



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TESIS

**Previo a la obtención del Título de:
Ingeniera Comercial Mención Comercio Exterior**

TÍTULO:

Diseño de un Plan de Exportación de artesanías elaboradas
con la fibra del tallo de banano dirigido a la Asociación de
Mujeres Agro-Artesanales de la Provincia de El Oro

AUTORAS:

Katherine Paola Montesdeoca Cambi
Yanine Isabel Zambrano Mera

DIRECTOR:

Ing. Fabián Villacrés

Guayaquil - Mayo 2012

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS en primer lugar por ser la razón de mí existir, por cada día regalarme su amor incondicional, que es lo más hermoso que puedo tener en mi vida, por darme salud y capacidad para terminar este proyecto, haciendo posible este triunfo tan anhelado, por darme palabras de vida y de aliento para seguir adelante luchando por cumplir mis sueños, por ser la luz que ilumina mi camino, y por ser mi motivación, mi fuerza y mi apoyo diario.

A mis padres, a quiénes amo incondicionalmente por apoyarme siempre en mi carrera, demostrándome lo orgullosos que están de mí y de esta manera sentir un compromiso de ser mejor cada día.

Agradezco también a la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales AMA por proporcionarnos toda la información posible, gracias también a todas y cada una de las personas que intervinieron y colaboraron en el desarrollo de este proyecto, especialmente a la Eco. Susana Lam por sus consejos, y a nuestro tutor el Ing. Fabián Villacrés, quien nos orientó durante estos meses con sus conocimientos y enseñanzas.

Katherine Paola Montesdeoca Cambi

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haber sido mi guía y haberme permitido llegar al final de este sueño y poder compartirlo con mi familia. Un especial agradecimiento a las mujeres de la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la Provincia de El Oro “AMA”, quienes contribuyeron y colaboraron para el desarrollo de nuestro proyecto, esperamos que sea de mucha ayuda para el futuro crecimiento de AMA. A mis amigas y amigos que pude conocer y que compartí muchos momentos felices e inolvidables. A mis amigos del trabajo y a mi jefe José Pileggi que me dio su apoyo y comprensión en todo momento. A nuestra directora de carrera, la Econ. Susana Lam por su guía y consejos, a nuestro tutor de proyecto de grado Ing. Fabián Villacrés quién nos brindó su ayuda en todo este tiempo. A la Universidad Politécnica Salesiana y a sus docentes, por haber impartido en mí sus conocimientos durante toda la carrera universitaria y haberme formado profesionalmente. A todos quienes permitieron y estuvieron ahí para brindarme su ayuda incondicional, aportando su granito de arena para el logro de este sueño.

Yanine Isabel Zambrano Mera

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mi padre celestial DIOS, a mis amados padres Claudio y Martha que gracias a su apoyo y esfuerzo pude superarme, a mi hermana Mayra que a pesar de su carácter fuerte siempre ha sido y es mi ejemplo a seguir por ser una mujer luchadora, que con sus propios esfuerzos ha salido adelante, logrando lo que se propone, a mi hermana Lorena que es un pilar fundamental en mi vida, que gracias a sus palabras me enseñó a no afanarme por todo, sino ser paciente y perseverante para lograr cada cosa a su tiempo, además por ser mi amiga, mi consejera, mi guía espiritual, que ha sabido inculcarme principios y valores cristianos, transmitiéndome siempre el amor de Dios, gracias ñaña, eres también mi ejemplo a seguir por ser una mujer valiente digna de toda mi admiración, a mis adorados sobrinos: Samuel, Matías, Fernanda, Aarón, Santiago, Emilio y Bianca ya que con su ternura y alegría me han hecho la tía más dichosa, a mi mejor amiga Yanine porque ha sabido valorar mi amistad, demostrándome siempre su cariño, apoyo y haciéndome sentir que puedo contar con ella siempre, y a mi amado enamorado Jorge por ser parte de mi vida, de mi felicidad, por entregarme cada día un amor único y verdadero, permitiendo que nuestros corazones formen uno solo, y porque con toda seguridad puedo decir que conocerte fue lo mejor mi amor, te amo.

Katherine Paola Montesdeoca Cambi

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a cada uno de los que son parte de mi familia, a mi mamá Mirtha, por ser mi motor de inspiración, que con su ejemplo de coraje y tenacidad me enseñó que cuando se quiere se puede; a mi ñaña Yanela, mi cuña Carlos Luis y mi linda sobrina Camila; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional, los amo. A mi bruja y querida amiga Katherine, por ser parte de mi vida y demostrarme una amistad verdadera e inigualable durante todos estos años compartidos; a Jorge, quién se convirtió en un amigo de verdad, brindándome una maravillosa amistad.

Yanine Isabel Zambrano Mera

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Las conclusiones del presente trabajo han sido realizadas en base a la investigación, análisis y estudio de la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la Provincia de El Oro, las mismas que son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Guayaquil, 12 de Abril del 2012

Katherine Paola Montesdeoca Cambi
C.I. No. 092735001-7

Yanine Isabel Zambrano Mera
C.I. No. 0921686333

Ingeniero, Fabián Villacrés, Director del Proyecto de Grado

CERTIFICO

Que el presente proyecto ha sido desarrollado bajo todos los reglamentos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana y ha cumplido con todos los requerimientos para su aprobación.

Atentamente,

Ing. Fabián Villacrés

DIRECTOR DEL PROYECTO

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	I
DEDICATORIA	III
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	IV
CERTIFICO	V
ÍNDICE GENERAL	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XIII
ÍNDICE DE IMÁGENES	XIV
ÍNDICE DE ANEXOS	XVI
RESUMEN – ABSTRACT	XVII

INTRODUCCIÓN	1
i Antecedentes	1
ii Planteamiento del problema.....	3
iii Justificación.....	4
iv Objetivo General	5
v Objetivos Específicos.....	5
vi Alcances	5
vii Limitaciones.....	5

CAPITULO 1.....	7
1. MARCO TEÓRICO	7
1.1 Marco Referencial.....	7
1.2 Marco Conceptual	8

CAPITULO 2.....	23
2 ANÁLISIS DE LA ASOCIACIÓN Y DEL PRODUCTO A EXPORTAR	23
2.1 Análisis de la Asociación de Mujeres Agro-artesanales	23
2.1.1 Antecedentes	23
2.1.2 Misión	25
2.1.3 Visión.....	25
2.1.4 Propuesta de objetivos	26

2.1.5	Finalidad de AMA	26
2.1.6	Imagen corporativa	26
2.1.6.1	Logo	26
2.1.6.2	Slogan	27
2.1.7	Análisis F.O.D.A	28
2.2	Análisis del producto a exportar	28
2.2.1	Generalidades de la fibra del tallo de banano	28
2.2.1.1	Especificaciones.....	29
2.2.1.2	Características	29
2.2.1.3	Usos	30
2.2.2	Antecedentes de las artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano.....	33
2.2.3	Materia prima.....	34
2.2.4	Proceso productivo	36
2.2.4.1	Proceso de elaboración de los sombreros	37
2.2.4.2	Proceso de elaboración de las carteras.....	38
2.2.5	Portafolio de productos.....	38
CAPÍTULO 3.....		42
3	INVESTIGACIÓN Y ESTUDIO DE LOS MERCADOS POTENCIALES.	42
3.1	Introducción	42
3.2	Partida Arancelaria de las artesanías elaboradas con fibra de tallo de banano.....	44
3.3	Análisis de los mercados potenciales a seleccionar	46
3.3.1	Selección de los mercados potenciales	50
3.4	Estudio del Mercado seleccionado como destino: Estados Unidos	51
3.4.1	Generalidades	51
3.4.2	Gustos y Preferencias del Mercado Destino	51
3.4.3	Principales Proveedores.....	53
3.4.3.1	Análisis sobre los proveedores	54
3.4.4	Demanda de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano....	54
3.4.4.1	Análisis de la Demanda	55
3.4.5	Comercio Bilateral entre Ecuador y Estados Unidos	56
3.4.6	Oferta de las artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano ...	57

3.4.6.1	Análisis de la Oferta	58
3.4.7	Acceso al mercado	59
3.4.7.1	Barreras Arancelarias y Acuerdos Comerciales	59
3.4.7.2	Análisis sobre las barreras arancelarias y acuerdos comerciales.....	59
CAPÍTULO 4.....	61	
4 NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL Y REQUISITOS ADUANEROS DE EXPORTACIÓN.....	61	
4.1	Introducción y aspectos relevantes de la negociación internacional.....	61
4.1.1	Aspectos culturales y mecanismos a usar para negociar con el país destino: Estados Unidos	64
4.1.2	Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS)	67
4.1.2.1	Clasificación de los Incoterms 2000	69
4.1.2.2	Incoterms 2010	69
4.1.3	Contratos Internacionales	73
4.1.3.1	Contrato de compraventa internacional de mercaderías	74
4.1.3.2	Importancia de contar en una exportación con un contrato de compraventa internacional de mercancías.....	75
4.1.3.3	Aspectos principales que van a ser incluidos en las cláusulas del contrato de compraventa internacional de mercancías.....	76
4.1.4	Formas de Pago Internacional	76
4.1.4.1	Carta de Crédito	77
4.2	Requisitos Aduaneros de Exportación	81
4.2.1	Requisitos para ser exportador ante la Aduana.....	81
4.2.2	Documentos aduaneros de exportación	82
4.2.2.1	Declaración Aduanera Única (DAU).....	82
4.2.2.2	Documentos Aduaneros a presentar	82
4.2.2.3	Certificado de Origen.....	83
4.2.3	Trámites de Exportación.....	85
4.2.3.1	Fase de Pre-embarque	85
4.2.3.2	Fase Post-Embarque	86

CAPITULO 5.....	88
5. COMERCIALIZACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO	88
5.1. Comercialización.....	88
5.1.1. Mezcla de Marketing	88
5.1.1.1. Producto	88
5.1.1.2. Precio de exportación.....	91
5.1.1.2.1. Determinación del precio de exportación de sombros de AMA	92
5.1.1.2.2. Determinación del precio de exportación de carteras de AMA	93
5.1.1.3. Logística.....	94
5.1.1.3.1. Envase.....	94
5.1.1.3.2. Empaque o embalaje.....	96
5.1.1.3.3. Etiquetado.....	100
5.1.1.3.4. Paletización.....	101
5.1.1.3.5. Containerización.....	104
5.1.1.3.6. Sistema de Transporte	108
5.1.1.3.7. Canales de Distribución.....	111
5.1.1.4. Promoción (Publicidad)	114
5.2. Análisis Financiero.....	115
5.2.1. Inversión requerida de AMA para exportar.....	115
5.2.2. Pronóstico de Ingreso en cantidades y dólares de sombreros y carteras	116
5.2.2.1. Pronóstico de Ingreso en cantidades y dólares de sombreros..	116
5.2.2.2. Pronóstico de Ingreso en cantidades y dólares de carteras	117
5.2.2.3. Pronóstico de Ingreso total de sombreros y carteras.....	118
5.2.3. Pronóstico de los Costo de producción en cantidades y dólares de sombros y carteras.....	118
5.2.3.1. Pronóstico de Costo total de sombreros y carteras	119
5.2.4. Pronóstico de Gastos Operacionales.....	120
5.2.5. Pronóstico de Sueldos y Beneficio sociales.....	121
5.2.6. Valor de desecho o Valor en libros.....	121
5.2.7. Estados Financieros proyectados	122

5.2.7.1.	Estado de Resultados proyectado	122
5.2.7.2.	Periodo de recuperación.....	123
5.2.7.3.	Balance General proyectado	123
5.2.7.4.	Cash Flow o Flujo de efectivo Proyectado	123
5.2.8.	Punto de equilibrio.....	125
5.2.8.1.	Punto de equilibrio de sombreros en cantidades.....	125
5.2.8.2.	Punto de equilibrio de sombreros en dólares	126
5.2.8.3.	Punto de equilibrio de carteras en cantidades.....	127
5.2.8.4.	Punto de equilibrio de carteras en dólares	129
5.2.9.	Rendimientos Financieros Proyectados de AMA periodo 2012 - 2017.....	130
5.2.10.	Análisis de sensibilidad del Rendimiento sobre los activos y sobre el patrimonio 2012-2017	133
CONCLUSIONES.....		135
RECOMENDACIONES.....		137
BIBLIOGRAFÍA.....		139
ANEXOS		141

ÍNDICE DE TABLAS

CAPITULO 2.....	24
Tabla 2.1: Situación económica de las artesanías de AMA.....	24
Tabla 2.2: Matriz FODA de AMA.....	28
Tabla 2.3: Portafolio de Productos.....	39
CAPITULO 3.....	46
Tabla 3.1: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador	46
Tabla 3.2: Exportaciones Ecuatorianas	48
Tabla 3.3: Principales 10 países Proveedores de sombreros, demás tocados, y sus partes, correspondiente a la partida 65.04.00, a Estados Unidos de América.....	53
Tabla 3.4: Importación de sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos por parte de los Estados Unidos (2007-2011)	54
Tabla 3.5: Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos de América sombreros, demás tocados, y sus partes, correspondiente a la partida 65.04.00.....	56
Tabla 3.6: Exportación de sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos del Ecuador hacia Estados Unidos	57
Tabla 3.7: Barreras Arancelarias y acuerdos comerciales	59
CAPITULO 4.....	72
Tabla 4.1: Gastos y Riesgos del FOB	72
CAPITULO 5.....	90
Tabla 5.1: Molde de sombreros de hombre y mujer	90
Tabla 5.2: Molde de carteras	91
Tabla 5.3: Precio de exportación de sombreros de AMA	92
Tabla 5.4: Precio de exportación de carteras de AMA	93
Tabla 5.5: Consideraciones del empaque.....	98
Tabla 5.6: Palets Fabricados por diversos Materiales.....	102
Tabla 5.7: Palet holgado de un solo uso.....	104
Tabla 5.8: Medidas de los contenedores marítimos	107

Tabla 5.9: Aspectos de los modos de transporte	108
Tabla 5.10: Características del Transporte Marítimo.....	111
Tabla 5.11: Inversión Requerida de AMA para exportar.....	115
Tabla 5.12: Pronóstico de ingreso por sombreros en cantidades	116
Tabla 5.13: Pronóstico de Ingreso por sombrero en dólares.....	117
Tabla 5.14: Pronóstico de Ingreso por cartera en cantidades.....	117
Tabla 5.15: Pronóstico de Ingreso por cartera en dólares	118
Tabla 5.16: Ingreso total de ventas	118
Tabla 5.17: Pronóstico de Costo por sombreros en dólares	119
Tabla 5.18: Pronóstico de Costo por carteras en dólares	119
Tabla 5.19: Pronóstico de costo total de producción de cartera y sombreros	120
Tabla 5.20: Gastos operacionales AMA	120
Tabla 5.21: Pronóstico de Sueldo de AMA	121
Tabla 5.22: Valor de desecho o valor en libros.....	122
Tabla 5.23: Estado de Resultado Proyectado.....	122
Tabla 5.24: Balance General Proyectado de AMA.....	123
Tabla 5.25: Flujo de efectivo proforma de exportación.....	124
Tabla 5.26: Punto de equilibrio de sombreros en cantidades.....	126
Tabla 5.27: Punto de equilibrio de sombreros en dólares	127
Tabla 5.28: Punto de equilibrio de carteras en cantidades.....	128
Tabla 5.29: Punto de equilibrio de carteras en dólares	129
Tabla 5.30: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2012-2013	130
Tabla 5.31: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2013-2014	131
Tabla 5.32: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2014-2015	131
Tabla 5.33: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2015-2016	132
Tabla 5.34: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2016-2017	132
Tabla 5.35: Análisis de sensibilidad del ROE y del ROA periodo 2012-2017.....	133

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPITULO 2.....	24
Gráfico 2.1: Organigrama de AMA	24
CAPITULO 3.....	47
Gráfico 3.1: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador	47
Gráfico 3.2: Exportaciones Ecuatorianas	49
Gráfico 3.3: Principales 10 países proveedores de Sombreros, demás tocados, y sus partes, según el Valor Total Importado 2007-2011	53
Gráfico 3.4: Evolución de las Importaciones de artesanías de EEUU a nivel mundial en miles de USD	55
Gráfico 3.5: Evolución de Exportación de artesanías desde el Ecuador hacia Estados Unidos	57
CAPITULO 4.....	62
Gráfico 4.1: Integrantes y Variaciones de la Negociación Internacional.....	62
Gráfico 4.2: Formas de pago internacional, según su nivel de seguridad.....	76
Gráfico 4.3: Procedimiento de Exportaciones	87
CAPITULO 5.....	94
Gráfico 5.1: Funciones del Envase.....	95
Gráfico 5.2: Punto de equilibrio de sombreros	127
Gráfico 5.3: Punto de equilibrio de carteras.....	130
Gráfico 5.4: Análisis de sensibilidad del ROE y del ROA periodo 2012-2017.....	133

ÍNDICE DE IMÁGENES

CAPITULO 1.....	14
Imagen 1.1: Tallo de Banano	14
CAPITULO 2.....	25
Imagen 2.1: Local Comercial E-3, en la ciudad de Machala	25
Imagen 2.2: Logo de AMA	27
Imagen 2.3: Fibra del tallo de banano	29
Imagen 2.4: Fibras del tallo de banano tinturadas.....	30
Imagen 2.5: Papel hecho con fibra de banano.....	31
Imagen 2.6: Ropa interior elaborada con fibra de banano	32
Imagen 2.7: Muebles elaborados con fibra de banano	32
Imagen 2.8: Musa × paradisiaca	35
Imagen 2.9: Pseudotallo de la planta de banano	36
Imagen 2.10: Proceso Productivo	37
CAPITULO 3.....	44
Imagen 3.1: Partida Arancelaria.....	44
Imagen 3.2: Países Sudamericanos que integran la ATPDEA.....	60
Imagen 3.3: Sistema Generalizado de Preferencia (SGP) de Estados Unidos de Norteamérica	60
CAPITULO 4.....	67
Imagen 4.1: Incoterms.....	67
Imagen 4.2: Clasificación de los Incoterms 2000	69
Imagen 4.3: FOB (Free On Board)	72
Imagen 4.4: Flujo de documentos_ Carta de Crédito Irrevocable y confirmada	80
CAPITULO 5.....	91
Imagen 5.1: Etiqueta del producto	91
Imagen 5.2: Tipo de envase para las artesanías	95
Imagen 5.3: Tipos de cartón.....	96
Imagen 5.4: Tamaño del empaque para las artesanías	97
Imagen 5.5: Peso del empaque.....	98

Imagen 5.6: Juntas reforzadas con cinta	99
Imagen 5.7: Contenedor box 20 pulgadas.....	107
Imagen 5.8: Transporte marítimo.....	109
Imagen 5.9: Canales de Distribución	112
Imagen 5.10: Fórmula del punto de equilibrio de sombreros en cantidades.....	125
Imagen 5.11: Fórmula punto de equilibrio de sombreros en dólares.....	126
Imagen 5.12: Fórmula del punto de equilibrio de carteras en cantidades.....	128
Imagen 5.13: Fórmula del punto de equilibrio de cartera en dólares.....	129

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: R.U.C de A.M.A.....	141
Anexo 2: Constitución	143
Anexo 3: Nombramiento Legal.....	146
Anexo 4: Declaración Aduanera Única.....	147
Anexo 5: Certificado de origen	148
Anexo 6: Detalles del contendedor	149
Anexo 7: Volantes.....	150
Anexo 8: Participación en ferias	151
Anexo 9: Reconocimiento otorgado a AMA por participación en feria local	154
Anexo 10: Palets fabricados por diversos materiales y características	155
Anexo 11: Tipo de contenedores marítimos	157
Anexo 12: Tarifa de contenedores	162
Anexo 13: Bill of Lading (Conocimiento de Embarque marítimo).....	163
Anexo 14: Cadena logística de exportación.....	164
Anexo 15: Capital de Trabajo	165
Anexo 16: Inversión en Activos Fijos (Equipos de oficina).....	166
Anexo 17: Inversión en Activos Fijos (Equipos de computación)	167
Anexo 18: Inversión en Activos Fijos (Muebles y enseres)	168
Anexo 19: Gastos de Capacitación del curso de inglés.....	169
Anexo 20: Trámites, documentos y costos de exportación de sombreros y carteras de AMA.....	170
Anexo 21: Depreciación de Activo Fijo (Equipos de oficina).....	171
Anexo 22: Depreciación de Activo Fijo (Equipos de Computación)	172
Anexo 23: Depreciación de Activo Fijo (Muebles y Enseres).....	173
Anexo 24: Beneficios y Prestaciones Sociales.....	174

RESUMEN – ABSTRACT

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS ELABORADAS CON LA FIBRA DEL TALLO DE BANANO DIRIGIDO A LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGRO- ARTESANALES DE LA PROVINCIA DE EL ORO

Autores: Katherine Montesdeoca Cambi douce_90@hotmail.com
Yanine Zambrano Mera yaniza1482@yahoo.com

Director: Ing. Fabián Villacrés fvillacres@ups.edu.ec

RESUMEN

La evolución de la exportación de artesanías ecuatorianas se sustenta en factores como la situación actual del medio ambiente y la necesidad de usar cada vez menos productos cuyos residuos sean dañinos para el ambiente, han hecho que la conciencia esté cambiando el concepto con el que antes se apreciaban las cosas, de tal forma que ahora se valora mucho más el origen de ciertas materias, especies, fibras, que eran poco conocidas. El presente trabajo propone el diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigido a la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la Provincia de El Oro, con el objetivo de permitir a los productores exportar directamente sus artesanías al mercado internacional, aportando a la entrada de divisas al país y a la utilización de materias primas sustentables. El plan de exportación pretende ser una guía práctica y fácil de aplicar por AMA, ya que contiene todas las técnicas, herramientas necesarias para poder comercializar las artesanías en el exterior y lograr la rentabilidad esperada.

PALABRAS CLAVES

Artesanía, fibra del tallo de banano, divisas, plan de exportación, materia prima.

ABSTRACT

The evolution of the export of Ecuadorian crafts is sustained in factors like the current situation of the environment and the necessity of using less and less products whose residuals are harmful and dangerous for the environment, they have made that the conscience is changing the concept with the one that before the things were appreciated, in such a way that now is valued much more the origin of certain matters, species, fibers that were not very well-known. The present work proposes the design of an export plan of crafts elaborated with the fiber from the shaft of managed banana tree to the Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la Provincia de El Oro, with the propose to allow the producers to export their crafts directly to the international market, contributing with the entry of foreign currencies to the country and the use of sustainable raw materials. The export plan pretends to be a practical and easy guide of applying for AMA, because it contains all the techniques, necessary tools to be able to market the overseas crafts and to achieve the prospective profitability.

KEYWORDS

Crafts, fiber of the banana tree stem, currencies, export plan, raw material.

CONTENIDO

América Latina ha sido desde tiempos inmemorables un pueblo auténticamente artesanal, ya que debido a sus necesidades de vestimenta y de herramientas se desarrolló la cultura de la fabricación de utensilios, vestidos y toda clase de adornos de las materias que encontraban en la naturaleza. Es así como las comunidades indígenas conservaron sus costumbres y las artesanías elaboradas por hábiles manos lograron ocupar un lugar importante en el comercio ecuatoriano, a través de originales y bellas artesanías creadas con los más variados materiales de la naturaleza, haciendo uso de sustentables recursos naturales y que también se han convertido en promotoras de empleo digno a través de novedosos emprendimientos productivos.

El sector artesanal ha sido, a pesar de la falta de políticas claras y de mayor apoyo por parte del estado, uno de los más representativos del Ecuador. En gran parte esto

se debe al esfuerzo de grupos de artesanos independientes que han llevado sus propios productos fuera de nuestras fronteras aportando así su granito de arena para el reconocimiento de la artesanía ecuatoriana a nivel internacional.

La Asociación de Mujeres Agro-Artesanales (AMA) está constituida por 47 mujeres entre los distintos cantones y parroquias de la parte baja de la provincia de El Oro, cuyas edades están comprendidas entre 25 y 77 años, en la cual la actividad principal de dicha Asociación es la producción de artesanías, utilizando como materia prima el pseudotallo del banano, dándole un valor agregado y transformando la fibra en artesanías para elaborar llamativas carteras, bolsos, portalápices, portarretratos, monederos, sombreros, llaveros, muñecas, canastas, entre otros artículos.

Sin embargo, AMA a nivel local tiene pocos ingresos, esto se debe a la falta de publicidad u otros factores que de cierta forma complican la comercialización de sus productos, haciendo que no sea tan fructífero este tipo de negocio, por lo que lo ideal sería que ellas cuenten con un plan de exportación, para que de esta forma obtengan mayores ingresos y la estabilidad sea en un largo plazo en el mercado artesanal.

Por ser de mayor oferta se escoge los sombreros y carteras como productos que AMA pretende exportar ya que ambas artesanías pertenecen a la misma partida, es decir la **65.04** que hace referencia a los *trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos*.

Con la ayuda del Trade Map y del Banco Central del Ecuador se realizó un estudio de mercado, en donde permitió conocer que existen 12 mercados potenciales para este tipo de artesanías, tales como: Francia, Alemania, EEUU, España, Japón, Chile, Bélgica, Grecia, Emiratos Árabes Unidos, Sudáfrica, Italia y Panamá.

El análisis de las estadísticas de estas dos páginas (BCE, Trade Map), permitió determinar que los mercados más atractivos para exportar el producto ecuatoriano, de acuerdo a su valor Fob y peso en tonelada son: Francia, Alemania (países de la Unión Europea) y Estados Unidos, se seleccionan estos tres países como los más potenciales importadores, para posteriormente estudiarlos.

Sin embargo, se decide que el mejor mercado de destino para los productos de artesanías que elabora AMA será el de Estados Unidos por dos razones importantes:

- Ser uno de los mayores socios comerciales que tiene el Ecuador, respecto al sector de artesanías y mantiene dos acuerdos comerciales (ATPDEA, y SGP), que benefician y reflejan un notorio impacto en la exoneración de aranceles con el 0%.
- Idioma, bajos costos de exportación y negociación de volúmenes a grandes escala.

Dentro de la negociación internacional, se destacan los requisitos principales para que AMA sea un exportador, así como el conocimiento de los términos de negociación como son los incoterms, el más conveniente para AMA es el FOB, ya que es de común uso en este tipo de negocios mediante vía marítima, mientras que dentro de los requisitos aduaneros de exportación se considera el tipo de contrato a aplicar como sería el de compraventa internacional de mercadería, de igual manera es muy importante la forma de pago internacional, el más adecuado para AMA sería la carta de crédito irrevocable y confirmada, porque presenta mayor cobertura dentro de un alto nivel de seguridad, así como la presentación de otros documentos como son: DAU (Declaración Única Aduanera) impresa, factura(s) comercial(es) definitiva(s), originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique), certificado de origen (cuando aplique), documento(s) de Transporte, orden de Embarque impresa, pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).

