

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

“ Estudio de mercados alternativos para las artesanías de Paja
Toquilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades
comerciales para la Provincia de Manabí ”

Trabajo de Titulación previo a la obtención del
título de Ingeniera en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Cristina Maribel León Paucar

ASESOR: Ing. Iván Realpe

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO

Certifico que la estudiante Cristina Maribel León Paucar con el número de cédula 0401636550 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Estudios de mercados alternativos para las artesanías de Paja Toquilla y los mecanismos de comercialización que generan oportunidades comerciales en la Provincia de Manabí”.

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

Ing. Iván Realpe

Tulcán, 4 de agosto de 2015

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Cristina Maribel León Paucar con cédula de identidad número 0401636550 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....
Cristina Maribel León Paucar
Tulcán, 4 de agosto de 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Cristina Maribel León Paucar, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 4 de agosto de 2015

Cristina Maribel León Paucar
CI 0401636550

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por concederme el privilegio de la vida, por protegerme durante todo el camino que he recorrido y darme fuerzas para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado, gracias a ti he culminado una etapa más en mi vida.

A mí querida madre Fátima por ser mi ejemplo de mujer luchadora, agradezco la confianza y el apoyo brindado durante mi vida y aun más para llegar a culminar mi profesión, mis hermanos Jairo y Jonathan, que fueron fuente de luz a través de sus consejos y dándome ánimo para que no desista de mis objetivos, a mi sobrina que con su inocencia ha llenado de alegría a mi vida. Gracias por sus esfuerzos y por luchar para ayudarme a conseguir una meta más en mi vida.

A mis amigas y amigos, quienes me acompañaron en esta trayectoria, gracias por compartir momentos de felicidad y tristeza durante nuestra etapa de aprendizaje y conocimiento, y a quienes directa o indirectamente han permitido llevar a cabo la culminación de mi tesis.

A mi asesor de tesis al Ing. Iván Realpe, por la orientación y ayuda que brindo para la realización de mi tesis, por las sugerencias recibidas, el seguimiento y la supervisión de este trabajo.

DEDICATORIA

Este es un sueño compartido, este trabajo dedico a Dios, mi madre Fátima Paucar que es lo más grande que tengo en la vida, gracias mamá por darme la mejor herencia del mundo: tus valores, principios y mi estudio, mi padre Gonzalo León aunque esté ausente físicamente, siento que está conmigo en todo instante y sin embargo sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

Cristina León

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO	i
AUTORÍA DE TRABAJO.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ABSTRACT	- 11 -
INTRODUCCIÓN	- 12 -
CAPÍTULO I	- 14 -
1. EL PROBLEMA.....	- 14 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	- 14 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	- 15 -
1.3. DELIMITACIÓN.....	- 15 -
1.4. JUSTIFICACIÓN	- 15 -
1.5. OBJETIVOS	- 17 -
1.5.1 Objetivo General.	- 17 -
1.5.2 Objetivos Específicos.	- 17 -
CAPÍTULO II	- 18 -
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	- 18 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 18 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 20 -
2.3. TEORÍAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN	- 21 -
2.4. VOCABULARIO	- 21 -
2.5. IDEA A DEFENDER.....	- 23 -

2.6. VARIABLES	- 23 -
CAPÍTULO III	- 25 -
3. METODOLOGÍA.....	- 25 -
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	- 25 -
3.2. MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN	- 25 -
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	- 26 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	- 15 -
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 18 -
3.6 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	- 19 -
3.6.1. Análisis Situacional de Estados Unidos.....	- 21 -
3.6.1.1 Factores Socio Económicos	- 21 -
3.6.1.2 Factores Políticos	- 23 -
3.6.1.3 Factores Legales	- 24 -
3.6.2. Análisis Situacional de Panamá	- 26 -
3.6.2.1 Factores Socioeconómicos	- 26 -
3.6.2.2 Factores Políticos	- 29 -
3.6.2.3 Factores Legales	- 30 -
3.6.3. Análisis Situacional de Francia.....	- 32 -
3.6.3.1 Factores socioeconómicos	- 32 -
3.6.3.2 Factores Políticos	- 34 -
3.6.3.3 Factores Legales	- 36 -
3.7 MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN	- 38 -
3.7.1 FACTORES GEOGRÁFICOS	- 38 -
3.7.1.1 Medios de transporte para el acceso a Estados Unidos.....	- 39 -

3.7.1.2 Medios de transporte para el acceso a Panamá	- 39 -
3.7.1.3 Medios de transporte para el acceso a Francia.....	- 40 -
3.7.2 TIEMPO Y DISTANCIA	- 41 -
3.7.3 SISTEMA DE EMPAQUE, EMBALAJE, ETIQUETA	- 42 -
3.7.4 INCOTERMS 2010.....	- 44 -
3.7.5 MEDIOS DE PAGO.....	- 46 -
3.7.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	- 47 -
3.7.7 Análisis De Perfil De Oportunidades Y Amenazas En El Medio (POAM)	- 53 -
3.8 ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO PARIS- FRANCIA.....	- 55 -
3.8.1 Perfil De Consumidor	- 55 -
3.8.2 Potenciales Consumidores.....	- 57 -
3.8.3 Exportaciones e Importaciones de Francia a nivel mundial.....	- 58 -
3.8.4 Producción Nacional De Artesanías de en Francia	- 59 -
3.8.5 Precio Referencial Internacional.....	- 59 -
3.8.6 Competencia Internacional.....	- 60 -
3.9 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR.....	- 61 -
3.9.1 Factores Político Legal	- 61 -
3.9.2 Factores Socio, Económicos Ecuador.....	- 62 -
3.9.3 Sector Artesanal De Sombreros De Paja Toquilla En Ecuador-	63 -
3.9.4 Análisis Mercado- Producto.....	- 65 -
3.9.5 Características de la producción	- 66 -
3.9.6 Análisis Situación De La Empresa Y El Producto Ofertante.....	- 68 -
3.9.7 Capacidad de la oferta	- 69 -
3.9.8 Proyecciones De Estudio	- 70 -

CAPÍTULO IV	- 75 -
4.1 CONCLUSIONES.....	- 75 -
4.2 RECOMENDACIONES	- 77 -
CAPÍTULO V	- 78 -
5. PROPUESTA	- 78 -
5.1 TÍTULO.....	- 78 -
5.2 JUSTIFICACIÓN	- 78 -
5.3 OBJETIVOS	- 79 -
5.3.1 Objetivo General	- 79 -
5.3.2 Objetivos Específicos	- 79 -
5.4 ESTUDIO TÉCNICO	- 79 -
5.4.1 Localización del proyecto	- 80 -
5.4.1.1 Macro localización	- 80 -
5.4.1.2 Micro Localización	- 81 -
5.4.2 Determinación Espacio Físico	- 82 -
5.4.3 Misión	- 83 -
5.4.4 Visión.....	- 83 -
5.4.5 Objetivos	- 83 -
5.4.6 Factibilidad organizativa y Administrativa	- 84 -
5.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	- 84 -
5.5.1 Requerimiento de Talento Humano.....	- 84 -
5.5.2 Manual de Funciones	- 85 -
5.6 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	- 87 -
5.6.1.Empaque de los Sombreros de paja Toquilla	- 87 -
5.6.2 Logotipo y Slogan del producto	- 88 -

5.6.3 Formato de la Etiqueta	- 88 -
5.7 MAPA DE PROCESOS	- 89 -
5.8 PROCESO LOGÍSTICO	- 93 -
5.8.1 Información Básica del Producto	- 94 -
5.8.2 Calculo del Cubicaje	- 95 -
5.8.3 Estimación De Ventas	- 96 -
5.8.4 Sistema De Envase, Embalaje Y Etiqueta.....	- 97 -
5.8.5 Documentación	- 97 -
5.8.6 Transporte Internacional.....	- 98 -
5.8.7 Seguro Internacional	- 98 -
5.9 ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	- 101 -
5.9.1 Inversión Inicial.....	- 101 -
5.9.2 Capital de Operación.....	- 101 -
5.9.3 Costos De Producción.....	- 102 -
5.9.4 Gastos Administrativos.....	- 103 -
5.9.5 Gastos De Exportación.....	- 104 -
5.9.6 Inversión Inicial.....	- 105 -
5.9.7 Estados Financieros	- 106 -
5.9.8 INDICADORES FINANCIEROS	- 107 -
5.9.9 Punto de Equilibrio	- 110 -
CAPÍTULO VI.....	- 111 -
6.1 BIBLIOGRAFÍA	- 111 -
6.2 LINKOGRAFÍA	- 112 -
ANEXOS	- 115 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación.....	- 15 -
Tabla 2 Fundamentación Legal.....	- 20 -
Tabla 3 Teorías de Comercio Exterior.....	- 21 -
Tabla 4 Operacionalización de las variables.....	- 15 -
Tabla 5 Países Importadores con la partida 65040000.....	- 20 -
Tabla 6 Ficha Técnica Factores Socioeconómicos Estados Unidos..	- 21 -
Tabla 7 Ficha Técnica Factores Políticos.....	- 23 -
Tabla 8 Ficha Técnica Factores Legales.....	- 24 -
Tabla 9 Ficha Técnica Factores Socioeconómicos Panamá.....	- 26 -
Tabla 10 Ficha Técnica Factores Políticos.....	- 29 -
Tabla 11 Ficha Técnica Factores Legales.....	- 30 -
Tabla 12 Ficha Técnica Factores Socioeconómicos Francia	- 32 -
Tabla 13 Ficha Técnica Factores Políticos.....	- 34 -
Tabla 14 Ficha Técnica Factores Legales.....	- 36 -
Tabla 15 Índice de Desempeño Logístico	- 38 -
Tabla 16 Medios de Transporte Estados Unidos	- 39 -
Tabla 17 Medios de Transporte en Panamá	- 40 -
Tabla 18 Medio de Transporte Francia	- 41 -
Tabla 19 Tiempo y Distancia.....	- 42 -
Tabla 20 Sistema De Empaque, Embalaje Estados Unidos.....	- 43 -
Tabla 21 Sistema De Empaque, Embalaje, Etiqueta Francia.....	- 43 -
Tabla 22 Sistema De Empaque, Embalaje, Etiqueta Panamá	- 44 -
Tabla 23 Incoterms	- 45 -
Tabla 24 Medios De Pago.....	- 47 -
Tabla 25 Canales De Distribución	- 48 -
Tabla 26 Matriz POAM.....	- 53 -
Tabla 27 Empresas Importadoras	- 56 -
Tabla 28 Estratificación De La Población.....	- 57 -

Tabla 30 Exportaciones E Importaciones De Artesanías Bajo La Partida 650400 (miles de dólares FOB).....	- 58 -
Tabla 31 Principales Países Proveedores bajo Partida 650400 en \$.	- 58 -
Tabla 32 Precios De Sombreros Clásico Normal En Mercados Internacionales	- 59 -
Tabla 33 Ficha Técnica de Factores Socioeconómicos Ecuador.....	- 62 -
Tabla 34 Ficha Técnica del Producto	- 65 -
Tabla 35 FODA	- 69 -
Tabla 36 OFERTA DE SOMBREROS.....	- 70 -
Tabla 37 Tabla De La Demanda Insatisfecha	- 74 -
Tabla 38 Requerimiento Talento Humano.....	- 84 -
Tabla 39 I Identificación Del Cargo Gerente General.....	- 85 -
Tabla 40 I Identificación Del Cargo Secretaria	- 86 -
Tabla 41 I Identificación Del Cargo Comercio Exterior.....	- 86 -
Tabla 42 I Identificación Del Cargo Operario	- 87 -
Tabla 43 Mapa de procesos de Comercialización de los Sombreros de Paja Toquilla.....	- 89 -
Tabla 44 Proceso de Recepción De La Mercadería.....	- 90 -
Tabla 45 Proceso de Contacto con el Cliente	- 91 -
Tabla 46 Proceso de Exportación de Exporta Fácil	- 92 -
Tabla 47 Exporta Fácil	- 93 -
Tabla 48 Información Básica Del Producto	- 94 -
Tabla 49 Detalle Calculo De Cubicaje.....	- 95 -
Tabla 50 Detalle Estimación de Ventas.....	- 96 -
Tabla 51 Detalle Envase/Empaque.....	- 97 -
Tabla 52 Detalle Mercado	- 97 -
Tabla 53 Detalle Documentación	- 97 -
Tabla 54 Flete Internacional.....	- 98 -
Tabla 55 Seguro Internacional	- 98 -
Tabla 57 Detalle Costos Directos de Exportación	- 99 -
Tabla 58 Detalle Costos En El Tránsito Internacional	- 99 -

Tabla 59 Detalle De Costos En El País Importador	- 100 -
Tabla 60 Detalle de Activos Fijo.....	- 101 -
Tabla 62 Capital de Operación.....	- 102 -
Tabla 63 Detalle Costos de Producción	- 103 -
Tabla 64 Detalle Gastos Administrativos.....	- 103 -
Tabla 65 Detalla Gastos de Exportación	- 104 -
Tabla 66 Inversión Inicial.....	- 105 -
Tabla 67 Estructura de Financiamiento - con financiamiento.....	- 105 -
Tabla 68 Amortización de la Deuda	- 105 -
Tabla 69 Balance General - Con Financiamiento.....	- 106 -
Tabla 70 Estado de Resultados - Con Financiamiento	- 107 -
Tabla 71 Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento	- 107 -
Tabla 72 Valor actual Neto y Tasa Interna de Retorno	- 108 -
Tabla 73 Punto de Equilibrio - Con Financiamiento	- 110 -
Tabla 37 Tabla De La Demanda Insatisfecha	12

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Países Importadores con la partida 65040000	- 20 -
Gráfico 2 Balanza Comercial Estados Unidos- Mundo	- 22 -
Gráfico 3 Balanza Comercial Panamá- Mundo	- 28 -
Gráfico 4 Balanza Comercial Francia- Mundo.....	- 34 -
Gráfico 5 Incoterms 2010	- 45 -
Gráfico 6 Países Exportadores de Sombreros de Paja Toquilla 2014- 60 -	
Gráfico 7 Proceso De Elaboración De Paja Toquilla Para La Confección De Los Sombreros	- 67 -
Gráfico 8 Macro localización Provincia De Azuay	- 80 -
Gráfico 9 Micro localización Cantón Sigsig	- 81 -
Gráfico 10 Determinación Espacio Físico	- 82 -
Gráfico 11 Factibilidad Organizativa Y Administrativa.....	- 84 -

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación establece como objetivo determinar los mercados alternativos mediante un análisis comercial para la comercialización de los sombreros de paja toquilla en los países internacionales seleccionados, los cuales generen oportunidades comerciales para las artesanías de la provincia de Manabí mediante acuerdos o esquemas comerciales con los países de Estados Unidos, Francia, Panamá.

Para la elaboración de este estudio, se analizó la situación actual de los diferentes mercados alternativos o demandantes a nivel mundial como Francia, Estados Unidos y Panamá, considerando factores importantes como socioeconómicos, políticos, legales y tecnológicos, elementos que ayudaron a seleccionar el país destino más idóneo para las exportaciones del sector artesanal de la Provincia de Manabí.

Francia al ser un país miembro de la comunidad europea, es un mercado muy atractivo por su estabilidad económica, política y social, siendo un país alternativo para realizar negociaciones con Ecuador, aprovechando que es un mercado potencial de productos de ocio y de cultura artesanal, mediante fuentes secundarias se investigó acerca del perfil del consumidor Francés, gustos, preferencias y principales consumidores de los sombreros de paja toquilla.

Asimismo, se realizó un análisis de Ecuador, aspectos económicos, políticos y legales, al igual que la oferta que existe de la producción de sombreros de paja toquilla en la provincia de Manabí.

Posteriormente, se muestra un análisis financiero, y se requiere una inversión inicial de \$ 20,801, financiado el 50% por el Banco Nacional de Fomento y el 40% correspondiente a capital propio. Se presenta un valor actual neto de 23,017.86 usd y una tasa de retorno del 35,71% durante un periodo de 3 años, en relación a costo/ beneficio corresponde que por cada dólar invertido se recupera 1.11\$, obteniendo resultados positivos que favorecen a la factibilidad del proyecto.

ABSTRACT

The principal objective of this study is to establish alternative markets for the commercialization of toquilla straw hats in selected international markets by the use of a commercial analysis. These markets could generate commercial opportunities for the crafts of the province of Manabí by means of agreements or business plans with the United States, France and Panama.

When elaborating this study, the current state alternative markets and the demand of various countries such as France, U.S. and Panama was analyzed. Important factors, such as social-economic, political, legal and technological, were analyzed. These elements help to choose the most ideal market for the export of crafts from the province of Manabí.

The fact that France is a member of the European Union makes it an attractive market. It is a country with a stable economic, political and social climate making it an attractive country to do business with Ecuador. The french market is a potential market for leisure and cultural products. An investigation of the profile of the french consumer, tastes and preferences were performed with the help of secondary sources.

An analysis of the economic, political and legal aspects of Ecuador was made as well. The production supply of the toquilla straw hat of Manabi was also analyzed.

Subsequently a financial analysis is provided which shows that an initial investment of \$20.801,00 is required of which 50% is financed by Banco Nacional de Fomento and 40% of equity. The plan has a Net Present Value (NPV) of \$21.017,83 and a return rate of 35,71% during a period of 3 years with relation to cost /benefit. These figures show that for each invested dollar \$1.11 is recovered which obtains positive results which favor the feasibility of the project.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador cuenta con un sector artesanal diverso, existen mercados habituales para la elaboración y comercialización de productos artesanales, tal es el caso de Montecristi Manabí, Gualaceo en Azuay, Chimbo en Bolívar, Guaranda en Bolívar, Salcedo en Cotopaxi, Guano en Chimborazo, es rico en recursos naturales, su situación geográfica permite obtener materias primas para la producción de artesanías y que al momento de fabricarlas no causan daños ecológicos.

Este proyecto tiene como finalidad, determinar un estudio de mercados alternativos para la exportación de artesanías de paja toquilla desde la provincia de Manabí, de tal manera que generen oportunidades comerciales en mercados demandantes, de este modo permite dinamizar el destino de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanal.

La presente investigación comprende cinco capítulos, los cuales han sido desarrollados mediante fuentes primarias y secundarias. En el capítulo I se presenta el planteamiento del problema y la formulación, además se establece los objetivos que se pretende conseguir.

El capítulo II utiliza información secundaria correspondiente al proyecto por medio de antecedentes investigativos datos que servirán de apoyo en el desarrollo del trabajo, además el análisis de las teorías y fundamentaciones legales que servirán de sustentación de la idea a defender.

El capítulo III muestra la metodología de la investigación que servirá para analizar los aspectos del mercado objetivo, aspecto económico, social, político y tecnológico, asimismo el perfil de consumidores para determinar la demanda insatisfecha y la oferta a exportable del producto.

El capítulo IV contiene las conclusiones y recomendaciones en base al estudio de mercado, las cuales servirán para la toma de decisiones.

El capítulo V detalla la propuesta en la cual se realizó un estudio técnico, se considera la viabilidad del proyecto partiendo del tamaño del proyecto y capacidad de las operaciones, un análisis logístico donde se detallan los costos y gastos del país importador y exportador, y para culminar se elaboró un estudio financiero, permitiendo determinar la rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La problemática del sector artesanal en el Ecuador presenta dificultades que parten desde los pequeños volúmenes de producción hasta el desconocimiento de su demanda en mercados internacionales, los cuales se han generado principalmente por la falta de asociatividad y la ausencia de estudios de mercado que determinen los mecanismos de comercialización adecuados, por otra parte, son alarmantes las cifras que revelan que "el 81.16% de los artesanos tienen unidades económicas familiares de subsistencia, esto es, que su principal interés está centrado en asegurar su existencia y no en desarrollar su unidad económica" (RITFA ,2011, p.139), debido a que el demandante no valora el trabajo que realizan los artesanos.

La desorganización de productores de artesanías en Manabí no ha permitido la comercialización de estos bienes en un mercado local y peor aun en un mercado internacional, impidiendo que los clientes desconozcan la calidad de las artesanías elaboradas en Manabí.

La calidad de las diferentes artesanías fabricadas por los artesanos es una ventaja para poder competir en diferentes mercados internacionales y que la falta de organización y de estudios de mercados se limitan a comercializar en un mercado local y en cantidades pequeñas.

Al no contar con la suficiente solvencia económica para desenvolverse en sus negocios, se identifican limitantes como el acceso reducido a créditos en el sistema bancario del Ecuador, lo que ha generado que el capital de trabajo sea escaso, evidenciado en los pocos niveles de reinversión en esta actividad económica. Así mismo una de las principales limitaciones para el desarrollo de este sector es la carencia de procesos operativos, funcionales y gerenciales eficientes, que les permitan desarrollar estrategias adecuadas de ventas.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La carencia de un estudio para determinar mercados alternativos de las artesanías de Paja Toquilla no ha permitido identificar los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la Provincia de Manabí.

1.3. DELIMITACIÓN

Tabla 1 Delimitación	
Objeto de estudio	Mercado alternativos
Sujeto de estudio	Oportunidades comerciales- Mecanismos de comercialización
Tiempo de aplicación	Febrero 2014 – Febrero 2015
Ubicación geográfica	Provincia de Manabí – Demandantes Francia, Estados Unidos, Panamá.
Aérea de conocimiento	Comercio Exterior
Grupo social	Artesanos, Exportadores, Transportistas, Demandantes, Consumidores.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Cristina León

1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se desarrollará en el marco de proyectos establecidos por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, considerando que: la Constitución de la República del Ecuador (2008) manifiesta como una de las finalidades del sistema de educación superior a la investigación científica y tecnológica (Art. 350), además en el marco del Plan Nacional para el Buen Vivir (2013-2017) existe una concepción ampliada de la economía rural, incorporando a la artesanía como una potencialidad para desarrollar. (p. 128)

El presente trabajo radica en la necesidad de exportar artesanías de paja toquilla, el cual representa un rubro importante dentro de la economía nacional, donde los productos artesanales representan una cultura tradicional de un pueblo que son valoradas dentro y fuera del país, artesanías que se producen en la provincia de Manabí.

Luego de revisar la producción documental al respecto, encontré abundante información, la cual está abocada al estudio de mercados de artesanías, con una gama inmensa de países receptores, de los que se destacan Estados Unidos y mercados Europeos –propios de mi investigación- pero que, ante las circunstancias del mundo globalizado, surgen mayores oportunidades en ambos países. Es por ello se consideró necesario, no solamente actualizar los datos, sino la realización de un estudio serio, riguroso y técnico que permita a los artesanos manabitas de paja toquilla, insertarse a la economía mundial.

Al desarrollar el tema: *Estudios de mercados alternativos para las artesanías de paja toquilla y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia del Manabí*, se pretende desenvolver conocimientos adquiridos en las aulas, adquirir experiencias en los diversos campos del Comercio Exterior, como también me ayudara en el desarrollo personal y en el campo laboral, además es un requisito para la obtención del título de Ingeniera en la carrera de comercio exterior y negociación comercial internacional.

La investigación que se realizará es importante dentro de mi carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional principalmente porque mediante dicha indagación y la utilización de diversas técnicas para la investigación se dará una solución a un problema, y posteriormente servirá de guía para próximas investigaciones.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General.

Determinar los mercados alternativos y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales para las artesanías de Paja toquilla en la provincia de Manabí.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar bibliográficamente un mercado alternativo, los mecanismos de comercialización y las oportunidades comerciales.
- Diagnosticar los mercados alternativos y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales para las artesanías de Paja toquilla en la provincia de Manabí.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de artesanías de sombreros de paja toquilla desde la provincia de Manabí.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para desarrollar la presente investigación se debe analizar proyectos realizados por otros autores acerca de estudios de mercados de artesanías, por lo tanto se analizaron algunos proyectos.

En primera instancia, consideramos una investigación realizada en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por las autoras Querembas y Rivera (2013), bajo el título de *“La Comercialización de artesanías producidas en la provincia del Carchi e Imbabura y la demanda existente en Canadá, Francia e Italia”* previo a obtener el título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, se concentra en un estudio de comercialización de artesanías producidas en las provincias del Carchi e Imbabura que por su variedad de diseños y la calidad del producto hacen que sean competitivos y apetecidos internacionalmente, además existiendo una producción en grandes cantidades que permitió cubrir parte de la demanda de los diferentes países aplicando estrategias de comercialización, y que al mantener acuerdos comerciales con Estados Unidos, Francia, Canadá, los productos se comercializar libremente y a liberarse total o parcialmente de pagar arancel.

Como segunda investigación referente al tema se toma en cuenta una tesis realizada en la Universidad Tecnológica Equinoccial por la autora Cristina Arias con el tema *“El estudio de factibilidad para la exportación de artesanías en paja toquilla elaborados en la provincia del Azuay a los Estados Unidos en el periodo 2009- 2018”* para la obtención del título de ingeniería de empresas, esta investigación está sustentado en un estudio de oferta y demanda de las artesanías, buscando aportar al desarrollo socioeconómico de los productores de las artesanías en la provincia de Azuay, mediante las asociatividad de productores principales que realicen su trabajo de esta manera tener una mayor

producción para la exportación, siendo competitivos tanto en calidad, diseños y en precios. Estudio que ayudó a identificar mercados internacionales como fue Estados Unidos, país multicultural donde existe migración de nuestro país, siendo una carta de entrada de los productos, promoviendo el conocimiento de la cultura del Ecuador y por ende la adquisición de las artesanías.

Otra de las investigaciones a tomarse es la efectuada en la Universidad del Azuay, autora María Machuca (2009), facultad de ciencias jurídicas; con el tema: *“Estudio de mercado para la exportación de sombreros de paja toquilla “sombreros Barranco”, a la Habana Cuba*. Esta investigación permite identificar a la empresa Rafael Paredes Cía. Ltda., que exporta artesanías de paja toquilla hacia Cuba en la que se realiza un análisis de los factores del país destino, como requisitos, normas, certificaciones internacionales, sistema de comercialización, canales de distribución, acuerdos de comercialización en la que se podrá identificar preferencias arancelarias que tiene dicho país, así mismo exigencias de los consumidores, sean estos calidad, precio, etc.; aspectos fundamentales que influyen al momento de ingresar al mercado extranjero.

