercado nacional e internacional.
- Incursionar en diferentes mercados tanto a nivel nacional como internacional.

5.5.1.5.6. Valores

Lealtad.

- Mantenemos confidencialidad de la información que manejamos diariamente.
- Participación activa de trabajo en equipo en tiempos difíciles.

Eficiencia

- Compromiso de mejora continua.
- Alcanzar metas optimizando recursos.
- Conseguir metas y soluciones oportunas.

Tolerancia

- Acercarnos al cliente con disposición y entusiasmo para escuchar, comprender y resolver.

Equidad

- Tratar a todos por igual, con cortesía y calidad

Solidaridad

- La satisfacción de las necesidades de los clientes de forma oportuna mediante el trabajo en equipo.
- La colaboración desinteresada con los demás en el momento indicado.

Honestidad

- Cumplir con los pedidos encomendados por los clientes.
- Siendo recíprocos a la confianza que nos brindan los clientes entregando información completa de los productos que ofertamos.

Transparencia.

- Ejecutamos nuestro trabajo con responsabilidad, claridad, veracidad y ética.
- Cumpliendo con las normativas internas y externas.

5.5.1.6. Antecedentes de la Empresa

La parroquia de San Antonio de Ibarra es el centro artesanal más importante de la provincia de Imbabura esto debido a que se concentra una rica y creativa comunidad artesanal dedicados a tallar artesanías en madera y su colorido.

Según Elizabeth Benalcázar (2005) el año 1880 constituye un punto de partida de desenvolvimiento del sector artesanal cuando la imaginería y escultura fue introducida por Daniel Reyes, quien había aprendido el oficio en Quito. (p.10)

Daniel Reyes y sus hermanos Luis y Fidel establecieron el primer taller de imaginería en San Antonio de Ibarra esto debido a que su trabajo tenía mucha demanda. Talleres que se han multiplicado tanto que hoy en día constituyen una gran cadena de talleres colectivos, familiares o individuales que han dado fama y prestigio de este sector artesanal.

En la actualidad los creativos artesanos han adoptado otros artículos originales de acuerdo a la necesidad, gustos y preferencias de los clientes tales como

murales, rostros animales, desnudos entre otros. Los cuales les generan grandes oportunidades de comercialización en el mercado local, nacional e internacional.

5.5.1.7. Proceso de la Elaboración de las Artesanías de madera

Según Hernán García artesano de la parroquia San Antonio de Ibarra manifestó que para la elaboración de artículos en madera se debe seguir el siguiente proceso.

Elección de la madera

Para la elección de la madera se debe considerar algunos factores entre estos que no existan fallas, la calidad, durabilidad, entre otros.

Cabe señalar que la mayoría de artesanos utilizan el cedro por su diversidad y suavidad para el tallado.

Para el uso de la madera se debe observar que este bien seca, es decir haber perdido la mayor parte del agua que contienen cuando los árboles están de pie. Para el secado de la madera se hace de forma natural para lo cual es sometida por largo tiempo al aire y al sol el cual requiere un largo tiempo para así garantizar la durabilidad de la obra (...). (Benalcázar, 2005, p.106)

Dimensión de la madera

Las dimensiones de la madera debe ser de acuerdo a la artesanía que se desea realizar.

Desbaste

El siguiente paso en el proceso es el dibujo en tiza, señalando formas generales y movimientos de la figura. El trabajo del tallado se lo realiza en relieve, alguna son voluminosas y otras no, de acuerdo al estilo del artesano en este paso se da la primera forma a la escultura utilizando herramientas más gruesas.

Forjado

En esta parte se va dando los grandes rasgos y detalles de la obra en si la forma correcta de la artesanía, como el cuerpo utilizando herramientas más finas.

Ensamblaje

En esta parte se procede a colocar las manos, los pies y la cara, en la cara lo primero que se hace es pegar los ojos por la parte posterior de la cara, los ojos son elaborados con vidrio fundido y recortados de acuerdo a la dimensión de la cara, otros artesanos elaboran los ojos directamente en la figura.

Lijado y Pulido

Es dar a la superficie un acabado liso que no permita fallas, con herramientas más finas se perfilan ya con nitidez todas las formas y detalles, este trabajo requiere de paciencia y destreza, el trabajo se completa con lijado total de la obra, si los artículos tiene algún defecto se procede al pasteado para así corregir cualquier defecto.

Emporada

En este paso los artesanos buscan las pequeñas imperfecciones para posteriormente corregirlas y pintarlas.

El acabado

Las técnicas de los acabados son diversas, puede ser con una pátina de cera que da un brillo sobrio y resalta el color y vetado natural de la madera, o en los muebles laca transparente, o pintadas del color que el comprador elija. También se puede utilizar acuarelas, óleo, acrílico, témpera, tintes, pan de oro, imitación de oro y plata, etc.

Esgrafiado

Este paso se lo realiza cuando se a utilizado oro en cualquier artículo, para esto se aplica una película de óleo casi transparente luego se procede a que la pieza se seque por algunas horas, el óleo se adhiere al oro y sobre esto se empieza a dibujar.

Envejecimiento

Este paso es utilizado cuando el cliente solicita una escultura envejecida o al maestro artesano decide elaborar una artesanía para envejecerla. Una vez pintadas o acabadas con pan de oro, se procede a aplicar un poco de brea líquida a las piezas en gran parte de la producción, luego se procede a limpiar con un pedazo de tela. La brea queda en los repliegues y partes profundas de la figura, dando un acabado de apariencia de vejez.

Protección Final

Se procede a dar 2 capas de protección final, esperando un tiempo prudente entre una y otra.

Embalaje

El embalaje se utiliza para las piezas que se van a exportar a cualquier parte del mundo. Dependiendo de las características de cada pieza, se utiliza plástico de burbujas y material plástico tipo tela; cada pieza es protegida individualmente.

Los artículos más frágiles, se colocan en cajas de cartón individuales, hechas a la medida, y estas cajas a su vez se acopian en la caja mayor, que será asegurada con cinta de embalaje y enzunchada para su transporte final otras veces se utiliza cajas de madera donde la pieza va atornillada para así evitar que sufra algún daño (p.113)

5.5.1.8. Recursos a Utilizarse en el Proyecto

5.5.1.8.1. Materia prima

Generalmente la madera que se utiliza para la elaboración de las artesanías es:

El Naranjillo

“Es una madera color marfil, es dura. Los artesanos prefieren trabajarla fresca o cuando está seca, la humedecen, porque es más suave para su elaboración” (Vinuesa, 2006, p.31)

La planta no es muy grande, en consecuencia las trozas que producen son más bien pequeñas, de unos 25 o 30 cm. de diámetro y en el mejor de los casos de unos 60 cm. de largo. Se utilizan para ciertos temas, con mayor aplicación: Crucifijos, nacimientos, conjuntos que contienen varias piezas: el niño, San José, la Virgen, y algunos animales; pastores, reyes magos y ángeles. (parr. 2)

El Nogal.

Es una madera dura, homogénea y poco porosa. La madera de nogal se seca lentamente, pero una vez seca es bastante estable. Se trabaja muy bien, dando un acabado excelente, muy fino. Es moderadamente resistente a los hongos. Es una de las maderas más conocidas y apreciadas de todo el mundo y tiene un gran valor decorativo, utilizándose desde la antigüedad en la fabricación de muebles. En la actualidad, el nogal se utiliza en forma de chapas para la fabricación de muebles y como madera maciza se emplea en ebanistería de lujo y para la fabricación de bolos y otros artículos torneados. (p.32)

El Cedro

El nombre de cedro se da a varias maderas de olor aromático agradable procedentes de América Central y América del Sur, de Europa, de Asia menor (Líbano) y de África (Argelia). Por su color es semejante a la caoba, pero su

textura es más gruesa, pesa menos y algunas veces es resinosa. Se ca rápidamente, es muy estable, duradera, resiste tanto los ataques fúngicos como las termitas y por su blandura se trabaja bien. Por su aspecto decorativo y por las características anteriormente mencionadas, es una madera muy apreciada que se usa en el forrado de muebles, en la talla y en revestimientos lujosos y es la madera tradicional de las fundas de cigarros. (p. 33)

El Sauce

“Es la madera más pobre de las que se utiliza en las artesanías de San Antonio de Ibarra, su color es blanquecino y su fibra es suave”. (p. 34)

Es una materia prima barata, permite trabajar con facilidad, su secamiento es rápido y no tiene problemas de rajaduras, se presta para mayor utilización en figuras de consumo popular, como los mendigos. (parr. 3)

El Aguacate

Es la única madera utilizada en las artesanías de San Antonio que produce un fruto comestible. Es madera suave de color rosado, cuando está fresca. Ya seca es más blanquecina. El árbol de aguacate es cortado cuando ha terminado su ciclo de producción frutal. Por esta razón es una madera madura. (p. 35)

“Su apariencia final, ya trabajada, la pieza no es tan bonita como el cedro o el nogal, es materia prima para la producción de artesanías, utilizada masivamente en figuras de viejitos, mendigos, igual que unas cabezas de Cristo”(parr. 3)

El Laurel

“Es la madera más suave. Su color también es agradable, la mayor parte es blanca con betas entre café y café oscuro, parecidas al nogal. Tiempos antes solo se utilizaba en puertas y ventanas para las casas”(p. 36)

La madera presenta una apariencia aceitosa algo cerosa, posee una suave fragancia es medianamente ligera en densidad y en dureza, su fibra es casi

recta. Resistente a las termitas, pero muy susceptible al ataque de polillas, esta madera es moderadamente susceptible al tratamiento con perseverantes. Posee excelentes características para soportar los efectos del medio ambiente. (parr. 4)

“Se puede trabajar muy fácilmente, tiene muy buenos acabados, después del lijado queda la superficie con un buen lustre”. (parr. 6)

En conclusión la madera que más se emplea en el tallado de las artesanías es el cedro esto debido a que es de mejor suavidad y mayor durabilidad permitiendo obtener producto con excelentes acabados y calidad de exportación.

Tabla N° 60
Materia Prima

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD		
		ARTÍCULOS DECORATIVOS	ARTÍCULOS DECORATIVOS	PRECIO
		70%	30%	
Socios	Unidad	De 355 socios 65 se encuentran activos		
Socios activos	Unidad	47	20	
Madera	1 Bloque	64	16	20
	3 Bloques	192	48	60
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Cabe señalar que los artesanos elaboran las artesanías de acuerdo a al gusto de los clientes es decir que si los clientes le solicitan con acabados de pan de oro los artesanos lo realizan pero con la condición de que el costo de la artesanía es más elevado.

Tabla N° 61

Recursos a Utilizarse

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO
Pan de Oro	Paquete	590
	Libro	29.50
	Laminas	1.48
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

5.5.1.8.2. Mano de obra para realizar cualquier clase de trabajo

El recurso humano que se emplea para el tallado de las artesanías es calificado los mismos que están preparados para realizar cualquier clase de trabajo artesanal.

Actualmente el salario como recompensa de su trabajo es por obra es decir que por cada tarea que hacen se les paga, si desean ganar más terminan lo primero que se le ha dado y luego solicitan mas obra. Los artesanos por lo general laboran de lunes a viernes horario completo.

5.5.1.8.3. Implementos de producción

Para que se facilite el tallado generalmente los artesanos debe contar con todo el juego de herramientas el mismo que consta de:

➤ **Elementos de corte:**

Gubias

Se utilizan para producir en la madera los cortes y rebajes necesarios para sacar los relieves y obtener las formas buscadas. Las gubias poseen dos partes diferenciadas, el mango y el hierro y se clasifican atendiendo a la huella que producen y a la forma del hierro. La forma varía desde una línea recta a una

curva muy pronunciada en forma de U. Además, también varían en función del tamaño del corte, que se expresa en milímetros, y que va desde 2 (o incluso menos en algunos modelos) hasta 35 milímetros (p. 37)

Gubia recta

Gubia recta en ángulo

Gubia plana

Gubia media caña

Gubia cañón

Gubia de esquina o gubia en V

Gubias curvas

Gubias acodadas o codillos

Gubias cola de pescado

Gubias patas de perro

Contra codillos

Formones

Nos los podemos encontrar de gran variedad de marcas y características, aunque para tallar, nos interesa que el hierro sea lo más delgado posible y que el acero no sea demasiado duro, como los de composición cromo-vanadio, ya que éstos están fabricados pensando en el trabajo habitual de carpintería, más exigente en cuanto a la resistencia a los golpes, pero menos en cuanto a la suavidad del corte. El ancho apropiado de la hoja para la mayoría de los trabajos que se realizan en la talla oscila entre los 14-18 mm. (p. 40)

➤ **Elementos de golpeo:**

Mazos de Tallista

Aunque gran parte del trabajo que realiza el tallista utiliza la gubia con las dos manos, hay ocasiones en que se hace necesario el uso de una herramienta de golpeo que alivie el avance de la herramienta de corte en la madera. Tal es así en la importante labor de desbaste. Para ello, se utilizan mazos, de diferentes formas, tamaños y materiales, pero que tienen un denominador común, no

deben deteriorar el mango de la gubia al golpear sobre ella. La forma más habitual es la troncocónica, ya que permite un golpeo uniforme sin tener que estar pendiente de mirar la posición del mazo. La mayoría son de madera dura, aunque también podemos encontrarlos de nylon, bronce o plomo. El peso varía en función del gusto del tallista, aunque hay que tener en cuenta que un peso excesivo provocaría cansancio. Normalmente oscila en torno a los 400-600 gramos. (p. 2)

➤ **Elementos de Afilado**

Piedras de Afilar y Asentar

“El proceso que conocemos como afilado consiste en preparar el filo de las gubias para que nuestro trabajo de talla se pueda desarrollar con limpieza, digamos que es una puesta a punto”. (p. 41)

Para el trabajo de la talla resulta imprescindible el perfecto afilado y asentado de las herramientas de corte. Esta es una labor que se puede realizar mecánica y manualmente. El afilado mecánico se reduce a la utilización de una esmeriladora eléctrica. Los mejores resultados se consiguen con piedras refrigeradas por agua y de baja revolución; con ello se logra que el acero de la herramienta no se destemple y además se tiene mayor control visual sobre el proceso. (parr. 3)

5.5.1.9. Precio

El precio hace referencia al importe que el consumidor debe cancelar para poder adquirir dicho producto.

En la actualidad en la parroquia San Antonio se elabora artesanías en madera para todos los gustos, dimensiones, madera y acabados que el cliente requiera, factores determinantes para establecer el precio.

Las artesanías que se comercializan en grandes volúmenes son las artesanías decorativas y las religiosas que generalmente el precio depende de la materia prima empleada y acabados que se realice a cada artículo.

Tabla N° 62

Precios de Artesanías en Madera

DESCRIPCIÓN		DIMENSIONES	PRECIO		
			CANADÁ	FRANCIA	ITALIA
Artesanías	Religiosos	0.20l X 0.20an X 0.25 al	43.15	43.39	42.04
	Decorativos	0.08l X 0.08an X 0.10 al	10.33	10.17	11.40
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

5.5.1.10. Comercialización

La comercialización hace referencia al conjunto de actividades a desarrollarse con el objetivo de facilitar la venta de un determinado producto o servicio. En conclusión la comercialización se encarga de todo aquello que los clientes desean.

5.5.1.11. Canal de Distribución

Es el trayecto que la mercadería va a seguir desde la fábrica hasta el punto de venta. En este caso la distribución de las artesanías se la realizara desde la fábrica ubicada en la parroquia de San Antonio de Ibarra hasta el puerto destino ya que la negociación se la realizara el término CIF, con el fin de obtener un contacto personal con el importador, ahorrar tiempo, menor riesgo, mayor utilidad.

5.5.1.12. Empaques y embalajes artesanías en madera

Los empaques y embalajes sirven para proteger el producto de humedad, polvo, deformaciones, raspones, robos durante el transporte y distribución física, desde los almacenes de fabricación hasta el consumidor final.

Generalmente el embalaje que se emplea para las artesanías en madera es

➤ Caja de cartón para empaque de la exportación

Son cajas de mayor tamaño las cuales facilitaran el transporte internacional.

Tabla N° 63

Empaque de Artesanías en Madera

DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES	PRECIO
Cajas de cartón	0.60l X 0.60an X 0.70 al	0.20 c/u
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

El cartón corrugado servirá como divisor en el interior de la caja para evitar raspones, roturas de las artesanías de madera puesto que son artículos frágiles.

Tabla N° 64

Embalaje de artesanías en madera (Cartón corrugado)

DESCRIPCIÓN	PRECIO
Cartón corrugado	0.15c/Metro
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

➤ **Plástico de burbujas**

Es un plástico flexible y transparente el cual proporciona amortiguación a los artículos delicados o frágiles puesto que las bolsitas están llenas de aire y espaciadas regularmente.

Tabla N° 65

**Embalaje de Artesanías en Madera
(Plástico de burbujas)**

DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES	PRECIO
Plástico de burbujas	0.50an X 100 metros	15.84
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

➤ **Cinta de embalaje**

Servirá para sellar las cajas de cartón de modo que protejan los productos durante su traslado hacia el país destino y no sean abiertas fácilmente por otras personas.

Tabla N° 66

**Embalaje de Artesanías en Madera
(Cinta de embalaje)**

DESCRIPCIÓN	Cantidad	PRECIO
Cinta de Embalaje	1	1.25
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

5.5.1.13. Venta

La venta de las artesanías se la realiza en locales comerciales existentes en el sector, ferias organizadas por instituciones públicas o privadas y esto depende de la demanda existente en el mercado local, nacional e internacional.

En la mayoría de casos la venta de estos artículos se la realiza a través de los intermediarios lo cual no es tan beneficiario para el sector artesanal.

5.5.1.14. Ingeniería de Proyecto

5.5.1.14.1. Gasto transporte

Según la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (2009) el gasto de transporte es “Término genérico que comprende el flete y todos los gastos conexos a él”. (p. 5)

➤ Flete interno origen

El flete interno origen es el gasto de transporte por vía aérea, marítima, carretera, etc. que se da en el país de origen.

Tabla N° 67
Flete Interno Origen

DESCRIPCIÓN	COSTO
San Antonio de Ibarra - Puerto de Guayaquil	789
Fuente: Asociación de Transporte Pesado	
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

➤ Flete internacional

El flete internacional es el gasto de transporte por vía aérea, marítima, carretera, etc. Que se genera entre los países de origen y destino.

Tabla N° 68

Flete Internacional

PAÍS	DESCRIPCIÓN	COSTO
Canadá	Puerto de Guayaquil / Puerto Toronto	2719
Francia	Puerto de Guayaquil / Puerto Le Havre	1355
Italia	Puerto de Guayaquil / Puerto de Turín	2100
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

➤ **Flete interno destino**

El flete interno destino es el gasto de transporte por vía aérea, marítima, carretera, etc. que se da en el país de destino.

Tabla N° 69

Flete Interno Destino

PAÍS	DESCRIPCIÓN	COSTO
Canadá	Puerto / Centro de la ciudad de Toronto	500.00
Francia	Puerto / Centro de la ciudad de Paris	450.00
Italia	Puerto / Ciudad Turín	935.00
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

5.5.1.15. Base Legal

5.5.1.15.1. Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria de cada producto es un código formado de seis, ocho o diez dígitos, esto depende del Sistema Armonizado de cada país. Generalmente los seis dígitos son comunes en todos los países mientras que los demás pueden variar.

Con este código se determina cuáles son los productos se sujetan al pago de aranceles o cuales están exentos de pago. Esto se da cuando las mercancías o mercaderías son exportadas o importadas.

Clasificación arancelaria de artesanías en madera

Sección IX :	MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA; CORCHO Y SUS MANUFACTURAS; MANUFACTURAS DE ESPARTERIA O CESTERIA
Capítulo 44 :	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera
Partida Sist. Armonizado 4420 :	Marqueterías y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 44201000 :	- Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera

5.5.2. Estudio Técnico de Tejidos a Mano

5.5.2.1. Localización del Proyecto

La Localización del proyecto es un lugar donde sea una alternativa que obtenga el mínimo costo tanto de producción como de comercialización, en este caso hemos tomado en cuenta el Cantón Otavalo perteneciente a la provincia de Imbabura, con la asociación UNAIMCO ya que ahí se encuentra la mayor parte de productores de tejidos a mano.

5.5.2.1.1. Macro Localización



Descripción

Nombre Oficial República del Ecuador

Capital Quito

Superficie 256370 Km²

Población 14, 306,876

Características de la Población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC indica que la población está compuesta de la siguiente manera:

Indígena: 6.83%

Negro (Afro-americano): 2.23%

Mestizo: 77.42%

Mulato: 2.74%

Blanco: 10.46%

Detallaremos la zona o sector donde se ubica o ubicara el proyecto.

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Cantón: Otavalo

El sector donde se ubica o ubicara el proyecto



Descripción

Superficie 4,614.6 km²

Población 344.044

Capital de la Provincia Ibarra

Numero de Cantones 6

Sus cantones: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro, San Miguel de Urcuquí. Sus límites al Norte las provincias de Carchi e Imbabura al Sur provincia de Pichincha, Este provincia de Sucumbios y Oeste provincia de Esmeraldas.

5.5.2.1.2. Micro Localización

En la Micro localización se detalla la ubicación exacta de la empresa.

Provincia: Imbabura

Cantón: Otavalo

Dirección: Sucre y Salinas (esq)

Según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo.

Otavalo está situado en la zona del Ecuador y al Sur Oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 579 Kilómetros cuadrados. La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 Kilómetros de la capital Quito ya 20 Kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar.

La población es de 110.461 habitantes, perteneciendo 44.536 al sector urbano y 65.925 al sector rural

5.5.2.2. Tamaño del Proyecto

Hace referencia a la capacidad de producción de Tejidos a mano en un periodo de operación.

Para determinar el tamaño óptimo de una planta está unido a aspectos económicos, financieros, mercados, disponibilidad de materia prima, entre otros. En el cual presenta un superior rendimiento financiero, utilizando instrumentos de optimización que permita la disminución de costos, y de esta manera la maximización de utilidades y de producción en un tiempo determinando.

La Asociación UNAIMCO servirá como centro de acopio donde recibirá mercadería tanto de asociaciones de la Provincia del Carchi, Cantón Montufar (TUSA GABAL) y Mira (MIRARTE ENCANTADO) cantones y agrupaciones que producen artesanías de calidad exportable y volúmenes considerables para la comercialización de artesanías.

De 3545 socios 112 están activos lo que nos indica que el 70% se dedica a la producción de sacos de lana y el 30% corresponde a la producción de gorras.

5.5.2.3. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto

5.5.2.3.1. La Demanda

Es uno de los factores más importantes en el estudio de factibilidad económico-financiero de un proyecto.

“Para que el tamaño del proyecto sea aceptado, es necesario que la demanda insatisfecha sea ampliamente superior al mismo, pero si el tamaño propuesto fuese igual o superior a la demanda, no es factible la ejecución del proyecto, debido a que el riesgo sería demasiado alto”. (Barreno, 2004, p. 57)

5.5.2.3.2. Suministros e Insumos

Las asociaciones dedicadas a la producción de tejidos a mano (sacos, gorras) deben tener la facilidad de proveerse de suficiente materia prima e insumos siendo estos de calidad y cantidad, de esta manera tener un buen desenvolvimiento del proyecto, como también se debe planificar adecuadamente los insumos y suministros identificando a los proveedores y así garantizar la disponibilidad de los mismos para que no se genere ningún inconveniente mediante la elaboración del proyecto.

5.5.2.3.3. Tecnología y Equipos

La tecnología es un factor muy importante dentro de la producción de cualquier artículo, en este caso los productos artesanales se los realiza en forma manual lo que hace ser más llamativos y de esta manera satisfaciendo los requerimientos de los clientes extranjeros que aprecian estos productos realizados a mano.

5.5.2.4. Financiamiento

Es de vital importancia realizar la evaluación de recursos financieros, si la disponibilidad de dichos recursos no cubre los requerimientos de la inversión entonces el proyecto será considerado no factible, además es importante determinar que el tamaño se financie con mayor seguridad y comodidad; y que a su vez ofrezca, de ser posible los menores costos y alto rendimiento de capital. Tomamos en cuenta que es una asociación ya constituida, para el

ingreso a mercados internacionales como (Canadá, Francia e Italia) necesitara una inversión.

Tabla N° 70

Inversión de Ejecución del Proyecto (Tejido en Lana)

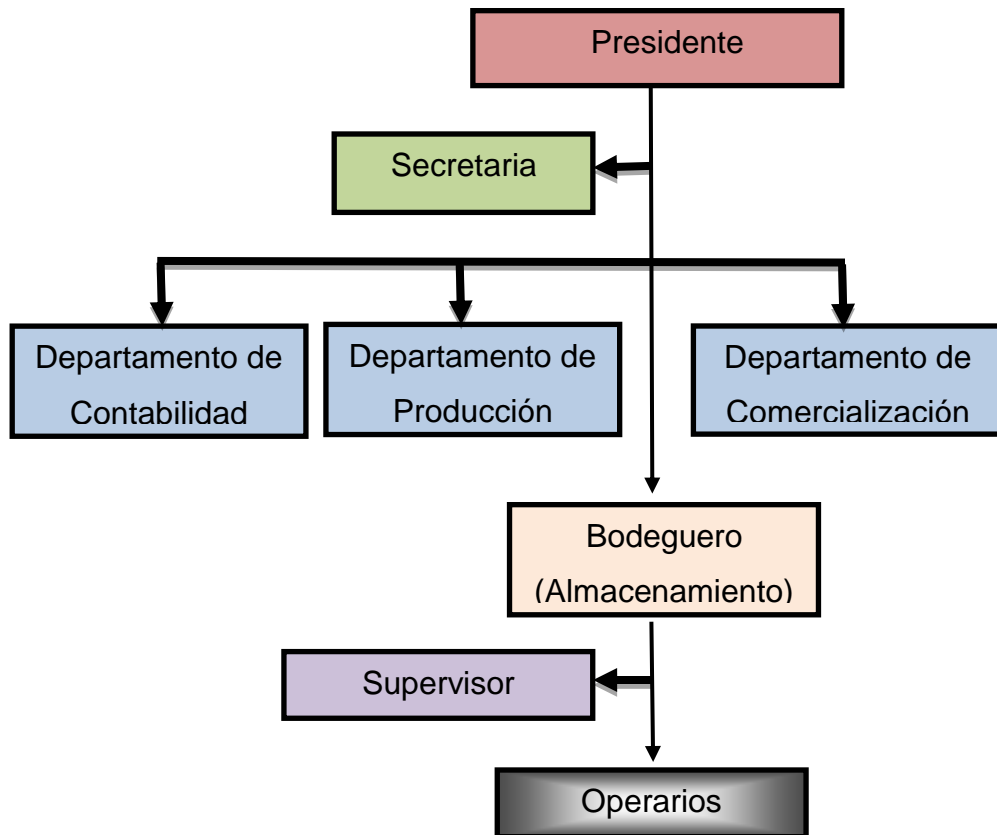
País	Con recursos Propios		Con una institución Financiera (Banco Nacional de Fomento)		TOTAL
Canadá	\$ 38.192,29	30%	\$ 89.115,35	70%	\$ 127.307,65
Francia	\$ 36.850,11	30%	\$ 85.983,58	70%	\$122.833,69
Italia	\$ 38.632,08	30%	\$ 90.141,51	70%	\$ 128.773,59
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

5.5.2.5. La Organización

En la organización debemos tomar en cuenta o analizar el personal que trabajara en la planta ya que de ello dependerá un buen funcionamiento y apoyo operacional del proyecto, además de que el personal técnico y administrativo deberán ser lo más calificados para llevar a cabo el proyecto de comercialización, que nos permitirá explorar la oportunidad de negocio.

5.5.2.5.1. Estructura Organizacional

Estructura Organizacional



5.5.2.5.2. Descripción y análisis de cargos

Presidente

Es la máxima autoridad inmediata además es el responsable de dirigir y tomar las decisiones que sean oportunas para un buen funcionamiento de las asociaciones. Se encuentra ubicado entre los niveles más altos de la organización y sus funciones son:

- Dirigir y controlar el funcionamiento de la asociación
- Representa a la asociación en todos los negocios, también convoca y preside las reuniones
- Ejerce la representación legal de la asociación
- Cumplir y hacer cumplir los estatutos y reglamentos de la asociación

Secretaria

Sus funciones son:

- Gestión del archivo y la documentación
- Control y mantenimiento del material de oficina
- Atención de clientes y contacto con proveedores
- Distribución de salas para reuniones y acondicionamiento de las mismas
- Gestión del archivo y la documentación
- Coordinación de reuniones, así como preparación y distribución del material necesario para las mismas.

Jefe de Producción

Sus funciones son:

- Mantener una comunicación fluida, con el fin de informar sobre el desarrollo de la producción, productos y cantidades fabricadas y de esta manera mejorar la calidad de los productos, los tiempos de producción y disminución de costos
- Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humano como materiales y financieros acorde a las políticas y normas de la asociación
- Mejorar el flujo de los procesos productivos realizados, eliminando movimientos innecesarios de materiales y de mano de obra

Jefe de comercialización

Sus funciones son:

- Planear, ejecutar y controlar las actividades en este campo
- Se encarga de dar un seguimiento y control continuo a las actividades de venta
- Monitoreo, control del ámbito de la comercialización
- Planificar las ventas, organizar y determinar los canales de distribución.

- Su función principal incluye también las actividades de promoción y distribución

Contador

Su función:

- Se encarga de llevar la contabilidad es el responsable de solicitar, revisar, analizar y procesar toda la documentación e información financiera de la asociación y de esa manera proporcionar el pago de impuestos correspondientes de la misma.
- El contador, además es el responsable de atender cualquier requerimiento que le sea notificado por las autoridades.

Bodeguero

Sus funciones son:

- La recepción y entrega de la materia prima
- Distribución de mercadería de productos terminados
- Velar por el orden en la bodega, acondicionando los insumos o materiales que se encuentren en orden por género o código

Supervisor

Sus funciones a realizar son:

- Establecer la prioridad y el orden, tomando en cuenta los recursos y el tiempo para hacerlo
- Compra de materiales
- Manejo operativo de la bodega
- De controlar y recibir el producto semi-terminado y terminado
- Se encargara del buen funcionamiento de la parte productiva

Operarios

Sus funciones son:

- Operar eficientemente, vigilar y controlar el cumplimiento de las normas de calidad en la producción
- Elaborar los productos que se va comercializar en la empresa
- Crear un producto con calidad, que sea del agrado de los clientes

5.5.2.5.3. Misión

Es una asociación dedicada a la comercialización de tejidos a mano, elaborados artesanalmente cumpliendo con estándares de calidad que permitan satisfacer las expectativas tanto de los distribuidores como de los clientes. Y así contribuir al desarrollo del sector artesanal del norte del país, a través del continuo incentivo a mejorar el nivel de calidad, la innovación en los diseños, y posteriormente recibir un pago justo por su trabajo realizado.

5.5.2.5.4. Visión

Ser una Institución líder en la producción y comercialización de tejidos a mano, abriendo posicionamiento en mercados de la unión europea y América del Norte.

5.5.2.5.5. Objetivos

- Ofrecer sacos y gorras de lana totalmente artesanales y con altos estándares de calidad.
- Impulsar la producción artesanal de la Asociación UNAIMCO

5.5.2.5.6. Valores

- Eficiencia
- Honestidad
- Responsabilidad
- Transparencia

5.5.2.6. Antecedentes de la Empresa

Otavaló conocido como el "Valle del Amanecer", turísticamente es el Cantón más importante de la Provincia de Imbabura, es también asentamiento de una próspera Comunidad Indígena

La ciudad de Otavalo es una mezcla de historia, costumbres, cultura y folclore. Ofrece la posibilidad de disfrutar de hermosos paisajes naturales, conocer su diversidad étnica, descubrir costumbres ancestrales, admirar el ingenio y destreza en sus trabajos manuales así como la oportunidad de involucrarse en el mundo de los negocios.

Es así que Otavalo ha venido realizando las actividades artesanales desde la época de la colonia, en lo que se refiere en la producción y comercialización de sacos y gorras de lana, a pesar de ser una actividad muy importante dentro del comercio Otavaleño no todos los sectores productivos han podido llegar a internacionalizarse ya sea por falta de conocimiento de los tramites de exportación o por tener un capital limitado, lo que impide a los productores expandirse y llegar a otros mercados.

5.5.2.7. Proceso Productivo

Según Ines Pantoja artesana dedicada a la elaboración de tejidos a mano del Cantón Otavalo el proceso de producción de tejidos (Sacos y Gorras) se inicia desde la selección de la materia prima (lana de oveja), lavado, secado, encarmenado (opcional); distribución de materia prima a los operarios, tejido, recepción y revisión del saco, cosido de cierres (opcional), etiquetado y finalmente el empaclado.

Lavado, Secado y Encarmenado (Opcional)

El lavado y secado se realiza con el fin de eliminar el olor que emana la lana como consecuencia de los químicos y tintes que utilizan las empresas productoras de dicho material, así como también permite eliminar impurezas.

Tejido

Una vez que es entregada la lana de oveja a cada uno de los tejedores deberán hacer un ovillo, ya que dicho material llega en madejas y así se les facilitará al momento de tejer el saco. Para la elaboración utilizarán agujones cuya medida dependerá del número de cabos o grosor que tenga la lana.

Revisión y Recepción del Producto

Una vez concluida la elaboración del saco o gorra, los tejedores entregarán este producto al supervisor, quien revisará el peso, medidas, el tejido y hará un control de calidad para luego pasar al proceso de cosido de cierres si es necesario y etiquetado.

Cosido de Cremalleras o Cierres (Opcional) y Etiquetado

En la actualidad existen máquinas industriales rectas que facilitan el cocido de las cremalleras o cierres y etiquetas en los sacos de lana. Hay que tomar en cuenta que luego del cocido se debe rematar y limpiar los hilos que quedan sueltos.

Empacado

Los sacos de lana se colocan por tallas, colores y diseños por decenas o docenas en fundas plásticas transparentes que luego son selladas y si es posible empacado en cartones.

Almacenamiento

Se lleva los bultos a la bodega de productos terminados, para proceder a la distribución de acuerdo a las ventas.

5.5.2.8. Recursos a Utilizarse en el Proyecto

5.5.2.8.1. Materia prima

Para que el proyecto pueda operar correctamente es necesario que exista fluidez en el abastecimiento de materias e insumos tanto en calidad como en cantidad es por ello que se contara con proveedores de la lana para la elaboración de los tejidos a mano.

Tipos de Lana

Lana de Ovino:

“Se entiende por lana, la fibra que proporciona del vellón del ovino. Se diferencia de los demás pelos de animales por sus características físicas, químicas y su producción y su consumo”. (Chávez, 2011, p. 70)

Fibra de Alpaca:

La fibra de alpaca, es una fibra natural, fina y suave que ofrece más de 22 colores naturales, en gamas del blanco al negro y todos los matices del

marrón. Es una de las principales materias primas utilizadas para la confección de prendas. Las personas que visten prendas de ALPACA aprecian sus cualidades térmicas y su resistente fibra, tomando en cuenta que tiene como propiedad ser impermeable y anti inflamable. Estas y muchas otras razones convierten a las prendas de fibra de Alpaca en un producto tentador, elegante y durable, que al usarlas producen esa especial sensación de estar integrado a la naturaleza. (p.71)

Fibra de Vicuña:

En cuanto a la Vicuña de aspecto delicado y muy estilizado, más pequeña que la alpaca; es sin duda el camélido más bello, su fibra es la más fina del mundo, de color dorado rojizo muy hermoso; el Perú posee el 90% de la población mundial. (...). Esta fibra tiene múltiples aplicaciones en la industria textil de alta moda, que son muy cotizadas. Se puede confeccionar hilados, chompas, lanillas, mantas, chales, chalinas, abrigos, sacos, tapices, bolsos, sogas, alfombras y otros. (p.73)

Fibra de Llama:

Su fibra es empleada de diversas maneras, se elabora cordelería, sacos de carga y ropa de trabajo; produce también fibra fina, con la cual se trabaja productos de gran calidad. Existen dos razas, ChaKu, de fibra abundante y larga, y Ccara, muy similar al guanaco, de pelambre corta, ambas de diversos tonos: blanco, marrón, gris y negro, todavía es de gran utilidad, como medio de transporte, en las poblaciones andinas alejadas de los grandes centros urbanos. (parr. 4)

Fibra de Guanaco:

De aspecto fuerte y muy esbelto, de talante muy similar al de las llamas, el guanaco, posee una pigmentación muy parecida a la vicuña, excepto en la cara la misma que es oscura. Su fibra es también muy fina, y se le aprovecha mediante la obtención de permisos especiales, para elaborar telas de alta calidad. (parr. 5)

Para el proceso de producción se adquiere la materia prima, el cual según la investigación realizada a las asociaciones UNAIMCO, TUSA GABAL y MIRARTE ENCANTADO la lana que más adquieren es la lana de oveja producida en Ecuador o importada. La adquisición de la lana ya tratada, lista para tejer se realiza directamente gracias al abastecimiento de las fábricas de localidad de Otavalo.

Otro porcentaje se adquiere de las fábricas localizadas en el país como en la ciudad de Chimborazo y Bolívar fábricas más importantes del país en lana de oveja, facilitando la adquisición a los productores y comercializadores,

aportando también intermediarios en la distribución de materia prima constituyéndose en una actividad rentable.

Tabla N° 71

Ficha Técnica de la Lana de Oveja

Origen	Es una fibra natural que se extrae del vellón de las ovejas, mediante esquilado
Aspecto	La fibra de lana es rizada y ondulada y se presenta recubierta de escamas
Longitud	Tiene una longitud aparente, sin perder, el rizo natural, la cual es distinta a la longitud real, cuando está extendida. A mayor longitud esta fibra se registra mayor diámetro
Clasificación	Tomando como referencia su procedencia y diámetro, se clasifican en extra, extrafina, fina, entrefina, ordinaria, basta y muy basta
Propiedades	Es resistente, elástica y flexible. Su capacidad de protección térmica la configura un adecuado por aislante. Cuenta con gran capacidad de absorción de humedad y se arruga poco. Registra buena elasticidad, es anti inflamable y no se funde
Inconvenientes	Responde mal a los roces, en estado húmedo tiende a formar "bolas" ya en fieltarse. Las polillas le atacan fácilmente y es sensible a productos químicos como el cloro y la sosa.
Tipos	Depende de la raza de oveja. Lananas merinas, provenientes de las ovejas de raza Merino, lananas de cruce, Cheviots, Shelland, entre otros. En el Perú tiene significativa presencia la raza "criollo"

Tabla N° 72

Procesos de Producción de los Sacos y Gorras Tejidos Mano

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	
		Artículos SACOS	Artículos GORRAS
		70%	30%
SOCIOS	112 socios	78	34
LANA	1 Kilogramo	1	10
	15 Kilogramos	15	150

De 3545 artesanos 112 están activos lo que nos indica que el 70% se dedica a la producción de sacos de lana y el 30% corresponde a la producción de gorras, en la elaboración de un saco gasta 1 Kilogramo de lana de oveja mientras que en las gorras 0,10 kilogramos.

5.5.2.8.2. Mano de obra

La mano de obra artesanal para la confección de sacos y gorras de lana originalmente se ubicó en Otavalo, Mira y Montufar donde se especializan en la confección de los tejidos.

La producción de los sacos de la lana se ha mantenido artesanalmente en el transcurso del tiempo ya que los consumidores extranjeros exigen que sea hecho a mano, es por esto que en la actualidad existen miles de tejedoras y tejedores,

Los tejedores de sacos y gorras de lana son reenumerados por cada pieza tejida, el tiempo de demora en cada saco es aproximadamente 2 días y en 1 día se elaboran 5 gorras, mediante la investigación realizada la mayoría de los tejedores tienen otra actividad pues se dedican a la agricultura, ganadería, entre otros.

5.5.2.8.3. Implementos de producción

Dentro de los materiales que se usan en la elaboración de los sacos y gorras de lana son los agujones mientras que los botones, cierres y etiquetas se usan ya para terminar la prenda.

5.5.2.9. Precio

Los precios depende del diseño y del tamaño del producto, los sacos de lana están alrededor de 22,00 \$ a 26,00\$ y las gorras de 2,00 \$ a 4,00\$ ya que son productos de buena calidad.

Los productores fijan sus precios sobre la base de sus costos: materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, más utilidad.

Cabe recalcar que al costo del producto se le deben adicionar los demás costos necesarios para exportar como unitarización, documentos, almacenamiento flete interno e internacional, agente de aduanas entre otros.

5.5.2.10. Comercialización

Para acceder con éxito al mercado exterior es necesario cumplir condiciones previas tales como: buena calidad, originalidad del diseño, precios razonables y plazos de entrega satisfactorios, buscando siempre cumplir con los requerimientos de los compradores. El objetivo principal de la comercialización es hacer llegar el bien desde el productor hasta el consumidor.

5.5.2.11. Canal de Distribución

Son las vías elegidas por una empresa que un producto recorre desde que se ha creado hasta que llega al consumidor final.

En el caso la distribución de las artesanías se la realizara desde la fábrica ubicada en el Cantón Otavalo hasta el puerto destino ya que la negociación se la realizara el término CIF, con el fin de obtener un contacto personal con el importador, ahorrar tiempo, menor riesgo, mayor utilidad.

5.5.2.12. Empaques y Embalajes de Artesanías Tejidas en Lana

El principal objetivo del empaque es contener y proteger los productos durante su almacenamiento, comercialización y distribución.

El empaque debe proteger al producto del daño mecánico y de las deficientes condiciones ambientales durante su manipulación, almacenamiento y transporte. El empaque debe identificar y brindar información útil sobre el producto. Debe contener datos que informen acerca de: nombre del producto, marca, tamaño, peso neto, embarcador, y país de origen.

Los sacos y gorras de lana se colocan por tallas, colores y diseños en fundas plásticas transparentes que luego son selladas y posteriormente empacado en cartones.

Tabla N° 73

**Embalaje de Artesanías Tejidas a Mano
(Fundas Plásticas)**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO
Fundas Plásticas	1	0.03
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

El embalaje de los sacos y gorras de lana para exportación se los realiza en cajas de cartón cuyas medidas van de acuerdo a la necesidad y requerimiento del cliente el cual debe permitir una fácil manipulación de la misma.

Tabla N° 74

**Dimensiones del empaque de artesanías tejidas en lana
(Cajas de Cartón)**

DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES	PRECIO
Cajas de cartón	0.82l X 0.70an X 0.56 al	0.30 c/u
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

La cinta de Embalaje servirá para sellar las cajas de cartón de modo que protejan los productos durante su traslado hacia el país destino y no sean abiertas fácilmente por otras personas.

Tabla N° 75

**Embalaje de las Artesanías en Madera
(Cinta de Embalaje)**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO
Cinta de Embalaje	1	1.25
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

5.5.2.13. Venta

La venta de las artesanías tejidas a mano (lana) se la realiza en el mercado local además en ferias o exposiciones de artesanías, artículos que son muy llamativos por su calidad y gran variedad de diseños. En el Cantón Otavalo existe la plaza de Ponchos donde es visitada por turistas de diferentes países del mundo.

También en la mayoría de los casos la venta de estos artículos se la realiza a través de los intermediarios lo cual no es tan beneficiario para el sector artesanal. Según José Antonio Lema presidente de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario (UNAIMCO) de Otavalo asegura que la falta de acuerdos internacionales ha repercutido en el problema.

5.5.2.14. Ingeniería de Proyecto

5.5.2.14.1. Gastos de Transporte

➤ **Flete interno origen**

El flete interno origen es el gasto de transporte que se lo realiza en el país de origen este puede ser vía aérea, marítima, carretera.

Tabla N° 76

Flete Interno Origen

DESCRIPCIÓN	COSTO
Otavalo - Puerto de Guayaquil	750
Fuente: Asociación de Transporte Pesado Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

➤ **Flete internacional**

El flete internacional es el gasto de transporte que se lo realiza entre el país de origen y de destino puede ser vía aérea, marítima, carretera.

Tabla N° 77

Flete Internacional

PAÍS	DESCRIPCIÓN	COSTO
Canadá	Puerto de Guayaquil / Puerto Toronto	2719
Francia	Puerto de Guayaquil / Puerto Le Havre - Paris	1355
Italia	Puerto de Guayaquil / Puerto de Livorno -Turín	2100
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

➤ **Flete interno destino**

El flete interno destino es el gasto de transporte que se lo realiza en el país de destino puede ser vía aérea, marítima, carretera.