Con respecto a la comercialización; en cuanto al producto en este caso sombreros y carteras, basándose en decoraciones y modelos originales que distinguen la artesanía y la calidad. En cuanto al precio de exportación se ha considerado para su cálculo basándose en los costos de producción, en el caso del sombrero el P.V.E es de \$ 25,00 y en el caso de las carteras el P.V.E. es de \$ 40,00, se estima un margen de beneficio del 70% y del 90% respectivamente para cada artesanía. En cuanto a la plaza (canales de distribución) AMA lo realizará como canal directo, debido al beneficio que significa tener una negociación directa con los importadores. En

cuanto a la promoción a realizar se considera los catálogos, los volantes y la participación de ferias

Dentro de la logística a emplear, entre ellos se encuentra los envases, en este caso será diseñada una caja de cartón que en la parte de adelante tenga una película transparente para que sea de fácil observación los sombreros y las carteras, empaques utilizando cajas resistentes y etiquetados con la marca del producto, mientras que se utilizará un tipo de palet de un solo uso cuyo material sea de madera.

En cuanto al sistema de transporte que deberá utilizar AMA es mediante vía marítima, por ser de menor costo, alto riesgo aunque es de menor rapidez y menor alcance pero de gran capacidad y versatilidad, también emplearán el conocimiento de embarque como prueba ante los clientes de que se embarcarán las mercancías solicitadas.

Dentro del análisis financiero, la inversión requerida para que AMA pueda exportar es de \$ 14.904,11, considerando un ingreso del primer año por parte de los sombreros de \$ 676.800,00 y por parte de las carteras de \$ 541.440,00, mientras que los costos de producción están dados por \$ 416.908,80 y de \$ 297.792,00 respectivamente para cada artesanía antes mencionada. Utilizando una tasa del 18% sugerida por las inversionistas, el TIR es de 117% con un VAN de \$ 92.108,08. Lo que refleja una gran factibilidad y viabilidad de invertir en este proyecto de exportación.

Mientras que el punto de equilibrio de sombreros es de \$ 497.975,69 al 72% produciendo 19.919 unidades anualmente y el punto de equilibrio de carteras es de \$ 424.939,26 al 78% produciendo 10.623 unidades anualmente.

En ambas artesanías utilizando un costo fijo promedio anual de \$191.222,67, un nivel de ventas totales \$ 1.218.240,00 y un costo variable total de \$ 714.700,80, el punto de equilibrio promedio entre ambas artesanías es del 75%.

CONCLUSIONES

Luego de un estudio realizado se puede determinar lo siguiente:

- Se realizó un análisis de la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales AMA para evaluar las fortalezas y debilidades con las que cuenta, además se da a conocer todas las bondades y características del producto más comercializados (sombreros y carteras).
- El estudio de mercado permitió analizar, seleccionar y estudiar el país meta, para conocer la demanda y oferta del producto a nivel mundial.
- Se investigó sobre los requisitos aduaneros y documentación necesaria para llevar a cabo la exportación de las artesanías y así cumplir con todas las exigencias legales aduaneras.
- La forma más segura de cerrar una negociación internacional es mediante la elaboración de un contrato de Compra-Venta Internacional, en el cual se estableció los términos de la negociación, formas de pago, cantidad y precio exportable.
- En la comercialización se analizaron las cuatro variables inmersas al Marketing, destacándose el diseño del proceso logístico que AMA deberá regular para obtener ventas efectivas y así se podrá facilitar el proceso de exportación de sus artesanías.
- En el análisis financiero se pudo determinar una gran posibilidad de que el proyecto sea rentable, viable y factible; además que AMA recuperará su inversión dentro del primer año de exportación, convirtiéndose en una atractiva oportunidad de negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- CHEESMAN, E., “*Classification of the Bananas III. Critical Notes on Species. c. Musa paradisiaca L. and Musa sapientum L.*”, Estados Unidos, 1948, p. 145-153
- Guía Básica del Exportador, del Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC 12ava Edición - 2005, p. 186
- LLAMAZARES GARCÍA-LOMAS, Olegario, “*Los Incoterms Uno a uno*”, Guía Práctica de los Incoterms 2010, 1era Edición, Global Marketing Strategies, Estados Unidos S.L., p.5, p.7, p.20, pp. 133-151, 2004
- MORALES TRONCOSO, Carlos, “*Exportación para PYMES*”, Editores Unidos, Ciudad de México, Febrero 2012, p.13, p. 63, p. 169, p. 194, p.239
- MORALES TRONCOSO, Carlos, “*PLAN DE EXPORTACIÓN: Lleve sus productos a todo el mundo*”, Editores Unidos, Ciudad de México, 2000, 1era Edición, p.22, p.23
- El Servicio Integrado de Comercio Exterior, es un portal especializado en Importaciones, Exportaciones, Aduanas y Tecnologías, brindamos servicios e información totalmente organizada y actualizada en materia de Comercio Exterior. (<http://comercioexterior.com.ec>)
- El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), entidad gubernamental, encargada de impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal. (<http://mipro.gob.ec>)
- El Ministerio de la Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), entidad gubernamental, encargado de coordinar, impulsar, ejecutar y evaluar las políticas, estrategias y programas de producción, empleo y competitividad (<http://www.mcpec.gob.ec>)
- El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, es un organismo adscrito a la Cancillería, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (<http://www.proecuador.gob.ec>)

- El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), entidad gubernamental, autónoma y moderna, orientada a la facilitación del comercio exterior en el Ecuador (<http://www.aduana.gob.ec>)
- Carpintería Hermanos López, Art. “*Catálogo de Muebles a base de la fibra de banano*”, Nicaragua, Junio de 2009
- DRA. QUIZHPE, Blanca, “*Obtención de papel artesanal de la fibra del pseudotallo de plátano o banano*”, Ecuador, Mayo de 2010
- Grupo Alibaba, Art. “Fibra de plátano”, China-Hangzhou, 2010 Guía para el exportador de artesanías de cuero y madera, Ministerio de Producción, Trabajo y turismo, 2009.

INTRODUCCIÓN

i Antecedentes

A lo largo de la historia los artesanos han sido personas que han desarrollado un determinado oficio para satisfacer diversas necesidades, en la mayoría de los casos de autoconsumo. No obstante, ellos en las ciudades estaban organizados en la práctica del oficio, aprendizaje y certificación, dejando el autoconsumo y los talleres más pequeños para las zonas rurales.

La artesanía ha estado en continua evolución, introduciendo y adaptándose a los cambios tecnológicos de cada época. Hasta la primera mitad del siglo XX mantiene un cierto prestigio, símbolo de resistencia a la mecanización. Ya en los años sesenta surge el reconocimiento social, empieza a ser coleccionada y exhibida en exposiciones y museos.

América Latina ha sido desde tiempos inmemorables un pueblo auténticamente artesanal, ya que debido a sus necesidades de vestimenta y de herramientas se desarrolló la cultura de la fabricación de utensilios, vestidos y toda clase de adornos de las materias que encontraban en la naturaleza. Es así como las comunidades indígenas conservaron sus costumbres y las artesanías elaboradas por hábiles manos lograron ocupar un lugar importante en el comercio ecuatoriano, a través de originales y bellas artesanías creadas con los más variados materiales de la naturaleza, haciendo uso de sustentables recursos naturales y que también se han convertido en promotoras de empleo digno a través de novedosos emprendimientos productivos.

La riqueza y la diversidad productiva se evidencian en las múltiples iniciativas artesanales que contribuyen al desarrollo económico nacional del país, las mismas que ayudan aportando a la memoria cultural y contribuyendo a asegurar la continuidad y sostenibilidad de técnicas y tradiciones que han sido transmitidas de generación en generación.

La producción artesanal hace parte del sistema económico social, solidario y sostenible, que el gobierno ha delineado para alcanzar el buen vivir.

Mediante Registro Oficial N.- 351 con fecha 29 de Diciembre del 2010, la Asamblea Nacional aprobó el Proyecto de CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, con el fin de que exista en el país un organismo como lo es el “INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES PRO ECUADOR”, que se encargue de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, y además de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional¹.

Este organismo es un aliado comercial preocupado en el desarrollo del negocio de los exportadores nacionales, fomentando la creación de nuevas plazas de trabajo, y haciendo que el sector artesanal sea una importante fuente de empleo, con el propósito de mejorar la calidad de vida de las personas de bajos recursos y de zonas rurales, que por su ubicación, es difícil conseguir trabajos bien remunerados.

Esta realidad se contrasta con la de los bananeros y hacendados que con el pasar de los años han sido los que han forjado la identidad mundial con la que cuenta el Ecuador en materia bananera, ya que nuestro país es el principal exportador de banano y uno de los principales productores en el mundo.

La evolución de la exportación de artesanías ecuatorianas se sustenta en factores como la situación actual del medio ambiente y la necesidad de usar cada vez menos productos cuyos residuos sean dañinos para el ambiente, han hecho que la conciencia esté cambiando el concepto con el que antes se apreciaban las cosas, de tal forma que ahora se valora mucho más el origen de ciertas materias, especies, fibras, que eran poco conocidas.

¹ <http://www.proecuador.gob.ec> - ProEcuador

ii Planteamiento del problema

El sector artesanal ha sido, a pesar de la falta de políticas claras y de mayor apoyo por parte del estado, uno de los más representativos del Ecuador. En gran parte esto se debe al esfuerzo de grupos de artesanos independientes que han llevado sus propios productos fuera de nuestras fronteras aportando así su granito de arena para el reconocimiento de la artesanía ecuatoriana a nivel internacional.

La Asociación de Mujeres Agro-Artesanales AMA de la provincia de El Oro es una organización de mujeres que ejecuta emprendimientos productivos, promueve iniciativas de inversión orientadas a la generación de ingresos de las familias de la asociación, a través de la transformación, producción, y comercialización de productos artesanales con fibra de banano e instaurando la identidad artesanal de la provincia de El Oro, esto es HACER PATRIA Y DEJAR HUELLAS.

Sin embargo todos estos esfuerzos no son suficientes, debido a que AMA no cuenta con un plan de exportación que le permita introducir sus artesanías al mercado internacional. Dado que anteriormente los artesanos tenían que recurrir a intermediarios (empresas privadas), quienes comercializaban el producto terminado hacia un mercado exterior, lo que ha provocado que durante varios años el sector artesanal se vea perjudicado económicamente y que no se valore su calidad de mano de obra.

En la actualidad, existen organismos que brindan apoyo y asesoramiento a los productores en general, tal es el caso en particular del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, creado por el Estado para fomentar y alentar a que sean los mismos productores los que se conviertan en exportadores directos de sus artesanías. Además existe la colaboración del Ministerio de Industrias dado que la población artesanal a nivel nacional abarca el 25% del sector productivo ecuatoriano, lo que busca es que el artesano ecuatoriano sea reconocido como sujeto y fin de la política pública y, por lo mismo, que tenga la gran oportunidad de salir adelante².

² <http://mipro.gob.ec/>, Boletín Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

iii Justificación

El Ecuador ha sido desde siempre un país rico en diversidad, con un suelo apto para casi todo tipo de cultivos y reconocido mundialmente como uno de los principales países exportadores de banano. Cuenta el país con un clima excepcional, que pocos países en el mundo pueden disfrutar, somos un país diverso, rico naturalmente, con ventajas comparativas enormes y con gente trabajadora.

Sin embargo la realidad social contrasta con el lugar donde vivimos, es palpable la pobreza extrema, los altos índices de deserción escolar en zonas rurales, la falta de servicios básicos en muchos sectores, todo esto trae como resultado degeneración social como la delincuencia, la migración y otros.

Para superar la crisis económica y social en el que está inmerso el país, se continuará recurriendo en los próximos años a la explotación y exportación de sus recursos naturales y productos primarios; sin embargo, será indispensable que dicho aprovechamiento lo realice en términos sustentables, para lo cual deberá adoptar estrategias que procuren en forma simultánea la rentabilidad económica, la justicia social, la racionalidad ambiental y la gobernabilidad política.

Existe la problemática de los desechos del cultivo bananero, que si bien no ha sido cuantificable en cifras reales, es perjudicial para la propia plantación y más aún para el medio ambiente.

Un grupo de mujeres artesanas de la Provincia de El Oro están utilizando estos desechos y utilizándolos como materia prima para la elaboración de diferentes artesanías. Existen empresas privadas que desarrollan iniciativas y proyectos que ayudan a posicionar en el exterior a los productos artesanales.

Actualmente son también los propios artesanos quienes llevan sus manufacturas a mercados extranjeros haciéndolo de forma inadecuada, pero no es difícil encontrar artesanos ecuatorianos comercializando directamente sus productos en el exterior. Es así como muchas veces vemos artesanía ecuatoriana exhibida en plazas o parques de ciudades extranjeras, contribuyendo enormemente en posicionar a las manufacturas artesanales del Ecuador.

iv Objetivo General

- Diseñar un plan de exportación que permita a los productores exportar directamente sus artesanías al mercado internacional, aportando con la creación de divisas al país y a la utilización de materias primas sustentables.

v Objetivos Específicos

- Analizar la situación y demanda internacional de las artesanías que determinen la aceptación que tendrán en el mercado.
- Analizar y determinar los convenios y apoyos a utilizar, apegados a las normas nacionales e internacionales en materia de comercio exterior que sean pertinentes.
- Diseñar el proceso logístico más conveniente para facilitar el proceso de exportación de las artesanías.
- Elaborar un análisis financiero para determinar la oportunidad real del negocio de las artesanías.

vi Alcances

- La investigación y análisis será realizada para la Asociación de Mujeres Agro-artesanales de la provincia de El Oro.
- La finalidad de este proyecto de tesis es de desarrollar un plan de exportación para la Asociación, brindándole la oportunidad de crecimiento al mercado internacional.
- Se realizará una estrategia de Mercado para la comercialización de las artesanías elaboradas con la fibra del banano.
- La investigación se basa principalmente en datos secundarios e información obtenida de la Asociación.

vii Limitaciones

- El plan de exportación sólo se aplica al caso de la Asociación de Mujeres Agro-artesanales de la provincia de El Oro.
- El análisis e investigación solo serán del mercado extranjero.
- El plan de exportación sólo se enfocará en el análisis de las artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano contemplado para dicho proyecto.

- La información referente a la oferta, fue obtenida por la Asociación de Mujeres Agro-artesanales de la provincia de El Oro, la referente a la demanda, por medios propios y por medio del mercado extranjero.
- Será decisión del interesado llevar a cabo el plan de exportación.
- El análisis del proyecto tiene validez únicamente por el periodo en el que se realiza.

CAPITULO 1

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Marco Referencial

Exportar requiere motivación, compromiso y paciencia. Cada día, se escucha acerca de las maravillosas oportunidades que ofrecen los mercados del mundo y siempre soñamos con participar en ellos de modo creciente y sin exponernos a los riesgos, que por supuesto también existen.

Para hacer de ese sueño una realidad, lo primero que es indispensable hacer es una evaluación objetiva acerca de las fortalezas y debilidades de la empresa, definiendo cuáles son sus ventajas competitivas y de dónde provienen; después tenemos que hacer una evaluación más detallada del producto que pensamos exportar y, una vez más, definir cuáles son sus ventajas con respecto a los productos de la competencia.

Después, se tienen que medir y evaluar las oportunidades que ofrecen los mercados, seleccionando aquellos en donde creemos que será más conveniente participar en el corto plazo, pero sin perder de vista el mediano y el largo plazo.

Se tiene además que estudiar con más detalle y cuidado el mercado seleccionado, para poder definir los objetivos y metas y asignar los recursos necesarios al proyecto de modo de alcanzar las ventas, la penetración y obtener los márgenes esperados. Para esto, es indispensable definir una estrategia de entrada a los mercados y planear adecuadamente la forma de operación más aconsejable.

Todo lo anterior se recoge en una sola frase: Plan de Exportación³.

El 2011 ha sido un buen año para el Ecuador en lo económico y social, poco a poco se van consolidando las políticas implementadas por el Gobierno Nacional en este ámbito que han permitido ranquear al país en el puesto 83, de los 187 países del

³ MORALES TRONCOSO, Carlos, "Exportación para PYMES", Editores Unidos, Ciudad de México, Febrero 2012, p.13.

mundo, dentro de la categorización de Índice de Desarrollo Humano (IDH), según el informe 2011 del Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Para definir el grado de desarrollo de los países, el organismo los clasifica en cuatro grandes categorías: muy alto, alto, medio y bajo. Cada una conformada por 47 países, la última categoría es de 46. Ecuador se encuentra en el puesto 36 dentro de la segunda categoría considerada como de alto desarrollo humano.

⁴De los 47 países ubicados en la segunda categoría o de alto desarrollo, Ecuador está en el puesto 36. En 2010 el país no se encontraba en la lista. Ahora Ecuador comparte la categoría con países de la región como Uruguay (48), Cuba (51), México (57), Panamá (58), Costa Rica (69), Venezuela (73), Jamaica (79), Perú (80), Brasil (84) y Colombia (87). Chile (44) y Argentina (45) fueron los dos únicos países latinoamericanos incluidos en el grupo de naciones con “muy alto” índice de desarrollo humano en el 2011.

Este índice hay que tomarlo con mucha cautela, pues si bien el país avanza con paso firme a un desarrollo sostenido en el tiempo, aún falta mucho por hacer en lo económico, productivo, social y ambiental. No obstante la estabilidad macroeconómica da cuenta de un clima de negocio favorable que está poniendo al Ecuador en la mira de los inversionistas extranjeros, como país de entrada a un mercado regional de más de 127 millones de consumidores (Comunidad Andina incluido Ecuador y Venezuela) y puerta de entrada a través de la vía Manta-Manaos al Brasil.

1.2 Marco Conceptual

En el desarrollo de este proyecto se han encontrado varios términos que para varias personas pueden resultar desconocidos, y para su mayor entendimiento se ha dedicado este espacio, para explicar y ampliar un poco su concepto.

⁴ <http://www.proecuador.gob.ec>, Boletín Diciembre 2011, ProEcuador

➤ Comercio Internacional

Es el intercambio de bienes entre espacios económicos diversos, la sistematización de la actividad de comercio exterior, intervienen agentes públicos y privados, no sólo entre los países, entre agentes de un país con agentes extranjeros de empresas privadas o públicas que actúan ajustadas a legislaciones nacionales y de intercambio comercial o mercantil.

a) Factores que Influyen en la Decisión de Ingresar a un Mercado Extranjero⁵

Las compañías deciden internacionalizarse por diferentes razones, estas pueden clasificarse en proactivas o agresivas y reactivas o defensivas.

La principal razón por la cual grandes compañías deciden expandir sus operaciones al extranjero es porque ven su competitividad amenazada o decayendo; para poder seguir compitiendo estas compañías quieren moverse rápido para obtener posiciones importantes en mercados claves como Europa, América Latina, Estados Unidos y Japón.

Algunas de las razones reactivas por las que las compañías deciden iniciar operaciones en el extranjero son:

- La globalización de sus competidores.
- Demanda de los consumidores.

Algunas de las razones proactivas que tienen las empresas para iniciar operaciones en el extranjero son las siguientes:

- Economías a escala
- Oportunidades de Crecimiento.
- Acceso a recursos y ahorro en costos
- Incentivos.

⁵ DERESKY, Helen, “*International Management*”, Editorial Prentice Hall, Sexta edición, Estados Unidos, New York, Octubre 2007, P.22

➤ **Formas de Ingresar a un Mercado Extranjero**⁶

La manera en que una empresa desea ingresar en el mercado extranjero depende de muchos factores que deben tomarse en cuenta, tanto externa a la empresa como interna de la misma. Deben considerarse como factores internos de la empresa los objetivos de la misma, la necesidad de control, las capacidades y recursos internos y la flexibilidad con la que es administrada. Por otra parte, los factores externos que deben tomarse en cuenta son el tamaño y crecimiento del mercado, el riesgo, las regulaciones gubernamentales, ambiente competitivo, y la infraestructura local.

Después de analizar estos factores en el mercado del país meta, se reconocen siete formas para entrar en el mercado extranjero: exportaciones, licencias, franquicias, contrataciones, alianzas estratégicas, subsidiarias y joint ventures.

- Exportaciones.- Consiste en vender los productos de la empresa en el mercado extranjero.
- Licencias.- Cuando una firma local ofrece una parte de sus activos a una compañía extranjera a cambio de beneficios, los cuales pueden ser marcas registradas, tecnología, procesos de producción, o patentes.
- Franquicias.- Es un convenio en el cual la empresa dueña de la franquicia da al comprador el derecho a usar su nombre de marca, marca registrada, modelos de negocios, y procesos en un lugar determinado por un periodo de tiempo predefinido; a cambio de esto el comprador debe pagar al dueño de la franquicia parte de sus utilidades y, en algunos casos, otros beneficios.
- Contrataciones.- La compañía extranjera contacta a una empresa manufacturera local para producir algunas partes de su producto o el producto completo; sin embargo, todas las demás operaciones siguen siendo responsabilidad de la empresa.
- Joint Ventures.- La compañía extranjera acuerda compartir sus utilidades y otros recursos con otras compañías con el fin de establecer una nueva empresa en el país meta.
- Subsidiarias.- La mayoría de las empresas multinacionales que quieren entrar en el mercado extranjero siendo dueños al 100% de la empresa, prefieren

⁶ MORALES TRONCOSO, Carlos, "PLAN DE EXPORTACIÓN: Lleve sus productos a todo el mundo", Editores Unidos, Ciudad de México, 2000, 1era Edición, p.22.

ingresar mediante subsidiarias. Hay dos formas de ingresar al mercado extranjero con las subsidiarias: mediante adquisiciones, cuando se compra una empresa existente y bien establecida, o cuando se inicia una nueva compañía desde cero.

- Alianzas estratégicas. - Se definen como la unión de dos o más organizaciones para alcanzar metas significativas que benefician a todas.

➤ **Exportación**

Es la operación logística que consiste en la salida de productos o servicios ecuatorianos fuera del mercado nacional, es decir hacia el extranjero, con un fin determinado como: su venta, exhibición, degustación, etc.

La legislación nacional contempla dos tipos de exportación: la definitiva y la temporal.

⁷*La exportación definitiva* se encuentra definida en el Capítulo VII “Regímenes Aduaneros” artículo 154, del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, como la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado.

La exportación temporal para reimportación en el mismo estado y para perfeccionamiento pasivo se encuentra definida en el Capítulo VII “Regímenes Aduaneros” artículo 155 y artículo 156 respectivamente, del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, artículo 155 es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga. Y el artículo 156 es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio.

⁷ <http://www.aduana.gov.ec>, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

Para exportar, lo primero y esencial es mantener y revigorizar la actitud de todo empresario exitoso: “Lo mejor de mi esfuerzo para mi cliente; los más y mejores clientes por mi esfuerzo”. Adicionalmente, el exportador debe tener metas claras, ya que sólo quien las tiene puede alcanzarlas. Después, prepárese para exportar.

a) Actitud del exportador⁸

En el comercio exterior, el tamaño de una empresa ya no es tan significativo. En efecto, la empresa deberá asumir compromisos serios para lograr tal objetivo, así como investigar y explorar nuevos mercados, efectuar una planeación cuidadosa y seguir una estrategia clara de ventas.

b) Ventajas empresariales de exportar⁹

Algunas ventajas que se obtienen de la actividad exportadora son:

- Mejora de la competitividad e imagen de la empresa.
- Mayor estabilidad financiera de la empresa por flujos en otras divisas.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- Reducción de costos por mayores volúmenes de venta.
- Créditos menos caros.

c) Algunos puntos de cuidado cuando se exporta¹⁰

Cuando exporte deberá cuidar especialmente algunos aspectos, como:

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados.
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto.
- Calcular adecuadamente costos y precios de venta, para no perder utilidades ni vender debajo de sus costos.
- Contar con contratos internacionales que consideren los derechos y obligaciones de las partes.
- Contratar seguros.
- Conocer la confiabilidad del cliente y su historial de pago.

⁸ Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., “*Guía Básica del Exportador*”, México, Bancomext, 2005, p. 19.

⁹ Idem., p. 19.

¹⁰ Bancomext. Op. Cit. p.19.

- Usar cartas de crédito.

d) Elementos Generales De La Exportación

➤ Punto de partida: un producto que ofrecer¹¹

Identificar el producto que se venderá en los mercados extranjeros, seleccionar el mercado y la forma de ingresar a éste, son tres de los elementos clave para una exitosa operación de exportación.

Un punto importante por considerar, es qué mecanismos se deben utilizar para poder ser competitivo.

➤ Las fuentes de información¹²

El éxito en el proceso de exportación depende, entre otros factores, de una buena recopilación de información. Por ello es recomendable que las empresas que desean exportar por primera vez o diversificar sus mercados en el exterior, realicen en primera instancia una investigación documental que les permita establecer un plan estratégico de negocios de exportación dándole a la actividad exportadora un horizonte de permanencia y no un carácter transitorio o coyuntural, de una actividad marginal dentro de la producción y las ventas de la empresa.

➤ Plan de Exportación¹³

El plan de exportación es una descripción, análisis y planificación detallados de las actividades de exportación que la empresa planea desarrollar, sirve como herramienta para presentar a agentes externos que puedan tener una influencia importante en el proceso de exportación, por ejemplo a los bancos para obtener apoyo y financiación.

Existen varios modelos de planes de exportación que surgen como necesidad de ordenar en forma metódica la información necesaria para iniciar las actividades de exportación, cada empresa tiene un modelo diferente.

¹¹ Bancomext. Op. Cit. p.22.

¹² Bancomext. Op. Cit. p.22.

¹³ MORALES TRONCOSO, Carlos, "PLAN DE EXPORTACIÓN: Lleve sus productos a todo el mundo", Editores Unidos, Ciudad de México, 2000, 1era Edición, p.23.

Considerar al Plan de Exportación como un instrumento para lograr la mejor combinación de capacidades y recursos con los que dispone una MIPYME, encaminados a posicionarse por primera vez o a consolidarse en un determinado mercado internacional.

➤ **Fibra vegetal**¹⁴

Las fibras vegetales son aquellas fibras naturales extraídas del reino vegetal en sus más variadas formas: semillas, tallos, hojas, frutos y raíces y procesadas de forma tal que se obtienen productos de aplicación textil.

Fibra vegetal de tallo de banano¹⁵

Imagen 1.1: Tallo de Banano



Fuente: Red Textil Argentina

De ésta planta de amplia difusión en ambientes tropicales se extraen las fibras del tallo del racimo del banano para la confección de artículos artesanales, hechos por comunidades autóctonas. Las propiedades de estas fibras han demostrado poca utilidad en la confección de prendas de vestir, por lo que su uso se dirige a la confección de sombreros, carteras, canastas, bandejas y otros accesorios.

Una característica a destacar es el aprovechamiento del desecho luego de la recolección de los frutos. De esta manera se utilizan los desperdicios y se contribuye a mejorar la ecología al mismo tiempo que sustentar la economía regional de países tropicales.