Se ha tomado referencias de dichas investigaciones que ayudarán al desarrollo de esta investigación, en las se identifica que el mercado Ecuatoriano posee la capacidad de ofrecer productos como las artesanías de paja toquilla, para ser comercializados en mercados internacionales, teniendo en cuenta que debe realizar un análisis PEST el cual ayudará a identificar aspectos socioeconómicos, legales, políticos, barreras arancelarias; factores que ayudarán a ingresar a un mercado extranjero. Como también estudios de mercado que permitieron identificar países demandantes de artesanías como es el caso de Estados Unidos, Cuba y mercados europeos.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Dentro de la investigación se considera oportuno analizar aspectos legales que de alguna manera participan y permiten el cumplimiento de dichas normativas que ayudaran al desarrollo de la comercialización.

Tabla 2 Fundamentación Legal	
Constitución Política de la República del Ecuador	<p>Art. 306 El estado promoverá las exportaciones ambientales responsables de pequeños y medianos, generando empleo y dando un valor agregado a sus productos a exportar.</p> <p>Art. 336 El estado promoverá el comercio justo minimizando alteraciones de los intermediarios, asegurando así la eficiencia y transparencia en mercados de competencia en igualdad de condiciones.</p>
Plan Nacional del Buen Vivir (2013- 2017)	<p>Objetivo 3 Mejorar la calidad de vida de la población, ejerciendo derechos como el acceso a agua, alimentación, salud, educación, vivienda.</p> <p>Objetivo 8 Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.</p> <p>Objetivo 9 Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.</p>
Código Orgánico de la producción Comercio e Inversiones (COPCI)	<p>Art.1 c) Promover la producción nacional comercio y consumo sustentable.</p> <p>Art.4 o) Fomentar y diversificar las exportaciones; p) Impulsar las operaciones de comercio exterior.</p> <p>Art. 72 Formular políticas y estrategias sobre comercio exterior salvaguardando los beneficios del país.</p> <p>Art. 93 a) Acceso de programas preferenciales, adquiridas mediante acuerdos entre países.</p>
Ley de Fomento Artesanal	<p>Los artesanos se rigen en la ley de defensa del artesano, indicando en el Art. 17 el estado prestará ayuda económica mediante: la exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal.</p>

Fuente: Constitución política del Ecuador, Plan Nacional del Buen vivir (2013-2017)

Elaborado por: Cristina León

2.3. TEORÍAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

Tabla 3 Teorías de Comercio Exterior		
Teoría	Característica	Relación
VENTAJA ABSOLUTA	Sostiene que cada país se especializará en la elaboración de bienes que se produce de forma más eficiente a otros. Libre comercio y división de trabajo incrementa la riqueza de los países.	Ecuador posee una ventaja absoluta en la producción de la paja toquilla ya que por su estacionalidad ha permitido prevalecer en una producción óptima y durante todo el año.
VENTAJA COMPARATIVA	Los países tienden a especializarse en las actividades donde más ventaja tiene al producir con un costo respectivamente bajo con el resto de los países, e importar aquel en que tiene menos ventaja.	La ventaja comparativa se encuentra en la calidad de los productos, costos menores al mercado al cual se va a dirigir las exportaciones de paja toquilla, de esta manera obteniendo ganancias que permitan el desarrollo de los productores de la provincia de Manabí.
NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO EXTERIOR	Se basa en las economías de escala, con un mayor volumen de producción a menores costos que a su vez facilitan la oferta de productos, siendo una ventaja para llegar al cliente.	Es una de las principales teorías ésta abarca a la teoría absoluta y la ventaja comparativa. La producción en grandes volúmenes causa que el producto tenga un costo menor, de tal manera que pueda cubrir la demanda nacional y exportar el excedente .

Fuente: Rivas, M (2011), Cinkota, Ronkainen, Moffett, (2011)

Elaborado por: Cristina León

2.4. VOCABULARIO

DEMANDA: cantidad de bienes y servicios que los consumidores disponen comprar en un periodo dado y a un precio en particular. (Parkin, 2008, p. 61)

OFERTA: es la relación entre dos variables el precio y la cantidad de bienes que las empresas ofrecen a un precio determinado. (Taylor, 2013, p. 60)

OFERTA EXPORTABLE: número de productos y cantidad de producción que un país o empresa tiene para atender la demanda exterior en forma competitiva. (Luna, 2013, p. 264)

EXPORTACIÓN: régimen aduanero que les permite la salida legal de bienes y servicios para su consumo en el exterior. (PROEcuador, 2013)

COMERCIALIZACIÓN: conjunto de acciones orientadas a comercializar productos, bienes o servicios en un determinado lugar. (Guerrero, 2009, p. 10)

MERCADO: está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga una necesidad o deseo. (Kotler, 2012, p.11)

ARTESANÍA: Modo de producción basado en el trabajo manual de las materias primas, realizó por lo general por cuenta propia y en pequeñas cantidades, se caracteriza por la habilidad de sus productores. (Luna, 2013, p. 45)

OPORTUNIDADES COMERCIALES: herramienta que le permite identificar una oportunidad de demanda de un producto que pueda exportarse a un país del exterior. (Martínez, 2013, p.94)

CANAL DE DISTRIBUCIÓN: conjunto de operadores económicos que interactúan para hacer llegar el satisfactor desde el origen hasta el consumidor. (Vigaray, 2006 p.15)

ACUERDOS COMERCIALES: beneficios de preferencias arancelarias totales o parcial para el ingreso de productos a muchos países que constituyen en un acuerdo. (PROEcuador, 2013)

BARRERAS ARANCELARIAS: Dada por un arancel (impuesto) que acrecienta el precio del bien importado para resguardar el sector económico del país importador. (Martín, 2013, p.37)

AD VALOREM: arancel basado en un porcentaje del valor de la carga. (Martínez, 2013, p.312)

INCOTERMS: términos de comercio internacional para la interpretación de los términos fijados por la cámara de comercio internacional, donde se establecen criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos entre exportador e importador. (Martín, 2013, p.471)

BALANZA COMERCIAL: registro de las importaciones y exportaciones de un país en un periodo de tiempo. La diferencia entre exportaciones e importaciones nos describe un saldo superávit y déficit. (PROEcuador, 2014).

2.5. IDEA A DEFENDER

El estudio de mercados alternativos para las artesanías de paja toquilla permitirá identificar los mecanismos de comercialización adecuados que generen oportunidades comerciales para la provincia de Manabí.

2.6. VARIABLES

VARIABLE DEPENDIENTE

Oportunidades comerciales se considera variable dependiente porque está vinculada con un estudio de mercado, el cual permite identificar el volumen de demanda insatisfecha de las artesanías para la exportación en los sombreros de paja toquilla.

Mecanismos de comercialización es independiente porque es la complementación de la investigación para llevar a cabo la exportación de los sombreros de paja toquilla, en la que se puede identificar los lineamientos que generen la comercialización; el canal de distribución en cada uno de los mercados, el sistema de envase, empaque y embalaje, Incoterms, forma de pago y costos logísticos.

VARIABLE INDEPENDIENTE

Mercados Alternativos es independiente porque permite identificar los mercados de artesanías mediante la recolección y análisis de datos e información en forma detallada sobre condiciones geográficas, demográficas, económicas, infraestructura, medios y vías de comunicaciones de mercados internacionales, así como identificar clientes y competidores de este sector.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Para el enfoque de la investigación se manejó la investigación cualitativa utilizando la recolección de datos, sin medición numérica para estudiar los factores sociales, culturales, análisis del proceso de comercialización de la paja toquilla de la provincia de Manabí hasta el país destino.

El enfoque cuantitativo permitió la interpretación y análisis de datos, enfoque que ayudarán a determinar la oferta exportable y demanda de la paja toquilla.

3.2. MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación que se aplicaron en dicha investigación fueron:

INVESTIGACIÓN DE CAMPO.- Se obtuvo información en relación directa con las personas involucradas en el presente trabajo, mediante la elaboración de instrumentos como la entrevista aplicadas a los productores de paja toquilla en la provincia de Manabí, información que ayudará para el desarrollo de la investigación.

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.- Permite fundamentar diferentes conceptos, profundizar diferentes perspectivas de diferentes autores sobre las variables a investigarse, también se toma en cuenta los estudios acerca del sector artesanal realizados anteriormente, para lo cual se acudió a medios como libros, revistas. Internet, documentos impresos.

Mediante la aplicación de estas modalidades se consiguió información clara, oportuna que permitió un apropiado desarrollo de la investigación.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Al realizar esta investigación se puede mencionar que no se puede obtener información primaria de los mercados a dirigirse, y que mediante información secundaria sean publicaciones, fichas comerciales nos damos cuenta que los países de Estados Unidos, Francia y Panamá tienen una demanda del producto lo cual hace que sea un mercado atractivo, existiendo una oferta de artesanías en la provincia de Azuay mediante la “Asociación Tejedoras de Sombreros y Artesanías de Paja toquilla SIGSIG” que se dedica a la producción de sombreros de paja toquilla , la cual podrá a cubrir una parte de la demanda insatisfecha.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 4 Operacionalización de las variables

IDEA A DEFENDER	VARIABLES	INDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	FUENTE DE INFORMACIÓN
El estudio de mercados alternativos para las artesanías de paja toquilla permitirá identificar los mecanismos de comercialización adecuados que generen oportunidades comerciales para la provincia de Azuay	Mercados Alternativos (Francia, Estados Unidos, Panamá)	Entornos	Perfil de oportunidades y amenazas del medio	Factores socioeconómicos ¿Cómo está constituida la población? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es el índice de la población económicamente activa? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es el índice de desempleo anual de los habitantes? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es el índice inflacionario? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es la situación del PIB? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cómo está dividido el PIB ? (Sectores) (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es el índice de crecimiento del PIB?(Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es la balanza comercial? (Estados Unidos, Francia, Panamá)	Fichaje (Análisis linkográfico y Bibliográfico)	Fichas	Internet, archivos, sitios web. Libros, revistas, informes
				Factores políticos ¿Cuál es la política Actual? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es la política comercial frente a otros países? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es el riesgo país? (Estados Unidos, Francia, Panamá)	Fichaje (Análisis linkográfico y Bibliográfico)	Fichas	Internet, archivos, sitios web. Libros, revistas, informes
				Factores legales ¿Existen barreras arancelarias para la importación de artesanías de sombreros de paja toquilla? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de artesanías de sombreros de paja toquilla? (Estados Unidos, Francia, Panamá)	Fichaje (Análisis linkográfico)	Fichas	Normativa Aduanera Internet, archivos, sitios web.

Fuente: CEYNCI

IDEA A DEFENDER	VARIABLES		INDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	FUENTE DE INFORMACIÓN
El estudio de mercados alternativos para las artesanías de paja toquilla permitirá identificar los mecanismos de comercialización adecuados que generen oportunidades comerciales para la provincia de Azuay	Mecanismos de Comercialización	Se fundamenta con la cadena de suministro la cual recae en el canal de distribución, sistema de envase, empaque y embalaje, incoterms, forma de pago y costos logísticos		Factores geograficos	¿Cuál es el índice de desempeño logístico? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuáles son las principales características de las condiciones de acceso físico del mercado? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es el tiempo y distancia? (Estados Unidos, Francia,	Fichaje (Análisis linkográfico)	Fichas	Internet, archivos, sitios web, informes.
				Sistema de envase, empaque y embalaje	¿Existe una normativa que regule el sistema de envase, empaque y embalaje? (Estados Unidos, Francia, Panamá) ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto? (Estados Unidos, Francia, Panamá)	Fichaje	Fichas	Normativa Aduanera
				INCOTERMS	¿Qué son los Incoterms y cuales son los mas utilizados en Estados Unidos, Francia, Panamá?	Fichaje	Fichas	Cámara de Comercio Internacional
				Medios de Pago	¿Qué son medios de pago? ¿Cuál es el medio de pago que utilizan los países de Estados Unidos, Francia, Panamá para relizar negociaciones?	Fichaje	Fichas	Cámara de Comercio Internacional
				Canal de distribucion	¿Qué es un canal de distribución? ¿Cuál es el canal de distribución para la comercialización de los sombreros de paja toquilla en Estados Unidos, Francia, Panamá?	Fichaje	Fichas	Internet, archivos, sitios web. Libros, revistas, informes

Fuente: CEYNCI

IDEA A DEFENDER	VARIABLES	INDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	FUENTE DE INFORMACIÓN
<p>El estudio de mercados alternativos para las artesanías de paja toquilla permitirá identificar los mecanismos de comercialización adecuados que generen oportunidades comerciales para la provincia de Azuay</p>	<p>Oportunidades Comerciales</p>		<p>Demanda</p>	<p>¿Cuáles es el mercado óptimo para la comercialización de artesanías? ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuales son exportaciones de artesanías registradas? ¿Cuales es la producción nacional del país destino? ¿Cuales es la competencia internacional? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la demanda insatisfecha ?</p>	<p>Fichaje (Análisis linkográfico y Bibliográfico)</p>	<p>Fichas</p>	<p>Internet, archivos, sitios web. Libros, revistas, informes</p>
			<p>FactoresSoci o Economicos/ Grupo Ofertante</p>	<p>¿Cómo está constituida la población de Ecuador? ¿Cuál es el índice de desempleo anual de los habitantes en Ecuador? ¿Cuál es el índice inflacionario de Ecuador ? ¿Cuál es la situación del PIB en Ecuador ? ¿Cuál es la situación actual del sector artesanal en el Ecuador? ¿Cuál es la oferta actual del sector artesanal? ¿Cuál es la oferta actual del sector artesanal para la exportación? ¿Cuales son las características del producto?</p>	<p>Fichaje Entrevista</p>	<p>Fichas Cuestionario</p>	<p>Internet, archivos, sitios web. Libros, revistas, informes</p>
			<p>Estudio de Factibilidad</p>	<p>Estudio Técnico Estudio Logístico Estudio Financero</p>	<p>Propuesta</p>		

Fuente: CEYNCI

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para la elaboración de la investigación se procedió a recolectar la información mediante la utilización de una entrevista a la a la Sra. Esther Bueno, presidenta “Asociación Tejedoras de Sombreros y Artesanías de Paja toquilla SIGSIG” productores de artesanías de paja toquilla de la provincia de Azuay.

Para la realización del estudio de mercados alternativos se manejó la recopilación de fuentes secundarias, sea investigaciones de mercados por medio de internet, revistas y documentos las cuales permitieron también estudiar el entorno político, económico, social, legal, de los posibles demandantes a exportar (Francia, Estados Unidos, Panamá). De igual manera la situación actual de Ecuador frente a las exportaciones y la producción nacional de las artesanías de paja toquilla.

Resumen de la Entrevista

La presente información fue obtenida mediante la entrevista aplicada a la Sra. Esther Bueno, presidenta de la asociación de Tejedoras de sombreros y artesanías de Paja Toquilla Sigsig, asociación que está ubicada en el cantón Sigsig al sureste De Cuenca.

La asociación cuenta con una variedad de productos hechos con la paja toquilla, teniendo la mayor producción en los sombreros por su gran aceptación en el mercado local como también internacional.

El principal material para la elaboración de los sombreros es la paja toquilla, material que se da en la región Costa y no existe ningún inconveniente al adquirirlo ya que se da en todo tiempo.

De acuerdo a la producción en la asociación es constante y el total de unidades a elaborar, la cantidad aproximada que se fabrica mensualmente es 170 sombreros, y su costo de cada artesanía es cerca de 8 dólares, los mismos que

se comercializan al por menor y mayor en el almacén que mantiene la asociación.

La asociación no realiza descuentos ni promociones a clientes, ya que básicamente los precios son fijos y aun más el precio es bajo con relación al trabajo de los artesanos al elaborar los sombreros.

Los representantes de la asociación Tejedoras de sombreros y artesanías de Paja Toquilla Sigsig, están dispuestos a comercializar los sombreros a nuevos proveedores y expandirse a mercados internacionales, en este caso disponen del 70% para la exportación si hubiese clientes fijos. La asociación no ha podido expandirse ya que ellos no tienen un conocimiento amplio sobre el proceso de exportación ni son conocedores de nuevos mercados en el exterior.

3.6 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

IDENTIFICACIÓN DE MERCADOS ALTERNATIVOS

La identificación de los mercados se la realizó mediante CobusGroup; es una organización profesional dedicada a brindar información de comercio exterior como: importaciones, exportaciones de una gama de productos de los diferentes países través de una partida arancelaria y el contacto de negocios para América Latina y España.

Software que fue adquirido por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en el año 2013 con el propósito de realizar una investigación acerca de las artesanías ecuatorianas bajo la supervisión de docentes formado por: Ing. Iván Realpe, Ing. Jonathan Mora y Msc Liliana Montenegro.

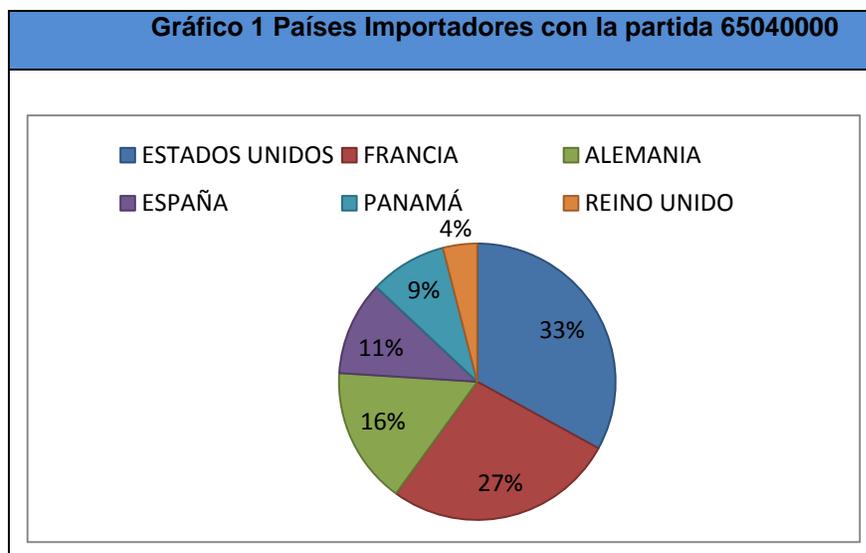
Se llevó a cabo la identificación de los países que importan artesanías desde Ecuador bajo la partida 650400000 en el año 2013. Entre los principales países tenemos liderando a Estados Unidos, Francia, Alemania, España, Panamá, Reino Unido; Mas aun para la selección de los países objeto de estudio se tomó en cuenta los siguientes criterios:

- La cantidad FOB importada de las artesanías
- Identificando un país por bloque económico, para tener diferentes criterios en la exportación de los productos.

Los países identificados como mercados alternativos para el presente estudio son: Estados Unidos con un FOB de \$ 1225000 representando un 33% del total de importaciones; Francia con \$ 985000 simbolizando 27% y Panamá de \$ 336000 constituyendo el 9%.

Tabla 5 Países Importadores con la partida 65040000		
PAÍSES	FOB-DÓLAR	% TOTAL FOB
Estados Unidos	1225000	33%
Francia	985000	27%
Alemania	608000	16%
España	423000	11%
Panamá	336000	9%
Reino Unido	156000	4%
Total	3733000	100.00%

Fuente: Cobusgroup
Elaboración: Cristina León



Fuente: COBUSGROUP
Elaborado por: Cristina León

3.6.1. Análisis Situacional de Estados Unidos

3.6.1.1 Factores Socio Económicos

Tabla 6 Ficha Técnica Factores Socioeconómicos Estados Unidos			
Factores Sociales		Factores Económicos	
Indicadores	País *	Indicadores	País*
Población(miles)	308, 745,538	PIB *	15.685
Género masculino (%)	48,2%,	Crecimiento PIB * (%)	1.60%
Género femenino (%)	50,8%,	PIB per cápita*	49,800 dólares
Tasa de crecimiento poblacional (%)	0.96%	Tasa de Inflación anual * (%)	2,1%
Población distribuida por edades	100%	Ingresos balanza comercial (ult. Año) *	-750327271
0-14 años * (%)	20.0%	Salario mínimo vital *	1.160 dólares
15-24 años * (%)	13.0%	Tasa de desempleo* (%)	8,1%
25-54 años * (%)	40.2%		
55-64 años * (%)	12.3%		
65 años y más * (%)	13.9%		
Idioma	Inglés		
Población económicamente activa (%)	63.00%		
Moneda oficial*	US \$ (USD)		

Fuentes: Agencia Central de Inteligencia (CIA), (2014)

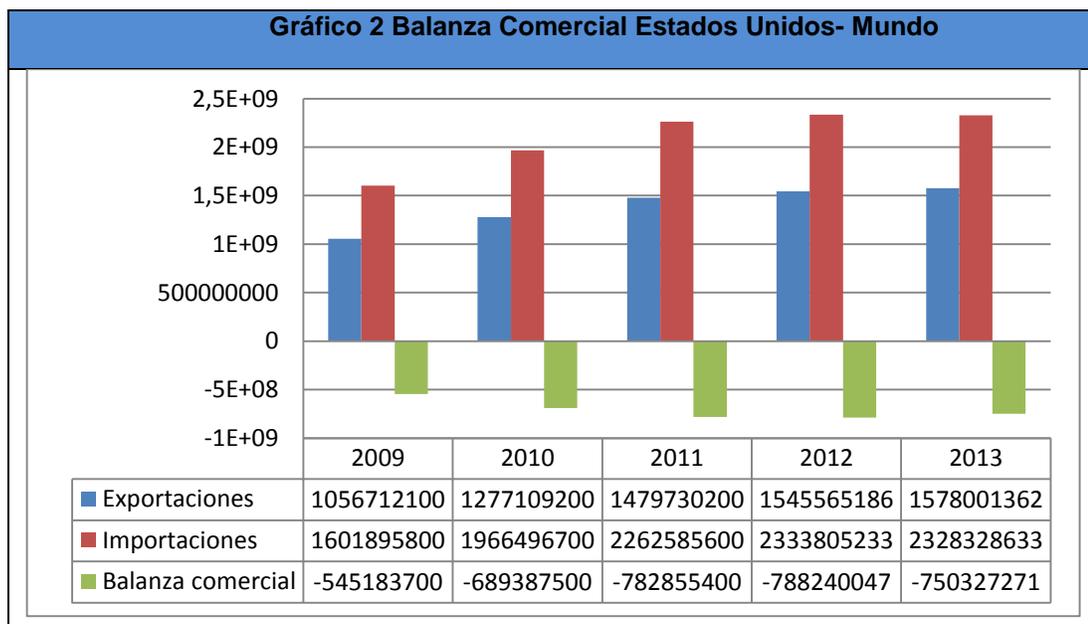
Elaboración: Cristina León

Estados Unidos es considerado como el país con mayor afluencia económica y política del mundo, cuenta con 308,745,538 millones de habitantes distribuidos en 148, 815,349 millones de hombres y 156, 842,733 millones de mujeres; la tasa de crecimiento poblacional es de 0.96%. La población económica activa total es de 194, 509,688 representado el 63.00% de personas que aportan al trabajo a la producción de bienes y servicios. (Agencia central de Inteligencia (CIA), 2013, parr.6)

Los informes estadísticos muestran que Estados Unidos tiene un PIB aproximadamente 15 billones de dólares, se trata de un mercado maduro, abierto y competitivo. El primordial motor de la económica del país es el sector servicios aportando con un 80% al PIB, además es uno de los países más industrializado contribuyendo al PIB con 19.1% y el 1% la agricultura caracterizada por una alta productividad por uso de tecnologías modernas. (CIA, 2014, parr.10)

En cuanto a la inflación de Estados Unidos es de 2% porcentaje menor en relación al año 2011 que fue de 3.1% donde existió la subida de los precios en los alimentos y bebidas, medicina, vivienda, el descenso de este indicador permite mayor estabilidad económica a los habitantes. (Agencia Andaluza de Promoción Exterior, 2014, p.10)

La tasa de desempleo alcanzo un 8.1% el cual sufrió un descenso con relación al año 2012, esta reducción ha generado una mejoría en el mercado laboral, dejando que aumente los ingresos a las familias y por lo tanto mayor consumo. (CIA, 2014, p. 3)



Fuente: Estadísticas Comerciales para el desarrollo de negocios internacionales (Trademap) 2014
Elaborado por: Cristina León

La balanza comercial es un registro de las exportaciones e importaciones anuales de un país, Estados durante los últimos años ha mantenido un déficit comercial debido a la recesión económica que mantuvo en los últimos años, sin embargo en el año 2013 el déficit ha disminuido aproximadamente el 4% debido a que las exportaciones de productos petroleros aumentaron como también la venta de alimentos, esto hace que el saldo de la balanza comercial tenga una leve recuperación.

3.6.1.2 Factores Políticos

Tabla 7 Ficha Técnica Factores Políticos		
Indicadores	Valoración	Descripción
Situación Política Actual (SPA)	Estable	Uno de los países con mayor influencia económica y política en el mundo, Estados Unidos se rige bajo principios que siempre se mantendrán como la economía de libre mercado.
Principal ideología política comercial	-	Trata de impulsar la adopción de medidas de apertura de los mercados que creen oportunidades económicas para los productores, fabricantes, proveedores de servicio y consumidores para promover el crecimiento y el desarrollo mundial en beneficio de todos.
Situación política comercial frente a otros países	Positiva	Los Estados Unidos están resueltos a abrir los mercados extranjeros mediante la negociación de acuerdos comerciales, ya sean multilaterales, regionales o bilaterales
Acuerdos comerciales vigentes		Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana - Centroamérica - Estados Unidos (CAFTA-DR) 2015
Finalización acuerdos comerciales		Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana - Centroamérica - Estados Unidos (CAFTA-DR) vigente 2025

Fuentes: Santander Trade (2014); SICE. Sistema de Información sobre Comercio Exterior. (2013)
 OMC. Organización Mundial de Comercio (2014); Gestión Integral del Riesgo Comercial. (2014)
Elaborado por: Cristina León

Según la Organización Mundial de Comercio, (2014) considera a Estados Unidos un país con mayor afluencia económica en el mundo, se rige bajo principios que se mantendrá como una economía de libre mercado, promoviendo una política de desarrollo mundial empleada a ayudar a los países a fortalecer su capacidad para comerciar, siendo un elemento fundamental para lograr el crecimiento económico de los países. (p.4)

Estados Unidos está decidido a abrir los mercados extranjeros mediante la negociación de acuerdos comerciales, ya sean multilaterales, regionales o bilaterales, dando un trato preferencial a las exportaciones de otros países, generando oportunidades económicas para los países en vías de desarrollo, considerando que las negociaciones internacionales son un motor económico del crecimiento mundial. (Organización Mundial de Comercio, 2014 p.10)

Riesgo país

El riesgo país es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses. (Montilla, 2010, pág. 12)

Embi (Bonos de Mercados Emergentes), elaborado por JP Morgan, califica al riesgo país mediante una escala de 1 a 1000 puntos, cuanto mayor sea el riesgo, peor calificación recibirá, debido a la probabilidad del impago de esta.