Tabla N° 78

Flete Interno Destino

PAÍS	DESCRIPCIÓN	COSTO
Canadá	Puerto / Centro de la ciudad de Toronto	500.00
Francia	Puerto / Centro de la ciudad de Paris	450.00
Italia	Puerto / Ciudad Turín	935.00
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

5.5.2.15. Base Legal

Toda mercancía que vaya ser comercializada a diferentes países del mundo, está sujeta a una Clasificación arancelaria, corresponde a la asignación de una

sub partida arancelaria la cual será clasificado según el producto, en este caso tenemos los tejidos de lana (sacos y gorras).

5.5.2.15.1. Clasificación Arancelaria

Clasificación Arancelaria de Tejidos en Lana

Sección XI :	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
Capítulo 61 :	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
Partida Sist. Armonizado 6110 :	Suéteres (jerseys);
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional :	
Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 6110111000-0000 :	
Codigo Producto Nacional (TNAN) 6110111000-0000-0000 :	

5.6. PLAN LOGÍSTICO

5.6.1. Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra – Ecuador hasta Toronto- Canadá

Tabla N° 79

Información Básica

Exportación de Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra – Ecuador hasta Toronto- Canadá

Nombre técnico o comercial del producto	Estatuillas objetos de adornos en madera
Posición arancelaria en el país exportador	4420.10.00.00
Posición arancelaria en el país importador	4420.10.00.00
Unidad comercial de venta	Unidad
Moneda de transacción	Usd
Total Valor Ex-Work de la unidad comercial	29,85
Valor Ex-Work de la unidad comercial Decorativos	5,97
Valor Ex-Work de la unidad comercial Religiosos	23,88
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

Tabla N° 80
Información Básica del Embarque

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil
País de destino	Canadá
Ciudad de punto de destino	Toronto, Paris, Turín
Total N° de unidades comerciales por embarque	9984
Decorativos	9024
Religiosos	960
EXW Total Valor del embarque	76807,82
Decorativas	53880,11
Religiosas	22927,71
Tipo de embalaje	Cajas de Cartón
Tipo de unidad de carga	Contenedor
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

Tabla N° 81

Información Dimensiones, Empaque/Embalaje y Unidad de Carga

DIMENSIONES	EMPAQUE/EMBALAJE Cajas de Cartón Duro	UNIDAD DE CARGA Contenedor 20´
Nº de unidades por embarque	81 cajas	1 Contenedor
Largo	0.60 Metros	5,89 Metros
Alto	0.70 Metros	2,39 Metros
Ancho	0.60 Metros	2.35 Metros
Volumen total del embarque m ³	0.252m ³ C/Caja	33.08 m ³
FLETE		
MARÍTIMO	APLICA	
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

Para determinar el número de unidades comerciales por embarque hemos realizado las siguientes operaciones considerando las dimensiones del contenedor y las cajas las cuales son largo 5.89 alto 2.39, ancho 2.35 y largo 0.60, alto 0.70, ancho 0.60, dando un resultado de 81 cajas por contenedor.

Tabla N° 82
Equipos a Utilizar

EQUIPOS A UTILIZAR		
	Contenedor normal 20´	X
MARÍTIMO	"refrigerado	
	FLAT RACK	
	OTROS	
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

En nuestra negociación el equipo a utilizar en el transporte es el contenedor normal de 20 pies.

Tabla N° 83
Información Adicional de la Negociación

Termino de negociación	CIF Toronto
Forma de pago	Efectivo
Plazo	-
Tipo de cambio	1 USD
% Tasa de Seguro Nacional	0.12%
% Tasa de Seguro Internacional	0.5%
% Tasa Pasiva de Interés Anual	4.5%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

DETALLE:

En la exportación el término de negociación a emplearse es el CIF Toronto en donde el exportador debe pagar los gastos y los fletes necesarios para hacer llegar la mercadería al puerto de destino convenido en este caso Toronto – Canadá. Además el exportador asume el riesgo de pérdida o daño de la mercadería hasta el puerto de embarque. Este término exige que vendedor despache la mercancía de exportación.

La forma de pago se realizará en efectivo tomando en cuenta que es la primera negociación al exterior que realizamos, el tipo cambio se lo hará tomando en cuenta la moneda en dólares, el porcentaje de tasa pasiva de interés anual es aproximadamente de 4.5% tomando como base legal las estadísticas que nos presenta el Banco Central del Ecuador.

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS EXPORTADOR

➤ **CALCULO COSTO TOTAL EMPAQUE Y EMBALAJE**

Tabla N° 84

Calculo costo total empaque y embalaje

EMPAQUE Y EMBALAJE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	RR.HH .	COSTO RR.HH.	TOTAL RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Plástico de Burbujas	1382	0.16	221.12	5	83.60	418	3 Días	1371.82
Cartón Corrugado	1382	0.15	207.30					
Cinta de Embalaje	8	1.25	10					
Etiquetas	9984	0.05	499.20					
Caja	81	0.20	16.20					
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto								

DETALLE

Para transportar las artesanías talladas en madera el empaque y embalaje servirá de protección y facilitaran las operaciones de manipulación (Carga y Descarga). Es por ello que para la movilización de 9024 artesanías decorativas y 960 religiosas se requiere agrupar en 81 cajas, en las cuales se empleara 1382 metros de plástico de burbujas con un costo de 221.12 dólares, 1382 metros de cartón corrugado con un costo de 207.30 el cual servirá como divisor de las artesanías para evitar rayones; roturas, 8 cinta de embalaje con un costo de 10 dólares las que servirá para sellar cada una de las cajas para evitar robos durante el proceso de exportación e importación. Además cada producto llevara su respectiva etiqueta con un valor de 0.05 ctv., cada una como lo exige el mercado Canadiense.

Cabe señalar que si se emplea correctamente los empaques y embalajes, la mercadería llegara en óptimas condiciones al mercado internacional.

Además para empacar el producto de una manera rápida se necesita la colaboración de 3 personas a las cuales se les paga por obra un valor de 83.60 dólares obteniendo un costo de RRHH de 418 dólares.

Finalmente el costo final de operación referente al empaque y embalaje es de 1371.82 dólares

LISTA DE CHEQUEO EMPAQUE y EMBALAJE.

El empaque cumple con las exigencias del producto

El empaque garantiza que las artesanías talladas en madera producto frágil llegue al mercado internacional en óptimas condiciones puesto que las cajas facilitan las operaciones de manipulación de carga y descarga.

Además es un empaque que permite una fácil identificación del tipo de producto que se está transportando.

El empaque cumple con las exigencias del mercado de destino

El empaque si cumple con las exigencias del mercado de destino ya que el producto al momento que ingresa al mercado cumple con las certificaciones de calidad exigidas así mismo la afinidad con el producto a contener unidades requeridas y tamaños permitidos por el país al cual se va realizar la exportación.

El empaque se ajusta a las normas internacionales

El empaque de las artesanías en madera si se ajusta a las normas internacionales porque facilita las operaciones de manipulación (carga y descarga) y la distribución del producto, además cuenta con normas y reglamentos de empaque y etiquetado al mercado al cual se va a exportar en este caso Canadá.

Cumple con las exigencias de cada modo de transporte a utilizar

El empaque si cumple con las exigencias para cada modo de transporte tanto para el transporte aéreo, marítimo y terrestre ya que el producto será transportado en contenedor normal de 20 pies lo que hace que el producto llegue en óptimas condiciones para el consumidor final.

El mercado del empaque cumple con las exigencias del producto, mercado y del modo de transporte

Si cumple con las exigencias del producto ya que se especifica toda información necesaria para el manejo adecuado del producto de manera que llegue en óptimas condiciones, en el idioma del país de destino facilitando su identificación durante su traslado en los modos de transporte y por ende en el mercado.

El mercado del empaque cumple con las normas internacionales

Todos los productos para ingresar a los mercados internacionales tiene que cumplir con normas internacionales por ejemplo los símbolos pictóricos los

desarrolla la norma ISO (International Organización foro Standardization), además que cumple con legibilidad, localización, medidas.

LISTA DE CHEQUEO EMBALAJE

¿El embalaje cumple con las exigencias del producto?

En la exportación de artesanías si se utilizar embalaje el cual sirve para proteger las artesanías de rayones, rupturas, humedad pero generalmente las exigencias en el mercado internacional son más estrictas para los empaques mas no para los embalajes. Es decir que el embalaje se lo emplea de acuerdo a los requerimientos de cada producto y en las dimensiones pertinentes.

Tabla N°85
Calculo Unitarización

UNITARIZACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Alquiler Contenedor	1	300.00	300.00	2 Horas	300.00
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

DETALLE

Para la exportación de 81 cajas de artesanías entre decorativas y religiosas se requiere emplear un contenedor normal de 20 pies, el alquiler es de 300 dólares esto dependiendo del tiempo que se lo va a utilizar es decir que si lo utiliza más tiempo por ende el costo es más elevado o viceversa.

Tabla N°86
Unitarización

DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES	ESTADO
Hizo la reserva del contenedor con la anticipación requerida		X
Realizó la inspección física acerca del estado del contenedor		X
Solicitó el contenedor adecuado y verificó sus medidas internas		X
Cuenta con precintos adecuados para la seguridad del contenedor		X
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

LISTA DE CHEQUEO UNITARIZACIÓN

Hizo la reserva del contenedor con la anticipación requerida

Para no tener inconvenientes al momento de realizar la carga si se reservo del contenedor con la debida anticipación para verificar estado físico del contenedor.

Realizó la inspección física acerca del estado del contenedor

Para que el producto llegue a su destino final en óptimas condiciones si se realizo la inspección física con el propósito de que al momento de enviar la carga no influya el estado del contenedor es decir se inspecciono todo el contenedor observando que esté en buenas condiciones

Solicitó el contenedor adecuado y verificó sus medidas internas

Antes de solicitar el contenedor se realizo una investigación sobre el contenedor adecuado para el producto tomando en cuenta las características y

necesidades del producto. Para ello se tomo en cuenta las medidas del contenedor, comodidad y conveniencia de la carga.

Cuenta con precintos adecuados para la seguridad del contenedor

Si se cuenta con los precintos debido a que es una herramienta indispensable para la seguridad del contenedor y por ende de la carga y exigida por el SENA.

Tabla N° 87

Calculo de Manipuleo en el Local del Exportador

MANIPULEO	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Manipuleo Pre-Embarque Marítimo	15	10	2 Horas	150.00
Manipuleo Embarque Marítimo	10	12.50	3 Horas	125.00
TOTAL				275.00
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

DETALLE

Para la manipulación de las mercancías en el lugar de embarque hemos tomado en cuenta la cantidad cajas, el tiempo estimado en la manipulación del mismo que es de aproximadamente una cinco horas y el personal necesario para llevar a cabo dicha actividad, dándonos como resultado final de la operación de manipuleo de la carga 275.00 dólares

LISTA DE CHEQUEO MANIPULACIÓN

Cuenta con instrucciones especiales para el manejo de la carga

Es un punto radical dentro de la exportación puesto que se debe tener preciso conocimiento de lo que se piensa realizar, las condiciones en las que el

producto debe ser manipulado permitiendo dar las respectivas instrucciones sobre su tratamiento para su posterior llegada en óptimas condiciones a su punto de destino que es Canadá.

Tiene el equipo adecuado para el manejo de la carga

El producto ya se encuentra debidamente especificado en su empaque y embalaje el tratamiento que se le debe dar al mismo y por la experiencia que el agente posee en sus labores conoce con exactitud la forma de manipulación.

Tabla N° 88
Calculo de Documentos

DOCUMENTOS	COSTOS	TIEMPO
Factura Comercial	0.65	
CPI – MCI	25.00	
Certificado de Origen	25.00	
Conocimiento de Embarque	50.00	
Total	100.65	2 Días
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE:

La documentación a utilizar durante el proceso de exportación e importación es la factura Comercial la cual tiene un costo total de 0.65 ctv. Para la movilización del medio de transporte terrestre necesitamos CPI Y MCI el juego tiene un costo de 25 dólares y para el transporte marítimo un Conocimiento de Embarque el cual tiene un costo de 50 dólares.

Además para que las artesanías en madera ingresen al mercado Canadiense con Valor Arancelario 0% necesitamos obtener un certificado de Origen el cual tiene un costo de 25 dólares obteniendo un costo total de \$100.65. Los costos de la documentación para el modo de transporte se calculo en base al tiempo, el número de RRHH, el número de personas encargadas de la documentación.

LISTA DE CHEQUEO DOCUMENTACIÓN

La factura comercial se ajusta a las normas internacionales y exigencias del comprador

La factura comercial si se ajusta a normas internacionales y exigencias del comprador (país importador). Este documento se encuentra detallado claramente la información requerida de la carga a ser exportada, como también estará debidamente firmada y sellada.

La factura comercial requiere validación o visto bueno de alguna autoridad

Para que la factura comercial tenga validez necesita el visto bueno de los agentes tanto de la empresa exportadora como de la importadora.

Cabe señalar que con la implementación del nuevo sistema ECUAPASS la factura electrónica para que tenga validez se necesita la firma y autorización del agente de aduanas de cada empresa.

Elaboró suficientes copias de la factura comercial

Nosotros como exportadores si tenemos las suficientes copias de facturas comerciales acorde con las necesidades tanto del país exportador e importador (una copia para Servicio de Rentas Internas, copia para el archivo del agente de aduana, copia para el exportador)

Comprobó que el documento de exportación coincide con los datos de la factura comercial

Antes de iniciar con el proceso de exportación nosotros comprobamos que los datos de documento de exportación coincidan con los datos de la factura en este caso nombre y razón social del país de destino, fecha de expedición, descripción del producto, valor total de la exportación, entre otros.

La lista de empaque coincide con el pedido

Para la exportación de artesanías en madera se requiere la lista de empaque porque son dos productos que se va a transportar con las características diferentes.

El embarque requiere de certificado de origen

Si porque este documento es exigido por el importador para garantizar el origen de los productos. Además Ecuador para gozar de las preferencias arancelarias existentes en el mercado canadiense debe necesariamente presentar el certificado de origen caso contrario deberá cancelar dichos aranceles.

El certificado de origen requiere de validación o visto bueno de alguna autoridad

Si requiere validación en este caso de la Cámara de la Pequeña Industria o MIPRO

Certificado pre-embarque

Certificado otorgado por Patrimonio el cual sirve para garantizar que la mercadería que se está movilizándose no contiene ninguna clase de estupefaciente

Tabla N° 89
Calculo Transporte Interno

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Transporte Interno	789	10 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

LISTA DE CHEQUEO TRANSPORTE INTERNO

La empresa transportadora es confiable

La empresa encargada del transporte de este producto brinda seguridad en todas las operaciones de Comercio Exterior que realiza puesto que mantiene varios años de experiencia en la realización de esta actividad económica, satisfaciendo necesidades de sus clientes a cabalidad, además de tarifas y entornos de negociación, y se ha caracterizado siempre por ofrecer un transporte seguro de la mercaderías en excelentes condiciones.

Por el volumen de carga requiere programación de equipos, horarios

Tomando en cuenta que la mercadería a trasladar no es voluminosa y sus características no requieren de un equipo de transporte sofisticado pero siempre se establecerán horarios para todos los involucrados en esta operación comercial y realizar todas las actividades a tiempo.

Los documentos de transporte cumplen con las normas y costumbres comerciales

La documentación a ser empleada cumple con todas las formalidades necesarias del país a fin de cumplir con la exportación.

Programó con suficiente antelación el envío de la carga al punto de embarque para cumplir con el procedimiento sobre transmisión de información post-embarque a la aduana americana

Es indispensable tomar en cuenta tiempos y horarios con anterioridad puesto que si se organizan las actividades y documentación a tramitar así se evitarán posibles falencias o contra tiempos en el transporte de la mercadería.

Tabla N° 90
Calculo Almacenamiento

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Costo Almacenamiento Marítimo	50.00	3 Días
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

El costo de almacenamiento por contenedor es de 50 dólares esto debido a que la mercadería permanecerá almacenada por lo menos tres días ya que las rutas en el transporte marítimo son generalmente dos veces a la semana.

LISTA DE CHEQUEO ALMACENAMIENTO

Tiene instrucciones sobre almacenamiento de la carga

La mercadería a almacenarse es frágil. Por lo que se requiere que en la manipulación cargue y descargue se la realice con el cuidado necesario que esta requiere. También que se la ubique en un lugar fresco para evitar daños de humedad en la mercadería

Tabla N° 91
Calculo Honorarios Agente

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Honorarios Agente	135.85	5 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

EL Agente de aduanas por prestar sus servicios para la realización de trámite actualmente cobra 135.85 y el tiempo que se demora en efectuar dicha actividad es de 5 horas.

LISTA DE CHEQUEO HONORARIOS AGENTE

El agente de aduana está legalmente habilitado y es idóneo para prestar un buen servicio

La persona profesional que colaborará en la realización de esta exportación es la más indicada para prestar sus servicios tomando en cuenta que su perfil profesional es impecable así como su historial de todos los procedimientos aduaneros que ha llevado a cabo en todo su tiempo de labor.

Suministró instrucciones precisas a su agente sobre el manejo de la exportación y el dinero

Todo lo referente al proceso de exportación como a la forma de pago están bien estructuradas ya que para llevar a cabo todo este proceso se ha hecho necesario mantener una conversación con la finalidad de determinar cómo se realizará el proceso tanto de la exportación, derechos y responsabilidades de ambas partes.

La comisión cobrada por su agente fue la pactada previamente

Tomando en cuenta que todos estos aspectos en lo que respecta al a negociación se los trató con anterioridad siendo el valor de 135.85 dólares.

Los gastos cobrados por el agente de aduana tienen soportes en facturas

Nuestra negociación se encuentra legalmente respaldada por documentos legales entre ellos la factura otorgada por su Agencia haciendo referencia al servicio prestado.

Tabla N° 92
Calculo Costo Seguro Flete Interno

VALOR DEL EMBARQUE	PRIMA SEGURO	TIEMPO	TOTAL COSTO SEGURO
75854	0.12%	4 Horas	91.02
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

DETALLE

Para la exportación de las artesanías en madera se contratara un seguro el cual servirá para cubrir los riesgos en caso de suscitarse algún inconveniente el costo es de 91.02 dólares.

LISTA DE CHEQUEO SEGURO FLETE INTERNO

Requiere que su carga esté asegurada

Resulta indispensable que el embarque al realizar su transporte interno cuente con un seguro por cualquier inconveniente que pudiera presentarse en las vías de transito,

Avisó oportunamente a la compañía de seguros sobre el despacho de la carga

Es importante mantener a la aseguradora informada de todos los movimientos que vaya a realizar el medio de transporte y la mercadería, esto se lo hará con tres días anteriores.

En la lista de empaque verificó el número, peso y dimensiones de las unidades

La lista de empaque es un documento indispensable que toda mercadería debe contar puesto que servirá de guía para verificar la existencia exacta de las mercaderías, sus características, cantidades, entre otros.

Tabla N° 93
Valor EXW

COSTO A CONSIDERAR	COSTOS
Costo mercadería	75854
Empaque y Embalaje	1371.82
VALOR EXW	77225.82

Tabla N° 94
Valor FCA

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
EXW	77225.82
Unitarización	300.00
Manipuleo en el local del exportador	150.00
Documentación	100.65
Transporte interno	789.00
Agente	135.85
Seguro interno	91.02
VALOR FCA	78792.34

Tabla N°95

Valor FAS

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FCA	78792.34
VALOR FAS	78792.34

Tabla N° 96

Valor FOB

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FAS	78792.34
Almacenamiento	50.00
Manipulación Embarque	125.00
Capital Inventario	98.71
VALOR FOB	79066.05

CALCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{FOB} * \frac{\text{TASAPASIVA}}{360} * \text{N}^\circ \text{ de días que se tarda el proceso de documentación}$$

$$78967.34 * (0.045/360) * 10 \text{ DÍAS} = 98.71$$

DETALLE

Para el cálculo del capital e inventario se tomo en cuenta el número de días que se tarda el proceso en el país de origen obteniendo un resultado de 98.71 dólares Es decir que si el dinero hubiera estado en el banco o institución

financiera durante los 10 días que demora la operación hubiera ganado dicha cantidad.

LISTA DE CHEQUEO CAPITAL E INVENTARIO

¿Calculó el costo del capital e inventario en el país exportador?

La cantidad obtenida es de 98.71 dólares

COSTO TRANSITO INTERNACIONAL

Tabla N° 97

Calculo Transporte Internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTOS	DÍAS
Flete Internacional	2719	21
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

Para nosotros el transporte marítimo es más apto para la movilización de las mercaderías esto debido su bajo costo. El costo por contenedor es de 2719 dólares.

Generalmente el trayecto es de 20 hasta 23 días dependiendo las condiciones climáticas, embarque.

LISTA DE CHEQUEO TRANSPORTE INTERNACIONAL

Hizo la reserva de cupo en el medio de transporte internacional

SI

Envió carta de instrucciones al agente de carga o transportador

SI

El documento de transporte fue elaborado según las instrucciones de embarque

SI

Recibió las copias solicitadas del documento de transporte

SI

Envío el original del documento de transporte a su comprador

SI

Informó a su cliente sobre el modo y medios de transporte que utilizará

El importador está de acuerdo al medio de transporte puesto que el producto no es perecible.

Hizo el seguimiento del despacho hasta su llegada al destino

No esto debido a que la negociación fue en términos CIF donde la responsabilidad y el riesgo van únicamente hasta el puerto de destino convenido.

Verificó si hay restricciones de transporte en el país de destino

Por ser productos artesanales en el mercado Canadiense no existe ninguna restricción.

Tabla N° 98
Calculo Seguro Internacional

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Seguro Internacional	408.93	2 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

Resulta indispensable que el embarque cuente con un seguro por cualquier inconveniente que se puede presentar en el trayecto la prima del seguro internacional es de 0.5% obteniendo un costo de 386.13 dólares.

LISTA DE CHEQUEO SEGURO INTERNACIONAL

Verificó los riesgos de transporte a asegurar y el valor de la prima de seguro aplicable

SI

Avisó a la compañía de seguros la fecha de embarque

SI

Al momento de hacer la negociación para que no se genere inconvenientes el exportador comunico la fecha de embarque de la mercadería.

Tabla N° 99
Valor CPT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FOB	79066.05
Transporte Internacional	2719
VALOR CPT	81785.05

Tabla N° 100
Valor CFR

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CPT	81785.05
VALOR CFR	81785.05

Tabla N° 101
Valor CIP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CFR	81785.05
Seguro Internacional	408.93
VALOR CIP	82193.98

Tabla N° 102
Valor CIF

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIP	82193.98
Capital Inventario	226.03
VALOR CIF	82420.01

CALCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{CIF} * \frac{\text{TASAPASIVA} * \text{N}^\circ \text{ de días que se tarda el proceso de documentación}}{360}$$

$$82193.98 * (0.045/360) * 22 \text{ DÍAS} = 226.03$$

DETALLE:

Para el cálculo del capital e inventario se tomo en cuenta el número de días que se tarda el proceso de exportación e importación dando un total de 226.03 dólares es decir que en estos 22 días si el dinero hubiera estado en el banco hubiese ganado dicho valor.

LISTA DE CHEQUEO CAPITAL E INVENTARIO

¿Calculó el costo del capital e inventario en el país exportador?

La cantidad es de 98.71 dólares

¿Calculó el costo del capital e inventario en tránsito internacional?

La cantidad es de 226.03 dólares

ANÁLISIS DE COSTOS PAÍS IMPORTADOR

Tabla N° 103

Calculo Manipuleo Desembarque

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Manipulación Desembarque	60.00	2 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Tabla N° 104
Cálculo Nacionalización

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Nacionalización	120.00	2 Días
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Tabla N° 105
Calculo Agente de Aduanas

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Agente de Aduana	80.00	5 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Tabla N° 106
Calculo Transporte Interno País Destino

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Transporte País Destino	500.00	1 Día
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Tabla N° 107

Valor DAT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIF	82420.01
Manipulación Destino	60.00
VALOR DAT	82480.01

Tabla N° 108

Valor DAP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAT	82480.01
Transporte Interno	500.00
VALOR DAP	82980.01

Tabla N° 109

Valor DDP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAP	82980.01
Nacionalización	120.00
Tramite Agente de Aduana	80.00
Capital Inventario	41.59
VALOR DDP	83221.60

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{DDP} * \frac{\text{TASAPASIVA} * \text{N}^\circ \text{ de días que se tarda el proceso de documentación}}{360}$$

$$83180.01 * (0.045/360) * 4 \text{ DÍAS} = 41.59$$

DETALLE:

Para el cálculo del capital e inventario se tomo en cuenta el número de días que se tarda el proceso dando un total de 41.59 dólares es decir que en estos 4 días si el dinero hubiera estado en el banco hubiese ganado dicho valor.

LISTA DE CHEQUEO CAPITAL E INVENTARIO

¿Calculó el costo del capital e inventario en el país exportador?

La cantidad es de 98.71 dólares

¿Calculó el costo del capital e inventario en tránsito internacional?

La cantidad es de 226.03 dólares

¿Calculó el costo del capital e inventario en el país importador?

La cantidad es de 41.59 dólares

MÁRGENES DE DESCUENTO E INTERMEDIACIÓN

Tabla N° 110

Márgenes de Descuento e Intermediación Decorativos

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTO
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	6.47
Margen del Importador	36%	2.33
Margen Mayorista	8%	0.70

Margen Minorista	4%	0.38
Margen Detallista	4%	0.40
Precio Final al Consumidor		10.28
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

PRECIO EN EL MERCADO DE LA COMPETENCIA IDÉNTICA	10 - 30 dólares
--	-----------------

Como podemos observar en la tabla final el precio ofertado por parte de nosotros como exportadores por cada artículo decorativo es de 6.47 dólares, la competencia ofrece el mismo producto con similares características al mercado canadiense al precio de 10 hasta 30 dólares. Es decir que las artesanías decorativas pueden introducirse y competir en el Mercado canadiense.

Tabla N° 111

Márgenes de Descuento e Intermediación Religiosos

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTO
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	25.88
Margen Del Importador	42%	10.87
Margen Mayorista	8%	2.94
Margen Minorista	4%	1.59
Margen Detallista	4%	1.65
Precio Final al Consumidor		42.93
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

PRECIO EN EL MERCADO DE LA COMPETENCIA IDÉNTICA	40-60dolares
--	--------------

Como podemos observar en la tabla final el precio ofertado por parte de nosotros como exportadores por cada artículo religioso es de 25.88 dólares, la competencia ofrece el mismo producto con similares características al mercado canadiense al precio de 40 hasta 60 dólares. Es decir que las artesanías religiosas pueden introducirse y competir en el mercado canadiense.

CONCLUSIÓN

Como conclusión diagnosticamos que el tiempo para que el producto llegue al consumidor final desde San Antonio de Ibarra-Ecuador/ Toronto Canadá es de aproximadamente 36 días. Esto debido a que se va a utilizar el transporte marítimo medio más económico.

Además determinamos que exportar las artesanías decorativas y religiosas al mercado canadiense es rentable porque el margen de utilidad es muy elevado.

5.6.1.1.3. Resumen de Plan Logístico de las artesanías en madera desde San Antonio de Ibarra – Ecuador hasta Francia e Italia.

Tabla N° 112

Resumen de Plan Logístico de las Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra – Ecuador hasta Francia e Italia

COSTO A CONSIDERAR	FRANCIA	ITALIA
Costo mercadería	75854	75854
Empaque y Embalaje	1371.82	1371.82
VALOR EXW	77225.82	77225.82
Unitarización	350.00	450.00
Manipuleo en el local del exportador	150.00	150.00
Documentación	100.65	100.65
Transporte interno	789.00	789.00
Agente	135.85	135.85

Seguro interno	91.02	91.02
Capital e inventario	68.99	69.07
VALOR FCA	78911.33	79011.41
VALOR FAS	78911.33	79011.41
Almacenamiento	50.00	50.00
Manipulación Embarque	125.00	125.00
Capital Inventario	98.86	99.98
VALOR FOB	79185.19	79286.39
Transporte Internacional	1355	2100
VALOR CPT	80540.19	81386.39
Seguro Internacional	386.13	386.13
CIP	80926.32	81772.52
VALOR CFR	80926.32	81772.52
Capital Inventario	354.05	429.30
VALOR CIF	81280.37	82201.82
Manipulación Destino	65.00	70.00
VALOR DAT	81345.37	82271.82
Transporte Interno	450.00	935.00
VALOR DAP	81795.37	83206.86
Nacionalización	90.00	95.00
Tramite Agente de Aduana	120.00	110.00
Capital Inventario	389.52	458.76
VALOR DDP	82394.84	83870.58
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

5.6.1.1.4. Artesanías Tejidas A Mano (Sacos Y Gorras) de Otavalo – Ecuador hasta Toronto- Canadá

**Tabla N° 113
Información Básica**

Nombre técnico o comercial del producto	Suéteres y Gorras de Lana
Posición arancelaria en el país exportador	6110.11.00.00
Posición arancelaria en el país importador	6110.11.00.00
Unidad comercial de venta	Unidad
Moneda de transacción	Usd
Total Valor Ex-Work de la unidad comercial	13.24
Valor Ex-Work de la unidad comercial Sacos	12.36
Valor Ex-Work de la unidad comercial Gorras	0.88
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

Tabla N° 114

Información Básica del Embarque

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil
País de destino	Canadá
Ciudad de punto de destino	Toronto
Total N° de unidades comerciales por embarque	6270
Sacos	1170
Gorras	5100
EXW Total Valor del embarque	22245.45
Sacos	17743.39
Gorras	4502.06
Tipo de embalaje	Cajas de Cartón
Tipo de unidad de carga	Contenedor
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

Tabla N° 115

DIMENSIONES	EMPAQUE/EMBALAJE Cajas de Cartón Duro	UNIDAD DE CARGA Contenedor 20´
Nº de unidades por embarque	82 cajas	1 Contenedor
Largo	0,82 Metros	5,89 Metros
Alto	0,56 Metros	2,39 Metros
Ancho	0,7 Metros	2.35 Metros
Volumen total del embarque m ³	0.321m ³ C/Caja	32.63 m ³
FLETE		
MARÍTIMO	APLICA	
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

Para determinar el número de unidades comerciales por embarque hemos realizado las siguientes operaciones considerando las dimensiones del contenedor y las cajas las cuales son largo 5.89 alto 2.39, ancho 2.35 y largo 0.82, alto 0.56, ancho 0.7, dando un resultado de 82 cajas por contenedor.

Tabla N° 116
Equipos a Utilizar

EQUIPOS A UTILIZAR		
	Contenedor normal 20´	X
MARÍTIMO	"refrigerado	
	FLAT RACK	
	OTROS	
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

En nuestra negociación el equipo a utilizar en el transporte es el contenedor normal de 20 pies.

Tabla N° 117
Información Adicional

Termino de negociación	CIF Toronto
Forma de pago	Efectivo
Plazo	-
Tipo de cambio	1 USD
% Tasa de Seguro Nacional	0.12%
% Tasa de Seguro Internacional	0.5%
% Tasa Pasiva de Interés Anual	4.5%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

DETALLE:

En la exportación el término de negociación a emplearse es el CIF Toronto en donde el exportador debe pagar los gastos y los fletes necesarios para hacer llegar la mercadería al puerto de destino convenido en este caso Toronto – Canadá. Además el exportador asume el riesgo de pérdida o daño de la mercadería hasta el puerto de embarque. Este término exige que vendedor despache la mercancía de exportación.

La forma de pago se realizará en efectivo tomando en cuenta que es la primera negociación al exterior que realizamos, el tipo cambio se lo hará tomando en cuenta la moneda en dólares, el porcentaje de tasa pasiva de interés anual es aproximadamente de 4.5% tomando como base legal las estadísticas que nos presenta el Banco Central del Ecuador.

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS EXPORTADOR

➤ CALCULO COSTO TOTAL EMPAQUE Y EMBALAJE

Tabla N° 118

Calculo Costo Total Empaque y Embalaje

EMPAQUE Y EMBALAJE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TOTAL RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Fundas Plásticas	6270	0.03	188.10	8.00	25.00	200.00	4 Días	609.55
Cinta de Embalaje	7	1.25	8.75					
Etiquetas	6270	0.03	188.10					
Caja	82	0.30	24.60					
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto								

DETALLE

Para transportar las artesanías tejidas a mano (Sacos y Gorras) el empaque y embalaje servirá de protección y facilitaran las operaciones de manipulación (Carga y Descarga). Es por ello que para la movilización de 1170 sacos y 5100 gorras se requiere agrupar en 82 cajas, 8 cinta de embalaje con un costo de 10 dólares las que servirá para sellar cada una de las cajas para evitar robos durante el proceso de exportación e importación. Además cada producto llevara su respectiva etiqueta con un valor de 0.05 ctv., cada una como lo exige el mercado Canadiense.

Además para empacar el producto de una manera rápida se necesita la colaboración de 3 personas a las cuales se les paga por obra un valor de 83.60 dólares obteniendo un costo de RRHH de 418 dólares.

Cabe señalar que si se emplea correctamente los empaques y embalajes, la mercadería llegara en óptimas condiciones al mercado internacional.

Finalmente el costo de la operación referente al empaque y embalaje es de 609.55 dólares

LISTA DE CHEQUEO EMPAQUE y EMBALAJE.

El empaque cumple con las exigencias del producto

El empaque garantiza que las artesanías tejidas a mano lleguen al mercado internacional en óptimas condiciones puesto que las cajas facilitan las operaciones de manipulación de carga y descarga. Además es un empaque que permite una fácil identificación del tipo de producto que se está transportando.

El empaque cumple con las exigencias del mercado de destino

El empaque si cumple con las exigencias del mercado de destino ya que el producto al momento que ingresa al mercado tiene las certificaciones de calidad

exigidas así mismo la afinidad con el producto a contener unidades requeridas y tamaños permitidos por el país al cual se va realizar la exportación.

El empaque se ajusta a las normas internacionales

El empaque se ajusta a las normas internacionales porque facilita las operaciones de manipulación (carga y descarga) y la distribución del producto, además cuenta con normas y reglamentos de empaque y etiquetado al mercado al cual se va a exportar en este caso Canadá.

Cumple con las exigencias de cada modo de transporte a utilizar

El empaque si cumple con las exigencias para cada modo de transporte tanto para el transporte aéreo, marítimo y terrestre ya que el producto será transportado en contenedor normal de 20 pies lo que hace que el producto llegue en óptimas condiciones para el consumidor final.

El mercado del empaque cumple con las exigencias del producto, mercado y del modo de transporte

Si cumple con las exigencias del producto ya que se especifica toda información necesaria para el manejo adecuado del producto de manera que llegue en óptimas condiciones, en el idioma del país de destino facilitando su identificación durante su traslado en los modos de transporte y por ende en el mercado.

El mercado del empaque cumple con las normas internacionales

Todos los productos para ingresar a los mercados internacionales tiene que cumplir con normas internacionales por ejemplo los símbolos pictóricos los desarrolla la norma ISO (International Organization for Standardization), además que cumple con legibilidad, localización, medidas.

LISTA DE CHEQUEO EMBALAJE

¿El embalaje cumple con las exigencias del producto?

En la exportación de artesanías si se utilizar embalaje el cual sirve para proteger las artesanías de humedad, polvo pero generalmente las exigencias en el mercado internacional son más estrictas para los empaques mas no para los embalajes. Es decir que el embalaje se lo emplea de acuerdo a los requerimientos de cada producto y en las dimensiones pertinentes.

Tabla N° 119
Cálculo Unitarización

UNITARIZACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Alquiler Contenedor	1	300.00	300.00	2 Horas	300.00
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

DETALLE

Para la exportación de 82 cajas de artesanías entre sacos y gorras se requiere emplear un contenedor normal de 20 pies, el alquiler es de 300 dólares esto dependiendo del tiempo que se lo va a utilizar es decir que si lo utiliza más tiempo por ende el costo es más elevado o viceversa.

LISTA DE CHEQUEO UNITARIZACIÓN

Tabla N°120

DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES	ESTADO
Hizo la reserva del contenedor con la anticipación requerida		X
Realizó la inspección física acerca del estado del contenedor		X
Solicitó el contenedor adecuado y verificó sus medidas internas		X
Cuenta con precintos adecuados para la seguridad del contenedor		X
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Hizo la reserva del contenedor con la anticipación requerida

Para no tener inconvenientes al momento de realizar la carga si se reservo del contenedor con la debida anticipación para verificar estado físico del contenedor.

Realizó la inspección física acerca del estado del contenedor

Para que el producto llegue a su destino final en óptimas condiciones si se realizo la inspección física con el propósito que al momento de enviar la carga no influya el estado del contenedor es decir se inspecciono todo el contenedor observando que esté en buenas condiciones

Solicitó el contenedor adecuado y verificó sus medidas internas

Antes de solicitar el contenedor se realizo una investigación sobre el contenedor adecuado para el producto tomando en cuenta las características y necesidades del producto. Para ello se tomo en cuenta las medidas del contenedor, comodidad y conveniencia de la carga.

Cuenta con precintos adecuados para la seguridad del contenedor

Si se cuenta con los precintos debido a que es una herramienta indispensable para la seguridad del contenedor y por ende de la carga y exigida por el SENA.

Tabla N° 121

Calculo de manipuleo en el local del exportador

MANIPULEO	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Manipuleo Pre-Embarque Marítimo	10	12	2 Horas	120.00
Manipuleo Embarque Marítimo	10	12.50	3 Horas	125.00
TOTAL				245.00
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

DETALLE

Para la manipulación de las mercancías en el lugar de embarque hemos tomado en cuenta la cantidad cajas, el tiempo estimado en la manipulación del mismo que es de aproximadamente una cinco horas y el personal necesario para llevar a cabo dicha actividad, dándonos como resultado final de la operación de manipuleo de la carga 245.00 dólares

LISTA DE CHEQUEO MANIPULACIÓN

Cuenta con instrucciones especiales para el manejo de la carga

Es un punto radical dentro de la exportación puesto que se debe tener preciso conocimiento de lo que se piensa realizar, las condiciones en las que el producto debe ser manipulado permitiendo dar las respectivas instrucciones sobre su tratamiento para su posterior llegada en óptimas condiciones a su punto de destino que es Canadá.

Tiene el equipo adecuado para el manejo de la carga

El producto ya se encuentra debidamente especificado en su empaque y embalaje el tratamiento que se le debe dar al mismo y por la experiencia que el agente posee en sus labores conoce con exactitud la forma de manipulación.

Tabla N°122
Calculo de Documentos

DOCUMENTOS	COSTOS	TIEMPO
Factura Comercial	0.65	
CPI - MCI	25.00	
Certificado de Origen	25.00	
Conocimiento de Embarque	50.00	
Total	100.65	2 Días
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE:

La documentación a utilizar durante el proceso de exportación e importación es la factura Comercial la cual tiene un costo total de 0.65 ctv. Para la movilización del medio de transporte terrestre necesitamos CPI Y MCI el juego tiene un costo de 25 dólares y para el transporte marítimo un Conocimiento de Embarque el cual tiene un costo de 50 dólares.

Además para que las artesanías ingresen al mercado Canadiense con Valor Arancelario 0% necesitamos obtener un certificado de Origen el cual tiene un costo de 25 dólares obteniendo un costo total de \$100.65. Los costos de la documentación para el modo de transporte se calculo en base al tiempo, el número de RRHH, el número de personas encargadas de la documentación.

LISTA DE CHEQUEO DOCUMENTACIÓN

La factura comercial se ajusta a las normas internacionales y exigencias del comprador

La factura comercial si se ajusta a normas internacionales y exigencias del comprador (país importador) .Este documento se encuentra detallado claramente la información requerida de la carga a ser exportada, como también estará debidamente firmada y sellada.

La factura comercial requiere validación o visto bueno de alguna autoridad

Para que la factura comercial tenga validez necesita el visto bueno de los agentes tanto de la empresa exportadora como de la importadora.

Cabe señalar que con la implementación del nuevo sistema ECUAPASS la factura electrónica para que tenga validez se necesita la firma y autorización del agente de aduanas de cada empresa.

Elaboró suficientes copias de la factura comercial

Nosotros como exportadores si tenemos las suficientes copias de facturas comerciales acorde con las necesidades tanto del país exportador e importador (una copia para Servicio de Rentas Internas, copia para el archivo del agente de aduana, copia para el exportador)

Comprobó que el documento de exportación coincide con los datos de la factura comercial

Antes de iniciar con el proceso de exportación nosotros comprobamos que los datos de documento de exportación coincidan con los datos de la factura en este caso nombre y razón social del país de destino, fecha de expedición, descripción del producto, valor total de la exportación, entre otros.

La lista de empaque coincide con el pedido

Para la exportación de artesanías tejidas a mano se requiere la lista de empaque porque son dos productos que se va a transportar con las características diferentes.

El embarque requiere de certificado de origen

Si porque este documento es exigido por el importador para garantizar el origen de los productos. Además Ecuador para gozar de las preferencias arancelarias existentes en el mercado canadiense debe necesariamente presentar el certificado de origen caso contrario deberá cancelar dichos aranceles.

El certificado de origen requiere de validación o visto bueno de alguna autoridad

Si requiere validación en este caso de la Cámara de la Pequeña Industria o MIPRO

Certificado pre-embarque

Certificado otorgado por Patrimonio el cual sirve para garantizar que la mercadería que se está movilizándose no contiene ninguna clase de estupefaciente

Tabla N° 123
Calculo Transporte Interno

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Transporte Interno	750	8 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

LISTA DE CHEQUEO TRANSPORTE INTERNO

La empresa transportadora es confiable

La empresa encargada del transporte de este producto brinda seguridad en todas las operaciones de Comercio Exterior que realiza puesto que mantiene varios años de experiencia en la realización de esta actividad económica, satisfaciendo necesidades de sus clientes a cabalidad, además de tarifas y entornos de negociación, y se ha caracterizado siempre por ofrecer un transporte seguro de la mercaderías en excelentes condiciones.

Por el volumen de carga requiere programación de equipos, horarios

Tomando en cuenta que la mercadería a trasladar no es voluminosa y sus características no requieren de un equipo de transporte sofisticado pero siempre se establecerán horarios para todos los involucrados en esta operación comercial y realizar todas las actividades a tiempo.

Los documentos de transporte cumplen con las normas y costumbres comerciales

La documentación a ser empleada cumple con todas las formalidades necesarias del país a fin de cumplir con la exportación.

Programó con suficiente antelación el envío de la carga al punto de embarque para cumplir con el procedimiento sobre transmisión de información post-embarque a la aduana americana

Es indispensable tomar en cuenta tiempos y horarios con anterioridad puesto que si se organizan las actividades y documentación a tramitar así se evitarán posibles falencias o contratiempos en el transporte de la mercadería

Tabla N° 124
Cálculo Almacenamiento

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Costo Almacenamiento Marítimo	50.00	3 Días
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

El costo de almacenamiento por contenedor es de 50 dólares esto debido a que la mercadería permanecerá almacenada por lo menos tres días ya que las rutas en el transporte marítimo son generalmente dos veces a la semana.

LISTA DE CHEQUEO ALMACENAMIENTO

Tiene instrucciones sobre almacenamiento de la carga

Se requiere que en la manipulación cargue y descargue se la realice con el cuidado necesario, se le ubique en un lugar fresco para evitar daños de humedad en la mercadería.

Tabla N° 125
Cálculo Honorarios Agente

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Honorarios Agente	135.85	5 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

EL Agente de aduanas por prestar sus servicios para la realización de trámite actualmente cobra 135.85 y el tiempo que se demora en efectuar dicha actividad es de 5 horas.

LISTA DE CHEQUEO HONORARIOS AGENTE

El agente de aduana está legalmente habilitado y es idóneo para prestar un buen servicio

La persona profesional que colaborará en la realización de esta exportación es la más indicada para prestar sus servicios tomando en cuenta que su perfil profesional es impecable así como su historial de todos los procedimientos aduaneros que ha llevado a cabo en todo su tiempo de labor.

Suministró instrucciones precisas a su agente sobre el manejo de la exportación y el dinero

Todo lo referente al proceso de exportación como a la forma de pago están bien estructuradas ya que para llevar a cabo todo este proceso se ha hecho necesario mantener una conversación con la finalidad de determinar cómo se realizará el proceso tanto de la exportación, derechos y responsabilidades de ambas partes.