¹⁴<http://www.redtextilargentina.com.ar> , Red Textil Argentina, publicado por Juan Carlos Martín

¹⁵ Idem., Red Textil Argentina

➤ **Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)**¹⁶

El SGP es un programa de preferencias comerciales de los Estados Unidos que tiene por objeto fomentar la diversificación de las economías. Este programa otorga un tratamiento arancelario preferencial a más de 5.000 productos importados provenientes de casi 140 naciones en desarrollo, que entran exentos de impuestos y derechos aduaneros. Fue adoptado por la Comunidad Europea el 1 de julio de 1971, y el Congreso de los Estados Unidos le otorgó autoridad legislativa en el Título V de la Ley de Comercio de 1974 por un período de 10 años, que se fue extendiendo sucesivas veces.

➤ **Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA)**¹⁷

El ATPDEA es la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga creada por el gobierno de los Estados Unidos para fortalecer las economías de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, y apoyarlos en su lucha contra el narcotráfico. Se oficializó después del vencimiento del acuerdo de la **Ley de Preferencias Arancelarias Andinas** (ATPA, por sus siglas en inglés) que el Presidente George Bush expidió el 4 de diciembre de 1991 y que comenzó a regir en 1992 en Colombia y Bolivia. Recordemos que en 1993, se incluyó a Ecuador y Perú.

➤ **Arancel**¹⁸

El arancel es un impuesto o gravamen que se debe pagar por concepto de la importación o exportación de mercancías, se aplica en el comercio exterior para agregarle valor al precio de las mismas en el mercado de destino. Se gravan las mercancías que se importan a fin de equilibrar la producción de un país.

El arancel puede asumir múltiples formas, como puede ser Ad-Valórem, Arancel Específico, Clasificación Arancelaria y Preferencias Arancelarias.

¹⁶ www.ustr.gov, Office of the United States Trade Representative,

¹⁷ Ecuador Economía, Art. “*El ATPDEA: su última y triste realidad*”, Ecuador, 2011

¹⁸ <http://www.aduana.gov.ec>, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

➤ **Sub partida arancelaria**¹⁹

Es un código que identifica un bien con el fin de categorizar la mercancía en el momento de realizar operaciones de comercio exterior. Su clasificación se realiza de acuerdo al régimen de cada país y está basada en el Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas, a continuación una breve explicación de las partidas arancelarias:

- Sub Partida Arancelaria Ecuatoriana: 0000.00.00.00
- Sub Partida Arancelaria Sub Regional: 0000.00.00
- Sub Partida Arancelaria Internacional: 0000.00
- Partida Arancelaria Propiamente Dicha: 0000
- Capítulo: 00

➤ **Factura Comercial**²⁰

Este documento es emitido por el exportador a la orden del importador / comprador como constancia de la venta realizada. Donde se detallan todas las mercancías vendidas, así como la información sobre la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor, nombre y dirección del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, peso, modalidades del embarque, precio, especificando el tipo de moneda, condiciones de venta en general, lugar y fecha de expedición, además de requerimientos adicionales exigidos por el comprador. Este documento debe ser lo más detallado posible y estar claramente redactado.

➤ **Autorizaciones previas**²¹

Son permisos que otorgan varios organismos públicos para la importación de ciertos productos tales como:

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca: ganado y subproductos de origen animal.
- Ministerio del Ambiente / Ministerio de Comercio Exterior (MICIP): productos forestales diferentes de la madera.

¹⁹<http://www.aduana.gov.ec>, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

²⁰ Idem., SENAE

²¹ Idem., SENAE

- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural: exportación temporal de obras de arte y otros para ser exhibidos en el exterior.
- Ministerio de Defensa Nacional: exportación de armas, municiones, explosivos y accesorios de uso militar o policial.
- Comisión de Energía Atómica: materiales radioactivos y similares.
- Certificados de calidad
- Certificados sanitarios
- Conocimiento de Embarque, el cual puede ser Air Way Bill en Transporte Aéreo, Bill of Lading en Transporte Marítimo o Carta Porte en Transporte Terrestre, dependiendo el medio de transporte a utilizarse.
- Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas: muestras para estudios, precursores y otros productos químicos específicos.

➤ **Certificado de origen**²²

El certificado de origen es el documento emitido en el formato oficial definido en los respectivos reglamentos establecidos definidos por los países otorgantes de preferencias arancelarias en el marco de la UNCTAD y que sirve para beneficiarse del tratamiento preferencial acordado entre las partes.

➤ **Tránsito aduanero**²³

Art. 161.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías son transportadas bajo control aduanero desde una oficina distrital con destino al exterior.

➤ **Depósito aduanero**²⁴

Art. 152.- Régimen aduanero según el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado bajo el control de la aduana en un lugar habilitado y reconocido para esta finalidad, sin el pago de los derechos e impuestos y recargos aplicables.

²² Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

²³ Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, de la Asamblea Nacional – REGISTRO OFICIAL N°351, Diciembre del 2010, p. 30

²⁴ Idem., p. 30

➤ **Tráfico Fronterizo**²⁵

Art. 166.- De acuerdo a los tratados y convenios internacionales, se permite el intercambio de mercancías destinadas al uso o consumo doméstico entre las poblaciones fronterizas, libre de formalidades y del pago de tributos al comercio exterior, dentro de los límites geográficos que fije el Servicio Nacional de Aduana.

➤ **Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE)**²⁶

Es el Sistema Interactivo de Comercio Exterior, implementado en Ecuador para hacer más ágiles los trámites aduaneros, facilitando así las actividades de importadores, exportadores, agentes de aduana y todas las personas involucradas en el Comercio Exterior de Ecuador.

➤ **Paletización**²⁷

Paletizar (estibar) es agrupar sobre una superficie (pallet, tarima, paleta) una cierta cantidad de objetos que en forma individual son poco manejables, pesados y/o voluminosos; o bien objetos fáciles de desplazar pero numerosos, cuya manipulación y transporte requerirían de mucho tiempo y trabajo; con la finalidad de conformar una unidad de manejo que pueda ser transportada y almacenada con el mínimo esfuerzo y en una sola operación y en un tiempo muy corto. En muchos países el peso máximo de un paquete que puede ser manipulado a mano es de 25 kg y está, cada vez más, limitado a 15 kg para adaptarse a las limitaciones femeninas y prevenir las paradas de trabajo por dolores de espalda y otras dolencias. Lo más habitual es manipular las cargas mecánicamente.

➤ **Comité de Comercio Exterior (COMEX)**²⁸

Es el organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, será un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia.

²⁵ Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Op. Cit. p.31.

²⁶ <http://www.aduana.gov.ec>, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

²⁷ <http://www.winesinform.com>, “Manual de Logística de Paletización”, Comité Costarricense de Logística – CCL, Edición #2, Noviembre 2003

²⁸ <http://www.mcpec.gob.ec> - Ministerio de la Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

➤ **Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)**²⁹

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una persona jurídica de derecho público, de duración indefinida, con autonomía técnica, administrativa, financiera y presupuestaria, domiciliada en la ciudad de Guayaquil y con competencia en todo el territorio nacional.

Es un organismo al que se le atribuye en virtud de este Código, las competencias técnico-administrativas, necesarias para llevar adelante la planificación y ejecución de la política aduanera del país y para ejercer, en forma reglada, las facultades tributarias de determinación, de resolución, de sanción y reglamentaria en materia aduanera, de conformidad con este Código y sus reglamentos.

➤ **International Trade Center (Trade Map)**³⁰

Trade Map provee indicadores de desempeño de las exportaciones, de la demanda internacional, sobre alternativas de mercados y sobre el rol de países como competidores.

Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del sistema armonizado. Estadística de comercio también están disponibles por ítem arancelario y país copartícipe para más de 150 países y por flujo trimestral y mensual para más de 90 países.

➤ **Documento de transporte**³¹

Es el elemento central de la planificación y el despacho de transportes. Éste contiene toda la información necesaria para efectuar un transporte. Se han definido diferentes clases de documentos de transporte para permitir reflejar en el sistema las diferentes formas de transporte utilizadas en su empresa. Por ejemplo, se utiliza el documento de transporte individual para planificar y efectuar el transporte de mercancías de un lugar a otro. Se utiliza el transporte colectivo para transportar mercancías de uno o varios lugares de salida a uno o varios lugares de destino. Existen clases de documentos separados que tratan transportes entrantes y salientes, respectivamente.

²⁹ <http://www.aduana.gov.ec>, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

³⁰ <http://www.trademap.org> - Trade Map

³¹ Sap- Help Portal, Art. “Documento de Transporte”, Estados Unidos, 2010

➤ **Contenedor**³²

Un contenedor o container es una caja reutilizable, diseñado y construido en condiciones especiales, que permite facilitar el traslado de mercaderías por uno o varios medios de transporte, con lo cual demuestra resistencia y seguridad, a tal grado que permite soportar una utilización constante, provista de accesorios que facilitan su manipuleo en las distintas operaciones del transporte de carga de mercaderías. Las dimensiones del contenedor se encuentran normalizadas para facilitar su manipulación.

➤ **Orden de Embarque**³³

Documento aduanero exigido para el despacho de mercancías de exportación definitiva, incluyendo la salida de mercancías de CETICOS³⁴.

La Orden de Embarque debe ser transmitida por el Exportador o por su Agente de Aduana al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior, la cual será aprobada automáticamente por el sistema asignándole un número de registro.

La orden de embarque deberá ser utilizada, dentro del plazo de treinta días calendario a partir de su aprobación, para el ingreso de las mercancías a Zona Primaria Aduanera para su exportación definitiva. Vencido este plazo, la orden quedará sin efecto, debiendo el exportador directamente o a través de un Agente de Aduana, transmitir una nueva Orden de Embarque. La orden de embarque amparará exportaciones de un solo exportador hacia un solo país de destino.

➤ **Marcado de país de origen**³⁵

A fin de identificar el país de origen de las mercancías que se importan, los países importadores emiten reglas de marcado de país de origen. Estas reglas se traducen en la utilización de marcas físicas que deben ostentar las mercancías en el momento de

³² MEY, Carlos - Fundación Histalmar, “Definición del Contenedor”, Argentina, Abril-2003

³³ <http://comercioexterior.com.ec>

³⁴ Los Centros de Exportación, Transformación, Industria, Comercialización y Servicios, constituyen áreas geográficas debidamente delimitadas que tienen naturaleza de zonas primarias aduaneras de trato especial.

³⁵ <http://www.promexico.gob.mx>

su importación tales como marbetes, etiquetas, etc., mismas que deberán estar claramente visibles, legibles e indicar el país de origen.

➤ **Despacho Aduanero**³⁶

Un despacho aduanero es una destinación que tiene por objeto someter al control del Servicio Aduanero una operación. En la misma se liquidan los tributos pertinentes y la Aduana da su conformidad para el embarque en el caso de una exportación, y su retiro a plaza en el caso de una importación.

➤ **Barreras Arancelarias**³⁷

Son las que aplica un país a los artículos importados y que se traducen en la imposición de un derecho de importación (arancel), y/o un impuesto por el mismo concepto su monto depende de los compromisos internacionales que el país importador tenga frente a la comunidad internacional (organización mundial del comercio) o derivado de acuerdos regionales, multilaterales o bilaterales.

➤ **Barreras No Arancelarias**³⁸

Durante los últimos años se ha incrementado la creación de barreras no arancelarias al comercio internacional, es decir, limitaciones sobre el comercio.

Aunque no siempre se imponen con el objetivo de reducir el comercio, tienen de hecho, este efecto. Entre este tipo de barreras se encuentran:

- Las regulaciones nacionales sobre higiene y seguridad.
- Las políticas impositivas.
- Programas nacionales de asistencia.
- Discriminación en el crédito de importación.
- Requisitos para otorgar licencias de importación.
- Límites mínimos al precio de importación.
- La subvención pública a determinadas industrias también puede considerarse como una barrera arancelaria al libre comercio, porque estas subvenciones conceden ventajas a las industrias nacionales.

³⁶ <http://www.despachantes-de-aduana.com>

³⁷ MORALES TRONCOSO. Op. Cit. p. 194.

³⁸ <http://bibdigital.epn.edu.ec>

➤ **Incoterms (Normas Internacionales de Negociación)**³⁹

Conjunto de reglas internacionales de carácter facultativo que determinan la interpretación de los principales términos utilizados en los contratos de compraventa internacional.

Los INCOTERMS obligan y vinculan a las partes contratantes, comprometen y a la vez marcan y delimitan obligaciones y responsabilidades en un contrato de compraventa internacional.

Los INCOTERMS vienen definidos y perfilados por la autoridad de la Cámara de Comercio Internacional (CCI) que fija el estricto sentido de su significado, la aceptación plasmada y reconocida como única, uniforme y auténtica.

➤ **Logística**⁴⁰

Es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que estos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado.

➤ **Precio de Exportación**

El precio de exportación es aquel valor monetario que se le pide al importador a cambio de un bien exportado. Por ende, cuando se fije un precio de exportación se debe considerar todos los factores que involucren producir y llevar el bien o servicio hasta donde lo requiera el cliente⁴¹.

³⁹ LLAMAZARES GARCÍA-LOMAS, Olegario, “Los Incoterms Uno a uno”, *Guía Práctica de los Incoterms 2010*, 1era Edición, Global Marketing Strategies, S.L.. pp. 133-151

⁴⁰ <http://www.promonegocios.net>

⁴¹ <http://cinternacional.pbworks.com>

CAPITULO 2

2 ANÁLISIS DE LA ASOCIACIÓN Y DEL PRODUCTO A EXPORTAR

El presente proyecto “*Diseño de un Plan de Exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano*” está dirigido a la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la Provincia de El Oro, ya que son un grupo de mujeres emprendedoras que buscan mejorar la calidad de vida de sus familias, generando ingresos, gracias a la calidad artesanal con la que elaboran sus artesanías. Este plan de exportación les será de mucha ayuda para ellas, ya que será la guía para introducir sus artesanías al mercado extranjero.

En este capítulo se detalla información relevante de la Asociación, tales como: antecedentes, misión, finalidad, imagen corporativa y un análisis detallado de las fortalezas y debilidades que posee AMA, ya que una vez identificadas deberán reforzarlas para no perderlas, sobre todo cuando el objetivo en este caso es lanzarse al mercado extranjero.

2.1 Análisis de la Asociación de Mujeres Agro-artesanales

2.1.1 Antecedentes

AMA está constituida por mujeres de los diferentes cantones y parroquias de la parte baja de la provincia de El Oro, se orienta a las oportunidades y ventajas competitivas de la producción de artesanías, para el mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres artesanas con el aprovechamiento del pseudotallo del banano, dándole un valor agregado, transformando la fibra en artesanías.

Además con esta actividad queremos promover e instaurar la identidad cultural – artesanal de la provincia de El ORO.

AMA está conformada por 47 mujeres de diferentes edades comprendidas entre 25 y 77 años cuya situación económica es:

Tabla 2.1: Situación económica de las artesanas de AMA

1	Socia cuenta con un trabajo estable, esto representa	2%
4	Socias son subempleadas, esto representa	8%
4	Socias con capacidades especiales, esto representa	8%
38	Socias no cuentan con ingresos fijos, esto representa	82%
TOTAL		100%

Fuente: AMA

Ver Anexo 1: R.U.C

Ver Anexo 2: Constitución

Ver Anexo 3: Nombramiento Legal

En el transcurso de este corto tiempo, AMA cuenta con personería jurídica, otorgada por la Dirección Provincial del MIES, quienes han ejecutado un proyecto con el apoyo del PRODER, hoy IEPS (Instituto de Economía Popular Solidaria), en el cual se contemplaba que cada una de las socias de AMA tenga su taller básico artesanal en sus casas para no descuidar sus familias, nuestro punto de ventas (almacén) equipado y funcionando; además de su marca registrada.

➤ Organigrama

Gráfico 2.1: Organigrama de AMA



Fuente: AMA

Elaborado por: Autoras

➤ **Domicilio:**

El Cisne # 1001 y Gran Colombia (Barrio Buenos Aires), ciudad de Machala de la provincia de El Oro.

- **Teléfono:** (593)-91856817
- **Email:** ama-artesantias@hotmail.com / lorgia215@hotmail.com
- **Contacto:** Lorgia Cuenca Correa – Socia Fundadora

Imagen 2.1: Local Comercial E-3, en la ciudad de Machala



Fuente: Autoras

2.1.2 Misión

AMA es una organización de mujeres que ejecuta emprendimientos productivos, promueve iniciativas de inversión orientadas a la generación de ingresos de las familias de la asociación.

2.1.3 Visión

Al 2013 la Asociación de Mujeres Agro-artesanales (AMA) se consolida como una organización de la sociedad civil, que basada en una fuerte organización maneja eficientemente la empresa artesanal en una proyección al mercado externo; útil para

mejorar las condiciones de vida de las mujeres y la identidad cultural – artesanal de la provincia de El Oro.

2.1.4 Propuesta de objetivos

- Lograr prestigio internacional mediante la satisfacción de las más altas exigencias del mercado meta al que se planea llegar con las artesanías de fibra de banano.
- Satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a la calidad de las artesanías que se entregan y la logística utilizada para esta operación.
- Mantener relaciones a largo plazo con los compradores, para de esta manera tener los mejores rendimientos para ellos y el mejor producto para la asociación.
- Obtener una rentabilidad en base a la operatividad de las actividades para la estabilidad de la asociación.

2.1.5 Finalidad de AMA

Obtener un ingreso adicional, procurando incrementar el porcentaje de utilización de las partes de la planta del banano, creando nuevos productos dando más valor agregado a la actividad bananera; al mismo tiempo aplicando normas y procedimientos que contribuyan a preservar el medio ambiente.

2.1.6 Imagen corporativa

2.1.6.1 Logo

La Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de AMA de la provincia de El Oro, fomenta el desarrollo de las mujeres que viven en la parte rural urbano marginal de la provincia de El Oro; dándoles la oportunidad de contar con una fuente alterna de ingresos.

Con este logo se ha buscado representar la parte humana y natural de la marca. Es por este motivo que los elementos gráficos, tipográficos y los colores respaldan el concepto de la marca reflejada en sus productos de fibras naturales. Dentro del signo del logo se refleja la dinámica del trabajo humano realizado con las fibras; por ese se usa el perfil de hojas en movimiento. También acompaña el signo naranja, que

expresa el sol y la creatividad de las artesanas que siempre están a la búsqueda de crear productos nuevos e irrepetibles por ser hechos a mano.

La tipografía acompaña el concepto dinámico de AMA y los colores la seriedad de la marca, junto a su concepto de ser productos hechos a base de materia prima natural.

Imagen 2.2: Logo de AMA



Fuente: AMA

2.1.6.2 Slogan

El slogan de AMA es “**PRODUCTO 100% ARTESANAL**”.

El slogan busca reflejar la calidad artesanal con la que son elaborados sus productos.

2.1.7 Análisis F.O.D.A

Tabla 2.2: Matriz FODA de AMA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">▪ Preservación de costumbres y tradiciones ecuatorianas.▪ Elevada creatividad y habilidad manual.▪ Materia prima disponible localmente.▪ Bajos costos de mano de obra.	<ul style="list-style-type: none">▪ Elevada informalidad en el proceso productivo.▪ Poca difusión del producto a nivel nacional.▪ Dificil acceso al financiamiento.▪ Mano de obra no tecnificada
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">▪ Patrones de consumo con mucha variabilidad.▪ Imitación y cambio en la materia prima, usada para la elaboración de la artesanía.▪ Aumento en los costos de producción del negocio.▪ Decreciente interés de mujeres artesanas en asociarse.	<ul style="list-style-type: none">▪ Mayor demanda de productos elaborados netamente a mano.▪ Intensificación de las artesanas ecuatorianas en participar en ferias nacionales.▪ Preferencias arancelarias.▪ Creciente apoyo de organismos públicos y privados.▪ Nichos externos con un alto poder adquisitivo.

Elaborado por: Autoras

2.2 Análisis del producto a exportar

2.2.1 Generalidades de la fibra del tallo de banano

A nivel mundial hay ciertos países productores de Banano como Costa Rica, Asia, África que tienen clima tropical. Si nos referimos al Ecuador, las ciudades con mayores plantaciones de banano son: el Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas y

El Oro, siendo esta provincia bananera la mejor del mundo porque de sus plantas se obtiene mejor calidad de frutos y que sirve de exportación a otros países⁴².

2.2.1.1 Especificaciones

La fibra del tallo de banano es una clase de nueva fibra natural, se extrae de corteza y las hojas del árbol de plátano, pertenece a la fibra de estopa. El aspecto de la fibra de banano es similar con la fibra de bambú original natural y la fibra del ramio, pero la fineza y la entallabilidad de la fibra de banano es mejor que la fibra de bambú original natural y fibra del ramio⁴³.

Imagen 2.3: Fibra del tallo de banano



Fuente: Autoras

2.2.1.2 Características⁴⁴

La fibra del tallo de banano es una fibra de estopa natural. Tiene sus propias características físicas y químicas y muchas otras características que le hacen una fibra fina de calidad, que tiene lado derecho y revés, a diferencia de la paja toquilla que sólo tiene lado derecho.

El aspecto de la fibra del plátano es similar a la fibra de bambú y a la fibra del ramio, pero su fineza y entallabilidad es mejor que las dos:

- La composición química de la fibra del plátano es celulosa, hemicelulosa, y lignina.
- Es fibra altamente fuerte, resistente y de peso ligero.
- Tiene alargamiento más pequeño.

⁴² DRA. QUIZHPE, Blanca, “*Obtención de papel artesanal de la fibra del pseudotallo de plátano o banano*”, Ecuador, Mayo de 2010

⁴³ Grupo Alibaba, Art. “*Fibra de plátano*”, China-Hangzhou, 2010

⁴⁴ Idem., Grupo Alibaba

- Tiene aspecto algo brillante dependiendo de la extracción y del proceso de giro.
- Es ligero.
- Tiene calidad fuerte de la absorción de la humedad. Absorbe tan bien como la humedad de los lanzamientos muy rápidamente.
- Es bio-degradable y no tiene ningún efecto negativo sobre el ambiente y puede ser categorizada así como fibra respetuosa del medio ambiente.
- Tiene degradación fácil para protección del medio ambiente.

Imagen 2.4: Fibras del tallo de banano tinturadas



Fuente: Autoras

2.2.1.3 Usos⁴⁵

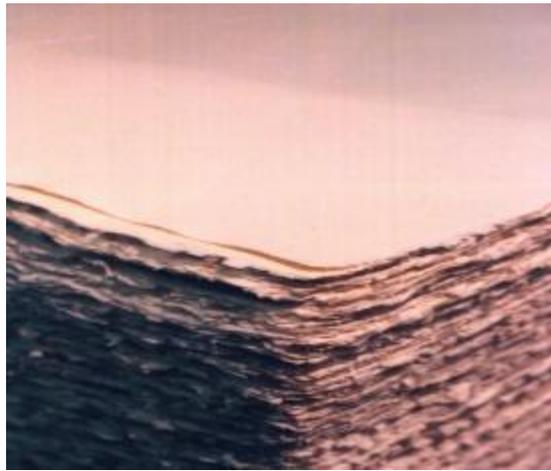
Los usos de la fibra de banano alrededor del mundo son tan variados que van desde la fabricación de esteras y muebles en Centroamérica y Europa, hasta la fabricación de papel en España y Brasil.

El nuevo panorama mundial es la apertura de los consumidores a la utilización de las fibras naturales como alternativa a las fibras tradicionales, y la concientización de las empresas con respecto a las materias primas que emplean para la elaboración de sus productos.

Es así como se encuentra alrededor del mundo países especializados en determinada industria a partir de la fibra de banano, como por ejemplo España y Brasil, países que han desarrollado la tecnología necesaria para procesar la fibra de banano y convertirla en un papel artesano y ecológico.

⁴⁵ <http://www.papelisimo.de>

Imagen 2.5: Papel hecho con fibra de banano



Fuente: Papelísimo S.C.

Otro uso importante es el que se le da en Australia, donde el banano se ha convertido en una fuente de fibra de alta calidad para los textiles. La fibra de banano, para este uso debe pasar un proceso distinto, pero no difícil, cuyo resultado es producir fibras de diversos grados de suavidad, dando como resultado hilados y textiles con distintas calidades para usos específicos.

La marca australiana de ropa interior masculina, se apunta a la tendencia de usar materiales naturales y reciclados con el lanzamiento de una línea de slips y boxers elaborada con fibra de plátano.

Para crear las prendas, la marca ha utilizado un proceso que aprovecha los desechos de un platanero. El tejido se elabora dejando que se seque la parte más blanca de la piel del tronco para luego poder crear hilos libres de todo efecto químico. El resultado es un tejido natural que, según la compañía, no produce alergias y facilita la transpiración⁴⁶.

⁴⁶ LOMBANA, Jahir, "Australia: ropa interior hecha de bananos", España, Marzo de 2010

Imagen 2.6: Ropa interior elaborada con fibra de banano



Fuente: FreshPlaza

En Nicaragua, se usa la fibra de banano para hacer muebles, y para realizar artículos de mueblería con acabados diferentes, a los que comúnmente da el artesano latinoamericano, tal es el caso de la Carpintería Hermanos López que es una empresa Nicaragüense familiar ubicada en el Municipio de Masatepe, cuentan con muchos años de experiencia en la fabricación de estos muebles de calidad ya que tienen una duración de cuatro años “en dependencia del uso y cuidado”, sin embargo se pueden reparar o darle mantenimiento para que tengan mayor durabilidad⁴⁷.

Imagen 2.7: Muebles elaborados con fibra de banano



Fuente: Carpintería Hermanos López, Nicaragua

⁴⁷ Carpintería Hermanos López, Art. “Catálogo de Muebles a base de la fibra de banano”, Nicaragua, Junio de 2009

2.2.2 Antecedentes de las artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano

La artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas. Hoy la artesanía se proyecta como una solución productiva y económicamente rentable.

La artesanía es la clase social constituida por artesanos, que se dedican a algún tipo de oficio manual por cuenta propia o ayudados por su familia. Esto implica que es de tradición familiar, que viene de generación en generación, y que va evolucionando con el tiempo a nuevas transformaciones según sus influencias.

Desde hace un tiempo, los tallos de banano se convierten en fibra para elaborar llamativas carteras, bolsos, portalápices, portarretratos, monederos, sombreros, llaveros, muñecas, canastas, entre otros artículos, en manos de cuarenta y siete mujeres en la provincia de El Oro, que ven en esta actividad la oportunidad convertida en otro atractivo turístico de esta zona costera.

Las mujeres forman parte de la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la Provincia de El Oro; ellas realizan los trabajos artesanales utilizando como materia prima el tallo de banano. La mayoría de sus integrantes son madres de familia que tienen la responsabilidad de mantener a sus hijos y provienen de Machala, Santa Rosa, El Guabo, Pasaje y Arenillas señala la presidenta de la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales (AMA).