Estados Unidos tiene un riesgo país de 407 puntos, es decir que presenta escenarios recomendables para invertir en el sector productivo sin haber de riesgo político. (Bonos de Mercados Emergentes, 2015).

3.6.1.3 Factores Legales

Tabla 8 Ficha Técnica Factores Legales			
Indicadores	Apreciación	Valoración	Descripción
Liberación de Advalorem	SI	PARCIAL	Nación más favorecida
Existencia de barrera arancelaria	SI	-	-
Tipo de barrera arancelaria	-	-	94 cents/doc. + 4,6% Advalorem (sombreros de paja toquilla)
Base legal (barreras arancelarias)	-	-	Trade Map y arancel de Estados Unidos
Existencia de barreras no arancelarias	Si	-	-

Tipo de barrera no arancelaria	-	-	Certificado de origen modelo A o de una declaración en factura y deben expedirse directamente del país beneficiario con destino exclusivo al país destino.
Base legal (barreras no arancelarias)	-	-	Ley Implementing Recommendations of the 9/11 Commission Act of 2007, El título XVIII, specification 17712 de la International Organization for Standardization.
Tipo de impuestos nacionales	Si	-	En Estados Unidos, no existe un sistema fiscal equiparable con el I.V.A. es conocido como Sales Tax impuesto que para el consumidor funciona de forma similar al IVA. En su lugar, los impuestos sobre ventas son determinados individualmente por el estado y la ciudad, y cada estado tiene autonomía. En la ciudad de California es del 7.25 %.
Base legal impuestos nacionales	-	-	Según la guía de estados unidos de impuestos, En acuerdo con PROECUADOR.
Liberación impuestos nacionales	No	-	

Fuentes: SICE. Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2013); Fichas Barreras al Comercio (2014); Guía de Estados Unidos (2014)

Elaborado por: Cristina León

Después de la renuncia unilateral por parte de Ecuador a las preferencias arancelarias del ATPDEA con Estados Unidos, ya no existen acuerdos unilaterales, lo que implica que los productos ecuatorianos ya no tendrán un trato preferencial al ingresar al mercado estadounidense.

Ecuador, siendo un miembro de la OMC se acoge al acuerdo de la nación más favorecida, permitiendo dar un trato comercial especial, sea en la reducción del arancel aplicable a uno de los productos que se exporte. (Organización Mundial de Comercio, 2014)

Estados Unidos otorga a Ecuador un trato parcial, para ingresar las artesanías de paja toquilla con la partida 65040060 al mercado estadounidense, ingresa con un arancel mixto de 0.94 ctvs. por docena más 4.6% de ad valorem. (Trademap, 2014)

Para acogerse al acuerdo el exportador debe adjuntar el Certificado de origen con destino exclusivo al país destino, el cual demuestra que las mercancías son originarias del país. (Proecuador ,2014)

Según la Guía de impuestos en Estados Unidos no existe un sistema fiscal semejante al I.V.A., la mayoría de estados aplican un impuesto conocido como Sales Tax, impuesto que para el consumidor funciona de forma similar al IVA, en su lugar los impuestos sobre ventas son determinados individualmente por el estado y la ciudad, y cada estado tiene autonomía. En la ciudad de California es del 7.25 %.

3.6.2. Análisis Situacional de Panamá

3.6.2.1 Factores Socioeconómicos

Tabla 9 Ficha Técnica Factores Socioeconómicos Panamá			
Factores Sociales		Factores Económicos	
Indicadores	País	Indicadores	País
Población	3.559.408	PIB	56460 millones
Género masculino (%)	50.30%	Crecimiento PIB (%)	10,7%
Género femenino (%)	49.70%	PIB per cápita	15,400
Tasa de crecimiento poblacional (%)	1.38%	Tasa de Inflación anual (%)	4,1%
Población distribuida por edades	100%	Ingresos balanza comercial (ult. Año)	-5503020
0-14 años * (%)	27,7%	Salario mínimo vital	490 dólares
15-24 años * (%)	17,4%	Tasa de desempleo* (%)	4,4%
25-54 años * (%)	0.4		
55-64 años * (%)	7,3%		
65 años y más * (%)	7,6%		
Idioma	Español		
Población económicamente activa (%)	61.8%		
Moneda oficial*	Balboa		

Fuentes: Agencia Central de Inteligencia (CIA) 2014.
Elaborado por: Cristina León

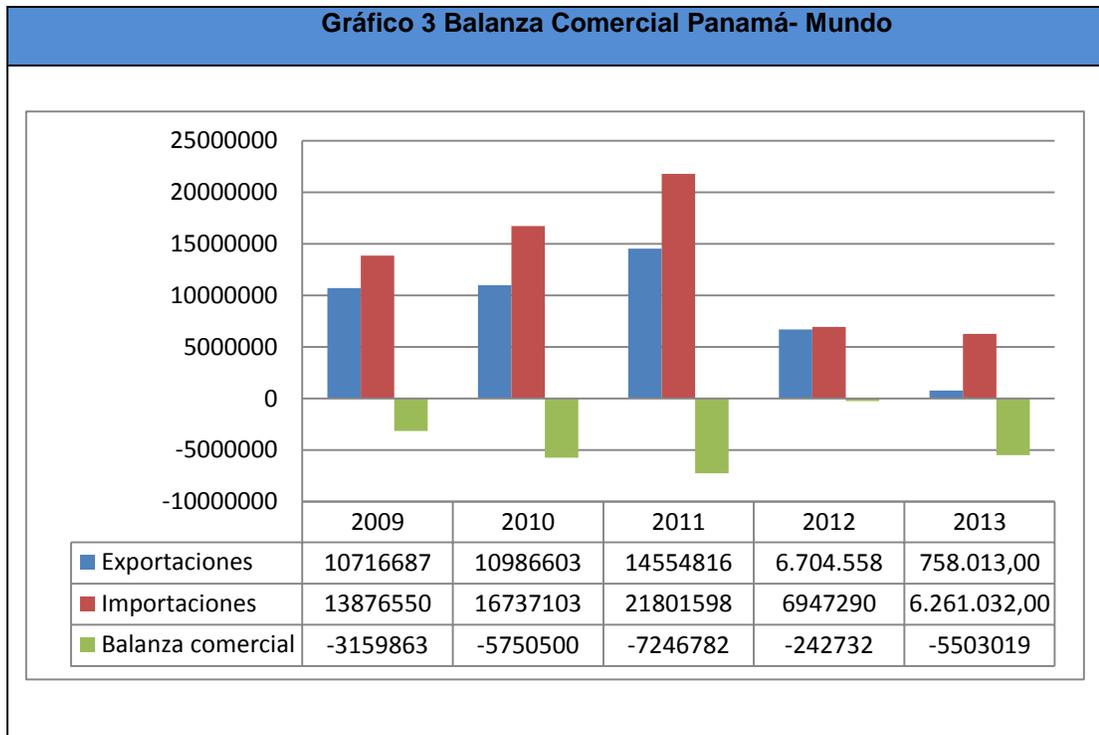
Panamá es un país ubicado al sureste de América Central, un país reconocido ante el mundo por contar con una posición geográfica privilegiada, su capital es la ciudad de Panamá. Se estima una población de 3.559.408 habitantes distribuidos en un 50.30% mujeres y 49.70% hombres, y su tasa de crecimiento es 1.38%, convirtiéndose en el país menos poblado del continente americano, donde su crecimiento poblacional es del 1.38%. (Agencia central de Inteligencia (CIA), 2014, parr.10)

Según el Banco Mundial 2013, Panamá cuenta con una mayor fuerza laboral, su población económicamente activa es del 61,8%, porcentaje que es muy significativo deduciendo así que la tasa de desempleo, y aproximadamente más de mitad de los habitantes es empleado en el sector de servicios.

Datos estadísticos muestra que Panamá tiene un PIB de 56460 mil millones, el cual ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios, un crecimiento del 10,7% representando mayores ingresos a un estado por diferentes actividades económicas, tomando en cuenta que el sector fundamental de la economía del país es el sector servicios, con un aporte del 78,6% con la actividad de la Zona Libre de Colon, sector marítimo y logístico. El sector industrial es un porcentaje reducido al 17,6% teniendo como principales y el sector agricultura en un 3.7% con caña de azúcar, fruta, arroz, maíz. (CIA, 2014, parr.6)

El índice de inflación de Panamá es de 4,1% porcentaje de incremento en los precios de una canasta básica, en comparación al año del 2012 de 5.7%, existiendo una variación del índice del precio de los consumidores teniendo en cuenta que fue también afectado por la crisis financiera internacional, el alza de los precios de los alimentos, los productos básicos de vivienda, y los costos de transporte, elementos que las personas emplean para su subsistencia. (Proecuador, 2014, p. 5)

La tasa de desempleo total en Panamá el año 2014 se colocó en 4,8% aumento con relación al año pasado de 4.4% indicador no preocupante ya que Panamá es una economía con gran apertura al comercio externo y con vocación hacia los servicios. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2014, pág. 7).



Fuente: Trademap, Proecuador (2014)
Elaborado por: Cristina León

Panamá presenta un déficit en su balanza comercial, donde se ha producido una variación durante los últimos años 2012- 2013, en los cuales existe un descenso de las exportaciones y un incremento a las importaciones de bienes y servicios, de esta manera se mantiene un saldo negativo.

3.6.2.2 Factores Políticos

Tabla 10 Ficha Técnica Factores Políticos		
Indicadores	Valoración	Descripción
Situación Política Actual (SPA)	Estable	Panamá ha vivido un proceso de transición política e institucional tendente a la estabilización democrática. La economía está basada principalmente en los servicios, donde se ha posicionado como un importante proveedor de servicios.
Principal ideología política comercial	-	Panamá ha mantenido una política comercial totalmente cerrada, pero tras su entrada en la OMC y en la Asociación de los Estados del Caribe, el país ha buscado una mayor apertura y el acceso a nuevos mercados.
Situación política comercial frente a otros países	Estable	Panamá únicamente concede trato preferencial a países con los que posee acuerdos comerciales, lo que ocasiona que este país únicamente se limite a comercializar y otorgar beneficio a países de su interés.
Acuerdos comerciales vigentes	-	1.- Centroamérica - Unión Europea (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá) 2.- Centroamérica (Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua) 3.- Colombia (AAP.AT25TM N° 29)
Finalización acuerdos comerciales	-	1.- Centroamérica - Unión Europea (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá) (Duración Indefinida) 2.- Centroamérica (Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua) (Duración Indefinida) 3.- Colombia (AAP.AT25TM N° 29) (Duración Indefinida)

Fuentes: Santander Trade (2014) ; Proecuador (2014); Gestión Integral del Riesgo Comercial (2014)

Elaborado por: Cristina León

Panamá se constituye como una república democrática. Su economía está basada primordialmente en los servicios, donde se ha posicionado como un importante provisor de servicios tales como las telecomunicaciones, el turismo, los servicios portuarios y distribución de cargas y el tránsito a través del Canal.

Panamá ha mantenido una política comercial totalmente cerrada, ha reforzado su estrategia en la economía internacional, manteniendo políticas económicas orientadas al acceso a nuevos mercados mediante negociaciones multilaterales, regionales, bilaterales, atrayendo la inversión extranjera directa. (Organización Mundial de Comercio, 2014, p. 3)

Panamá únicamente concede trato preferencial a países con los que posee acuerdos comerciales, lo que ocasiona que este país únicamente se limite a comercializar y otorgar beneficio a países de su interés, Panamá ha firmado y puesto en vigencia tratados de libre comercio, acuerdos de alcance parcial, tratados comerciales preferenciales; los cuales ayudan a que Panamá tenga un dinamismo profundo en el comercio internacional. (Proecuador, 2014).

Riesgo País

Panamá siendo una de las economías dinámicas su riesgo país tiene una valoración de 212 puntos, ya que tiene un estable crecimiento económico, impulsado por los diferentes sectores productivos y de servicios. El riesgo en Panamá se encuentra por debajo del promedio normal lo que representa condiciones favorables para invertir en el sector comercial. (EMBI, 2015)

3.6.2.3 Factores Legales

Tabla 11 Ficha Técnica Factores Legales			
Indicadores	Apreciación	Valoración	Descripción
Liberación de Advalorem	-	No	No existe liberación de advalorem por no mantener acuerdos de cooperación comercial
Existencia de barrera arancelaria	Si	-	-
Tipo de barrera arancelaria	-	-	Para el sector artesanal con la partida de 650400 Ingresa con un arancel del 15 %
Base legal (barreras arancelarias)			Arancel Oficial de Panamá
Existencia de barreras no arancelarias	Si	-	-
Tipo de barrera no arancelaria	-	-	Documentarios exigidos por Panamá a terceros países: Declaración registrada en el sistema SICE, Factura comercial, Documento de embarque, Lista de empaque.
Base legal (barreras no arancelarias)	-	-	Decreto de Gabinete No. 41, artículo 115

Tipo de impuestos nacionales	Si	-	Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Servicios (ITBMS) es el 7% del valor de la venta
Base legal impuestos nacionales	-	-	Código Fiscal de Panamá
Liberación impuestos nacionales	NO	-	-

Fuentes: Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2013) / Fichas Barreras al Comercio (2014); PROECUADOR (2014).

Elaborado por: Cristina León

Panamá concede trato preferencial a países con los que conserva acuerdos comerciales, limitándose a comercializar y otorgar beneficios a países de su interés, actualmente Ecuador no mantiene acuerdos preferenciales, por ende no existe liberación de advalorem.

El arancel de importación que aplica Panamá se basa en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías, el advalorem aplicado cuenta con cinco niveles: 3%,5%, 10%,15%,40%, y estos son aplicados sobre el valor CIF del producto. (Pro Chile, 2014, pág.8)

Dentro del presente estudio, se tomó en cuenta que para el sector artesanal con la partida de 650400, ingresa con un arancel del 15% según el arancel Oficial de Panamá.

Según el código fiscal de Panamá 2012, hace mención el impuesto general sobre el consumo (ITBMS) Transferencia de Bienes corporales muebles y la prestación de Servicios es el 7% del valor de la venta contenido en el título XXII del libro cuarto. (p. 20)

3.6.3. Análisis Situacional de Francia

3.6.3.1 Factores socioeconómicos

Tabla 12 Ficha Técnica Factores Socioeconómicos Francia			
Factores Sociales		Factores Económicos	
Indicadores	País *	Indicadores	País*
Población	65 ,834 ,000	PIB	US\$ 2,78 billones (2012)
Género masculino (%)	31,841,169 hbts	Crecimiento PIB (%)	0.10%
Género femenino (%)	33,261,550 hbts	PIB per cápita	USD 35,500
Tasa de crecimiento poblacional (%)	0.50%	Composición del PIB por sector (%)	100%
Población distribuida por edades	100%	Industria	18.70%
0-14 años * (%)	18.70%	Servicios	79.50%
15-24 años * (%)	11.90%	Agricultura	1.80%
25-54 años * (%)	38.90%	Tasa de Inflación anual * (%)	0.90%
55-64 años * (%)	12.60%	Ingresos balanza comercial (ult. Año)	USD -104 842 785 millones
65 años y más * (%)	17.90%	Salario mínimo vital	1,430.22 €
Idioma	Francés	Tasa de desempleo (%)	10.20%
Población económicamente activa (%)	56.2%		
Moneda oficial*	Euro		

Fuente: Agencia Central de Inteligencia. CIA (2014)
Elaborado por: Cristina León

Francia es la quinta economía del mundo y segundo mayor exportador mundial de productos alimentarios, su capital París, es un estado miembro de la unión europea, donde se estima una población 65, 834,000 habitantes, y un aproximado de 29, 62 millones de personas que se encuentran en un mercado de trabajo. (Agencia central de Inteligencia (CIA), 2014, parr.5)

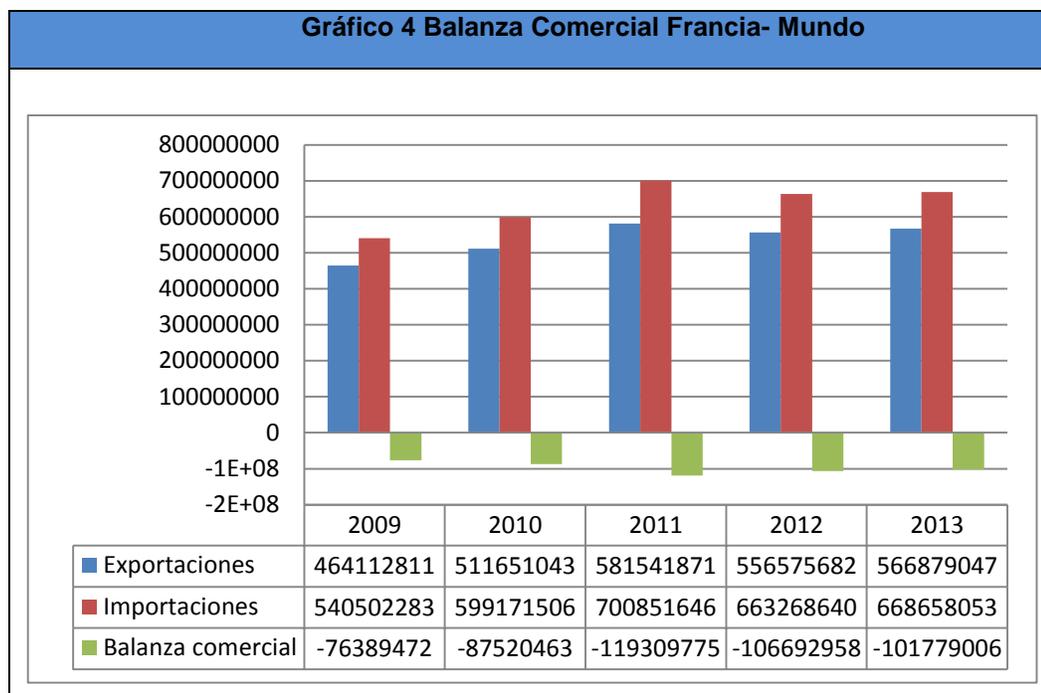
Es importante mencionar que el crecimiento poblacional se ve influenciado por la población de cada país, en este caso Francia es un país que cuenta con mayor población y su tasa de crecimiento poblacional es equivalente a 0.5%

logrando así que sea una nación moderna y desarrollada. (Proecuador, 2014, parr.15)

El PIB es un indicador distintivo de un país, este dato estadístico muestra que Francia cuenta con 2.78 billones de dólares, siendo un porcentaje significativo lo cual muestra a este país como atractivo, aportando a éste diferentes sectores que apoyan al crecimiento del país; tales como en servicios con un 79.5% siendo el que más contribuye al PIB, seguido de la industria 18.7% ya sea en industrias automoción, alimentación, etc. y el sector de agricultura con un 1.8%, tomando en cuenta que Francia es un país exportador productos alimentarios en grandes cantidades. (CIA, 2014, parr.12)

El índice de inflación de Francia es 0.9% siendo un porcentaje menor en comparación al año del 2012, teniendo en cuenta que existen factores como el transporte, energía, alimentos que afectan directamente al incremento o disminución a la tasa de inflación, siendo elementos que las personas emplean para su subsistencia. Al contar que su porcentaje es menor por ende los precios de la canasta básica son bajos, es decir que su poder adquisitivo es estable siendo un punto positivo para este país. (Banco Mundial, 2014,)

El Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos (INESS) 2014, publicó que Francia alcanzó un 10.2% de nivel de desocupación que se ve afectado entre las personas económicamente activas, alcanzando 2.9 millones de desempleados debido a la recesión económica que atravesaba durante el año 2013. (parr.2).



Fuente: Trademap, Proecuador (2014)
Elaborado por: Cristina León

La balanza comercial francesa registró un saldo negativo para el año 2013, en los últimos años ha existido un alto déficit del intercambio de bienes y servicios, ya que las exportaciones mejoran con los bienes industrializados como equipos mecánicos y farmacéuticos, y las partidas de importaciones que más crecen son bienes energéticos. (Proecuador, 2014, p.15)

3.6.3.2 Factores Políticos

Tabla 13 Ficha Técnica Factores Políticos		
Indicadores	Valoración	Descripción
Situación Política Actual (SPA)	Estable	Francia es una democracia liberal, está gestionado como una República indivisible, laica, democrática y social. La economía francesa se mantiene en una base industrial y comercial, tomando en cuenta que posee una economía diversificada.
Principal ideología política comercial	Estable	La política comercial de Francia es igual a la de los demás miembros de la Unión Europea. Una de las principales consecuencias del mercado único de la UE, es la uniformidad en los aranceles.

Situación política comercial frente a otros países	Estable	Tomando en cuenta que Francia pertenece a un bloque económico como es la Unión Europea, se realizan intercambios comerciales con distintos países, donde los países en desarrollo exporten a la UE sin restricciones de contingentes o pagos de derechos.
Acuerdos comerciales vigentes	-	Sistema Generalizado de Preferencia SGP
Finalización acuerdos comerciales		Sistema Generalizado de Preferencia SGP vigente hasta Diciembre 2016

Fuentes: Santander Trade (2014); Proecuador (2014); Gestión Integral del Riesgo Comercial (2014).
Elaborado por: Cristina León

Francia forma parte de un bloque económico como es la Unión Europea, y que al pertenecer a este bloque su política comercial es igual a la de los demás miembros de la unión europea, en consecuencias del mercado único de la UE, es la uniformidad en los aranceles al realizar intercambios comerciales con terceros países.

Francia al pertenecer a la Unión Europea, tiene acceso a varios acuerdos comerciales; Sistema Generalizado de Preferencia SGP, Acuerdo de libre comercio de la UE con miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (Acuerdo EEE), Acuerdo en materia de Comercio, Desarrollo y Cooperación entre las UE y Sudáfrica, Acuerdo de Asociación con los países de la Comunidad Andina, Mercosur. (Organización Mundial de Comercio, 2014)

La relación entre Francia y Ecuador se rige por el acuerdo del Sistema Generalizado de Preferencia SGP.

En vista que la unión europea otorga preferencia arancelaria a la mayoría de productos procedentes de países miembros de la comunidad andina de naciones (Ecuador) acogidos al régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza (SGP PLUS), esto permite a que los productos ecuatorianos ingresen al mercado europeo con un arancel del 0%. (Comisión Europea, 2014, párr. 3)

Riesgo País

El riesgo país examina la capacidad financiera y económica de un país, Francia posee un riesgo bajo es calificada con 407 puntos, este país está en la capacidad de brindar oportunidades fiables, donde salgan beneficiados mutuamente los países a realizar negociaciones, es un país con una estabilidad económica excelente dando así credibilidad en el país, como también es favorable para realizar inversiones a largo plazo sin correr el menor riesgo. (EMBI, 2015)

3.6.3.3 Factores Legales

Tabla 14 Ficha Técnica Factores Legales			
Indicadores	Apreciación	Valoración	Descripción
Liberación de Advalorem	-	Total	Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+), preferencias arancelarias a los países menos desarrollos. Apartado a) del parr.1
Existencia de barrera arancelaria	No	-	-
Tipo de barrera arancelaria	-	-	-
Base legal (barreras arancelarias)	-	-	-
Existencia de barreras no arancelarias	Si	-	-
Tipo de barrera no arancelaria	-	-	Certificado de origen modelo A o de una declaración en factura y deben expedirse directamente del país beneficiario con destino exclusivo a la UE.
Base legal (barreras no arancelarias)	-	-	La Dirección General de la Comisión Europea
Tipo de impuestos nacionales	Si	-	Impuesto al valor Añadido (I.V.A) y el porcentaje vigente en Francia es el 20%.
Base legal impuestos nacionales	-	-	La Dirección General de la Comisión Europea, Directiva 2006/112/CE relativa al sistema común del impuesto sobre el valor añadido
Liberación impuestos nacionales	NO	-	

Fuentes: Proecuador (2014); Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2014); Comisión Europea (2014)
Elaborado por: Cristina León

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 referencias hasta el 2008 bajo el nombre de régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza (SGPE), conocido como SGP+ o SGP PLUS.

Actualmente, Ecuador se beneficia del sistema generalizado de preferencias (SGP+) otorgado por la unión europea, mediante este acuerdo ayudara al fortalecimiento de la economía como también el aumento de la producción nacional en nuestro país, siendo un incentivo para que las empresas tiendan a ser eficientes y orientadas a exportar, y de esta manera ser competitivo en precios. (Pro Ecuador, 2014, p. 20)

Para acogerse al acuerdo, el exportador debe adjuntar el certificado de origen, el cual prueba que los productos son originarios del país y así se podrá dar a su producto un trato preferencial e ingresar al país de Unión Europea. (Pro Ecuador, 2014, p. 26)

Al ser beneficiario del sistema de preferencias arancelarias la liberación arancelaria es total, cumpliendo con normas y requisitos técnicos, los cuales protegen a los derechos de los consumidores.

Al ingresar a Francia las mercancías son gravadas con Impuesto al Valor Añadido, donde el sujeto pasivo debe cumplir con presentar ante la aduana el documento administrativo único, en donde se indique el valor de los bienes, origen, destinatario, precio, peso, etc. Contando que el IVA vigente que paga en Francia es del 20%. (European Commission, 2014, párr. 8)

3.7 MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN

3.7.1 FACTORES GEOGRÁFICOS

ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO

El puntaje general del índice de desempeño logístico muestra las percepciones de la logística de un país basada en la eficiencia del proceso del despacho de aduana, la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte, la facilidad de acordar embarques a precios competitivos, la calidad de los servicios logísticos, la capacidad de seguir y rastrear los envíos. De igual manera ayuda a los países a reconocer retos y oportunidades en su desempeño logístico de comercio internacional. El índice varía entre 1 y 5, donde el puntaje más alto representa un mejor desempeño. (Banco Mundial, 2014, parr.1)

Tabla 15 Índice de Desempeño Logístico		
PAÍS	2012	2014
ESTADOS UNIDOS	3,93	3,92
FRANCIA	3,85	3,85
PANAMÁ	2,19	3,19

Fuente: Banco Mundial (2014)
Elaborado por: Cristina León

La calificación se la realiza cada dos años, en la tabla anterior podemos observar que la calificación que se les ha dado a los tres países se halla en un índice de desempeño bueno, reflejando que la logística de cada uno de estos países es eficiente en los procesos que se lleva a cabo.