La comisión cobrada por su agente fue la pactada previamente

Tomando en cuenta que todos estos aspectos en lo que respecta al a negociación se los trató con anterioridad siendo el valor de 135.85 dólares.

Los gastos cobrados por el agente de aduana tienen soportes en facturas

Nuestra negociación se encuentra legalmente respaldada por documentos legales entre ellos la factura otorgada por su Agencia haciendo referencia al servicio prestado.

Tabla N° 126
Cálculo Costo Seguro Flete Interno

VALOR DEL EMBARQUE	PRIMA SEGURO	TIEMPO	TOTAL COSTO SEGURO
22245.45	0.12%	4 Horas	26.69
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

DETALLE

Para la exportación de las artesanías tejidas a mano (Sacos y Gorras) se contratara un seguro el cual servirá para cubrir los riesgos en caso de suscitarse algún inconveniente el costo es de 26.69 dólares.

LISTA DE CHEQUEO SEGURO FLETE INTERNO

Requiere que su carga esté asegurada

Resulta indispensable que el embarque al realizar su transporte interno cuente con un seguro por cualquier inconveniente que pudiera presentarse en las vías de tránsito.

Avisó oportunamente a la compañía de seguros sobre el despacho de la carga

Es importante mantener a la aseguradora informada de todos los movimientos que vaya a realizar el medio de transporte y la mercadería, esto se lo hará con tres días anteriores.

En la lista de empaque verificó el número, peso y dimensiones de las unidades

La lista de empaque es un documento indispensable que toda mercadería debe contar puesto que servirá de guía para verificar la existencia exacta de las mercaderías, sus características, cantidades, entre otros.

Tabla N°127

Valor EXW

COSTO A CONSIDERAR	COSTOS
Costo mercadería	22245.45
Empaque y Embalaje	609.55
VALOR EXW	22855.00

Tabla N°128

Valor FCA

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
EXW	22855.00
Unitarización	300.00
Manipuleo en el local del exportador	120.00
Documentación	100.65
Transporte interno	750.00
Agente	135.85
Seguro interno	26.69
VALOR FCA	24288.19

Tabla N° 129

Valor FAS

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FCA	24288.19
VALOR FAS	24288.19

Tabla N° 130

Valor FOB

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FAS	24288.19
Almacenamiento	50.00
Manipulación Embarque	125.00
Capital Inventario	30.80
VALOR FOB	24493.99

CALCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{FOB} * \frac{\text{TASAPASIVA}}{360} * \text{Nº de días que se tarda el proceso de documentación}$$

$$24463.19 * (0.045/360) * 10 \text{ DÍAS} = 30.80 \text{ dólares}$$

DETALLE

Para el cálculo del capital e inventario se tomo en cuenta el número de días que se tarda el proceso en el país de origen obteniendo un resultado de 30.80 dólares Es decir que si el dinero hubiera estado en el banco o institución financiera durante los 10 días que demora la operación hubiera ganado dicha cantidad.

LISTA DE CHEQUEO CAPITAL E INVENTARIO

¿Calculó el costo del capital e inventario en el país exportador?

La cantidad obtenida es de 30.80 dólares

COSTO TRANSITO INTERNACIONAL

Tabla N° 131

Cálculo Transporte Internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTOS	DÍAS
Flete Internacional	2719	21
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

Para nosotros el transporte marítimo es más apto para la movilización de las mercaderías esto debido su bajo costo. El costo por contenedor es de 2719 dólares.

Generalmente el trayecto es de 20 hasta 23 días dependiendo las condiciones climáticas, embarque.

LISTA DE CHEQUEO TRANSPORTE INTERNACIONAL

Hizo la reserva de cupo en el medio de transporte internacional

SI

Envió carta de instrucciones al agente de carga o transportador

SI

El documento de transporte fue elaborado según las instrucciones de embarque

SI

Recibió las copias solicitadas del documento de transporte

SI

Envío el original del documento de transporte a su comprador

SI

Informó a su cliente sobre el modo y medios de transporte que utilizará

El importador está de acuerdo al medio de transporte puesto que el producto no es perecible.

Hizo el seguimiento del despacho hasta su llegada al destino

No esto debido a que la negociación fue en términos CIF donde la responsabilidad y el riesgo van únicamente hasta el puerto de destino convenido.

Verificó si hay restricciones de transporte en el país de destino

Por ser productos artesanales en el mercado Canadiense no existe ninguna restricción.

Tabla N° 132
Cálculo Seguro Internacional

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Seguro Internacional	136.06	2 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

DETALLE

Resulta indispensable que el embarque cuente con un seguro por cualquier inconveniente que se puede presentar en el trayecto la prima del seguro internacional es de 0.5% obteniendo un costo de 136.06 dólares.

LISTA DE CHEQUEO SEGURO INTERNACIONAL

Verificó los riesgos de transporte a asegurar y el valor de la prima de seguro aplicable

SI

Avisó a la compañía de seguros la fecha de embarque

SI

Al momento de hacer la negociación para que no se genere inconvenientes el exportador comunico la fecha de embarque de la mercadería.

Tabla N° 133

Valor CPT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FOB	24493.99
Transporte Internacional	2719
VALOR CPT	27212.99

Tabla N° 134

Valor CFR

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIP	27212.99
VALOR CFR	27212.99

Tabla N° 135

Valor CIP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CPT	27212.99
Seguro Internacional	136.06
VALOR CIP	27349.05

Tabla N° 136

Valor CIF

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CFR	27349.05
Capital Inventario	75.21
VALOR CIF	27424.26

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{CIF} * \frac{\text{TASAPASIVA} * \text{N}^{\circ} \text{ de días que se tarda el proceso de documentación}}{360}$$

$$27349.05 * (0.045/360) * 22 \text{ DÍAS} = 75.21$$

DETALLE:

Para el cálculo del capital e inventario se tomo en cuenta el número de días que se tarda el proceso de exportación e importación dando un total de dólares es 75.21 dólares es decir que en estos 22 días si el dinero hubiera estado en el banco hubiese ganado dicho valor.

LISTA DE CHEQUEO CAPITAL E INVENTARIO

¿Calculó el costo del capital e inventario en el país exportador?

La cantidad es de 30.80 dólares

¿Calculó el costo del capital e inventario en tránsito internacional?

La cantidad es de 75.21 dólares

ANÁLISIS DE COSTOS PAÍS IMPORTADOR

Tabla N° 137

Cálculo Manipuleo Desembarque

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Manipulación Desembarque	60.00	2 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Tabla N° 138

Cálculo Nacionalización

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Nacionalización	120.00	2 Días
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Tabla N°139

Cálculo Agente de Aduanas

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Agente de Aduana	80.00	5 Horas
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Tabla N° 140
Cálculo Transporte Interno País Destino

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Transporte País Destino	500.00	1 Día
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

Tabla N° 141
Valor DAT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIF	27424.26
Manipulación Destino	60.00
VALOR DAT	27484.26

Tabla N° 142
Valor DAP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAT	27484.26
Transporte Interno	500.00
VALOR DAP	27984.26

Tabla N° 143
Valor DDP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAP	27984.26
Nacionalización	120.00

Tramite Agente de Aduana	80.00
Capital Inventario	
VALOR DDP	27832.48

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{DDP} * \frac{\text{TASAPASIVA}}{360} * \text{Nº de días que se tarda el proceso de documentación}$$

$$28184.26 * (0.045/360) * 4 \text{ DÍAS} = 14.09$$

DETALLE:

Para el cálculo del capital e inventario se tomo en cuenta el número de días que se tarda el proceso dando un total de 14.09 dólares es decir que en estos 4 días si el dinero hubiera estado en el banco hubiese ganado dicho valor.

LISTA DE CHEQUEO CAPITAL E INVENTARIO

¿Calculó el costo del capital e inventario en el país exportador?

La cantidad es de 30.80 dólares

¿Calculó el costo del capital e inventario en tránsito internacional?

La cantidad es de 75.21 dólares

¿Calculó el costo del capital e inventario en el país importador?

La cantidad es de 14.09 dólares

MÁRGENES DE DESCUENTO E INTERMEDIACIÓN

Tabla N° 144

Márgenes de Descuento e Intermediación Sacos

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTOS
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	15.47
Margen Del Importador	42%	6.50
Margen Mayorista	8%	1.76
Margen Minorista	4%	0.95
Margen Detallista	4%	0.99
Precio Final al Consumidor		25.67
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

PRECIO EN EL MERCADO DE LA COMPETENCIA IDÉNTICA	25 - 40 dólares
--	-----------------

Como podemos observar en la tabla final el precio ofertado por nosotros como exportadores por cada saco es de 25.67 dólares, la competencia ofrece el mismo producto con similares características al mercado canadiense al precio de 25 hasta 40 dólares. Es decir que los sacos pueden introducirse y competir en el Mercado canadiense.

Tabla N° 145

Márgenes de Descuento e Intermediación Gorras

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTOS
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	1.10
Margen Del Importador	91%	1.00
Margen Mayorista	8%	0.17

Margen Minorista	4%	0.09
Margen Detallista	4%	0.09
Precio Final al Consumidor		2.45
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

PRECIO EN EL MERCADO DE LA COMPETENCIA IDÉNTICA	2.50-10 dólares
--	-----------------

Como podemos observar en la tabla final el precio ofertado por nosotros como exportadores cada gorra es de 2.45 dólares, la competencia ofrece el mismo producto con similares características al mercado canadiense al precio de 2.50 hasta 10 dólares. Es decir que las gorras pueden introducirse y competir en el mercado canadiense.

CONCLUSIÓN

Como conclusión diagnosticamos que el tiempo para que el producto llegue al consumidor final desde San Antonio de Ibarra-Ecuador/ Toronto Canadá es de aproximadamente 36 días. Esto debido a que se va a utilizar el transporte marítimo medio más económico.

Además determinamos que exportar las artesanías tejidas a mano (Sacos y Gorras) al mercado canadiense es rentable porque el margen de utilidad es elevado.

5.6.1.1.5. Resumen de Artesanías Tejidas A Mano (Sacos Y Gorras) de Otavalo – Ecuador hasta Francia E Italia

Tabla N° 146

Exportación de Artesanías Tejidas a Mano (Sacos y Gorras) de Otavalo – Ecuador hasta Francia e Italia

COSTO A CONSIDERAR	FRANCIA	ITALIA
Costo mercadería	22245.45	22245.45
Empaque y Embalaje	609.55	609.55
VALOR EXW	22855.00	22855.00
Unitarización	350.00	450.00
Manipuleo en el local del exportador	150.00	150.00
Documentación	100.65	100.65
Transporte interno	789.00	750.00
Agente	135.85	135.85
Seguro interno	26.69	26.69
Capital e inventario	21.36	21.41
VALOR FCA	24428.55	24489.60
VALOR FAS	24428.55	24489.60
Almacenamiento	50.00	50.00
Manipulación Embarque	125.00	125.00
Capital Inventario	30.75	30.83
VALOR FOB	24634.30	24695.43
Transporte Internacional	1355	2100
VALOR CPT	25989.30	26795.43
Seguro Internacional	111.23	111.23
CIP	26100.53	26906.66
VALOR CFR	26100.53	26906.66

Capital Inventario	117.45	141.26
VALOR CIF	26217.98	27047.92
Manipulación Destino	65.00	70.00
VALOR DAT	26282.98	27117.92
Transporte Interno	450.00	935.00
VALOR DAP	26732.98	28052.92
Nacionalización	90.00	95.00
Tramite Agente de Aduana	120.00	110.00
Capital Inventario	131.35	155.42
VALOR DDP	27074.33	28413.34
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto		

5.7. ESTUDIO FINANCIERO

5.7.1. Estudio Financiero de Artesanías en madera (Decorativos y Religiosos) de Ecuador – Canadá

5.7.1.1. Activos Fijos

En el proyecto este rubro es muy importante ya que comprende adquisiciones que se deben realizar en mobiliario, maquinaria, equipos de oficina y todo lo necesario para realizar las operaciones en la empresa.

Tabla N° 147

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de herramientas	67	\$75,00	\$ 5.025,00
Pantógrafo/ Copiadora	3	\$ 7.500,00	\$ 22.500,00
Computadora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Impresora	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Archivador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Escritorio	1	\$ 70,00	\$ 70,00
TOTAL DE LOS ACTIVOS FIJOS			\$ 30.145,00
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

5.7.1.2. Depreciaciones Activos Fijos

La depreciación de los activos fijos refleja la pérdida del valor de las maquinarias, equipos, herramientas, entre otras, debido a la utilización de los mismos.

Tabla N° 148
Depreciaciones Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR DE RESCATE
Juego de herramientas	67	\$ 75	\$ 5.025	10	502,5	2512,5	2512,5
Pantógrafo/ Copiadora	3	\$ 7.500	\$ 22.500	10	2250	11250	11250
Computadora	2	\$ 900	\$ 1.800	3	600,000	1800	0
Impresora	2	\$ 250	\$ 500	3	166,667	500	0
Silla	50	\$ 8	\$ 400	3	133,333	400	0
Mesas	67	\$ 25	\$ 1.675	3	558,333	1675	0
Archivador	1	\$ 250	\$ 250	5	50,000	250	0
Banco de carpintería	67	\$ 120	\$ 8.040	10	804,000	4020	4020
Escritorio	1	\$ 70	\$ 70	5	14,000	70	0
			\$ 40.260		5078,833		17782,5

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

5.7.1.3. Costos y Gastos Operativos

Tabla N° 149
Costos y Gastos Operativos

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Materia Prima	7893
Mano de Obra Directa	64320
Mano de Obra Indirecta	1154
Material Indirecto	953,82
Servicios Básicos	45
Gastos Administrativos	1920
Gastos Servicios Básicos	117
Gastos Ventas	405
TOTAL	76807,82
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

Tabla N° 150
Materia Prima

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Madera	Bloque	201	20	4020	
Oro	Paquete/Libro	20	29,5	590	
Pintura	Frasco	134	17	2278	
Cola	Tarro	67	15	1005	
Total				7893	94716
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

Tabla N° 151
Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Talladores	Unidad	67	320	21440	
Lijadores/ Esgrafiadores / Estofadores	Unidad	134	320	42880	
Total				64320	771840
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

Tabla N° 152
Mano de Obra Indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Socios Colaboradores	Unidad	3	318	954	
Operario Empacador	Unidad	2	100	200	
Total				1154	13848

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

Tabla N° 153
Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Plástico de Burbujas	Metros	1382	0,16	221,12	
Cartón corrugado separar las artesanías	Metros	1382	0,15	207,3	
Caja cartón	Caja	81	0,2	16,2	
Cinta de embalaje	Unidad	8	1,25	10	
Etiquetas	Unidad	9984	0,05	499,2	
Total				953,82	11446

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

Tabla N° 154
Insumos

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	10	
Luz	Mensual	35	
Total		45	540

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

Tabla N°155
Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Presidente	1	550	550	
Secretaria	1	320	320	
Jefe de finanzas	1	350	350	
Jefe de ventas	1	350	350	
Jefe de producción	1	350	350	
Total			1920	23040
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Tabla N° 156
Servicios Básicos Administración

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	7	
Luz	Mensual	10	
Teléfono/ Internet	Mensual	80	
Suministros de oficina		20	
Total		117	1404
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Tabla N° 157
Gasto de Ventas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Capacitación	1	300	300	
Publicidad	30	2,5	75	
Página Web	1	30	30	
Total			405	4860
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Tabla N°158
Gasto de Exportación

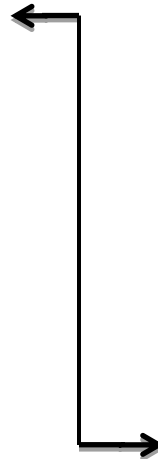
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Unitarización	300
Documentación	100,65
Documentación Terrestre	50,65
Factura Comercial	0,65
CPI Y MCI	25
Certificado de Origen	25
Documentación Marítima	50
Conocimiento de Embarque	50
Manipulación Pre-Embarque	150
Manipulación Embarque	125
Agente para transporte	135,85
Seguro Interno	91,02
Transporte Interno	789
Almacenamiento Origen	50
Transporte Internacional	2719
Seguro de las mercancías	386,13
Manipulación Destino	60
Transporte País Destino	500
Nacionalización	120
Tramite Agente de Aduana	80
Total	5606,65
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

5.7.1.4. Inversión Inicial

Tabla N° 159
Inversión Inicial

El capital de trabajo para :30 días	\$ 335.892,0
TOTAL DE LAS INVERSIONES	\$ 366.037,02

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo variable	\$ 3.014.116
+ Costo y gasto fijo	\$ 994.052
+ Pago del gasto financiero	\$ 83.596,75
- Depreciaciones	\$ (5.079)
- Amortizaciones	\$ -
= Requerimiento anual	\$ 4.086.686
Tiempo de Cap.Trab	30 Días
= Requerimiento de Cap.Trab	\$ 335.892,02



5.7.1.5. Financiamiento de la Inversión y Amortización

Tabla N° 160
Financiamiento de la Inversión y Amortización

TOTAL DE LA INVERSIÓN		\$ 366.037,02
DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA	
Con recursos propios	20%	\$ 73.207,40
Con una Institución Financiera	80%	\$ 292.829,62
	100%	\$ 366.037,02

Valor del crédito	\$ 292.829,62
Tasa de interés	15,00%
Tiempo de la deuda	5 años
Forma de pago	Mensual
Capitalización	12
Total de cuotas	60

Dividendo	\$ 6.966,40
-----------	-------------

PERIODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Entrega del crédito				
1	\$ 6.966,40	\$ 3.306,03	\$ 3.660,37	\$ 289.523,59
2	\$ 6.966,40	\$ 3.347,35	\$ 3.619,04	\$ 286.176,24
3	\$ 6.966,40	\$ 3.389,19	\$ 3.577,20	\$ 282.787,05
4	\$ 6.966,40	\$ 3.431,56	\$ 3.534,84	\$ 279.355,49
5	\$ 6.966,40	\$ 3.474,45	\$ 3.491,94	\$ 275.881,03
6	\$ 6.966,40	\$ 3.517,88	\$ 3.448,51	\$ 272.363,15
7	\$ 6.966,40	\$ 3.561,86	\$ 3.404,54	\$ 268.801,29
8	\$ 6.966,40	\$ 3.606,38	\$ 3.360,02	\$ 265.194,91
9	\$ 6.966,40	\$ 3.651,46	\$ 3.314,94	\$ 261.543,46
10	\$ 6.966,40	\$ 3.697,10	\$ 3.269,29	\$ 257.846,35
11	\$ 6.966,40	\$ 3.743,32	\$ 3.223,08	\$ 254.103,04
12	\$ 6.966,40	\$ 3.790,11	\$ 3.176,29	\$ 250.312,93
13	\$ 6.966,40	\$ 3.837,48	\$ 3.128,91	\$ 246.475,44
14	\$ 6.966,40	\$ 3.885,45	\$ 3.080,94	\$ 242.589,99
15	\$ 6.966,40	\$ 3.934,02	\$ 3.032,37	\$ 238.655,97
16	\$ 6.966,40	\$ 3.983,20	\$ 2.983,20	\$ 234.672,77
17	\$ 6.966,40	\$ 4.032,99	\$ 2.933,41	\$ 230.639,79
18	\$ 6.966,40	\$ 4.083,40	\$ 2.883,00	\$ 226.556,39
19	\$ 6.966,40	\$ 4.134,44	\$ 2.831,95	\$ 222.421,95
20	\$ 6.966,40	\$ 4.186,12	\$ 2.780,27	\$ 218.235,82
21	\$ 6.966,40	\$ 4.238,45	\$ 2.727,95	\$ 213.997,38
22	\$ 6.966,40	\$ 4.291,43	\$ 2.674,97	\$ 209.705,95
23	\$ 6.966,40	\$ 4.345,07	\$ 2.621,32	\$ 205.360,88
24	\$ 6.966,40	\$ 4.399,39	\$ 2.567,01	\$ 200.961,49
25	\$ 6.966,40	\$ 4.454,38	\$ 2.512,02	\$ 196.507,11
26	\$ 6.966,40	\$ 4.510,06	\$ 2.456,34	\$ 191.997,06
27	\$ 6.966,40	\$ 4.566,43	\$ 2.399,96	\$ 187.430,62
28	\$ 6.966,40	\$ 4.623,51	\$ 2.342,88	\$ 182.807,11
29	\$ 6.966,40	\$ 4.681,31	\$ 2.285,09	\$ 178.125,80
30	\$ 6.966,40	\$ 4.739,82	\$ 2.226,57	\$ 173.385,98

31	\$ 6.966,40	\$ 4.799,07	\$ 2.167,32	\$ 168.586,91
32	\$ 6.966,40	\$ 4.859,06	\$ 2.107,34	\$ 163.727,85
33	\$ 6.966,40	\$ 4.919,80	\$ 2.046,60	\$ 158.808,05
34	\$ 6.966,40	\$ 4.981,30	\$ 1.985,10	\$ 153.826,75
35	\$ 6.966,40	\$ 5.043,56	\$ 1.922,83	\$ 148.783,19
36	\$ 6.966,40	\$ 5.106,61	\$ 1.859,79	\$ 143.676,59
37	\$ 6.966,40	\$ 5.170,44	\$ 1.795,96	\$ 138.506,15
38	\$ 6.966,40	\$ 5.235,07	\$ 1.731,33	\$ 133.271,08
39	\$ 6.966,40	\$ 5.300,51	\$ 1.665,89	\$ 127.970,57
40	\$ 6.966,40	\$ 5.366,76	\$ 1.599,63	\$ 122.603,81
41	\$ 6.966,40	\$ 5.433,85	\$ 1.532,55	\$ 117.169,96
42	\$ 6.966,40	\$ 5.501,77	\$ 1.464,62	\$ 111.668,19
43	\$ 6.966,40	\$ 5.570,54	\$ 1.395,85	\$ 106.097,64
44	\$ 6.966,40	\$ 5.640,18	\$ 1.326,22	\$ 100.457,47
45	\$ 6.966,40	\$ 5.710,68	\$ 1.255,72	\$ 94.746,79
46	\$ 6.966,40	\$ 5.782,06	\$ 1.184,33	\$ 88.964,73
47	\$ 6.966,40	\$ 5.854,34	\$ 1.112,06	\$ 83.110,39
48	\$ 6.966,40	\$ 5.927,52	\$ 1.038,88	\$ 77.182,88
49	\$ 6.966,40	\$ 6.001,61	\$ 964,79	\$ 71.181,27
50	\$ 6.966,40	\$ 6.076,63	\$ 889,77	\$ 65.104,64
51	\$ 6.966,40	\$ 6.152,59	\$ 813,81	\$ 58.952,05
52	\$ 6.966,40	\$ 6.229,50	\$ 736,90	\$ 52.722,55
53	\$ 6.966,40	\$ 6.307,36	\$ 659,03	\$ 46.415,19
54	\$ 6.966,40	\$ 6.386,21	\$ 580,19	\$ 40.028,98
55	\$ 6.966,40	\$ 6.466,03	\$ 500,36	\$ 33.562,95
56	\$ 6.966,40	\$ 6.546,86	\$ 419,54	\$ 27.016,09
57	\$ 6.966,40	\$ 6.628,69	\$ 337,70	\$ 20.387,39
58	\$ 6.966,40	\$ 6.711,55	\$ 254,84	\$ 13.675,84
59	\$ 6.966,40	\$ 6.795,45	\$ 170,95	\$ 6.880,39
60	\$ 6.966,40	\$ 6.880,39	\$ 86,00	\$ 0,00

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

5.7.1.6. Balance General

Tabla N° 161
Balance General

BALANCE GENERAL			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE	\$ 335.892,02	DEUDA CON EL BANCO	292.829,62
FIJO	\$ 30.145,00	PATRIMONIO	
DIFERIDO	\$	CAPITAL	73.207,40
TOTAL		TOTAL PASIVO +	
ACTIVOS	\$ 366.037,02	PATRIM	\$ 366.037,02
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

5.7.1.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla N° 162
Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Ingresos	\$ 4.153.152,61	\$ 4.339.213,85	\$ 4.533.610,63	\$4.736.716,39	\$ 4.948.921,28
- Costo variable	\$ 3.014.116	\$ 3.149.148	\$ 3.290.230	\$ 3.437.632	\$ 3.591.638
=MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 1.139.036,77	\$ 1.190.065,62	\$ 1.243.380,56	\$ 1.299.084,01	\$ 1.357.282,97
- Sueldos	\$ 808.728	\$ 832.990	\$ 857.980	\$ 883.719	\$ 910.230
- Depreciación anual	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079
- Amortización de los diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Material indirecto	\$ 11.446	\$ 11.959	\$ 12.494	\$ 13.054	\$ 13.639
- Servicios básicos	\$ 1.944	\$ 2.031	\$ 2.122	\$ 2.217	\$ 2.316
- Ventas	\$ 4.860	\$ 5.078	\$ 5.305	\$ 5.543	\$ 5.791
- Exportación	\$ 67.280	\$ 70.294	\$ 73.443	\$ 76.733	\$ 80.171
- Materia prima	\$ 94.716	\$ 98.959	\$ 103.393	\$ 108.025	\$ 112.864

= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 144.984,30	\$ 163.676,30	\$ 183.564,78	\$ 204.714,11	\$ 227.191,88
- Gastos financieros	(\$ 41.080,07)	(\$ 34.245,32)	(\$ 26.311,85)	(\$ 17.103,04)	(\$ 6.413,88)
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 186.064,37	\$ 197.921,62	\$ 209.876,63	\$ 221.817,16	\$ 233.605,76
- 15% Trabajadores	27909,65494	29688,24292	31481,49491	33272,57352	35040,86347
= BASE IMPONIBLE	\$ 158.154,71	\$ 168.233,38	\$ 178.395,14	\$ 188.544,58	\$ 198.564,89
- 25% Impuesto a la renta	39538,67783	42058,34413	44598,78445	47136,14581	49641,22325
= UTILIDAD NETA	\$ 118.616,03	\$ 126.175,03	\$ 133.796,35	\$ 141.408,44	\$ 148.923,67
UTILIDAD NETA MENSUAL	\$ 9.884,67	\$ 10.514,59	\$ 11.149,70	\$ 11.784,04	\$ 12.410,31
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

5.7.1.8. Flujo de Efectivo

Tabla N° 163

Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 118.616,03	\$ 126.175,03	\$ 133.796,35	\$ 141.408,44	\$ 148.923,67
+ Depreciación de los activos		\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079
+ Amortización de los diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Inversiones	\$(366.037,02)			\$ (1.800)		
+ Valor residual de los activos						\$ 353.674,52
= FLUJO NETO DE FONDOS	-366037,0191	123694,8668	131253,8657	137075,1867	146487,2708	507677,0222
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto						

5.7.1.9. Indicadores Financieros

Tabla N° 164
Indicadores Financieros

La tasa de descuento es:				
DESCRIPCIÓN			COSTO	PONDERADO
Con recursos propios	20%	\$ 73.207,40	12,73%	2,55%
Con una Institución Financiera	80%	\$ 292.829,62	15,00%	12,00%
	100%	\$ 366.037,02	Tasa de dscto:	14,55%

ESTÁNDAR			RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO :	\$ 275.727,54	VAN > = 0	EL PROYECTO ES FACTIBLE
TIR :	36%	TIR > Tasa de desc.	
R b/c:	\$ 1,75	Rb/c > 1	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PE (Cantidad):	424156 unid	419175 unid	414267 unid	409431 unid	404666 unid
PE (Dólares):	\$ 3.624.511,27	\$ 3.742.417,78	\$ 3.864.297,25	\$ 3.990.288,37	\$ 4.120.534,91
MARGEN DE SEGURIDAD:	12,73%	13,75%	14,76%	15,76%	16,74%
ROE	2,86%	2,91%	2,95%	2,99%	3,01%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

5.7.1.10. Resumen de Indicadores Financieros de Artesanías en Madera a los Países de Canadá, Francia e Italia

Tabla N° 165

Indicadores Financieros de Artesanías en Madera a los Países de Canadá, Francia e Italia

ARTESANÍAS EN MADERA			
INDICADORES	CANADÁ	FRANCIA	ITALIA
VAN.	512193.18	607728.99	347330.19
TIR.	41%	46%	32%
ROI.	\$1.93	\$2.07	\$1.61
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Del estudio de factibilidad realizado para la comercialización de artesanías a los países de Canadá, Francia e Italia se determinó que los indicadores financieros dan como resultado que es factible la comercialización debido a que el VAN, TIR son positivos y marcan significativa diferencia con respecto al porcentaje del interés realizado por endeudamiento con cualquier institución financiera que ofrezca una línea de crédito que no supere al 15 % establecido en este estudio.

Además para fortalecer este análisis el ROI nos refleja que por cada dólar invertido se recupera sobre el 50% de la inversión

5.7.2. Estudio Financiero de Artesanías Tejidas en Lana (Sacos y Gorras) de Ecuador – Canadá

5.7.2.1. Activos Fijos

En el proyecto este rubro es muy importante ya que comprende adquisiciones que se deben realizar en mobiliario, maquinaria, equipos de oficina y todo lo necesario para realizar las operaciones en la empresa.

Tabla N°166

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juegos de Herramientas	112	\$ 15,00	\$ 1.680,00
Computadora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Impresora	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Archivador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sillas	100	\$ 8,00	\$ 800,00
Mesas de Aluminio	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL DE LOS ACTIVOS FIJOS			\$ 5.710,00
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

5.7.2.2. Depreciaciones Activos Fijos

La depreciación de los activos fijos refleja la pérdida del valor de las maquinarias, equipos, herramientas, entre otra debido a la utilización de los mismos.

Tabla N° 167
Depreciaciones Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR DE RESCATE
Juegos de Herramientas	112	\$ 15	\$ 1.680	10	168	840	840
Computadora	2	\$ 900	\$ 1.800	3	600	1800	0
Impresora	2	\$ 250	\$ 500	3	166,667	500	0
Archivador	1	\$ 250	\$ 250	5	50,000	250	0
Sillas	100	\$ 8	\$ 800	3	266,667	800	0
Mesas de Aluminio	4	\$ 120	\$ 480	3	160,000	480	0
Escritorio	1	\$ 200	\$ 200	5	40,000	200	0
			\$ 5.710		1451,333		840
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto							

5.7.2.3. Costos Y Gastos Operativos

Tabla N° 168
Costos y Gastos Operativos

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Materia Prima	10497,45
Mano de Obra Directa	8250
Mano de Obra Indirecta	1018
Servicios Básicos	125
Gastos Administrativos	1780
Gastos Servicios Básicos	95
Gastos Ventas	480
TOTAL	22245,45
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

Tabla N° 169
Materia Prima

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Lana de oveja	Kilogramos	1680	6	10080	
Botones	Unidades	1755	0,05	87,75	
Hilos	Unidades	336	0,25	84	
Cierres	Unidades	819	0,3	245,7	
Total				10497,45	125969,4
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

Tabla N° 170
Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN		UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR ANUAL
Tejedoras 112	Sacos	Unidad	1170	4	4680	
	Gorras	Unidad	5100	0,7	3570	
Total					8250	99000
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto						

Tabla N° 171
Mano de Obra Indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Lavador/ secador	Unidad	2	140	280	
Bodeguero	Unidad	1	220	220	
Supervisor	Unidad	1	318	318	
Empacador	Unidad	2	100	200	
Total				1018	12216

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

Tabla N° 172
Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Funda plástica	Ciento	6270	0,03	188,1	
Caja cartón	Caja	82	0,3	24,6	
Cinta de embalaje	Unidad	7	1,25	8,75	
Etiquetas		6270	0,03	188,1	
Total				409,55	4914,6

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

Tabla N° 173
Insumos

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	100	
Luz	Mensual	25	
Total		125	1500

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

Tabla N° 174
Gasto Administrativo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Presidente	1	500	500	
Jefe de producción	1	320	320	
Jefe de comercialización	1	320	320	
Secretaria	1	320	320	
Contadora	1	320	320	
Total			1780	21360
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Tabla N° 175
Servicios Básicos Administración

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	10	
Luz	Mensual	15	
Teléfono/ internet	Mensual	50	
Suministros de oficina		20	
Total		95	1140
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Tabla N° 176
Gasto de Ventas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Capacitación	1	300	300	
Publicidad	60	2,5	150	
Página Web	1	30	30	
Total			480	5760
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto				

Tabla N° 177
Gasto de Exportación

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Unitarización	300
Documentación	100,65
Documentación Terrestre	50,65
Factura Comercial	0,65
CPI Y MCI	25
Certificado de Origen	25
Documentación Marítima	50
Conocimiento de Embarque	50
Manipulación Pre-Embarque	120
Manipulación Embarque	125
Agente para transporte	135,85
Seguro Interno	26,69
Transporte Interno	750
Almacenamiento Origen	50
Transporte Internacional	2719
Seguro de las mercancías	111,23
Manipulación Destino	60
Transporte País Destino	500
Nacionalización	120
Tramite Agente de Aduana	80
Total	5198,42
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto	

5.7.2.4. Inversión Inicial

Tabla N°178
Inversión Inicial

El capital de trabajo para :30 días	\$ 121.597,6	←	CAPITAL DE TRABAJO	
TOTAL DE LAS INVERSIONES	\$ 127.307,65		Costo variable	\$ 853.135
			+ Costo y gasto fijo	\$ 384.362
			+ Pago del gasto financiero	\$ 243.392
			- Depreciaciones	\$ (1.451)
			- Amortizaciones	\$ -
			= Requerimiento anual	\$ 1.479.438
			Tiempo de Cap.Trab	30 Días
			= Requerimiento de Cap.Trab	\$ 121.597,65

5.7.2.5. Financiamiento de la Inversión y Amortización

Tabla N°179

Financiamiento de la Inversión y Amortización

TOTAL DE LA INVERSIÓN		\$ 127.307,65
DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA	
Con recursos propios	30%	\$ 38.192,29
Con una Institución Financiera	70%	\$ 89.115,35
	100%	\$ 127.307,65

Valor del crédito	\$ 89.115,35
Tasa de interés	15,00%
Tiempo de la deuda	5 años
Forma de pago	Mensual
Capitalización	12
Total de cuotas	60

Dividendo	\$ 2.120,05
-----------	-------------

PERIODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Entrega del crédito				
1	\$ 2.120,05	\$ 1.006,11	\$ 1.113,94	\$ 88.109,25
2	\$ 2.120,05	\$ 1.018,68	\$ 1.101,37	\$ 87.090,57
3	\$ 2.120,05	\$ 1.031,42	\$ 1.088,63	\$ 86.059,15
4	\$ 2.120,05	\$ 1.044,31	\$ 1.075,74	\$ 85.014,84
5	\$ 2.120,05	\$ 1.057,36	\$ 1.062,69	\$ 83.957,48
6	\$ 2.120,05	\$ 1.070,58	\$ 1.049,47	\$ 82.886,90
7	\$ 2.120,05	\$ 1.083,96	\$ 1.036,09	\$ 81.802,94
8	\$ 2.120,05	\$ 1.097,51	\$ 1.022,54	\$ 80.705,43
9	\$ 2.120,05	\$ 1.111,23	\$ 1.008,82	\$ 79.594,20
10	\$ 2.120,05	\$ 1.125,12	\$ 994,93	\$ 78.469,07
11	\$ 2.120,05	\$ 1.139,18	\$ 980,86	\$ 77.329,89
12	\$ 2.120,05	\$ 1.153,42	\$ 966,62	\$ 76.176,47
13	\$ 2.120,05	\$ 1.167,84	\$ 952,21	\$ 75.008,62
14	\$ 2.120,05	\$ 1.182,44	\$ 937,61	\$ 73.826,18
15	\$ 2.120,05	\$ 1.197,22	\$ 922,83	\$ 72.628,96
16	\$ 2.120,05	\$ 1.212,19	\$ 907,86	\$ 71.416,78
17	\$ 2.120,05	\$ 1.227,34	\$ 892,71	\$ 70.189,44
18	\$ 2.120,05	\$ 1.242,68	\$ 877,37	\$ 68.946,76
19	\$ 2.120,05	\$ 1.258,21	\$ 861,83	\$ 67.688,54
20	\$ 2.120,05	\$ 1.273,94	\$ 846,11	\$ 66.414,60
21	\$ 2.120,05	\$ 1.289,87	\$ 830,18	\$ 65.124,74
22	\$ 2.120,05	\$ 1.305,99	\$ 814,06	\$ 63.818,75
23	\$ 2.120,05	\$ 1.322,31	\$ 797,73	\$ 62.496,44
24	\$ 2.120,05	\$ 1.338,84	\$ 781,21	\$ 61.157,59
25	\$ 2.120,05	\$ 1.355,58	\$ 764,47	\$ 59.802,01
26	\$ 2.120,05	\$ 1.372,52	\$ 747,53	\$ 58.429,49
27	\$ 2.120,05	\$ 1.389,68	\$ 730,37	\$ 57.039,81
28	\$ 2.120,05	\$ 1.407,05	\$ 713,00	\$ 55.632,76
29	\$ 2.120,05	\$ 1.424,64	\$ 695,41	\$ 54.208,12

30	\$ 2.120,05	\$ 1.442,45	\$ 677,60	\$ 52.765,68
31	\$ 2.120,05	\$ 1.460,48	\$ 659,57	\$ 51.305,20
32	\$ 2.120,05	\$ 1.478,73	\$ 641,31	\$ 49.826,47
33	\$ 2.120,05	\$ 1.497,22	\$ 622,83	\$ 48.329,25
34	\$ 2.120,05	\$ 1.515,93	\$ 604,12	\$ 46.813,32
35	\$ 2.120,05	\$ 1.534,88	\$ 585,17	\$ 45.278,44
36	\$ 2.120,05	\$ 1.554,07	\$ 565,98	\$ 43.724,37
37	\$ 2.120,05	\$ 1.573,49	\$ 546,55	\$ 42.150,87
38	\$ 2.120,05	\$ 1.593,16	\$ 526,89	\$ 40.557,71
39	\$ 2.120,05	\$ 1.613,08	\$ 506,97	\$ 38.944,64
40	\$ 2.120,05	\$ 1.633,24	\$ 486,81	\$ 37.311,40
41	\$ 2.120,05	\$ 1.653,66	\$ 466,39	\$ 35.657,74
42	\$ 2.120,05	\$ 1.674,33	\$ 445,72	\$ 33.983,41
43	\$ 2.120,05	\$ 1.695,26	\$ 424,79	\$ 32.288,16
44	\$ 2.120,05	\$ 1.716,45	\$ 403,60	\$ 30.571,71
45	\$ 2.120,05	\$ 1.737,90	\$ 382,15	\$ 28.833,81
46	\$ 2.120,05	\$ 1.759,63	\$ 360,42	\$ 27.074,19
47	\$ 2.120,05	\$ 1.781,62	\$ 338,43	\$ 25.292,56
48	\$ 2.120,05	\$ 1.803,89	\$ 316,16	\$ 23.488,67
49	\$ 2.120,05	\$ 1.826,44	\$ 293,61	\$ 21.662,23
50	\$ 2.120,05	\$ 1.849,27	\$ 270,78	\$ 19.812,96
51	\$ 2.120,05	\$ 1.872,39	\$ 247,66	\$ 17.940,58
52	\$ 2.120,05	\$ 1.895,79	\$ 224,26	\$ 16.044,79
53	\$ 2.120,05	\$ 1.919,49	\$ 200,56	\$ 14.125,30
54	\$ 2.120,05	\$ 1.943,48	\$ 176,57	\$ 12.181,82
55	\$ 2.120,05	\$ 1.967,78	\$ 152,27	\$ 10.214,04
56	\$ 2.120,05	\$ 1.992,37	\$ 127,68	\$ 8.221,67
57	\$ 2.120,05	\$ 2.017,28	\$ 102,77	\$ 6.204,39
58	\$ 2.120,05	\$ 2.042,49	\$ 77,55	\$ 4.161,90
59	\$ 2.120,05	\$ 2.068,02	\$ 52,02	\$ 2.093,87
60	\$ 2.120,05	\$ 2.093,87	\$ 26,17	\$ 0,00

Elaborado por: Las Autoras del Proyecto

5.7.2.6. Balance General

**Tabla N° 180
Balance General**

BALANCE GENERAL			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE	\$ 121.597,65	DEUDA CON EL BANCO	89.115,35
FIJO	\$ 5.710,00	PATRIMONIO	
DIFERIDO	\$-	CAPITAL	38.192,29
TOTAL		TOTAL PASIVO +	
ACTIVOS	\$ 127.307,65	PATRIM	\$ 127.307,65
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

5.7.2.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla N° 181

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE RESULTADOS					
Ingresos	\$ 1.310.412,38	\$1.369.118,86	\$ 1.430.455,38	\$1.494.539,78	\$1.561.495,17
- Costo variable	\$ 853.135	\$ 891.356	\$ 931.288	\$ 973.010	\$ 1.016.601
= MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 457.277,18	\$ 477.763,20	\$ 499.166,99	\$ 521.529,67	\$ 544.894,20
- Sueldos	\$ 140.970	\$ 145.199	\$ 149.555	\$ 154.042	\$ 158.663
- Depreciación anual	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451
- Amortización de los diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Material indirecto	\$ 4.882	\$ 5.101	\$ 5.329	\$ 5.568	\$ 5.818
- Servicios básicos	\$ 2.640	\$ 2.758	\$ 2.882	\$ 3.011	\$ 3.146
- Ventas	\$ 5.760	\$ 6.018	\$ 6.288	\$ 6.569	\$ 6.864
- Exportación	\$ 62.381	\$ 65.176	\$ 68.096	\$ 71.146	\$ 74.334
- Materia prima	\$ 166.277	\$ 173.727	\$ 181.510	\$ 189.641	\$ 198.137
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 72.914,97	\$ 78.332,94	\$ 84.056,23	\$ 90.100,38	\$ 96.481,72
- Gastos financieros	(\$ 12.501,69)	(\$ 10.421,70)	(\$ 8.007,35)	(\$ 5.204,88)	(\$ 1.951,90)
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 85.416,66	\$ 88.754,64	\$ 92.063,58	\$ 95.305,27	\$ 98.433,63
- 15% Trabajadores	12812,49883	13313,19661	13809,53673	14295,78992	14765,04378
= BASE IMPONIBLE	\$ 72.604,16	\$ 75.441,45	\$ 78.254,04	\$ 81.009,48	\$ 83.668,58
- 25% Impuesto a la renta	18151,04001	18860,36187	19563,51037	20252,36905	20917,14535

= UTILIDAD NETA	\$ 54.453,12	\$ 56.581,09	\$ 58.690,53	\$ 60.757,11	\$ 62.751,44
UTILIDAD NETA MENSUAL	\$ 4.537,76	\$ 4.715,09	\$ 4.890,88	\$ 5.063,09	\$ 5.229,29
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

5.7.2.8. Flujo de Efectivo

Tabla N°182
Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 54.453,12	\$ 56.581,09	\$ 58.690,53	\$ 60.757,11	\$ 62.751,44
+ Depreciación de los activos		\$1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451
+ Amortización de los diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Inversiones	\$(127.307,65)			\$ (500)		
+ Valor residual de los activos						\$122.437,65
= FLUJO NETO DE FONDOS	-127307,6482	55904,45335	58032,41893	59641,86444	62208,44048	186640,4176
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto						

5.7.2.9. Indicadores Financieros

Tabla N°183
Indicadores Financieros

La tasa de descuento es:				
DESCRIPCIÓN			COSTO	PONDERADO
Con recursos propios	30%	\$ 38.192,29	12,73%	3,82%
Con una Institución Financiera	70%	\$ 89.115,35	15,00%	10,50%
	100%	\$ 127.307,65	Tasa de dscto:	14,32%

		ESTÁNDAR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO:	\$ 137.933,45	VAN > = 0	EL PROYECTO ES FACTIBLE
TIR :	46%	TIR > Tasa de dscto	
R b/c:	\$ 2,08	Rb/c > 1	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PE (Cantidad):	59194 unid	58877 unid	58565 unid	58257 unid	57954 unid
PE (Dólares):	\$ 1.101.461,04	\$1.144.641,32	\$1.189.576,71	\$1.236.340,46	\$1.285.008,94
MARGEN DE	15,95%	16,40%	16,84%	17,28%	17,71%

SEGURIDAD:					
ROE	4,16%	4,13%	4,10%	4,07%	4,02%
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto					

5.7.2.10. Resumen de Indicadores Financieros de Artesanías tejidos en lana a los países de Canadá, Francia e Italia

Tabla N° 184

Indicadores Financieros de Artesanías Tejidos en Lana a los Países de Canadá, Francia e Italia

ARTESANÍAS TEJIDAS EN LANA			
INDICADORES	CANADÁ	FRANCIA	ITALIA
VAN.	1534888.54	1576413.69	2481436.42
TIR.	35%	36%	48%
ROI.	\$1.71	\$1.3	\$2.15
Elaborado por: Las Autoras del Proyecto			

Del estudio de factibilidad realizado para la comercialización de artesanías a los países de Canadá, Francia e Italia se determinó que los indicadores financieros dan como resultado que es factible la comercialización debido a que el VAN, TIR son positivos y marcan significativa diferencia con respecto al porcentaje del interés realizado por endeudamiento con cualquier institución financiera que ofrezca una línea de crédito que no supere al 15 % establecido en este estudio.