Según Alicia Tiwi, todo inició cuando una de sus integrantes, Lorgia Cuenca, se capacitó para realizar artesanías con el desecho del tallo de banano, desde entonces, intenta todos los días integrar a más mujeres de la zona. Buscan adquirir el producto y en sus propias casas trabajan en la elaboración de las artesanías.

Con la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de El Oro, trabajaron en dos proyectos que fueron entregadas a los Ministerios de Inclusión Social y al Ministerio Coordinador de la Producción. Ahora la Asociación cuenta con dos banners grandes que se colocan en todos los eventos de carácter turístico en el país, para que

justamente se promocióne lo que muy pronto se convertirá en atractivo turístico para el cantón Pasaje: artesanías hechas de fibra de banano.

La certeza de Lorgia Cuenca de que las cosas pronto mejorarán es lo que anima a este grupo de mujeres emprendedoras. Ellas anhelan poder acceder pronto a créditos que les permita instalar sus propios talleres y contar con un capital semilla para elaborar artesanías y venderlas en el mercado nacional y “porque no, en el extranjero”, dice Lorgia Cuenca⁴⁸.

2.2.3 Materia prima

El nombre de plátano, banana, banano, cambur, topocho o guineo agrupa a un gran número de plantas herbáceas del género *Musa*, tanto híbridos obtenidos horticulturalmente a partir de las especies silvestres del género *Musa acuminata* y *Musa balbisiana* como cultivares genéticamente puros de estas especies.

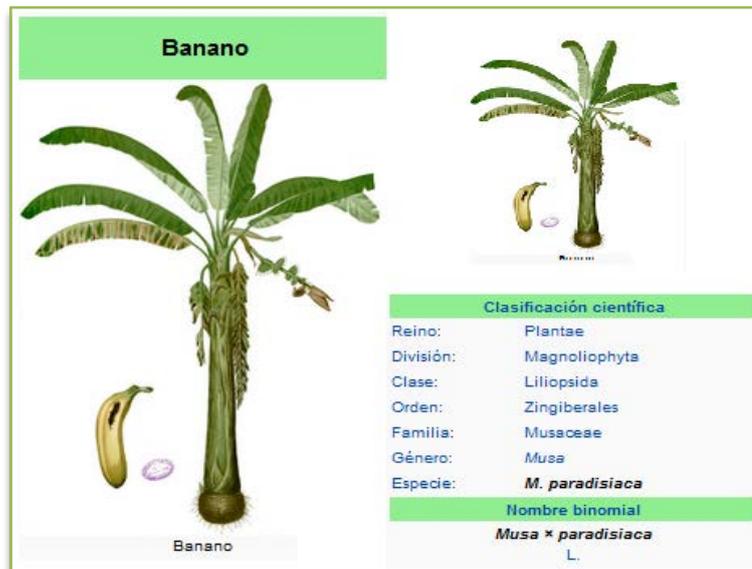
Clasificado originalmente por Linnaeus como *Musa paradisiaca* en 1753, la especie tipo del género *Musa*, estudios posteriores han llevado a la conclusión de que la compleja taxonomía del género incluye numerosos híbridos, de variada composición genética, y se ha desarrollado un sistema estrictamente *sui generis* de clasificación para dar cuenta de esta variación.

Sin embargo, de acuerdo a las reglas del Código Internacional de Nomenclatura Botánica, el nombre linneano cuenta con prioridad, y sigue siendo usado tanto en su forma original como en la modificada *Musa × paradisiaca*, que indica que se trata de un híbrido para designar genéricamente a estas variedades⁴⁹.

⁴⁸ <http://www.turismo.gob.ec>

⁴⁹ CHEESMAN, E., “*Classification of the Bananas III. Critical Notes on Species. c. Musa paradisiaca L. and Musa sapientum L.*”, Estados Unidos, 1948, p. 145-153

Imagen 2.8: *Musa × paradisiaca*



Elaborado por: Autoras

La materia prima que se usará para la obtención del producto serán los falsos tallos de las musáceas. Dichos pseudotallos, son desechos para quienes se dedican al cultivo bananero, y es en este hecho donde radica la relativa facilidad con la que se adquieren.

El cultivo del banano se lo realiza a lo largo de todo el año. La mayoría de las haciendas cultivan por lotes, de tal forma que mientras en un lote se está desechando la planta de banano, después de la cosecha, en otro lote está empezando a sembrar, y el otro lote la siembra está en la mitad, de tal forma que nunca deja de existir las plantas desechadas, es decir la materia prima para obtener la fibra.

El falso tallo de las musáceas puede llegar a medir de entre 1 a 2.5 metros y algunas haciendas usan una pequeña parte de todos los tallos que desechan para abonar el suelo, pero la gran mayoría son abandonados a los costados de las carreteras o en los perímetros de las haciendas.

Imagen 2.9: Pseudotallo de la planta de banano



Fuente: Autoras

2.2.4 Proceso productivo

El proceso productivo comienza recolectando de las plantaciones bananeras, es decir los pseudotallos de la planta de banano. Una vez que esta ha sido cosechada, se hace un corte de un metro y medio aproximadamente como mínimo, se lo transporta hasta los talleres artesanales ubicado en la casa de cada una de las socias.

Si se desea tener fibras muy oscuras se deja que el tallo o pseudotallo se deshidrate por lo menos 1 día y se lo procesa en la noche. Si se necesita fibras claras se lo procesa en la mañana soleada.

Una vez en el taller se procede al desvainado del pseudotallo, se puede obtener entre 8 a 14 vainas por tallo. Luego de efectuar un tireado, que consiste en dividir en tiras la vaina con un promedio de 5 cm de ancho o de acuerdo al trabajo que se desea realizar; después se procede con el filetado, que consiste en separar en diferentes capas cada tira para lo cual se ayuda de un cuchillo con bastante filo. De este proceso por lo general se obtienen 3 tipos de fibras: dura, malla y suave, para finalmente colocarlas en un cordel para el secado. Hay que revisar constantemente que las fibras procesadas no se quemen y no se dañen.

Una vez procesado el tallo se hace la preparación del material, que consiste en limpiar las tiras que se necesitarán para el trabajo previamente pensado y diseñado.

Imagen 2.10: Proceso Productivo



Elaborado por: Autoras

2.2.4.1 Proceso de elaboración de los sombreros

- Procesar un tallo de banana que sirve para elaborar dos sombreros (duración: 1 hora).
- Preparar el material antes de tejer (duración: 1 hora)
- Realizar el tejido; esto comprende pasar las tiras que de acuerdo al tamaño del sombrero, pueden ser desde 150 hebras hasta 300 hebras, que una vez cruzadas se duplican. Una vez pasadas todas las tiras se inicia el tejido para hacer la base del sombrero, luego se lo coloca en un molde para darle el cuerpo y finalmente el ala o falda. (duración: 3 horas).

- Una vez terminado el tejido, se pasa una costura y se empareja el tamaño de la falda, se le coloca el sesgo para mayor seguridad (duración: 30 minutos)
- Ahormar⁵⁰ la base del sombrero, esto se lo realiza colocando el sombrero en un molde de acero inoxidable y luego pasa por un máquina con un sistema de prensa a vapor (sólo en el caso de los sombreros para hombres) (duración: 5 minutos)
- Realizar el acabado final; esto es colocar internamente el tafilete con la marca y de requerirlo el cliente se le coloca el cintillo decorativo en el contorno exterior del sombrero (duración: 30 minutos)

Nota: Los tiempos para elaborar los dos sombreros es de: 6 HORAS

2.2.4.2 Proceso de elaboración de las carteras

- Procesar tres tallos de banano que sirve para elaborar una cartera con fibras combinadas (suave y malla) (duración: 3 horas)
- Preparar el material antes de tejer (duración: 2 horas)
- Tinturar la fibra (duración: 30 minutos)
- Realizar el tejido; previamente colocar el molde para la cartera y se inicia con la base en cuerpo y las agarraderas (duración: 2 horas)
- Realizar el acabado final; esto es colocar etiqueta, forro y cierre en la cartera (duración: 30 minutos)

Nota: Los tiempos para hacer una cartera van en función del tamaño y la puntada, en este caso el tiempo para elaborar una cartera es de: 8 HORAS.

2.2.5 Portafolio de productos

En Machala, capital de la provincia de El Oro, se elaboran diferentes tipos de artesanías. Las artesanías son elaboradas con la fibra del tallo de banano, siendo un producto 100% artesanal, procesado adecuadamente para conservar la calidad, durabilidad y consistencia óptima que permite mantener estándares de calidad en los productos.

⁵⁰ El ahormado da al casco la forma del sombrero. Consiste esencialmente, en el caso normal, en formar la copa dándole la forma oval de la cabeza y haciendo la abertura del contorno de la cabeza y al mismo tiempo.

PRODUCTOS	PRECIOS	CARACTERISTICAS
<p data-bbox="247 638 319 1814">c a r t e r a s</p> <p data-bbox="438 497 609 526">Modelo No. 1</p>  <p data-bbox="427 869 598 898">Modelo No. 2</p>  <p data-bbox="406 1236 577 1265">Modelo No. 3</p>  <p data-bbox="406 1639 577 1668">Modelo No. 4</p> 	<p data-bbox="831 629 954 658">US\$35,00</p> <p data-bbox="831 1066 954 1095">US\$15,00</p> <p data-bbox="831 1469 954 1498">US\$20,00</p> <p data-bbox="831 1872 954 1901">US\$25,00</p>	<ul data-bbox="1082 1021 1476 1435" style="list-style-type: none"> ▪ Variedad de colores. ▪ Cómoda y espaciosa. ▪ Durabilidad en su técnica de trenzado. ▪ Diseños originales. ▪ Excelente acabado en su interior y exterior. ▪ 100% artesanales.

Elaborado por: Autoras

El plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigido a AMA, se enfocará en los dos productos más comercializados por ellas, los cuales serán los seleccionados para su exportación, contemplados en este proyecto.

En el caso de las carteras se selecciona el modelo No. 1, debido a que es la más atractiva por sus características de tamaño, modelo y diseño; en el caso de los sombreros se seleccionan los modelos tanto de hombre y mujer en sus diversos diseños, contenidos en el portafolio de productos de la tabla N°2.3.

CAPÍTULO 3

3 INVESTIGACIÓN Y ESTUDIO DE LOS MERCADOS POTENCIALES.

3.1 Introducción

Decidir acerca del país que parece más adecuado para iniciarse en la exportación es casi siempre un accidente del destino, cuando al menos en el caso de las pequeñas y medianas empresas. A veces, es el simple resultado de solo tomar en consideración las alternativas más obvias.

Por ejemplo, en el caso de muchas empresas latinoamericanas, el atractivo evidente del gran mercado de los Estados Unidos propicia una decisión precipitada que conduce a concentrar, justamente allí, sus primeros intentos de internacionalización.

En otros casos, la solicitud por parte de algún comprador extranjero es lo que define al mercado por donde se inicia la exportación; es decir, que esa solicitud muy frecuentemente se transforma en la típica situación de “me vienen a comprar”, en vez de “salgo a vender”. A esta forma de iniciarse en la exportación, se le conoce como “exportación pasiva” y aunque tiene sus atractivos, casi siempre se traduce en una “ceguera” o “miopía” acerca de los mercados a los que finalmente va a parar su producto, así como de las características, necesidades y deseos de los clientes y consumidores extranjeros.

En otras ocasiones puede ocurrir que, en un país determinado, se tenga algún amigo, pariente o simplemente conocido que, al parecer, constituye una ventaja importante ya que reduce tiempos, costos en el estudio y conocimiento del país en cuestión, debido a que se usa a esta persona como “nuestros ojos” en ese mercado. Esta circunstancia, que tipifica la conveniencia generalmente aceptada de contar con un “man on the spot”⁵¹, según lo dicen los norteamericanos, puede considerarse una facilidad muy atractiva en la mayoría de los casos, pero no es suficiente para hacer descansar la decisión acerca de la selección del país meta, solo en ese hecho circunstancial.

⁵¹ El hombre en el lugar de los hechos.

Otra iniciativa efectiva para seleccionar el país meta, consiste en acudir al centro promotor de exportación de su mismo país, para enterarse acerca de en donde “mi producto está siendo solicitado por x o z empresa en un país determinado” y, en función de ello decidir acerca del país meta. Aproximación práctica y no complicada; pero hay que tener presente que simplemente se trata de contactos detectados por las oficinas en el extranjero de las agencias gubernamentales encargadas de la promoción de exportaciones y no se garantiza, de ninguna manera, el éxito de la compraventa; simplemente lo ponen en contacto con un posible comprador... “y le desean buena suerte”.

Finalmente, la decisión ¿A qué país exportar? puede ser consecuencia de una simple búsqueda en la red (internet), de personas o empresas interesadas en lo que se quiere exportar. Esto, que es en sí fácil, conlleva todos los riesgos de las relaciones cibernéticas, aunque a veces puede tener suerte y resultarle bien el negocio, conviene verificar quién es su posible comprador potencial y, sobre todo, asegurar adecuadamente el pago.

Como se ve, hay muchas alternativas para iniciarse en la exportación de manera expedita y fácil, pero también existen otros caminos que, si bien requieren un esfuerzo mayor, casi siempre se traducen en una decisión más sensata acerca de cuál es el país que realmente ofrece los mayores atractivos para concentrar sus esfuerzos en ellos, habiendo evaluado objetiva y profesionalmente las mejores alternativas disponibles.

Los propósitos específicos de estudiar un mercado, pueden ser muy diversos, pero en general puede afirmarse que lo que se busca es conocer mejor algún aspecto del mismo en especial, con el propósito de contar con suficientes elementos de juicios, objetivos actualizados y confiables, para tomar decisiones. Mientras mejor se conoce un mercado es más fácil identificar cuales aspectos puntuales son los que se desean conocer más detalladamente, con miras a una mejor toma de decisiones.

Pero, cuando el mercado no se conoce en absoluto, debido entre otras razones, aunque nunca se hayan hecho negocios allí, es indispensable partir de un esquema

general de conocimiento del mismo que contemple sus principales aspectos cualitativos y cuantitativos.

Énfasis especial debe ponerse en el estudio de las barreras arancelarias, ya que estas actuaran como una ventaja o desventaja, frente a sus competidores en ese mercado⁵².

3.2 Partida Arancelaria de las artesanías elaboradas con fibra de tallo de banano

Como el producto que se pretende exportar está compuesto con fibras de tallo de banano, entonces la partida arancelaria a utilizar de acuerdo a la comunidad Andina, bajo decreto ejecutivo 592 es la 65.04, así como lo muestra la siguiente imagen:

Imagen 3.1: Partida Arancelaria

Sección XII :	CALZADO, SOMBREROS Y DEMAS TOCADOS, PARAGUAS, QUITASOLES, BASTONES, LATIGOS, FUSTAS, Y SUS PARTES; PLUMAS PREPARADAS Y ARTICULOS DE PLUMAS; FLORES ARTIFICIALES; MANUFACTURAS DE CABELLO
Capítulo 65 :	Sombreros, demás tocados, y sus partes
Partida Sist. Armonizado :	
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 65040000 :	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión
Código Producto Comunitario (ARIAN) 6504000000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 6504000000-0000-0000 :	

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador – (SENAE)

➤ **Nota explicativa de la partida arancelaria**

65.04 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos.

Esta partida comprende esencialmente los sombreros y otros artículos de sombrerería ejecutados mediante cascos de la partida 65.02, después de las operaciones habituales de ahormado, acabado y guarnecido.

El ahormado da al casco la forma del sombrero. Consiste esencialmente, en el caso normal, en formar la copa dándole la forma oval de la cabeza y haciendo la abertura del contorno de la cabeza y al mismo tiempo, formando el ala del sombrero

⁵² MORALES TRONCOSO. Op. Cit. p. 63, p. 169

marcando definitivamente la línea de separación entre la copa y el ala. Esta operación se realiza por prensado o planchado en una horma, generalmente después de aprestar los cascos con gelatina, goma u otras sustancias.

El conformado consiste en dar al ala del sombrero el perfil deseado (ala bajada por delante y levantada por detrás, ala levantada en todo el contorno, etc.).

Los cascos ahormados, y eventualmente con el ala formada, no deben confundirse con los cascos que no han sido todavía ahormados y sin guarnecer, que se clasifican en la partida 65.02, incluso si son susceptibles de utilizarse así (en la playa, en el campo, etc.) como tocados.

Después del ahormado y, llegado el caso, el formado de las alas, los sombreros pueden someterse a las operaciones de acabado (recubrimiento con un barniz, etc.), o guarnecerse (con un forro o una badana), una cinta exterior, un barboquejo, accesorios ornamentales tales como flores, frutos o follajes artificiales, alfileres, plumas, etc.).

Además de los artículos descritos anteriormente, esta partida comprende:

- 1) Los sombreros y otros artículos de sombrerería, de formas muy diversas, confeccionados por las sombrereras, partiendo de los cascos de la partida 65.02, pero sin ahormar ni formar el ala.
- 2) Los sombreros y otros artículos de sombrerería obtenidos directamente por unión de tiras de cualquier materia (excepto los cascos de la partida 65.02 unidos en espiral que puedan utilizarse así como sombreros).
- 3) Los cascos de la partida 65.02 simplemente ahormados o con el ala formada, pero sin guarnecer, así como los cascos sin ahormar ni formar el ala, pero guarnecidos (con una cinta, un cordón, etc.)⁵³.

⁵³ Notas Explicativas de las Reglas Generales para la aplicación de los derechos e impuestos a la importación y/o a la exportación, de la Secretaria General – COMUNIDAD ANDINA 2007, p. 722-723

3.3 Análisis de los mercados potenciales a seleccionar

Luego de que se ha determinado la partida arancelaria que se aplicará a las artesanías elaboradas con fibra de tallo de banano, se va a analizar los potenciales mercados a nivel mundial.

A continuación se muestran los países que tienen un valor considerable del total de las exportaciones ecuatorianas en miles de dólares EUA, desde el año 2006 hasta el año 2010.

Tabla 3.1: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador

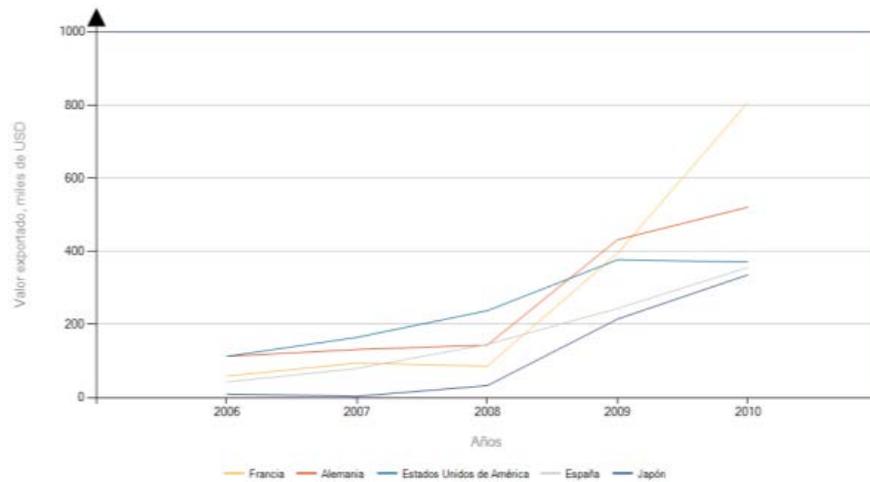
Unidad: miles Dólar EUA

Importadores	Valor exportada en 2006	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010
Mundo	626	764	1.048	2.058	3.369
Francia	59	95	86	395	807
Alemania	113	132	144	432	521
Estados Unidos de América	113	165	238	377	371
España	43	80	146	244	356
Japón	10	4	33	215	336
Australia	4	18	29	52	153
Chile	38	76	135	92	141
Italia	89	45	82	13	103
Emiratos Árabes Unidos	0	0	0	5	99
Sudáfrica	3	2	13	34	95
México	0	15	6	23	67
Países Bajos (Holanda)	0	3	0	0	46
Brasil	0	0	2	5	37
Grecia	2	7	0	24	30
Suiza	5	2	1	8	23
Uruguay	0	3	4	9	23
Hong Kong (China)	0	12	0	4	22
Bélgica	3	1	15	16	16
Canadá	14	4	16	1	16
Israel	3	0	0	14	16
Panamá	24	19	51	21	14
Austria	1	0	0	7	12
Antillas Holandesas	2	0	8	14	12
Argentina	2	2	3	2	11

Suecia	0	0	0	0	10
Colombia	0	2	14	6	6
Singapur	0	0	0	0	6
Bolivia	0	0	0	2	3
El Salvador	0	4	0	1	3
Indonesia	0	0	0	0	3
Tailandia	0	0	0	12	3
Reino Unido	91	56	19	17	3
Sri Lanka	0	0	0	0	2
Guatemala	0	2	1	2	2
República Dominicana	0	0	2	2	1
Nueva Zelandia	0	0	0	0	1
Islas Vírgenes Británicas	0	2	0	0	0
Zona franca	0	1	0	0	0
Zona Nep	0	0	0	1	0
China	5	0	0	0	0
Costa Rica	2	2	0	0	0
Dinamarca	0	0	1	0	0
Honduras	0	4	0	1	0
Paraguay	0	2	0	0	0
Perú	0	0	0	3	0
Portugal	0	0	1	0	0
Trinidad y Tobago	0	0	0	3	0
Venezuela	0	2	0	1	0

Fuente: Trade Map

Gráfico 3.1: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador



Fuente: Trade Map

Según las estadísticas de la tabla N°3.1 y gráfico N°3.1 del Trade Map, se observa que desde el año 2006 al año 2010 se ha producido un incremento considerable en las exportaciones del producto ecuatoriano por parte de los mercados importadores, entre estos se destacan Francia, Alemania y Estados Unidos, siendo países con una economía estable y considerados como potencias a nivel mundial. Este crecimiento refleja y afirma la existencia de una atractiva demanda en escala, lo que favorece económicamente a Ecuador.

Para una correcta selección de un mercado o mercados internacionales, es conveniente utilizar al máximo las estadísticas de organizaciones estatales o privadas, en las cuales se tengan mayor confianza, en este caso se escoge al Banco Central del Ecuador, como organismo que provee información confiable y veraz, sobre el comercio internacional de artesanías elaboradas con fibra de tallo de banano.

En la siguiente tabla se destacan datos que corresponden al periodo de Enero a Diciembre 2011.

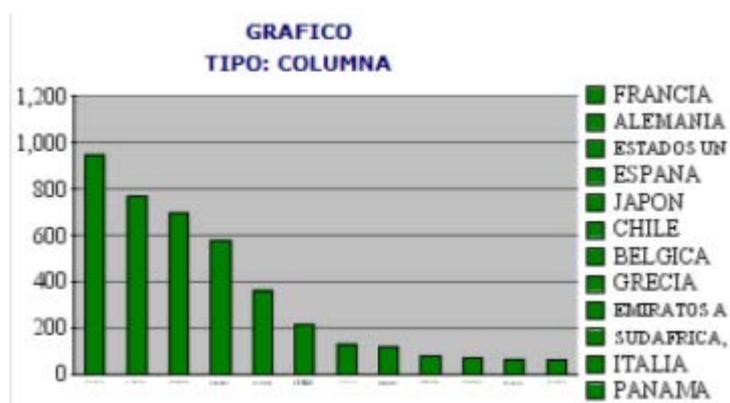
Tabla 3.2: Exportaciones Ecuatorianas

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
6504000000	SOMBREROS Y DEMÁS TOCADOS, TRENZADOS O FABRICADOS POR UNIÓN DE TIRAS DE CUALQUIE	FRANCIA	10.47	951.82	20.71
		ALEMANIA	7.67	770.32	16.76
		ESTADOS UNIDOS	76.92	696.48	15.15
		ESPAÑA	5.12	580.89	12.64
		JAPON	3.01	365.87	7.96
		CHILE	7.02	217.06	4.73
		BELGICA	0.97	132.82	2.89
		GRECIA	1.09	120.10	2.62
		EMIRATOS ARABES UNIDOS	0.34	80.43	1.75
		SUDAFRICA, REP. DE	1.27	72.20	1.58
		ITALIA	0.31	66.15	1.44
		PANAMA	1.82	62.25	1.36
		BRASIL	0.83	52.71	1.15
		SUIZA	0.32	50.37	1.10
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	0.33	48.25	1.05
		URUGUAY	0.69	44.91	0.98
		AUSTRALIA	0.58	35.55	0.78
		REINO UNIDO	0.55	33.50	0.73

		MEXICO	0.28	24.27	0.53
		ARGENTINA	0.26	19.46	0.43
		POLONIA	0.10	17.39	0.38
		HONG KONG	0.07	16.82	0.37
		CANADA	0.23	15.61	0.34
		ANTILLAS HOLANDESAS	0.15	15.47	0.34
		SUECIA	0.15	15.38	0.34
		ISRAEL	0.09	13.64	0.30
		AUSTRIA	0.09	12.85	0.28
		RUSIA	0.08	12.58	0.28
		COREA (SUR), REPUBLICA DE	0.04	10.59	0.24
		RUMANIA	0.06	9.44	0.21
		TURQUIA	0.03	5.85	0.13
		LUXEMBURGO	0.15	5.05	0.11
		COLOMBIA	0.04	4.86	0.11
		PUERTO RICO	0.20	4.46	0.10
		GUATEMALA	0.07	3.65	0.08
		INDONESIA	0.02	3.14	0.07
		SRI LANKA	0.02	3.00	0.07
		REPUBLICA DOMINICANA	0.02	1.53	0.04
		CHINA	0.01	0.67	0.02
		FINLANDIA	0.01	0.02	0.01
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 40	121.31	4,597.27	100.00
TOTAL GENERAL:			121.31	4,597.27	100.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico 3.2: Exportaciones Ecuatorianas



Fuente: Banco Central del Ecuador

3.3.1 Selección de los mercados potenciales

Luego de investigar en el organismo estatal “Banco Central del Ecuador”, se obtuvieron las estadísticas de las exportaciones realizadas en el último año correspondientes a la partida arancelaria en la cual se encuentra el producto, se refleja que en el último año transcurrido el principal importador del producto de esta partida fue Francia, con un valor Fob \$951.82 representando el 20,71%, seguido de Alemania con un valor Fob \$770.32 representando el 16.76%. Sin embargo se observa que de acuerdo al valor en tonelada, el principal país importador fue Estados Unidos, esto es 76,92 toneladas representando el 15.15%.

Una vez analizadas las estadísticas, se concluye que los mercados más atractivos para exportar el producto ecuatoriano, de acuerdo a su valor Fob y peso en tonelada son: Francia, Alemania (países de la Unión Europea) y Estados Unidos, se seleccionan estos tres países como los más potenciales importadores, para posteriormente estudiarlos.