3.7.1.1 Medios de transporte para el acceso a Estados Unidos.

Estados Unidos posee una infraestructura de transporte desarrollada, contando que este país es un mercado global de bienes y consumo por el cual existe movimiento continuo de los diferentes países sean exportaciones e importaciones, utilizando los diferentes modos de transporte, Ecuador emplea transporte marítimo y aéreo. Tomando en cuenta que en Estados Unidos cuenta con puertos y aeropuertos importantes en volumen de carga del mundo. (Proecuador, 2014, pág. 9)

Tabla 16 Medios de Transporte Estados Unidos		
MARÍTIMO	AÉREO	TERRESTRE
X	X	
Puerto de Houston Puerto de Los Ángeles Puerto de Miami Puerto de Boston Puerto Nueva Orleans Puerto de New York Puerto de San Francisco Puerto Long Beach	Aeropuerto Internacional de Miami Aeropuerto John F. Kennedy de Nueva York Aeropuerto de Memphis Aeropuerto Internacional de los Ángeles.	Posee una red ferroviaria de 226.605 km. Red de carreteras desarrolladas más de 6.430.366 km

Fuente: Pro Ecuador (2014), Santander Trade (2014)

Elaborado por: Cristina León

3.7.1.2 Medios de transporte para el acceso a Panamá

Panamá tiene una ubicación geográfica entre el océano pacífico y atlántico, el cual posee una de las principales rutas de navegación mundial, como es el canal de Panamá, siendo el país como un centro internacional de paso de distribución de tráfico de buques para los diferentes mercados internacionales, como consecuencia el alto nivel de conectividad de Panamá atrae inversionistas y empresas multinacionales al país. De la misma manera Panamá cuenta con una infraestructura vial óptima para el movimiento interno de las mercancías. (Logistics Innovation and Research Center, 2014).

A continuación se detalla los puertos y aeropuertos de carga más importantes que favorecen para realizar negociaciones internacionales.

Tabla 17 Medios de Transporte en Panamá		
MARÍTIMO	AÉREO	TERRESTRE
X	X	
Puerto de Manzanillo Internacional Terminal Puerto Colon Contrainer Terminal Puerto Cristóbal Puerto Balboa	Aeropuerto internacional de Tocumen Aeropuerto internacional Marcos A. Gelabert. Estructura vial está compuesta 13.375	Red ferroviaria sirve como vínculo de trasbordo para embarques en contenedores entre puertos del Atlántico y Pacífico.

Fuente: Pro Ecuador (2014), Logistics Innovation and Research Center (2014)

Elaborado por: Cristina León

3.7.1.3 Medios de transporte para el acceso a Francia

Francia cuenta con una moderna infraestructura portuaria, con 6000km de vías fluviales navegables, la construcción vial cuenta con uno de los sistemas de transporte más desarrollado de Europa con 10.950 km este medio se utiliza para el transporte interno o en negociaciones con países a corta distancia de Francia. La infraestructura aeroportuaria está compuesta por cerca de 30 aeropuertos, y dos puertos de carga excelentes proporcionando la manipulación y el almacenamiento de la carga. (Proecuador 2014).

Se puntualizan los puertos y aeropuertos más importantes de carga:

Tabla 18 Medio de Transporte Francia		
MARÍTIMO	AÉREO	TERRESTRE
X	X	
Puerto Le Havre Puerto Marsella- Puerto Dunquerque Puerto Bordeaux Puerto Paris Puerto Rouen Puerto Transvisa Puerto Evergreen.	Aeropuerto Chales de Gaulle Aeropuerto Orly.	Red ferroviaria

Fuente: Pro Ecuador (2014),Santander Trade (2014)
Elaborado por: Cristina León

Para el transporte de artesanías de paja toquilla desde Ecuador a Estados Unidos, Francia, Panamá se puede utilizar dos modos de transporte el transporte marítimo y aéreo, sin embargo el costo y tiempo de entrega varían.

3.7.2 TIEMPO Y DISTANCIA

El tiempo presenta un parámetro importante dentro de las operaciones de transporte del lugar de origen a destino, según Pro Ecuador 2014, el tiempo de tránsito esta Expresado en días calendario, el exportador e importador deben realizar el debido proceso de confirmación del medio de transporte a utilizar, tomando en cuenta que pueden existir variaciones en los tiempos.

A continuación se detallan los tiempos aproximados, puertos y aeropuertos destinos para las exportaciones desde Ecuador a diferentes destinos.

Tabla 19 Tiempo y Distancia						
	TIEMPO / HORAS				DISTANCIA	
	MARÍTIMO		AÉREO		MARÍTIMO	AÉREO
	PUERTO		AEROPUERTO		Millas Náuticas	Millas
ESTADOS UNIDOS	288	Los Ángeles	12	Los Ángeles	2943	3387
PANAMÁ	144	Manzanillo	1:30min	Tocumen	554	637
FRANCIA	600	Le Havre	13	Chales Gaulle	5050	5811

Fuente: Pro ecuador (2014)
 Elaborado por: Cristina León

3.7.3 SISTEMA DE EMPAQUE, EMBALAJE, ETIQUETA

El sistema de empaque, embalaje y etiquetado de un producto tiene importancia al momento de realizar exportaciones, Instrumentos que ayudan a proteger la mercadería en el exterior, de esta manera sea entregaba en optimas condiciones al intermediarios como al consumidor final. (Proecuador, 2014)

El envase y embalaje son medios significativos para proteger su producto y consecuentemente garantizar el cumplimiento de los requisitos técnicos en la entrega del producto en cada país a exportar, de esta manera mostrar una buena imagen al cliente desarrollando lealtad y repita la compra. (Vigaray, 2013, pág. 10)

Para el embalaje de los sombreros se utiliza cajas de cartón diseñadas exclusivamente para los sombreros, el envío de la mercadería se realizará en carga suelta.

Es importante mencionar que cada país tiene requisitos de etiquetado para los envases o embalajes para entregar y manipular, además existen normativas donde el exportador debe regirse para proteger al consumidor final y reducir el impacto ambiental.

Tabla 20 Sistema De Empaque, Embalaje Estados Unidos

El Embalaje.- embalar el producto en contenedores fuertes, que absorban la humedad, distribuir el peso del producto uniformemente, utilizar una protección adecuada y un anclaje dentro del contenedor, utilizar contenedores transatlánticos o paletas para el embalaje para asegurar el embalaje para asegurar un fácil manejo.

Etiquetado General.- los requisitos del etiquetado son obligatorios legalmente:

- Declaración de la identidad nombre común (naturaleza del producto)
- Marca o logo del producto
- Contenidos neto.
- Nombre y domicilio del establecimiento del fabricante, distribuidor, exportador.
- País origen
- Código de barras
- Marcado de origen

Fuente: Pro Ecuador 2014, Instituto Nacional Estadounidense de Estándares

Elaborado por: Cristina León

Tabla 21 Sistema De Empaque, Embalaje, Etiqueta Francia

Los productos importados en la UE deben cumplir con requisitos específicos:

Seguridad de los productos: los fabricantes y distribuidores deberán proporcionar información sobre los riesgos que supone el producto y precauciones que se deben tomar para proteger al consumidor.

Los países miembros de la UE cuentan con vigilancia del mercado y custodian por el cumplimiento de la seguridad de los productos.

Envasado: Según la directiva 94/62/CE Del Parlamento Europeo y del Consejo, los envases comercializados en la UE deben cumplir tanto los requisitos medioambientales como los sanitarios, asegurando un nivel de protección del medio ambiente y la protección de la salud del consumidor.

Etiquetado: Los productos que se expandan en la UE deben cumplir con los requisitos de etiquetado, Francia es muy severo con el etiquetado de esta manera garantiza la seguridad de los consumidores, proporcionando información completa sobre el producto.

De acuerdo con la ley de Toulon de 1994, la información debe estar en francés, en la etiqueta debe mencionar el nombre del producto, marca, composición, consejos de uso, fecha de fabricación, expiración, origen del producto, dirección del exportador, precio, normas y código de barras.

Fuente: Pro Ecuador 2014, European Commission Trade

Elaborado por: Cristina León

Tabla 22 Sistema De Empaque, Embalaje, Etiqueta Panamá

Todos los productos que sean para la venta en Panamá producidos en el exterior o local deben cumplir con:

Envases primarios y secundarios deben responder a las tipos de seguridad e integridad del producto para facilitar su manipulación, almacenamiento, transporte y distribución.

Etiquetado del producto las etiquetas deben ser originales y contener información completa y requerida de acuerdo a la legislación vigente. Toda información impresa en las etiquetas debe estar en idioma español, con excepción de los nombres comerciales o la marca e los productos. El etiquetado de los productos importados por Panamá debe contener la siguiente información:

Nombre del producto
Marca del producto
Nombre del fabricante
Dirección y país de origen

Los sellos que sujeten los productos deben estar en español o inglés, excepto para las medicinas, productos para el hogar, alimentos, los cuales soliciten instrucciones especiales como dosis, uso y peligro.

Fuente: Pro Ecuador (2014),

Elaborado por: Cristina León

3.7.4 INCOTERMS 2010

Pro Ecuador (2014) Términos de negociación que facilitan el proceso de las negociaciones, donde permiten gestionar eficientemente las obligaciones y derechos del comprador determinando las tareas, costos y riesgos que involucra la entrega de la mercancía, términos que sean colocados en un contrato de compra venta. (p. 1)

Los incoterms más utilizados por los países de Francia, Estados Unidos, Panamá para realizar negociaciones internacionales en su gran mayoría son con los incoterms FOB para las exportaciones e importaciones en CIF. Es importante cumplir con compromisos establecidos en el contrato de compra venta, respetando los tiempos de entrega y en el lugar convenido. (Pro Ecuador, 2014).

Gráfico 5 Incoterms 2010

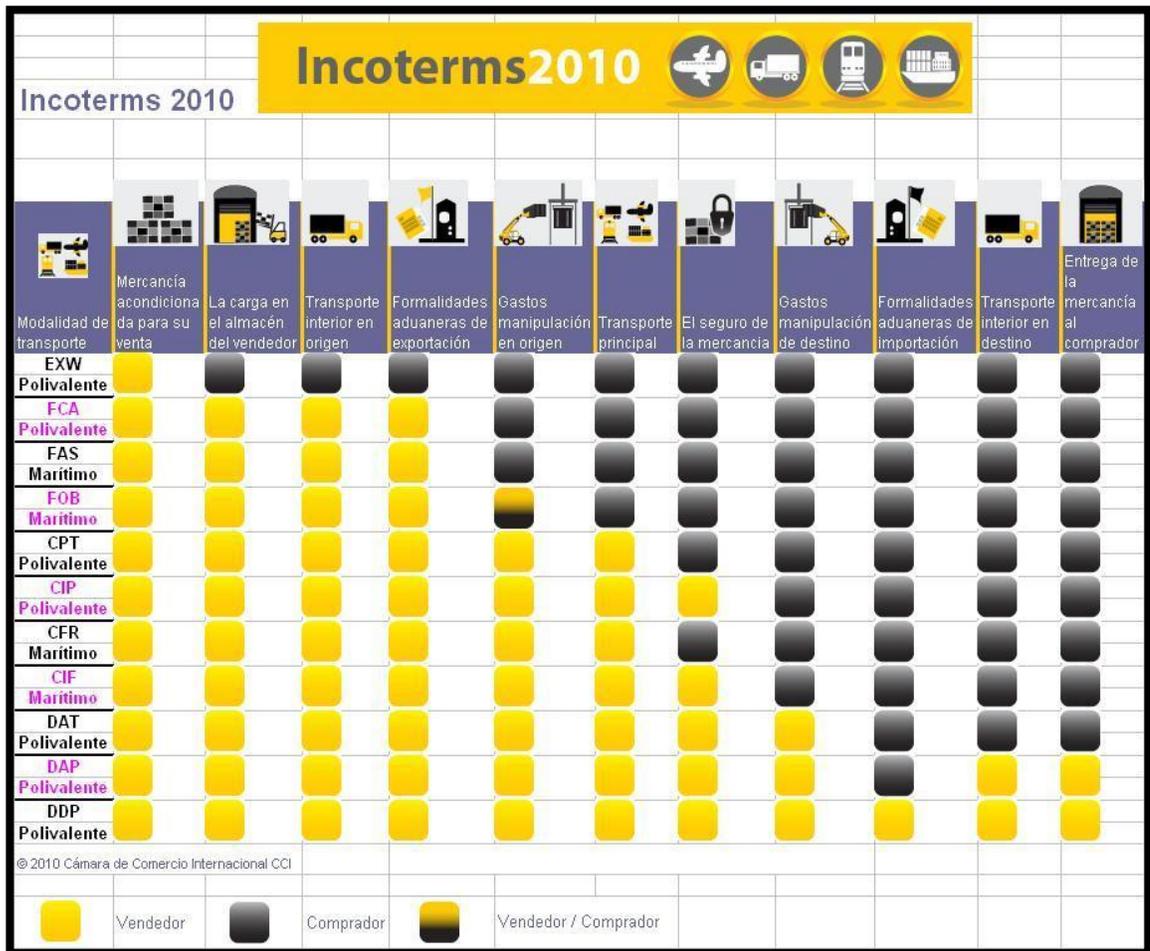


Tabla 23 Incoterms

Características	
REGLAS PARA CUALQUIER MODO DE TRANSPORTE	
Ex Works (en fabrica o lugar convenido)	El vendedor entrega la mercadería a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido, (fabrica, almacén, etc.)
FCA.- Free Carrier (libre transportista, lugar convenido)	El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen.
CPT- (transporte pagado hasta)	El vendedor debe contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta el lugar de destino acordado.
CIP (transporte y seguro pagado hasta)	El vendedor se hace cargo de los costos de transporte principal y el seguro hasta que llegue al lugar destino convenido.

DAT (entregado en terminal)	El vendedor se hace cargo del costo de transporte principal y entrega la mercancía, una vez descargadas de los medios de transporte utilizados, se ponen a disposición del comprador en la terminal estipulada en el puerto o lugar de destino convenido.
DAP (entrega en el lugar de destino convenido)	El vendedor se hace cargo del transporte principal y entrega la mercancía sobre los medios de transportes utilizados y listos para la descarga en el lugar de destino.
DDP- Delivered Duty Paid (entregada derechos pagados)	El vendedor cumple sus responsabilidades en el momento en el que deja la mercancía en el punto convenido en el país de destino asumiendo todos los gastos(incluye impuestos de importación, aduana)
REGLAS PARA EL TRANSPORTE MARÍTIMO Y VÍAS NAVEGABLES INTERIORES	
FAS (franco al costado del buque)	El vendedor entrega la mercancía al costado del buque en el puerto de embarque convenido
FOB (franco a bordo)	El vendedor entrega la mercancía al borde del buque designado por el comprador en el puerto de embarque convenido
CFR (costo y flete)	El vendedor entrega la mercancía sobre el buque en el puerto de embarque convenido haciéndose cargo el costo de transporte principal.
CIF (costo, seguro, flete puerto destino convenido)	El vendedor se hace cargo de los costos de transporte principal y el seguro hasta que llegue al puerto destino convenido.

Fuente: Cámara de Comercio Internacional (2014)
Elaborado por: Cristina León

3.7.5 MEDIOS DE PAGO

Los medios de pago son instrumentos financieros de pago, jugando un papel importante dentro de las operaciones realizadas entre importador exportador, de esta manera asegurando el exportador la relación comercial mediante un contrato de compra venta.

Las condiciones de pago que procura el importador en los diferentes países son los medios de pago que corra menor riesgo, y dependiendo de las circunstancias que se haya establecido el acuerdo, el método más conocido de pago en las operaciones de comercio internacional y recomendado son las cartas de crédito, constituyendo una garantía de pago respaldado por un banco y corriendo el menor riesgo.

Hay que mencionar que el pago directo también es utilizado cuando las condiciones de pago son al contado o por medio de una transferencia al exportador representando una anticipación de la entrega de las mercancías.

Tabla 24 Medios De Pago	
PAGO DIRECTO	El importador concibe el pago directamente al exportador y emplea a una entidad (banco) para que se consume este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago directo son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación.
PAGO A LA VISTA	Documento contra pago; el banco que cobra presenta los documentos al comprador, quien hace el pago y obtiene los documentos para la entrega de la mercancía. (...)
LA CARTA DE CRÉDITO	Carta de crédito o crédito documentado; constituye una garantía de pago, por el cual un banco se obliga a pagar al exportador por cuenta del importador en un plazo y contra entrega de determinados documentos.

Fuente: Emypes (2014)
Elaborado por: Cristina León

3.7.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Según Laura Fischer (2013), el canal de distribución constituye un grupo de intermediarios para llegar con los productos o servicios de los fabricantes a los consumidores en cantidades, precio y momento adecuado.

Después de realizar una previa investigación los canales de distribución que se utilizan dentro de los mercados de Francia, Estados Unidos, Panamá para la distribución de las artesanías es el canal indirecto, utilizando intermediarios como tiendas especializadas, distribuidores mayoristas, para la venta de artesanías para llegar al consumidor final. Pro Ecuador (2014)

El en presente estudio encontramos diversos canales de distribución:

Tabla 25 Canales De Distribución	
Canal directo (Artesano-Consumidor final)	Este canal no tiene intervención de intermediarios entre el productor y consumidor final, es un acceso más corto y rápido para distribuir bienes y servicios.
Canal indirecto (Artesano-Mayorista-Minorista)	Es el canal más visible para el consumidor final, donde intervienen intermediarios como actores de venta, utilizados en la comercialización de productos de gran demanda.
Canal Largo (Artesano-Mayorista-Minorista-Consumidor)	Este es el canal más largo, donde existe una gran demanda de productos y el fabricante no tiene la capacidad de hacer llegar sus productos al consumidor final, por tal razón actúan los intermediarios.

Fuente: Fischer (2014), pág.160

Elaborado por: Cristina León

3.7.7 Análisis De Perfil De Oportunidades Y Amenazas En El Medio (POAM)

Tabla 26 Matriz POAM

	FRANCIA				ESTADOS UNIDOS				PANAMA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
PIB	ALTO	3			ALTO	3			MEDIO	2		
Crecimiento del PIB	MEDIO	2			MEDIO	2			MEDIO	2		
Poblacion	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Inflación			BAJA	1			MEDIO	2			ALTA	3
Desempleo			MEDIO	2			MEDIO	2			BAJA	1
	SUMA	7	SUMA	3	SUMA	8	SUMA	4	SUMA	6	SUMA	4
	PROMEDIO	2.3333	PROMEDIO	1.5	PROMEDIO	2.6667	PROMEDIO	2	PROMEDIO	2	PROMEDIO	2
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Valoración del riesgo comercial	MEDIO	2			MEDIO	2			MEDIO	2		
Política Comercial	ALTA	3			ALTO	3			MEDIO	3		
Acuerdo comercial con Ecuador	ALTO	3			BAJO	1			BAJO	1		
	SUMA	8	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	0
	PROMEDIO	2.6667	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0
FACTORES LEGALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Barreras Arancelarias	ALTO	3					MEDIA	2			MEDIO	2
Barreras no Arancelarias	ALTO	3					MEDIA	2			MEDIO	2
Impuestos Nacionales			ALTA	3			MEDIO	2			MEDIO	2
	SUMA	6	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	6
	PROMEDIO	3.00	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Infraestructura de Transporte	ALTO	3			ALTO	3			ALTO	3		
	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0
	FRANCIA				ESTADOS UNIDOS				PANAMÁ			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	2.33		1.50		2.67		2.00		2.00		2.00	
FACTORES POLÍTICOS	2.67		0.00		2.00		0.00		2.00		0.00	
FACTORES LEGALES	3.00		3.00		0.00		6.00		0.00		2.00	
FACTORES GEOGRÁFICOS	3.00		0.00		3.00		0.00		3.00		0.00	
SUMA	11.00		4.50		7.67		8.00		7.00		4.00	
PROMEDIO	2.75		1.13		1.92		2.00		1.75		1.00	

Después de realizar la valoración de las oportunidades y amenazas de los países Estados Unidos, Panamá y Francia, podemos considerar que Estados Unidos es uno de los países que se encuentra económicamente estable, el PIB mantiene un incremento del 1.6% anual, acordando que existirá una seguridad económica, factores tomando como una oportunidad, este país mantiene políticas comerciales abiertas a acuerdos, sin embargo estas relaciones no están establecidas con Ecuador y consecuentemente los productos ecuatorianos no podrán ser comercializados en este país, los mismo que puedan ingresar con tarifas arancelarias convirtiéndose en una de la mayores amenazas. Estados Unidos conserva una infraestructura de transporte desarrollada, existiendo movimiento permanente de bienes y servicios a nivel mundial, y esto hace que la calidad de las vías esté en óptimas condiciones.

Mientras que Panamá al encontrarse en una posición geográfica privilegiada, las actividades del sector servicios ayudan a la economía del país, Panamá es uno de los países de mayor crecimiento económico, existiendo un factor que ha influido de forma negativa es la inflación por su alto porcentaje en este país. Hay que mencionar que la política comercial de este país es cerrada, limitándose a realizar negociaciones internacionales de esta manera existiendo medidas restrictivas del comercio internacional como son los aranceles de importación.

Panamá al no mantener acuerdos comerciales con Ecuador presenta barreras arancelarias para nuestros productos y paga una tasa arancelaria para el ingreso a este mercado siendo una amenaza para nuestros productos. Al encontrarse como país de paso de trasladar mercancías a nivel mundial, su infraestructura de transporte es una de las más desarrolladas y adecuadas para brindar servicios de recibir y despachar mercancías en óptimas condiciones.

La economía francesa es una de las más desarrolladas a nivel mundial, con un riesgo país de 0,56% ofreciendo confianza y condiciones óptimas para realizar negociaciones comerciales. El crecimiento del PIB se debe al desarrollo general de las actividades económicas del país, siendo más representativo el sector servicios, como también el nivel de inflación en el incremento de los precios es muy bajo es decir que su poder adquisitivo es firme, factores representando oportunidades para ingresar a este país. Francia mantiene una política comercial igual a las demás miembros de la unión europea como consecuencia al mantener acuerdos con Ecuador ingresan los productos se liberan del pago de tributos, facilitando el ingreso al mercado francés. Para el transporte internacional de las mercancías existen diversos medios de transporte ya que Francia cuenta con óptimos puertos y aeropuertos.

Al analizar la calificación del cuadro de perfil de oportunidades y amenazas de los países se puede concluir que existe un nivel de oportunidad más alto en el país de Francia con un 2.75 % frente a una debilidad de 1.13%, de esta manera se denota que este país es el óptimo para realizar negociaciones.

3.8 ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO PARIS- FRANCIA

3.8.1 Perfil De Consumidor

La plaza europea en materia de artesanías es muy desarrollada, la mayoría posee en sus domicilios un producto artesanal. El consumidor francés es heterogéneo con estilos de vida y costumbres distintas, es impulsivo y compra frecuentemente, el precio ha sido un factor determinante en el proceso de compra, en general son muy exigentes en calidad, donde eligen productos con sello marca de calidad. (Santander Trade, 2014 párr. 3).

Francia es uno de los países donde comprar equivale a placer, se caracteriza por un consumo elevado de productos de ocio, de cultura y regalos siendo un mercado atractivo para de artesanías. El producto debe cumplir normas

técnicas así como utilizar la lengua francesa en los embalajes, etiqueta y en lo que respecta a la información brindada en el producto. Pro Ecuador (2013)

Según Michel Ferragu (2010) manifestó que los compradores de artesanías de Francia buscan productos hechos a mano de buena calidad, y su principal competidor son los supermercados de la falsa artesanía industrial.

Las grandes cadenas internacionales y los grandes almacenes se localizan en París, dentro de Francia existen cinco empresas importadoras dedicadas a la comercialización de sombreros y variedad de productos, de las cuales tres empresas importadoras y almacenes importantes se concentran en la capital de Francia ,París.

Tabla 27 Empresas Importadoras	
<p style="text-align: center;">ARTNUPTIA</p> 	<p>Fundada por Georges Chanet, se encuentra en el mercado durante 78 años, organización francesa comercializadora de artículos de moda en alta costura y artículos artesanal (sombreros). Artnuptia posee tiendas y grandes almacenes nacionales e internacionales, Europa, medio Oriente, Estados Unidos, Japón, brindando productos de alta calidad y variedad.</p> <p>E-mail: www.artnuptia-murmure-by-spirit.com</p> <p>Dirección: 70 av. De la grande Armeé</p>
<p style="text-align: center;">WILLYS PARÍS</p> 	<p>Empresa fundada desde 1854 conocida por su negocio próspero en las ventas de sombreros de paja. Los productos de Willy París se comercializan en Francia y en el exterior a través de tiendas especializadas en sombreros de Willy París.</p> <p>E-mail: www.patrimoinvivant.com</p> <p>Dirección: Chapeauxde Causade- 63 av. Du General Leclerc</p>

GALERIES LAFAYETTE HAUSSMAN 	<p>Situado en París, creada en 1893 Lafayette agrupa grandes almacenes promocionando una línea de productos en los sectores de moda, alimentación, belleza, el ocio, artesanías y los servicios.</p> <p>E-mail: galeriedesgaleries@galerieslafayette.com</p>
---	---

Fuente: Trade Map (2014)
Elaborado por: Cristina León

3.8.2 Potenciales Consumidores

Tabla 28 Estratificación De La Población	
Total población Paris	2,234,105
Mujeres 25-65 años (48.37%)	598,649
Hombres 25-65 años (51.63%)	560,850
Total habitantes Paris 25-65 años (51.9%)	1,159,500
Población Económicamente Activa (56.2%)	651639

Fuente: Pro Ecuador (2014)
Elaborado por: Cristina León

Francia es una plaza de 65 millones de personas con un poder adquisitivo elevado, dirigidos a la capital Paris con 2.234.105 habitantes, se realizó la estratificación para conocer a los consumidores potenciales, el grupo objetivo se ha determinado en base a las edades de la población y nivel de ingreso, está comprendido de 25 a 64 años de edad, donde el 51.9% de la población se concentra en este estrato, sustentando que las personas incorporadas en esta edad tienen solvencia de adquirir este tipo de artesanías tomando en cuenta que perciben un salario sea mensual o quincenal. Pro Ecuador (2014)

3.8.3 Exportaciones e Importaciones de Francia a nivel mundial

En la siguiente tabla se expone las importaciones y exportaciones de artesanías de sombreros de paja toquilla bajo la partida arancelaria 650400 realizada por Francia con el resto del mundo.