Además para fortalecer este análisis el ROI nos refleja que por cada dólar invertido se recupera sobre el 50% de la inversión

5.8. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

5.8.1. Estrategias de Producto

- La materia prima para la elaboración de artesanía en madera y tejidos en lana será estrictamente clasificada para de esa manera cumplir con las normas y requisitos establecidos por los mercados internacionales.
- Las asociaciones de artesanías deberán estar innovando sus diseños continuamente para ofertar a los mercados internacionales previo a un estudio de satisfacción realizado a los clientes en el exterior se procederá a la elaboración de las artesanías.
- Establecer una marca que identifique la cultura, imagen corporativa de sector artesanal de la provincia de Carchi e Imbabura en el mercado nacional e internacional.

5.8.2. Estrategias de Precio

- El precio de posicionamiento en el mercado internacional estará establecido en función de la oferta, demanda en los mercados internacionales y se diferenciara de ellos en función de la calidad, diseño, materia prima y confección de las artesanías a comercializarse.

5.8.3. Estrategias de Plaza

- Mantener y desarrollar el mercado nacional como estrategia para cubrir problemas posibles en la comercialización internacional.
- Establecer al menos dos canales de distribución en cada uno de los países demandantes.

- Organizar ferias artesanales para promocionar las artesanías en el segmento de mercado identificado entre las edades de 25 – 54 años.
- Fidelizar la negociación internacional mediante el cumplimiento estricto de los compromisos entre las dos partes.

5.8.4. Estrategias de Promoción

- Monitorear constantemente el mercado para determinar promociones de precio, producto y forma de pago fortalecida por un proyecto de publicidad a través de páginas web, catálogos, medios de comunicación.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- El sector artesanal de las provincias de Carchi e Imbabura es heterogéneo en su organización, capacidad de producción y calidad de confección por lo que se determinó que las artesanías con características de exportación son las artesanías tejidas en lana y talladas en madera.
- La propuesta a esta investigación se la realizó para las asociaciones de San Antonio de Ibarra y Otavalo debido a su capacidad de producción con características de exportación.
- Se determinó que sectores artesanales tales como bordados, cerámicas y otras manualidades actualmente no reúnen las condiciones y requerimientos para la comercialización internacional debido a su limitada capacidad de materia prima poca producción por bajo número de operarios, escasa innovación y diseño.
- Casi nulo apoyo gubernamental y privado.

- El presente estudio de factibilidad determino que para el proceso de comercialización en donde existe una participación del 20 % de capital propio y 80 % de endeudamiento con una institución es factible debido a que sus indicadores financieros como el VAN es positivo y el TIR con un porcentaje que supera el interés del endeudamiento resultados que garantizan la negociación, dejando una utilidad atractiva para a las dos asociaciones.
- Se determino que en las ciudades de Turín, Toronto y París existe un alto poder adquisitivo y nivel de consumo entre las edades de 25 – 54 lo que garantiza la comercialización de las artesanías en Imbabura y Carchi.

6.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda monitorear el proceso de comercialización y de posicionamiento efectivo en los tres países.
- Se recomienda realizar otras investigaciones para fortalecer el sistema de comercialización de artesanías desde las asociaciones a otros países. Que ofrezcan mejores garantías y proporcionen rentabilidad a los productores de las asociaciones de las provincias de Carchi e Imbabura
- Se recomienda crear los departamentos de diseño y ventas para mantener constante la satisfacción de los clientes y mantener protegido los mercados internacionales
- Firmar convenios y acuerdos que beneficien a las asociaciones.
- Rediseñar la visión y las políticas de las organizaciones tantas veces sean necesarias que se presenten en los mercados demandantes.

- Recomendar el financiamiento con la institución financiera debido a los resultados positivos que determinan los indicadores financieros.

6.3. CRONOGRAMA

TIEMPO ACTIVIDADES	JUNIO				JUNIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL							
	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Objetivo 1																																																
Recopilación de información bibliográfica			X		X	X	X	X	X																																							
Análisis de la Información bibliográfica									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																												
Objetivo 2 y 3																																																
Diagnosticar la Demanda																	X	X	X	X	X	X	X	X																								
Diagnosticar la oferta																									X	X	X	X																				
Establecer las estrategias de comercialización																													X	X	X	X																
Objetivo 4																																																
Desarrollo y evaluación del estudio de factibilidad																	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								
Sustentación del proyecto de tesis																																					X	X	X	X								

6.4. PRESUPUESTO

DETALLE	Cant.	Unidad	c/unit	C/total
Materiales de Oficina				117,5
Copias	2000	Unid	0,03	60
Internet	10	Meses	15	150
Consumo aire celular	15	Meses	12	180
Movilización	25	Unid	20	500
Encuestadores	24	Unid	10	240
Alimentación	360	Unid	2,5	900
Equipos de Oficina	1	Unid	800	800
Hospedaje	24	Unid	12	288
Empastados del Proyecto	12	Unid	6	72
TOTAL				3307.50

6.5. RECURSOS

Para la elaboración de este proyecto se requiere de:

- Recurso Tecnológico
- Recursos de Capital
- Recursos Humano

6.6. BIBLIOGRAFÍA.

Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República de Ecuador*. Recuperado el 11 de Febrero del 2012, de

Banco Central del Ecuador. (2007, Enero). *Indicadores Económicos*. Recuperado el 10 de Junio del 2012, de <http://www.bce.fin.ec/documentos/>

Bannock, G. Rees, R. y Baxter, R. (2007) *Diccionario de Economía*. (Tercera Edición) México.: Trillas.

Barreno, L. (2004) *Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos*. (Segunda Edición) Quito.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2011). *Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*.

E-mypes. (2006). *Forma de Pago Comercio Exterior*. Recuperado el 10 Enero del 2013. <http://www.e-mypes.com/comercio-exterior/formas-de-pago-exportacion.php>.

Ficha Comercial de Italia. (2011). *Proecuador*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2012, de http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/12/PROEC_FC2012_ITALIA.pdf

Ficha Comercial de Canadá. (2011). *Proecuador*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/05/PROEC-FC2011-CANADA.pdf>

Ficha Técnica de Ecuador. (2011). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/10/PROEC-FC2011-ECUADOR.pdf>

Ficha Técnica de Francia. (2011). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2012, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_FT2013_FRANCIA.pdf

Guía Comercial de Canadá. (2010). *Proecuador*. Recuperado el 13 de Agosto de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/04/PROEC-GC2010-CANADA.pdf>

Guía Comercial de Francia. (2010). *Proecuador*. Recuperado el 13 de Agosto de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/04/PROEC-GC2010-FRANCIA.pdf>

Guía Comercial de Italia. (2010). *Proecuador*. Recuperado el 15 de Agosto de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/07/PROEC-GC2010-ITALIA.pdf>

Ministerio de Industria y Productividad. (2009). *mipro.gov.ec*. Recuperado el 20 de Agosto del 2012, de <http://www.mipro.gob.ec/index.php?option>

Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Inversiones . (23 de Mayo de 2010). *Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Inversiones*. Recuperado el 21 de Febrero de 2012, de http://www.mmree.gob.ec/com_exterior/guias.asp

Ministerio de Comercio Exterior de Canadá. 2010, 20 Noviembre. *Gobierno de Canadá*. Recuperado el 29 de Mayo del 2012. <http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/index.aspx>, Download 20/11/2010.

Perfil Logístico de Canadá. (2011). *Proecuador*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PL2011-CANADA.pdf>

Perfil Logístico de Francia. (2011). *Proecuador*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PL2011-FRANCIA.pdf>

Perfil Logístico de Italia. (2011). *Proecuador*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PL2011-ITALIA.pdf>

Plan nacional para el buen vivir. (2009). *Los objetivos del plan nacional de desarrollo para el buen vivir*. Recuperado el 19 de Marzo del 2012, de <http://plan.senplades.gob.ec/presentacion>

PRO-ECUADOR. (2010). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 15 de Febrero del 2012. www.proecuador.gob.ec

Sapag, N. y Sapag, R. (2008) *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. (Quinta Edición) México.

Seldon, A. y Pennanace, F. (1995) *Diccionario de Economía*. (Cuarta Edición) Inglaterra.: Galo Ordoñez.

SENAE. (21 de Enero de 2011). aduana.gov.ec. Recuperado el 21 de Enero de 2012, de <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>

Universidad UTE. (2004). ute.edu.ec. Recuperado el 16 de Febrero de 2012, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6868/1/23523_1.pdf

Universidad UTE. (2005). ute.edu.ec. Recuperado el 16 de Febrero de 2012, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7084/1/26879_1.pdf

VII. ANEXOS.

7.1. ENCUESTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

OBJETIVO.- La presente encuesta es con la finalidad de diagnosticar la oferta exportable de artesanías producidas en Imbabura y Carchi e identificar las estrategias de comercialización de las mismas.

INSTRUCTIVO.- La información proporcionada en la presente encuesta será utilizada únicamente para la realización del trabajo de grado solicitado por la Universidad. A continuación sírvase contestar a todas las interrogantes que se plantean.

Datos Informativos.

Provincia ----- Cantón ----- Parroquia -----

Género () Edad () Condición. Productor () Comercializador ()

Tiempo que realiza la actividad comercial () años.

CUESTIONARIO

1.- ¿Usted como productor/ comercializador de artesanías pertenece alguna asociación o gremio?

Si () Cual ----- No ()

2.- ¿Qué tipo de artesanía produce/comercializa?

Artesanías de madera	Artesanías tejidos a mano	Artesanías en barro/ arcilla
Esculturas ()	Sacos ()	Cerámicas ()
Artículos decorativos ()	Ponchos ()	Cofres ()
Otros ()	Bufandas ()	Jarrones ()
	Gorras ()	Otros ()
	Bolsos ()	
	Bordados ()	
	Otros ()	

3.- Para iniciar con la producción/comercialización el capital es

Propio () Financiado ()

4.- Usted recibe ayudas de financiamiento para producción/comercialización

Institución Pública () Institución Privada () Ninguna ()

5.- Señale con una "X" las características que tienen sus productos:

Diseños originales () Estilos Clásicos () Otros ()

6.- ¿Las artesanías que usted produce/comercializa las expende en:

Mercado Local () Mercado Nacional () Mercado Internacional ()

7.- ¿Conoce usted cual es el destino de las artesanías que se exportan? (Señale con una X)

Estados Unidos ()

Canadá ()

Francia ()

Italia ()

España ()

Otros ()

Cuales-----

8.- ¿Los artículos los comercializa?

A Diario () Semanal () Quincenal () Mensual ()

9.- ¿Cómo realiza la venta de artesanías?

Tiene Almacén Propio () Consumidor Final ()

Almacenes Locales () Otro ()

10.- El volumen de ventas mensuales es:

- Menos de \$100 Entre \$101 y \$299,99
Entre \$300 y \$499,99 Entre \$500 y \$999,99
De \$1000 o más

11.- La inversión en la producción/comercialización de artesanías cada mes es:

- Menos de \$100 Entre \$101 y \$299,99
Entre \$300 y \$499,99 Entre \$500 y \$999,99
De \$1000 o más

12.- ¿Cuál es la razón de la competitividad?

- Calidad del producto Variedad en los trabajos
Precios accesibles Otra

13.- Considera que en el cantón existe mercado competitivo:

Si No

14.- Aparte de la actividad artesanal, ¿tiene otra fuente de ingresos?

Si No

15.- Incluido usted, ¿cuántos miembros de su familia producen/ comercializan trabajos artesanales?

- Solo usted Dos
Tres Cuatro
Más de cuatro

16.- Qué estrategias recomienda para impulsar el comercio:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

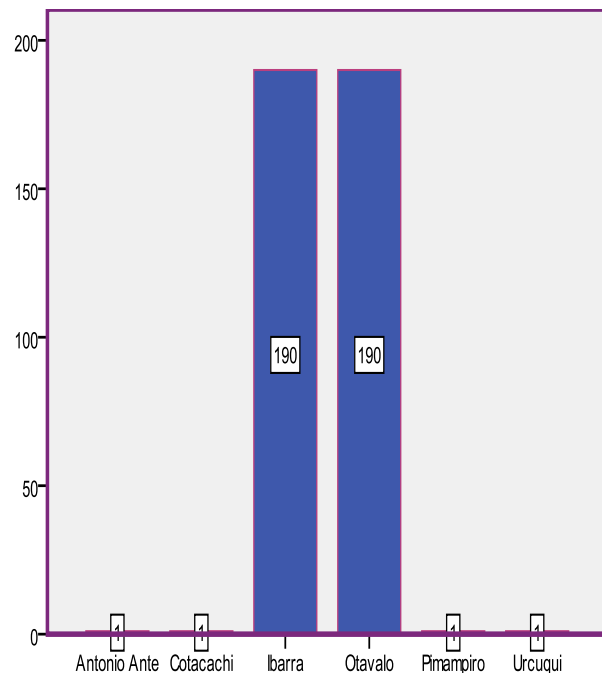
7.1.1. APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

CUESTIONARIO

Tabla N° 185

Principales Cantones Productores de Artesanías de la Provincia de Imbabura

CANTÓN		
	Frecuencia	Porcentaje
Antonio Ante	1	0,3
Cotacachi	1	0,3
Ibarra	190	49,5
Otavalo	190	49,5
Pimampiro	1	0,3
Urcuquí	1	0,3
Total	384	100,0



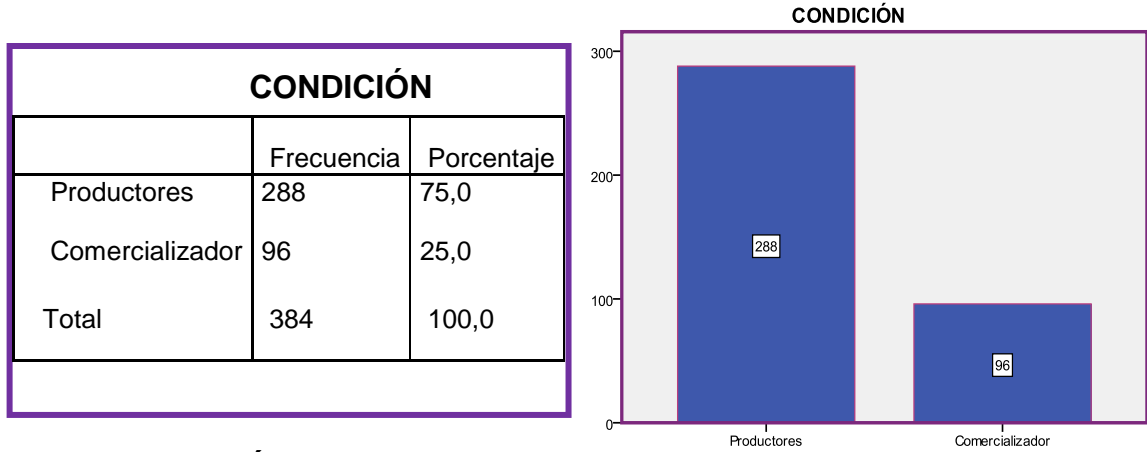
INTERPRETACIÓN

Como podemos ver en la gráfica los cantones potenciales en la producción artesanal son Ibarra y Otavalo ya que aquí se encuentran asentada una población de gente muy hábil, con talento especial en la elaboración de artesanías. Mientras que en los demás cantones de la provincia de Imbabura no existe potencial de actividad artesanal o son cantones con una producción artesanal industrial.

Para el análisis de nuestra investigación se considerara los cantones de Ibarra y Otavalo debido a que se encuentra la mayor población dedicada a la actividad artesanal y son reconocidas por sus creaciones.

Tabla N° 186

Productores y Comercializadores de Artesanías de los Cantones Ibarra y Otavalo

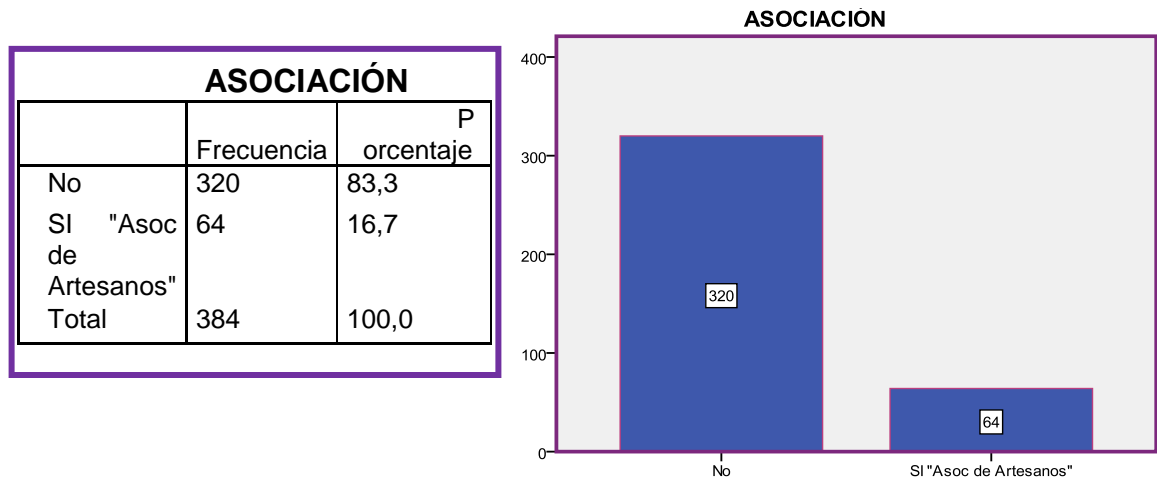


INTERPRETACIÓN

Los artesanos que trabajan en estos lugares la mayor parte son productores en un 75%, factor determinante en la obtención de un volumen de producción significativo, el 25% son comerciantes que adquieren la mayor cantidad de artesanías producidas en los diferentes sectores de la provincia.

Tabla N° 187

Asociatividad del Sector Artesanal de la Provincia de Imbabura

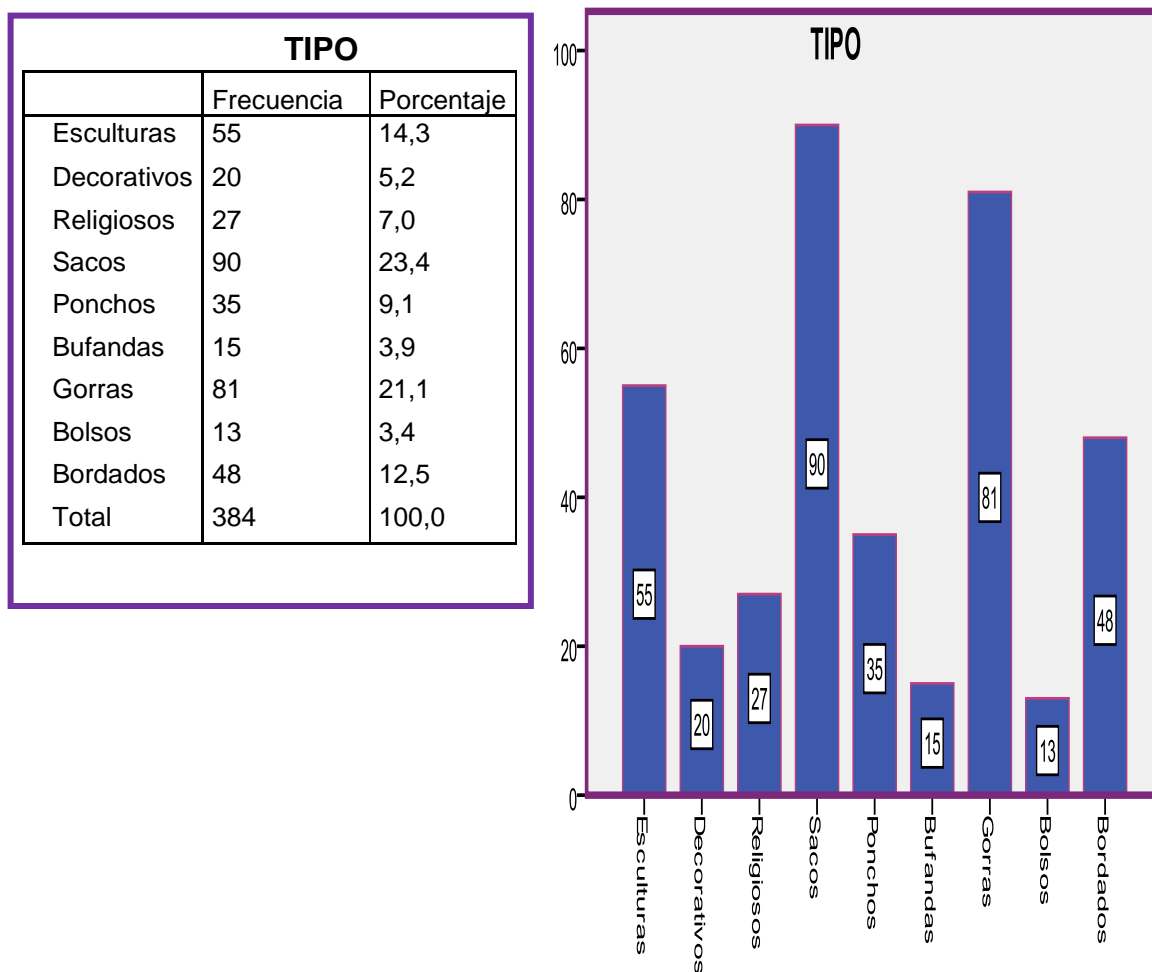


INTERPRETACIÓN

Se puede notar que el 83,3% de artesanos no pertenece a ninguna asociación por lo que se puede observar un débil crecimiento económico en el sector artesanal. Mientras que el 16.7% se encuentran asociados lo que les ha generado mayores oportunidades de comercialización a nivel local e internacional.

Tabla Nº 188

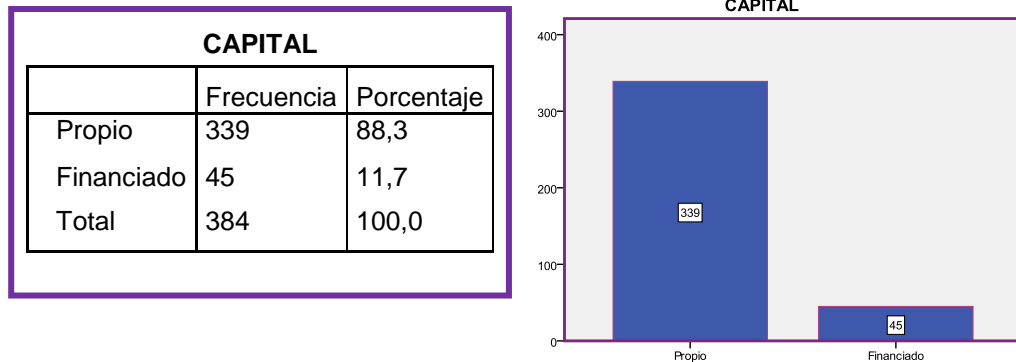
Variedad de Artesanías de la Provincia de Imbabura



INTERPRETACIÓN

Del estudio realizado podemos determinar que en la provincia de Imbabura se producen en grandes volúmenes los tejidos elaborados a mano siendo la más destacados los sacos, gorras y bordados como también artesanías de madera entre las más enfatizadas son las esculturas, religiosos y decorativos a pesar de contar con volúmenes reducidos son realmente de un significativo valor comercial, ya que dejan márgenes de utilidad atractivos para los productores.

Tabla N° 189
Capital para Iniciar con la Actividad Artesanal

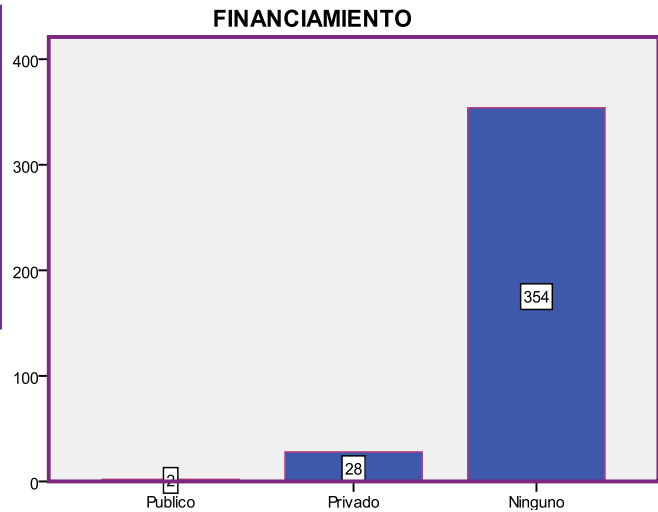


INTERPRETACIÓN

Al respecto, el 88.3% de artesanos de la provincia de Imbabura manifiestan que para iniciar la producción y comercialización el capital fue propio. Mientras que el porcentaje restante de los encuestados expresan que parte del capital fue financiado ya que no contaban con la solvencia económica para adquirir materia prima, implementar una infraestructura adecuada que le permita desarrollar las actividades artesanales.

Tabla N° 190
Ayudas de Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
	Frecuencia	Porcentaje
Publico	2	,5
Privado	28	7,3
Ninguno	354	92,2
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

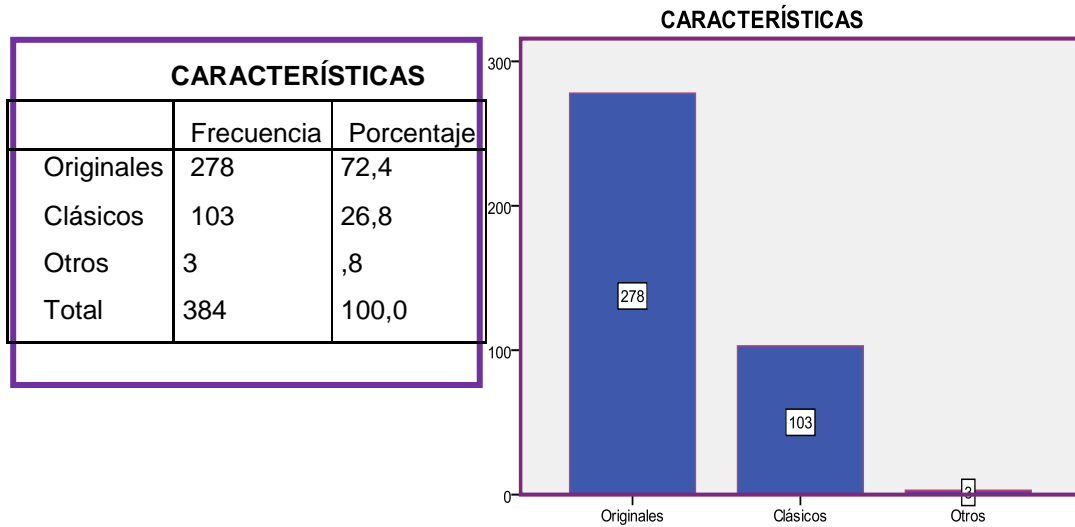
Como se puede observar en la gráfica, el 92.2% no reciben ayuda del sector público como también del sector privado siendo esto una razón desfavorable para los artesanos de la provincia de Imbabura ya que no pueden producir artículos con rangos competitivos para un posicionamiento efectivo en un mercado internacional.

Mientras que el sector publico contribuye al sector artesanal con el 5% y el 7.3% de artesanos reciben ayuda del sector privado.

Ayudas que para los artesanos son grandes oportunidades para crecer en los mercados locales y posteriormente expandirse a los mercados nacionales e internacionales.

Tabla N° 191

Características de las Artesanías de la Provincia de Imbabura



INTERPRETACIÓN

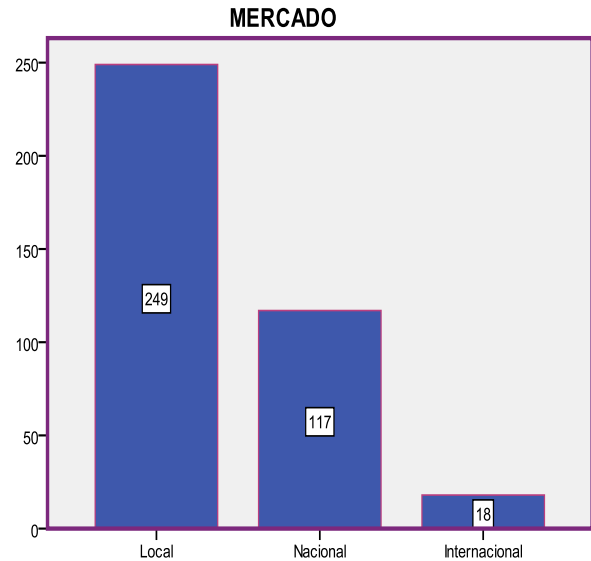
Las artesanías producidas y comercializadas en la provincia de Imbabura se caracterizan por contar con diseños originales con un porcentaje de 72.4%; siendo este un índice óptimo para los artesanos que día a día están innovando para satisfacer las necesidades de los clientes siendo más competitivos en el mercado nacional e internacional debido a las características que llaman la atención de propios y extraños, puesto que cuenta con características únicas plasmadas en la diferentes culturas de los pueblos.

Notándose un volumen importante de diseños clásicos que se sigue produciendo para mercados tradicionales, ya que tienen un componente artístico, ejecutando hermosas obras de arte.

Tabla N° 192

Mercado de las Artesanías que se Producen en la Provincia de Imbabura

MERCADO		
	Frecuencia	Porcentaje
Local	249	64,8
Nacional	117	30,5
Internacional	18	4,7
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

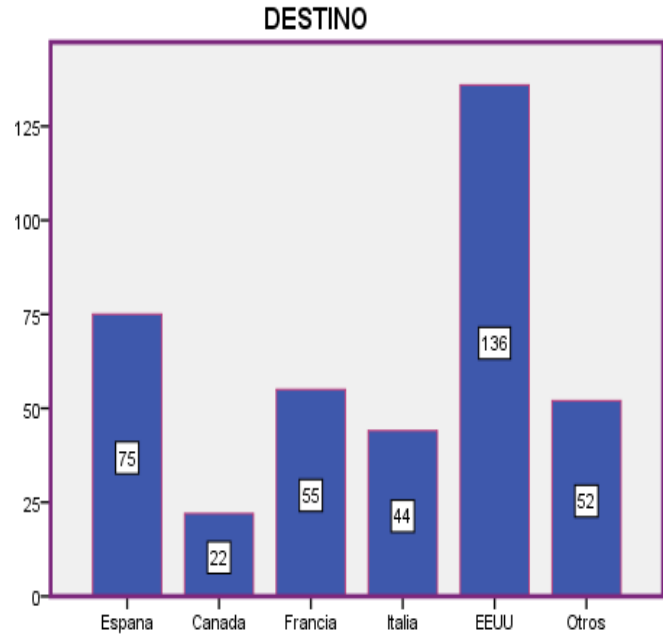
Como pueden observar en el grafico las artesanías que se producen y comercializan en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura se las expende en el Mercado Local con un porcentaje de 64.8%, esto se debe a que los productos son comercializados en lugares principales de la provincia de Imbabura los mismos que son visitados por turistas de diferentes partes del mundo llevando consigo la expansión al extranjero, Mercado Nacional con un 30,5%, mientras que 4,7% corresponde al Mercado Internacional debido a que pocos productores se dedican a exportar directamente por falta de conocimiento en negociación internacional y logística comercial.

En la actualidad el gobierno para impulsar al sector productivo está estimulando a los artesanos con programas de capacitación, emprendimiento, gestión empresarial, generando expectativas para el artesano en el desarrollo económico político y social.

Tabla N° 193

Destinos Internacionales de las Artesanías Expresada por los Productores

DESTINO		
	Frecuencia	Porcentaje
EEUU	136	35,4
Canadá	22	5,7
Francia	55	14,3
Italia	44	11,5
España	75	19,5
Otros	52	13,5
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

Las artesanías producidas y comercializadas en la provincia de Imbabura por contar con características únicas y con diseños exclusivos se las exporta a mercados internacionales tales como: Estados Unidos mercado atractivo para los exportadores pero con grandes limitaciones ya que existe alta competencia, también manifestaron los artesanos que Canadá, Francia e Italia objeto de la investigación son países demandantes de artesanías en la actualidad.

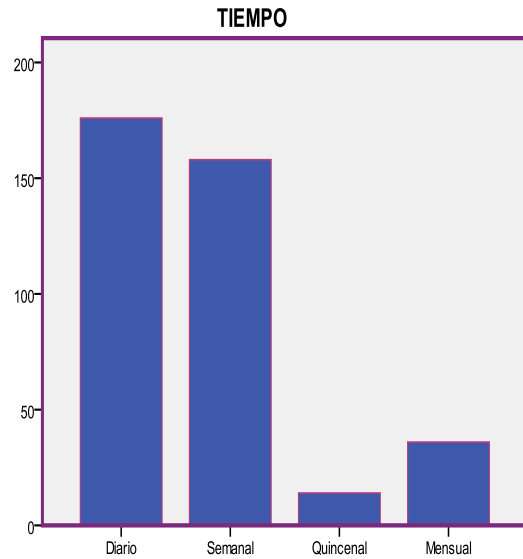
Nota:

Los artesanos manifiestan que conocen los destinos internacionales de las artesanías pero no realizan la exportación.

Tabla N° 194

Tiempo de Comercialización de las Artesanías

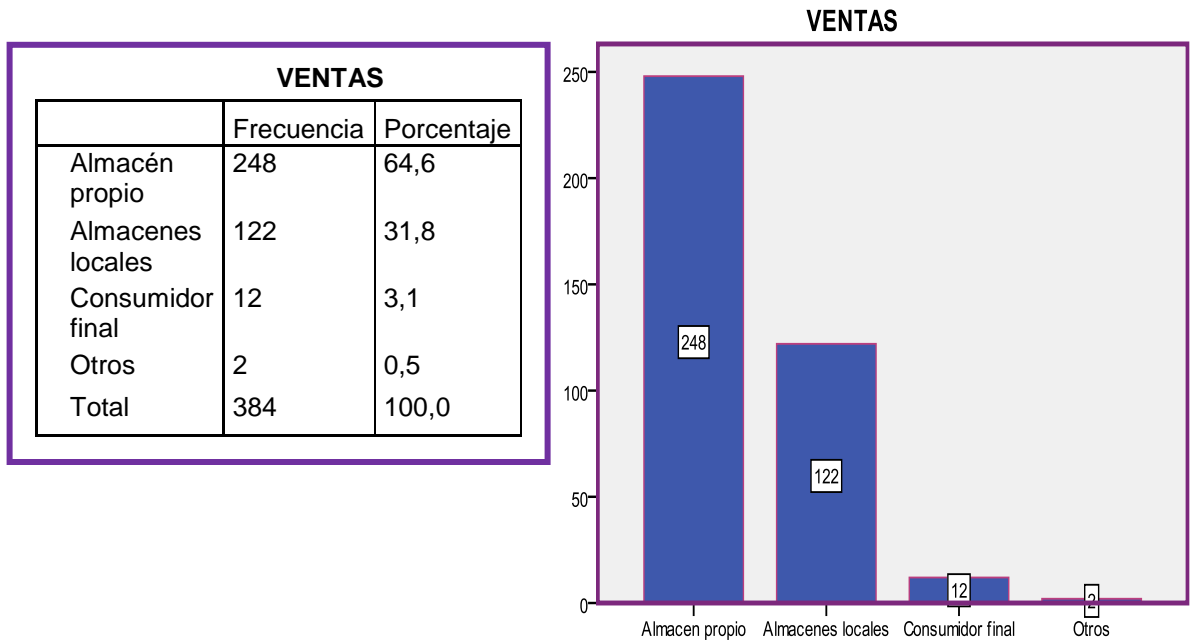
TIEMPO		
	Frecuencia	Porcentaje
Diario	176	45,8
Semanal	158	41,1
Quincenal	14	3,6
Mensual	36	9,4
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

Según el grafico podemos darnos cuenta que los artículos que se comercializan con mayor frecuencia, es a Diario con un 45,8 % debido a que las artesanías se encuentran a disposición para el público en almacenes, ferias, de los diferentes cantones de la provincia de Imbabura, Mientras que el 41,1% se comercializa semanalmente debido a las negociaciones establecidas por el cliente tomando en cuenta sus diseños, procesos y el tamaño, y el porcentaje restante nos indica que el tiempo de venta se da quincenal y mensual debido a los gustos del cliente, procesos y dificultad de trabajos.

Tabla N° 195
Venta de Artesanías



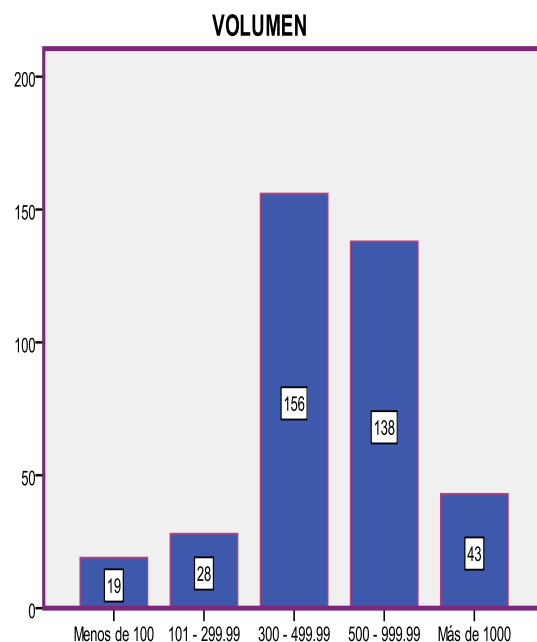
INTERPRETACIÓN

Al respecto, la venta de las artesanías en la provincia de Imbabura tiene almacén propio equivalente a un 64,6% debido a que estos artesanos tienen sus talleres y su propio almacén donde exhiben sus artículos.

Mientras que el 31,8% tiene almacenes locales donde exhiben productos de diferentes artesanos del sector. Además determinamos que el 3,1% llegan directamente al consumidor final.

Tabla N° 196
Volumen de Ventas Mensuales

VOLUMEN		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 100	19	4,9
101 - 299.99	28	7,3
300 - 499.99	156	40,6
500 - 999.99	138	35,9
Más de 1000	43	11,2
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

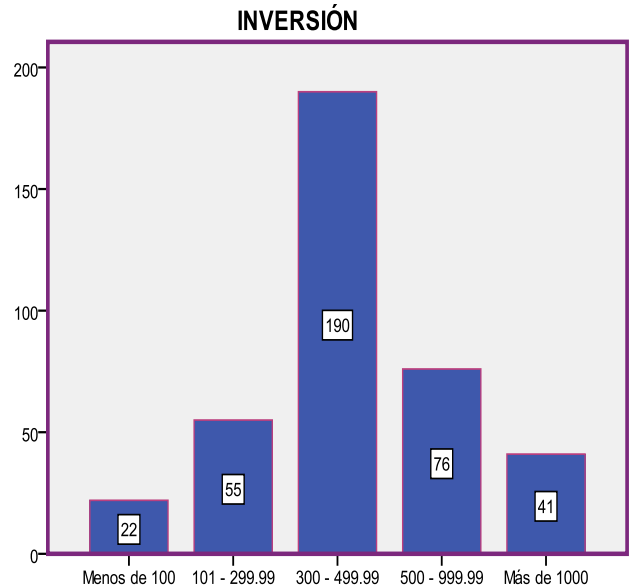
Como se puede observar en la gráfica la mayoría de artesanos dedicados a la producción y comercialización de artesanías coinciden que el volumen de ventas mensuales es de 300 – 499,99 equivalente a 40,6% lo que nos indica que en el sector existe actividad comercial

También muchos artesanos de la localidad manifiestan que la utilidad que se genera es representativa o rentable cuando los volúmenes de ventas son elevados y esto depende mucho de la temporada o ciclo estacionario.

Tabla N° 197

Inversión en la Producción y Comercialización

INVERSIÓN		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 100	22	5,7
101 - 299.99	55	14,3
300 - 499.99	190	49,5
500 - 999.99	76	19,8
Más de 1000	41	10,7
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

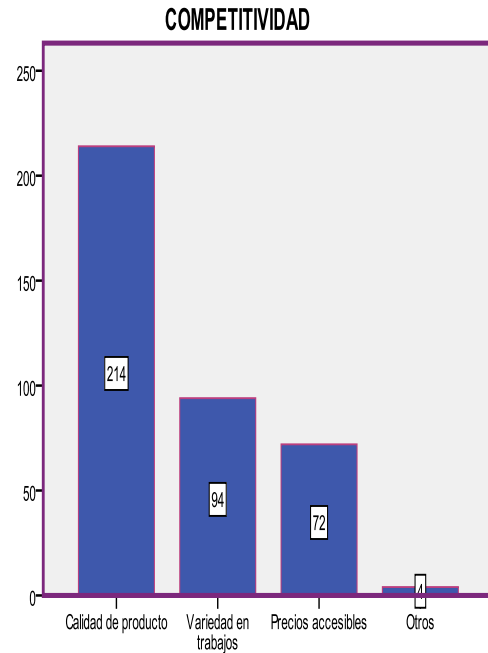
Como se observa en el cuadro, la mayor inversión en la producción con respecto a la elaboración de artesanías es de 300 – 499,99 con un porcentaje de 49,5% su motivo es que en la elaboración de las artesanías es un precio elevado por sus acabados y su calidad.

Según la encuesta realizada a los artesanos utilizan diferentes materiales que pueden ser de buena o mala calidad, lo cual hace que la inversión de la producción sea diferente.

Tabla N° 198

Competitividad de las Artesanías en la Provincia de Imbabura

COMPETITIVIDAD		
	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de producto	214	55,7
Variedad en trabajos	94	24,5
Precios accesibles	72	18,8
Otros	4	1,0
Total	384	100,0



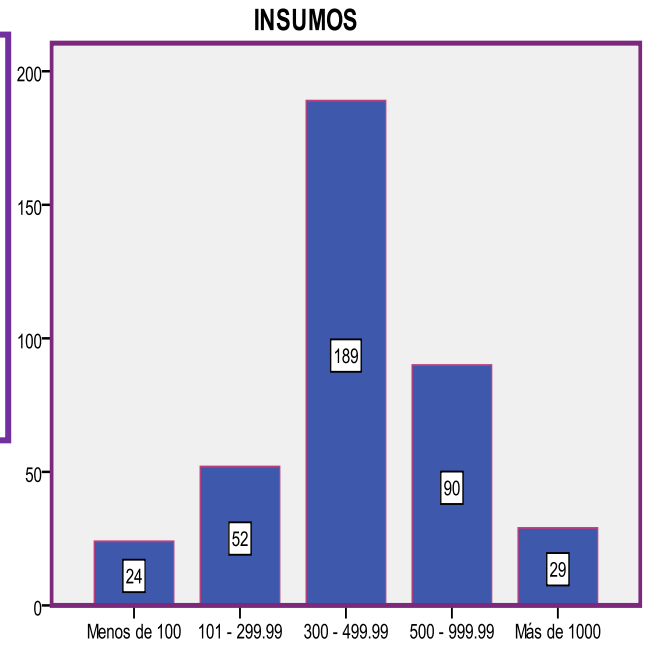
INTERPRETACIÓN

Para los productores y comercializadores lo más importante de sus productos es la calidad del producto equivalente al 55,7%. Otros comerciantes le dan prioridad a la variedad de trabajos equivalente con el 24,5% porque el consumidor tiene más alternativas para escoger lo que desea adquirir. Finalmente un reducido grupo le da importancia a los precios accesible equivalente a 18,8% porque muchas veces las ventas no representa al precio, sino a las ofertas o valores agregados.