Sin embargo, se decide que el mejor mercado de destino para los productos de artesanías que elabora AMA será el de Estados Unidos por las siguientes razones:

- Estados Unidos es uno de los mayores socios comerciales que tiene el Ecuador, respecto al sector de artesanías y mantiene dos acuerdos comerciales (ATPDEA, y SGP), que benefician y reflejan un notorio impacto en la exoneración de aranceles.
- Presenta menores costos de transportes y fletes en comparación del mercado europeo.
- Se negocian grandes volúmenes de cantidades versus el resto de mercados.
- El idioma en este caso; el inglés es de más fácil comprensión para una negociación exitosa, en comparación de otras lenguas que dificultarían la comercialización.
- Las relaciones que mantiene el Ecuador con el país norteamericano, facilitaría un rápido acceso.

Por todas estas razones mencionadas se puede visualizar que AMA, tendría una gran aceptación en el mercado internacional y específicamente en el mercado

Estadounidense, sin dejar de monitorear al mercado de la Unión Europea, específicamente a los dos países antes mencionados (Francia y Alemania) ya que pueden resultar una buena alternativa de diversificación de las exportaciones, debido a que el valor FOB es considerablemente alto, según lo muestran las estadísticas en la Tabla N°3.2.

3.4 Estudio del Mercado seleccionado como destino: Estados Unidos

3.4.1 Generalidades

Estados Unidos es una república constitucional, presidencial y federal. Su gobierno tiene unos poderes limitados enumerados en la Constitución de los Estados Unidos. El país está integrado por 50 estados autónomos en su régimen interno. Los principales partidos políticos son el Partido Republicano y el Partido Demócrata, que dominan la escena política por lo que algunos consideran el sistema de este país como una democracia bipartidista. Otros partidos de menor importancia son el Partido Verde, el Partido de la Constitución y el Partido Libertario. Sin embargo prácticamente no tienen representatividad en virtud de que el partido Demócrata y el Republicano tienen más del 95% de la representación territorial⁵⁴.

Capital:	Washington, DC
Presidente:	Barack Obama
Vicepresidente:	Joe Biden
Ciudad más poblada:	Nueva York
PIB (nominal):	USD 13.790.000 millones
PIB per cápita:	Puesto 1° USD 43.594
Población total:	306, 050,595
Moneda:	Dólar
Idioma:	Inglés

3.4.2 Gustos y Preferencias del Mercado Destino

Entre los gustos y preferencias de los americanos como usuarios de sombreros y carteras, ya sea por moda en el caso del consumidor femenino o por uso de alguna

⁵⁴ ANTONORSI, Marcel, Art. "Política de los Estados Unidos", Estados Unidos, Abril 2012

actividad deportiva en el caso del consumidor masculino y femenino, es cada vez más llamativo, por lo que fortifica la oferta de los países proveedores.

Las artesanías son un producto muy demandado en el mercado americano, ya que ocupa un lugar importante en la mente de los consumidores, debido a su variedad, diseño y creatividad.

Este mercado será uno de los puntos estratégicos para AMA, porque tendrá gran oportunidad de poder ofrecer sus productos a un mercado donde el consumo de artesanías es muy frecuente y considerado de gran escala.

Los lugares donde pueden ser distribuidas las artesanías son:

- Locales situados en los Aeropuertos.
- Hoteles
- Centros comerciales.

En términos de crecimiento de la población, se estima que los segmentos étnicos (latinos, asiáticos y afro-americanos) y de norteamericanos adultos-mayores van a crecer significativamente en los próximos años, lo que podría dar una oportunidad para la expansión del mercado dentro del sector de productos artesanales.

En resumen se puede destacar que los americanos tienen un gran aprecio por los productos elaborados artesanalmente, por lo que constituye un valor muy significativo para ellos.

3.4.3 Principales Proveedores

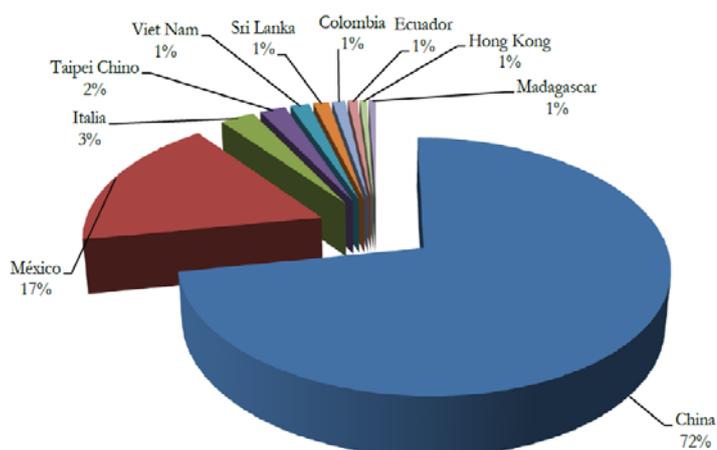
Tabla 3.3: Principales 10 países Proveedores de sombreros, demás tocados, y sus partes, correspondiente a la partida 65.04.00, a Estados Unidos de América

VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)							Tasa de crecimiento promedio anual (TCPA)*
Exportadores	Valor Importado en 2007	Valor Importado en 2008	Valor Importado en 2009	Valor Importado en 2010	Valor Importado en 2011	Valor Total Importado 2007-2011	
China	41,798	36,799	39,456	55,422	77,446	250,921	16.67%
México	12,746	12,944	10,818	11,373	13,077	60,958	-
Italia	2,715	1,924	1,553	1,548	1,732	9,472	-
Taipei Chino	1,271	1,193	1,036	1,513	2,147	7,160	-
Viet Nam	835	1,121	828	1,246	1,172	5,202	-
Sri Lanka	772	771	859	901	983	4,286	-
Colombia	567	768	628	722	854	3,539	-
Ecuador	206	353	588	556	965	2,668	47.12%
Hong Kong (China)	238	442	455	295	563	1,993	24.02%
Madagascar	472	340	331	363	397	1,903	-

TCPA* Tasa de crecimiento promedio anual. Se calcula de la siguiente forma: $(\text{Último año correspondiente al Valor Importado 2011} / \text{Primer año correspondiente al Valor Importado 2007})^{1/\text{número de periodos (4)}} - 1$

Fuente: Trape Map

Gráfico 3.3: Principales 10 países proveedores de Sombreros, demás tocados, y sus partes, según el Valor Total Importado 2007-2011



Fuente: Trape Map

3.4.3.1 Análisis sobre los proveedores

De acuerdo al gráfico N°3.3 de pastel mostrado arriba, China es el país que más exporta artesanías elaboradas con fibra de tallo de banano hacia los Estados Unidos con una participación del 72%, esto se debe a su tamaño país y por la posibilidad de producción con la que cuentan, seguido por México (17%), Italia (3%), y Taipéi Chino (2%).

El Ecuador se ubica en el octavo puesto con una participación de mercado del 1% (según las estadísticas del Trade Map), no obstante este porcentaje es muy representativo, ya que considerando la tasa de crecimiento promedio anual, el Ecuador ha crecido un 47,12% en este sector, lo que refleja la gran acogida del producto ecuatoriano (artesanías elaboradas con fibras de tallo de banano) por parte del país anglosajón.

3.4.4 Demanda de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano

Para la demanda de artesanías se ha considerado las importaciones que ha realizado Estados Unidos a nivel mundial, durante los últimos 5 años (2007-2011).

La siguiente tabla, muestra los valores y variaciones que importa anualmente los Estados Unidos referente a la partida 65.04 (Sombreros y demás tocados, trenzados).

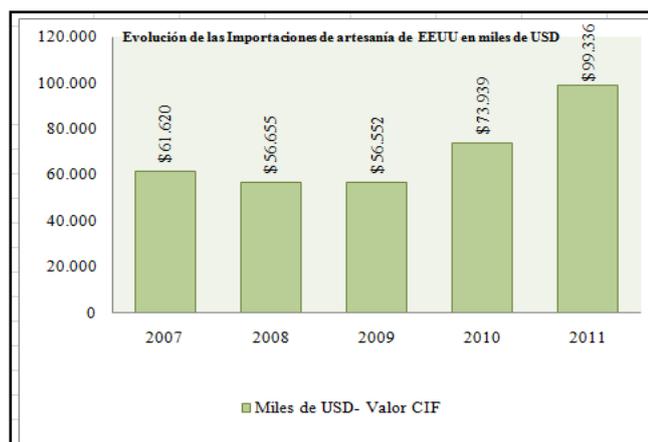
Tabla 3.4: Importación de sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos por parte de los Estados Unidos (2007-2011)

Año	Miles de USD.	Variación
2007	61.620	-
2008	56.655	-8,06%
2009	56.552	-0,18%
2010	73.939	30,75%
2011	99.336	34,35%

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autoras

Gráfico 3.4: Evolución de las Importaciones de artesanías de EEUU a nivel mundial en miles de USD



Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autoras

3.4.4.1 Análisis de la Demanda

El Gráfico N°3.4 corresponde al estudio de la demanda de sombreros y otros tocados referente a la partida 65.04 por parte de los Estados Unidos. Como se observa, las importaciones o el número de compras que ha realizado EEUU alrededor del mundo de estos bienes ha tenido marcadas tendencias durante el período de estudio (2007-2011).

Las importaciones caen en el año 2008 en un 8,06% en comparación del año 2007, esto es debido a la recaída económica del país americano a causa de la crisis monetaria, en el año 2009 este rubro aún se mantiene caído con un promedio porcentual anual del 0.18%, en el año 2010 este rubro tuvo un incremento promedio porcentual anual del 30.75%, teniendo como máximo auge el año 2011 en donde hubo un incremento porcentual de hasta el 34.35%, al existir una gran demanda por parte de este país las expectativas y oportunidades son muy amplias.

En promedio, las importaciones de artesanías de sombreros han aumentado en un 32.55% durante los dos últimos años (2010 - 2011).

Finalmente, las deducciones que se hace a partir del análisis precedente son las siguientes:

- A pesar de la contracción de importación en los Estados Unidos durante el año 2008 y 2009, este país tiene grandes proyecciones de demanda por su gran recuperación económica.
- Referente al incremento del 32.55% en la demanda de estos productos durante los dos últimos años (2010 - 2011), existen grandes posibilidades de que crezca a un buen ritmo las importaciones por parte de EEUU con respecto a dicho producto (Sombreros y demás tocados).

3.4.5 Comercio Bilateral entre Ecuador y Estados Unidos

A continuación, la siguiente tabla muestra el detalle en cuanto a la adquisición que realiza los Estados Unidos, referente a la partida 65.04 del producto (sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos):

Tabla 3.5: Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos de América sombreros, demás tocados, y sus partes, correspondiente a la partida 65.04.00

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Ecuador			Estados Unidos de América importa desde el mundo		
		Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2011
6504000000	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso forrados, de fibras vegetales, NO COSIDO	399	422	597	20,768	28,146	33,813
6504003000	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso forrados, de fibras vegetales, cosidos	179	112	259	27,681	34,399	51,041
6504009075	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso forrados, de otras fibras, NO COSIDO	3	9	104	1,064	2,464	3,009
6504009045	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso forrados, de otras fibras, COSIDO	5	13	5	1,743	1,919	2,289
6504009060	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso forrados, de fibras artificiales, NO COSIDO	2	0	0	416	605	968
6504000000	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos	0	0	0	0	0	0
6504009015	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso forrados, de fibras sintéticas o artificiales, cosido	0	0	0	5,947	7,609	10,149

Fuente: Trade Map

3.4.6 Oferta de las artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano

Para la oferta se ha considerado las exportaciones de artesanías que realiza el Ecuador hacia Estados Unidos.

La siguiente tabla, muestra los valores y variaciones que anualmente el Ecuador ha exportado hacia Estados Unidos referente a la partida 65.04 (sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos).

Tabla 3.6: Exportación de sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos del Ecuador hacia Estados Unidos

Año	Miles de USD-Valor	Variación
2007	206	-
2008	353	71,36%
2009	588	66,57%
2010	556	-5,44%
2011	965	73,56%

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autoras

Gráfico 3.5: Evolución de Exportación de artesanías desde el Ecuador hacia Estados Unidos



Fuente: Trade Map

Elaborada por: Autoras

3.4.6.1 Análisis de la Oferta

El Gráfico N°3.5 corresponde al estudio de la oferta de sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos referente a la partida 65.04 por parte del Ecuador. Como se observa, las exportaciones o el número de ventas que ha realizado el Ecuador hacia Estados Unidos de estos bienes han tenido una regular tendencia durante el período de estudio (2007-2011).

A partir del año 2008 las exportaciones de sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos tuvieron un incremento porcentual anual del 71.36%, a pesar que en ese mismo año Estados Unidos se encontraba en una crisis económica, tomó como medida dejar de comprarle a China alrededor de 5 millones de dólares en este sector.

En el año 2009 las exportaciones tuvieron un crecimiento de un 66,57%, sin embargo en el año 2010 las exportaciones caen en un 5,44% en comparación del año 2009, esto es debido a que Estados Unidos tiene una recuperación en su economía y decide realizar mayor compra del producto artesanal a los dos países que más le proveen, los cuales son: China y México, teniendo como máximo auge el año 2011 en donde hubo un incremento porcentual del 73.56%, al existir una buena oferta por parte del Ecuador hacia Estados Unidos, las expectativas y oportunidades para que AMA pueda exportar son muy prometedoras.

En promedio, las exportaciones de artesanías de sombreros han aumentado en un 44.90% durante los tres últimos años (2009-2010-2011).

Finalmente, las deducciones que se hace a partir del análisis precedente son las siguientes:

- A pesar de una pequeña contracción de las exportaciones desde Ecuador hacia Estados Unidos durante el año 2010, este país (EEUU) es un mercado muy atractivo en donde AMA tendrá la oportunidad de exportar y obtener grandes rentabilidades.

- Referente al incremento del 44.90% en la oferta de estos productos durante los tres últimos años (2009-2010-2011), existen grandes posibilidades de poder exportar a un ritmo creciente hacia el mercado americano con respecto a dicho producto (sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos).

3.4.7 Acceso al mercado

3.4.7.1 Barreras Arancelarias y Acuerdos Comerciales

Estados Unidos de América aplica la siguiente tarifa arancelaria a las importaciones con partida 65.04. (Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos) procedentes del Ecuador.

Tabla 3.7: Barreras Arancelarias y acuerdos comerciales

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
65040030	Sombreros y demás tocados, trenzados o montado a partir de tiras de verduras. fibras o vegetales fibrosos sin hilar. materiales y / o hilados de papel, cosido	Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga	0,00%	0,00%
65040060	Sombreros y demás tocados, trenzados o montado a partir de tiras de verduras. fibras o vegetales fibrosos sin hilar. materiales y / o hilados de papel, no cosido	Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga	0,00%	0,00%
65040090	Sombreros y demás tocados, trenzados o montados a partir de tiras de cualquier materia (o / a verduras. Fibras o fibras veg sin hilar. Materiales y / o hilados de papel)	Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga	0,00%	0,00%

Fuente: Market Access Map

3.4.7.2 Análisis sobre las barreras arancelarias y acuerdos comerciales

Con respecto a las barreras arancelarias impuestas por Estados Unidos como país de destino, en este caso Ecuador como país proveedor hacia ese mercado anglosajón tiene un gran beneficio, ya que de acuerdo al programa andino para el comercio y la erradicación de la droga (ATPDEA) y el Sistema Generalizado de Preferencia (SGP),

las tarifas impuestas para este tipo de partida (65.04) es del 0%, es decir no hay ningún tipo de recargo o imposición para su ingreso, lo cual esto representa una ventaja que facilitará el acceso y comercialización para la Asociación de Mujeres Agroartesanales (AMA).

Imagen 3.2: Países Sudamericanos que integran la ATPDEA



Fuente: IBARRA, Pablo, Art. “ATPDA y Libre Comercio”, Ecuador, Febrero de 2011

Imagen 3.3: Sistema Generalizado de Preferencia (SGP) de Estados Unidos de Norteamérica



Fuente: IBARRA, Pablo, Art. “SGP Estados Unidos de Norteamérica”, Ecuador, Octubre de 2011

CAPÍTULO 4

4 NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL Y REQUISITOS ADUANEROS DE EXPORTACIÓN

4.1 Introducción y aspectos relevantes de la negociación internacional

Con la globalización y la eliminación progresiva de barreras al comercio, la negociación internacional se convierte en un tema diario que permite a productores, comercializadores y compradores obtener los beneficios derivados del comercio exterior.

Por negociación internacional se entiende aquella negociación en la cual intervienen partes de diferentes países, es decir, que se mueven en mercados exteriores. La negociación internacional de tipo comercial, se enfoca en empresas que provienen de países diferentes y buscan acuerdos de comercialización de bienes y servicios en países distintos al del proveedor del bien o servicio.

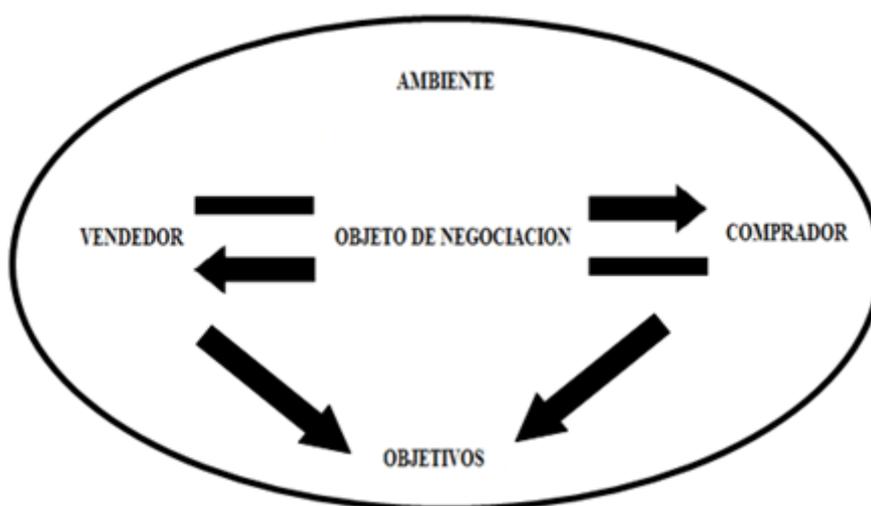
Entre estos acuerdos se pueden nombrar: compraventa internacional, acuerdo con un intermediario o alianza estratégica.

En la negociación internacional intervienen factores muy diferentes a los que se manejarían en una negociación local; en primer lugar las partes deben negociar sobre un marco legal distinto, en el mejor de los casos las partes optan por recurrir a entes internacionales; en segundo lugar las diferencias en el entorno económico son también muy significativas, por tanto es muy importante que las negociaciones se realicen de manera asimétrica, es decir, tomando en cuenta las diferencias entre las partes y por último las diferencias en el entorno comercial las cuales modifican la negociación internacional en tres áreas: la toma de contacto, la adaptación de las propuestas y el margen de negociación.

En la negociación comercial internacional, se busca lograr condiciones en las cuales ambas partes ganen, logrando acrecentar la confianza y por lo tanto se favorezca la relación a largo plazo.

Las negociaciones internacionales pueden tener varios integrantes y variaciones los cuales se presentan en el siguiente gráfico:

Gráfico 4.1: Integrantes y Variaciones de la Negociación Internacional



Fuente: VILLA TUN, Julia, Art. "Técnicas de Negociación", Perú, Noviembre, 2009

➤ **Miembros de una negociación internacional**

a) Vendedor

Es aquel individuo que actúa con la finalidad de negociar para vender el producto o servicio ofrecido en los mejores términos, en este caso el vendedor será AMA.

b) Comprador

Es aquella persona cuya finalidad es adquirir determinada mercancía o servicio en las mejores condiciones, en este caso el comprador serán los posibles clientes de AMA en el mercado de Destino (Estados Unidos).

c) Objeto de la negociación

Es la cosa negociada. Es el motivo o asunto principal de la negociación, es lo que el vendedor tiene u ofrece y el comprador está dispuesto a negociar por el.

Durante la negociación no solo se concreta a discutir el objeto principal de la misma, sino también una serie de diversas variables que rodean al mismo, como:

- Ambiente
- Objetivos de la negociación internacional

➤ **Principios a seguir en una negociación internacional**

Los principios a seguir en una negociación internacional son:

- Adoptar un enfoque de ganador-ganador.
- Conocer y aplicar el concepto de margen de maniobra en función de cada país.
- Comprender las diferencias entre negociación nacional e internacional.
- Tener en cuenta los elementos culturales del país en el que se negocia.
- Saber planificar la negociación, distinguiendo entre cada una de las etapas.
- Conocer las técnicas que sirven para hacer avanzar una negociación y cerrar el acuerdo.

Estos principios son muy importantes en el desarrollo de una negociación puesto que le dan dirección a las decisiones y las situaciones que se pueden llegar a dar en el proceso de tal manera que el negociador las adopte en su vida profesional.

➤ **Claves para una negociación internacional eficaz**

Las claves para una negociación internacional eficaz son las siguientes:

- Desarrollarse mediante una serie de procesos por etapas, las cuales son: la preparación, el desarrollo y conclusión.
- Existir interdependencia entre las partes.
- Predisponerse para llegar a un acuerdo o contrato.
- Ser creativo para aportar recursos que incrementen el valor de lo que se negocia.

➤ **Cierre de una negociación internacional con éxito**⁵⁵

En la búsqueda del acuerdo y al tratar de llegar al cierre de una negociación internacional se pueden manejar diferentes estrategias las cuales son:

- Con argumento: lanzar en el último momento un argumento de peso que logre persuadir a la otra parte.
- Con concesión: concesión al final para provocar el cierre.
- Con resumen: retomar y revisar los acuerdos a los que se ha llegado (acuerdos parciales) con el fin de cerciorarse que estos sean exactamente lo que se pacto en el proceso de negociación.
- Con presión: estimular a la contraparte a tomar decisiones rápidas.
- Con aceptación de la última objeción: evitar así la multiplicidad de objeciones.
- Con alternativa: brindar a la otra parte diferentes opciones o pactos para llegar al cierre del proceso.

4.1.1 Aspectos culturales y mecanismos a usar para negociar con el país

destino: Estados Unidos

Teniendo en cuenta el elevado nivel de competitividad que existe en la cultura norteamericana, los negociadores tratan de ceder lo menos posible. Esto unido a un ritmo de negociación muy rápido hace que la posición de partida no se sitúe muy lejos de la que se espera conseguir. La expectativa es que al final, ambas partes cederán algo. El enfoque de la negociación es secuencial. Los temas se negocian uno a uno. Una vez que se ha tomado una decisión sobre un acuerdo se pasa al siguiente, es decir que tratan que las negociaciones sean breves⁵⁶.

➤ **Conciencia del Tiempo**⁵⁷

⁵⁵ LLAMAZARES, Olegario, Op. Cit. p.20

⁵⁶ Idem., p.7

⁵⁷ CASTRO, O. y ABREU, L., "Como afecta el contexto cultural en la administración de los negocios internacionales", Editorial, México, Marzo de 2008, p. 683

El tiempo es valioso y es un recurso limitado, tienden a cuidarlo, a saber con precisión como y en que lo utilizan, el reloj esta siempre corriendo, el tiempo es dinero, por ello las metas y las fechas de entrega tienen que conocerse y cumplirse, cuando las personas no están a tiempo para una junta o no cumplen con las fechas prometidas, la cultura Norteamericana siente que es un insulto y una falta de profesionalismo. De la misma manera cuando las juntas se desvían de su programa ellos tienden a impacientarse, en contraparte de esto, las culturas Latinoamericanas, tienden a sentir agresivo y deshumanizado este tipo de comportamiento, lo que da una idea de lo importante que es conocer el rango de valor que le da una cultura al tiempo.

➤ **Forma de vestir y apariencia personal**

La cultura de Estados Unidos es casi sinónimo de informalidad en el vestir, ellos reflejan una imagen relajada e informal.

➤ **El estilo de los negocios en Estados Unidos⁵⁸**

- Normalmente el ritmo de negociación es muy rápido.
- La frase “tiempo es dinero” se toma muy en serio en el ámbito de los negocios. Siempre vaya al punto.
- Al momento de hacer negocios, normalmente la tendencia es analítica y se llega rápidamente a los puntos principales.
- Normalmente hay reglas y políticas para todo. Existen una infinidad de leyes prácticamente para cada sector de la industria y la sociedad. Por lo mismo, hay abogados para cualquier cosa.
- La opinión de los expertos siempre se toma muy en cuenta.
- Siempre se sigue la política de la compañía sin importar quién sea el negociador.
- En Estados Unidos uno de los factores de decisión más importante es el dinero. Normalmente las cuestiones financieras serán usadas para ganar la mayoría de los argumentos. Los americanos no siempre se dan cuenta que en muchas otras culturas el estatus, protocolo u honor nacional raramente se sacrifican por una ganancia financiera.

⁵⁸ EnglishCom, Art. "Etiqueta de Negocios en Estados Unidos", México, 2012

- Las fechas límite y los resultados son muy importantes, la ética profesional muy alta y en algunos casos parece que la vida gira alrededor del trabajo.
- Absténgase de discutir asuntos personales durante una negociación.
- El rol de las mujeres en el ámbito de los negocios está cambiando rápidamente, sin embargo aún siguen luchando por la igualdad de salarios y posiciones.

➤ **Mecanismos a usar para negociar**⁵⁹

En el caso de AMA se recomienda que el mecanismo a utilizar en la negociación sea la de **GANAR-GANAR**, debido a que su enfoque es el más adecuado para una negociación comercial, porque ambas partes se dan cuenta de que la otra parte tiene que obtener algo a cambio de las concesiones que haga a lo largo del proceso de negociación. La negociación tiene lugar mediante propuestas y contrapropuestas cuyo objetivo es alcanzar un acuerdo justo y positivo para ambas partes. De esta forma las dos quedan satisfechas cuando se cierra el acuerdo y, además, se crea un clima de confianza que abre una puerta a nuevos negocios.

Para llevar a cabo una negociación ganador-ganador, las dos partes tienen que estar motivadas para pensar más como colaboradores que como competidores. Algunas de las tácticas que se utilizan en este tipo de negociaciones son:

- Tener en cuenta las necesidades de la otra parte: ¿qué es lo que realmente interesa al otro?
- Centrarse en los intereses, no en las posiciones: las posiciones no son fáciles de modificar, pero si se buscan intereses comunes será más fácil obtener acuerdos satisfactorios para todos.
- Reciprocidad: no se debe hacer ninguna concesión de forma gratuita; siempre a cambio de una concesión de la otra parte.
- Flexibilidad: La flexibilidad es un aspecto esencial en cualquier mesa de negociaciones, ya que el equilibrio de poder fluctúa a medida que progresan las negociaciones.

⁵⁹ LLAMAZARES, Olegario. Op. Cit. p. 5

- Acuerdos sobre objetivos: las concesiones que se realice se supeditan al cumplimiento de objetivos (por ejemplo, un descuento sobre precio si se alcanza un determinado volumen de compra).