Tabla 29 Exportaciones E Importaciones De Artesanías Bajo La Partida 650400 (miles de dólares FOB)		
AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES
2010	2599	11638
2011	3850	15613
2012	3419	13383
2013	3359	12190

Fuente: Trade Map (2014)
Elaborado por: Cristina León

Se puede observar que Francia tiene exportaciones que presentan una tendencia de disminución en durante los últimos años, punto negativo dentro de la economía de Francia al no mantener un crecimiento de dicho producto, dentro de las importaciones de Francia muestra un crecimiento desde el año 2010, aspecto significativo dentro del estudio puesto que existe un consumo constante de las artesanías, obteniendo valores elevados de las importaciones de Francia son con respecto a las exportaciones.

Tabla 30 Principales Países Proveedores bajo La Partida 650400 en \$				
	2010	2011	2012	2013
China	4.146	6.644	5.997	5.305
Italia	3872	4.885	3.595	2.997
Ecuador	866	1.226	1.248	1.095
España	333	341	435	620
Madagascar	130	231	293	353

Fuente: Trade Map 2014
Elaborado por: Cristina León

Se identifico que el principal mercado proveedor de artesanías en paja toquilla es China, ocupando el tercer lugar Ecuador, uno de los importantes mercados proveedores de las artesanías de paja toquilla hacia Francia.

Las importaciones han crecido durante los últimos años gracias, al contar con acuerdo comercial se benefician porque no registran barreras arancelarias, gracias a esto permite cubrir una parte de la demanda de artesanías en Francia.

3.8.4 Producción Nacional De Artesanías de en Francia

Después de analizar datos estadísticos en la página oficial de Trade Nosis se establece que no registra producción de artesanías en paja toquilla, ya que no cuenta con la materia prima para realizar los sombreros, considerando como punto primordial que Francia realiza importaciones en grandes cantidades para cubrir la demanda interna y exportar en mínimas cantidad, dándole un valor agregado mas para exportar a diversos países de este producto en un bajo porcentaje.

3.8.5 Precio Referencial Internacional

De acuerdo a la información, se presenta el precio referencial de exportación FOB en USD por sombrero exportado a año 2013 en los diferentes países. En este caso se ha tomado el precio del sombrero clásico, en donde el precio varía de acuerdo a los costos de envío que se presenten. (Trade map, 2013)

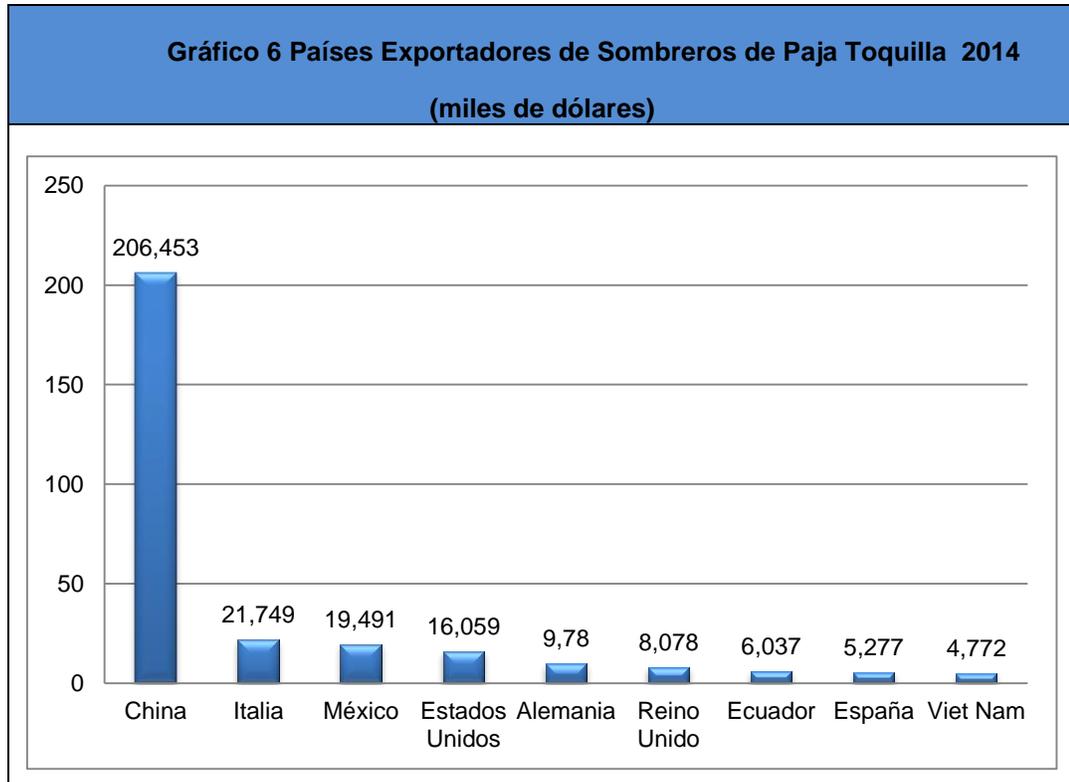
Tabla 31 Precios De Sombreros Clásico Normal En Mercados Internacionales (USD/ U)	
PAÍS	PRECIO \$
CANADÁ	95
REINO UNIDO	99
ITALIA	95
ESPAÑA	95
ALEMANIA	95
FRANCIA	95

Fuente: Trade map (2014)

Elaborado por: Cristina León

3.8.6 Competencia Internacional

Según datos adquiridos de Trade map (2013), se puede observar en el gráfico los principales países que exportan sombreros de paja toquilla liderando China las exportaciones en la partida 65040000, convirtiéndose en el mayor proveedor con un valor FOB 206.453.000 seguido de Italia, México, Estados Unidos.



Fuente: Trade map (2014)

Elaborado por: Cristina León

Es importante mencionar que Ecuador se encuentra como país exportador y que durante los últimos años ha crecido favorablemente, teniendo una oferta exportable de productos de buena calidad y variedad para satisfacer a mercados internacionales.

3.9 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.9.1 Factores Político Legal

Dentro del estudio se debe analizar aspectos fundamentales con relación a las leyes que influyen en las exportaciones, según el Art. 306 de la constitución de la República del Ecuador (2008) el Ecuador actualmente mantiene una política económica que va encaminada a incrementar e impulsar las exportaciones de pequeños y medianos productores, generando empleo y dando un valor agregado a sus productos a exportar, de esta manera se busca reducir el consumo de productos importados y aumentar el consumo por la producción nacional.

El sector artesanal se ha convertido en una alternativa laboral para la población de la provincia de Azuay y se encuentra amparado dentro de la ley de Fomento Artesanal vigente en el Art. 9 hace mención que el artesano estará exento de la liberación de impuestos y derechos que graven a la exportación de artículos y productos de artesanías, de esta manera el sector se verá beneficiado permitiendo que los productores lleven un nivel de vida adecuado.

También dentro del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI (2011) menciona que el estado fomentara la producción destinadas a exportar mediante mecanismos como el acceso de programas preferenciales, adquiridas mediante acuerdos entre países obteniendo un recíproco beneficio cumpliendo los requisitos necesarios para la exportación Art. 93.

Ecuador ha firmado sin número de acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales o bloque económico, beneficiándose de preferencias arancelaria parciales o totales para el ingreso de productos a diversos países con precios competitivos, de esta manera se promueve la producción y por ende el crecimiento económico del país. (Pro Ecuador, 2014)

Los acuerdos comerciales en la que Ecuador está vinculado son:

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Comunidad Andina (CAN)
- Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGP-PLUS)

3.9.2 Factores Socio, Económicos Ecuador

Tabla 32 Ficha Técnica de Factores Socioeconómicos Ecuador			
FACTORES SOCIALES		FACTORES ECONÓMICOS	
Indicadores	País	Indicadores	País
Población	15.654.411	PIB	91.41 mil millones
Género masculino (%)	49.60%	Crecimiento PIB (%)	4%
Género femenino (%)	50.40%	PIB per cápita	10.600
Tasa de crecimiento poblacional (%)	1.37%	Composición del PIB por sector (%)	100%
Población distribuida por edades	100%	Industria	35.10%
0-14 años * (%)	26%	Servicios	59.00%
15-24 años * (%)	18.60%	Agricultura	5.90%
25-54 años * (%)	38.90%	Tasa de Inflación anual * (%)	2.60%
55-64 años * (%)	7.10%	Salario mínimo vital *	340
65 años y más * (%)	6.70%	Tasa de desempleo* (%)	4.20%
Idioma	Español		
Población económicamente activa* (%)	53.50%		
Moneda oficial*	USD		
Tasa de cambio*	1.00 USD		

Fuente: Agencia Central de Inteligencia (CIA) 2014

Elaborado por: Cristina León

Según el Instituto nacional de estadísticas y censos, Ecuador cuenta con una población de aproximadamente de 15.654.411 teniendo una tasa de crecimiento poblacional del 1.37%, donde más de la mitad de la población se encuentra integrado en un mercado de trabajo.

La economía ecuatoriana después de la crisis del año 2009 ha presentado un fuerte y continuado crecimiento en los últimos años en el Producto interno bruto (PIB), su economía depende esencialmente de los recursos petroleros que han constituido casi la mitad de sus ingresos.

Ecuador posee un Producto Interno Bruto de \$ 91.41 mil millones. Este se compone en sectores del siguiente modo: la agricultura 5.9%, en los productos como el banano, cacao; la industria 35,1% en productos procesados y productos petroléos, textiles, y el 59% en servicios, teniendo un crecimiento del PIB del 4% anual durante este 2013.

Según publicaciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ecuador ha mantenido una inflación a la baja durante los últimos años, en el año 2013 registra una inflación del 2.6 % anual, debido a que se implementó controles en los precios de alimentos básicos, impidiendo el alza de los precios.

3.9.3 Sector Artesanal De Sombreros De Paja Toquilla En Ecuador

El sector artesanal en el Ecuador tiene una importancia económica y social, que además de mantener su cultura, apoya al crecimiento económico de la economía de país mediante el ingreso de divisas y por ende el empleo directo de los productores de las artesanías mejorando la calidad de vida de los mismos. (Pro Ecuador, 2013).

La actividad productiva artesanal implica directa o indirectamente a 4,5 millones de ecuatorianos, representando un 32,7% de la Población Económicamente Activa (PEA), según datos del Ministerio de Industrias y Productividad.

Según el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), la Oferta Exportable del Ecuador se centralizan cerca del 80% de estas actividades culturales en las provincias de Azuay, Cañar, Chimborazo, Guayas, Imbabura, Manabí, Pastaza y Pichincha.

En el Ecuador la diversidad cultural ha permitido que en cada una de las cuatro regiones (costa, sierra, insular y oriente) cuenten con materia prima para fabricar diversidad de artesanías en diferentes materiales, como es el caso de la paja toquilla los cultivos se dan en diferentes provincias tales como: Manabí, Guayas, Esmeraldas, Sucumbíos.

Cabe resaltar que la actividad del tejido de los sombreros de paja toquilla se desarrolla en dos zonas: provincia de Manabí junto con la provincia de Azuay, donde existen asociaciones y casa exportadoras de sombreros de paja toquilla hacia el mercado exterior.

Para el presente estudio se tomo en cuenta varias asociaciones que existen en la provincia de Manabí y Azuay.

PROVINCIA DE MANABÍ	
ASOCIACIÓN DE PAJA TOQUILLA MONTECRISTI	Exportando
MONTECUADORHAT	Exportando
PANAMÁ HAT SOMBREROS	Exportando
PROVINCIA DE AZUAY	
PAMAR & CIA	Exportando
HOMERO ORTEGA P.E HIJOS C. LTDA.	Exportando
SERRANO HAT	Exportando
ASOCIACIÓN DE TEJEDORAS DE SOMBREROS Y ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA SIGSIG	Venta nacional

Fuente: Proecuador, (2014)

Dentro de la investigación podemos evidenciar que las asociaciones de la provincia de Manabí se encuentran actualmente exportando, por tal motivo nuestro estudio se ha dirigido a examinar una de las asociaciones de la provincia de Azuay, considerando que dentro de la provincia de Azuay la producción artesanal ocupa un lugar importante dentro de su economía, donde existe un número de personas considerable que se dedica a la labor artesanal.

Actualmente tenemos la asociación de tejedoras de sombreros y artesanías de paja toquilla Sigsig que expenden sus artesanías a nivel nacional y desconoce el proceso de exportación a diversos mercados internacionales.

De tal modo se presentó un interés en hacer que la asociación de tejedoras de sombreros y artesanías de paja toquilla Sigsig también pueda comercializar sus productos al exterior, mediante el estudio se pretende generar oportunidades de mercado y de mejorar el nivel económico de dichas familias, teniendo como ventaja principal que la asociación cuenta con una oferta constante de los sombreros y que dispone de mano de obra calificada para efectuar todo tipo de tejido. Es así que el sombrero de paja toquilla constituye una oportunidad comercial y los beneficios de realizar la exportación.

3.9.4 Análisis Mercado- Producto

El artículo a estudiar son sombreros de Paja Toquilla elaborados con hojas trenzadas parecidas a la palma, son artesanías tejidos a mano por habitantes en distintas provincias, entre estas tenemos la provincia de Azuay en la ciudad de Cuenca.

Tabla 33 Ficha Técnica del Producto	
Nombre Específico: Sombreros de Paja Toquilla	
Nombre Comercial: Sombreros de Paja Toquilla	
Partida Arancelaria: 6504.00.00.00	
Descripción: El sombrero de paja toquilla, es un tradicional sombrero que es elaborado con hojas trenzadas de la palmera (<i>Carludovica palmata</i>) en un 95%, como también puede contener fibras de otros materiales en los acabados, la finura del sombrero se mide en grados, a mayor finura mayor es el grado, y mayor su valor comercial.	
Usos	Prenda de vestir que se utiliza para cubrir la cabeza

Presentación Comercial	Sombreros de paja toquilla colocados en exhibición, en presentación individual para la venta al por menor o mayor.
Peso	De 80 a 120 gramos
Rendimiento	Cada planta de paja toquilla dar aproximadamente de 15 a 20 cogollos aproximadamente.
Tipo de tejido/ Ligamento	Tejido a mano en técnica crochet

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (2014)

Elaborado por: Sistema Integrado de Consultas de clasificaciones Nomenclaturas (SIN).

3.9.5 Características de la producción

Ecuador reúne las condiciones climáticas para el siembra de la paja toquilla en algunas provincias de la región costa, debe ser cultivada en suelos húmedos donde cada planta contiene hojas anchas midiendo de 2 a 3 metros de largo. Esta planta puede ser cultivada en cualquier época del año, los meses de mayor producción son de marzo a junio y de escasas de septiembre a diciembre, se demora de 4 a 5 meses para ser cultivada con temperaturas superiores a 26° centígrados para obtener materia prima de buena calidad. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014)

El tejido del sombrero consta de tres partes: comienza por la plantilla en forma circular, la copa utilizando la horma para dar forma y la falda siendo el ala del sombrero. La finura del tejido depende del grosor de la paja. La calidad de sombrero depende el tejido y de la fibra de la paja toquilla.

El tiempo de elaboración del sombrero dependerá del periodo dedicado el artesano a esta labor y del tipo de sombrero a confeccionarse. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014)

Gráfico 7 Proceso De Elaboración De Paja Toquilla Para La Confección De Los Sombreros

1	<p>Cultivo</p> 	2	<p>Cosecha</p> 
3	<p>Desafanado</p> 	4	<p>Cocinado</p> 
5	<p>Secado</p> 	6	<p>Tejido</p> 
7	<p>Azocado</p> 	8	<p>Lavado</p> 

9	<p style="text-align: center;">Blanqueado</p> 	10	<p style="text-align: center;">Tintura</p> 
11	<p style="text-align: center;">Secado</p> 	12	<p style="text-align: center;">Prensado</p> 
13	<p style="text-align: center;">Decoración</p> 		

Elaborado Por: Cristina León

Fuente: Asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla

3.9.6 Análisis Situación De La Empresa Y El Producto Ofertante

La asociación surge por las situación que se da en su alrededor la oportunidad Mediante la Asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIG de la provincia de Azuay, productora de sombreros de paja toquilla, fundada alrededor de 5 años satisfaciendo las necesidades del cliente.

La asociación está conformada por 10 artesanos socios, los cuales se dedican a la producción de estas artesanías, teniendo en cuenta que el tiempo de tejido de un sombrero es de un día.

Tabla 34 FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La producción del sombrero no genera contaminación. • Sombreros hechos con materia prima de alta calidad. • Mano de obra calificada para realizar diferentes diseños. • Fácil acceso a los insumos de producción • Los precios competitivos en el mercado. • Producto competitivo de buena calidad en los mercados internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • La tendencia de adquirir productos ecológicos. • Prestigio artesanal reconocido por parte de la UNESCO del tejido de paja toquilla como patrimonio cultural. • Beneficios arancelarios mediante acuerdos comerciales entre países. • Creciente demanda insatisfecha.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de mano de obra • No existe mucha promoción y publicidad en el mercado internacional. • Exportación en pequeñas cantidades • Limitación de equipo para el proceso de la elaboración del sombrero. • Falta de motivación a los artesanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consecuencias climáticas que afectan a la producción. • Existencia de empresas que produzcan mayor volumen de sombreros. • Ofertar productos similares o sustitutos en mercados internacionales. • Reducción de la demanda en mercados internacionales de productos.

Fuente: Asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIG
Elaborado por: Cristina León

3.9.7 Capacidad de la oferta

Actualmente la asociación tiene una capacidad productiva de 2880 unidades anuales, hay que mencionar que de la producción total de los sombreros el 70% está destinado para exportación y el 30% para satisfacer el consumo local.

Tabla 35 OFERTA DE SOMBREROS			
PRODUCTO	MENSUAL	ANUAL	70% Mercado Internacional
SOMBREROS	240 unidades	2880 unidades	2016 unidades

Fuente: Asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja ToquillaSIGSIG
Elaborado: Cristina León

3.9.8 Proyecciones De Estudio

En la siguiente tabla se muestra el cálculo de demanda insatisfecha como el consumo nacional aparente, los mismos que están proyectados durante los 5 años siguientes, tomando como referencia datos de años anteriores sean estas exportaciones, importaciones y producción nacional de sombreros de paja toquilla.

Para el cálculo del consumo aparente se debe considerar la suma de las importaciones mas la producción nacional restando las exportaciones de años anteriores ($C_a = M + P_n - X$). Para continuar con el cálculo se obtuvo datos de la población de Paris de la población estratificada, para determinar el consumo real en miles de dólares por habitante, seguido del consumo recomendado; para el consumo recomendado se ha tomado como base la frecuencia de consumo del producto anualmente, permitiéndome obtener un déficit del consumo de las artesanías de paja toquilla convirtiéndose este resultado en la demanda insatisfecha.

De acuerdo al estudio de mercado realizado quienes tienen mayor frecuencia de consumo son las personas de 25 a 65 años de edad por lo que es necesario aplicar estrategias tanto en producción como comercialización haciendo el producto tenga mayor acogida en ese estrato.

Tabla 36 Tabla De La Demanda Insatisfecha													
Años	X	M	Producción (+)	Consumo Nacional Aparente (=)	Población Nacional	Consumo Per capital unidades			Déficit	Total Déficit	Oferta	Destino el 70 %	Cobertura
	(-)	(+)				Real	Unidades	Frecuencia					
	\$	\$	\$	\$		\$							
2010	2599000	11638000	0	9039000									
2011	3850000	15613000	0	11763000									
2012	3419000	13383000	0	9964000									
2013	3359000	12190000	0	8831000	1159500	7.616	0.305	3	2.695	3125260	0	0.00	
2014	3753011	12641030	0	8888019	1217475	7.300	0.292	3	2.708	3296904	2880	2016	0.06
2015	4193239	13108748	0	8915509	1278349	6.974	0.279	3	2.721	3478426	3082	2157	0.06
2016	4685106	13593772	0	8908666	1342266	6.637	0.265	3	2.735	3670452	3112	2179	0.06
2017	5234669	14096741	0	8862073	1409379	6.288	0.252	3	2.748	3873656	3144	2200	0.06
2018	5848695	14618321	0	8769625	1479848	5.926	0.237	3	2.763	4088760	3175	2222	0.06
2019	6534747	15159199	0	8624451	1553841	5.550	0.222	3	2.778	4316545	3207	2245	0.07

- **M=** Importaciones De Sombreros De Paja Toquilla Realizada Por Francia Durante Periodos Anuales
- **E=** Exportaciones Realizadas Por Francia En Periodos Anuales
- **PN=** Producción Nacional
- **CNA=** Consumo Nacional Aparente

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

Después de haber realizado un análisis profundo de cada uno de los capítulos se ha llegado a algunas conclusiones:

Mediante la utilización del programa Cobusgroup, el cual proporcionó información mediante datos estadísticos según la partida arancelaria del producto a estudiar, se pudo identificar diversos mercados alternativos los cuales fueron seleccionados para realizar un estudio minucioso de cada uno de ellos.

Después de la recolección de datos de cada uno de los países a estudiar se realizó un análisis de los mercados sobre el entorno, permitió conocer algunos antecedentes tales como situación económica, política, legal de cada uno de los países, información que ayudó a conocer a nuestros posibles clientes potenciales, de esta manera nos ayudo a tomar decisiones adecuadas para saber la aceptación que puede tener nuestro producto y de esta manera lograr la satisfacción de los clientes.

Luego de elaborar y analizar el perfil de oportunidades y amenazas en el medio se pudo determinar que Francia es el país meta por tener un puntaje alto en oportunidades para establecer negocios y un puntaje bajo en amenazas, concluyendo que este país es apto para realizar la comercialización de los sombreros de paja toquilla.

El sombrero de paja toquilla se exporta en mayores cantidades a los países de Francia, Estados Unidos, Alemania, España, siendo Francia el país meta, porque es uno de los países con menor riesgo país de 407 puntos y donde su población crece año tras año, siendo favorable ya que el consumo permanezca continuamente.

Los sombreros de paja toquilla no presentan ninguna restricción arancelaria para la salida del país, como el ingreso al mercado Francés. Ecuador al mantener relaciones comerciales con la Unión Europea con acuerdo SGP PLUS, los productos se liberan el 100% del pago de los tributos donde este país se ha convertido en un socio comercial importante.

Datos del estudio de mercado demuestra que Francia importa en mayores cantidades de sombreros de paja toquilla, el mercado europeo tiene una demanda de artesanías de paja toquilla la cual no ha sido cubierta en su totalidad, de esta manera la provincia de Azuay puede cubrir una parte de los requerimientos del mercado.

Después de haber analizado la oferta en el Ecuador se obtuvo datos donde señala que en la Provincia de Manabí las asociaciones que fabrican sombreros de paja toquilla se encuentran actualmente exportando, por tal motivo se tomó en cuenta a la Provincia de Azuay, segunda productora de sombreros de paja toquilla, localizando a la Asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIG, la misma que se ha tomado en cuenta para el estudio.

La empresa productora y exportadora Asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIG presenta una experiencia en la producción y comercialización de sombreros de paja toquilla, atendiendo las necesidades del mercado nacional, internacional. Para la exportación de los sombreros de paja toquilla se determina que la oferta es 2016 unidades anuales de la producción de sombreros, por lo que se realizara envíos mensuales de 168 unidades cubriendo un 0.06 de la demanda insatisfecha.

4.2 RECOMENDACIONES

Francia es un mercado muy exigente en cuanto a calidad de los productos, es por eso que los artesanos de sombreros de paja toquilla deben utilizar en todo el proceso materias primas de óptima calidad cumpliendo con los requisitos establecidos.

Se debe explotar y gozar de los beneficios que tienen nuestros productos al mantener acuerdos comerciales con Francia. Al mantener una apertura comercial con este país se quiere generar bienestar de la sociedad e incrementar sus exportaciones de diversos productos.

Reducir los intermediarios en la cadena productiva de los sombreros de paja toquilla, mantener una relación directa con el exportador de esta manera los artesanos recibirán mayores ingresos por su trabajo, y por ende los precios de los sombreros de paja toquilla serán competitivos en los mercados internacionales.

Es importante incentivar a los artesanos a que se diseñar nuevos modelos, que permitan al consumidor tener una variedad de diseños utilizando como estrategia para ingresar a nuevos mercados sean nacionales e internacionales.

Realizar constantemente estudios de los mercados alternativos para determinar si han existido variaciones en aspectos políticos, legales que puedan afectar a la comercialización de los productos, de esta manera poder establecer soluciones según sea el caso.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1 TÍTULO

Estudio de factibilidad para la comercialización de artesanías de sombreros de paja toquilla de la asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIGTESYA desde la provincia de Azuay hacia el mercado de Francia.

5.2 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la propuesta se basa de acuerdo al estudio efectuado frente al análisis situacional del país destino como también el país de origen, donde nos permitió conocer oportunidades y amenazas que se presenta en dicho mercado para la comercialización de las artesanías de sombreros de paja toquilla.

Con la información obtenida se llego a determinar que en la provincia de Azuay existe una oferta de sombreros de paja toquilla, la asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIGTESYA se dedican a elaborar artesanías como son los sombreros de paja toquilla y que por falta de estudios y de conocimientos no puedan expandirse y ofertar sus productos a mercados internacionales, mediante el estudio elaborado se llego a determinar que Francia es un mercado óptimo ya que existe una demanda insatisfecha, de esta manera la producción de las artesanías de esta asociación se pueden comercializar.

Nuestro país siendo beneficiario del acuerdo que existe con la unión europea, las artesanías no poseen restricciones para la exportación, donde ingresan con liberación del 100% de las preferencias arancelarias, viéndose beneficiado los exportadores ya que su producto va a ser competitivo en el mercado satisfaciendo parte de la demanda que existe en dicho país.

Conociendo la situación tanto de la demanda como la oferta de los sombreros de paja toquilla es importante determinar las condiciones técnicas, logísticas, financieras para la comercialización de las artesanías, como también el canal de comercialización oportuno ayudando de esta manera que sean los artesanos quienes poseen mayor nivel de utilidad sin ser afectados por los intermediarios.