Tabla N° 199

Ingresos para la Compra de Materiales e Insumos para Trabajar en las Artesanías

INSUMOS		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 100	24	6,3
101 - 299.99	52	13,5
300 - 499.99	189	49,2
500 - 999.99	90	23,4
Más de 1000	29	7,6
Total	384	100,0



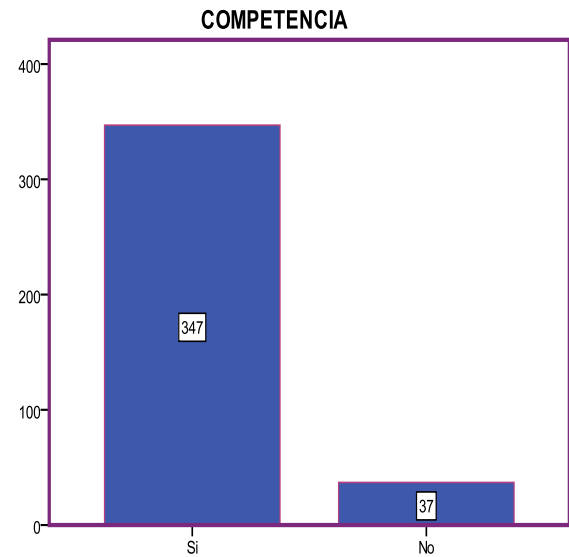
INTERPRETACIÓN

Se puede observar según el grafico que la inversión para la adquisición de materiales e insumos necesarios para la elaboración de artesanías es de 300 - 499,99 dólares equivalentes al 49,2% porcentaje que comprueba que más de la mitad de encuestados manifiestan que gastan un valor similar al mes.

Mientras que los otros grupos de artesanos dependen de las ventas que realicen al mes, puestos que estas tienen gran variabilidad.

Tabla N° 200
Competencia Local

COMPETENCIA		
	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Si	347	90,4
No	37	9,6
Total	384	100,0



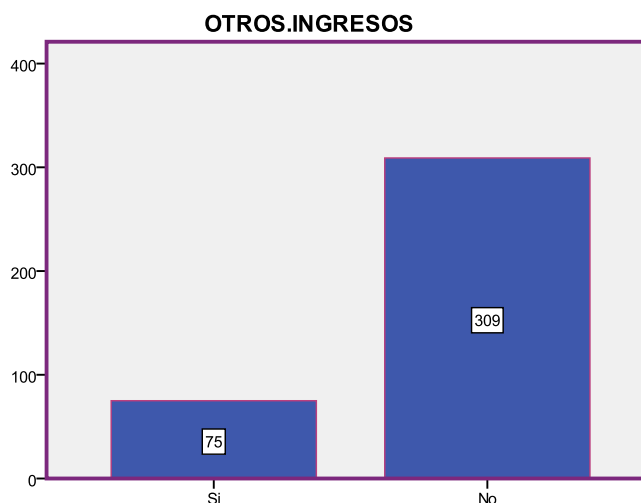
INTERPRETACIÓN

Las artesanías producidas en la provincia de Imbabura mantienen un nivel de competencia sumamente alto con un promedio de 90,4% por lo que se tiene que recurrir como estrategia de los productores a la innovación de los diseños y mejoramiento de la calidad.

La mayoría de los artesanos consideran que el mercado si es competitivo, esto porque desde el punto de vista económico la producción de las artesanías se da en base a pedidos, además los precios ya están establecidos en el mercado. Por otra parte un pequeño porcentaje afirma que la plaza no es competitiva, para ello mencionan que en la provincia los artesanos no producen artículos que sean novedosos, sino que se practica la copia de sus objetos, aspecto que no les permite salvaguardar el precio.

Tabla N° 201
Otras Fuentes de Ingresos

OTROS.INGRESOS		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	19,5
No	309	80,5
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

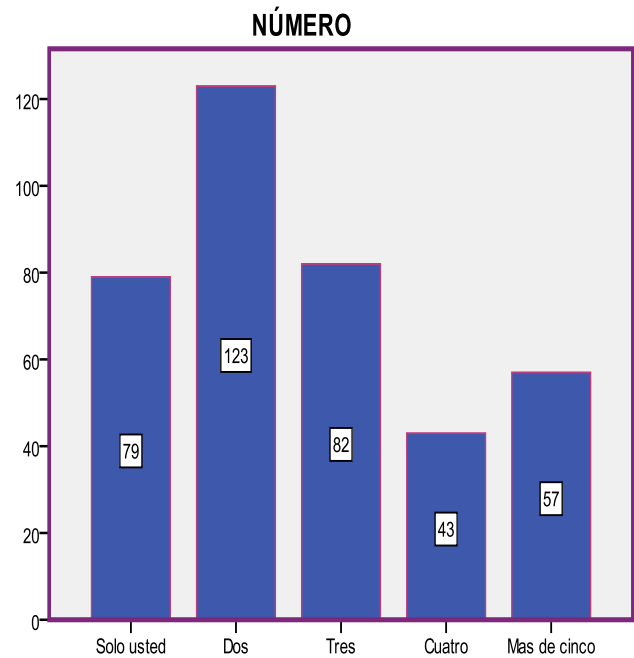
Al respecto, el 80,5% de los artesanos encuestados manifestó que no realizan otras actividades productivas a parte de la actividad artesanal, puesto que los ingresos generados de dicha actividad son suficientes para cubrir sus necesidades más próximas. Mientras que el 19,5% se ven obligados a realizar otras actividades productivas para mejorar sus ingresos económicos, tales actividades tales como: chofer, agricultor, comerciante, propietario de pequeños negocios entre otros.

Ya que la mayoría de la población no tiene empleo seguro y no tiene una preparación académica.

Tabla Nº 202

Miembros de la Familia que Producen/Comercializan Trabajos

NÚMERO		
	Frecuencia	Porcentaje
Solo usted	79	20,6
Dos	123	32,0
Tres	82	21,4
Cuatro	43	11,2
Mas de cinco	57	14,8
Total	384	100,0



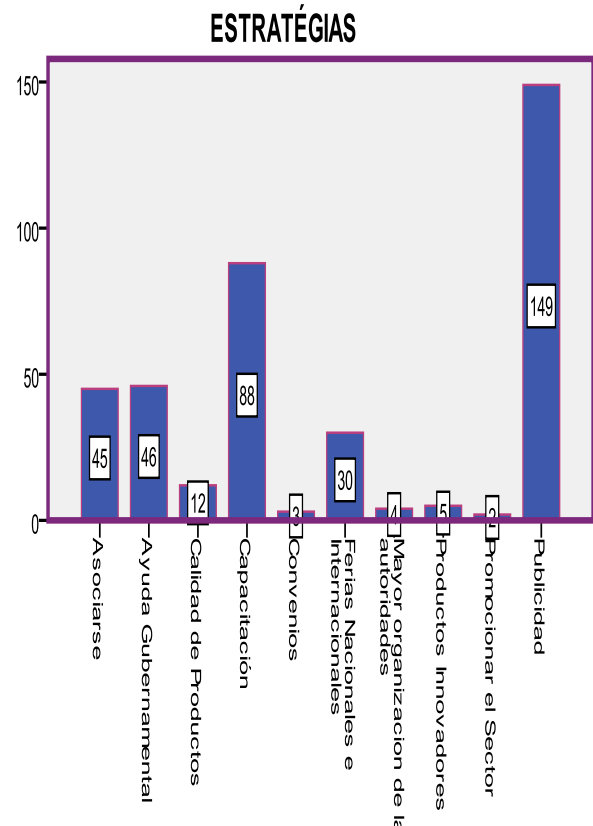
INTERPRETACIÓN

Los resultados de mayor porcentaje muestran que el 32% trabajan con dos familiares en la producción y comercialización de trabajos artesanales, mientras que el 21,4% trabajan con tres personas, y el porcentaje restante manifiestan que trabajan solos, cuatro, y más artesanos, confirmando estos datos que la actividad artesanal está presente dentro de la tradición y cultura de las familias de la provincia de la Imbabura.

Tabla N° 203

Estrategias para Impulsar la Producción y Comercialización

ESTRATÉGIAS		
	Frecuencia	Porcentaje
Asociarse	45	11,7
Ayuda Gubernamental	46	12,0
Calidad de Productos	12	3,1
Capacitación	88	22,9
Convenios	3	,8
Ferias Nacionales e Internacionales	30	7,8
Mayor organización de las autoridades	4	1,0
Productos Innovadores	5	1,3
Promocionar el Sector	2	,5
Publicidad	149	38,8
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

Los productores y comercializadores de la provincia de Imbabura, en su mayor parte coincidieron que se necesita una verdadera planeación estratégica en donde se incluya la difusión de los trabajos que se hace en la localidad.

A si mismo indicaron la posibilidad de que deben ser capacitados todos los artesanos para que los artículos a comercializarse tanto en el mercado Nacional e Internacional sean competitivos e innovadores

Por otra parte señalaron que es necesario que los trabajos artesanales deban ser originales de cada artista, ya que se produce la copia de las creaciones,

transformándolas en muchas ocasiones en monótonas, por lo que los turistas no tienen variedad de productos al momento de realizar la compra.

También manifiestan que se debe fortalecer el apoyo de las autoridades gubernamentales para de esa manera dinamizar el sector artesanal.

Finalmente los artesanos de la provincia de Imbabura manifestaron que para conseguir el desarrollo económico del sector artesanal es necesaria la asociatividad.

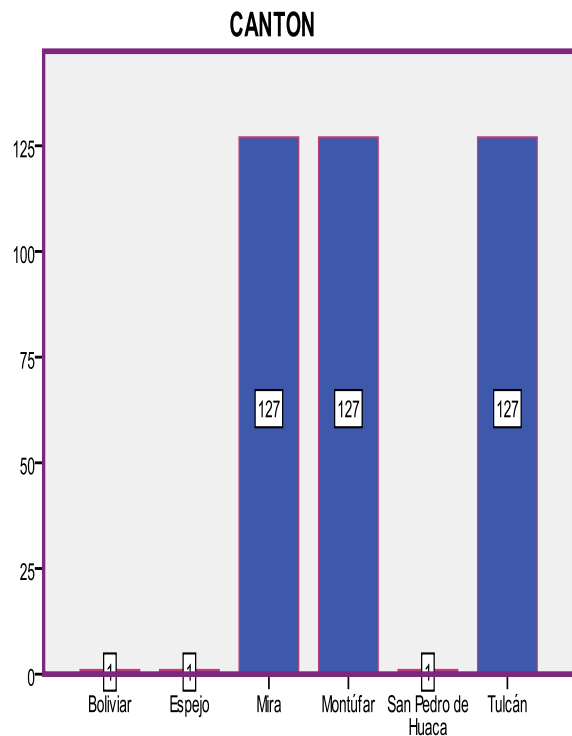
7.1.2. APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO EN LA PROVINCIA DE CARCHI

CUESTIONARIO

Tabla N° 204

Principales Productores de Artesanías de la Provincia de Carchi

CANTON		
	Frecuencia	Porcentaje
Bolívar	1	0,3
Espejo	1	0,3
Mira	127	33,1
Montufar	127	33,1
San Pedro de Huaca	1	0,3
Tulcán	127	33,1
Total	384	100



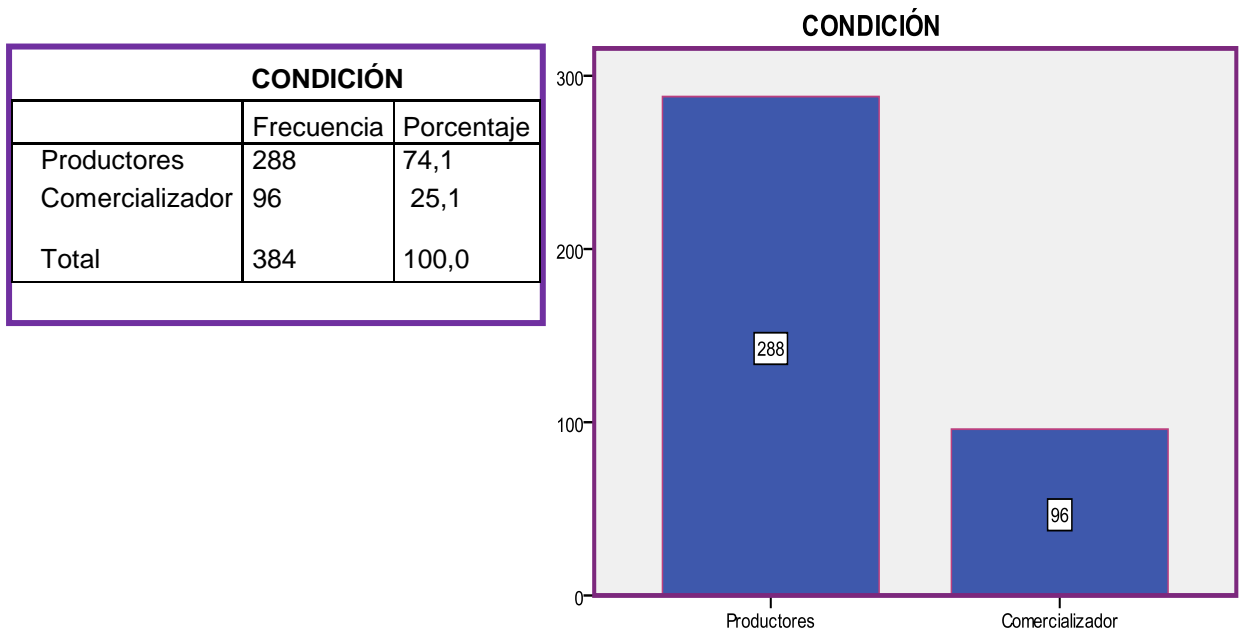
INTERPRETACIÓN

Como podemos ver en la gráfica los cantones potenciales en la producción artesanal son Mira, Montufar y Tulcán ya que aquí se encuentran asentada una población de gente muy hábil, con talento especial en la elaboración de artesanías. Mientras que en los demás cantones de la provincia de Carchi no existe potencial de actividad artesanal

Para el análisis de nuestra investigación se considerara los cantones de Mira, Montufar y Tulcán debido a que se encuentra una cierta de la población dedicada a la actividad artesanal y son reconocidas por sus creaciones.

Tabla N° 205

Productores y Comercializadores de Artesanías de los Cantones Tulcán, Montufar y Mira



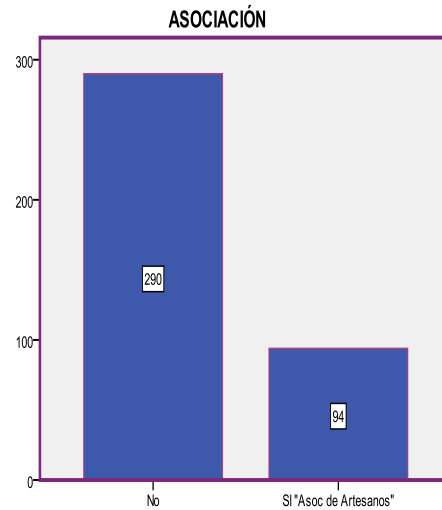
INTERPRETACIÓN

Los artesanos que trabajan en estos lugares la mayor parte son productores en un 74,1%, factor determinante en la obtención de un volumen de producción significativo, el 25,1% son comerciantes que adquieren la mayor cantidad de artesanías producidas en los diferentes sectores de la provincia.

Tabla N° 206

Asociatividad del Sector Artesanal de la Provincia de Carchi

ASOCIACIÓN		
	Frecuencia	Porcentaje
No	290	75,4
SI "Asoc de Artesanos"	94	24,6
Total	384	100,0



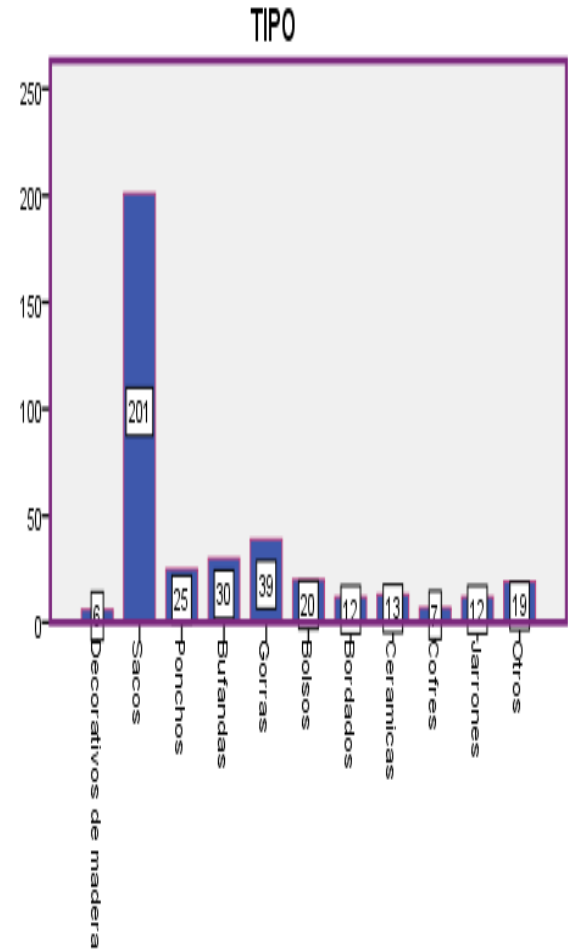
INTERPRETACIÓN

Se puede notar que el 75,4% de artesanos no pertenece a ninguna asociación por lo que se puede notar un débil crecimiento económico en el sector artesanal. Mientras que el 24,6% se encuentran asociados lo que les ha generado mayores oportunidades de comercialización a nivel local e internacional.

Tabla N° 207

Variedad de Artesanías de la Provincia de Carchi

TIPO		
	Frecuencia	Porcentaje
Decorativos de madera	6	1,6
Sacos	201	52,2
Ponchos	25	6,5
Bufandas	30	7,8
Gorras	39	10,1
Bolsos	20	5,2
Bordados	12	3,2
Cerámicas	13	3,4
Cofres	7	2,0
Jarrones	12	3,0
Otros	19	5,0
Total	384	100,0



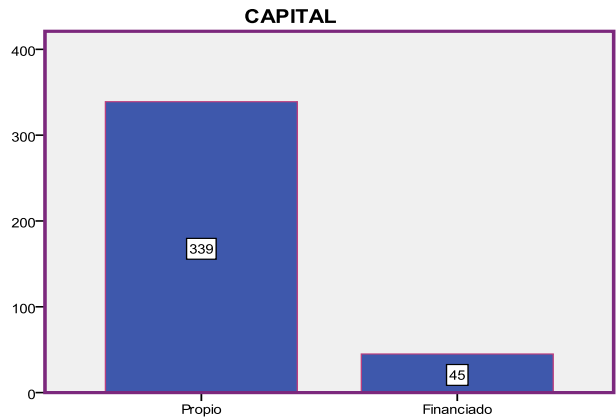
INTERPRETACIÓN

Del estudio realizado podemos determinar que en la provincia de Carchi se producen en grandes volúmenes los tejidos elaborados a mano siendo la más destacados los sacos, gorras y bolsos como también cerámicas decorativos que a pesar de contar con volúmenes reducidos son realmente de un significativo valor comercial, ya que dejan márgenes de utilidad atractivos para los productores.

Tabla N° 208

Capital para Iniciar con la Actividad Artesanal

CAPITAL		
	Frecuencia	Porcentaje
Propio	339	88,0
Financiado	45	12,0
Total	384	100,0



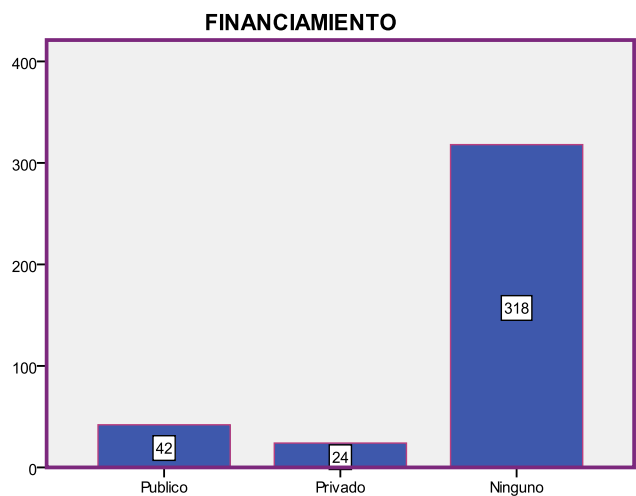
INTERPRETACIÓN

Al respecto, el 88% de artesanos de la provincia de Carchi manifiestan que para iniciar la producción y comercialización el capital fue propio. Mientras que el porcentaje restante de los encuestados expresan que parte del capital fue financiado ya que no contaban con la solvencia económica para adquirir materia prima, implementar una infraestructura adecuada que le permita desarrollar las actividades artesanales.

Tabla N° 209

Ayudas de Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
	Frecuencia	Porcentaje
Publico	42	10,9
Privado	24	6,3
Ninguno	318	82,8
Total	384	100,0



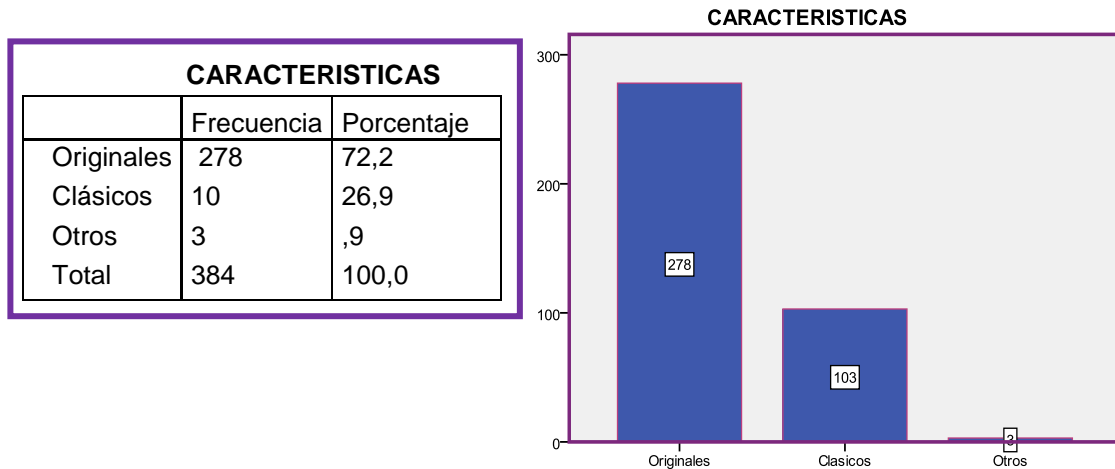
INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en la gráfica, el 82.8% no reciben ayuda del sector público como también del sector privado siendo esto una razón desfavorable para los artesanos de la provincia de Carchi ya que no pueden producir artículos con rangos competitivos para un posicionamiento efectivo en un mercado internacional.

Mientras que el sector publico contribuye al sector artesanal con el 10,9% y el 6,3% de artesanos reciben ayuda del sector privado.

Ayudas que para los artesanos son grandes oportunidades para crecer en los mercados locales y posteriormente expandirse a los mercados nacionales e internacionales.

Tabla N° 210
Características de las Artesanías de la Provincia de Carchi



INTERPRETACIÓN

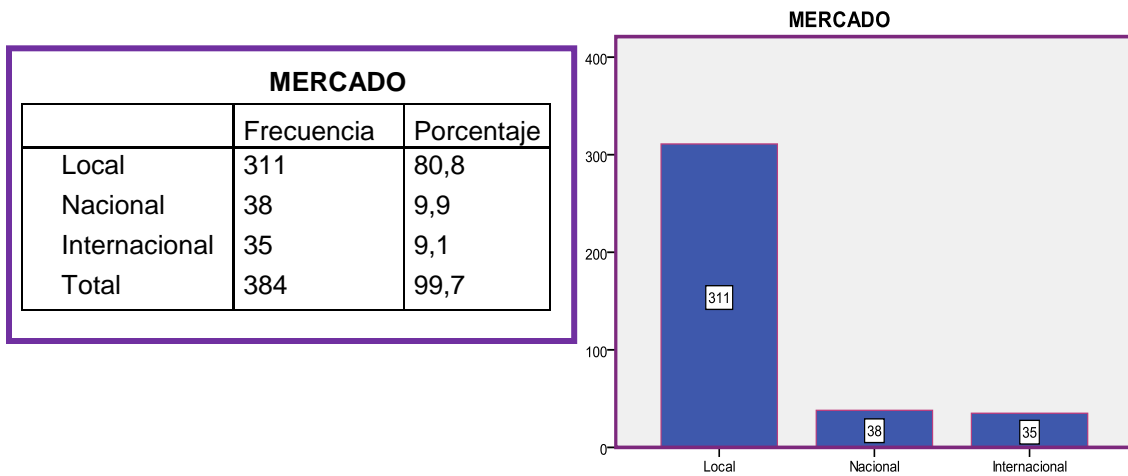
Las artesanías producidas y comercializadas en la provincia de Carchi se caracterizan por contar con diseños originales con un porcentaje de 72.2%; siendo este un índice óptimo para los artesanos que día a día están innovando para satisfacer las necesidades de los clientes siendo más competitivos en el mercado nacional e internacional debido a las características que llaman la

atención de propios y extraños, puesto que cuenta con características únicas plasmadas en la diferentes culturas de los pueblos.

Notándose un volumen importante de diseños clásicos que se sigue produciendo para mercados tradicionales, ya que tienen un componente artístico, ejecutando hermosas obras de arte.

Tabla Nº 211

Mercado de las Artesanías que se Producen en la Provincia de Carchi

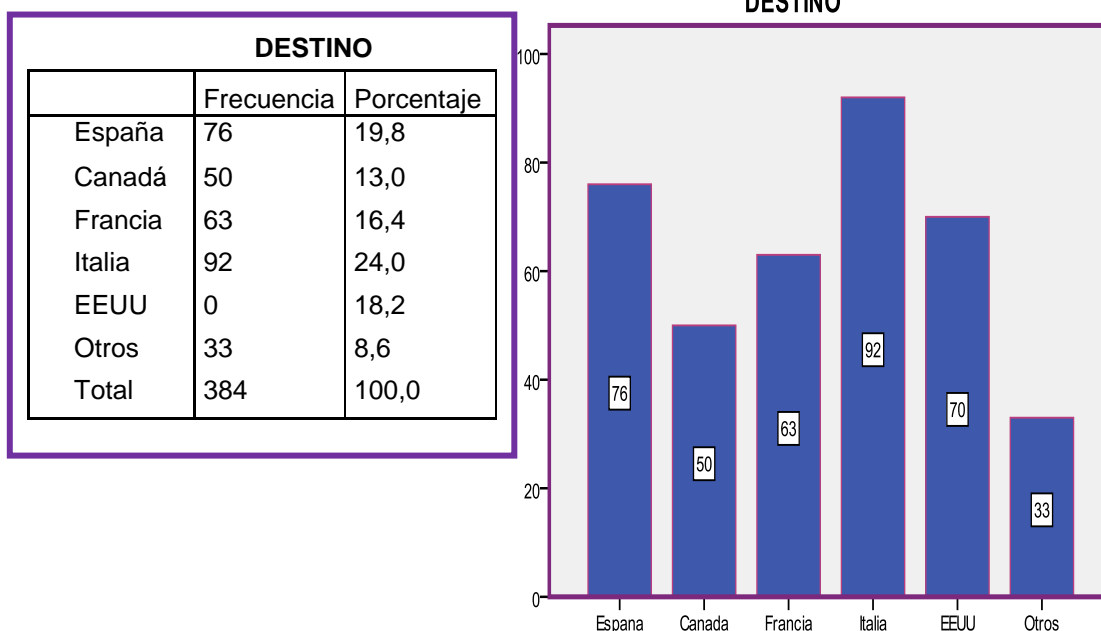


INTERPRETACIÓN

Como pueden observar en el grafico las artesanías que se producen y comercializan en los diferentes cantones de la provincia de Carchi se las expende en el Mercado Local con un porcentaje de 80,8%, esto se debe a que los productos son comercializados en lugares principales de la provincia de Carchi o los mismos que son visitados por turistas de diferentes partes del mundo llevando consigo la expansión al extranjero, Mercado Nacional con un 9,9%, mientras que 9,1% corresponde al Mercado Internacional debido a que pocos productores se dedican a exportar directamente por falta de conocimiento en negociación internacional y logística comercial.

En la actualidad el gobierno para impulsar al sector productivo está estimulando a los artesanos con programas de capacitación, emprendimiento, gestión empresarial, generando expectativas para el artesano en el desarrollo económico político y social

Tabla N° 212
Destino Internacionales de las Artesanías



INTERPRETACIÓN

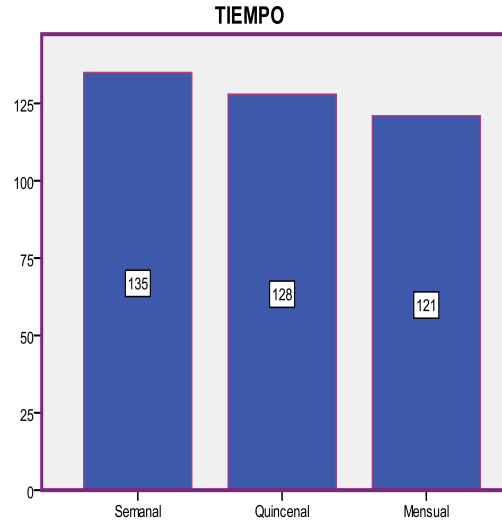
Las artesanías producidas y comercializadas en la provincia de Carchi por contar con características únicas y con diseños exclusivos se las exporta a mercados internacionales tales como: Italia, España y Estados Unidos mercado atractivo para los exportadores pero con grandes limitaciones ya que existe alta competencia, también manifestaron los artesanos que Canadá, Francia e Italia objeto de la investigación son países demandantes de artesanías en la actualidad.

Nota: Los artesanos manifiestan que conocen los destinos internacionales de las artesanías pero no realizan la exportación.

Tabla N°213

Tiempo de Comercialización de las Artesanías

TIEMPO		
	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	135	35,2
Quincenal	128	33,3
Mensual	121	31,5
Total	384	100,0



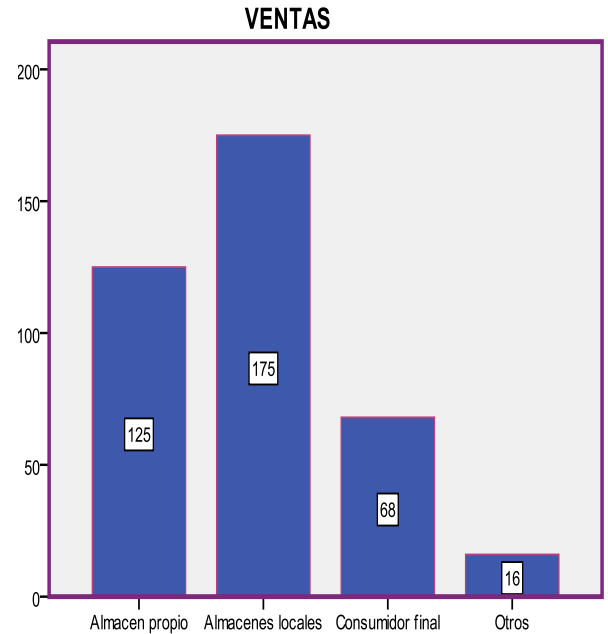
INTERPRETACIÓN

Según el grafico podemos darnos cuenta que los artículos que más se comercializan con mayor frecuencia, es semanalmente con un 35,2% debido a que en el sector no existe movimiento comercial, es por ello que los artesanos comercializan sus artículos semanalmente, también manifestaron que se debe a las negociaciones establecidas por el cliente, tomando en cuenta sus diseños, procesos y el tamaño, y el porcentaje restante nos indica que el tiempo de venta se da quincenal y mensual debido a los gustos del cliente, procesos y dificultad de trabajos.

Tabla N° 214

Venta de Artesanías

VENTAS		
	Frecuencia	Porcentaje
Almacén propio	125	32,
Almacenes locales	175	45,6
Consumidor final	68	17,7
Otros	16	4,2
Total	384	100,0



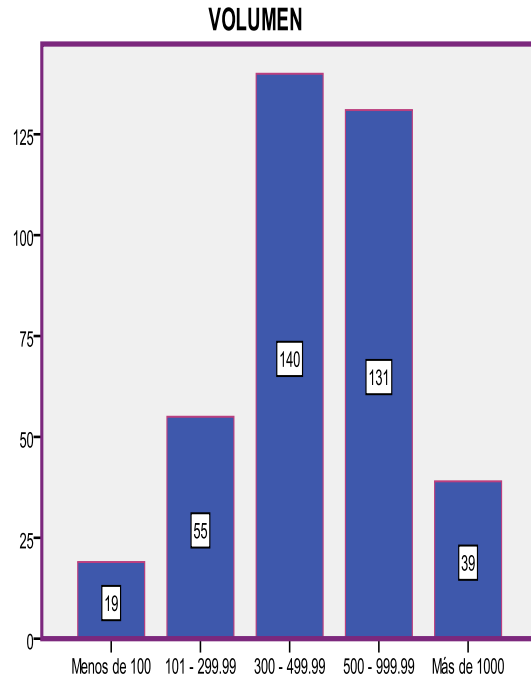
INTERPRETACIÓN

Al respecto, la venta de las artesanías en la provincia de Carchi tiene almacenes locales equivalente a un 45,6% donde exhiben productos de diferentes artesanos del sector, Mientras que el 32,6% tienen sus talleres y su propio almacén donde exhiben sus artículos. Además determinamos que el 17,7% llegan directamente al consumidor final.

Tabla N° 215

Volumen de Ventas Mensuales

VOLUMEN		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 100	19	4,9
101 - 299.99	55	14,4
300 - 499.99	140	36,4
500 - 999.99	131	34,0
Más de 1000	39	10,2
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

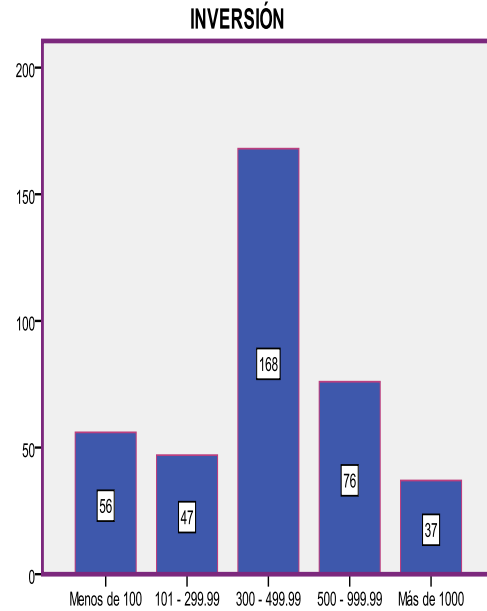
Como se puede observar en la gráfica la mayoría de artesanos dedicados a la producción y comercialización de artesanías coinciden que el volumen de ventas mensuales es de 300 – 499,99 equivalente a 36,4% lo que nos indica que en el sector existe actividad comercial

También muchos artesanos de la localidad manifiestan que la utilidad que se genera es representativa o rentable cuando los volúmenes de ventas son elevados y esto depende mucho de la temporada o ciclo estacionario.

Tabla N° 216

Inversión en la Producción/Comercialización de Artesanías

INVERSIÓN		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 100	56	14,6
101 - 299.99	47	12,2
300 - 499.99	168	43,8
500 - 999.99	76	19,8
Más de 1000	37	9,6
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

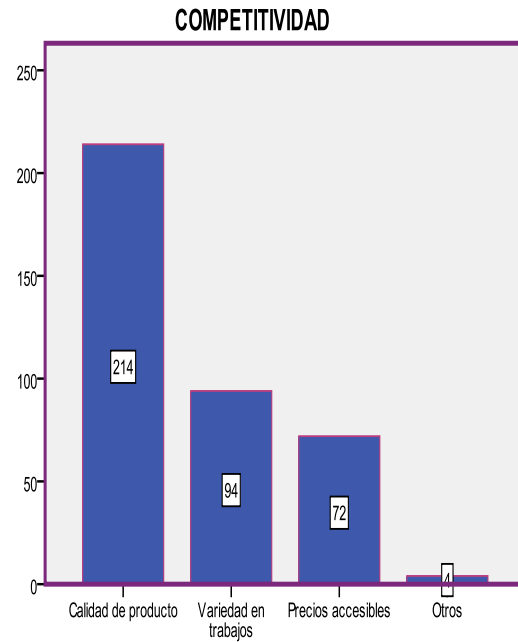
Como se observa en el cuadro, la mayor inversión en la producción con respecto a la elaboración de artesanías es de 300 – 499,99 con un porcentaje de 43,8% su motivo es que en la elaboración de las artesanías es un precio elevado por sus acabados y su calidad.

Según la encuesta realizada a los artesanos utilizan diferentes materiales que pueden ser de buena o mala calidad, lo cual hace que la inversión de la producción sea diferente.

Tabla N° 217

Competitividad de las Artesanías en la Provincia de Carchi

COMPETITIVIDAD			
		Frecuencia	Porcentaje
Calidad de producto	de	214	55,6
Variedad en trabajos	en	94	24,4
Precios accesibles		72	18,8
Otros		4	1,0
Total		384	100,0



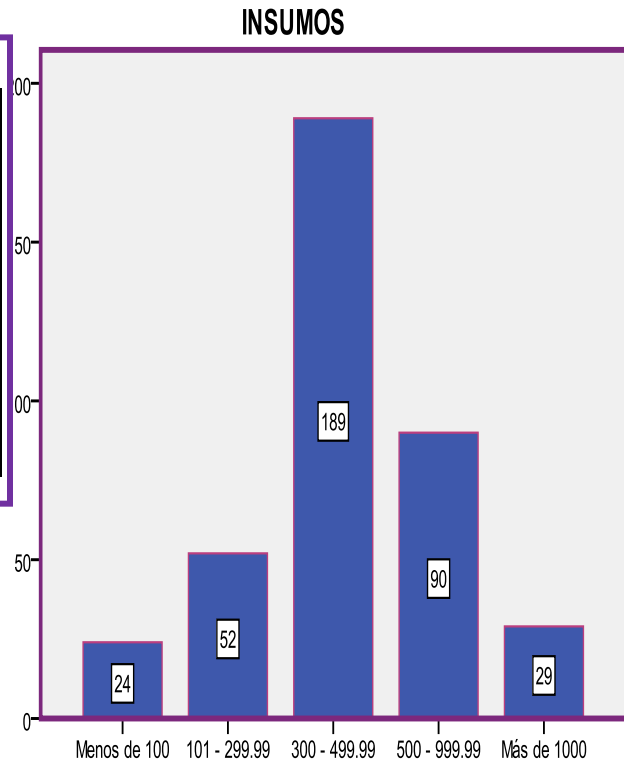
INTERPRETACIÓN

Para los productores y comercializadores lo más importante de sus productos es la calidad del producto equivalente al 55,6%. Otros comerciantes le dan prioridad a la variedad de trabajos equivalente con el 24,4% porque el consumidor tiene más alternativas para escoger lo que desea adquirir. Finalmente un reducido grupo le da importancia a los precios accesible equivalente a 18,8% porque muchas veces las ventas no representa al precio, sino a las ofertas o valores agregados.

Tabla N° 218

Ingresos para la Compra de Materiales e Insumos para Trabajar en las Artesanías

INSUMOS		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 100	24	6,3
101 - 299.99	52	13,6
300 - 499.99	189	49,1
500 - 999.99	90	23,4
Más de 1000	29	7,6
Total	384	100,0



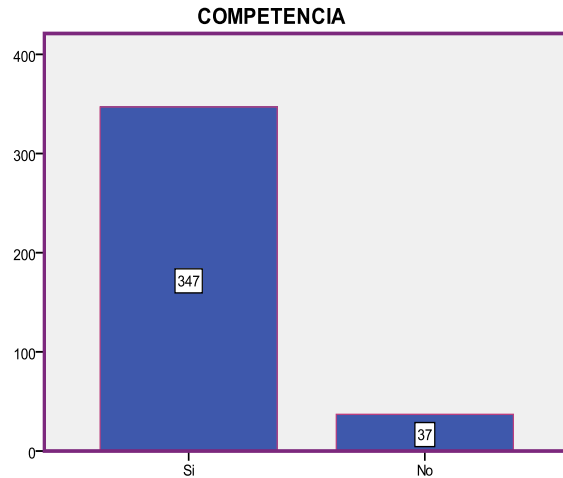
INTERPRETACIÓN

Se puede observar según el grafico que la inversión para la adquisición de materiales e insumos necesarios para la elaboración de artesanías es de 300 - 499,99 dólares equivalentes al 49,1% porcentaje que comprueba que más de la mitad de encuestados manifiestan que gastan un valor similar al mes.

Mientras que los otros grupos de artesanos dependen de las ventas que realicen al mes, puestos que estas tienen gran variabilidad.

Tabla N° 219
Mercado Competitivo

COMPETENCIA		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	347	90,2
No	37	9,8
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

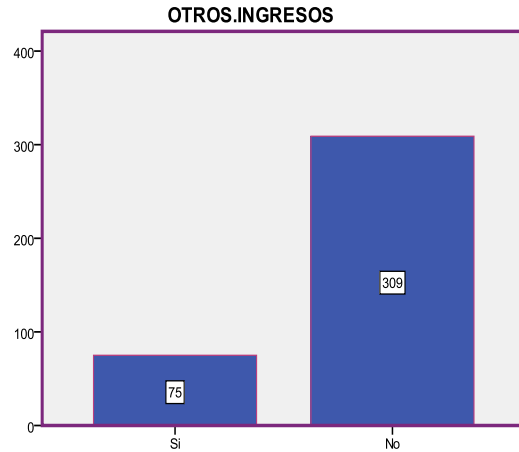
Las artesanías producidas en la Provincia de Carchi mantienen un nivel de competencia sumamente alto con un promedio de 90,2% por lo que se tiene que recurrir como estrategia de los productores a la innovación de los diseños y mejoramiento de la calidad.

La mayoría de los artesanos consideran que el mercado si es competitivo, esto porque desde el punto de vista económico la producción de las artesanías se da en base a pedidos, además los precios ya están establecidos en el mercado. Por otra parte un pequeño porcentaje afirma que la plaza no es competitiva, para ello mencionan que en la provincia los artesanos no producen artículos que sean novedosos, sino que se practica la copia de sus objetos, aspecto que no les permite tener salvaguardar el precio.

Tabla N° 220

Otras Fuentes de Ingresos

OTROS.INGRESOS		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	19,6
No	309	80,4
Total	384	100,0



INTERPRETACIÓN

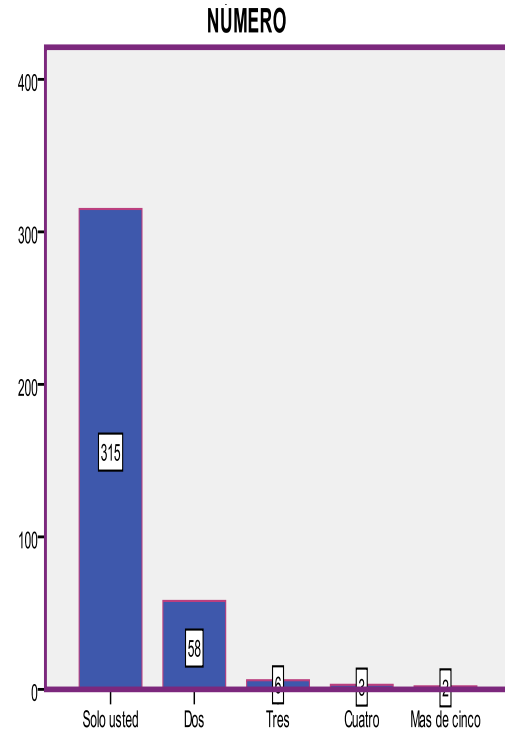
Al respecto, el 80,4% de los artesanos encuestados manifestó que no realizan otras actividades productivas a parte de la actividad artesanal, puesto que los ingresos generados de dicha actividad son suficientes para cubrir sus necesidades más próximas. Mientras que el 19,6% se ven obligados a realizar otras actividades productivas para mejorar sus ingresos económicos, tales actividades son: chofer, agricultor, comerciante, propietario de pequeños negocios entre otros.

Ya que la mayoría de la población no tiene empleo seguro y no tiene una preparación académica.