Para poner en práctica una negociación de tipo ganador-ganador es necesario que exista un intercambio de información entre las partes involucradas. Además, las diferencias culturales entre las partes les llevan a tener distintas expectativas y técnicas de negociación. Si a esto se añaden mayores dificultades para obtener información fidedigna (especialmente en países en vías de desarrollo), se justifica la existencia de un clima de desconfianza, al menos en las primeras negociaciones, que no es fácil de vencer. En superar este obstáculo, está el reto del negociador internacional que aplique un enfoque de ganador-ganador.

AMA deberá tomar en cuenta las tácticas mencionadas anteriormente para poder aplicarlas correctamente y no tan sólo cerrar con éxito la negociación, sino que se convierta en una relación comercial a largo plazo.

4.1.2 Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS)

Imagen 4.1: Incoterms



Elaborado por: Autoras

Los Incoterms (International Commercial Terms, términos internacionales de comercio) son las definiciones estándares de comercio utilizadas con mayor frecuencia en los contratos internacionales de exportaciones e importaciones, que fueron diseñadas por la Cámara Internacional de Comercio (ICC). También se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato.

Los Incoterms se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte.
- Quién contrata y paga el seguro.
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

➤ **Principios en los que se basan los Incoterms**

- a) Definir con precisión las obligaciones de las partes intervinientes en la compraventa internacional (comprador y vendedor).
- b) Versar sobre prácticas generalizadas y aceptadas en el comercio exterior.
- c) Establecer las obligaciones mínimas a las que pueden añadir e incrementar otras que perfilen aún más los intereses comunes de las partes intervinientes en el contrato (exportador e importador).

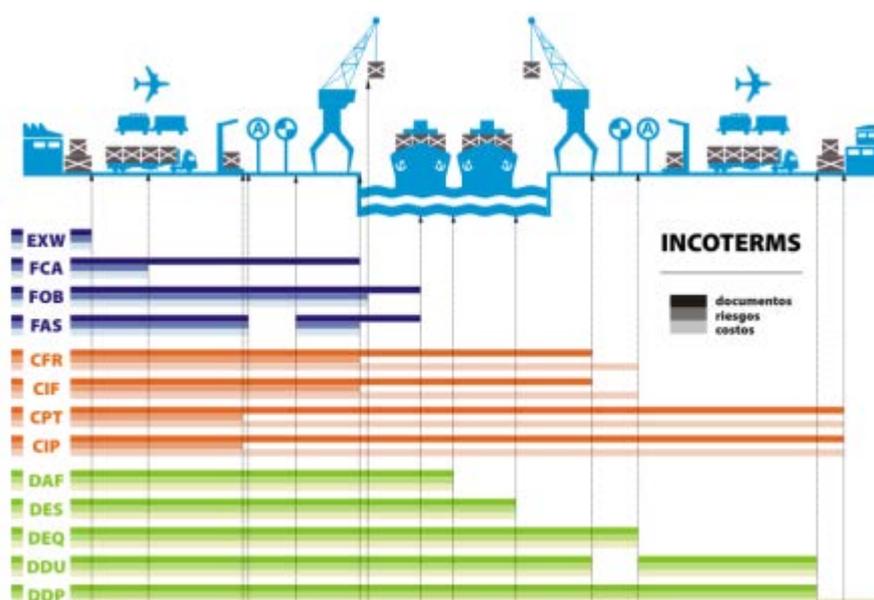
➤ **Elementos que resuelven los Incoterms en una compraventa**

- a) El lugar y la forma de la entrega de la mercancía. Se indica el punto de entrega marcado en el lugar del trayecto. Se determina también el momento en que debe ejecutarse esta obligación. La entrega podrá ser directa o indirecta.
- b) La transmisión de los riesgos y responsabilidades de pérdida o daños de la mercancía del vendedor al comprador.
- c) La distribución de los gastos de la operación, indicando los incluidos en el precio dado y aceptado, y que deben correr por cuenta y cargo del comprador por no estar comprendido en el precio. La distribución de gastos coincide, por lo general, con la transmisión de riesgos.

- d) Que parte debe realizar los trámites, gestiones y diligencias para cumplir las formalidades oficiales y las exigencias administrativas para la exportación y la importación de los productos objeto de la compraventa internacional; por ejemplo: licencias, certificados de origen, facturas comerciales, facturas consulares, etc.

4.1.2.1 Clasificación de los Incoterms 2000

Imagen 4.2: Clasificación de los Incoterms 2000



Fuente: Tecnocarga, Guayaquil-Ecuador

4.1.2.2 Incoterms 2010

El pasado mes de julio mediante la publicación No 715E, fue aprobada por parte de la Cámara de comercio Internacional (ICC por sus siglas en inglés), los nuevos cambios en los tan conocidos términos de comercio internacional INCOTERMS, cuya versión pasará a ser 2010, estos cambios según información de la ICC, empezarán a regir a partir del 1° de enero de 2011.

Propuesta según versión del 2010

Dentro de los cambios generados se encuentra la reducción en el número de términos pasando de 13 a 11, encontrando el contexto de la variación en el llamado grupo "D" que hace referencia a que se entrega la mercancía asumiendo costos y riesgo en el lugar de destino.

Estos nuevos cambios incluyen la eliminación de los Incoterms:

- DAF (Delivered at Frontier)
- DES (Delivered Ex-Ship)
- DEQ (Delivered Ex-Quay)
- DDU (Delivered Duty Unpaid)

Solamente se mantiene "DDP" (Delivered duty Paid) y se da creación e implementación de los siguientes:

- DAP (Delivered at Place/Point)
- DAT (Delivered at Terminal)

Los demás Incoterms se mantienen:

- EXW (Ex-Works)
- FCA (Free Carrier)
- FAS (Free Alongside Ship)
- FOB (Free on Board)
- CFR (Cost and Freight)
- CIF (Cost, Insurance and Freight)
- CPT (Carriage Paid To)
- CIP (Carriage and Insurance Paid To).

Cambios de la última década

La edición de los Incoterms 2010 refleja los cambios que se han producido en el comercio internacional durante la última década, debido a que la ICC ha tenido en cuenta temas como los progresos en la seguridad de la carga y la necesidad de sustituir documentos sobre papel por documentos electrónicos.

La publicación de los Incoterms 2010 ofrece una guía práctica así como gráficos que ayudarán a los usuarios a elegir la regla más apropiada para sus transacciones. Asimismo, para ayudar a los profesionales a familiarizarse con las reglas revisadas. La sede internacional de la ICC en París, así como sus comités nacionales en todo el mundo, apoyarán el lanzamiento de la publicación de los Incoterms 2010 con seminarios y gran variedad de productos suplementarios.

En el caso de AMA se recomienda que el Incoterm más conveniente para este tipo de exportación sea el FOB (Free on Board), debido a que es el más utilizado y común en términos de negociación internacional por vía marítima, además los riesgos y costos de la mercadería son responsabilidad del importador.

➤ **FOB Free On Board (libre a bordo)**

Nota: Especificar puerto de embarque.

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.

El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

Obligaciones del vendedor

- Entregar la mercadería y documentos necesario
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

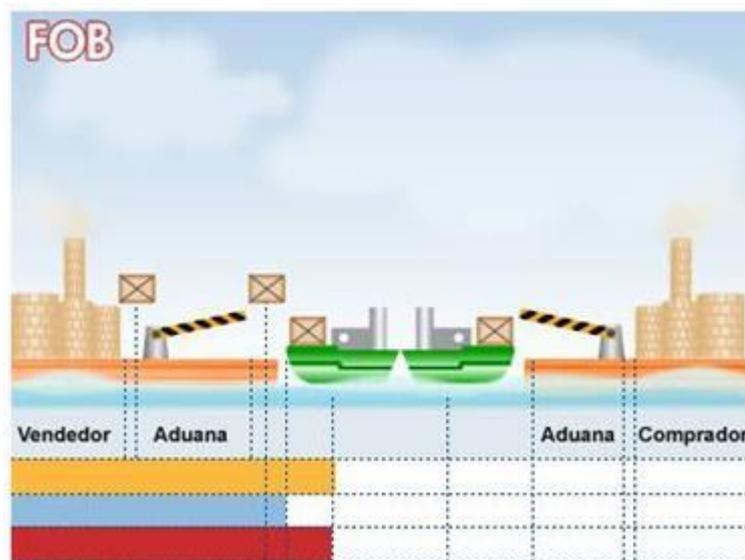
Obligaciones del Comprador⁶⁰

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete (lugar de importación a planta)

⁶⁰ BusinessCol, Art. "Incoterms", México, 2011

- Demoras

Imagen 4.3: FOB (Free On Board)



Fuente: DE ARRIBA, Miguel, Art. "Comercio Internacional, INCOTERMS", México, Julio de 2011

- El rectángulo naranja indica hasta donde el exportador es responsable de los *documentos*.
- El rectángulo celeste indica hasta donde es responsable el exportador por la *mercancía y los riesgos que implican*.
- El rectángulo rojo indica hasta donde el exportador debe cubrir los *costos*.

Tabla 4.1: Gastos y Riesgos del FOB

GASTOS Y RIESGOS	F O B
TRANSPORTE INTERNO Y ADUANA DE EXPORTACION	E
EMBARQUE Y CARGA	E
TRANSPORTE INTERNACIONAL	I
SEGURO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL	I
DESEMBARQUE Y DESCARGA	I
ADUANA DE IMPORTACION	I
TRANSPORTE INTERNO EN PAIS DE DESTINO	I

Fuente: Cámara Internacional de Comercio

4.1.3 Contratos Internacionales

Es el acuerdo de la voluntad entre dos o más partes, así como una fuente generadora de derechos y obligaciones, la cual surge cuando las partes tienen su establecimiento en estados diferentes, es decir que una parte hace una oferta y la otra parte, en el extranjero, la acepta expresamente, y da a conocer dicha aceptación a la otra parte, en tiempo y forma, o viceversa. El objeto del contrato debe versar sobre asuntos comerciales lícitos (bienes o servicios). Este acuerdo de voluntades puede ser o no escrito. Sin embargo se recomienda que sí se formalice por escrito, ya sea en forma manuscrita o impresa, con firmas autógrafas o a través de medios electrónicos (con firma electrónica).

Los contratos internacionales pueden ser informales por medio de un acuerdo verbal o de un intercambio de documentos (correspondencia, faxes, correo electrónico, pedidos, órdenes de compra, documentos de embarque, etc.), o pueden ser formales a través de contratos escritos, que es lo más aconsejable.

➤ Formas contractuales para desarrollar actividades de comercio internacional.

Para efectuar exportaciones e importaciones de mercaderías se suelen emplear los siguientes contratos:

- Contrato de compraventa internacional de mercaderías
- Contrato de suministro
- Contrato de distribución
- Contrato de comisión o agencia mercantil,
- Contrato de licencia para el uso o explotación de una patente o una marca
- Contrato de maquila de exportación
- Contrato de prestación de servicios,
- Contrato de franquicia de exportación.

En el caso de AMA se recomienda que la forma contractual a emplear sea el Contrato de compraventa internacional de mercaderías, debido a que en el comercio internacional es el más utilizado, a continuación se explicará todo lo referente al mismo:

4.1.3.1 Contrato de compraventa internacional de mercaderías

Es el acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países diferentes, a través del cual se transfiere la propiedad de mercancías que serán transportadas a otro territorio, teniendo como contraprestación el pago de un precio.

En el comercio internacional, el contrato de compraventa es una figura legal necesaria para llevar a cabo una transacción seria y ordenada. El contrato delimita obligaciones y responsabilidades de forma que, tanto comprador como vendedor, están claros en lo pactado, lo cual evita malentendidos.

Si bien el contrato no es una garantía de pago para el exportador o importador, si es un instrumento útil para superar las barreras culturales e idiomáticas que puedan afectar el buen resultado del negocio.

Asimismo, el proceso de confección del contrato implica abordar en forma ordenada la negociación de las condiciones de pago, las excepciones, las responsabilidades, condiciones de entrega y administración de los riesgos.

De acuerdo con la experiencia, aunque el contrato de compraventa internacional constituye la principal fuente del Derecho Comercial Internacional, en la práctica es el menos formal y a menudo, muy mal negociado entre las partes. Con frecuencia, los exportadores e importadores apenas se ponen de acuerdo con respecto a lo que debe ser transado y a las condiciones básicas de la transacción. Entre los puntos importantes que no se pactan con transparencia están el medio de pago que se utilizará y cuál de las partes va a asumir lo que se denomina “costos indirectos” (comisiones de los intermediarios financieros, los intereses o costos de oportunidad, trámites aduanales, condiciones de entrega). Éstos son pequeños detalles que pueden hacer una diferencia en una operación comercial internacional.

Para lograr su objetivo, el contrato requiere de un marco legal en donde pueda encontrar sustento, y eso es de mayor complejidad en términos de contratación

internacional, ya que muy a menudo la legislación original del comprador y la del vendedor, son diferentes.

El contrato de compraventa deberá incluir lo siguiente:

- Precio
- Forma de pago
- Envase y embalaje
- Entrega de mercancía
- Responsabilidad civil sobre el producto
- Cláusula compromisoria o arbitral

4.1.3.2 Importancia de contar en una exportación con un contrato de compraventa internacional de mercancías.

En las operaciones de comercio internacional, al igual que en las nacionales, el contrato de compraventa constituye la base legal que obliga al comprador y al vendedor a cumplir con las estipulaciones previstas en el propio instrumento. Pero, como en las transacciones internacionales, las partes generalmente tienen sus establecimientos en países diferentes, las normas legales que regirán la ejecución y cumplimiento del contrato necesariamente tendrán que ser más complejas que las que se aplican a un contrato doméstico, en donde sólo habrá que tomar en cuenta la legislación nacional.

También se deberá considerar que, para trasladar las mercancías, será necesario contratar los servicios de las compañías transportistas, aseguradoras y agentes aduaneros, lo que significa tener que celebrar otros tantos contratos. Si a ello adiciona que por las distancias que separan al comprador y al vendedor, se requerirá también incluir disposiciones específicas en cuanto a la forma de pago y forma de envío de las mercaderías, entre otras. Todo esto justifica la elaboración y firma de un contrato de compraventa de las mercancías objeto de la operación, que si bien es cierto, no es indispensable formalizarlo por escrito, esto es lo más aconsejable, pues con ello las partes obtienen mayor certidumbre jurídica y por consiguiente se reducirá la posibilidad de las eventuales disputas comerciales.

4.1.3.3 Aspectos principales que van a ser incluidos en las cláusulas del contrato de compraventa internacional de mercancías⁶¹

A continuación se enlistan algunos de los aspectos principales que se recomienda especificar en las cláusulas de un contrato de esta naturaleza. Es importante aclarar que dependiendo del tipo de operación, éstas podrán variar.

- Objeto del contrato
- El precio de las mercancías
- Forma de envío de las mercancías
- Momento y forma de pago
- Entrega de las mercancías
- Entrega de los documentos
- Certificación del producto
- Responsabilidad sobre el producto
- Patentes y marcas
- Vigencia del contrato
- Rescisión por incumplimiento
- Legislación aplicable
- Solución de controversias

4.1.4 Formas de Pago Internacional

En el comercio internacional se cuenta con varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías. En forma muy general, algunas de ellas son las siguientes, clasificadas por su nivel de seguridad:

Gráfico 4.2: Formas de pago internacional, según su nivel de seguridad



Fuente: Guía Básica del Exportador, del Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC 12ava Edición - 2005, p. 186

⁶¹ PROMÉXICO, Art. “ *Contrato de compraventa Internacional*”, México, 2011

La selección de la forma de pago puede irse ajustando por el mayor o menor nivel de experiencia y confianza que, de manera recíproca se van teniendo las partes, cuando han tenido la oportunidad de comerciar entre sí en repetidas ocasiones y, por lo tanto, conocen su seriedad en el cumplimiento de sus compromisos, así como su solvencia moral y económica.

De ellas, la carta de crédito es la que sin duda brinda la mayor seguridad al exportador de que cobrará en su plaza.

Asimismo, es indispensable no olvidar negociar previamente entre las partes, quién y cómo cubrirán los gastos, y las comisiones de los bancos que intervengan en la instrumentación de la forma de pago elegida⁶².

En el caso de AMA se recomienda que la forma de pago a utilizar más viable sea mediante la Carta de Crédito Irrevocable y Confirmada, debido a que favorece las transacciones entre importadores (compradores) y exportadores (vendedores), además de ser un instrumento que protege a las partes involucradas de las dificultades que podrían surgir por los distintos usos comerciales.

4.1.4.1 Carta de Crédito

Es un instrumento de pago mediante el cual un banco (banco emisor) a petición de un cliente (comprador) se obliga a hacer un pago a un tercero (vendedor/beneficiario) o a aceptar y pagar letras de cambio libradas por el beneficiario, contra la entrega de documentos siempre y cuando se cumplan con los términos y condiciones de la propia carta de crédito.

➤ Clasificación o tipos de carta de crédito

Dentro de las cartas de crédito podemos encontrar numerosos tipos y entre los más importantes están:

- Carta de crédito revocable
- Carta de crédito irrevocable
- Carta de crédito transferible

⁶² Guía Básica del Exportador, del Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC 12ava Edición - 2005, p. 186

- Carta de crédito “Back to Back”
- Carta de crédito único y rotativo
- Carta de crédito Stand By
- Carta de crédito condicional
- Carta de crédito confirmado
- Carta de crédito no confirmado

➤ **Beneficios de la Carta de Crédito**

- Asesoría especializada para verificar términos y condiciones del crédito.
- Disponibilidad de comprobante de todas las comisiones y gastos.
- Revisión de documentos para asegurar que se apeguen al contrato.
- Rapidez en el pago.
- Información oportuna y veraz sobre el estado de cuenta de sus operaciones en créditos comerciales.
- Comprobantes de todas las comisiones y gastos cobrados por este servicio.
- Requisitos: Solamente requiere presentar el instrumento original.
- Confiere a ambas partes un alto grado de seguridad, de que las condiciones previstas serán cumplidas ya que permite al importador asegurarse de que la mercancía le será entregada conforme a los términos revistos.
- Obtener un apoyo financiero, en tanto que el exportador puede asegurar su pago.
- El pago se efectúa contra los documentos que representan las mercancías y por consiguiente, que posibilitan la transmisión de derechos sobre dichas mercancías. El banco en ningún momento se responsabilizará por la mercancía objeto de la transacción, su responsabilidad se limita a los documentos que la amparan, de ahí el nombre de crédito documentario.

➤ **Requisitos de la carta de crédito**

- a) Contar con un contrato de apertura de crédito documentario.
- b) Tener línea de crédito o autorización especial de línea de crédito.
- c) Firmar un pagaré.
- d) Presentar orden de compra, pedido o factura pro-forma o contrato de compra-venta.

Las cartas de crédito son ofrecidas por las instituciones bancarias, es decir el banco emisor (que abre o emite la carta de crédito).

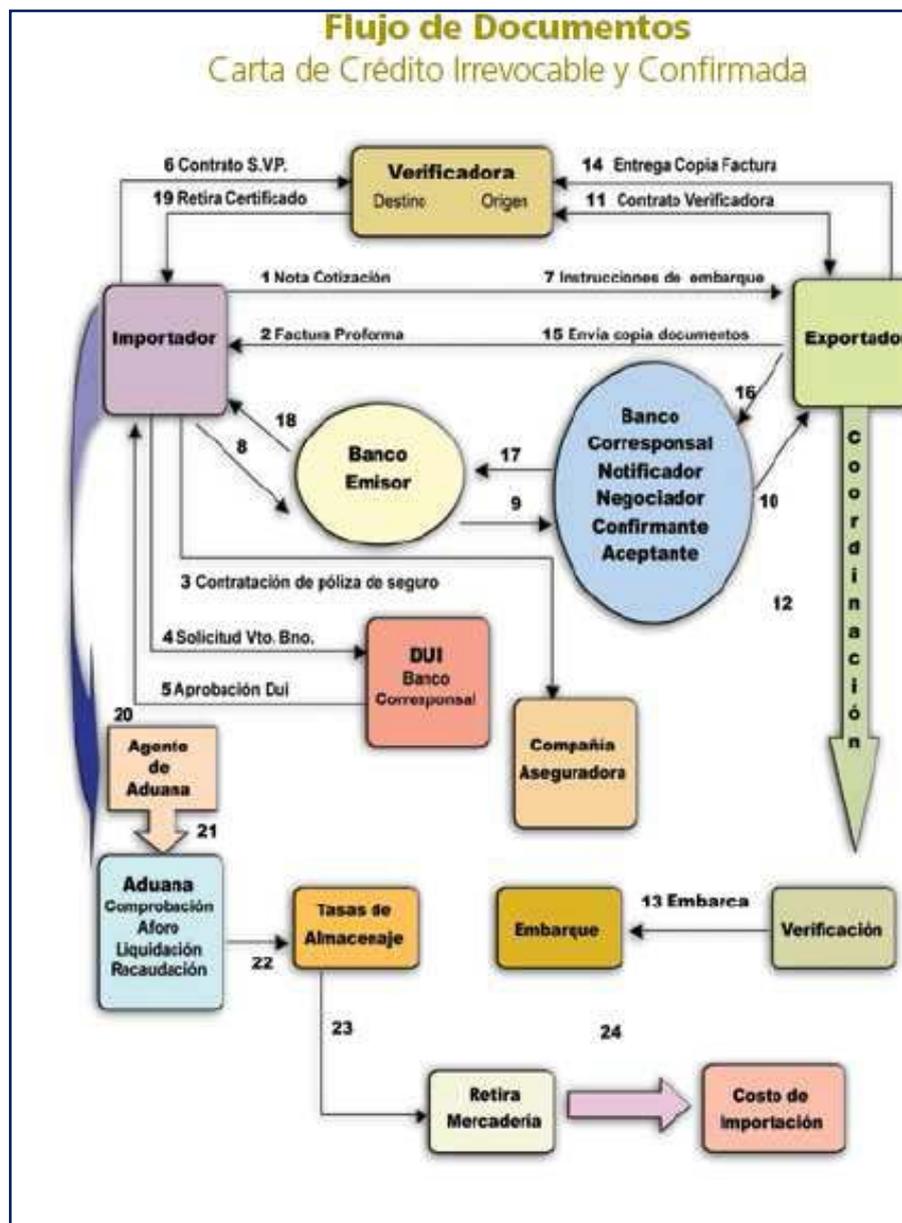
En este tipo de instrumento los usuarios son los compradores o importadores (ordenante o solicitante de la carta de crédito). De igual manera, también es usuario el vendedor (beneficiario de la carta de crédito).

➤ **Partes que intervienen en una carta de crédito**⁶³

- **Comprador (Importador u Ordenante):** Es el que solicita la emisión de la carta de crédito a su banco y cubre a éste el importe de la misma.
- **El Vendedor (Exportador):** Es el beneficiario de la carta de crédito
- **El Banco Emisor (Banco del Comprador):** Es el banco que emite la carta de crédito por cuenta y orden de su cliente.
- **El Banco Notificador o Confirmador (Banco del Vendedor o Beneficiario):** Es el que le notifica o confirma la carta de crédito y se la paga. No es necesario que el beneficiario sea cliente de este banco.

⁶³ MÁRQUEZ B., Raúl, "La Carta de Crédito Documentada. ¿Título Valor, Contrato u Operación Bancaria?", Paredes Editores, S.R.L., Venezuela, 1989

Imagen 4.4: Flujo de documentos_ Carta de Crédito Irrevocable y confirmada



Fuente: BENAVIDES, Juan Marcos, "Cadena Logística de Exportación de la Papaya", Repositorio digital ESPOL, Guayaquil - Ecuador, 2009

4.2 Requisitos Aduaneros de Exportación

4.2.1 Requisitos para ser exportador ante la Aduana

Todos los ecuatorianos o extranjeros domiciliados en el país pueden ser exportadores, sean personas naturales o jurídicas, lo importante es que se considere a la exportación como una salida de productos o servicios ecuatorianos de calidad.

Los requisitos para ser exportador ante la Aduana son los siguientes:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Como requisito previo al inicio del trámite de una exportación, todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas en el Registro Único de Contribuyente (RUC) como exportadores, constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de ventas y guías de remisión, constar como contribuyente ubicado y estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) ⁶⁴.

- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) para obtener el registro de exportador, aplicando los siguientes pasos:
 1. Registrar los datos ingresando en la página: *www.aduana.gob.ec*, link: *OCE's (Operadores de Comercio Exterior)*, menú: *Registro de Datos* y enviarlo electrónicamente.
 2. Llenar la Solicitud de *Concesión/Reinicio de Claves* que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENAE, firmada por el Exportador o Representante legal de la Cía. Exportadora. Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.

⁶⁴ YÁNEZ SOLANO, Nathaly Fernanda, Art. "Exportación a Consumo de Flores - Rosas", Ecuador, Julio de 2011

Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación⁶⁵.

4.2.2 Documentos aduaneros de exportación

4.2.2.1 Declaración Aduanera Única (DAU)

Es un formulario de Declaración Aduanera Única de Exportación en el que todas las exportaciones deben ser presentadas, siguiendo las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho de Exportaciones, para luego ser presentada en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos que acompañen a la misma⁶⁶.

Ver Anexo 4: Declaración Aduanera Única (DAU)

4.2.2.2 Documentos Aduaneros a presentar⁶⁷

Así como existe infinidad de documentos relacionados al comercio y tráfico de mercaderías entre distintos países, existen los documentos obligatorios exigidos por las distintas aduanas, las que, conforme a la potestad que la ley les otorga, el funcionario de aduanas puede exigir su presentación cuando considere necesario.

Las exportaciones de origen Ecuatoriano deben ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Documento de Transporte.
- Orden de Embarque impresa.

⁶⁵ <http://www.aduana.gov.ec>, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

⁶⁶ Idem., SENAE

⁶⁷ Idem., SENAE

4.2.2.3 Certificado de Origen

Es un documento por el cual se certifica que la mercancía es producida o fabricada en el país del exportador, en este caso Ecuador. Este certificado es utilizado por los importadores para no pago o descuentos de tributos a la importación.

El Ecuador ha firmado una serie de convenios con varios países, bilaterales o multilaterales que benefician al país ya que permiten el ingreso de productos de origen Ecuatoriano con preferencias arancelarias y que da como resultado un producto ecuatoriano con un valor de venta competitivo en ese mercado destino.

Teniendo como norma general las disposiciones de las reglas de origen de la Organización Mundial de Comercio, OMC, se ejecuta la administración y otorgamiento del certificado de origen para productos ecuatorianos de exportación: considerando la Ley de Promoción Comercial de Erradicación de la Droga, ATPDEA de los Estados Unidos, el Sistema General de Preferencias, SGP, Sistema Global de Preferencias Comerciales entre Países en Desarrollo, SGPC, en los que el MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad) otorga los certificados de origen⁶⁸.

➤ Calificación del origen⁶⁹

El certificado de origen se otorga luego de cumplir un proceso de verificación in situ del proceso productivo de la mercancía a exportar, siendo obligación del productor y/o exportador, llenar los datos consignados en la ficha producto que contiene los datos generales de la empresa, ubicación, línea de producción, destacando las materias primas nacionales e importadas.