5.3 OBJETIVOS

5.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de artesanías de sombreros de paja toquilla desde Ecuador hacia el mercado de Francia.

5.3.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio técnico para la comercialización de artesanías de sombreros de paja toquilla.
- Determinar costos logísticos para la comercialización de los sombreros de paja toquilla desde Ecuador a Francia.
- Realizar un estudio financiero para conocer la rentabilidad del proyecto.

5.4 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite analizar aspectos físicos y operativos en cuanto a la determinación del tamaño óptimo de la planta, localización, como también aspectos administrativos para realizar la producción y comercialización de las artesanías. (Baca, 2010, p.69)

5.4.1 Localización del proyecto

El estudio de la localización del proyecto comprende dos niveles; macro localización donde se especifica la zona, región o provincia, y micro localización es la ubicación exacta de la asociación o empresa.

5.4.1.1 Macro localización

Al tratarse de los sombreros de paja toquilla la Asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIGTESYA se ubica en la provincia del Azuay, siendo una de las provincias con mayor aportación en la elaboración de diversos tipos de artesanías.

País: Ecuador

Provincia: Azuay

Cantón: Sigsig

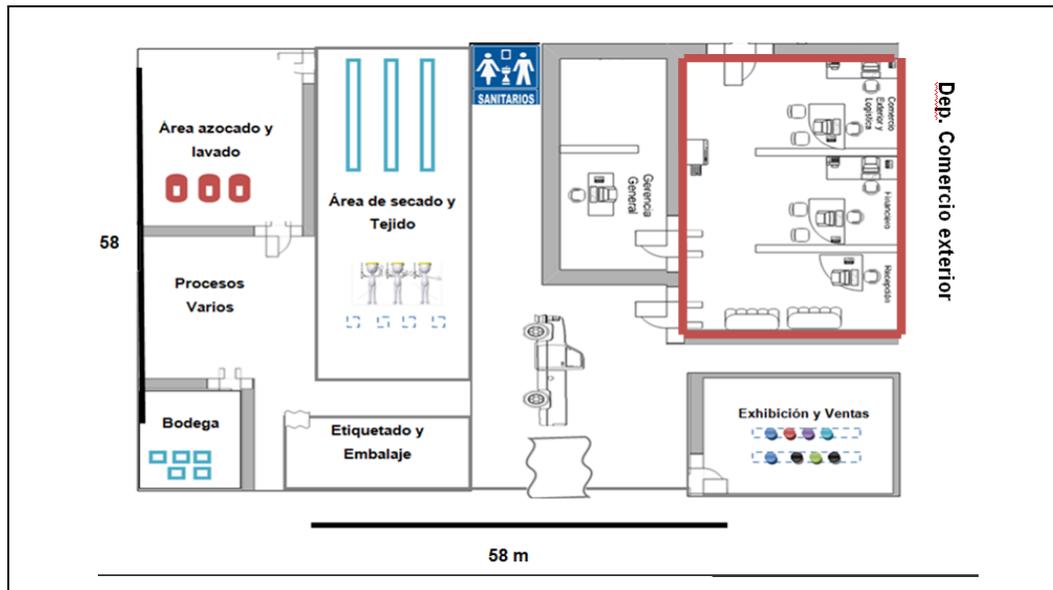


Fuente: Imágenes de Google

5.4.2 Determinación Espacio Físico

Actualmente la asociación cuenta con espacio físico e infraestructura propia, el tamaño de la asociación está de acuerdo a la capacidad de producción, como también el espacio que requiere el personal para realizar funciones administrativas y financieras. El objetivo es incrementar un departamento de comercio exterior el cual le ayudara a comercializar las artesanías.

Gráfico 10 Determinación Espacio Físico



Elaboración: Cristina León

El espacio físico tiene una dimensión de 116m². El cual permitirá el buen manejo de todo el proceso.

La espacio físico está distribuida primero por las oficinas donde se compone de gerente 8m², aérea de comercio exterior 4m², aérea financiera 3m² y recepción 4m², área de exhibición y ventas 6m², el área de producción ocupa el mayor espacio, donde 12m² realizan los diversos procesos productivos del sombrero de paja toquilla, tenemos el área de secado 30m², para la bodega 20m², en el cual se almacenan los sombreros manteniendo todas las condiciones adecuadas para que no exista alteraciones en el producto, junto al etiquetado y embalaje 6m²

5.4.3 Misión

Somos una empresa dedicada a la elaboración y exportación de sombreros de paja toquilla, nuestro objetivo es realzar las artesanías del Ecuador, manteniendo la tradición y la cultura del uso del sombrero de nuestro país para mercados internacionales.

5.4.4 Visión

Convertirnos en una empresa exportadores de sombreros de paja toquilla reconocidos por nuestra marca a nivel internacional, brindando productos de calidad y cumplir las exigencias de los mercados.

5.4.5 Objetivos

Conservar la satisfacción total de nuestros clientes con productos de calidad ajustados a sus requerimientos.

Innovar constantemente, adaptarse a los tiempos y gustos de nuestros clientes.

Tener la capacidad productiva para expender los productos a mercados nacionales e internacionales.

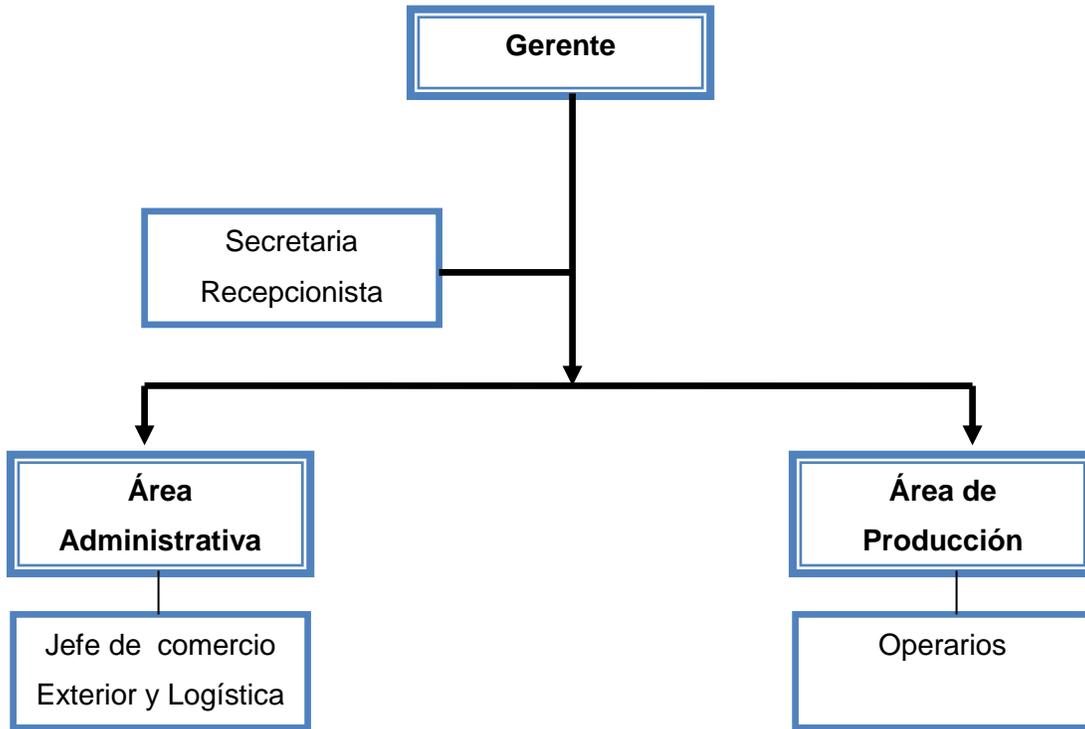
Desenvolver un nivel competitivo nacional e internacional, que permita instalarse como una organización confiable y proveedora de las artesanías de sombreros de paja toquilla

Promover el desarrollo socioeconómico mediante la fuente de trabajo de sus trabajadores.

Mejorar su gestión administrativa y en los procesos productivos con el fin de alcanzar la eficiencia y eficacia para obtener un producto de acuerdo a las expectativas de nuestros clientes.

5.4.6 Factibilidad organizativa y Administrativa

Gráfico 11 Factibilidad Organizativa Y Administrativa



5.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.5.1 Requerimiento de Talento Humano

Tabla 37 Requerimiento Talento Humano	
Nombre del Cargo	N° de Personas
Gerente	1
Secretaria	1
Jefe de Comercio Exterior y Logística	1
Operarios	2

Elaborado por: Cristina León

Para el nuevo departamento de Comercio Exterior la asociación requiere 2 personas para desempeñarse dentro del área administrativa y dos operarios para el proceso de empaque y etiquetado, cada una de las áreas mantendrán funciones que ayuden al buen desempeño de la asociación.

5.5.2 Manual de Funciones

Tabla 38 Identificación Del Cargo Gerente General	
Nombre del Cargo	Gerente General
Área	Administrativa
Reporta	Ninguna
Coordina	Jefes de todas las áreas
II PROPÓSITO	
Planifica, dirige, organiza, controla las operaciones que se lleven a cabo dentro de la asociación, velará por el cumplimiento de los objetivos y metas, tomando las mejores decisiones referente a la asociación.	
III ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Representará la empresa legalmente ante instituciones públicas o privadas. • Ejecutará las negociaciones nacionales e internacionales • Dirige y coordina las actividades llevadas a cabo dentro de la asociación • Elaborar planes estratégicos para todas las aéreas de la asociación para el buen desempeño de las funciones y el correcto uso de los recursos económicos y materiales. • Exponer informes económicos y financieros para la adecuada toma de decisiones. • Velar por el cumplimiento de las políticas, objetivos y responsabilidades trazados. • Fortalecer las relaciones con los clientes manteniendo la satisfacción en base a la calidad de nuestros productos. 	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Educación Formal: Ingeniero en Administración de Empresas	
Formación Adicional: Comercio Exterior y Manejo de talento humano.	
Experiencia: 3 Años	

Elaboración por: Cristina León

Tabla 39 Identificación Del Cargo Secretaria	
Nombre del Cargo	Secretaria
Área	Administrativa
Reporta	Gerente
Coordina	Gerente
II PROPÓSITO	
Ejecutar actividades administrativas como recepción de llamadas y atención al cliente, mantener documentación y base de datos actualizados referente a la asociación sirviendo de apoyo al gerente.	
III ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender de forma correcta a proveedores y clientes que visitan las instalaciones. • Organizar y guardar la documentación relacionada a la asociación. • Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad. • Conservar una base de datos de clientes y proveedores • Coordinar la agenda de las actividades del gerente • Informar asuntos relacionados al departamento mediante informes mensuales 	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Educación Formal: Licenciatura en secretariado ejecutivo	
Formación Adicional: Archivo	
Experiencia: 2 Años	

Elaboración: Cristina León

Tabla 40 Identificación Del Cargo Comercio Exterior	
Nombre del Cargo	Ingeniero en Comercio Exterior
Área	Operativa
Reporta	Gerente
Coordina	Gerente
II PROPÓSITO	
Coordinar las operaciones de comercio exterior para la comercialización de los sombreros de paja toquilla.	
III ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener contacto con los proveedores y clientes • Enviar la mercadería en buen estado 	

<ul style="list-style-type: none"> • Inspeccionar los procesos logísticos y costos • Revisión de los documentos necesarios para la exportación
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO
Educación Formal: Ingeniería en comercio internacional y negociación internacional
Formación Adicional: Atención al cliente
Experiencia: 1 año

Elaboración: Cristina León

Tabla 41 I Identificación Del Cargo Operario	
Nombre del Cargo	Operario
Área	Producción
Reporta	Gerente
Coordina	Comercio exterior
II PROPÓSITO	
Elaboración de todo el proceso del embalaje y etiquetado de los sombreros de paja toquilla	
III ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de los sombreros de paja toquilla • Verificar que los sombreros no estén con fallas • Proceso de empaque y etiquetado de los sombreros 	
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
Educación Formal: Bachiller	
Experiencia: 1 Año mínimo	

Elaboración: Cristina León

5.6 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

5.6.1. Empaque de los Sombreros de paja Toquilla.

El empaque se lo realizará en cajas de carton pequeña para cada unidad, con medidas de 30cm largo, 9cm alto y 8cm de ancho, el cual ayudara a proteger al sombrero y de esta manera llegar en buen estado.



5.6.2 Logotipo y Slogan del producto

Se ha diseñado un logotipo con el grafico de un sombrero de paja toquilla indicando que es una artesanía del Ecuador, y con su slogan “Tissage Réves” (Tejiendo Sueños).



5.6.3 Formato de la Etiqueta

Con el diseño del slogan y el nombre comercial se elabora el esquema de la etiqueta con el siguiente diseño.

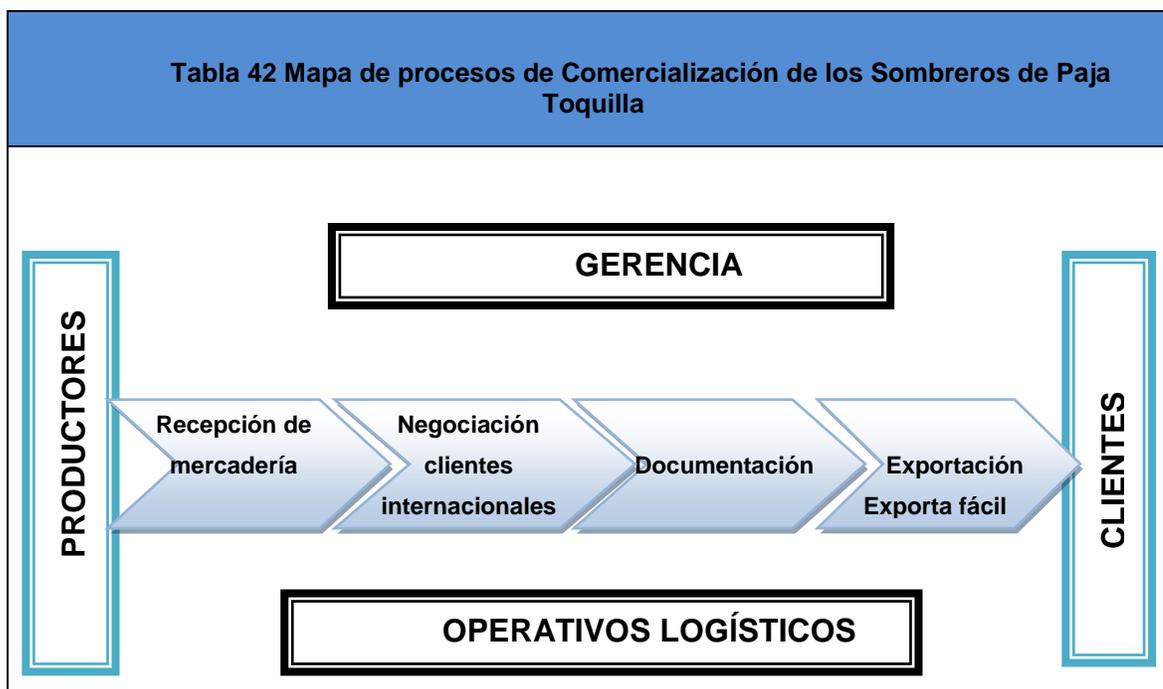


5.7 MAPA DE PROCESOS

Se estableció un mapa de proceso de la comercialización de las artesanías de sombreros de paja toquilla dirigidas al mercado Francés.

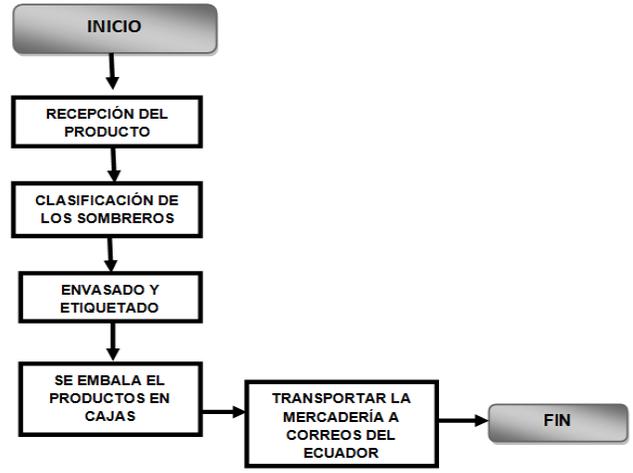
El ciclo inicia con productores de los sombreros de paja toquilla los cuales son almacenados para su comercialización, luego tenemos la negociación con el cliente Francés donde se establecen acuerdos y por consiguiente la elaboración de un contrato internacional donde se estipulan las condiciones de la negociación.

Luego de la negociación y establecer un pedido, es necesario contar con la documentación donde se realiza la recepción y certificados requeridos para la exportación, este proceso cuenta con operativos logísticos, hay que mencionar que la exportación de sombreros de paja toquilla se la realiza por Exporta Fácil, de esta manera se llega al cliente.

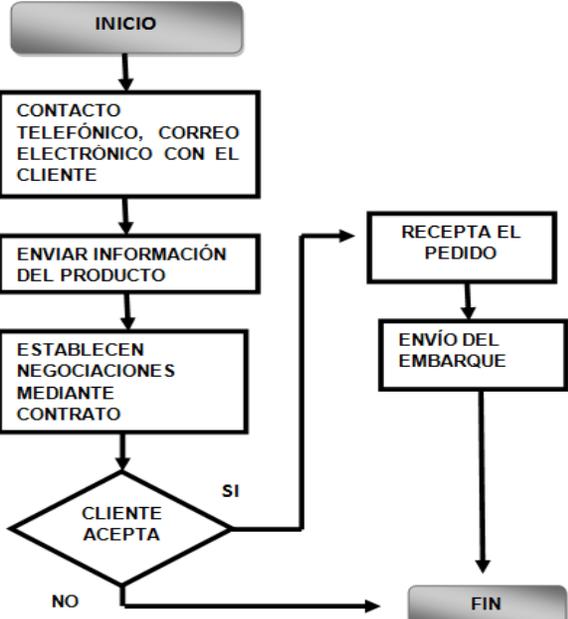


Elaborado por: Cristina León

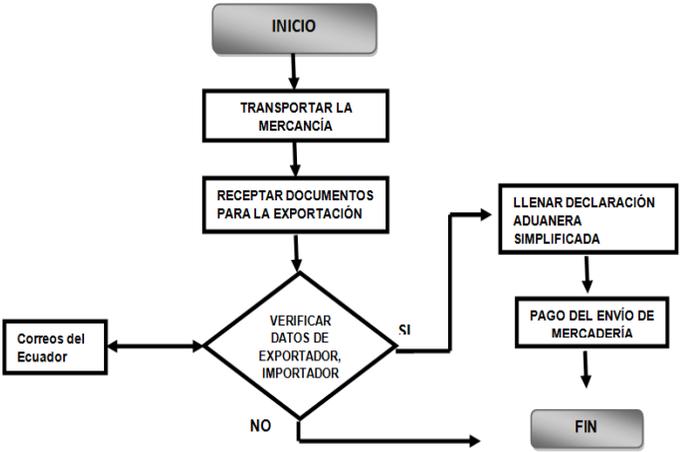
5.7.1 Fichas De Procesos

Tabla 43 Proceso de Recepción De La Mercadería				
		RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA		
		código PO-CP-001		
		Versión 001		
		Páginas 1-1		
Responsable	Supervisor			
Objetivo	Verificar que los sombreros estén listos para la comercialización			
Alcance	Recepción de los sombreros para el embalaje y etiqueta listo hasta el traslado de la mercadería a Correos del Ecuador, ubicado en borrego y Gran Colombia esquina.			
DETALLE				
Responsable	Detalle			Documento
Gerente	1. Recepción del producto 2. Clasificación de los sombreros por tamaño 3. Llenar los sombreros con su respectiva etiqueta. 4. Ubicar para embalaje en caja para exportación. 5. Traslado del producto hacia Correos del Ecuador. 6. Fin			Facturas del producto Comprobante del pago del flete
2. FLUJOGRAMA				
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> REPRO[RECEPCIÓN DEL PRODUCTO] REPRO --> CLAS[CLASIFICACIÓN DE LOS SOMBREROS] CLAS --> ENVA[ENVASADO Y ETIQUETADO] ENVA --> EMB[SE EMBALA EL PRODUCTOS EN CAJAS] EMB --> TRAN[TRANSPORTAR LA MERCADERÍA A CORREOS DEL ECUADOR] TRAN --> FIN([FIN]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CALCULO	ESTÁNDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Número de productos	Mensual	Mensual	Mensual	Supervisor
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO				
RR.HH	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente	Equipo de computo	Ninguna		
REVISADO		APROBADO	FECHA	

Elaborado por: Cristina León

Tabla 44 Proceso de Contacto con el Cliente					
	CONTACTO CON CLIENTE		código PO-CP-002		
			Versión 001		
			Páginas 1-2		
Responsable	Gerente				
Objetivo	Contactar al cliente en el exterior (importador) para establecer una negociación para la comercialización de los sombreros de paja toquilla.				
Alcance	Desde el contacto con el cliente hasta mantener un contrato				
DETALLE					
Responsable	Detalle		Documento		
Gerente	1. Contacto telefónico, páginas web, correos electrónicos con el cliente. 2. Enviar toda información acerca del producto. 3. Establecen una negociación mediante un contrato 4. Recibe el nuevo pedido 5. Fin		Correos electrónicos Ficha de información del producto Contrato		
2. FLUJOGRAMA					
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[CONTACTO TELEFÓNICO, CORREO ELECTRÓNICO CON EL CLIENTE] A --> B[ENVIAR INFORMACIÓN DEL PRODUCTO] B --> C[ESTABLECEN NEGOCIACIONES MEDIANTE CONTRATO] C --> D{CLIENTE ACEPTA} D -- SI --> E[RECEPTA EL PEDIDO] E --> F[ENVÍO DEL EMBARQUE] F --> FIN([FIN]) D -- NO --> FIN </pre>					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE	
Tiempo contacto con el cliente	Mensual	1	Mensual	Gerente	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO					
RR.HH	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO			
Gerente	Equipo de computo	Ninguna			
REVISADO		APROBADO	FECHA		

Elaborado por: Cristina León

Tabla 45 Proceso de Exportación de Exporta Fácil				
	PROCESO DE EXPORTACIÓN DE EXPORTA FÁCIL			código PO-CP-003
				Versión 001
				Páginas 1-3
Responsable	Ing. Comercio Exterior			
Objetivo	Realizar el proceso de exportación mediante Exporta Fácil			
Alcance	Desde la recepción hasta su despacho al comprador			
DETALLE				
Responsable	Detalle			Documento
Ing. Comercio Exterior	1. Transportar la mercancía a correos del Ecuador (Cuenca) con los documentos para exportar. 2. Entrega los documentos necesarios para la exportación a correos del Ecuador 3. Verifican los datos de exportador, importador y el producto a exportar. 4. Llenar la Declaración Aduanera Simplificada 5. Pago por el envío de la mercancía mediante Correos del Ecuador 6. Fin			Factura comercial Certificado de origen DAS
2. FLUJOGRAMA				
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> TRANSPORTAR[TRANSPORTAR LA MERCANCIA] TRANSPORTAR --> RECEPTAR[RECEPTAR DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN] RECEPTAR --> VERIFICAR{VERIFICAR DATOS DE EXPORTADOR, IMPORTADOR} VERIFICAR -- SI --> LLENAR[LLENAR DECLARACIÓN ADUANERA SIMPLIFICADA] LLENAR --> PAGO[PAGO DEL ENVÍO DE MERCADERÍA] PAGO --> FIN([FIN]) VERIFICAR -- NO --> CORREOS[Correos del Ecuador] </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CALCULO	ESTÁNDAR META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de entrega	Mensual	15 Días	Mensual	Exporta fácil
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO				
RR.HH	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Logística		Ninguna		
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Cargo		Gerente		

Elaborado por: Cristina León

5.8 PROCESO LOGÍSTICO

Dentro del proceso logístico se realiza una breve descripción sobre el proceso de exportación fácil.

Tabla 46 Exporta Fácil	
<p>Herramienta que facilita las exportaciones por medio de envíos postales; orientadas a fomentar el envío de productos de las micro, pequeñas, medianas empresas (MIPYMES) y artesanos a mercados internacionales.</p>	
Instituciones participantes	<p>Ministerio de Industrias y Productividad, Pro Ecuador, Correos del Ecuador, SENA, Instituto de Patrimonio Cultural, Servicio de Rentas Internas.</p>
Documentos requeridos para la exportación	<ul style="list-style-type: none"> - Tener RUC - Registrarse como Exportador en www.exportafacil.gob.ec - Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada) - Documentos obligatorios: Factura comercial, packing list (lista de Empaque), autorizaciones previas, certificado de origen es opcional.
Características del Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Las exportaciones podrán tener un valor declarado de hasta \$5000 (FOB) por DAS. - Enviar uno o varios paquetes de hasta 30 kilos por cada exportación. - Hasta de 2kg puede ser entregado a domicilio del comprador. - El tamaño de los paquetes en la suma de los lados (alto, ancho y profundidad) no deberán superar los 3 metros - Seguro obligatorio para envíos a partir de \$ 50 en valor declarado.
Modalidades de Exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio EMS- Express Mail Service: <ul style="list-style-type: none"> - Servicio postal más rápido - Trato prioritario - Costo mayor al servicio certificado pero entrega en menor tiempo. • Servicio Certificado <ul style="list-style-type: none"> - Servicio postal que toma más días en su arribo que el EMS. - Costo más económico - Trato Preferencial

<p align="center">Cotizador de Envíos</p>	<p align="center">Cotizar Envíos</p> <p align="center">Ingrese Parámetros Para Calcular Su Cotización</p> <p>Pais de Destino: Seleccione Pais * ✓</p> <p>Tipo de Servicio: Seleccione Servicio * ✓</p> <p>Peso en Kg.: 0.0 * ✓</p> 
<p align="center">Beneficios del Servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tarifas competitivas - Tramite virtual, exportación desde cualquier parte del país. - Trámite aduanero gratuito. - Oportunidades comerciales. - No se requiere de agente de aduana y por ende disminuye trámites aduaneros. - Cotizador de envío.

Fuente: Exporta Fácil
Elaborado por: Cristina León

5.8.1 Información Básica del Producto

Para realizar la exportación de Sombreros de paja toquilla es necesario puntualizar la información básica del producto, el embarque e información adicional que se utilizara en el proceso de comercialización desde el país de origen hasta el punto de destino.