Tabla N° 221

Miembros de la Familia que Producen/Comercializan Trabajos Artesanales

NÚMERO		
	Frecuencia	Porcentaje
Solo usted	15	82,0
Dos	8	15,1
Tres	6	1,6
Cuatro	3	8
Más de cinco	2	5
Total	384	100,0



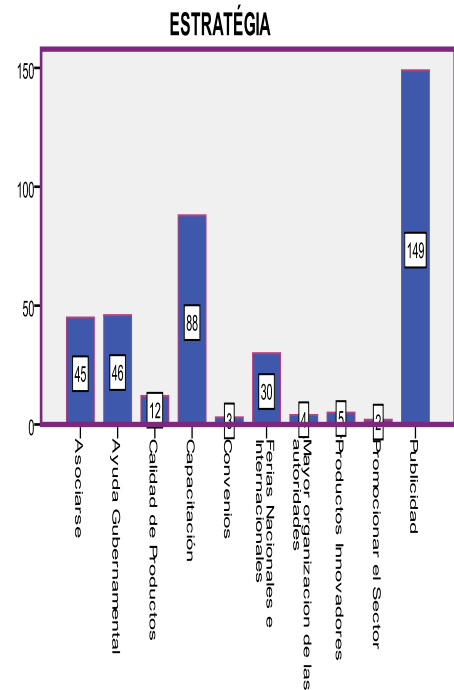
INTERPRETACIÓN

Los resultados de mayor porcentaje muestran que el 82% trabajan solos en la producción y comercialización de trabajos artesanales, mientras que el 15,1% trabajan con dos personas, y el porcentaje restante manifiestan que trabajan tres, cuatro, y más artesanos, confirmando estos datos que la actividad artesanal está presente dentro de la tradición y cultura de las familias de la provincia de la Carchi.

Tabla N° 222

Estrategias para Impulsar el Comercio

ESTRATÉGIA		
	Frecuencia	Porcentaje
Asociarse	45	11,8
Ayuda Gubernamental	46	11,9
Calidad de Productos	12	3,1
Capacitación	88	22,9
Convenios	3	,8
Ferias Nacionales e Internacionales	30	7,9
Mayor organización de las autoridades	4	1,0
Productos Innovadores	5	1,3
Promocionar el Sector	2	,5
Publicidad	149	38,7
Total	385	100,0



INTERPRETACIÓN

Los productores y comercializadores de la provincia de Carchi, la mayoría coincidieron que se necesita una verdadera planeación estratégica en donde se incluya la difusión de los trabajos que se hace en la localidad.

A si mismo indicaron la posibilidad de que deben ser capacitados todos los artesanos para que los artículos a comercializarse tanto en el mercado Nacional e Internacional sean competitivos e innovadores

También manifiestan que se debe fortalecer el apoyo de las autoridades gubernamentales para de esa manera dinamizar el sector artesanal.

Finalmente los artesanos de la provincia de Imbabura manifestaron que para conseguir el desarrollo económico del sector artesanal es necesaria la asociatividad.

7.2. PLAN LOGÍSTICO

7.2.1. Plan Logístico de Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra - Ecuador hasta Paris - Francia

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS EXPORTADOR

Tabla N° 223

Cálculo Costo Total Empaque y Embalaje

EMPAQUE Y EMBALAJE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TOTAL RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Plástico de Burbujas	1382	0.16	221.12	5	83.60	418	3 Días	1371.82
Cartón Corrugado	1382	0.15	207.30					
Cinta de Embalaje	8	1.25	10					
Etiquetas	9984	0.05	499.20					
Caja	81	0.20	16.20					

Tabla N° 224

Cálculo Unitarización

UNITARIZACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Alquiler Contenedor	1	350.00	350.00	2 Horas	350.00

Tabla N° 225

Calculo de Manipuleo en el Local del Exportador

MANIPULEO	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACION
Manipuleo Pre-Embarque Marítimo	15	10	2 Horas	150.00
Manipuleo Embarque Marítimo	10	12.50	3 Horas	125.00
TOTAL				275.00

Tabla N° 226

Cálculo de Documentos

DOCUMENTOS	Costo	Tiempo
Factura Comercial	0.65	
CPI – MCI	25.00	
Certificado de Origen	25.00	
Conocimiento de Embarque	50.00	
Total	100.65	2 Días

Tabla N° 227

Cálculo Transporte Interno

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO
Transporte Interno	789	10 Horas

Tabla N° 228

Cálculo Almacenamiento

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO
Costo Almacenamiento Marítimo	50.00	3 Días

Tabla N° 229

Cálculo Honorarios Agente

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO
Honorarios Agente	135.85	5 Horas

Tabla N° 230

Cálculo Costo Seguro Flete Interno

VALOR DEL EMBARQUE	PRIMA SEGURO	TIEMPO	TOTAL COSTO SEGURO
75854	0.12%	4 Horas	91.02

Tabla N° 231

Valor EXW (EN FABRICA)

COSTO A CONSIDERAR	COSTOS
Costo mercadería	75854
Empaque y Embalaje	1371.82
VALOR EXW	77225.82

Tabla N° 232

Valor FCA

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
EXW	77225.82
Unitarización	350.00
Manipuleo en el local del exportador	150.00
Documentación	100.65
Transporte interno	789.00
Agente	135.85
Seguro interno	91.02
VALOR FCA	78842.34

Tabla N° 233

Valor FAS

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FCA	78842.34
VALOR FAS	78842.34

Tabla N° 234

Valor FOB

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FAS	78842.34
Almacenamiento	50.00
Manipulación Embarque	125.00
Capital Inventario	98.77
VALOR FOB	79016.11

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{FOB} * \frac{\text{TASAPASIVA}}{360} * \text{N}^\circ \text{ de días que se tarda el proceso de documentación}$$

$$79017.34 * (0.045/360) * 10 \text{ DIAS} = 98.77$$

COSTO TRANSITO INTERNACIONAL

Tabla N° 235

Costo Transporte Internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTOS	DÍAS
Flete Internacional	1355	25

Tabla N° 236

Calculo Seguro Internacional

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Seguro Internacional	386.13	2 Horas

Tabla N° 237

Valor CPT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FOB	79016.11
Transporte Internacional	1355
VALOR CPT	80471.11

Tabla N° 238

Valor CFR

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIP	80471.11
VALOR CFR	80471.11

Tabla N° 239

Valor CIP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CPT	80471.11
Seguro Internacional	402.36
VALOR CIP	80873.47

Tabla N° 240

Valor CIF

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CFR	80873.47
Capital Inventario	262.84
VALOR CIF	81136.31

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{CIF} * \frac{\text{TASAPASIVA} * \text{N}^\circ \text{ de días que se tarda el proceso de documentación}}{360}$$

$$80873.47 * (0.045/360) * 26 \text{ DÍAS} = 262.84$$

ANÁLISIS DE COSTOS PAÍS DEL IMPORTADOR

Tabla N° 241

Calculo Manipuleo Desembarque

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Manipulación Desembarque	65.00	2 Horas

Tabla N° 242

Calculo Nacionalización

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Nacionalización	90.00	2 Días

Tabla N° 243

Calculo Agente de Aduanas

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Agente de Aduana	120.00	5 Horas

Tabla N° 244

Calculo Transporte País Destino

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Transporte País Destino	450.00	1 Día

Tabla N° 245

Valor DAT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIF	81136.31
Manipulación Destino	65.00
VALOR DAT	81201.31

Tabla N° 246

Valor DAP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAT	81201.31
Transporte Interno	450.00
VALOR DAP	81651.31

Tabla N° 247

Valor DDP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAP	81651.31
Nacionalización	90.00
Tramite Agente de Aduana	120.00
Capital Inventario	40.93
VALOR DDP	81902.24

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$DDP * \frac{TASAPASIVA*}{360}$ N° de días que se tarda el proceso de documentación

$$81861.31 * (0.045/360) * 4 \text{ DÍAS} = 40.93$$

Tabla N° 248

**Márgenes de Descuento e Intermediación en las Artesanías en Madera
(Decorativos)**

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTOS
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	6.37
Margen del Importador	36%	2.29
Margen Mayorista	8%	0.69
Margen Minorista	4%	0.37
Margen Detallista	4%	0.39
Precio Final al Consumidor		10.11

Tabla N° 249

**Márgenes de Descuento e Intermediación en las Artesanías en Madera
(Religiosos)**

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTOS
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	25.47
Margen del Importador	45%	11.46
Margen Mayorista	8%	2.95
Margen Minorista	4%	1.60
Margen Detallista	4%	1.66
Precio Final al Consumidor		43.14

7.2.2. Plan Logístico de las Artesanías Tejidas en Lana (Sacos Y Gorras) de Otavalo – Ecuador hasta Paris - Francia

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS EXPORTADOR

Tabla Nº 250

Calculo Costo Total Empaque y Embalaje

EMPAQUE Y EMBALAJE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TOTAL RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Fundas Plásticas	6270	0.03	188.10	8.00	25.00	200.00	4 Días	609.55
Cinta de Embalaje	7	1.25	8.75					
Etiquetas	6270	0.03	188.10					
Caja	82	0.30	24.60					

Tabla N° 251

Cálculo Unitarización

UNITARIZACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Alquiler Contenedor	1	350.00	350.00	2 Horas	350.00

Tabla N° 252

Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador

MANIPULEO	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACION
Manipuleo Pre-Embarque Marítimo	15	10	2 Horas	150.00
Manipuleo Embarque Marítimo	10	12.50	3 Horas	125.00
TOTAL				275.00

Tabla N° 253

Cálculo de Documentos

DOCUMENTOS	COSTO	TIEMPO
Factura Comercial	0.65	
CPI – MCI	25.00	
Certificado de Origen	25.00	
Conocimiento de Embarque	50.00	
Total	100.65	2 Días

Tabla N° 254

Cálculo Transporte Interno

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Transporte Interno	750	8 Horas

Tabla N° 255

Cálculo Almacenamiento

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Costo Almacenamiento Marítimo	50.00	3 Días

Tabla N° 256

Calculo Honorarios Agente

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Honorarios Agente	135.85	5 Horas

Tabla N° 257

Calculo Costo Seguro Flete Interno

VALOR DEL EMBARQUE	PRIMA SEGURO	TIEMPO	TOTAL COSTO SEGURO
22245.45	0.12%	4 Horas	26.69

Tabla N° 258

Valor EXW

COSTO A CONSIDERAR	COSTOS
Costo mercadería	22245.45
Empaque y Embalaje	609.55
VALOR EXW	22855.00

Tabla N° 259

Valor FCA

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
EXW	22855.00
Unitarización	350.00
Manipuleo en el local del exportador	150.00
Documentación	100.65
Transporte interno	789.00
Agente	135.85

Seguro interno	26.69
VALOR FCA	24407.19

Tabla N° 260

Valor FAS

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FCA	24407.19
VALOR FAS	24407.19

Tabla N° 261

Valor FOB

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FAS	24407.19
Almacenamiento	50.00
Manipulación Embarque	125.00
Capital Inventario	30.73
VALOR FOB	24612.92

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

FOB* $\frac{TASAPASIVA*}{360}$ N° de días que se tarda el proceso de documentación

$$24582.19* (0.045/360)*10 \text{ DÍAS} = 30.73$$

COSTO TRANSITO INTERNACIONAL

Tabla N° 262

Cálculo Transporte Internacional

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Flete Internacional	1355	25

Tabla N° 263

Cálculo Seguro Internacional

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Seguro Internacional	128.84	2 Horas

Tabla N° 264

Valor CPT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FOB	24612.92
Transporte Internacional	1355
VALOR CPT	25967.92

Tabla N° 265

Valor CFR

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIP	25967.92
VALOR CFR	25967.92

Tabla N° 266

Valor CIP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CPT	25967.92
Seguro Internacional	129.84
VALOR CIP	26097.76

Tabla N° 267

Valor CIF

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CFR	26097.76
Capital Inventario	84.82
VALOR CIF	26182.58

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{CIF}^* \frac{\text{TASAPASIVA}^*}{360} \text{ N}^\circ \text{ de días que se tarda el proceso de documentación}$$

$$26097.76 * (0.045/360) * 26 \text{ DÍAS} = 84.82$$

ANÁLISIS DE COSTOS PAÍS IMPORTADOR

Tabla N° 268

Cálculo Manipuleo Desembarque

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Manipulación Desembarque	65.00	2 Horas

Tabla N° 269

Cálculo Nacionalización

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Nacionalización	90.00	2 Días

Tabla N° 270

Cálculo Agente de Aduanas

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Agente de Aduana	120.00	5 Horas

Tabla N° 271

Cálculo Transporte País Destino

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Transporte País Destino	450.00	1 Día

Tabla N° 272

Valor DAT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIF	26182.58
Manipulación Destino	65.00
VALOR DAT	26247.58

Tabla N° 273

Valor DAP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAT	26247.58
Transporte Interno	450.00
VALOR DAP	26697.58

Tabla N° 274

Valor DDP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAP	26697.58
Nacionalización	90.00
Tramite Agente de Aduana	120.00
Capital Inventario	13.45
VALOR DDP	26921.03

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$DDP * \frac{TASAPASIVA}{360}$ N° de días que se tarda el proceso de documentación

$$26907.58 * (0.045/360) * 4 \text{ DÍAS} = 13.45$$

Tabla N° 275

Márgenes de Descuento e Intermediación de las Artesanías Tejidas en Lana (Sacos)

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTO
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	14.95
Margen Del Importador	39%	5.83
Margen Mayorista	8%	1.66
Margen Minorista	4%	0.90
Margen Detallista	4%	0.93
Precio Final al Consumidor		24.27

Tabla N° 276

Márgenes de Descuento e Intermediación de las Artesanías Tejidas en Lana (Gorras)

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTO
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	1.07
Margen Del Importador	96%	1.03
Margen Mayorista	8%	0.17
Margen Minorista	4%	0.09
Margen Detallista	4%	0.09
Precio Final al Consumidor		2.45

7.2.3. Plan Logístico de las Artesanías en Madera desde San Antonio de Ibarra – Ecuador hasta Turín - Italia

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS EXPORTADOR

Tabla Nº 277

Cálculo Costo Total Empaque y Embalaje

EMPAQUE Y EMBALAJE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TOTAL RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Plástico de Burbujas	1382	0.16	221.12	5	83.60	418	3 Días	1371.82
Cartón Corrugado	1382	0.15	207.30					
Cinta de Embalaje	8	1.25	10					
Etiquetas	9984	0.05	499.20					
Caja	81	0.20	16.20					

Tabla N° 278

Cálculo Unitarización

UNITARIZACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Alquiler Contenedor	1	450.00	450.00	2 Horas	450.00

Tabla N° 279

Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador

MANIPULEO	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Manipuleo Pre-Embarque Marítimo	15	10	2 Horas	150.00
Manipuleo Embarque Marítimo	10	12.50	3 Horas	125.00
TOTAL				275.00

Tabla N° 280

Cálculo de Documentos

DOCUMENTOS	COSTOS	TIEMPO
Factura Comercial	0.65	
CPI - MCI	25.00	
Certificado de Origen	25.00	
Conocimiento de Embarque	50.00	
Total	100.65	2 Días

Tabla N° 281

Cálculo Transporte Interno

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Transporte Interno	789	10 Horas

Tabla N° 282

Cálculo Almacenamiento

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Costo Almacenamiento Marítimo	50.00	3 Días

Tabla N° 283

Cálculo Honorarios Agente

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Honorarios Agente	135.85	5 Horas

Tabla N° 284

Cálculo Costo Seguro Flete Interno

VALOR DEL EMBARQUE	PRIMA SEGURO	TIEMPO	TOTAL COSTO SEGURO
75854	0.12%	4 Horas	91.02

Tabla N° 285

Valor EXW

COSTO A CONSIDERAR	COSTOS
Costo mercadería	75854
Empaque y Embalaje	1371.82
VALOR EXW	77225.82

Tabla N° 286

Valor FCA

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
EXW	77225.82
Unitarización	450.00
Manipuleo en el local del exportador	150.00
Documentación	100.65
Transporte interno	789.00
Agente	135.85
Seguro interno	91.02
VALOR FCA	78942.34

Tabla N° 287

Valor FAS

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FCA	78942.34
VALOR FAS	78942.34

Tabla N° 288

Valor FOB

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FAS	78942.34
Almacenamiento	50.00
Manipulación Embarque	125.00
Capital Inventario	98.90
VALOR FOB	79216.24

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

FOB* $\frac{TASAPASIVA*}{360}$ N° de días que se tarda el proceso de documentación

$$79117.34 * (0.045/360) * 10 \text{ DÍAS} = 98.90$$

COSTO TRANSITO INTERNACIONAL

Tabla N° 289

Calculo Transporte Internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTOS	DÍAS
Flete Internacional	2100	31

Tabla N° 290

Calculo Seguro Internacional

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Seguro Internacional	406.58	2 Horas

Tabla N° 291

Valor CPT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FOB	79216.24
Transporte Internacional	2100
VALOR CPT	81316.24

Tabla N° 292

Valor CFR

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIP	81316.24
VALOR CFR	81316.24

Tabla N° 293

Valor CIP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CPT	81316.24
Seguro Internacional	406.58
VALOR CIP	81722.82

Tabla N° 294

Valor CIF

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CFR	81722.82
Capital Inventario	326.89
VALOR CIF	82049.71

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$CIF * \frac{TASAPASIVA}{360} * \text{N}^{\circ} \text{ de días que se tarda el proceso de documentación}$

$$81722.82 * (0.045/360) * 32 \text{ DÍAS} = 326.89$$

ANÁLISIS DE COSTOS PAÍS DE IMPORTADOR

Tabla N° 295

Cálculo Manipuleo Desembarque

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Manipulación Desembarque	70.00	2 Horas

Tabla N° 296

Cálculo Nacionalización

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Nacionalización	95.00	2 Días

Tabla N° 297

Cálculo Agente de Aduanas

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Agente de Aduana	110.00	5 Horas

Tabla N° 298

Cálculo Transporte País Destino

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Transporte País Destino	935.00	1 Día

Tabla N° 299

Valor DAT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIF	82049.71
Manipulación Destino	70.00
VALOR DAT	82119.71

Tabla N° 300

Valor DAP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAT	82119.71
Transporte Interno	935.00
VALOR DAP	83054.71

Tabla N° 301

Valor DDP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAP	83054.71
Nacionalización	95.00
Tramite Agente de Aduana	110.00
Capital Inventario	41.63
VALOR DDP	83301.34

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$DDP * \frac{TASAPASIVA}{360} * \text{Nº de días que se tarda el proceso de documentación}$

$$83259.71 * (0.045/360) * 4 \text{ DÍAS} = 41.63$$

Tabla N° 302

**Márgenes De Descuento e Intermediación en las Artesanías en Madera
(Decorativos)**

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTO
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	6.48
Margen Del Importador	45%	2.92
Margen Mayorista	8%	0.75
Margen Minorista	4%	0.41
Margen Detallista	4%	0.42
Precio Final al Consumidor		10.98

Tabla N° 303

**Márgenes De Descuento e Intermediación en las Artesanías en Madera
(Religiosos)**

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTO
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	25.90
Margen del Importador	38%	9.84
Margen Mayorista	8%	2.86
Margen Minorista	4%	1.54
Margen Detallista	4%	1.61
Precio Final al Consumidor		41.75

7.2.4. Plan Logístico de Artesanías Tejidas A Mano (Sacos Y Gorras) de Otavalo - Ecuador hasta Turín - Italia

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS EXPORTADOR

Tabla Nº 304

Calculo Costo Total Empaque y Embalaje

EMPAQUE Y EMBALAJE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TOTAL RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Fundas Plásticas	6270	0.03	188.10	8.00	25.00	200.00	4 Días	609.55
Cinta de Embalaje	7	1.25	8.75					
Etiquetas	6270	0.03	188.10					
Caja	82	0.30	24.60					

Tabla N° 305

Cálculo Unitarización

UNITARIZACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Alquiler Contenedor	1	450.00	450.00	2 Horas	450.00

Tabla N° 306

Cálculo de Manipuleo en el Local del Exportador

MANIPULEO	RR.HH.	COSTO RR.HH.	TIEMPO	COSTO TOTAL OPERACIÓN
Manipuleo Pre-Embarque Marítimo	15	10	2 Horas	150.00
Manipuleo Embarque Marítimo	10	12.50	3 Horas	125.00
TOTAL				275.00

Tabla N° 307

Cálculo de Documentos

DOCUMENTOS	COSTOS	TIEMPO
Factura Comercial	0.65	
CPI- MCI	25.00	
Certificado de Origen	25.00	
Conocimiento de Embarque	50.00	
Total	100.65	2 Días

Tabla N° 308

Cálculo Transporte Interno

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Transporte Interno	750	10 Horas

Tabla N° 309

Cálculo Almacenamiento

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Costo Almacenamiento Marítimo	50.00	3 Días

Tabla N° 310

Calculo Honorarios Agente

DESCRIPCIÓN	COSTOS	TIEMPO
Honorarios Agente	135.85	5 Horas

Tabla N° 311

Cálculo Costo Seguro Flete Interno

VALOR DEL EMBARQUE	PRIMA SEGURO	TIEMPO	TOTAL COSTO SEGURO
22245.45	0.12%	4 Horas	26.69

Tabla N° 312

Valor EXW

COSTO A CONSIDERAR	COSTO S
Costo mercadería	22245.45
Empaque y Embalaje	609.55
VALOR EXW	22855.00

Tabla N° 313

Valor FCA

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
EXW	22855.00
Unitarización	450.00
Manipuleo en el local del exportador	150.00
Documentación	100.65
Transporte interno	750.00
Agente	135.85
Seguro interno	26.69
VALOR FCA	24468.19

Tabla N° 314

Valor FAS

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FCA	24468.19
VALOR FAS	24468.19

Tabla N° 315

Valor FOB

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FAS	24489.60
Almacenamiento	50.00
Manipulación Embarque	125.00
Capital Inventario	30.80
VALOR FOB	24673.99

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$$\text{FOB} * \frac{\text{TASAPASIVA}}{360} * \text{Nº de días que se tarda el proceso de documentación}$$

$$24643.19 * (0.045/360) * 10 \text{ DÍAS} = 30.80$$

COSTO TRANSITO INTERNACIONAL

Tabla N° 316

Cálculo Transporte Internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTOS	DÍAS
Flete Internacional	2100	31

Tabla N° 317

Cálculo Seguro Internacional

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Seguro Internacional	133.87	2 Horas

Tabla N° 318

Valor CPT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
FOB	24673.99
Transporte Internacional	2100
VALOR CPT	26773.99

Tabla N° 319

Valor CFR

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIP	26773.99
VALOR CFR	26773.99

Tabla N° 320

Valor CIP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CPT	26773.99
Seguro Internacional	133.87
VALOR CIP	26907.86

Tabla N° 321

Valor CIF

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CFR	26907.86
Capital Inventario	107.63
VALOR CIF	27015.49

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

CIF* $\frac{TASAPASIVA}{360}$ * N° de días que se tarda el proceso de documentación

$$26907.86 * (0.045/360) * 32 \text{ DÍAS} = 107.63$$

ANÁLISIS DE COSTOS PAÍS IMPORTADOR

Tabla N° 322

Cálculo Manipuleo Desembarque

DESCRIPCIÓN	COSTOS	DÍAS
Manipulación Desembarque	70.00	2 Horas

Tabla N° 323

Cálculo Nacionalización

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Nacionalización	95.00	2 Días

Tabla N° 324

Cálculo Agente de Aduanas

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Agente de Aduana	110.00	5 Horas

Tabla N° 325

Cálculo Transporte País Destino

COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTOS	DÍAS
Transporte País Destino	935.00	1 Día

Tabla N° 326

Valor DAT

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
CIF	27015.49
Manipulación Destino	70.00
VALOR DAT	27085.49

Tabla N° 327

Valor DAP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAT	27085.49
Transporte Interno	935.00
VALOR DAP	28020.49

Tabla N° 328

Valor DDP

COSTOS A CONSIDERAR:	COSTOS
DAP	28020.49
Nacionalización	95.00
Tramite Agente de Aduana	110.00
Capital Inventario	14.11
VALOR DDP	28239.60

CÁLCULO CAPITAL INVENTARIO

FÓRMULA:

$DDP * \frac{TASAPASIVA*}{360}$ N° de días que se tarda el proceso de documentación

$$28225.49 * (0.045/360) * 4 \text{ DÍAS} = 14.11$$

Tabla N° 329

Márgenes de Descuento e Intermediación en Artesanas Tejidas en Lana (Sacos)

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTO
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	15.68
Margen Del Importador	39%	6.12
Margen Mayorista	8%	1.74
Margen Minorista	4%	0.94
Margen Detallista	4%	0.98
Precio Final al Consumidor		25.46

Tabla N° 330

Márgenes De Descuento E Intermediación En Artesanas Tejidas En Lana (Gorras)

MÁRGENES DE DESCUENTOS E INTERMEDIACIÓN	% MARGEN	COSTO
Descuento Ofrecido	X	
Precio al Importador	X	1.12
Margen Del Importador	92%	1.03
Margen Mayorista	8%	0.17

Margen Minorista	4%	0.09
Margen Detallista	4%	0.09
Precio Final al Consumidor		2.50

7.3. ESTUDIO FINANCIERO

7.3.1. Estudio Financiero de Artesanías en Madera (Religiosos y Decorativos) de Ecuador- Francia

1. Activos Fijos

Tabla N° 331

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de herramientas	67	\$ 75,00	\$ 5.025,00
Pantógrafo/ Copiadora	3	\$ 7.500,00	\$ 22.500,00
Computadora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Impresora	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Archivador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Escritorio	1	\$ 70,00	\$ 70,00
TOTAL DE LOS ACTIVOS FIJOS			\$ 30.145,00

2. Depreciaciones Activos Fijos

Tabla Nº 332

Depreciaciones Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
Juego de herramientas	67	\$ 75	\$ 5.025	10	502,5	2512,5
Pantógrafo/ Copiadora	3	\$ 7.500	\$ 22.500	10	2250	11250
Computadora	2	\$ 900	\$ 1.800	3	600,000	1800
Impresora	2	\$ 250	\$ 500	3	166,667	500
Silla	50	\$ 8	\$ 400	3	133,333	400
Mesas	67	\$ 25	\$ 1.675	3	558,333	1675
Archivador	1	\$ 250	\$ 250	5	50,000	250
Banco de carpintería	67	\$ 120	\$ 8.040	10	804,000	4020
Escritorio	1	\$ 70	\$ 70	5	14,000	70
			\$ 40.260		5078,833	

3. Costos y Gastos Operativos

Tabla N° 333
Costos y Gastos Operativos

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Materia Prima	7893
Mano de Obra Directa	64320
Mano de Obra Indirecta	1154
Material Indirecto	953,82
Servicios Básicos	45
Gastos Administrativos	1920
Gastos Servicios Básicos	117
Gastos Ventas	405
TOTAL	76807,82

Tabla N° 334
Materia Prima

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Madera	Bloque	201	20	4020	
Oro	Paquete/Libro	20	29,5	590	
Pintura	Frasco	134	17	2278	
Cola	Tarro	67	15	1005	
Total				7893	94716

Tabla N° 335

Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Talladores	Unidad	67	320	21440	
Lijadores/ esgrafiadores/ estofadores	Unidad	134	320	42880	
Total				64320	771840

Tabla N° 336

Mano de Obra Indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Socios colaboradores	Unidad	3	318	954	
Operario Empacador	Unidad	2	100	200	
Total				1154	13848

Tabla N° 337

Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Plástico de Burbujas	Metros	1382	0,16	221,12	
Cartón corrugado separar las artesanías	Metros	1382	0,15	207,3	
Caja cartón	Caja	81	0,2	16,2	
Cinta de embalaje	Unidad	8	1,25	10	
Etiquetas	Unidad	9984	0,05	499,2	
Total				953,82	11445,84

Tabla N° 338

Insumos

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	10	
Luz	Mensual	35	
Total		45	540

Tabla N° 339

Gasto Administrativo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Presidente	1	550	550	
Secretaria	1	320	320	
Jefe de finanzas	1	350	350	
Jefe de ventas	1	350	350	
Jefe de producción	1	350	350	
Total			1920	23040

Tabla N° 340

Servicios Básicos de Administración

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	7	
Luz	Mensual	10	
Teléfono/ internet	Mensual	80	
Suministros de oficina		20	
Total		117	1404

Tabla N° 341

Gasto de Ventas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Capacitación	1	300	300	
Publicidad	30	2,5	75	
Página Web	1	30	30	
Total			405	4860

Tabla N° 342

Gasto de Exportación

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Unitarización	350
Documentación	100,65
Documentación Terrestre	50,65
Factura Comercial	0,65
CPI Y MCI	25
Certificado de Origen	25
Documentación Marítima	50
Conocimiento de Embarque	50
Manipulación Pre-Embarque	150
Manipulación Embarque	125
Agente para transporte	135,85
Seguro Interno	91,02
Transporte Interno	789
Almacenamiento Origen	50
Transporte Internacional	1355
Seguro de las mercancías	386,13
Manipulación Destino	65
Transporte País Destino	450
Nacionalización	90
Tramite Agente de Aduana	120
Total	4257,65

4. Inversión Inicial

Tabla N° 343

Inversión Inicial

El capital de trabajo para :30 días	\$ 330.384.80	←	CAPITAL DE TRABAJO	
TOTAL DE LAS INVERSIONES	\$ 360.529.78		Costo variable	\$ 2.964.557
			+ Costo y gasto fijo	\$ 977.864
			+ Pago del gasto financiero	\$ 82.338.99
			- Depreciaciones	\$ (5.079)
			- Amortizaciones	\$ -
			= Requerimiento anual	\$ 4.019.681
			Tiempo de Cap.Trab	30 Días
			= Requerimiento de Cap.Trab	\$ 330.384.78

5. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN Y AMORTIZACIÓN

Tabla N° 344

Financiamiento de la Inversión y Amortización

TOTAL DE LA INVERSIÓN		\$ 360.529,78
DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA	
Con recursos propios	20%	\$ 72.105,96
Con una Institución Financiera	80%	\$ 288.423,82
	100%	\$ 360.529,78

Valor del crédito	\$ 88.423,82
Tasa de interés	15,00%
Tiempo de la deuda	5 años
Forma de pago	Mensual
Capitalización	12
Total de cuotas	60
Dividendo	\$ 6.861,58

PERIODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Entrega del crédito				
1	\$ 6.861,58	\$ 3.256,28	\$ 3.605,30	\$ 285.167,54
2	\$ 6.861,58	\$ 3.296,99	\$ 3.564,59	\$ 281.870,55
3	\$ 6.861,58	\$ 3.338,20	\$ 3.523,38	\$ 278.532,35
4	\$ 6.861,58	\$ 3.379,93	\$ 3.481,65	\$ 275.152,42
5	\$ 6.861,58	\$ 3.422,18	\$ 3.439,41	\$ 271.730,24
6	\$ 6.861,58	\$ 3.464,95	\$ 3.396,63	\$ 268.265,29
7	\$ 6.861,58	\$ 3.508,27	\$ 3.353,32	\$ 264.757,02
8	\$ 6.861,58	\$ 3.552,12	\$ 3.309,46	\$ 261.204,90
9	\$ 6.861,58	\$ 3.596,52	\$ 3.265,06	\$ 257.608,38
10	\$ 6.861,58	\$ 3.641,48	\$ 3.220,10	\$ 253.966,90
11	\$ 6.861,58	\$ 3.687,00	\$ 3.174,59	\$ 250.279,90
12	\$ 6.861,58	\$ 3.733,08	\$ 3.128,50	\$ 246.546,82
13	\$ 6.861,58	\$ 3.779,75	\$ 3.081,84	\$ 242.767,07
14	\$ 6.861,58	\$ 3.826,99	\$ 3.034,59	\$ 238.940,08
15	\$ 6.861,58	\$ 3.874,83	\$ 2.986,75	\$ 235.065,25
16	\$ 6.861,58	\$ 3.923,27	\$ 2.938,32	\$ 231.141,98
17	\$ 6.861,58	\$ 3.972,31	\$ 2.889,27	\$ 227.169,67
18	\$ 6.861,58	\$ 4.021,96	\$ 2.839,62	\$ 223.147,71
19	\$ 6.861,58	\$ 4.072,24	\$ 2.789,35	\$ 219.075,48
20	\$ 6.861,58	\$ 4.123,14	\$ 2.738,44	\$ 214.952,34
21	\$ 6.861,58	\$ 4.174,68	\$ 2.686,90	\$ 210.777,66
22	\$ 6.861,58	\$ 4.226,86	\$ 2.634,72	\$ 206.550,80
23	\$ 6.861,58	\$ 4.279,70	\$ 2.581,88	\$ 202.271,10
24	\$ 6.861,58	\$ 4.333,19	\$ 2.528,39	\$ 197.937,91
25	\$ 6.861,58	\$ 4.387,36	\$ 2.474,22	\$ 193.550,55
26	\$ 6.861,58	\$ 4.442,20	\$ 2.419,38	\$ 189.108,35
27	\$ 6.861,58	\$ 4.497,73	\$ 2.363,85	\$ 184.610,62
28	\$ 6.861,58	\$ 4.553,95	\$ 2.307,63	\$ 180.056,67
29	\$ 6.861,58	\$ 4.610,87	\$ 2.250,71	\$ 175.445,79
30	\$ 6.861,58	\$ 4.668,51	\$ 2.193,07	\$ 170.777,28

31	\$ 6.861,58	\$ 4.726,87	\$ 2.134,72	\$ 166.050,42
32	\$ 6.861,58	\$ 4.785,95	\$ 2.075,63	\$ 161.264,47
33	\$ 6.861,58	\$ 4.845,78	\$ 2.015,81	\$ 156.418,69
34	\$ 6.861,58	\$ 4.906,35	\$ 1.955,23	\$ 151.512,34
35	\$ 6.861,58	\$ 4.967,68	\$ 1.893,90	\$ 146.544,66
36	\$ 6.861,58	\$ 5.029,77	\$ 1.831,81	\$ 141.514,89
37	\$ 6.861,58	\$ 5.092,65	\$ 1.768,94	\$ 136.422,24
38	\$ 6.861,58	\$ 5.156,30	\$ 1.705,28	\$ 131.265,94
39	\$ 6.861,58	\$ 5.220,76	\$ 1.640,82	\$ 126.045,18
40	\$ 6.861,58	\$ 5.286,02	\$ 1.575,56	\$ 120.759,16
41	\$ 6.861,58	\$ 5.352,09	\$ 1.509,49	\$ 115.407,07
42	\$ 6.861,58	\$ 5.418,99	\$ 1.442,59	\$ 109.988,07
43	\$ 6.861,58	\$ 5.486,73	\$ 1.374,85	\$ 104.501,34
44	\$ 6.861,58	\$ 5.555,32	\$ 1.306,27	\$ 98.946,03
45	\$ 6.861,58	\$ 5.624,76	\$ 1.236,83	\$ 93.321,27
46	\$ 6.861,58	\$ 5.695,07	\$ 1.166,52	\$ 87.626,20
47	\$ 6.861,58	\$ 5.766,25	\$ 1.095,33	\$ 81.859,95
48	\$ 6.861,58	\$ 5.838,33	\$ 1.023,25	\$ 76.021,61
49	\$ 6.861,58	\$ 5.911,31	\$ 950,27	\$ 70.110,30
50	\$ 6.861,58	\$ 5.985,20	\$ 876,38	\$ 64.125,10
51	\$ 6.861,58	\$ 6.060,02	\$ 801,56	\$ 58.065,08
52	\$ 6.861,58	\$ 6.135,77	\$ 725,81	\$ 51.929,31
53	\$ 6.861,58	\$ 6.212,47	\$ 649,12	\$ 45.716,84
54	\$ 6.861,58	\$ 6.290,12	\$ 571,46	\$ 39.426,72
55	\$ 6.861,58	\$ 6.368,75	\$ 492,83	\$ 33.057,97
56	\$ 6.861,58	\$ 6.448,36	\$ 413,22	\$ 26.609,61
57	\$ 6.861,58	\$ 6.528,96	\$ 332,62	\$ 20.080,65
58	\$ 6.861,58	\$ 6.610,57	\$ 251,01	\$ 13.470,08
59	\$ 6.861,58	\$ 6.693,21	\$ 168,38	\$ 6.776,87
60	\$ 6.861,58	\$ 6.776,87	\$ 84,71	(\$ 0,00)

6. Balance General

Tabla N° 345
Balance General

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE	\$ 330.384,78	DEUDA CON EL BANCO	288.423,82
FIJO	\$ 30.145,00		
DIFERIDO	\$-	PATRIMONIO	
		CAPITAL	72.105,96
TOTAL		TOTAL PASIVO +	
ACTIVOS	\$ 360.529,78	PATRIM	\$ 360.529,78

7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla Nº 346

Estado De Pérdidas Y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Ingresos	\$ 4.111.485,70	\$ 4.295.680,26	\$4.488.126,73	\$4.689.194,81	\$4.899.270,74
- Costo variable	\$ 2.964.557	\$ 3.097.369	\$ 3.236.131	\$ 3.381.110	\$ 3.532.583
= MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 1.146.928,90	\$ 1.198.311,31	\$ 1.251.995,66	\$1.308.085,06	\$1.366.687,27
- Sueldos	\$ 808.728	\$ 832.990	\$ 857.980	\$ 883.719	\$ 910.230
- Depreciación anual	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079
- Amortización de los diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Material indirecto	\$ 11.446	\$ 11.959	\$ 12.494	\$ 13.054	\$ 13.639
- Servicios básicos	\$ 1.944	\$ 2.031	\$ 2.122	\$ 2.217	\$ 2.316
- Ventas	\$ 4.860	\$ 5.078	\$ 5.305	\$ 5.543	\$ 5.791
- Exportación	\$ 51.092	\$ 53.381	\$ 55.772	\$ 58.271	\$ 60.881
- Materia prima	\$ 94.716	\$ 98.959	\$ 103.393	\$ 108.025	\$ 112.864

= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 169.064,42	\$ 188.835,21	\$ 209.850,81	\$ 232.177,76	\$ 255.885,89
- Gastos financieros	(\$ 40.461,99)	(\$ 33.730,07)	(\$ 25.915,97)	(\$ 16.845,72)	(\$ 6.317,38)
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 209.526,41	\$ 222.565,29	\$ 235.766,79	\$ 249.023,48	\$ 262.203,27

- 15% Trabajadores	31428,96209	33384,79341	35365,01784	37353,52137	39330,49073
= BASE IMPONIBLE	\$ 178.097,45	\$ 189.180,50	\$ 200.401,77	\$ 211.669,95	\$ 222.872,78
- 25% Impuesto a la renta	44524,36295	47295,124	50100,44194	52917,4886	55718,1952
= UTILIDAD NETA	\$ 133.573,09	\$ 141.885,37	\$ 150.301,33	\$ 158.752,47	\$ 167.154,59
UTILIDAD NETA MENSUAL	\$ 11.131,09	\$ 11.823,78	\$ 12.525,11	\$ 13.229,37	\$ 13.929,55

8. Flujo de Caja

Tabla N° 347

Flujo de Caja

FLUJO NETO DE FONDOS						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 133.573,09	\$ 141.885,37	\$ 150.301,33	\$ 158.752,47	\$ 167.154,59
+ Depreciación de los activos		\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079
+ Amortización de los diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Inversiones	\$(360.529,78)			\$ (1.800)		
+ Valor residual de los activos						\$ 348.167,28
= FLUJO NETO DE FONDOS	-360529,7751	138651,9222	146964,2053	153580,1591	163831,2991	520400,694

9. Indicadores Financieros

Tabla N° 348

Indicadores Financieros

La tasa de descuento es:				
DESCRIPCIÓN			COSTO	PONDERADO
Con recursos propios	20%	\$ 72.105,96	12,73%	2,55%
Con una Institución Financiera	80%	\$ 288.423,82	15,00%	12,00%
	100%	\$ 360.529,78	Tasa de dscto:	14,55%

		ESTÁNDAR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO :	\$ 333.774,86	VAN > = 0	EL PROYECTO ES FACTIBLE
TIR :	41%	TIR > Tasa de dscto	EL PROYECTO ES FACTIBLE
R b/c:	\$ 1,93	Rb/c > 1	EL PROYECTO ES FACTIBLE

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PE (Cantidad):	424420 unid	419353 unid	414361 unid	409442 unid	404595 unid
PE (Dólares):	\$ 3.505.427,24	\$ 3.618.747,89	\$3.735.858,11	\$3.856.889,04	\$ 3.981.976,56
MARGEN DE SEGURIDAD:	14,74%	15,76%	16,76%	17,75%	18,72%
ROE	3,25%	3,30%	3,35%	3,39%	3,41%

**7.3.2. Estudio Financiero de artesanías tejida en lana (Sacos y Gorras)
Ecuador – Francia**

1. Activos Fijos

Tabla N° 349

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juegos de Herramientas	112	\$ 15,00	\$ 1.680,00
Computadora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Impresora	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Archivador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sillas	100	\$ 8,00	\$ 800,00
Mesas de Aluminio	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL DE LOS ACTIVOS FIJOS			\$ 5.710,00

2. Depreciaciones Activos Fijos

Tabla N° 350

Depreciaciones Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR DE RESCATE
Juegos de Herramientas	112	\$ 15	\$ 1.680	10	168	840	840
Computadora	2	\$ 900	\$ 1.800	3	600	1800	0
Impresora	2	\$ 250	\$ 500	3	166,667	500	0
Archivador	1	\$ 250	\$ 250	5	50,000	250	0
Sillas	100	\$ 8	\$ 800	3	266,667	800	0
Mesas de Aluminio	4	\$120	\$ 480	3	160,000	480	0
Escritorio	1	\$ 200	\$ 200	5	40,000	200	0
			\$ 5.710		1451,333		840

3. Costos y Gastos Operativos

Tabla Nº 351

Costos y Gastos Operativos

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Materia Prima	10497,45
Mano de Obra Directa	8250
Mano de Obra Indirecta	1018
Servicios Básicos	125
Gastos Administrativos	1780
Gastos Servicios Básicos	95
Gastos Ventas	480
TOTAL	22245,45

Tabla Nº 352

Materia Prima

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Lana de oveja	Kilogramos	1680	8	13440	
Botones	Unidades	1755	0,05	87,75	
Hilos	Unidades	336	0,25	84	
Cierres	Unidades	819	0,3	245,7	
Total				13857,45	166289,4

Tabla Nº 353

Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN		UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
					MENSUAL	
Tejedoras 112	Sacos	Unidad	1170	4	4680	
	Gorras	Unidad	5100	0,8	4080	
					8760	105120

Tabla Nº 354

Mano de Obra Indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Lavador/ secador	Unidad	2	140	280	
Bodeguero	Unidad	1	318	318	
Supervisor	Unidad	1	318	318	
Empacador	Unidad	2	100	200	
Total				1116	13392

Tabla Nº 355

Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Funda plástica	Ciento	6270	0,03	188,1	
Caja cartón	Caja	73	0,3	21,9	
Cinta de embalaje	Unidad	7	1,25	8,75	
Etiquetas		6270	0,03	188,1	
Total				406,85	4882,2

Tabla Nº 356

Insumos

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	100	
Luz	Mensual	25	
Total		125	1500

Tabla Nº 357

Gasto Administrativo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Presidente	1	600	600	
Jefe de producción	1	350	350	
Jefe de comercialización	1	350	350	
Secretaria	1	320	320	
Contadora	1	350	350	
Total			1970	23640

Tabla Nº 358

Servicios Básicos Administración

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	10	
Luz	Mensual	15	
Teléfono/ internet	Mensual	50	
Suministros de oficina		20	
Total		95	1140

Tabla Nº 359

Gasto de Ventas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Capacitación	1	300	300	
Publicidad	60	2,5	150	
Página Web	1	30	30	
Total			480	5760

Tabla Nº 360

Gasto de Exportación

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Unitarización	350
Documentación	100,65
Documentación Terrestre	50,65
Factura Comercial	0,65
CPI Y MCI	25
Certificado de Origen	25
Documentación Marítima	50
Conocimiento de Embarque	50
Manipulación Pre-Embarque	150
Manipulación Embarque	125
Agente para transporte	135,85
Seguro Interno	26,69
Transporte Interno	750
Almacenamiento Origen	50
Transporte Internacional	1355
Seguro de las mercancías	111,23
Manipulación Destino	65
Transporte País Destino	450
Nacionalización	90
Tramite Agente de Aduana	120
Total	3879,42