La calificación del origen de una mercancía como originaria del Ecuador, responde a las siguientes reglas generales:

- a) Mercancías totalmente obtenidas que comprenden los productos de los reinos mineral, vegetal y animal y aquellos manufacturados totalmente a partir de estos en territorio ecuatoriano.

⁶⁸ <http://mipro.gob.ec/>, Boletín Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

⁶⁹ <http://mipro.gob.ec/>, Boletín Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

- b) Elaboración de productos con insumos de los países signatarios de un acuerdo donde califican como originaria las mercancías que son manufacturadas íntegramente con insumos, materias primas, partes y piezas de los países signatarios del Acuerdo y no contienen ningún insumo importado desde otro origen.
- c) Productos elaborados con insumos no originarios, siempre que cumplan con:
 - Cambio Arancelario.
 - Valor de Contenido Regional.
 - Porcentaje de Insumos No Originarios Máximos permitidos.

Por último, el producto originario a exportar, debe ser directamente remitido desde territorio ecuatoriano hacia el país importador e integrante del acuerdo SGP, ATPDEA, CAN, ALADI, CAN-MERCOSUR, para poder acogerse a la preferencia arancelaria (expedición directa). Sólo se permiten operaciones de trasbordo o aquellas necesarias para la buena conservación de las mercancías; siempre y cuando se mantengan bajo la vigilancia de la autoridad aduanera competente.

➤ **Pasos para obtener un Certificado de Origen**⁷⁰

1. Registro en el Sistema de Identificación Previa a la Certificación de Origen en la página web del MIPRO, consignando los datos generales del exportador y de las subpartidas que se exportan.

Puede acceder dando clic en la siguiente dirección:

<http://aplicaciones.mipro.gob.ec/xmlOrigen/seguridades/ingresoCertificado.php>

2. Visita de verificación en la empresa productora si se trata de la primera exportación o si existe perfil de riesgo que puede motivar observaciones de las aduanas de destino.

3. Elaboración del informe técnico por parte del funcionario delegado para la verificación, que concluye si la mercancía a exportarse, cumple o no las reglas de origen según el mercado de exportación.

⁷⁰ Idem., MIPRO

4. Comunicación del resultado al usuario.

5. El usuario cancela el valor del Certificado de origen (USD 10.00) en la Dirección de Gestión Financiera y retira los formularios en la Dirección de Operaciones Comerciales.

6. El usuario llena los datos del Certificado de origen y presenta en la Dirección de Operaciones Comerciales el certificado llenado y documentos habilitantes (ejemplo: factura).

7. El funcionario habilitado revisa el contenido del certificado de origen, verifica la información con otros documentos como la factura, luego procede a legalizar el certificado de origen, a través de la firma y sello que se encuentra registrado en las Aduanas de los países de destino.

Ver Anexo 5: Certificado de origen

4.2.3 Trámites de Exportación

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

4.2.3.1 Fase de Pre-embarque⁷¹

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

⁷¹ <http://www.proecuador.gob.ec>, Boletín Diciembre 2011

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

4.2.3.2 Fase Post-Embarque⁷²

Se presenta la DAU (Declaración Única Aduanera) definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU (Declaración Única Aduanera) definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU (Declaración Única Aduanera) definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU (Declaración Única Aduanera) contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU (Declaración Única Aduanera).

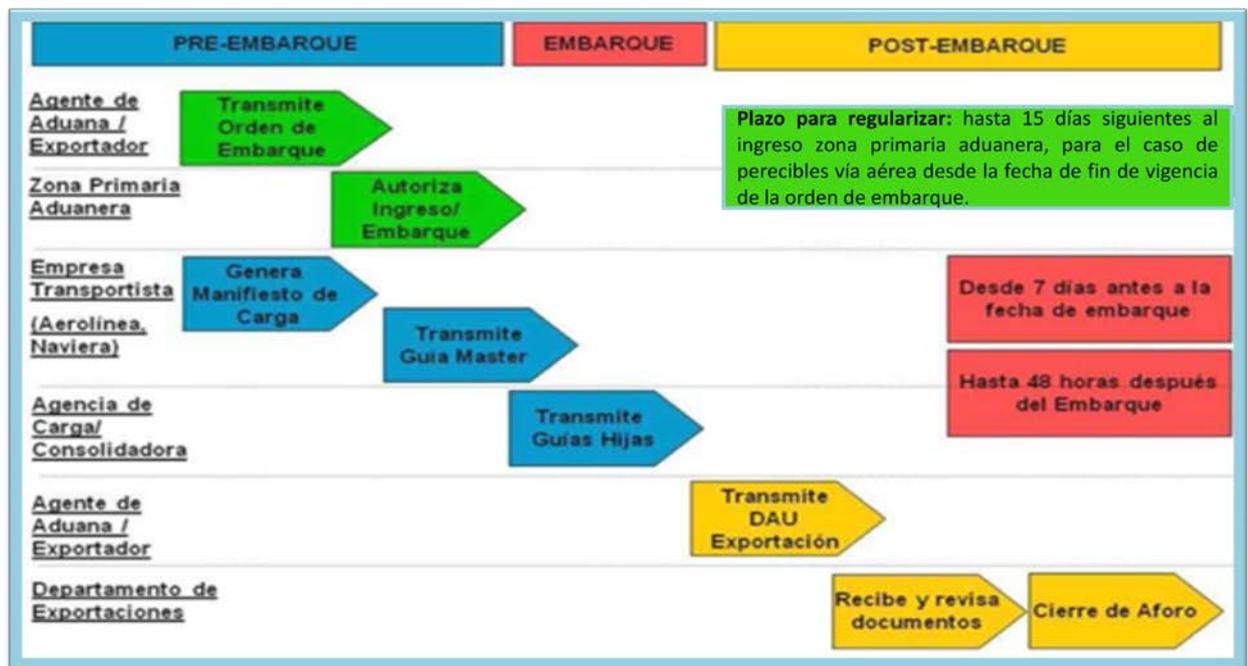
Numerada la DAU (Declaración Única Aduanera), el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU (Declaración Única Aduanera) impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).

⁷² <http://www.proecuador.gob.ec>, Servicio de de Asesoría al Exportador (SAE) - Informe de Primer Nivel

- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Certificado de origen (cuando aplique).
- Documento(s) de Transporte.
- Orden de Embarque impresa.
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).

Gráfico 4.3: Procedimiento de Exportaciones



Fuente: ZAMBRANO CACERES, Juan, Art. "Procedimiento y Requerimientos de la Aduana para exportar desde el Ecuador", Ecuador, Febrero de 2011

CAPITULO 5

5. COMERCIALIZACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO

5.1. Comercialización

La comercialización es un conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor (punto de origen), hasta que llega al consumidor (punto de destino), en la cual está muy interrelacionado con el marketing como parte del sistema de comercialización⁷³.

5.1.1. Mezcla de Marketing

En la mezcla de marketing se utilizan las cuatro variables controlables que AMA deberá regular para obtener ventas efectivas del producto a exportar. Estas variables son: Producto, Precio, Logística y Promoción, a continuación se detallan las variables.

5.1.1.1. Producto

➤ Características del Producto

Las artesanías (sombreros y carteras) de fibra del tallo de banano son elaboradas 100% con fibra natural, extraída del pseudotallo del banano, son productos textiles

⁷³ s/a, Art. "Desarrollo y Gestión de Microemprendimientos en Áreas Rurales", Argentina, Marzo de 2011

de calidad que permiten a sus compradores tener el complemento ideal o accesorio de sus prendas de vestir para estar a la moda.

Entre sus principales características se pueden mencionar las siguientes:

- Ambos productos son trenzados a mano por las artesanas de AMA, con una fibra fuerte y resistente, la cual asegura la excelente calidad exigida por los compradores estadounidenses.
- Son elaboradas en base a una materia prima obtenida de los desechos de la planta de banano cultivada naturalmente, esto convierte a los sombreros y carteras en un producto ecológico, además que en su proceso de producción no utiliza químicos o alguna sustancia pesticida.
- Las artesanas de AMA son mujeres que cuentan con una amplia experiencia en la técnica de trenzado de los sombreros y carteras, siendo sus diseños finos y originales.
- Las artesanías elaboradas por AMA, protegerán el medio ambiente, insertarán a las mujeres en el campo laboral, pagándoles un precio justo por sus productos, ya que no se hará uso de intermediarios, porque serán ellas mismas las encargadas de exportarlas al mercado estadounidense.

➤ **Calidad del Producto**

La calidad de las artesanías (sombreros y carteras) se basa en una fibra fina, que tiene lado derecho y revés, a diferencia de la paja toquilla que sólo tiene lado derecho, a continuación se detallan algunos factores que determinan la calidad de las artesanías:

- La calidad de las artesanías dependerá del cuidado en el tratamiento y manipulación que tenga la fibra del tallo de banano, hay que revisar constantemente que las fibras procesadas no se quemen y no se dañen.
- La destreza y habilidad en las manos de las artesanas para elaborar el producto.
- El acabado y el modelo de los sombreros y carteras.

AMA alcanzará una calidad de sombreros y carteras finos de buena aceptación en el mercado estadounidense, mediante la capacitación constante por parte de organismos

encargados de promover la oferta de productos tradicionales, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional

➤ **Diseño del Producto**

Para el diseño preliminar del producto, se puede construir un prototipo o prototipos para someterlos a pruebas adicionales y análisis.

La construcción del prototipo puede tener varias formas diferentes. Primero, se pueden fabricar a mano varios prototipos que se parezcan al producto final, y durante la fase de diseño definitivo, se desarrollan dibujos y especificaciones para este producto. Como resultado de las pruebas en los prototipos se pueden incorporar ciertos cambios al diseño definitivo⁷⁴.

AMA venderá en el mercado estadounidense, los siguientes productos, cuyos diseños definitivos se esbozan a continuación:

▪ **Sombreros de hombre y mujer**

Los variados diseños de los sombreros de hombre y mujer, son elaborados en base a los siguientes moldes:

Tabla 5.1: Molde de sombreros de hombre y mujer

Molde de sombreros de mujer	Molde de sombreros de hombre
	

Fuente: AMA

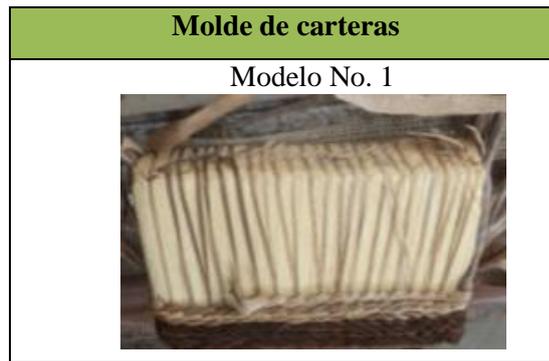
Elaborado por: Autoras

▪ **Carteras**

Los variados diseños de las carteras de mujer, son elaborados en base al siguiente molde:

⁷⁴ VEGA, Laura, Art. "Diseño del Producto", 2006

Tabla 5.2: Molde de carteras



Fuente: AMA

Elaborado por: Autoras

➤ **La etiqueta**

La etiqueta del producto se encuentra adherida en la parte interna de los sombreros y las carteras. La etiqueta está compuesta por: el logo de AMA con sus colores originales, el fondo es de color café y en la parte inferior se encuentra el slogan del producto, que refleja la calidad artesanal con la que son elaboradas las artesanías, seguido finalmente de la marca del país **MADE IN ECUADOR**.

Imagen 5.1: Etiqueta del producto



Fuente: AMA

Elaborado por: Autoras

5.1.1.2. Precio de exportación

➤ **Determinación del precio de exportación de sombreros y carteras orientadas por el costo de producción**

La idea de obtener un margen de utilidad para el caso de AMA es del 70% para la artesanía de sombreros y del 90% para la artesanía de carteras sobre el costo y un nivel convencional de rendimiento, es decir incluye todo el costo y distribuyen los

gastos generales en forma arbitraria sobre la base de los niveles esperados de operación⁷⁵.

5.1.1.2.1. Determinación del precio de exportación de sombreros de AMA

La tabla N°5.3 muestra el cálculo para la obtención del precio de exportación de los sombreros que ofrece AMA, en la cual se consideran los costos implícitos para la determinación de dicho precio, como es: el costo del producto, el embalaje, el transporte por flete interno, derechos de agente de aduana, documentos de exportación, gastos de financiamiento, costos de comercialización y los costos de operación del negocio.

Hay que tomar en cuenta que como la capacidad máxima de producción de sombreros por parte de AMA es de dos por día, los 6 días a la semana y como son 47 artesanas, el número máximo de sombreros a producir es de 2.256 mensuales, en este proyecto se ha determinado un 70% como margen del beneficio. Finalmente, el precio de venta de exportación de sombreros se lo obtiene de la siguiente forma: Costo total de sombreros en dólares (\$56.401,74) dividido para el número de sombreros a producir (2.256), una vez resuelta esta operación se determina que el precio unitario para la exportación de sombreros es de \$25,00.

Tabla 5.3: Precio de exportación de sombreros de AMA

⁷⁵ s/a, "Diseño del plan de comercialización de artesanías para el mercado de Estados Unidos", Repositorio digital UTEC, El Salvador

	Volumen de exportación	Costos Fijos	Costos variables		Total
			%	\$	
Cantidad de sombrero a exportar	2256				
1 Costo de la unidad o precio de cesión del producto		\$ 13,72			\$ 30.952,32
2 Margen del Beneficio			70,00%		\$ 21.666,62
3 Embalaje				\$ 0,14	\$ 315,84
4 Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque					
a) Aéreo					
b) Terrestre		\$ 245,00			\$ 122,50
c) Por ferrocarril					
d) Marítimo					
5 Derechos de agente de aduana o transitorio Expedidor		\$ 180,00			\$ 90,00
6 Documentos de exportación		\$ 30,00			\$ 15,00
7 Gastos de Financiamiento			4%		\$ 1.238,09
8 Costos de Comercialización			5%		\$ 1.547,62
9 Costos de Operación		\$ 907,50			\$ 453,75
COSTO TOTAL DE VENTA DE SOMBREROS (FOB)					\$ 56.401,74
Precio de Vta de exportación para c/sombrero					\$ 25,00

Elaborado por: Autoras

5.1.1.2.2. Determinación del precio de exportación de carteras de AMA

La tabla N°5.4 muestra el cálculo para la obtención del precio de exportación de las carteras que ofrece AMA, en la cual se consideran los costos implícitos para la determinación de dicho precio, como es: el costo del producto, el embalaje, el transporte por flete marítimo, derechos de agente de aduana, documentos de exportación, gastos de financiamiento, costos de comercialización y los costos de operación del negocio.

Hay que tomar en cuenta que como la capacidad máxima de producción de carteras por parte de AMA es de una por día, los 6 días a la semana y como son 47 artesanas, el número máximo de carteras a producir es de 1.128 mensuales, en este proyecto se ha determinado un 90% como margen del beneficio. Finalmente, el precio de venta de exportación de carteras se lo obtiene de la siguiente forma: Costo total de carteras en dólares (\$44.611,21) dividido para el número de carteras a producir (1.128), una vez resuelta esta operación se determina que el precio unitario para la exportación de carteras es de \$40,00.

Tabla 5.4: Precio de exportación de carteras de AMA

	Volumen de exportación	Costos Fijos	Costos variables		Total
			%	\$	
Cantidad de cartera a exportar	1128				
1 Costo de la unidad o precio de cesión del producto		\$ 19,50			\$ 21.996,00
2 Margen del Beneficio			90,00%		\$ 19.796,40
3 Embalaje				\$ 0,14	\$ 157,92
4 Transporte o flete interno hasta el lugar de embarque					
a) Aéreo					
b) Terrestre		\$ 245,00			\$ 122,50
c) Por ferrocarril					
d) Marítimo					
5 Derechos de agente de aduana o transitorio Expedidor		\$ 180,00			\$ 90,00
6 Documentos de exportación		\$ 30,00			\$ 15,00
7 Gastos de Financiamiento			4%		\$ 879,84
8 Costos de Comercialización			5%		\$ 1.099,80
9 Costos de Operación		\$ 907,50			\$ 453,75
COSTO TOTAL DE VENTA DE CARTERAS (FOB)					\$ 44.611,21
	Precio de Vta de exportación para c/cartera				\$ 40,00

Elaborado por: Autoras

Para la consideración del detalle de los valores del contenedor.

Ver Anexo 6: Detalles del contenedor

5.1.1.3. Logística

En cuestiones de exportación de bienes, se utiliza crecientemente para denotar la importancia de llevar físicamente los productos de un punto a otro en las mejores condiciones posibles y al menor costo para que estén disponibles para clientes y consumidores en el extranjero. En este sentido, el envase, empaque o embalaje, transporte y almacenamiento, son aspectos de suma importancia.

5.1.1.3.1. Envase

El envase sirve para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías en cualquier fase de su proceso productivo, de distribución o venta. Cada artesanía estará contenida por una caja de cartón, que en la parte de adelante tiene una película transparente para que sea de fácil observación los sombreros y las carteras, los mismos que llevarán en ella los datos de AMA como: nombre del productor, país de origen y todas las normas requeridas a nivel internacional. Estos últimos datos los tendrá que colocar el importador en Estados Unidos, de acuerdo a las normas de calidad exigidas allá.

Gráfico 5.1: Funciones del Envase



Elaborado por: Autoras

Las medidas de las cajas en las cuales se guardará el producto (sombreros y carteras) para su exportación se muestran a continuación:



Imagen 5.2: Tipo de envase para las artesanías



Elaborado por: Autoras

5.1.1.3.2. Empaque o embalaje

El empaque o embalaje es cualquier tipo de contenedor utilizado para proteger, identificar y distribuir las mercancías, contiene varios envases de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

Clasificación:

- Primario: El que contiene el envase.
- Secundario: El que contiene embalajes individuales.
- Terciario: El que contiene embalajes secundarios.

Materiales de Amortiguamiento:

- Espuma de Poliuretano, polietileno con burbujas de aire, viruta, distintas clases de papel y de cartón.

En el caso de las artesanías se va a utilizar cajas resistentes para su empaque, y así facilitar su manejo, preferiblemente usar cajas resistentes de cartón corrugado; ya que los demás tipos de cartón no proporcionan protección alguna al producto cuando se apilan. A veces, los recipientes construidos localmente se pueden reforzar o forrar para proporcionar una protección adicional a los productos.

Las cajas de cartón corrugado, se pueden reutilizar varias veces y pueden resistir las altas humedades relativas de los almacenes.

Imagen 5.3: Tipos de cartón



Fuente: Papelnet, Colombia

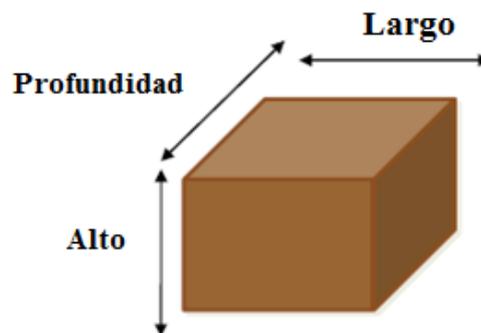
Dentro de cada una de estas cajas se colocarán 30 artesanías (sombreros) con sus respectivos envases, cada caja compuesta por tres filas; 10 sombreros en cada fila, sumando un total de 30 unidades. Para el caso de las artesanías (carteras) se colocarán 15 unidades dentro de una caja, compuesta por tres filas; es decir 5 carteras en cada fila.

➤ **Tamaño del empaque**

Las medidas de las cajas para el empaque en las cuales se guardará el producto (sombreros y carteras) para su exportación se muestran a continuación:



Imagen 5.4: Tamaño del empaque para las artesanías



Elaborado por: Autoras

Cada paquete puede pesar hasta un máximo de 30 kilos, es decir, pueden enviarse varios paquetes en un solo envío, pero cada uno con ese límite de peso.

Imagen 5.5: Peso del empaque



Elaborado por: Autoras

➤ Consideraciones

Cuando se manipula un producto que va a ser empacado, pueden ocurrir diversos daños mecánicos. La siguiente tabla proporciona ejemplos de los daños mecánicos típicos más comunes y sus efectos en los recipientes del empaque que AMA deberá considerar al momento del empaque del producto.

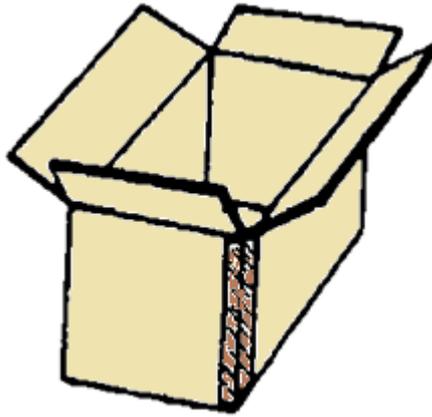
Tabla 5.5: Consideraciones del empaque

Tipo de daño	Tipo de Recipiente	Resultado	Factores de Importancia
Daño por impacto en la caída	Sacos-tejidos y de papel	Aberturas por las juntas y roturas del material que causan fugas y pérdidas por vaciado	Juntas resistentes
	Cajas de cartón corrugado	Separación de juntas, abertura de tapaderas. Distorsión de la forma perdiendo la capacidad de apilado	Juntas resistentes Método de cierre
	Cajas de madera	Fractura de juntas, pérdida de su función de contener	Cierres, resistencia de la madera
	Envases metálicos y barniles	Melladuras, daños de bordes. La separación de juntas y cierre causa pérdidas y deterioro del contenido	
	Envases de plástico	Roturas y desgarros que causan pérdidas de contenido	Material de calidad

Elaborado por: Autoras

Los envases, empaques o embalajes de las mercancías pueden ser diseñados y fabricados por el usuario, de cualquier tamaño y forma deseada. Existen tres tipos de juntas que se usan normalmente para construir cajas resistentes, pero la que se va a usar son: Las juntas reforzadas con cinta.

Imagen 5.6: Juntas reforzadas con cinta



Elaborado por: Autoras

5.1.1.3.3. Etiquetado

El etiquetado del producto ayuda al gestor a mantener el seguimiento de la mercancía cuando se traslada por los diferentes sistemas, y asiste a los mayoristas y minoristas en la utilización de prácticas adecuadas. Las etiquetas pueden estar pre-impresas en cajas de cartón, o pegadas, estampadas o pintadas en los empaques y embalajes. El etiquetado de marca puede ayudar a la publicidad del producto, emparador y/o transportista.

➤ Tipos de Etiquetas

Existen diferentes tipos de etiquetas, sin embargo a continuación, se plantea una clasificación general de cinco tipos de etiquetas:

- **Etiquetas descriptivas o informativas:** Las más completas e ideales para una gran variedad de productos (alimentos, medicamentos, productos electrónicos, muebles, etc.) porque brindan información que es de utilidad para el cliente (nombre o marca, componentes o ingredientes, recomendaciones de uso, precauciones, fecha de fabricación y de vencimiento, procedencia, fabricante, etc.).
- **Etiquetas promocionales:** Este tipo de etiqueta solo debe utilizarse junto a las etiquetas descriptivas o informativas. Es decir, que este tipo de etiqueta debe utilizarse para captar la atención del público meta con llamativos diseños y frases promocionales que "captan la atención".
- **Etiquetas de marca:** Son aquellas que por el hecho de incluir solo el nombre o la marca son ideales para ir adheridas al producto mismo.

- **Etiquetas de grado:** Es un tipo especial de etiqueta que identifica la calidad juzgada del producto mediante una letra, un número o una palabra.
- **Etiquetas obligatorias y no obligatorias:** Estos dos tipos de etiquetas dependen de que existan o no leyes o regulaciones vigentes para cada industria o sector.

Las etiquetas de transporte deben exhibir en parte o en su totalidad esta información:

- Nombre común del producto.
- Peso neto, número y/o volumen.
- Nombre de la compañía.
- Nombre y dirección del empacador o transportista.
- País o región de origen.
- Tamaño y categoría.
- Temperatura de almacenamiento recomendada.
- Instrucciones especiales de manejo.
- Nombre de insecticidas legales si se han utilizado en el empaçado.

En el caso de AMA se recomienda que el tipo de etiqueta que deberá utilizar es la etiqueta de marca, debido a que el producto a exportar (sombreros y carteras) es un complemento o accesorio de la prenda de vestir, ver imagen N°5.1.

5.1.1.3.4. Paletización

Es la acción y efecto de disponer mercancía sobre un palet para su almacenaje y transporte. La carga del palet se puede realizar a mano, si bien no es el sistema tradicional, la cantidad máxima de paquetes que deben ser manipulados a mano es de 25 Kg., y está cada vez más limitado a 15 Kg., aunque lo más habitual es manipularla mecánicamente.

La paletización es sinónimo de almacenamiento y sirve para agrupar sobre una superficie plana, para así poder trasladar objetos individualmente poco manejables, pesados o voluminosos. Esta superficie es llamada mundialmente PALET, y también ayuda a juntar objetos fáciles de desplazar, pero numerosos, cuya manipulación o transporte requerirían mucho tiempo o trabajo.

➤ Ventajas

La paletización nos permite obtener considerables ahorros en los sistemas de distribución, y entre sus principales ventajas se destacan:

- Minimización en los tiempos de las operaciones de carga y descarga, ya que se producen menos manipulaciones en la mercancía.
- Optimización del espacio de almacenamiento al permitir mayores alturas del apilado. Mejor aprovechamiento de los espacios de carga y vehículos.
- Reducción del riesgo de roturas y pérdidas durante la manipulación y el transporte, ya que se manejan cargas con mayor peso y volumen, y se reducen el número de manipulaciones totales.
- En síntesis podemos afirmar que una buena elección del tipo y característica del palet asegura un buen destino final de la mercancía, así como una buena y eficiente gestión en la distribución.

➤ **Palet**

Un palet es una plataforma horizontal que se emplea para almacenar, transportar y distribuir mercancías, como cargas unitarias. Otra definición más concreta; en la norma UNE ISO 445 hace referencia: "plataforma horizontal rígida, cuya altura está reducida al mínimo compatible con su manejo mediante carretillas elevadoras, transpaletas o cualquier otro mecanismo elevador adecuado, utilizado como base para agrupar, apilar, almacenar, manipular y transportar mercancías y cargas en general".

Los primeros palets se fabricaban de madera, ya que era un material económico y de fácil conseguir. Actualmente podemos encontrar palets fabricados a partir de diversos materiales (cartón, plástico, hierro, fibra prensada, etc.), utilizándose unos u otros en función de la aplicación y del sector a los que van dirigidos.

Tabla 5.6: Palets Fabricados por diversos Materiales



Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 10: Palets fabricados por diversos materiales y características.