Tabla 47 Información Básica Del Producto	
Nombre técnico o comercial del producto	Sombreros de Paja Toquilla
Posición arancelaria en el país exportador	650400000
Posición arancelaria en el país importador	650400000
Unidad comercial de venta	Unidades
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	34.08
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Sigsig
País de destino	Francia
Ciudad de punto de destino	Paris
Nº de unidades comerciales por embarque	168

Valor inicial del embarque (EXW)	5975
Tipo de embalaje	Cajas
Tipo de unidad de carga	Caja Grande
Nº total de embalajes	3
Nº total de unidades de carga	3
INFORMACIÓN ADICIONAL	
Termino de negociación	DDP
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	X
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	1.5%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	5.31%
Tasa promedio de inflación anual	3.85%
Inflación anual país de destino	0.90%

Elaborado por: Cristina León

5.8.2 Calculo del Cubicaje

Con la información obtenida se procedió a realizar el cálculo del cubicaje del embalaje de las artesanías, se utilizó medidas y peso de los sombreros cuyo objetivo fue determinar el número exacto de las artesanías que contiene en la caja grande.

En este caso una caja contiene 56 sombreros de paja toquilla con un peso aproximado de 6 kilos, peso que no sobrepasa para el envío por exporta fácil.

Tabla 48 Detalle Calculo De Cubicaje					
Caja	CALCULO DE CUBICAJE	ENVASE (Caja Pequeña)	EMPAQUE / EMBALAJE Caja Grande	Estimación del espacio	Nº de cajas a utilizar por embarque
	Nº de unidades	1	56		3.000
	Largo mts	0.3	0.72	2	
	Alto mts	0.09	0.70	7	
	Ancho mts	0.08	0.38	4	
	volumen total del embarque m3	0.00	0.19	88.67	
	Peso por unidad Gr.	120	6720	56	
SALDOS PARA OTRO TIPO DE CAJA					0.00

5.8.3 Estimación De Ventas

Con los datos de oferta exportable como el cálculo de la demanda insatisfecha se puede observar que existe una cobertura de la demanda de 0.12% promedio, haciendo embarques mensuales de 3 cajas de 168 unidades, dando un total de 36 cajas anuales.

Tabla 49 Detalle Estimación de Ventas						
DATOS	AÑOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
OFERTA EXPORTABLE	2016	2157	2308	2470	2643	2828
DEMANDA INSATISFECHA	3296904	3478426	3670452	3873656	4088760	4316545
% DE COBERTURA DE LA DEMANDA	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.07%
FRECUENCIA DE ENVÍO	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	12	12	12	12	12	12
TAMAÑO DEL EMBARQUE (unidades)	168.00	179.76	192.34	205.81	220.21	235.63
Nº DE EMPAQUES / EMBALAJES	168.0	179.8	192.3	205.8	220.2	235.6
Nº DE CAJAS	3	4	4	4	4	5
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMBALAJES POR ENVÍO	3	4	4	4	4	5
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL (ENVASES) POR ENVÍO	168	180	193	206	221	236
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMPAQUES / EMBALAJES AL AÑO	36	48	48	48	48	60
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL	2016	2160	2316	2472	2652	2832
	0.00	2.88	7.88	2.31	9.44	4.46

Elaborado por: Cristina León

5.8.4 Sistema De Envase, Embalaje Y Etiqueta

Tabla 50 Detalle Envase/Empaque								
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
Caja Pequeña	0.35	168	59	2.00	1	8	16	75
Caja Grande	3.5	3	11		1	8	16	27
Cinta de embalaje	1.3	3	4		1	8	16	20
TOTALES								121.2

Tabla 51 Detalle Marcado								
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
Etiquetado	0.05	168	8.4	0.125	1	8	1	9.4
			0				0	0
TOTALES								9.4

Elaborado por: Cristina León

El envase utilizado para los sombreros de paja toquilla son cajas de cartón, las cuales tienen una dimensión de 30 x 9 x 8 cm, con la respectiva etiqueta integrada en el sombrero, donde se utilizara una persona para realizar todo este proceso.

5.8.5 Documentación

Tabla 52 Detalle Documentación						
DESCRIPCIÓN	Costo unitario USD	Cantidad	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Factura Comercial	0.1	1	1	0.5	0.06	0.2
Lista de empaque	0.1	1		0.5	0.06	0.2
Certificado de Origen	11.2	1		3	0.375	22.4
Registro de importador/exportador	80	1		0	0	80
TOTALES				4	0.5	102.8

Elaborado por: Cristina León

Tenemos la documentación necesaria con el propósito de cumplir con normativas para realizar la exportación: factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, registro de exportador/importador.

5.8.6 Transporte Internacional

El valor del flete internacional es proporcionado mediante el Cotizador de exporta fácil según el peso de la mercancía y el país destino, hay que mencionar que el cada caja de sombreros de paja toquilla pesa aproximadamente 6 kilos, dando un valor de 130 usd con destino a Francia con un tiempo de duración de 15 días hábiles.

Tabla 53 Flete Internacional				
Descripción	Costo unitario por embarque	Cantidad de cajas	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Flete Internacional Aéreo	130	3	15	390
		0		0
TOTALES			15	390

Elaborado por: Cristina León

5.8.7 Seguro Internacional

Para enviar por medio de exporta fácil en la ciudad de Cuenca dirección entre calle Corral y Dávila, los sombreros de paja toquilla se deberá asegurar la mercancía a partir de 50 USD, donde aplicará el 1.5% al valor CFR como se denota en la siguiente tabla.

Tabla 54 Seguro Internacional	
	Valor Total
Valor CFR	6239
Porcentaje aplicable	1.5%
Total seguro internacional	93.58 usd.

Elaborado por: Cristina León

Tabla 55 Detalle Costos Directos de Exportación		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	121.2	2.0
Embalaje/Marcado	9.4	0.1
Unitarización	0.0	0.0
Manipuleo en el local del exportador	3.0	0.0
Documentación	102.8	0.5
Transporte interno	15.0	0.5
Manipuleo Embarque	0.0	0.0
Agentes	0.0	0.0

Detalle Costos Indirectos País De Exportación		
Bancarios	0.0	0.0
Capital e inventario país de origen	2.7	3.2
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	254.1	3.2
VALOR EXWORK	5725	2.1
VALOR FCA	5728	2.7
VALOR FOB	5849	3.2

Dentro de la matriz general hallamos cada uno de los costos directos (empaque, embalaje, manipulación, etc.), e indirectos (costos bancarios, inversión de recursos) que se generan dentro del país exportador (Ecuador) y a su vez el tiempo que tomará para cada actividad.

Tabla 56 Detalle Costos En El Tránsito Internacional		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
Flete Internacional	390	15.0
VALOR CFR	6239	18.2
Seguro Internacional	94	0.3
VALOR CIF	6332.5	18.4
Manipuleo Desembarque	0.0	0.0
Costos Indirectos		
Capital e Inventario	14.8	15.3
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	497.8	15.3
VALOR DAT	6346.7	18.4

En la siguiente tabla se presenta los costos y tiempos que involucra el tránsito internacional de la mercancía, asumiendo costos directos como el flete y seguro internacional teniendo como destino al país de Francia.

Tabla 57 Detalle De Costos En El País Importador		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	0.0	0.0
Manipuleo desembarque	0.0	0.0
Documentación	0.0	0.0
Agentes	0.0	0.0
Transporte interno	0.0	0.0
VALOR DAP	6346.7	18.4
Aduaneros	0.0	incluido en agentes
Costos Indirectos Importación		
Capital e Inventario	0.1	0.1
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	0.1	0.1
VALOR DDP	6346.8	18.5
Precio (c/u) en país de destino	37.7	
MARGEN DE VENTAS	5.7	
PRECIO DE VENTA	43.35	

La tabla de costos del país importador abarca los costos que se genera dentro del país destino, pero hay que mencionar que al utilizar exporta fácil no se generan estos costos, considerando que la mercancía llega al lugar destino convenido con el importador, por tal razón el termino de negociación es DDP.

De acuerdo la matriz, después de haber asumido los costos se establece el precio de venta de los sombreros en el país destino con un margen de utilidad del 15% al total DDP, dándonos un precio de venta al cliente de 43,35 usd por cada sombrero de paja toquilla.

5.9 ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.9.1 Inversión Inicial

Dentro del estudio financiero se considera importante los costos e inversión indispensables para el desarrollo del proyecto, donde se detalla la adquisición de activos fijos, capital de operación y gastos de constitución para la exportación de los sombreros de paja toquilla hacia Francia.

Tabla 58 Detalle de Activos Fijo			
Activos Fijos - Inversión Fija			2014
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios-Infraestructura			
Edificio			10000
Muebles y Enseres			1,000
Escritorio	3	180.00	540
Sillón ejecutivo	2	100.00	200
Sillas	4	15.00	60
Archivadores	1	120.00	120
Teléfono	2	30.00	60
Calculadoras	2	10.00	20
Equipo de Computación			1,670
Computadora de mesa	3	500.00	1,500
Impresora	1	170.00	170
Total Activos Fijos - Inversión Fija			12,670

5.9.2 Capital de Operación

Capital de operación son rubros que se hallan invertidos en la exportación de los sombreros de paja toquilla donde se detallan los costos de producción, gastos administrativos, gastos de exportación, el capital correspondiente para el primer año es de 5,320 dólares.

Tabla 59 Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	31,233
Gastos Administrativos	37,471
Gastos de Exportación	11,776
Total Costo Anual	80,481
Total Costo Diario	223.56
Ciclo de caja	30
Capital de Operación	6,707

5.9.3 Costos De Producción

Los costos de producción corresponden al sombrero elaborado, mano de obra son los operarios que se encargaran de realizar el proceso de etiquetado y embalaje para la exportación. La tabla muestra los costos de producción actuales y proyectados hasta el 2019, cada uno de ellos se ha multiplicado por el promedio de la inflación que es de 3.85%.

Tabla 60 Detalle Costos de Producción								
Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cant.	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima			14,112	15,703	16,837	17,971	19,279	20,588
Sombreros de paja toquilla	2,016	7.00	14,112	15,703	16,837	17,971	19,279	20,588
Mano de Obra			11,779	13,770	15,137	16,640	18,292	20,108
Operarios	2	5,889	11,779	13,770	15,137	16,640	18,292	20,108
Costos Indirectos de Fabricación:			5,342	6,458	6,704	6,958	7,228	7,566
Caja de envase	2,016	0.35	706	1623	1679	1736	1801	1927
Etiquetas	2,016	0.05	101	125	133	141	150	160
Caja de empaque	36	126.00	4,536	4711	4892	5081	5277	5480
Depreciaciones	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Costo de Producción			31,233	35,931	38,679	41,569	44,800	48,262

5.9.4 Gastos Administrativos

De la misma manera se incurre en gastos administrativos, que son indispensables dentro del proceso de exportación, valores que se detallan solo para gastos de personal administrativos y no de producción.

Tabla 61 Detalle Gastos Administrativos								
Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos	3	12,210	6,631	2,906	7,165	1,847	6,994	2,652
Suministros de oficina	12	20.00	240	249	259	269	279	290
Suministros de limpieza	12	20	240	249	259	269	279	290
Depreciaciones			0	657	657	657	100	100
Total Gastos Administrativos			37,471	44,435	48,728	53,445	58,072	63,767

5.9.5 Gastos De Exportación

Son los gastos efectuados durante todo el proceso de exportación, tomando en cuenta que los envíos serán mensuales, observando que el término de negociación es DDP.

Tabla 62 Detalla Gastos de Exportación								
Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cant.	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Unitarización	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Manipuleo en el local de exportador	12	3.00	36	50	52	54	56	72
Documentación	12	102.80	1,234	1,281	1,382	1,548	1,801	2,175
Transporte interno	12	15.00	180	249	259	269	279	362
Manipuleo de embarque	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Agentes	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Costos bancarios	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Capital e inventario - país de origen	12	2.72	33	38	41	45	35	38
Flete internacional	12	390.00	4,680	5,172	5,360	5,554	5,756	5,966
Seguro internacional	12	93.58	1,123	1,307	1,418	1,537	1,662	1,810
Capital e inventario - tránsito internacional	12	14.24	171	199	216	234	253	275
Almacenamiento	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Manipuleo de desembarque	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Documentación	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Agentes	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Transporte interno	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Aduaneros	12	0.00	0	0	0	0	0	0
Capital e inventario en el país de destino	12	360.00	4,320	1	1	2	2	2
Total Gastos de Exportación (Ventas)			11,776	8,297	8,727	9,241	9,856	10,715

5.9.6 Inversión Inicial

Tabla 63 Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	1 2,670
Capital de Operación	6,707
Gastos de Constitución	
Total Inversión Inicial	19,377

Elaborado por: Cristina León

Tabla 64 Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	40%	7,751
Capital Ajeno	60%	11,626
Total	100%	19,377

Elaborado por: Cristina León

Para el presente proyecto se necesita una inversión total de 9139 dólares, del cual el 40% (3,664 usd) es de capital propio de la asociación y el 60% (5,484 usd) será financiado a través del Banco Nacional de Fomento, dinero que servirá la implementación de la oficina como para el recurso humano que desarrollara el proceso de exportación de los sombreros de paja toquilla.

Tabla 65 Amortización de la Deuda	
Monto	11,626
Tasa Anual	11.20%
Tasa Mensual	0.0093
Plazo	36
Cuota	381.72

Elaborado por: Cristina León

El tiempo de la amortización de la deuda es de 36 meses, con un tasa de interés anual de 11.20% fijada por el Banco Nacional de Fomento.

5.9.7 Estados Financieros

El Balance general es un informe financiero donde se ve reflejada la situación económica de la empresa, en el cual muestra sus activos, pasivos y patrimonio en un periodo de tiempo, el que servirá para la toma de decisiones para futuras operaciones.

Tabla 66 Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	<u>6,707</u>	Deudas <1 Año	<u>0</u>
Total Activos Corrientes	6,707	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	100000	Préstamos Bancarios	<u>11,626</u>
Maquinaria y Equipo	0	Total Pasivos Largo Plazo	11,626
Muebles y Enseres	1,000		
Equipo de Computo	<u>1,670</u>	Total Pasivos	11,626
Total Activos Fijos	12,670		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	<u>0</u>	Capital Social	<u>7,751</u>
Total Activos Diferidos	0	Total Patrimonio	7,751
Total Activos	<u>19,377</u>	Total Pasivo + Patrimonio	<u>19,377</u>

Tabla 67 Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ventas	92,553	103,260	111,383	120,199	129,636	141,156
Cantidad	2,016	2,160	2,316	2,472	2,652	2,832
Precio	45.91	47.81	48.09	48.62	48.88	49.84
- Costo de Ventas	31,233	35,931	38,679	41,569	44,800	48,262
Utilidad Bruta en Ventas	61,319	67,329	72,704	78,630	84,837	92,894
- Gastos Operacionales	49,247	52,732	57,455	62,686	67,927	74,482
Gastos Administrativos	37,471	44,435	48,728	53,445	58,072	63,767
Gastos de Exportación	11,776	8,297	8,727	9,241	9,856	10,715
Utilidad Operacional	12,072	14,597	15,250	15,944	16,909	18,412
- Gastos Financieros	0	1,128	721	266	0	0
Interés Bancario	0	1,128	721	266		
U.A.T.I	12,072	13,469	14,528	15,678	16,909	18,412
- 15% Particip. Trabajadores	1,811	2,020	2,179	2,352	2,536	2,762
Utilidad Antes de Impuestos	10,261	11,448	12,349	13,326	14,373	15,650
- 22% Impuesto a la Renta	2,257	2,519	2,717	2,932	3,162	3,443
Utilidad Neta	8,004	8,930	9,632	10,395	11,211	12,207

En el estado de resultado resume las operaciones de la empresa, mostrando ingresos y gastos por las ventas que se haya realizado en un periodo obteniendo ganancias o pérdidas de las actividades realizadas.

5.9.8 INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros no permiten medir la rentabilidad del proyecto, ayudando a la mejor toma de decisiones, analizando el valor actual neto y la tasa de retorno.

Tabla 68 Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Utilidad Neta		8,930	9,632	10,395	11,211	12,207
+ Depreciaciones		657	657	657	100	100
+ Amortizaciones		0	0	0	0	0
Liquidación del Proyecto						8,000
Recuperación Capital de Operación						6,707

Total Entradas	0	9,586	10,289	11,051	11,311	27,014
Salidas de Efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversión Inicial	19,377					
Amortización de la Deuda		3,452	3,859	4,314		
Reposición de Activos				0		
Total Salidas	19,377	3,452	3,859	4,314	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-19,377	6,134	6,430	6,737	11,311	27,014

Tabla 69 Valor actual Neto y Tasa Interna de Retorno			
Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-19,376.72		
1	6,134.23	0.9187	5,635.80
2	6,429.53	0.8441	5,427.13
3	6,736.79	0.7755	5,224.44
4	11,310.72	0.7125	8,058.84
5	27,013.64	0.6546	17,683.19
		ΣFE	42,029.40
		- I.I.	19,376.72
		VAN	22,652.68
		TIR	36.90%
		PR	3.01
		C/B	2.17
CCP	8.84%		
TIR	36.90%		
VAN	22,653		

Basándonos con los resultados de los indicadores podemos deducir que son muy alentadores, teniendo un VAN positivo de 22,652.68\$ valor superior a cero asumiendo que existe rentabilidad en el proyecto, de la misma manera una tasa interna de retorno (TIR) es de 36.90%, el periodo de recuperación de la inversión es 3 años. El costo beneficio nos muestra que por cada dólar que yo invierto tengo una utilidad de 1.17 ctvs.

5.9.9 Punto de Equilibrio

En el punto de equilibrio indica que se debe vender 1,481 sombreros de paja toquilla a un precio estimado de 36.27 usd, para cubrir los costos y gastos de exportación y por ende no generar perdidas, es decir donde la asociación ni gane ni pierda, como se puede observar que el número de unidades producidas excede al número de unidades requeridas, obteniendo así una utilidad.

Tabla 70 Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
	Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017		Año 2018		Año 2019	
Costo de Producción	Fijos	VARIABLES										
MPD		14,112		15,703		16,837		17,971		19,279		20,588
MOD		11,779		13,770		15,137		16,640		18,292		20,108
Costos Indirectos Fabricación												
Caja de envase		706		1,623		1,679		1,736		1,801		1,927
Etiquetas		101		125		133		141		150		160
Caja de empaque	4,536		4,711		4,892		5,081		5,277		5,480	
Depreciaciones	0		0		0		0		0		0	
Total Costo de Producción	4,536	26,697	4,711	31,220	4,892	33,786	5,081	36,488	5,277	39,523	5,480	42,782
Gastos Operacionales	37,471	11,776	44,435	8,297	48,728	8,727	53,445	9,241	58,072	9,856	63,767	10,715
Gastos Administrativos	37,471		44,435		48,728		53,445		58,072		63,767	
Gastos de Exportación		11,776		8,297		8,727		9,241		9,856		10,715
Gastos Financieros	0		1,128		721		266		0		0	
Interés Bancario			1,128		721		266					
Costos y Gastos Totales	42,007	38,473	50,274	39,517	54,342	42,513	58,792	45,729	63,348	49,379	69,247	53,497
Unidades		2,016		2,160		2,316		2,472		2,652		2,832
Costos y Gastos Unitarios	20.84	19.08	23.28	18.30	23.46	18.36	23.78	18.50	23.89	18.62	24.45	18.89
Total Costos y Gastos Unitarios		39.92		41.57		41.82		42.28		42.51		43.34
% Utilidad		15%										
Precio de venta Unitario		45.91		47.81		48.09		42.88		45.21		48.01
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)		1,566		1,704		1,827		1,952		2,093		2,237

CAPÍTULO VI

6.1 BIBLIOGRAFÍA

Agencia Central de Inteligencia (CIA), (2014). Economía de Francia, hoy en <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/fr.html>

Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador, (2008). Constitución de la Republica del Ecuador. Quito

Baca, G. (2010). Evaluación de Proyectos, Tercera Edición, MacGraw-Hill México

Banco Central del Ecuador, (2014). Comercio Exterior, hoy en <http://www.bce.fin.ec/>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2011). Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio. Quito.

Guerrero, G y Pérez M. (2009). Procedimiento para el proceso de comercialización en cadenas de tiendas, recuperado de www.eumed.net/libros/2009

Kotler, P. (2012). Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, Prentice Hall, p.11

Luna, L. (2013). Terminología del comercio Internacional Siglo XXI, Quito/Pudeleco Editores.

Martin M y Martínez R. (2012). Manual Práctico de Comercio Exterior, cuarta edición, Fundación Confederal. España

Taylor, JB y Akila, W. (2012). Principios de Economía, CENGAGE/Learning, México, sexta edición.

Vergara C. (2012). Marketing y Comercialización Internacional, Primera edición, Eco Ediciones. Colombia

6.2 LINKOGRAFÍA

CESCE (Gestión Integral del Riesgo Comercial), (2014). Riesgo País Francia, hoy en <https://cesnet.cesce.es/serviciosVA/?ticket=ST-21597-kdX4JHYc6bXop2JwQZLQ-cas>.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, (2014), hoy en <http://www.cepal.org/es/datos-y-estadisticas>

Exporta Fácil. (2015), hoy en <http://www.exportafacil.gob.ec>

European Commission Trade, (2014). Normas Europeas hoy en <http://ec.europa.eu>.

E-mypes. (2013). *Formas de pago Comercio Exterior*, hoy en <http://www.emypes.com/comercio-externior/formas-de-pago>.

Ficha técnica de Francia. (2014). *Proecuador*. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ft2014_francia-2/

Ficha técnica de Panamá. (2014). *Proecuador*. Recuperado de 2014 de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/ficha-tecnica-de-panama-2014/>

Guía Comercial de Estados Unidos. (2014). *Proecuador*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-estados-unidos-2014/>

International Trade Center, TRADEMAP, *Exportaciones de Francia por cantidad*, hoy en <http://www.trademap.org>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR), (2013). *Análisis del Sector Artesanal*, Ecuador, pp.12, 17, 20, 25, 26, 33.

Instituto Nacional de Estadística y censos, (2014). *Sistema Integrado de Consultas de clasificaciones Nomenclaturas* hoy en http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/ficha_co.php

Logistics Innovation and Research Center, (2014). *Índice de Desempeño Logístico* hoy en <http://www.gatech.pa/es>

Ministerio de Industrias y Productividad, (2014). Dirección de Artesanías, hoy en <http://www.industrias.gob.ec/>

Nivelo, C. (2012). Creación de una comercializadora de sombreros de paja toquilla para exportar desde Cuenca Ecuador hacia Buenos Aires Argentina en el periodo 2012. Universidad Tecnológica Israel. (Citado el 13 de mayo de 2015) <http://186.42.96.211:8080/jspui/bitstream/123456789/63/1/Tesis.pdf>

Organización Mundial de Comercio, (2014) hoy en <https://www.wto.org/>

Perfil Logístico de Francia (2011). Proecuador. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PL2011-FRANCIA.pdf>

Perfil Logístico de Panamá (2011). Proecuador. Recuperado 10 noviembre de 2014 de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-panama-2013/>

Perfil Logístico de Estados Unidos (2011). Proecuador. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-estados-unidos-2011/>

Rivas, M. (2011), *Teorías de Comercio Internacional*, Biblioteca virtual de Derecho, Recuperado de <http://www.eumed.net/librosgratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>

Santander Trade, (2014). *Política y Economía*, hoy en <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/francia/politica-y-economia>

SICE (Sistema de Información sobre Comercio Exterior), (2014). *Acuerdos Comerciales*, hoy en http://www.sice.oas.org/ctyindex/ECU/ECUagreements_s.asp

Trade Nosis, (2014). *Comercio Exterior de Francia*, hoy en <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Francia/Sombreros-demas-tocados-y-sus-partes>.

ANEXOS

Entrevista

La Universidad Politécnica Estatal del Carchi le agradece a usted por su colaboración contestando al siguiente cuestionario que permitirá desarrollar la investigación cuyo tema "Estudios de mercados alternativos para las artesanías y los mecanismos de comercialización que genere oportunidades comerciales en la provincia de Azuay, garantizándole absoluta reserva y confidencialidad sobre la información por usted proporcionada.

IDENTIFICACIÓN

Nombre de la Asociación

.....

Nombre del Representante

.....

Cargo que ocupa

.....

A qué tipo de artesanías se dedica a producir su Asociación

.....

.....

Cuál es la materia prima con la que elabora sus artesanías

.....

.....

La materia prima con qué frecuencia compran.

.....

.....

El capital invertido en la producción de artesanías es propio o financiado por instituciones financieras.

.....

.....

Qué cantidad de artesanías aproximadamente producen mensualmente.

.....

.....

Como se realiza el empaque para la venta de las artesanías

.....
.....

Cuál es el costo de producción aproximado de cada artesanía

.....
.....

A quien comercializan su producto

.....
.....

Lugar donde se comercializan los productos

.....
.....

Han realizado alguna vez la exportación de sus artesanías.

.....
.....

Desearía comercializar o vender sus artesanías a Francia.

.....
.....

Si sus artesanías son destinadas a mercados internacionales estarían dispuestos a incrementar su producción.

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

OFICINAS DE EXPORTA FÁCIL



OFICINA PROECUADOR TULCÁN



ASOCIACIÓN DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA SIGSIG



EXPORTA FÁCIL

The screenshot shows the homepage of the 'exporta fácil' website. The header includes the logo 'exporta fácil PRODUCCIÓN ECUATORIANA AL MUNDO' and a navigation menu with links: Inicio, ¿Cómo Funciona?, ¿Qué Necesito?, Quiero Empezar, Contáctenos, Más Información, and 1800 EXPORT 397678. A user profile for 'Diego Aviles' is visible in the top right corner with a 'Finalizar sesión' button. The main content area is titled 'Quiero Empezar' and contains three primary buttons: 'Editar Partidas Arancelarias', 'DAS Declaración Aduanera Simplificada', and 'Cotizador de Envíos'. A sidebar on the right features three colored boxes: yellow for '¿Cómo Funciona?', blue for '¿Qué Necesito?', and red for 'Quiero'.