4. Inversión Inicial

Tabla N° 361
Inversión Inicial

		CAPITAL DE TRABAJO	
El capital de trabajo para :30 días	\$ 117.123,7	Costo variable	\$ 830.358
TOTAL DE LAS INVERSIONES	\$ 122.833,69	+ Costo y gasto fijo	\$ 368.534
		+ Pago del gasto financiero	\$ 227.564
		- Depreciaciones	\$ (1.451)
		- Amortizaciones	\$ -
		= Requerimiento anual	\$ 1.425.005
		Tiempo de Cap.Trab	30 Días
		= Requerimiento de Cap.Trab	\$ 117.123,69

5. Financiamiento de la Inversión y Amortización

Tabla Nº 362

Financiamiento de la Inversión y Amortización

TOTAL DE LA INVERSIÓN		\$ 122.833,69
DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA	
Con recursos propios	30%	\$ 36.850,11
Con una Institución Financiera	70%	\$ 85.983,58
	100%	\$ 122.833,69

Valor del crédito	\$ 85.983,58
Tasa de interés	15,00%
Tiempo de la deuda	5 años
Forma de pago	Mensual
Capitalización	12
Total de cuotas	60

Dividendo	\$ 2.045,54
-----------	-------------

PERIODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Entrega del crédito				
1	\$ 2.045,54	\$ 970,75	\$ 1.074,79	\$ 85.012,83
2	\$ 2.045,54	\$ 982,88	\$ 1.062,66	\$ 84.029,95
3	\$ 2.045,54	\$ 995,17	\$ 1.050,37	\$ 83.034,78
4	\$ 2.045,54	\$ 1.007,61	\$ 1.037,93	\$ 82.027,17
5	\$ 2.045,54	\$ 1.020,20	\$ 1.025,34	\$ 81.006,97
6	\$ 2.045,54	\$ 1.032,96	\$ 1.012,59	\$ 79.974,01
7	\$ 2.045,54	\$ 1.045,87	\$ 999,68	\$ 78.928,14
8	\$ 2.045,54	\$ 1.058,94	\$ 986,60	\$ 77.869,20
9	\$ 2.045,54	\$ 1.072,18	\$ 973,37	\$ 76.797,02
10	\$ 2.045,54	\$ 1.085,58	\$ 959,96	\$ 75.711,44
11	\$ 2.045,54	\$ 1.099,15	\$ 946,39	\$ 74.612,29
12	\$ 2.045,54	\$ 1.112,89	\$ 932,65	\$ 73.499,40
13	\$ 2.045,54	\$ 1.126,80	\$ 918,74	\$ 72.372,60
14	\$ 2.045,54	\$ 1.140,89	\$ 904,66	\$ 71.231,72
15	\$ 2.045,54	\$ 1.155,15	\$ 890,40	\$ 70.076,57
16	\$ 2.045,54	\$ 1.169,59	\$ 875,96	\$ 68.906,98

17	\$ 2.045,54	\$ 1.184,21	\$ 861,34	\$ 67.722,78
18	\$ 2.045,54	\$ 1.199,01	\$ 846,53	\$ 66.523,77
19	\$ 2.045,54	\$ 1.214,00	\$ 831,55	\$ 65.309,77
20	\$ 2.045,54	\$ 1.229,17	\$ 816,37	\$ 64.080,60
21	\$ 2.045,54	\$ 1.244,54	\$ 801,01	\$ 62.836,06
22	\$ 2.045,54	\$ 1.260,09	\$ 785,45	\$ 61.575,97
23	\$ 2.045,54	\$ 1.275,84	\$ 769,70	\$ 60.300,13
24	\$ 2.045,54	\$ 1.291,79	\$ 753,75	\$ 59.008,34
25	\$ 2.045,54	\$ 1.307,94	\$ 737,60	\$ 57.700,40
26	\$ 2.045,54	\$ 1.324,29	\$ 721,25	\$ 56.376,11
27	\$ 2.045,54	\$ 1.340,84	\$ 704,70	\$ 55.035,27
28	\$ 2.045,54	\$ 1.357,60	\$ 687,94	\$ 53.677,66
29	\$ 2.045,54	\$ 1.374,57	\$ 670,97	\$ 52.303,09
30	\$ 2.045,54	\$ 1.391,75	\$ 653,79	\$ 50.911,34
31	\$ 2.045,54	\$ 1.409,15	\$ 636,39	\$ 49.502,19
32	\$ 2.045,54	\$ 1.426,77	\$ 618,78	\$ 48.075,42
33	\$ 2.045,54	\$ 1.444,60	\$ 600,94	\$ 46.630,82
34	\$ 2.045,54	\$ 1.462,66	\$ 582,89	\$ 45.168,16
35	\$ 2.045,54	\$ 1.480,94	\$ 564,60	\$ 43.687,22
36	\$ 2.045,54	\$ 1.499,45	\$ 546,09	\$ 42.187,77
37	\$ 2.045,54	\$ 1.518,20	\$ 527,35	\$ 40.669,57
38	\$ 2.045,54	\$ 1.537,17	\$ 508,37	\$ 39.132,40
39	\$ 2.045,54	\$ 1.556,39	\$ 489,15	\$ 37.576,01
40	\$ 2.045,54	\$ 1.575,84	\$ 469,70	\$ 36.000,16
41	\$ 2.045,54	\$ 1.595,54	\$ 450,00	\$ 34.404,62
42	\$ 2.045,54	\$ 1.615,49	\$ 430,06	\$ 32.789,14
43	\$ 2.045,54	\$ 1.635,68	\$ 409,86	\$ 31.153,46
44	\$ 2.045,54	\$ 1.656,13	\$ 389,42	\$ 29.497,33
45	\$ 2.045,54	\$ 1.676,83	\$ 368,72	\$ 27.820,51
46	\$ 2.045,54	\$ 1.697,79	\$ 347,76	\$ 26.122,72
47	\$ 2.045,54	\$ 1.719,01	\$ 326,53	\$ 24.403,71
48	\$ 2.045,54	\$ 1.740,50	\$ 305,05	\$ 22.663,21
49	\$ 2.045,54	\$ 1.762,25	\$ 283,29	\$ 20.900,96
50	\$ 2.045,54	\$ 1.784,28	\$ 261,26	\$ 19.116,68
51	\$ 2.045,54	\$ 1.806,58	\$ 238,96	\$ 17.310,09
52	\$ 2.045,54	\$ 1.829,17	\$ 216,38	\$ 15.480,93
53	\$ 2.045,54	\$ 1.852,03	\$ 193,51	\$ 13.628,89
54	\$ 2.045,54	\$ 1.875,18	\$ 170,36	\$ 11.753,71
55	\$ 2.045,54	\$ 1.898,62	\$ 146,92	\$ 9.855,09
56	\$ 2.045,54	\$ 1.922,35	\$ 123,19	\$ 7.932,74
57	\$ 2.045,54	\$ 1.946,38	\$ 99,16	\$ 5.986,35

58	\$ 2.045,54	\$ 1.970,71	\$ 74,83	\$ 4.015,64
59	\$ 2.045,54	\$ 1.995,35	\$ 50,20	\$ 2.020,29
60	\$ 2.045,54	\$ 2.020,29	\$ 25,25	(\$ 0,00)

6. Balance General

Tabla Nº 363

Balance General

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE	\$ 117.123,69	DEUDA CON EL BANCO	85.983,58
FIJO	\$ 5.710,00	PATRIMONIO	
DIFERIDO	\$ -	CAPITAL	36.850,11
TOTAL		TOTAL PASIVO +	
ACTIVOS	\$ 122.833,69	PATRIM	\$ 122.833,69

7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla N° 364

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Ingresos	\$ 1.266.175,26	\$ 1.322.899,91	\$ 1.382.165,83	\$ 1.444.086,86	\$ 1.508.781,95
- Costo variable	\$ 830.358	\$ 867.558	\$ 906.425	\$ 947.032	\$ 989.460
= MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 435.817,26	\$ 455.341,87	\$ 475.741,19	\$ 497.054,39	\$ 519.322,43
- Sueldos	\$ 140.970	\$ 145.199	\$ 149.555	\$ 154.042	\$ 158.663
- Depreciación anual	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451
- Amortización de los diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Material indirecto	\$ 4.882	\$ 5.101	\$ 5.329	\$ 5.568	\$ 5.818
- Servicios básicos	\$ 2.640	\$ 2.758	\$ 2.882	\$ 3.011	\$ 3.146
- Ventas	\$ 5.760	\$ 6.018	\$ 6.288	\$ 6.569	\$ 6.864
- Exportación	\$ 46.553	\$ 48.639	\$ 50.818	\$ 53.094	\$ 55.473
- Materia prima	\$ 166.277	\$ 173.727	\$ 181.510	\$ 189.641	\$ 198.137

= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 67.283,05	\$ 72.448,71	\$ 77.908,38	\$ 83.677,11	\$ 89.770,69
- Gastos financieros	(\$ 12.062,34)	(\$ 10.055,45)	(\$ 7.725,95)	(\$ 5.021,97)	(\$ 1.883,31)
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 79.345,39	\$ 82.504,16	\$ 85.634,33	\$ 88.699,08	\$ 91.654,00
- 15% Trabajadores	11901,80837	12375,62413	12845,1493	13304,86199	13748,09934
= BASE IMPONIBLE	\$ 67.443,58	\$ 70.128,54	\$ 72.789,18	\$ 75.394,22	\$ 77.905,90
- 25% Impuesto a la renta	16860,89518	17532,13418	18197,29484	18848,55448	19476,47406
= UTILIDAD NETA	\$ 50.582,69	\$ 52.596,40	\$ 54.591,88	\$ 56.545,66	\$ 58.429,42
UTILIDAD NETA MENSUAL	\$ 4.215,22	\$ 4.383,03	\$ 4.549,32	\$ 4.712,14	\$ 4.869,12

8. Flujo de Efectivo

Tabla N° 365
Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 50.582,69	\$ 52.596,40	\$ 54.591,88	\$ 56.545,66	\$ 58.429,42
+ Depreciación de los activos		\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451
+ Amortización de los diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Inversiones	\$ (122.833,69)			\$ (500)		
+ Valor residual de los activos						\$ 117.963,69
= FLUJO NETO DE FONDOS	-122833,6866	52034,01889	54047,73588	55543,21785	57996,99678	177844,4421

9. Indicadores Económicos

Tabla N° 366
Indicadores Económicos

La tasa de descuento es:				
DESCRIPCIÓN		COSTO	PONDERADO	
Con recursos propios	30%	\$ 36.850,11	12,73%	3,82%
Con una Institución Financiera	70%	\$ 85.983,58	15,00%	10,50%
	100%	\$ 122.833,69	Tasa de dscto:	14,32%

		ESTÁNDAR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO :	\$126.258,63	VAN > = 0	EL PROYECTO ES FACTIBLE
TIR :	44%	TIR > Tasa de dscto	
R b/c:	\$ 2,03	Rb/c > 1	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PE (Cantidad):	62788 unid	62437 unid	62091 unid	61751 unid	61416 unid
PE (Dólares):	\$ 1.070.698,54	\$ 1.112.415,45	\$ 1.155.819,44	\$ 1.200.980,63	\$ 1.247.972,12
MARGEN DE SEGURIDAD:	15,44%	15,91%	16,38%	16,83%	17,29%
ROE	3,99%	3,98%	3,95%	3,92%	3,87%

7.3.3. Estudio Financiero de Artesanías en madera (Decorativos y Religiosos) de Ecuador- Italia

1. Activos Fijos

Tabla N° 367

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de herramientas	67	\$ 5,00	\$ 5.025,00
Pantógrafo/ Copiadora	3	\$ 7.500,00	\$ 22.500,00
Computadora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Impresora	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Archivador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Escritorio	1	\$ 70,00	\$ 70,00
TOTAL DE LOS ACTIVOS FIJOS			\$ 30.145,00

2. Depreciaciones Activos Fijos

Tabla N° 368

Depreciaciones Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR DE RESCATE
Juego de herramientas	67	\$ 75	\$ 5.025	10	502,5	2512,5	2512,5
Pantógrafo/ Copiadora	3	\$ 7.500	\$ 22.500	10	2250	11250	11250
Computadora	2	\$ 900	\$ 1.800	3	600,000	1800	0
Impresora	2	\$ 250	\$ 500	3	166,667	500	0
Silla	50	\$ 8	\$ 400	3	133,333	400	0
Mesas	67	\$ 25	\$ 1.675	3	558,333	1675	0
Archivador	1	\$ 250	\$ 250	5	50,000	250	0
Banco de carpintería	67	\$ 120	\$ 8.040	10	804,000	4020	4020
Escritorio	1	\$ 70	\$ 70	5	14,000	70	0
			\$ 40.260		5078,833		17782,5

3. Costos y Gastos Operativos

Tabla N° 369
Costos y Gastos Operativos

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Materia Prima	7893
Mano de Obra Directa	64320
Mano de Obra Indirecta	1154
Material Indirecto	953,82
Servicios Básicos	45
Gastos Administrativos	1920
Gastos Servicios Básicos	117
Gastos Ventas	405
TOTAL	76807,82

Tabla N° 370
Materia Prima

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Madera	Bloque	201	20	4020	
Oro	Paquete/Libro	20	29,5	590	
Pintura	Frasco	134	17	2278	
Cola	Tarro	67	15	1005	
Total				7893	94716

Tabla Nº 371

Mano de Obra Directa

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Talladores	Unidad	67	320	21440	
Lijadores/ esgrafiadores / estofadores	Unidad	134	320	42880	
Total				64320	771840

Tabla Nº 372

Mano de Obra Indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Socios colaboradores	Unidad	3	318	954	
Operario Empacador	Unidad	2	100	200	
Total				1154	13848

Tabla Nº 373

Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Plástico de Burbujas	Metros	1382	0,16	221,12	
Cartón corrugado separar las artesanías	Metros	1382	0,15	207,3	
Caja cartón	Caja	81	0,2	16,2	
Cinta de embalaje	Unidad	8	1,25	10	
Etiquetas	Unidad	9984	0,05	499,2	
Total				953,82	11445,84

Tabla Nº 374

Insumos

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	10	
Luz	Mensual	35	
Total		45	540

Tabla Nº 375

Gasto Administrativo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Presidente	1	550	550	
Secretaria	1	320	320	
Jefe de finanzas	1	350	350	
Jefe de ventas	1	350	350	
Jefe de producción	1	350	350	
Total			1920	23040

Tabla Nº 376

Servicios Básicos Administrativos

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	7	
Luz	Mensual	10	
Teléfono/ internet	Mensual	80	
Suministros de oficina		20	
Total		117	1404

Tabla Nº 377

Gasto de Ventas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Capacitación	1	300	300	
Publicidad	30	2,5	75	
Página Web	1	30	30	
Total			405	4860

Tabla Nº 378

Gasto de Exportación

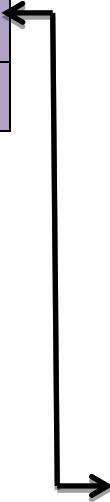
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Unitarización	450
Documentación	100,65
Documentación Terrestre	50,65
Factura Comercial	0,65
CPI Y MCI	25
Certificado de Origen	25
Documentación Marítima	50
Conocimiento de Embarque	50
Manipulación Pre-Embarque	150
Manipulación Embarque	125
Agente para transporte	135,85
Seguro Interno	91,02
Transporte Interno	789
Almacenamiento Origen	50
Transporte Internacional	2100
Seguro de las mercancías	386,13
Manipulación Destino	70
Transporte País Destino	935
Nacionalización	95
Tramite Agente de Aduana	110
Total	5587,65

4. Inversión Inicial

Tabla N° 379
Inversión Inicial

El capital de trabajo para :30 días	\$ 336.318,8
TOTAL DE LAS INVERSIONES	\$ 366.463,75

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo variable	\$ 3.019.438
+ Costo y gasto fijo	\$ 993.825
+ Pago del gasto financiero	\$ 83.694,21
- Depreciaciones	\$ (5.079)
- Amortizaciones	\$ -
= Requerimiento anual	\$ 4.091.878
Tiempo de Cap.Trab	30 Días
= Requerimiento de Cap.Trab	\$ 336.318,75



5. Financiamiento de la Inversión y Amortización

Tabla N° 380
Financiamiento de la Inversión y Amortización

TOTAL DE LA INVERSIÓN		
		\$ 366.463,75
DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA	
Con recursos propios	20%	\$ 73.292,75
Con una Institución Financiera	80%	\$ 293.171,00
	100%	\$ 366.463,75

Valor del crédito	\$ 293.171,00
Tasa de interés	15,00%
Tiempo de la deuda	5 años
Forma de pago	Mensual
Capitalización	12
Total de cuotas	60

Dividendo	\$ 6.974,52
-----------	-------------

PERIODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Entrega del crédito				
1	\$ 6.974,52	\$ 3.309,88	\$ 3.664,64	\$ 289.861,12
2	\$ 6.974,52	\$ 3.351,25	\$ 3.623,26	\$ 286.509,87
3	\$ 6.974,52	\$ 3.393,14	\$ 3.581,37	\$ 283.116,73
4	\$ 6.974,52	\$ 3.435,56	\$ 3.538,96	\$ 279.681,17
5	\$ 6.974,52	\$ 3.478,50	\$ 3.496,01	\$ 276.202,66
6	\$ 6.974,52	\$ 3.521,98	\$ 3.452,53	\$ 272.680,68
7	\$ 6.974,52	\$ 3.566,01	\$ 3.408,51	\$ 269.114,67
8	\$ 6.974,52	\$ 3.610,58	\$ 3.363,93	\$ 265.504,09
9	\$ 6.974,52	\$ 3.655,72	\$ 3.318,80	\$ 261.848,37
10	\$ 6.974,52	\$ 3.701,41	\$ 3.273,10	\$ 258.146,96
11	\$ 6.974,52	\$ 3.747,68	\$ 3.226,84	\$ 254.399,28
12	\$ 6.974,52	\$ 3.794,53	\$ 3.179,99	\$ 250.604,75
13	\$ 6.974,52	\$ 3.841,96	\$ 3.132,56	\$ 246.762,79
14	\$ 6.974,52	\$ 3.889,98	\$ 3.084,53	\$ 242.872,81
15	\$ 6.974,52	\$ 3.938,61	\$ 3.035,91	\$ 238.934,20

16	\$ 6.974,52	\$ 3.987,84	\$ 2.986,68	\$ 234.946,36
17	\$ 6.974,52	\$ 4.037,69	\$ 2.936,83	\$ 230.908,67
18	\$ 6.974,52	\$ 4.088,16	\$ 2.886,36	\$ 226.820,51
19	\$ 6.974,52	\$ 4.139,26	\$ 2.835,26	\$ 222.681,25
20	\$ 6.974,52	\$ 4.191,00	\$ 2.783,52	\$ 218.490,25
21	\$ 6.974,52	\$ 4.243,39	\$ 2.731,13	\$ 214.246,86
22	\$ 6.974,52	\$ 4.296,43	\$ 2.678,09	\$ 209.950,43
23	\$ 6.974,52	\$ 4.350,14	\$ 2.624,38	\$ 205.600,29
24	\$ 6.974,52	\$ 4.404,51	\$ 2.570,00	\$ 201.195,78
25	\$ 6.974,52	\$ 4.459,57	\$ 2.514,95	\$ 196.736,21
26	\$ 6.974,52	\$ 4.515,32	\$ 2.459,20	\$ 192.220,89
27	\$ 6.974,52	\$ 4.571,76	\$ 2.402,76	\$ 187.649,13
28	\$ 6.974,52	\$ 4.628,90	\$ 2.345,61	\$ 183.020,23
29	\$ 6.974,52	\$ 4.686,76	\$ 2.287,75	\$ 178.333,47
30	\$ 6.974,52	\$ 4.745,35	\$ 2.229,17	\$ 173.588,12
31	\$ 6.974,52	\$ 4.804,67	\$ 2.169,85	\$ 168.783,45
32	\$ 6.974,52	\$ 4.864,72	\$ 2.109,79	\$ 163.918,73
33	\$ 6.974,52	\$ 4.925,53	\$ 2.048,98	\$ 158.993,19
34	\$ 6.974,52	\$ 4.987,10	\$ 1.987,41	\$ 154.006,09
35	\$ 6.974,52	\$ 5.049,44	\$ 1.925,08	\$ 148.956,65
36	\$ 6.974,52	\$ 5.112,56	\$ 1.861,96	\$ 143.844,09
37	\$ 6.974,52	\$ 5.176,47	\$ 1.798,05	\$ 138.667,62
38	\$ 6.974,52	\$ 5.241,17	\$ 1.733,35	\$ 133.426,45
39	\$ 6.974,52	\$ 5.306,69	\$ 1.667,83	\$ 128.119,76
40	\$ 6.974,52	\$ 5.373,02	\$ 1.601,50	\$ 122.746,74
41	\$ 6.974,52	\$ 5.440,18	\$ 1.534,33	\$ 117.306,56
42	\$ 6.974,52	\$ 5.508,19	\$ 1.466,33	\$ 111.798,37
43	\$ 6.974,52	\$ 5.577,04	\$ 1.397,48	\$ 106.221,33
44	\$ 6.974,52	\$ 5.646,75	\$ 1.327,77	\$ 100.574,58
45	\$ 6.974,52	\$ 5.717,34	\$ 1.257,18	\$ 94.857,25
46	\$ 6.974,52	\$ 5.788,80	\$ 1.185,72	\$ 89.068,45
47	\$ 6.974,52	\$ 5.861,16	\$ 1.113,36	\$ 83.207,28
48	\$ 6.974,52	\$ 5.934,43	\$ 1.040,09	\$ 77.272,86
49	\$ 6.974,52	\$ 6.008,61	\$ 965,91	\$ 71.264,25
50	\$ 6.974,52	\$ 6.083,71	\$ 890,80	\$ 65.180,54
51	\$ 6.974,52	\$ 6.159,76	\$ 814,76	\$ 59.020,77
52	\$ 6.974,52	\$ 6.236,76	\$ 737,76	\$ 52.784,02
53	\$ 6.974,52	\$ 6.314,72	\$ 659,80	\$ 46.469,30
54	\$ 6.974,52	\$ 6.393,65	\$ 580,87	\$ 40.075,65
55	\$ 6.974,52	\$ 6.473,57	\$ 500,95	\$ 33.602,08
56	\$ 6.974,52	\$ 6.554,49	\$ 420,03	\$ 27.047,58

57	\$ 6.974,52	\$ 6.636,42	\$ 338,09	\$ 20.411,16
58	\$ 6.974,52	\$ 6.719,38	\$ 255,14	\$ 13.691,78
59	\$ 6.974,52	\$ 6.803,37	\$ 171,15	\$ 6.888,41
60	\$ 6.974,52	\$ 6.888,41	\$ 86,11	(\$ 0,00)

6. Balance General

Tabla N° 381
Balance General

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	
ACTIVO	PASIVO
CORRIENTE \$ 336.318,75	DEUDA CON EL BANCO 293.171,00
FIJO \$ 30.145,00	PATRIMONIO
DIFERIDO \$ -	CAPITAL 73.292,75
TOTAL	TOTAL PASIVO +
ACTIVOS \$366.463,75	PATRIM \$ 366.463,75

7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla Nº 382
Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Ingresos	\$ 4.193.413,63	\$4.381.278,56	\$ 4.577.559,84	\$ 4.782.634,52	\$ 4.996.896,55
- Costo variable	\$ 3.019.438	\$ 3.154.709	\$3.296.040	\$ 3.443.702	\$ 3.597.980
= MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 1.173.975,55	\$ 1.226.569,66	\$ 1.281.519,98	\$ 1.338.932,07	\$ 1.398.916,23
- Sueldos	\$ 808.728	\$ 832.990	\$ 857.980	\$ 883.719	\$ 910.230
- Depreciación anual	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079
- Amortización de los diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Material indirecto	\$ 11.446	\$ 11.959	\$ 12.494	\$ 13.054	\$ 13.639
- Servicios básicos	\$ 1.944	\$ 2.031	\$ 2.122	\$ 2.217	\$ 2.316
- Ventas	\$ 4.860	\$ 5.078	\$ 5.305	\$ 5.543	\$ 5.791
- Exportación	\$ 67.052	\$ 70.056	\$ 73.194	\$ 76.474	\$ 79.900
- Materia prima	\$ 94.716	\$ 98.959	\$ 103.393	\$ 108.025	\$ 112.864

= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 180.150,84	\$ 200.418,30	\$ 221.952,82	\$ 244.821,94	\$ 269.096,53
- Gastos financieros	(\$ 41.127,96)	(\$ 34.285,24)	(\$ 26.342,52)	(\$ 17.122,98)	(\$ 6.421,35)
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 221.278,80	\$ 234.703,54	\$ 248.295,35	\$ 261.944,92	\$ 275.517,89
- 15% Trabajadores	33191,8194	35205,53129	37244,30216	39291,73802	41327,6833
= BASE IMPONIBLE	\$ 188.086,98	\$ 199.498,01	\$ 211.051,05	\$ 222.653,18	\$ 234.190,21
- 25% Impuesto a la renta	47021,74414	49874,50266	52762,76139	55663,29553	58547,55133
= UTILIDAD NETA	\$ 141.065,23	\$ 149.623,51	\$ 158.288,28	\$ 166.989,89	\$ 175.642,65
UTILIDAD NETA MENSUAL	\$ 11.755,44	\$ 12.468,63	\$ 13.190,69	\$ 13.915,82	\$ 14.636,89

8. Flujo de Caja

Tabla Nº 383
Flujo de Caja

FLUJO NETO DE FONDOS						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 141.065,23	\$ 149.623,51	\$ 158.288,28	\$ 166.989,89	\$ 175.642,65
+ Depreciación de los activos		\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079	\$ 5.079
+ Amortización de los diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Inversiones	\$ (366.463,75)			\$ (1.800)		
+ Valor residual de los activos						\$ 354.101,25
= FLUJO NETO DE FONDOS	-366463,7539	146144,0658	154702,3413	161567,1175	172068,7199	534822,7412

9. Indicadores Financieros

Tabla Nº 384
Indicadores Financieros

La tasa de descuento es:				
DESCRIPCIÓN			COSTO	PONDERADO
Con recursos propios	20%	\$ 73.292,75	12,73%	2,55%
Con una Institución Financiera	80%	\$ 293.171,00	15,00%	12,00%
	100%	\$ 366.463,75	Tasa de dscto:	14,55%

		ESTÁNDAR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO :	\$ 357.691,90	VAN > = 0	EL PROYECTO ES FACTIBLE
TIR :	43%	TIR > Tasa de dscto	
R b/c:	\$ 1,98	Rb/c > 1	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PE (Cantidad):	435506 unid	430390 unid	425350 unid	420383 unid	415490 unid
PE (Dólares):	\$ 3.549.918,99	\$ 3.665.389,00	\$ 3.784.749,47	\$ 3.908.136,20	\$ 4.035.689,93
MARGEN DE SEGURIDAD:	15,35%	16,34%	17,32%	18,28%	19,24%
ROE	3,36%	3,42%	3,46%	3,49%	3,52%

**7.3.4. Estudio Financiero de artesanías tejidas en lana (Sacos y Gorras)
Ecuador – Italia**

1. Activos Fijos

Tabla N° 385

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juegos de Herramientas	112	\$ 15,00	\$ 1.680,00
Computadora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Impresora	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Archivador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sillas	100	\$ 8,00	\$ 800,00
Mesas de Aluminio	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL DE LOS ACTIVOS FIJOS			\$ 5.710,00

2. Depreciaciones Activos Fijos

Tabla N° 386

Depreciaciones Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR DE RESCATE
Juegos de Herramientas	112	\$ 15	\$1.680	10	168	840	840
Computadora	2	\$ 900	\$ 1.800	3	600	1800	0
Impresora	2	\$ 250	\$ 500	3	166,667	500	0
Archivador	1	\$ 250	\$ 250	5	50,000	250	0
Sillas	100	\$ 8	\$ 800	3	266,667	800	0
Mesas de Aluminio	4	\$ 120	\$ 480	3	160,000	480	0
Escritorio	1	\$ 200	\$ 200	5	40,000	200	0
			\$ 5.710		1451,333		840

3. Costos y Gastos Operativos

**Tabla N° 387
Costos y Gastos Operativos**

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Materia Prima	10497,45
Mano de Obra Directa	8250
Mano de Obra Indirecta	1018
Servicios Básicos	125
Gastos Administrativos	1780
Gastos Servicios Básicos	95
Gastos Ventas	480
TOTAL	22245,45

**Tabla N° 388
Materia Prima**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Lana de oveja	Kilogramos	1680	8	13440	
Botones	Unidades	1755	0,05	87,75	
Hilos	Unidades	336	0,25	84	
Cierres	Unidades	819	0,3	245,7	
Total				13857,45	166289,4

**Tabla N° 389
Mano de obra directa**

DESCRIPCIÓN		UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
					MENSUAL	
Tejedoras 112	Sacos	Unidad	1170	4	4680	
	Gorras	Unidad	5100	0,8	4080	
Total					8760	105120

Tabla N° 390
Mano de Obra Indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			MENSUAL		
Lavador/ secador	Unidad	2	140	280	
Bodeguero	Unidad	1	318	318	
Supervisor	Unidad	1	318	318	
Empacador	Unidad	2	100	200	
Total				1116	13392

Tabla N° 391
Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Funda plástica	Ciento	6270	0,03	188,1	
Caja cartón	Caja	73	0,3	21,9	
Cinta de embalaje	Unidad	7	1,25	8,75	
Etiquetas		6270	0,03	188,1	
Total				406,85	4882,2

Tabla N° 392
Insumos

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	100	
Luz	Mensual	25	
Total		125	1500

Tabla N° 393
Gasto Administrativo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Presidente	1	600	600	
Jefe de producción	1	350	350	
Jefe de comercialización	1	350	350	
Secretaria	1	320	320	

Contadora	1	350	350	
Total			1970	23640

Tabla N° 394
Servicios Básicos Administrativos

DESCRIPCIÓN	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Mensual	10	
Luz	Mensual	15	
Teléfono/ internet	Mensual	50	
Suministros de oficina		20	
Total		95	1140

Tabla N° 395
Gasto de Ventas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Capacitación	1	300	300	
Publicidad	60	2,5	150	
Pagina Web	1	30	30	
Total			480	5760

Tabla N° 396
Gasto de Exportación

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Unitarización	450
Documentación	100,65
Documentación Terrestre	50,65
Factura Comercial	0,65
CPI Y MCI	25
Certificado de Origen	25
Documentación Marítima	50
Conocimiento de Embarque	50
Manipulación Pre-Embarque	150
Manipulación Embarque	125
Agente para transporte	135,85
Seguro Interno	26,69

Transporte Interno	750
Almacenamiento Origen	50
Transporte Internacional	2100
Seguro de las mercancías	111,23
Manipulación Destino	70
Transporte País Destino	935
Nacionalización	95
Tramite Agente de Aduana	110
Total	5209,42

4. Inversión Inicial

Tabla N° 397
Inversión Inicial

El capital de trabajo para :30 días	\$ 123.063,60
TOTAL DE LAS INVERSIONES	\$ 128.7773,59

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo variable	\$ 870.707
+ Costo y gasto fijo	\$ 384.494
+ Pago del gasto financiero	\$ 243.524
- Depreciaciones	\$ (1.451)
- Amortizaciones	\$ -
= Requerimiento anual	\$ 1.497.274
Tiempo de Cap.Trab	30 Días
= Requerimiento de Cap.Trab	\$ 123.063,59



5. Financiamiento de la Inversión y Amortización

Tabla N° 398

Financiamiento de la Inversión y Amortización

TOTAL DE LA INVERSIÓN		\$ 128.773,59
DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA	
Con recursos propios	30%	\$ 38.632,08
Con una Institución Financiera	70%	\$ 90.141,51
	100%	\$ 128.773,59

Valor del crédito	\$ 90.141,51
Tasa de interés	15,00%
Tiempo de la deuda	5 años
Forma de pago	Mensual
Capitalización	12
Total de cuotas	60

Dividendo	\$ 2.144,46
-----------	-------------

PERIODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Entrega del crédito				
1	\$ 2.144,46	\$ 1.017,69	\$ 1.126,77	\$ 89.123,82
2	\$ 2.144,46	\$ 1.030,41	\$ 1.114,05	\$ 88.093,41
3	\$ 2.144,46	\$ 1.043,29	\$ 1.101,17	\$ 87.050,12
4	\$ 2.144,46	\$ 1.056,33	\$ 1.088,13	\$ 85.993,78
5	\$ 2.144,46	\$ 1.069,54	\$ 1.074,92	\$ 84.924,24
6	\$ 2.144,46	\$ 1.082,91	\$ 1.061,55	\$ 83.841,34
7	\$ 2.144,46	\$ 1.096,44	\$ 1.048,02	\$ 82.744,89
8	\$ 2.144,46	\$ 1.110,15	\$ 1.034,31	\$ 81.634,74
9	\$ 2.144,46	\$ 1.124,03	\$ 1.020,43	\$ 80.510,72
10	\$ 2.144,46	\$ 1.138,08	\$ 1.006,38	\$ 79.372,64
11	\$ 2.144,46	\$ 1.152,30	\$ 992,16	\$ 78.220,34
12	\$ 2.144,46	\$ 1.166,71	\$ 977,75	\$ 77.053,63
13	\$ 2.144,46	\$ 1.181,29	\$ 963,17	\$ 75.872,34
14	\$ 2.144,46	\$ 1.196,06	\$ 948,40	\$ 74.676,29
15	\$ 2.144,46	\$ 1.211,01	\$ 933,45	\$ 73.465,28

16	\$ 2.144,46	\$ 1.226,14	\$ 918,32	\$ 72.239,14
17	\$ 2.144,46	\$ 1.241,47	\$ 902,99	\$ 70.997,67
18	\$ 2.144,46	\$ 1.256,99	\$ 887,47	\$ 69.740,68
19	\$ 2.144,46	\$ 1.272,70	\$ 871,76	\$ 68.467,97
20	\$ 2.144,46	\$ 1.288,61	\$ 855,85	\$ 67.179,36
21	\$ 2.144,46	\$ 1.304,72	\$ 839,74	\$ 65.874,64
22	\$ 2.144,46	\$ 1.321,03	\$ 823,43	\$ 64.553,62
23	\$ 2.144,46	\$ 1.337,54	\$ 806,92	\$ 63.216,08
24	\$ 2.144,46	\$ 1.354,26	\$ 790,20	\$ 61.861,82
25	\$ 2.144,46	\$ 1.371,19	\$ 773,27	\$ 60.490,63
26	\$ 2.144,46	\$ 1.388,33	\$ 756,13	\$ 59.102,30
27	\$ 2.144,46	\$ 1.405,68	\$ 738,78	\$ 57.696,62
28	\$ 2.144,46	\$ 1.423,25	\$ 721,21	\$ 56.273,37
29	\$ 2.144,46	\$ 1.441,04	\$ 703,42	\$ 54.832,33
30	\$ 2.144,46	\$ 1.459,06	\$ 685,40	\$ 53.373,27
31	\$ 2.144,46	\$ 1.477,29	\$ 667,17	\$ 51.895,98
32	\$ 2.144,46	\$ 1.495,76	\$ 648,70	\$ 50.400,22
33	\$ 2.144,46	\$ 1.514,46	\$ 630,00	\$ 48.885,76
34	\$ 2.144,46	\$ 1.533,39	\$ 611,07	\$ 47.352,37
35	\$ 2.144,46	\$ 1.552,56	\$ 591,90	\$ 45.799,81
36	\$ 2.144,46	\$ 1.571,96	\$ 572,50	\$ 44.227,85
37	\$ 2.144,46	\$ 1.591,61	\$ 552,85	\$ 42.636,24
38	\$ 2.144,46	\$ 1.611,51	\$ 532,95	\$ 41.024,73
39	\$ 2.144,46	\$ 1.631,65	\$ 512,81	\$ 39.393,08
40	\$ 2.144,46	\$ 1.652,05	\$ 492,41	\$ 37.741,03
41	\$ 2.144,46	\$ 1.672,70	\$ 471,76	\$ 36.068,34
42	\$ 2.144,46	\$ 1.693,61	\$ 450,85	\$ 34.374,73
43	\$ 2.144,46	\$ 1.714,78	\$ 429,68	\$ 32.659,95
44	\$ 2.144,46	\$ 1.736,21	\$ 408,25	\$ 30.923,74
45	\$ 2.144,46	\$ 1.757,91	\$ 386,55	\$ 29.165,83
46	\$ 2.144,46	\$ 1.779,89	\$ 364,57	\$ 27.385,94
47	\$ 2.144,46	\$ 1.802,14	\$ 342,32	\$ 25.583,81
48	\$ 2.144,46	\$ 1.824,66	\$ 319,80	\$ 23.759,14
49	\$ 2.144,46	\$ 1.847,47	\$ 296,99	\$ 21.911,67
50	\$ 2.144,46	\$ 1.870,56	\$ 273,90	\$ 20.041,11
51	\$ 2.144,46	\$ 1.893,95	\$ 250,51	\$ 18.147,16
52	\$ 2.144,46	\$ 1.917,62	\$ 226,84	\$ 16.229,54
53	\$ 2.144,46	\$ 1.941,59	\$ 202,87	\$ 14.287,95
54	\$ 2.144,46	\$ 1.965,86	\$ 178,60	\$ 12.322,09
55	\$ 2.144,46	\$ 1.990,43	\$ 154,03	\$ 10.331,66
56	\$ 2.144,46	\$ 2.015,31	\$ 129,15	\$ 8.316,34

57	\$ 2.144,46	\$ 2.040,51	\$ 103,95	\$ 6.275,84
58	\$ 2.144,46	\$ 2.066,01	\$ 78,45	\$ 4.209,82
59	\$ 2.144,46	\$ 2.091,84	\$ 52,62	\$ 2.117,99
60	\$ 2.144,46	\$ 2.117,99	\$ 26,47	(\$ 0,00)

6. Balance General

Tabla N° 399
Balance General

BALANCE GENERAL			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE	\$ 123.063,59	DEUDA CON EL BANCO	90.141,51
FIJO	\$ 5.710,00	PATRIMONIO	
DIFERIDO	\$ -	CAPITAL	38.632,08
TOTAL		TOTAL PASIVO +	
ACTIVOS	\$ 128.773,59	PATRIM	\$128.773,59

7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla Nº 400

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Ingresos	\$ 1.319.267,41	\$1.378.370,59	\$1.440.121,59	\$1.504.639,04	\$ 1.572.046,87
- Costo variable	\$ 870.707	\$ 909.714	\$ 950.470	\$993.051	\$ 1.037.539
= MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 448.560,61	\$ 468.656,13	\$ 489.651,92	\$ 511.588,33	\$ 534.507,49
- Sueldos	\$ 140.970	\$ 145.199	\$ 149.555	\$154.042	\$ 158.663
- Depreciación anual	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451	\$ 1.451
- Amortización de los diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Material indirecto	\$ 4.882	\$5.101	\$ 5.329	\$ 5.568	\$ 5.818
- Servicios básicos	\$ 2.640	\$ 2.758	\$ 2.882	\$ 3.011	\$ 3.146
- Ventas	\$5.760	\$6.018	\$ 6.288	\$ 6.569	\$ 6.864
- Exportación	\$ 62.513	\$ 65.314	\$ 68.240	\$ 71.297	\$ 74.491
- Materia prima	\$ 166.277	\$ 173.727	\$ 181.510	\$ 189.641	\$ 198.137
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$64.066,40	\$69.087,95	\$74.397,06	\$80.008,49	\$85.937,71
- Gastos financieros	(\$ 12.645,64)	(\$ 10.541,71)	(\$ 8.099,56)	(\$ 5.264,82)	(\$ 1.974,38)
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 76.712,04	\$ 79.629,66	\$ 82.496,62	\$ 85.273,31	\$ 87.912,09
- 15% Trabajadores	11506,80645	11944,4492	12374,49283	12790,9959	13186,81355
= BASE IMPONIBLE	\$ 65.205,24	\$ 67.685,21	\$ 70.122,13	\$ 72.482,31	\$ 74.725,28
- 25% Impuesto a la renta	16301,30914	16921,30303	17530,53151	18120,57752	18681,3192

= UTILIDAD NETA	\$ 48.903,93	\$ 50.763,91	\$ 52.591,59	\$ 54.361,73	\$ 56.043,96
UTILIDAD NETA MENSUAL	\$ 4.075,33	\$ 4.230,33	\$ 4.382,63	\$ 4.530,14	\$ 4.670,33

8. Flujo de Efectivo

Tabla Nº 401

Flujo De Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 48.903,93	\$ 50.763,91	\$ 52.591,59	\$ 54.361,73	\$ 56.043,96
+ Depreciación de los activos		\$ 1.451	1.451	1.451	1.451	1.451
+ Amortización de los diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Inversiones	\$ (128.773,59)			\$ (500)		
+ Valor residual de los activos						\$ 123.903,59
= FLUJO NETO DE FONDOS	-128773,5879	50355,26076	52215,24243	53542,92787	55813,06591	181398,8789

9. Indicadores Financieros

Tabla Nº 402

Indicadores Financieros

La tasa de descuento es:				
DESCRIPCIÓN			COSTO	PONDERADO
Con recursos propios	30%	\$ 38.632,08	12,73%	3,82%
Con una Institución Financiera	70%	\$ 90.141,51	15,00%	10,50%
	100%	\$ 128.773,59	Tasa de dscto:	14,32%

		ESTÁNDAR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO :	\$ 116.650,95	VAN > = 0	EL PROYECTO ES FACTIBLE
TIR :	41%	TIR > Tasa de dscto	EL PROYECTO ES FACTIBLE
R b/c:	\$ 1,91	Rb/c > 1	EL PROYECTO ES FACTIBLE

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PE (Cantidad):	62437 unid	62102 unid	61773 unid	61449 unid	61129 unid
PE (Dólares):	\$1.130.840,90	\$ 1.175.175,12	\$1.221.311,43	\$1.269.325,04	\$ 1.319.294,36
MARGEN DE SEGURIDAD:	14,28%	14,74%	15,19%	15,64%	16,08%
ROE	3,71%	3,68%	3,65%	3,61%	3,57%

7.4. RECORTES – OFICIOS



UNIÓN DE ARTESANOS INDÍGENAS DEL MERCADO
CENTENARIO DE OTAVALO

UNAIMCO

OTAVALO
MAKTAWAK RUNAKUNAPAK HATUN TANTANAKUY

ACUERDO MINISTERIAL N° 111 REGISTRO OFICIAL N° 902

Otavalo, 26 de Marzo de 2013.

Yo, José Antonio Lema Jimbo, portador de la cedula de Identidad N. 100105556-3, representante legal de la UNAIMCO.

CERTIFICO

Que las estudiantes Querembas Diana y Rivera Lizeth estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, visitaron la asociación para solicitar información que les servirá para la realización de su proyecto de tesis con el tema "La Comercialización de Artesanías Producidas en la Provincia de Carchi e Imbabura y la demanda existente en Canadá, Francia e Italia."

Atentamente;


Sr. José Antonio Lema
PRESIDENTE




Sr. Raúl Amaguaña Lema
SECRETARIO

Sucre y Salinas (esquina) Plaza de los Panchus - Telefax: 593 6 2920964 - E-mail: unaimco@yahoo.com
OTAVALO - ECUADOR

VENTAS DE ARTESANÍAS OTAVALEÑAS EN CRISIS

Robinson Quisoboni
rquisoboni@elnorte.ec

Falta de políticas comerciales y crisis económica son los principales factores para la baja comercial.

OTAVALO. No es rumor, es una verdad a voces. Una realidad que preocupa, una situación que ya se sale de las manos. La venta de la artesanía otavaleña ha caído notablemente en los últimos meses. Así lo reconocen los comerciantes, turistas y directivos. Varios factores han influido en ello.

Causas. Desde la falta de políticas gubernamentales hasta crisis económica que vive Europa son las principales amenazas.

Tesis. José Antonio Lema, presidente de la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario (Unainco), de Otavalo, asegura que la falta de acuerdos internacionales han repercutido en el problema.

Sus palabras. "Nuestros productos se están quedando en Miami. La revisión que le hacen ahí demora mucho más tiempo que el debido, lo que demora la entrega", reconoce.