Registro del Exportador

The screenshot displays the 'Registro del Exportador' form on the website. The page header includes logos for 'LA REVOLUCION CIUDADANA ESTA EN MARCHA', 'exporta fácil', and 'MIPRO Ministerio de Industrias y Productividad'. The form is divided into three steps: '1) Datos Empresa', '2) SubPartidas Arancelarias', and '3) Ingrese Usuario'. The '1) Datos Empresa' step is active and contains the following fields:

- * RUC (with a red note: 'Ingrese solo Numeros como tiene en su RUC')
- * RAZON SOCIAL
- NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL
- * DIRECCION
- * PROVINCIA
- * CIUDAD / POBLACION
- * CORREO ELECTRONICO (with a red note: 'Ingrese una direccion mail valida')
- TELEFONO

A red note at the bottom of the form states: 'Si usted desea actualizar los datos que constan en los campos no editables, debe actualizar la información de su RUC en el SRI, este sistema carga automaticamente esos datos.' A 'Continuar' button is located at the bottom right of the form.

Ingreso del Usuario

The screenshot shows the login interface for 'exporta fácil'. At the top, there are logos for 'LA REVOLUCION CIUDADANA ESTA EN MARCHA', 'exporta fácil PRODUCCIÓN ECUATORIANA AL MUNDO', and the 'GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR'. Below these is the 'MIPRO' logo (Ministerio de Industrias y Productividad). The main area contains a login form with fields for 'Usuario' and 'Contraseña', and an 'Entrar' button. A small profile picture of a man is visible next to the password field. Below the form, there is a link 'Olvide mi Contraseña?' and a message: 'Si usted aun no tiene usuario o no consta en listado de Exportadores, favor registrese aqui'. The footer contains the text 'Copyright © 2009 - 2010 MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD'.

Formulario del DAS

The screenshot shows the 'Formulario del DAS' page. The browser address bar displays 'exportafacil.com.ec'. The page header includes 'Gobierno Nacional de la República del Ecuador' and a user session indicator: 'Usuario: Diego Aviles | Institución: CORREOS DEL ECUADOR'. A navigation menu shows 'PROCESOS' and 'CONSULTAS', with 'Solicitud de DAS - Exporta Fácil' selected. The main content area features logos for 'ADUANA DEL ECUADOR' and 'exporta fácil'. A 3D illustration of a wooden export crate is shown with the word 'EXPORTA' on it. To the right, a 'Bienvenido:' message states: 'Aquí Ud. podrá: ... Llenar, imprimir y enviar una solicitud DAS ... Realizar consultas de solicitudes de DAS y declaraciones'. The footer contains the text 'Copyright (c) Gobierno Nacional de la República del Ecuador 2009 - Todos los derechos reservados'.

PROCESOS CONSULTAS

Declaración Aduanera Simplificada Exporta Fácil Guía Postal; CP-72, EM-1, CN-22, CN-23

DAS No.:

1. ADUANA / RÉGIMEN

No. Orden: Código Aduana: Régimen: Fecha Presentación:

2. EXPORTADOR / REMITENTE

Nombre Remitente / Exportador:

Persona de Contacto: Email:

* Tel / Fax: 593 - Pais Procedencia:

Celular: 593 - Fecha de Embarque:

Dirección:

RUC: * Ciudad Embarque:

Ciudad: Puerto Embarque:

Código Postal:

6. DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO

Tipo Doc.	Acompañante	Número	Entidad Emisora	Fecha Documento
Es necesario presentar todos los documentos obligatorios en ventanilla de Correos del Ecuador				

7. INSTRUCCIONES DEL EXPORTADOR EN CASO DE NO EFECTUARSE LA ENTREGA

Devolver Abandonar

8. ¿DESEA ASEGURAR SU MERCANCÍA?

Si Valor del Seguro:

No *Valor estimado

9. REQUERIMIENTOS DE OPERACIONES

RESPONSABLE DE RECEPCIÓN FÍSICA - CORREOS DEL ECUADOR

Firma: _____ Nombre: _____

10. EXPORTADOR / REPRESENTANTE DE LA EMPRESA

La información contenida en la presente declaración es exacta, es decir, que las mercancías declaradas no constituyen objeto peligroso y/o prohibido por las normas de la Unión Postal Universal ni por la legislación interna.

Fecha: _____ Firma Exportador: _____

Guardar Enviar Imprimir Vacío Limpiar Datos

* Dirección: * Tel / Fax: Código Postal:
 Celular: * Ciudad Destino:
 Email:

4. DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE

FOB: USD. Peso Bruto (Kg): * Total Bultos: * Tipo de Servicio: Valor Total Flete sin IVA:
 *Peso estimado *Valor Estimado

5. DETALLES DE LAS MERCANCIAS / SERIES

Serie	Subpartida arancelaria	Descripción de Mercancías	Tipo de Unidades Físicas	Régimen Precedente	Cantidad Bultos	Total Unidades Comerciales	Total Peso (Kg)	Valor FOB unitario	Total Flete
<input type="checkbox"/>	6914.10.00.00	- De porcelana	UN	Internacional	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	USD. <input type="text"/>	USD. <input type="text" value="0.0"/>
					<input type="button" value="Agregar"/>	Cantidad Unidad Comercial	Peso (Kg)	FOB	Flete
					<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0.0"/>	<input type="text" value="0.0"/>	USD. <input type="text" value="0.0"/>	USD. <input type="text" value="0.0"/>
<input type="checkbox"/>	8451.10.00.00	- Máquinas para limpieza en seco	UN	Internacional	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	USD. <input type="text"/>	USD. <input type="text" value="0.0"/>
					<input type="button" value="Agregar"/>	Cantidad Unidad Comercial	Peso (Kg)	FOB	Flete
					<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0.0"/>	<input type="text" value="0.0"/>	USD. <input type="text" value="0.0"/>	USD. <input type="text" value="0.0"/>
<input type="checkbox"/>	6401.10.00.00	- Calzado con puntera metálica de protección	PA	Internacional	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	USD. <input type="text"/>	USD. <input type="text" value="0.0"/>

Cotizador de Envío

www.exportafacil.gob.ec/cotizador

 **exporta fácil**
 PRODUCCIÓN ECUATORIANA AL MUNDO

[Ingresar](#) [Regístrate](#) [Ayuda](#)

[Inicio](#) [¿Cómo Funciona?](#) [¿Qué Necesito?](#) [Quiero Empezar](#) [Más Información](#) [Ayuda](#) [Sala de Prensa](#)

[Inicio](#) > [Cotizador](#)

Cotizar Envíos

Ingrese Parámetros Para Calcular Su Cotización

Pais de Destino: * ✓

Tipo de Servicio: * ✓

Peso en Kg.: * ✓

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ



Cristina Maribel León Paucar

Egresada de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Suficiencia en Idioma Inglés, participación en los siguientes seminario: I conversatorio Binacional Ecuador-Colombia: Convenio Esmeraldas; I Jornada de Comercio Exterior; Encuentro Binacional, el comercio Binacional Colombo-ecuatoriano; Estructura de planes de Negocios y Manejo de Datos; Taller para MYPYMES en Comercio Exterior V encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana; II Jornada de Comercio Exterior.

Estudios De Mercados Alternativos Para Las Artesanías De Paja Toquilla Y Los Mecanismos De Comercialización Que Generan Oportunidades Comerciales En La Provincia De Manabí

Universidad Politécnica Estatal del Carchi – Ecuador

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

crisleon040@gmail.com

Resumen

El Ecuador cuenta con un sector artesanal diverso, donde existen mercados habituales a la elaboración y comercialización de productos artesanales, en la provincia de Azuay se encuentra una gran dominancia acerca del tejido de paja toquilla para la elaboración de diversas artesanías entre ellas tenemos los sombreros de paja toquilla, donde se identificó que asociaciones y pequeños productores tienen desconocimiento de la demanda de sus productos en mercados internacionales.

Estudios De Mercados Alternativos Para Las Artesanías De Paja Toquilla Y Los Mecanismos De Comercialización Que Generan Oportunidades Comerciales En La Provincia De Manabí

Cristina Maribel León Paucar (UPEC - Ecuador)

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

Para el presente estudio se analizó la situación actual del país demandante Francia, considerando factores importantes como: socioeconómicos, políticos, legales y tecnológicos, aspectos que conllevan a tener un acercamiento sobre el perfil del consumidor, sean gustos, preferencias, principales consumidores, competencia internacional, etc. de esta manera llegar a determinar la demanda de las artesanías de los sombreros de paja toquilla, siendo una oportunidad de negocios para la provincia de Azuay.

Además se realizó un análisis al país de origen Ecuador acerca de aspectos económicos, políticos, legales y la oferta que existe de la producción de sombreros de paja toquilla en la provincia de Azuay, convirtiéndose en una oportunidad de negocios para ingresar en el mercado europeo, cumpliendo con parámetros y normativas legales para la comercialización de la artesanías país de Francia.

Palabras Claves: Comercialización, Demanda, Consumidor, Oferta

Abstract

The Ecuador has a diverse artisanal sector, where there are regular markets for the development and marketing of handicrafts in the province of Azuay is a large domain on the woven straw shawl for the development of various crafts between her hats have Panama hat, where it was identified that small producers have associations and lack of demand for its products in international markets.

gFor the present study the current situation of the applicant country France was analyzed, considering important factors such as socioeconomic, political, legal and technological aspects that lead to have an approach on the consumer profile, are tastes, preferences, major consumers, international competition , etc. thus able to determine the demand for handicrafts of straw hats, being a business opportunity for the province of Azuay.

In addition an analysis by country of origin Ecuador on economic, political, legal and supply existing production straw hats in the province of Azuay, becoming a business opportunity to enter the European market took place, compliance with legal parameters and rules for the marketing of handicrafts country of France.

Keywords: Marketing, Demand, Consumer Offer

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

1. Introducción

El sector artesanal constituye un segmento productivo el cual desempeña un papel fundamental dentro de la economía del país y cultura nacional, actividad que constituye un trabajo y sustentación económica de las familias de la provincia de Azuay.

El presente artículo da a conocer datos relevantes sobre el estudio de mercado elaborado, existiendo un mercado ofertante de artesanías de sombreros de paja toquilla por productores de la Provincia de Azuay y una demanda en el país de Francia.

Para dicho estudio ha sido necesario recopilar información necesaria para determinar la demanda existente en Francia, mediante el análisis de factores tanto económico, legal, geográfico, permitió identificar preferencias de los consumidores, tamaño del mercado y hasta requerimientos necesarios para el ingreso del producto, con el fin de generar oportunidades de mercados para los sombreros de paja toquilla de la provincia de Azuay, de esta manera que admita incrementar sus ingresos económicos para cada una de las familias.

Mediante el estudio, las importaciones de los sombreros de paja toquilla en Francia muestra la existencia de una demanda insatisfecha, por eso finalmente se propone realizar un estudio de factibilidad para la comercializar los sombreros de paja toquilla desde la provincia de Azuay para satisfacer parte de la demanda de Francia.

2. Materiales y métodos

Los enfoques aplicados en la investigación son los siguientes:

Se realizó un análisis cualitativo logrando determinar las particularidades de los entornos y el comportamiento del sector ofertante Ecuador de la provincia de Azuay y el desenvolvimiento del mercado demandante del producto en Francia, y cuantitativo debido que se hizo uso de datos estadísticos de cantidades ofertadas y demandadas de sombrero de paja toquilla.

Además se aplicó diferentes tipos y modalidades de investigación, las cuales ayudaron a recolectar información mediante la investigación de campo mediante entrevistas a la asociación e información secundaria a través de un análisis documental sean folletos, revistas, publicaciones, con el fin de sustentar dicha investigación.

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

Finalmente para complementar la investigación fue esencial obtener información de campo, ayudando a tener un diagnóstico sobre el sector productivo de las artesanías de los sombreros de paja toquilla de la Provincia de Azuay, en base a la información proporcionada se toma criterios y decisiones sobre la oferta exportable.

3. Resultados y discusión

Diagnostico del mercado Ecuatoriano

Según el Ministerio de Industrias y Productividad la actividad productiva artesanal implica directa o indirectamente a 4,5 millones de ecuatorianos, representando un 32,7% de la Población Económicamente Activa (PEA).

Según el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), la Oferta Exportable del Ecuador se centralizan cerca del 80% de estas actividades culturales en las provincias de Azuay, Cañar, Chimborazo, Guayas, Imbabura, Manabí, Pastaza y Pichincha.

En la provincia de Azuay la producción artesanal ocupa un lugar importante dentro de su economía, donde existe un número de personas y asociaciones dedicadas al tejido de los sombreros de paja toquilla.

Dentro de la provincia de Azuay se encuentra la asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIG dedicada a la elaboración de sombreros de paja toquilla, mediante una investigación de campo se ha recolectado información que es requerida para dicho estudio como también la capacidad de oferta que mantiene actualmente en la producción de dichas artesanías.

Nombre Comercial: Sombreros de Paja Toquilla	
Partida Arancelaria: 6504.00.00.00	
Presentación Comercial	Sombreros de paja toquilla colocados en exhibición, en presentación individual para la venta al por menor o mayor.
Peso	De 80 a 120 gramos
Tipo de tejido/ Ligamento	Tejido a mano en técnica crochet

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y censos (2014)

Elaborado por: Cristina León

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

Capacidad de la Oferta

OFERTA DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA		
PRODUCTO	MENSUAL	ANUAL
SOMBREROS	240 unidades	2880 unidades

Fuente: Asociación de Tejedoras de sombreros y Artesanías de Paja Toquilla SIGSIG
Elaborado: Cristina León

Dentro de la información recolectada la asociación tiene una capacidad de producir 2880 unidades anuales donde el 70% de la producción esta destina a la exportación y el 30% al abastecimiento al consumo local.

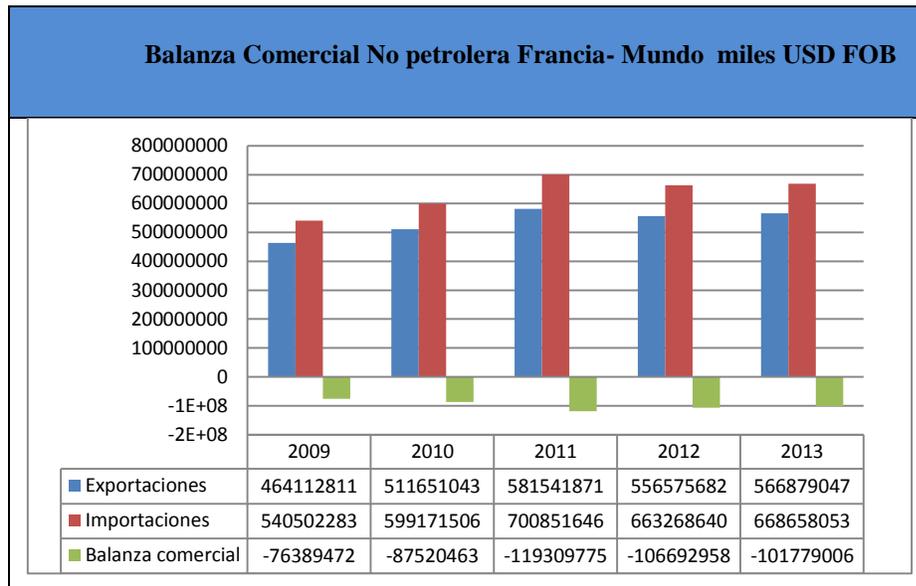
Diagnostico del mercado de Francia

INDICADORES DEL PAÍS DE FRANCIA	
Capital	Paris
Idioma	Francés
Población 2014	65 ,834 ,000
Tasa de crecimiento poblacional 2014	0.50%
PIB Total 2014	US\$ 2,78 billones
Composición del PIB por sector	Agricultura 1.8%
	Industria 18.70%
	Servicios 79.50%

Fuente: Proecuador/ Agencia Central de Inteligencia. CIA (2014)
Elaborado por: Cristina León

La economía francesa es una de las más desarrolladas a nivel mundial, con un alto poder adquisitivo, considerado como el segundo mayor exportador en alimentos. Datos estadísticos muestra el PIB es de 2.78 billones de dólares, siendo un porcentaje significativo lo cual muestra a este país como atractivo. El resultado de la balanza comercial ha sido deficitario durante los últimos 5 años, debido que las exportaciones crecen a un ritmo más lento que las importaciones de bienes y consumo por que el consumo interno es alto.

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ



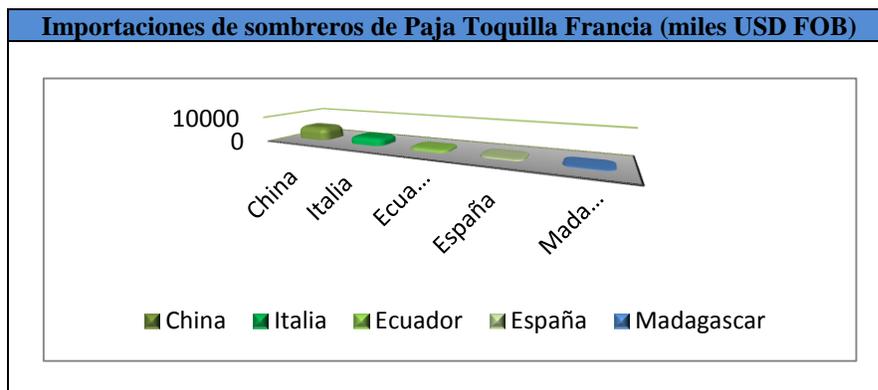
Fuente: Trademap, Proecuador (2014)

Elaborado por: Cristina León

Barreras Arancelarias en Francia para las Artesanías de los sombreros Paja Toquilla

Francia al pertenecer a la Unión Europea, tiene acceso a varios acuerdos comerciales; el Sistema Generalizado de Preferencia SGP acuerdo extendido a Ecuador dando facilidad para comercializar productos internacionalmente, por lo tanto está exento de pago de tarifas arancelarias ad-valorem, ingresando a Francia con 0%, anexando un certificado de origen que corrobore el origen ecuatoriano del producto.

Importaciones de Sombreros de Paja Toquilla en Francia



Fuente: Trademap, Proecuador (2014)

Elaborado por: Cristina León

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

La compra del país europeo de los sombreros de paja toquilla es una cantidad formidable, siendo un motivo más para ingresar en el proceso de exportación a este país, teniendo en cuenta que existe una competencia fuerte con China principal exportador hacia Francia de las artesanías de los sombreros de paja toquilla.

Calculo de la demanda Insatisfecha

Para el cálculo del consumo aparente se debe considerar la suma de las importaciones mas la producción nacional restando las exportaciones de años anteriores ($Ca=M + Pn - X$). Inmediatamente el cálculo de la demanda insatisfecha donde se identificó que la demanda supera a la oferta, su cálculo está en función del déficit y la población, de tal manera que la oferta de la asociación tiende a cubrir una parte del mercado Francés.

En la siguiente tabla se muestra el déficit en Francia y el porcentaje de cobertura con la producción de los sombreros de paja toquilla por parte de la asociación, asimismo se ha elaborado la proyección durante 5 años consecutivos como en la oferta como demanda.

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

TABLA DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Tabla 71 Tabla De La Demanda Insatisfecha													
Años	X	M	Producción	Consumo Nacional Aparente	Población Nacional	Consumo Per capital unidades			Déficit	Total Déficit	Oferta	Destino el 70 %	Cobertura
						Real	Unidades	Frecuencia					
	(-)	(+)	(+)	(=)									
	\$	\$	\$	\$		\$							
2010	2599000	11638000	0	9039000									
2011	3850000	15613000	0	11763000									
2012	3419000	13383000	0	9964000									
2013	3359000	12190000	0	8831000	1159500	7.616	0.305	3	2.695	3125260		0	0.00
2014	3753011	12641030	0	8888019	1217475	7.300	0.292	3	2.708	3296904	2880	2016	0.06
2015	4193239	13108748	0	8915509	1278349	6.974	0.279	3	2.721	3478426	3082	2157	0.06
2016	4685106	13593772	0	8908666	1342266	6.637	0.265	3	2.735	3670452	3112	2179	0.06
2017	5234669	14096741	0	8862073	1409379	6.288	0.252	3	2.748	3873656	3144	2200	0.06
2018	5848695	14618321	0	8769625	1479848	5.926	0.237	3	2.763	4088760	3175	2222	0.06
2019	6534747	15159199	0	8624451	1553841	5.550	0.222	3	2.778	4316545	3207	2245	0.07

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

Después de haber efectuado el cálculo de la oferta y demanda efectiva se procedió a realizar el proceso logístico donde se puede determinar la estimación de ventas y el número de envíos programados durante el año.

DATOS	AÑOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
OFERTA EXPORTABLE	2016	2157	2308	2470	2643	2828
DEMANDA INSATISFECHA	3296904	3478426	3670452	3873656	4088760	4316545
% DE COBERTURA DE LA DEMANDA	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.06%	0.07%
FRECUENCIA DE ENVIO	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL	MENSUAL
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	12	12	12	12	12	12
TAMAÑO DEL EMBARQUE	168.00	179.76	192.34	205.81	220.21	235.63
Nº de paquetes / embalajes	168.0	179.8	192.3	205.8	220.2	235.6
Nº de cajas	3	4	4	4	4	5
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMBALAJES POR ENVÍO	3	4	4	4	4	5
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL (envases) POR ENVÍO	168	180	193	206	221	236
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMPAQUES / EMBALAJES AL AÑO	36	48	48	48	48	60
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL	2016	2160	2316	2472	2652	2832
	0.00	2.88	7.88	2.31	9.44	4.46

Como se pudo observar que 168 unidades comerciales se enviarán mensualmente con su respectivo envase (cajas), concurriendo en gastos de exportación, dado que el término de negociación es DDP, por lo cual el envío se hará por medio de exportación fácil.

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

Indicadores Financieros

TIR Y VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 19,376.72		
1	6,134.23	0.9187	5,635.80
2	6,429.53	0.8441	5,427.13
3	6,736.79	0.7755	5,224.44
4	11,310.72	0.7125	8,058.84
5	27,013.64	0.6546	17,683.19
		ΣFE	42,029.40
		- I.I.	19,376.72
		VAN	22,652.68
		TIR	36.90%
		PR	3.01
		C/B	2.17

CCP	8.84%
TIR	36.90%
VAN	22,653

Para el presente proyecto mediante los indicadores podemos deducir que son muy confortadores, teniendo un VAN positivo de 22,807.78\$ valor superior a cero, cantidad siendo aceptable, de la misma manera una tasa interna de retorno (TIR) es de 70%, el periodo de recuperación de la inversión es 4 años. El costo beneficio nos muestra que por cada dólar que yo invierto tengo una utilidad de 2.50 ctvs.

4. Conclusiones

- Mediante este proyecto nos podemos dar cuenta que existe un alto nivel de viabilidad para la comercialización de sombreros de paja toquilla en Francia, siendo un país multicultural y por ende existe una alta demanda de este tipo de artesanías.
- La exportación de artesanías incentiva a los productores a continuar elaborando de tal manera que se vean beneficiados aumentando su nivel de vida, y por ende se genere más fuentes de trabajo.
- Una opción que se ha generado para los pequeños y medianos Pymes y artesanos es una herramienta denominada Exporta Fácil siendo facilitador para llegar a mercados internacionales, de esta manera ayuda a los artesanos a que su beneficio sea mayor.

ESTUDIOS DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENERAN OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE MANABÍ

5. Recomendaciones

- Promuevan el fortalecimiento y el progreso del sector artesanal mediante el otorgamiento de créditos con el fin que los artesanos sean competitivos en sus productos
- Facilitar información que ayuden a motivarlos de participar activamente en la exportar sus productos ya que poseen un alto grado de aceptación en mercados internacionales, siendo ellos los beneficiarios del proceso de comercialización

6. Referencias bibliográficas:

- Agencia Central de Inteligencia (CIA), (2014). Economía de Francia, hoy en <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/fr.html>
- International Trade Center, TRADEMAP, *Exportaciones de Francia por cantidad*, hoy en <http://www.trademap.org>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR), (2013). *Análisis del Sector Artesanal*, Ecuador, pp.12, 17, 20, 25, 26, 33.
- Ministerio de Industrias y Productividad, (2014). Dirección de Artesanías, hoy en <http://www.industrias.gob.ec/>



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

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

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 009-AS-CEYNI/2013

A los ocho días del mes de agosto de 2013, siendo las 16h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Msc. Liliana Montenegro, PRESIDENTE; Dr. Luis Sanipatín SECRETARIO; Ing. Iván Realpe,, ASESOR DEL PROYECTO "ESTUDIO DE MERCADOS ALTERNATIVOS PARA LAS ARTESANÍAS DE PAJA TOQUILLA Y LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE GENEREN OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LA PROVINCIA DE MANABI" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación de la estudiante LEÓN PAUCAR CRISTINA MARIBEL del IX nivel "A" Vespertina de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, la estudiante LEÓN PAUCAR CRISTINA MARIBEL, APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado3,7.....
2. Precisión y Coherencia de Respuestas.....3,7.....
3. Calidad de la Presentación del Trabajo0,8.....

Obteniendo como nota final 8,2 en la sustentación del Proyecto de Grado.

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

- Revisar la ortografía, sintaxis del documento
- Ajustar el presupuesto

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

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"

Msc. Liliana Montenegro
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL

Dr. Luis Sanipatín
SECRETARIO

Ing. Iván Realpe
ASESOR DE TESIS



Certifico que es fiel copia del original Tulcán a los 20 días del 2013

SECRETARIO GENERAL



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

Tulcán, 02 de junio del 2015.

LA OFICINA REGIONAL ZONA 1, DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES EXTRANJERAS.

A solicitud de la parte interesada.

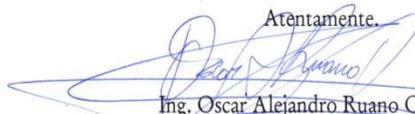
C E R T I F I C A.

Que la señorita: **Cristina Maribel León Paucar**, con cédula N° 0401636550, realizó formación práctica y consultas en la Oficina Regional de Pro Ecuador Zona 1, en temas de Oferta Exportable, Barreras de Acceso a Mercados, y Estudios de mercado Internacional en el periodo de Marzo del 2014 a Febrero del 2015.

Teniendo en cuenta el gran interés de desarrollar su tesis con un enfoque de Exportación y apoyo a los productores a la Asociación de Tejedoras de Sombreros de Paja Toquilla SIGSIG.

Es todo cuanto puedo aseverar en honor a la verdad.

Atentamente.


Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana.
RESPONSABLE ZONAL 1, INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DEL ECUADOR.