De más a menos. Paulatinamente la artesanía de la Plaza de Ponchos deja de

DATO

NECESITAN NUEVAS PLAZAS

De acuerdo a los resultados logrados del diagnóstico hecho por la Cámara de Turismo en 2007, se necesitaba trabajar en la apertura de nuevos mercados y diseños innovadores.

ser el imán turístico. Cada vez llegan menos visitantes a la zona para realizar sus compras.

Factores. Este inconveniente sumado a la recesión económica que vive Europa es otra de las incidencias para ello. Estados Unidos, Canadá, Italia, Francia, Alemania, Holanda, Inglaterra, Australia y Japón eran los mercados fuertes de comercialización. Unainco aglutina a 3 mil productores de artesanías que venden implementos en madera, bambú, tagua y lana, algodón, bordados entre otros.

Reacciones. Las palabras de Lema coinciden con las de Luis Velásquez comerciante de la Plaza de Ponchos quien confirma la premisa. "Ya no es lo mismo. Hoy en día los turistas vienen, preguntan y se van. Casi no compran", confiesa. La historia se repite en los 300 comerciantes que diariamente exhiben sus productos en la Plaza de Ponchos y sus alrededores.

Más versiones. Humberto Lema es uno de ellos, quien

VOCES



Humberto Lema

COMERCIANTE

"La situación es grave. Las ventas se han reducido, creo que falta más ayuda del gobierno y municipio"



José Cachiguano

COMERCIANTE

"Necesitamos más ayuda. Hoy en día la situación no es de la mejor. Faltan políticas de comercio"



Simón Ford

TURISTA INGLÉS

"Creo que las artesanías de Otavalo se han estancado. No son innovadoras son muy folklóricas. Deben cambiar"

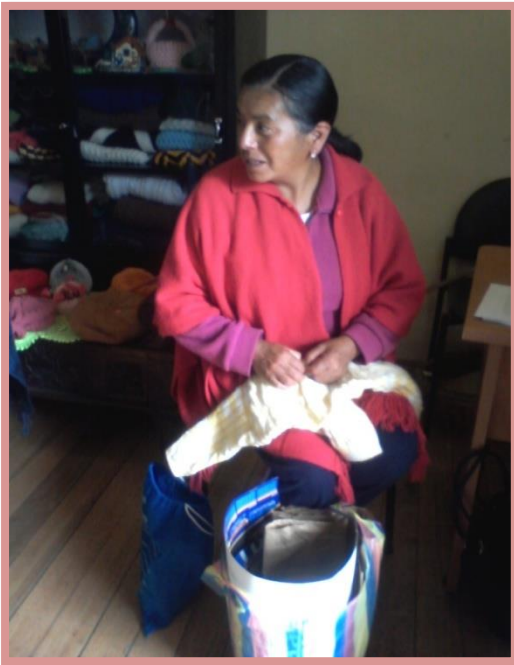
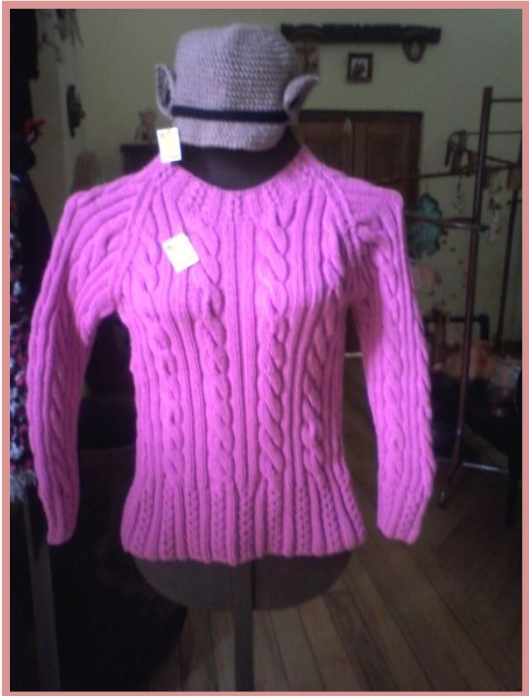
reconoce que el panorama es crítico. "Acá nos exigen un poco de requisitos para pagar impuestos pero no dan el respaldo que necesitamos", dice. Hasta el 2007, Otavalo ocupó el tercer lugar más visitado del Ecuador, pero desde 2008 pasó a ser octavo. Los comerciantes de la plaza aseguran que antes llegaban al menos 100 turistas al día.



www.elnorte.ec

7.5. FOTOGRAFÍAS

**TEJIDOS A MANO
CANTÓN MONTUFAR**



CANTÓN MIRA



CANTÓN OTAVALO





MADERA
PARROQUIA SAN ANTONIO DE IBARRA



7.6. ARTÍCULO CIENTÍFICO



Diana Querembás

De Nacionalidad Ecuatoriana realizamos nuestros estudios en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Durante el tiempo de formación profesional estuvimos vinculadas con actividades relacionadas a Comercio Exterior por lo que realice los siguientes cursos: Estructura de Planes de Negocios y Manejo de Datos, Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior, Fiscalidad Aduanera Normativa y Procedimientos Aduaneros, Manejo de Partidas Arancelarias, Análisis de Indicadores Socio Económicos entre otros.



Lizeth Rivera

También tuvimos la oportunidad de realizar prácticas pre- profesionales en la Agencia de Aduanas “IECO” Wilson Goyes y la empresa Transcomerinter. En el cual experimentamos los conocimientos obtenidos en nuestra querida institución, con el campo laboral.

Tenemos el agrado de presentar un estudio con el tema: “La comercialización de artesanías producidas en las Provincias de Carchi e Imbabura y la demanda existente en Canadá, Francia e Italia

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación hace referencia al estudio realizado en las provincias de Carchi e Imbabura que permitió determinar el comportamiento del sector artesanal con visión de exportación hacia los países de Canadá Francia e Italia.

Dentro del estudio se identificó que el sector artesanal se encuentra desorganizado con poco poder asociativo, a excepción de las artesanías en madera y tejidos en lana lo que les ha impedido obtener volúmenes con calidad de exportación factor determinante para ser competitivos en los mercados internacionales.

Otros sectores artesanales como la cerámica, bordados y otras manualidades se han visto limitadas debido a la escasa materia prima existente, poca producción, insuficiente capacitación recibida, comparada con la gran participación en los mercados por parte de otros países que como China han posesionado su producción en la mayor parte de mercados a nivel internacional, dando lugar a que estas artesanías en nuestro país solo se limiten cubrir el turismo nacional.

Las Asociación de Artesanos en madera de San Antonio de Ibarra y la asociación “UNAIMCO” de tejidos en lana ubicada en la ciudad de Otavalo son instituciones legalmente constituidas que cada día se han venido fortaleciendo, encontrándose en ellas grandes oportunidades de comercialización a nivel nacional e internacional. Es para estas asociaciones que se ha desarrollado un estudio técnico que involucra la identificación de la oferta exportable, demanda insatisfecha y estrategias de comercialización internacional, para posesionar su producción en los países de Canadá, Francia e Italia.

La investigación se complementa con el estudio de factibilidad que determino la rentabilidad que este proyecto ofrece a los artesanos y comerciantes de las dos asociaciones para que desarrollen el sector productivo de Imbabura y Carchi.

ABSTRACT

The present investigation refers to the study realized in the provinces of Carchi and Imbabura that allow to determinate the behavior of the artisanal sector with the vision of export towards the countries of Canada France and Italy.

In the study there was identified that the artisanal sector is disorganized. Because it has little associative powers, with the exception of the crafts in wood and products in wool, what has prevented them to get volumes with quality of exportation. It is an important factor to be competitive with the international market

Other handcrafted sectors as the ceramics, embroideries and other have been limited due to the scanty existing raw material, few production, insufficient training received, compared with the great participation in the markets of other countries like China that have handed over his production in most of markets around the world, So our crafts have been limited themselves to cover the national tourism

The Craftsmen's association in wood of San Antonio de Ibarra and, the association "UNAIMCO" of fabrics in wool that is located in Otavalo's city are institutions legally constituted that every day they have come strengthening, being in them big opportunities of national and international commercialization. It is for these associations that there has developed a technical study that involves the identification of the exportable offer, unsatisfied demand and strategies of international commercialization, to hand over his production in the countries of Canada, France and Italy.

The investigation complements itself with the study of feasibility that determinate the profitability that this project offers to the craftsmen and merchants of both associations to develop the productive sector of Imbabura and Carchi.

INTRODUCCIÓN

La Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional al formar profesionales que se involucren directamente con la identificación de mercados internacionales desarrolla una gama de proyectos direccionados a posicionar la producción nacional a nivel de mercados internacionales, fruto de esta visión se desarrolló este proyecto para proporcionar al sector artesanal de las provincias de Carchi e Imbabura alternativas de comercialización en países como Canadá, Francia e Italia.

Bajo un esquema técnico científico se identificó la oferta del sector productor de artesanías como la madera, los tejidos en lana, los bordados y arcilla en un diagnóstico en las diferentes parroquias y ciudades de las dos provincias, mediante encuestas e información secundaria arrojando resultados relevantes que identificaron la potencialidad que estos artículos tienen para ser calificadas como artesanías con características de exportación.

Estos resultados marcaron significancia a las artesanías en madera y tejidos en lana que ofertaron volúmenes y características de calidad para exportación resaltando el nivel de organización asociativa y de participación actual en el mercado nacional y con pequeñas experiencias en mercados internacionales.

La experiencia técnica en la comercialización internacional y en el posicionamiento efectivo en los mercados hace de este estudio un aporte significativo al sector productor para que asuma con responsabilidad los grandes compromisos y desafíos que se le abren en los mercados de Canadá, Francia e Italia fruto de los resultados obtenidos en el estudio técnico, logístico y de factibilidad, que son los lineamientos trascendentales que direccionaron el proceso de comercialización bajo parámetros eminentemente seguros y confiables que le permitirán al sector artesanal emprender en la toma de decisiones para un desarrollo progresivo sostenido y sustentable mejorando las condiciones socio económicas de todos sus integrantes.

La investigación se encuentra desarrollada con leyes, normas y reglamentos vigentes en la actualidad por lo que cualquier cambio o modificación a estas

deberá ser tomado en cuenta para su actualización posterior, debiendo recalcar que a pesar de cambios financieros en el proceso logístico, la factibilidad del proyecto seguirá siendo positiva.

PROBLEMA

La Zona Norte del Ecuador, específicamente las provincias de Carchi e Imbabura, a pesar de contar con lugares poblados de gente muy hábil en la elaboración de artesanías, sus obras se encuentran limitadas únicamente a ser expuestas en mercados locales o a clientes exclusivos de la misma zona, sin recibir un precio adecuado por las artesanías producidas, esta es la razón por lo que se considera el estudio de estrategias de comercialización que permitan fortalecer de gran manera la negociación internacional, que actualmente es desconocida por parte del sector artesanal, y que brinde mejores oportunidades de productividad a la zona Norte del Ecuador.

El rápido crecimiento del turismo a nivel internacional, también representa una oportunidad para los artesanos, ya que el turista generalmente compra recuerdos y regalos de los lugares que visita sin embargo no existe un buen potencial de mercados para atender a los turistas que nos visitan salvo el caso de Otavalo, y ciertos lugares en la provincia de Imbabura, siendo escaso, los sitios de atracción turística en la provincia del Carchi, donde sabemos se encuentran lugares con una tradición artesanal importantísima.

La migración de gente a diferentes ciudades y países del mundo tiene su causa directa en el desempleo, pobreza y bajos niveles de vida en el que se desarrollan los sectores productivos que permanentemente han sido explotados por los intermediarios que recorren los lugares de producción de las provincias de Imbabura y Carchi y que ven en la migración una alternativa que les permita superar su pobreza y mejorar su nivel de vida arriesgando sin lugar a dudas la estabilidad familiar.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica desde el punto de vista académico, ya que es el requisito ineludible para la obtención del título de Ingenieras en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Con este estudio se proyecta establecer estrategias en las Provincias de Carchi e Imbabura a los mercados internacionales, forjando la asociatividad de los sectores artesanales, siendo los principales beneficiarios los productores y comercializadores de las dos provincias, generando una fuente de negocio que contribuya con el desarrollo de los sectores productivos, comercializando productos innovadores, atractivos y competitivos, por su elaboración a mano los cuales llaman la atención de propios y extraños.

La iniciativa que proponemos es determinar la oferta existente en las provincias de Carchi e Imbabura y la demanda de estas artesanías en el exterior para así, generar una oportunidad de desarrollo socioeconómico en el Norte del País mediante la oferta su producción al mercado nacional e internacional contribuyendo directamente con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir (2009):

Objetivo 6: “Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas”

Objetivo 11: “Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible”.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Determinar la demanda existente en Canadá, Francia e Italia que permita establecer estrategias de comercialización de las artesanías producidas en las provincias de Carchi e Imbabura.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los conceptos de demanda, estrategias de comercialización y de oferta de artesanías.

- Diagnosticar la oferta exportable de artesanías producidas en las provincias de Carchi e Imbabura, y la demanda de artesanías en los países de Canadá, Francia e Italia.
- Establecer las estrategias de comercialización de artesanías, que permitan atender parte de la demanda existe en Canadá, Francia e Italia.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de artesanías producidas en Carchi e Imbabura, que permita atender parte de la demanda existente en Canadá, Francia e Italia.

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Los Tipos de Investigación que se empleará para la recolección de datos en esta investigación serán:

Investigación de Campo

Para la presente investigación utilizaremos la técnica de la encuesta para determinar la oferta exportable en las provincias de Carchi e Imbabura. La encuesta básicamente se dirige a los potenciales productores y asociaciones del sector Norte del país; las preguntas de la encuesta se realizarán conforme a la operacionalización de las variables.

Investigación Documental

Esta investigación nos permitirá fundamentar los conceptos de la oferta, demanda y estrategias de comercialización que serán el soporte técnico-científico de la presente investigación, para lo cual se acudirá a medios como el internet, libros, revistas, trípticos publicaciones y otros documentos impresos o gráficos que nos sean de utilidad para realizar nuestro proyecto.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

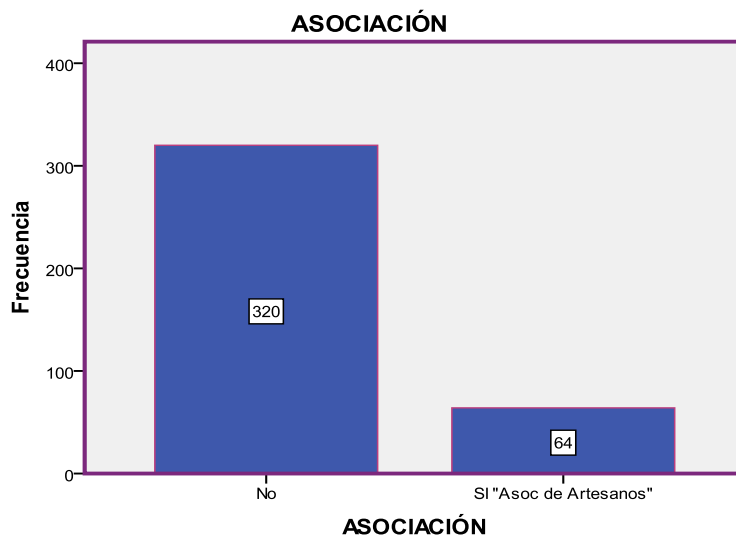
APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

Principales productores de artesanías de la provincia de Imbabura

ANÁLISIS

Para el análisis de nuestra investigación se considerara los cantones de Ibarra y Otavalo debido a que se encuentra la mayor población dedicada a la actividad artesanal y son reconocidas por sus creaciones.

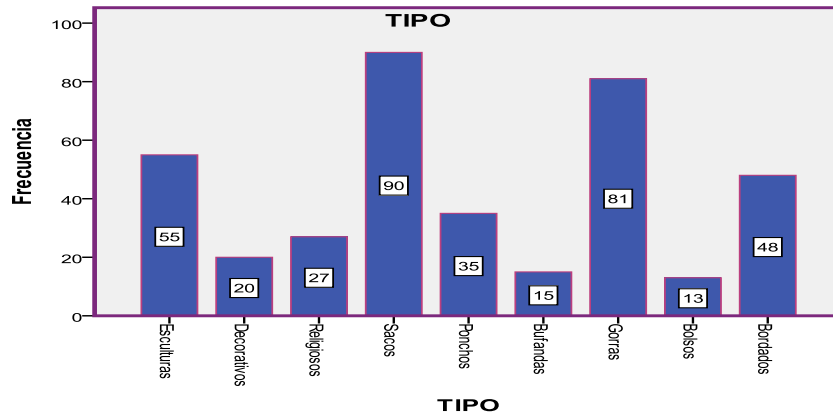
Asociatividad del sector artesanal de la Provincia de Imbabura



ANÁLISIS

Se puede notar que el 83,3% de artesanos no pertenece a ninguna asociación por lo que se puede observar un débil crecimiento económico en el sector artesanal. Mientras que el 16.7% se encuentran asociados lo que les ha generado mayores oportunidades de comercialización a nivel local e internacional.

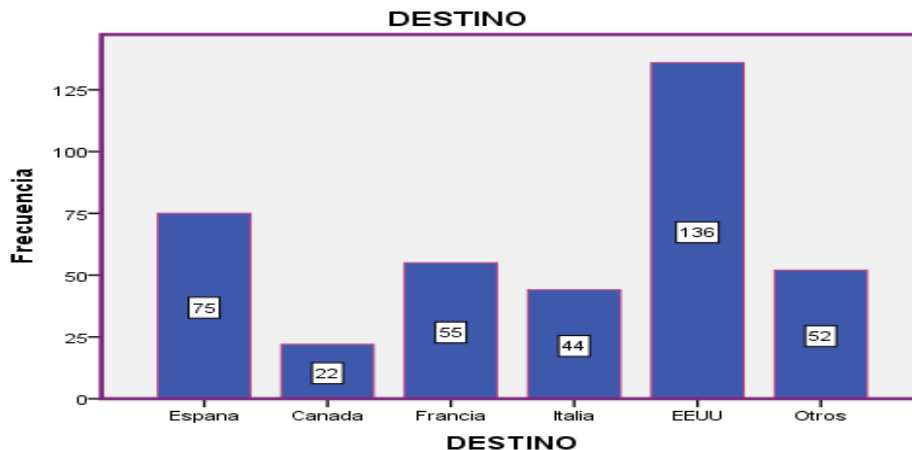
Variedad de artesanías de la Provincia de Imbabura



ANÁLISIS

Del estudio realizado podemos determinar que en la provincia de Imbabura se producen en grandes volúmenes los tejidos elaborados a mano siendo la más destacados los sacos, gorras y bordados como también artesanías de madera entre las más enfatizadas son las esculturas, religiosos y decorativos a pesar de contar con volúmenes reducidos son realmente de un significativo valor comercial, ya que dejan márgenes de utilidad atractivos para los productores.

Destinos internacionales de las artesanías expresada por los productores



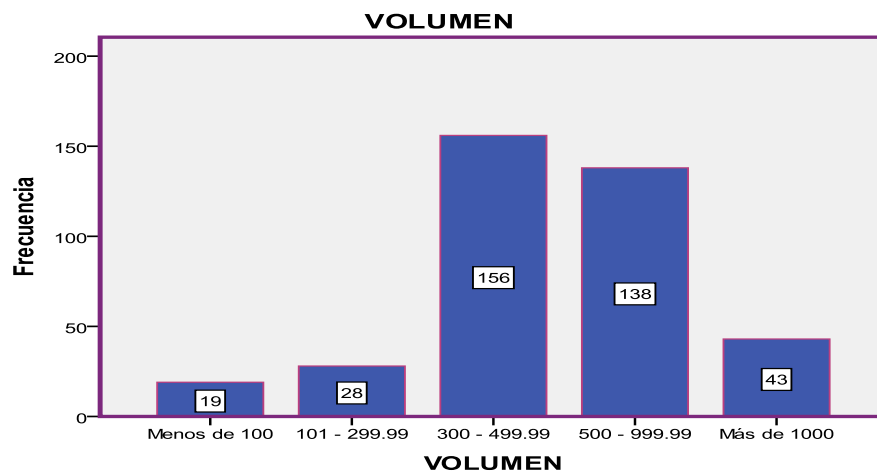
ANÁLISIS

Las artesanías producidas y comercializadas en la provincia de Imbabura por contar con características únicas y con diseños exclusivos se las exporta a mercados internacionales tales como: Estados Unidos mercado atractivo para los exportadores pero con grandes limitaciones ya que existe alta competencia, también manifestaron los artesanos que Canadá, Francia e Italia objeto de la investigación son países demandantes de artesanías en la actualidad.

Nota:

Los artesanos manifiestan que conocen los destinos internacionales de las artesanías pero no realizan la exportación.

Volumen de ventas mensuales

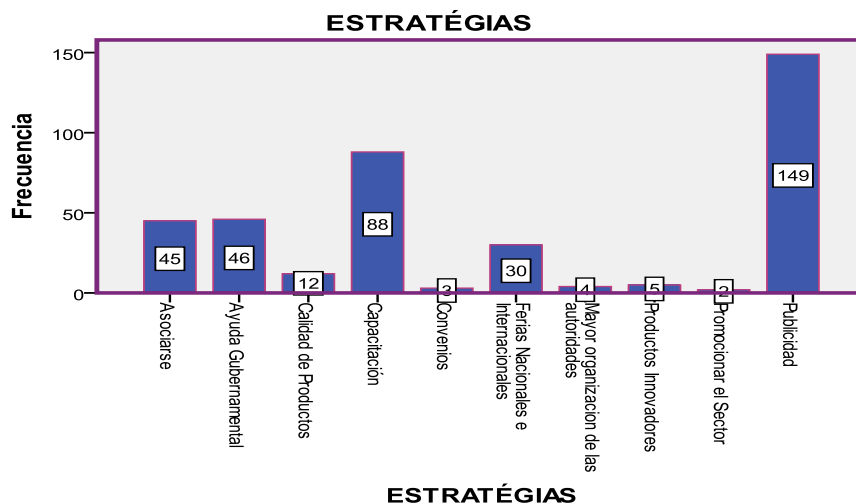


ANÁLISIS

Como se puede observar en la gráfica la mayoría de artesanos dedicados a la producción y comercialización de artesanías coinciden que el volumen de ventas mensuales es de 300 – 499,99 equivalente a 40,6% lo que nos indica que en el sector existe actividad comercial.

También muchos artesanos de la localidad manifiestan que la utilidad que se genera es representativa o rentable cuando los volúmenes de ventas son elevados y esto depende mucho de la temporada o ciclo estacionario.

Estrategias para impulsar la producción y comercialización



ANÁLISIS

Los productores y comercializadores de la provincia de Imbabura, en su mayor parte coincidieron que se necesita una verdadera planeación estratégica en donde se incluya la difusión de los trabajos que se hace en la localidad.

A si mismo indicaron la posibilidad de que deben ser capacitados todos los artesanos para que los artículos a comercializarse tanto en el mercado Nacional e Internacional sean competitivos e innovadores

Por otra parte señalaron que es necesario que los trabajos artesanales deban ser originales de cada artista, ya que se produce la copia de las creaciones, transformándolas en muchas ocasiones en monótonas, por lo que los turistas no tienen variedad de productos al momento de realizar la compra.

También manifiestan que se debe fortalecer el apoyo de las autoridades gubernamentales para de esa manera dinamizar el sector artesanal.

Finalmente los artesanos de la provincia de Imbabura manifestaron que para conseguir el desarrollo económico del sector artesanal es necesaria la asociatividad.

APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO EN LA PROVINCIA DE CARCHI

CUESTIONARIO

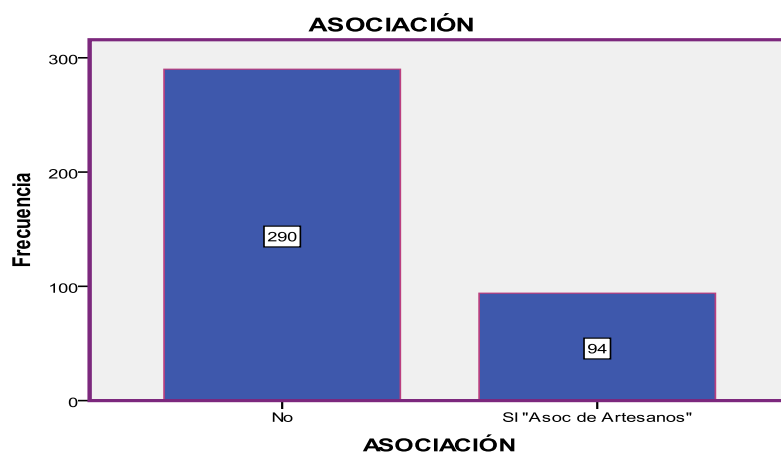
Principales productores de artesanías de la Provincia de Carchi

ANÁLISIS

Los cantones potenciales en la producción artesanal son Mira, Montufar y Tulcán ya que aquí se encuentran asentada una población de gente muy hábil, con talento especial en la elaboración de artesanías. Mientras que en los demás cantones de la provincia de Carchi no existe potencial de actividad artesanal

Para el análisis de nuestra investigación se considerara los cantones de Mira, Montufar y Tulcán debido a que se encuentra una cierta de la población dedicada a la actividad artesanal y son reconocidas por sus creaciones.

Asociatividad del sector artesanal de la Provincia de Carchi

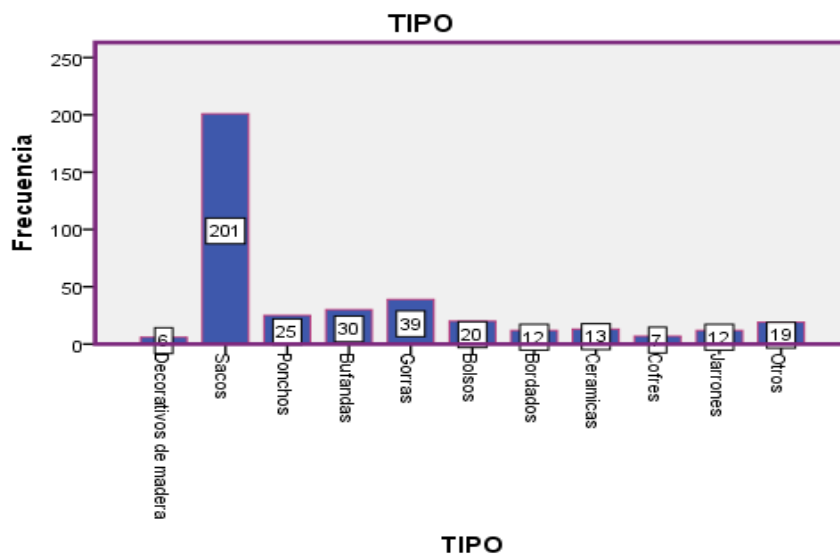


ANÁLISIS

Se puede notar que el 75,4% de artesanos no pertenece a ninguna asociación por lo que se puede notar un débil crecimiento económico en el sector artesanal.

Mientras que el 24,6% se encuentran asociados lo que les ha generado mayores oportunidades de comercialización a nivel local e internacional.

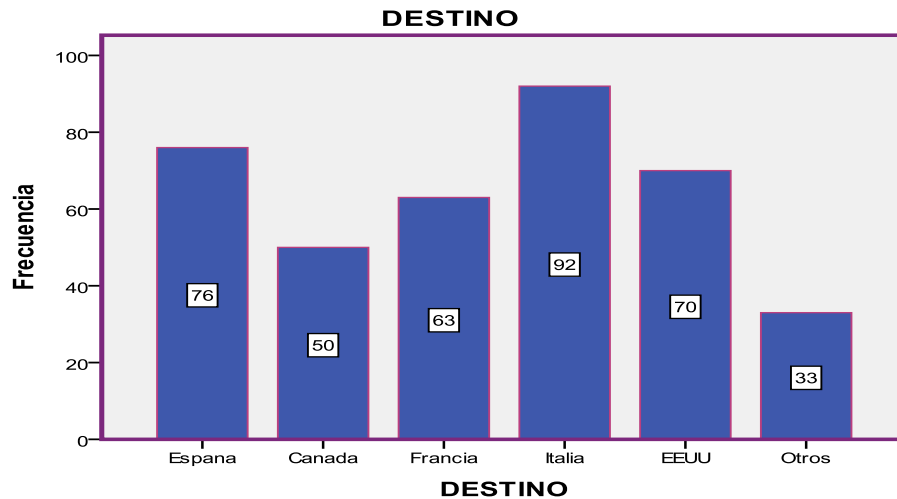
Variedad de artesanías de la Provincia de Carchi



ANÁLISIS

Del estudio realizado podemos determinar que en la provincia de Carchi se producen en grandes volúmenes los tejidos elaborados a mano siendo la más destacados los sacos, gorras y bolsos como también cerámicas decorativos que a pesar de contar con volúmenes reducidos son realmente de un significativo valor comercial, ya que dejan márgenes de utilidad atractivos para los productores.

Destino internacionales de las artesanías



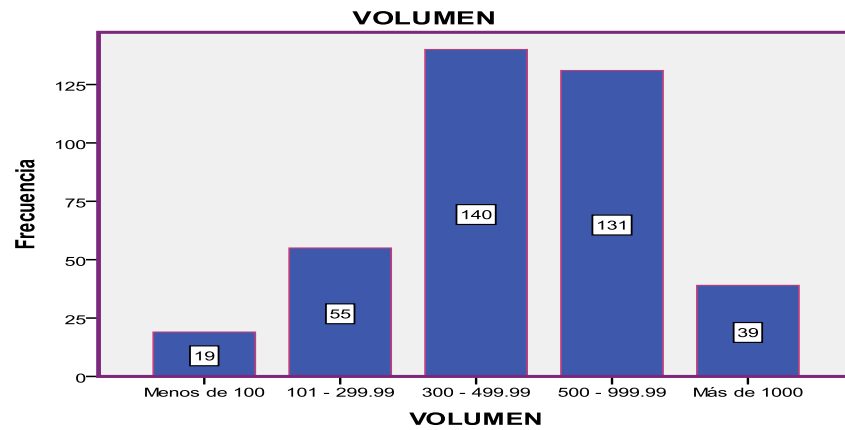
ANÁLISIS

Las artesanías producidas y comercializadas en la provincia de Carchi por contar con características únicas y con diseños exclusivos se las exporta a mercados internacionales tales como: Italia, España y Estados Unidos mercado atractivo para los exportadores pero con grandes limitaciones ya que existe alta competencia, también manifestaron los artesanos que Canadá, Francia e Italia objeto de la investigación son países demandantes de artesanías en la actualidad.

Nota:

Los artesanos manifiestan que conocen los destinos internacionales de las artesanías pero no realizan la exportación.

Volumen de ventas mensuales

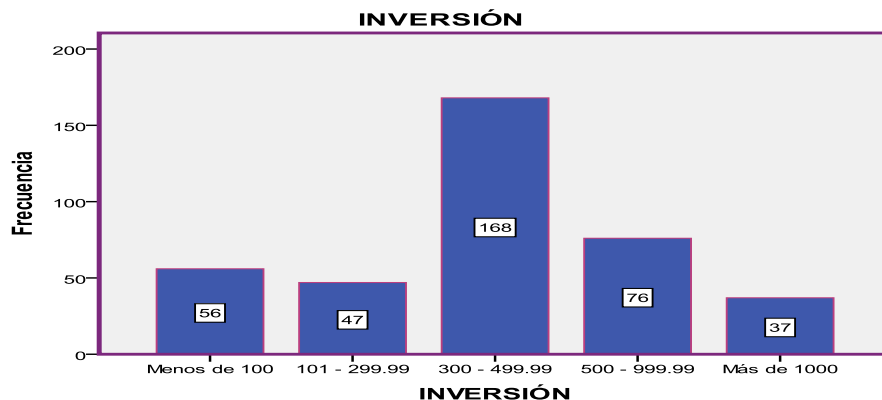


ANÁLISIS

Como se puede observar en la gráfica la mayoría de artesanos dedicados a la producción y comercialización de artesanías coinciden que el volumen de ventas mensuales es de 300 – 499,99 equivalente a 36,4% lo que nos indica que en el sector existe actividad comercial

También muchos artesanos de la localidad manifiestan que la utilidad que se genera es representativa o rentable cuando los volúmenes de ventas son elevados y esto depende mucho de la temporada o ciclo estacionario.

Inversión en la producción/comercialización de artesanías

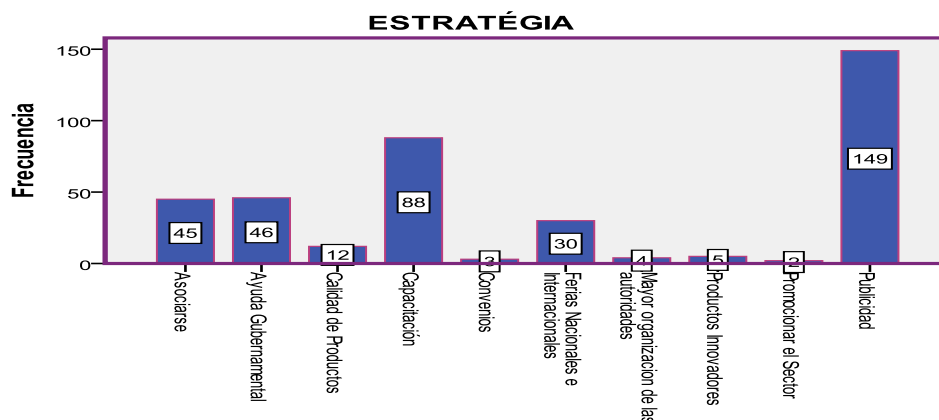


ANÁLISIS

Como se observa en el cuadro, la mayor inversión en la producción con respecto a la elaboración de artesanías es de 300 – 499,99 con un porcentaje

de 43,8% su motivo es que en la elaboración de las artesanías es un precio elevado por sus acabados y su calidad. Según la encuesta realizada a los artesanos utilizan diferentes materiales que pueden ser de buena o mala calidad, lo cual hace que la inversión de la producción sea diferente.

Estrategias para impulsar el comercio



ANÁLISIS

Los productores y comercializadores de la provincia de Carchi, la mayoría coincidieron que se necesita una verdadera planeación estratégica en donde se incluya la difusión de los trabajos que se hace en la localidad.

A si mismo indicaron la posibilidad de que deben ser capacitados todos los artesanos para que los artículos a comercializarse tanto en el mercado Nacional e Internacional sean competitivos e innovadores

También manifiestan que se debe fortalecer el apoyo de las autoridades gubernamentales para de esa manera dinamizar el sector artesanal.

Finalmente los artesanos de la provincia de Imbabura manifestaron que para conseguir el desarrollo económico del sector artesanal es necesaria la asociatividad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Al término de la fase de investigación de campo, tabulación de los datos y análisis de los resultados se puede concluir que:

- Los principales productores de artesanías de la provincia de Imbabura se localizan en los cantones de Ibarra (San Antonio, Zuleta y la Esperanza) y Otavalo (Iluman Peguche,), y de la Provincia de Carchi en los Cantones (Montufar y Mira) generando fuentes de empleo especialmente a los habitantes del sector rural
- En la provincia de Imbabura y Carchi se producen grandes cantidades de tejidos elaborados a mano (sacos y gorras), que tienen calidad de exportación, por su confección, diseño, materia prima y precio competitivo. Además esta actividad es una fuente generadora de empleo para un alto porcentaje de mujeres ubicadas en el sector rural de los cantones de la Provincia de Imbabura y Carchi. Su producción obedece a la demanda internacional debido a que son requeridas por situaciones de temporada climática especialmente en los países europeos y Canadá.
- Dentro de las artesanías de madera tenemos las esculturas tradicionales y el arte religioso, que se encuentran en constante innovación lo cual llama la atención de propios y extraños con una oferta diversificada de artesanías elaboradas para diferentes extractos sociales. Estas artesanías cumplen con las características de exportación no por el volumen sino por el diseño y calidad de su trabajo artesanal especialmente las artesanías religiosas que tienen una acogida importante en los mercados nacionales e internacional y sus precios son altamente competitivos.
- Las artesanías producidas y comercializadas en la provincia de Imbabura y Carchi se caracterizan por contar con diseños originales que constantemente se encuentran siendo innovados, aspecto que el consumidor final valora, y le permite tener accesibilidad a mercados nacionales e internacionales.

- Mediante la investigación realizada podemos concluir que los países a los que más se exportan las artesanías de la provincia de Imbabura y Carchi es a Estados Unidos, España, Canadá, Francia e Italia.
- Se determinó que en la producción de las artesanías elaboradas en la provincia de Imbabura y Carchi existe variedad en diseños, un trabajo técnico con materias primas que garantizan la calidad de los productos terminados el mismo que cumple con los requerimientos de los mercados Internacionales, a precios altamente competitivos.
- En el sector artesanal de la provincia de Imbabura se determinó que existe una alta competencia entre productores y comercializadores locales situación que afecta al precio de las artesanías sin embargo obliga al artesano a crear nuevos diseños que le permita marcar diferencia con la competencia y sean altamente valorados a nivel local nacional e internacional.

Recomendaciones

- Rediseñar la misión visión y políticas de las dos asociación para direccionar el proceso de comercializar las artesanías a los países de Canadá Francia e Italia.
- Firmar convenios de cooperación interinstitucional con organismos estatales como MIPRO, MCPEC, Turismo y otros como las empresas privadas para fortalecer los procesos de posicionamiento en los mercados internacionales.
- Crear un centro de diseño e innovación en la confección de artesanías a lo interno de las asociaciones.
- Crear un departamento especializado de marketing y ventas para mantener e incrementar las ventas a través de las diferentes canales de distribución.

ESTUDIO TÉCNICO

Localización

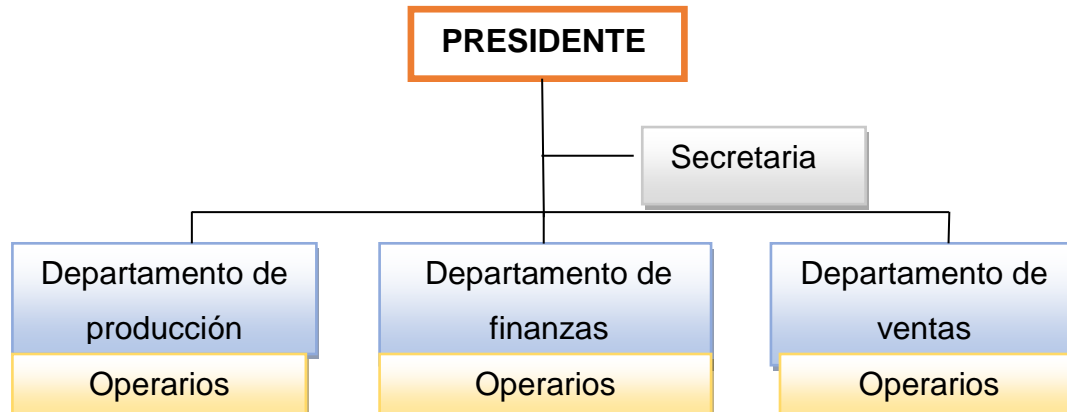
Lugar óptimo para obtener mayor utilidad o una minimización de costos.

En este caso la Asociación se localiza en:

Localización de las asociaciones objeto de estudio

	Asociación de Artesanos “ San Antonio de Ibarra”	Asociación de Artesanos “UNAIMCO ”
Provincia	Imbabura	Imbabura
Cantón	Ibarra	Otavalo
Parroquia	San Antonio de Ibarra	
Dirección	27 de Noviembre García Moreno	Sucre y Salinas (esq)

Estructura organizacional



Objetivos

- Implementar una cultura empresarial fundamentada en principios, valores y participación asociativa para asumir retos de desarrollo económico para el sector artesanal de Imbabura y Carchi.
- Desarrollar nuevos diseños de artesanías en madera y tejidos en lana para el mercado nacional e internacional.
- Incursionar en diferentes mercados tanto a nivel nacional como internacional.

Plan Logístico de artesanías en madera a los países de Canadá, Francia e Italia

COSTO A CONSIDERAR	CANADÁ	FRANCIA	ITALIA
Costo mercadería	75854	75854	75854
Empaque y Embalaje	1371.82	1371.82	1371.82
VALOR EXW	77225.82	77225.82	77225.82
Unitarización	300.00	350.00	450.00
Manipuleo en el local del exportador	150.00	150.00	150.00
Documentación	100.65	100.65	100.65
Transporte interno	789.00	789.00	789.00
Agente	135.85	135.85	135.85
Seguro interno	91.02	91.02	91.02
Capital e inventario	59.09	68.99	69.07
VALOR FCA	78851.43	78911.33	79011.41
VALOR FAS	78851.43	78911.33	79011.41
Almacenamiento	50.00	50.00	50.00
Manipulación	125.00	125.00	125.00

Embarque			
Capital Inventario	98.78	98.86	99.98
VALOR FOB	79125.21	79185.19	79286.39
Transporte Internacional	2719	1355	2100
VALOR CPT	81844.21	80540.19	81386.39
Seguro Internacional		386.13	386.13
CIP	82230.34	80926.32	81772.52
VALOR CFR	82230.34	80926.32	81772.52
Capital Inventario	328.92	354.05	429.30
VALOR CIF	82559.26	81280.37	82201.82
Manipulación Destino	60.00	65.00	70.00
VALOR DAT	82619.26	81345.37	82271.82
Transporte Interno	500.00	450.00	935.00
VALOR DAP	83119.26	81795.37	83206.86
Nacionalización	120.00	90.00	95.00
Tramite Agente de Aduana	80.00	120.00	110.00
Capital Inventario	374.94	389.52	458.76
VALOR DDP	83694.20	82394.84	83870.58

**Plan Logístico de artesanías tejidos en lana a los países de Canadá,
Francia e Italia**

COSTO A CONSIDERAR	CANADÁ	FRANCIA	ITALIA
Costo mercadería	22245.45	22245.45	22245.45
Empaque y Embalaje	609.55	609.55	609.55
VALOR EXW	22855.00	22855.00	22855.00
Unitarización	300.00	350.00	450.00
Manipuleo en el local del exportador	120.00	150.00	150.00
Documentación	100.65	100.65	100.65
Transporte interno	750.00	789.00	750.00
Agente	135.85	135.85	135.85
Seguro interno	26.69	26.69	26.69
Capital e inventario	21.25	21.36	21.41
VALOR FCA	24309.44	24428.55	24489.60
VALOR FAS	24309.44	24428.55	24489.60
Almacenamiento	50.00	50.00	50.00
Manipulación Embarque	125.00	125.00	125.00
Capital Inventario	30.61	30.75	30.83
VALOR FOB	24515.05	24634.30	24695.43
Transporte Internacional	2719	1355	2100
VALOR CPT	27234.05	25989.30	26795.43
Seguro	111.23	111.23	111.23

Internacional			
CIP	27345.28	26100.53	26906.66
VALOR CFR	27345.28	26100.53	26906.66
Capital Inventario	105.96	117.45	141.26
VALOR CIF	27451.24	26217.98	27047.92
Manipulación Destino	60.00	65.00	70.00
VALOR DAT	27511.24	26282.98	27117.92
Transporte Interno	500.00	450.00	935.00
VALOR DAP	83119.26	26732.98	28052.92
Nacionalización	120.00	90.00	95.00
Tramite Agente de Aduana	80.00	120.00	110.00
Capital Inventario	121.24	131.35	155.42
VALOR DDP	27832.48	27074.33	28413.34

Indicadores del estudio de factibilidad de las artesanías en madera y tejidas a mano a los países de Canadá Francia e Italia

INDICADORES	ARTESANÍAS EN MADERA			ARTESANÍAS TEJIDAS A MANO		
	CANADÁ	FRANCIA	ITALIA	CANADÁ	FRANCIA	ITALIA
VAN.	512193.18	607728.99	347330.19	1534888.54	1576413.69	2481436.42
TIR.	41%	46%	32%	35%	36%	48%
ROI.	\$1.93	\$2.07	\$1.61	\$1.71	\$1.3	\$2.15

Del estudio de factibilidad realizado para la comercialización de artesanías a los países de Canadá, Francia e Italia se determinó que los indicadores financieros dan como resultado que es factible la comercialización debido a que el VAN, TIR son positivos y marcan significativa diferencia con respecto al porcentaje

del interés realizado por endeudamiento con cualquier institución financiera que ofrezca una línea de crédito que no supere al 15 % establecido en este estudio.

Además para fortalecer este análisis el ROI nos refleja que por cada dólar invertido se recupera sobre el 50% de la inversión