➤ **TIPOS DE PALETS.**

Dentro de las operaciones de agrupación, almacenamiento y traslado de mercancías, casi común y necesario en todas las empresas, se diferencian entre ellas por el tipo de producto, peso y volumen. Para poder satisfacer a todos los sectores e industrias, existen diferentes tipos de palets según su función o utilización:

- a) **Recuperable:** Es el palet adecuado para ser utilizado en múltiples ciclos o rotaciones en la distribución.
- b) **De un solo uso o fondo perdido:** Es el palet destinado a ser desechado después de un solo ciclo de utilización.
- c) **Intercambiable:** Es el palet que se puede sustituir por otro de iguales características en base a un mutuo convenio entre empresas.

También se puede diferenciar entre los distintos materiales con los que se fabrican actualmente los palets: madera, plástico, papel y cartón, etc.

Conociendo todos estos detalles sobre la paletización, AMA debería utilizar un tipo de palet de un solo uso cuyo material sea de madera.

Tabla 5.7: Palet holgado de un solo uso

Palet Holgado de un solo uso 120 x 80	
	<p>Palet de un solo uso, significa que solo ha realizado un solo porte, la madera esta nueva y sus cualidades siguen siendo iguales, Homologado para la exportación a hacia los Estados Unidos.</p> <p>Medidas: 1.200X800</p> <p>Peso: Aprox.27 Kg.</p> <p>Grosor de tabla: 20-22 Mm.</p> <p>Tacos centrales: 140X140 Mm.</p> <p>Tacos exteriores: 140X100 Mm.</p> <p>Esquenas repasadas.</p> <p>Tablas inferiores repasadas.</p>

Elaborado por: Autoras

5.1.1.3.5. Containerización

➤ Contenedor

Un contenedor es una estructura rígida o semi-rígida que puede estar manufacturado con metal (acero o aluminio), fibra de vidrio o plástico, que permite un uso repetido facilitando las operaciones de carga y descarga.

El envío de mercancías containerizadas exige que conozcamos los tipos de contenedores existentes y sus dimensiones con el fin de solicitar y seleccionar el tipo apropiado y optimizar los envíos, ya que como se paga por contenedor el tamaño del pedido, deberá adaptarse a las dimensiones y espacio disponible.

➤ Ventajas del uso de contenedores

Las ventajas del uso de contenedores son:

- La mercancía sufre menos manipulaciones, reduciendo los costes y tiempos de carga y descarga.
- La mercancía viaja más protegida, se disminuirá así el riesgo de daños, robo y el coste de los embalajes necesarios para el transporte.

- Permite la utilización de buques muy efectivos y rápidos con gran capacidad de carga.

➤ **Tipos de Contenedores Marítimos**

1. Cerrado (BOX): Este contenedor es el de más frecuente utilización, dotado de puertas en el testero (panel posterior o puertas), se carga a través de ellas con la ayuda de carretillas o montacargas.

2. De costado abierto (OPEN SIDE): Este contenedor se utiliza cuando la mercancía a cargar, a causa de su longitud, resulta de difícil manejo a través del testero, se utilizan contenedores de costado abierto para poder cargar las mercancías.

3. De techo abierto (OPEN TOP): Este contenedor se utiliza cuando el volumen de la mercancía hace difícil el manejo a través del testero o del costado, se utilizan contenedores abiertos en el techo para poder cargar la mercancía con grúas.

4. Cisterna (TANK): Este contenedor consta de una típica cisterna apoyada en una estructura metálica de soporte, dotada de los accesorios necesarios (cantoneiras de esquina, etc.), para poder ser trincado con los anclajes de las superficies de apoyo en los vehículos de transporte.

5. Isotermo: Este contenedor está construido con materiales aislantes que limitan el paso del calor entre el interior y el exterior.

6. Frigorífico (REEFER): Este contenedor isotermo, que con ayuda de un dispositivo de producción de frío, permite reducir la temperatura dentro del contenedor y mantenerla.

7. Calorífico: Es el contenedor isotermo que con ayuda de un sistema de calefacción, permite elevar la temperatura dentro del contenedor y mantenerla.

8. De Temperatura Controlada: Es el contenedor que con alguno de los dos tipos de sistemas anteriores, que además está dotado de un sistema de control y registro de temperatura y humedad.

9. Plegable: Sus elementos pueden plegarse para su transporte en vacío.

10. Rodante (ROLL ON ROLL OFF): Este contenedor tiene el sistema de ruedas, frenos y anclaje en la tortuga del cabezal para su transportación, también denominados Door to Door o Home to Home.

11. Plataforma (FLAT): Cuando por sus características geométricas, el equipo a transportarse no encaja dentro de ninguno de los contenedores anteriores, se utilizan contenedores abiertos que consisten en plataformas con mamparos abatibles en los testeros (panel frontal y puertas).

12. Mitad de contenedor (HALF CONTAINER): Este contenedor es exactamente la mitad de un contenedor en forma horizontal y este es utilizado para el transporte de mercancías extra pesadas, que en un contenedor normal, por el peso utilizarían menos de la mitad del contenedor y para que no exista mayor desperdicio de espacio se creó esta mitad de contenedor (horizontal) a los cuales se los llama HALF CONTAINER.

Ver Anexo 11: Tipos de Contenedores Marítimos.

➤ **Dimensiones y Capacidades**

De acuerdo a su longitud en la práctica, las dimensiones exteriores de los contenedores más utilizados son en pies y pulgadas:

- **Longitud:** de 20', 30', 35', 40', 45', 48' y 53'
- **Anchura:** de 8' y 8', 6"
- **Altura:** De 8', 8', 6" Y 9', 6"

- **Contenedor TEU'S:** Las siglas **TEU** (acrónimo del término en inglés Twenty-feet Equivalent Unit) representa la unidad de medida de capacidad del transporte marítimo en contenedores. Una TEU es la capacidad de carga de un contenedor normalizado de 20 pies.

- **Contenedor FEU'S:** Las siglas **FEU** (acrónimo del término en inglés Forty-foot Equivalent Unit) representa la unidad de medida de capacidad del transporte marítimo en contenedores. Una FEU es la capacidad de carga de un contenedor normalizado de 40 pies.

Los más utilizados son los estándares de 20' y 40' pies con 8' de ancho y 8', 6'' de alto.

Tabla 5.8: Medidas de los contenedores marítimos

Medidas (interiores) de los contenedores más utilizados tipo Dry Van			
	20 pies, 20' x 8' x 8'6"	40 pies, 40' x 8' x 8'6"	40 pies High Cube, 40' x 8' x 9'6"
Tara	2.300 kg / 5.070 lb	3.750 kg / 8.265 lb	3.940 kg / 8.685 lb
Carga máxima	28.180 kg / 62.130 lb	28.750 kg / 63.385 lb	28.560 kg / 62.965 lb
Peso bruto	30.480 kg / 67.200 lb	32.500 kg / 71.650 lb	32.500 kg / 71.650 lb
Uso más frecuente	Carga seca normal: bolsas, palés , cajas, tambores, etc.	Carga seca normal: bolsas, palés , cajas, tambores, etc.	Especial para cargas voluminosas: tabaco, carbón.
Largo	5.898 mm / 19'4"	12.025 mm / 39'6"	12.032 mm / 39'6"
Ancho	2.352 mm / 7'9"	2.352 mm / 7'9"	2.352 mm / 7'9"
Altura	2.393 mm / 7'10"	2.393 mm / 7'10"	2.698 mm / 8'10"
Capacidad	32,6 m ³ / 1.172 ft ³	67,7 m ³ / 2.390 ft ³	76,4 m ³ / 2.700 ft ³

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 12: Tarifa de Contenedores

En el caso de AMA se recomienda que el tipo de contenedor que deberá utilizar sea el cerrado o también llamado box de 20', debido a que el producto a exportar no presenta degrado en los materiales que lo compone.

Imagen 5.7: Contenedor box 20 pulgadas



Fuente: Box&Box, Parma - Italia

5.1.1.3.6. Sistema de Transporte

Dentro de la logística, un factor importante es la distribución física de los productos, y a su vez existen variables dentro de la distribución física, una de ellas es el transporte. Es indispensable conocer la clasificación del transporte, y por su puesto analizar cuál cumple con las necesidades para exportar artesanías a Estados Unidos, tomando en cuenta el precio, tiempo de entrega y exigencias del producto.

➤ Clasificación de Transporte

De acuerdo a los medios, el transporte se clasifica en:

- Transporte Carretero: Tráileres, Automóviles, Camiones, Etc.
- Transporte Ferroviario: Trenes sobre vías férreas.
- Transporte Marítimo: Barcos, Buques de Cargas, etc.
- Transporte Aéreo: Avión.
- Transporte Multimodal: Dos o más tipos de transporte.

Las modalidades de transporte para la exportación desde el Ecuador hacia Estados Unidos se lo realizan mediante vía marítima y vía aérea.

Al analizar y comparar entre sí algunos aspectos sobresalientes de los varios modos de transporte, es frecuente referirse a: costo, rapidez, riesgo y alcance; por ello, los cuatro grandes medios de transporte internacional de carga se pueden clasificar de la manera en que se plasman en la siguiente tabla:

Tabla 5.9: Aspectos de los modos de transporte

MEJOR OPCIÓN	ASPECTOS A CONSIDERAR			
	COSTO	RAPIDEZ	RIESGO	ALCANCE
1 ^a	Buque	Avión	Buque	Camión
2 ^a	Ferrocarril	Camión	Avión	Ferrocarril
3 ^a	Camión	Ferrocarril	Ferrocarril	Avión
4 ^a	Avión	Buque	Camión	Buque

Fuente: MORALES TRONCOSO. Op. Cit. p. 239.

Considerando y comparando los aspectos más sobresalientes en la tabla N°5.9, lo más recomendable para AMA es que realice sus exportaciones mediante vía marítima (Buque), por ser la mejor opción en comparación con las otras modalidades.

➤ **Transporte por vía marítima**

El transporte marítimo se distingue de los demás por ser actualmente el medio más utilizado para la exportación de mercancías y el comercio internacional, ya que cubre el 80% del valor de intercambio internacional.

El transporte marítimo también es el medio que soporta mayor movimiento de mercancías, tanto en contenedor, como graneles secos o líquidos. Teniendo en cuenta que el planeta Tierra está cubierto por agua en sus dos terceras partes, el hombre ha buscado la manera de viajar sobre el agua. Así el agua ha unido diversas partes del globo terráqueo porque los barcos navegan por ellas. El transporte de personas por vía marítima ha perdido mucha de su importancia debido al desarrollo de la aviación comercial. Subsiste de forma significativa solamente en dos ámbitos: las travesías cortas (pequeñas distancias entre islas o dos orillas de un río) y los cruceros turísticos.

Para exportar hacia Estados Unidos, un contenedor se demora en el viaje marítimo un promedio de 12 a 14 días.

Imagen 5.8: Transporte marítimo



Fuente: GPlogistics, Ecuador

➤ **Ventajas**

Las principales ventajas de este medio son:

- **Gran capacidad:** se pueden transportar grandes masas de graneles o de contenedores. Los grandes petroleros llamados ULCC (Ultra Large Crude Carrier), tienen una capacidad de más de 500.000 toneladas de peso muerto.
- **Ámbito internacional:** es el mejor medio para trasladar grandes volúmenes de mercancías entre dos puntos alejados geográficamente. Además, el desarrollo de las autopistas del mar y del «transporte marítimo de corta distancia» (en inglés, Short Sea Shipping o SSS) permite la combinación del transporte marítimo con otros medios de transporte.
- **Flexibilidad y versatilidad:** estas características están dadas por la posibilidad de emplear buques pequeños y grandes con versatilidad, porque se han construido buques de diversos tamaños y adaptados a todo tipo de cargas; además de los tradicionales cargueros, existen metaneros, para carga rodante, para carga refrigerada, para graneles sólidos, entre otros.

➤ **Conocimiento de Embarque Marítimo: Bill of Lading.**

Es el principal documento de transporte empleado en el campo marítimo. Es un documento singular por su triple función.

Ver Anexo 13: Bill of Lading

Se lo emplea como:

- Recibo de las mercancías embarcadas.
- Prueba del contrato de transporte, cuyas condiciones suelen figurar al dorso.
- Documento acreditativo de la propiedad de la mercancía transportada. Esto significa que nos permite la venta de la mercancía durante el tiempo que esta se encuentra viajando.

AMA como posibles exportadoras, emplearán el conocimiento de embarque como prueba ante los clientes de que se embarcarán las mercancías solicitadas. Este documento no será exigido por los bancos para el cobro de los créditos documentarios. Como norma general aduanera, el transportista sólo entregará la

mercancía al importador contra presentación del conocimiento de embarque original, aunque existen variantes de este documento que permiten la entrega automática sin originales siempre y cuando como exportadores lo autoricen. De este documento deberán ser emitidas tres copias, una para el exportador, una para el transportista y una para el importador.

Tabla 5.10: Características del Transporte Marítimo

CARACTERÍSTICAS TRANSPORTE MARÍTIMO	
DEFINICIÓN	Opera dentro de un corredor de tráfico, con puertos obligatorios, frecuencias mínimas y regulares
MODALIDAD OPERATIVA	Arrendamiento de un espacio en la bodega
NEXO ENTRE CARGADOR Y TRANSPORTISTA	Agencia Marítima - Freight Forwarder
CONTRATO HABITUAL	Por viaje (B/L)
CONDICIÓN DEL CONTRATO	Flete con gastos de carga, estiba y descarga incluidos
MERCADO	Libre, estable y tendiendo a la cartelización
FIJACIÓN DEL FLETE	Impuesto por la línea marítima
UNIDAD DE MEDIDA	Tn, M3 o por Contenedor
FORMA DE PAGO	Prepaid - collect
COSTOS PARA EL CARGADOR	En tierra (Condición FOB) <ul style="list-style-type: none"> • Manipuleos • THC • Retiro del contenedor vacío • Consolidación • Emisión B/L • Tasa a las Cargas • Cargo por seguridad • Lavado y limpieza del contenedor

Fuente: Guía para el exportador de artesanías de cuero y madera, Ministerio de Producción, Trabajo y turismo, 2009

Ver Anexo 14: Cadena Logística de exportación

5.1.1.3.7. Canales de Distribución

El canal de distribución es el conjunto de empresas e individuos que adquieren la propiedad o participación de la transferencia de un bien o un servicio a medida que este se desplaza del productor al consumidor o usuario final⁷⁶.

⁷⁶ s/a, Art. "Desarrollo y Gestión de Microemprendimientos en Áreas Rurales", Argentina, Marzo de 2011

➤ **Clasificación de los Canales de Distribución:**

a) Canal Indirecto

En este tipo de canal, el fabricante deja la venta en manos de intermediarios, como acopiadores, distribuidores mayoristas, comercios minoristas.

b) Canal Directo

El fabricante o productor es el propio distribuidor.

c) Alternativas Cooperadas de Distribución

Son alianzas entre el productor y comerciante. Ejemplos de esta alternativa son: Stands en ferias, shoppings o exposiciones, exhibiciones en puntos de ventas, marcas exclusivas elaborados por terceros, franquicias⁷⁷.

La siguiente imagen muestra una propuesta que debería utilizar AMA, referente a los canales de Distribución.

Imagen 5.9: Canales de Distribución



Elaborado por: Autoras

⁷⁷ s/a, Art. "Desarrollo y Gestión de Microemprendimientos en Áreas Rurales", Argentina, Marzo de 2011

Si AMA muestra un canal de distribución directo lo haría de la siguiente manera:

➤ **Canal Directo**

Canal 1: AMA vende directamente dentro del mercado doméstico a: multitiendas, minoristas, mayoristas, y en el mercado de exportación podría vender a clientes situados en los Estados Unidos sin intermediarios.

Si AMA muestra un canal de distribución indirecto se lo haría de la siguiente manera:

➤ **Canal Indirecto**

Canal 1: AMA vende a un mayorista en Machala y este le vende al consumidor final, sea del mercado doméstico o del mercado de exportación.

Canal 2: Como mercado doméstico se da la figura en que el mayorista va a donde AMA y le vende a los minoristas y estos al consumidor final.

Canal 3: En este canal AMA lleva sus productos a otras ciudades para vendérselos a los mayoristas, y estos a su vez envían a Machala a otros mayoristas; y estos a minoristas hasta que llegue al consumidor final.

Entre un canal directo o indirecto, el mejor es el canal directo que conducirían a que AMA venda en el mercado de exportación de forma directa sus productos.

La importancia radica en las siguientes razones estratégicas

- No depender de comerciantes minoristas.
- Poder planificar mejor a largo plazo.
- Tener un contacto directo con el usuario para conocer su opinión y mejorar la oferta.
- Reducir la competencia de otros productos con los que debería competir si se vendiera en comercios minoristas.
- Garantizar la exhibición de los productos en forma adecuada.
- Poder expandir su gama de productos.
- Dar una atención especializada y personalizada.
- Lograr que los clientes se identifiquen con la marca y con la empresa, desarrollando lealtad y logrando el posicionamiento deseado.

5.1.1.4. Promoción (Publicidad)

Es una parte fundamental para asegurar el éxito de un nuevo producto en el mercado, lo representa la inversión que efectuó el productor para dar a conocer su marca ante el consumidor final. Sin duda, el éxito de la empresa y la permanencia del producto en el mercado requieren de una promoción activa.

La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al consumidor objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.

Los tres principales instrumentos de la promoción masiva son: la publicidad, la promoción de las ventas y las relaciones públicas. Se trata de herramientas de mercadotecnia en gran escala que se oponen a las ventas personales, dirigidas a compradores específicos⁷⁸.

En el caso de AMA, los diferentes instrumentos y medios que se utilizarán para dar a conocer las artesanías serán:

➤ **Publicidad:**

➤ Catálogos

➤ Volantes

➤ **Promoción:**

a) Participación de ferias y exposiciones internacionales.

Son consideradas herramientas estratégicas donde el consumidor puede conocer más acerca del producto o estar en contacto directo con el mismo.

Ver Anexo 7: Volantes

Ver Anexo 8: Participación en ferias

Ver Anexo 9: Reconocimiento otorgado a AMA por participación en feria local

⁷⁸ CAMACHO, Claudia, y MEDINA, Yadira, "México, exportador de miel a Alemania", México DF, 2010, p. 134

5.2. Análisis Financiero

El presente análisis financiero se ha desarrollado para el proyecto: *“Diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradoras con la fibra del tallo de banano dirigido a la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la provincia de el Oro”*

Para poder determinar la factibilidad del proyecto de exportación de AMA, se considera el monto de la inversión que requerirá AMA para la puesta en marcha de su exportación, así como los pronósticos tanto de ingreso como de costo para su exportación, y de los gastos operacionales implícitos en este negocio, también se tomó en cuenta el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), con un respectivo análisis en el rendimiento tanto de activos como de patrimonio.

5.2.1. Inversión requerida de AMA para exportar

Para que AMA pueda exportar requerirá una inversión de \$14.904,11.

La siguiente tabla muestra los detalles de los valores de cada rubro que componen dicha inversión.

Tabla 5.11: Inversión Requerida de AMA para exportar

Inversión Requerida	Capital de trabajo	\$ 6.660,00
	Inversión en activos fijos	\$ 1.600,00
	Capacitación en curso de inglés	\$ 950,00
	Tramites y documentos y costos de exportación	\$ 5.694,11
	Total de Inversión	\$ 14.904,11

Elaborado por: Autoras

Ver Anexo 15: Capital de trabajo.

Ver Anexo 16: Inversión en activos fijos (Equipos de oficina).

Ver Anexo 17: Inversión en activos fijos (Equipos de computación).

Ver Anexo 18: Inversión en activos fijos (Muebles y enseres).

Ver Anexo 19: Capacitación en curso de inglés.

Ver anexo 20: Trámites, documentos y costos de exportación de Artesanías (sombrosos y carteras).

Para el detalle del cálculo de la depreciación de activo fijo, se muestra en los siguientes anexos:

Ver Anexo 21: Depreciación de activo fijo (Equipos de oficina)

Ver Anexo 22: Depreciación de activo fijo (Equipos de computación)

Ver Anexo 23: Depreciación de activo fijo (Muebles y enseres)

5.2.2. Pronóstico de Ingreso en cantidades y dólares de sombreros y carteras

5.2.2.1. Pronóstico de Ingreso en cantidades y dólares de sombreros

AMA está en la capacidad de producir dos sombreros por día, entonces si las 47 artesanas confeccionan dicho producto los seis días a la semana, entonces el número máximo de producción será de 2.256 sombreros mensualmente, si todo el plan se encamina bien se estima un 7%, 8%, 9% y 10% de incremento para el segundo, tercero, cuarto y quinto año respectivamente, considerando un precio de venta de exportación de \$25,00 por parte de sombreros, entonces la siguiente tabla muestra los ingresos tanto en cantidades como en dólares, correspondiente a sombreros que ofertará AMA, para los próximos 5 años:

Tabla 5.12: Pronóstico de ingreso por sombreros en cantidades

Pronóstico de Ventas en Cantidades periodo: 2012- 2017	Producto	Partida: 6504
	Artesanía: Sombrero a base de fibra de tallo de banano	
	2012-2013	27.072
	2013-2014	28.967
	2014-2015	31.284
	2015-2016	34.100
2016-2017	37.510	

Elaborado por: Autoras

Tabla 5.13: Pronóstico de Ingreso por sombrero en dólares

Pronóstico de Ingreso por Venta en \$ periodo: 2012- 2017	Producto	Partida: 6504
	Artesanía: Sombrero a base de fibra de tallo de banano	
	2012-2013	\$ 676.800,00
	2013-2014	\$ 724.176,00
	2014-2015	\$ 782.110,08
	2015-2016	\$ 852.499,99
2016-2017	\$ 937.749,99	

Elaborado por: Autoras

5.2.2.2. Pronóstico de Ingreso en cantidades y dólares de carteras

AMA está en la capacidad de producir una cartera por día, entonces si las 47 artesanas confeccionan dicho producto los seis días a la semana, entonces el número máximo de producción será de 1.128 carteras mensualmente, estimando los mismos porcentajes de incremento que en los ingresos, y considerando un precio de venta de exportación de \$40,00 por parte de carteras, entonces la siguiente tabla muestra los ingresos tanto en cantidades como en dólares, correspondiente a carteras que ofertará AMA, para los próximos 5 años:

Tabla 5.14: Pronóstico de Ingreso por cartera en cantidades

Pronóstico de Ventas en Cantidades periodo: 2012- 2017	Producto	Partida: 6504
	Artesanía: Cartera a base de fibra de tallo de banano	
	2012-2013	13.536
	2013-2014	14.484
	2014-2015	15.642
	2015-2016	17.050
2016-2017	18.755	

Elaborado por: Autoras

Tabla 5.15: Pronóstico de Ingreso por cartera en dólares

Pronóstico de Ingreso por Venta en \$ periodo: 2012- 2017	Producto	Partida: 6504
	Artesanía: Cartera a base de fibra de tallo de banano	
	2012-2013	\$ 541.440,00
	2013-2014	\$ 579.340,80
	2014-2015	\$ 625.688,06
	2015-2016	\$ 681.999,99
	2016-2017	\$ 750.199,99

Elaborado por: Autoras

5.2.2.3. Pronóstico de Ingreso total de sombreros y carteras

Considerando el ingreso tanto de sombreros como de cartera, entonces el ingreso total que percibirá AMA durante los próximos 5 años será como muestra la siguiente tabla:

Tabla 5.16: Ingreso total de ventas

Inversión Requerida	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Ingresos por ventas					
(1) Ingresos por ventas de artesanía de sombrero a base de fibra de tallo de banano	\$ 676.800,00	\$ 724.176,00	\$ 782.110,08	\$ 852.499,99	\$ 937.749,99
(2) Ingresos por ventas de artesanía de cartera a base de fibra de tallo de banano	\$ 541.440,00	\$ 579.340,80	\$ 625.688,06	\$ 681.999,99	\$ 750.199,99
Total de Ingreso por Venta de AMA	\$ 1.218.240,00	\$ 1.303.516,80	\$ 1.407.798,14	\$ 1.534.499,98	\$ 1.687.949,97

Elaborado por: Autoras

5.2.3. Pronóstico de los Costo de producción en cantidades y dólares de sombreros y carteras

Considerando las mismas cantidades y porcentaje de incremento del ingreso tanto de sombrero como de cartera, mencionados en el punto anterior, pero con un costo de producción de sombreros de \$15,40 y con un costo de producción de carteras de \$22,00, entonces la siguiente tabla muestra los costos de producción en dólares, correspondiente a sombreros y carteras que oferta de AMA, para los próximos 5 años

Tabla 5.17: Pronóstico de Costo por sombreros en dólares

Pronóstico de Costo de Producción de sombreros en \$ periodo: 2012- 2017	Producto	Partida: 6504
	Artesanía: Sombrero a base de fibra de tallo de banano	
	2012-2013	\$ 416.908,80
	2013-2014	\$ 446.092,42
	2014-2015	\$ 481.779,81
	2015-2016	\$ 525.139,99
	2016-2017	\$ 577.653,99

Elaborado por: Autoras

Tabla 5.18: Pronóstico de Costo por carteras en dólares

Pronóstico de Costo de Producción de carteras en \$ periodo: 2012- 2017	Producto	Partida: 6504
	Artesanía: Cartera a base de fibra de tallo de banano	
	2012-2013	\$ 297.792,00
	2013-2014	\$ 318.637,44
	2014-2015	\$ 344.128,44
	2015-2016	\$ 375.099,99
	2016-2017	\$ 412.609,99

Elaborado por: Autoras

5.2.3.1. Pronóstico de Costo total de sombreros y carteras

Considerando el costo tanto de sombreros como de cartera, entonces el costo total que incurrirá AMA durante los próximos 5 años será como muestra la siguiente tabla:

Tabla 5.19: Pronóstico de costo total de producción de cartera y sombreros

Costo de Producción	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
costos variables					
(1) Costo variable de la artesanía de sombreros a base de fibra de tallo de banano	\$ 416.908,80	\$ 446.092,42	\$ 481.779,81	\$ 525.139,99	\$ 577.653,99
(2) Costo variable de la artesanía de cartera a base de fibra de tallo de banano	\$ 297.792,00	\$ 318.637,44	\$ 344.128,44	\$ 375.099,99	\$ 412.609,99
Total costos de Producción de AMA	\$ 714.700,80	\$ 764.729,86	\$ 825.908,24	\$ 900.239,99	\$ 990.263,99

Elaborado por: Autoras

5.2.4. Pronóstico de Gastos Operacionales

Entre los gastos operacionales que se considerará se tiene a los servicios básicos de agua potable, de luz eléctrica, telefonía, internet, útiles de oficina, publicidad y promoción, arriendo y otros pagos municipales.

La siguiente tabla muestra los valores detallados de los gastos operacionales que incurrirá AMA durante los próximos 5 años:

Tabla 5.20: Gastos operacionales AMA

Proyección de los Gastos de operación a requerir para AMA 2012-2017	Producto	Partida: 6504	Servicio básico de agua potable	Servicio básico de luz eléctrica	Servicios básicos teléfono (convencional)	Servicios de Internet	Gastos por útiles de oficina	Gastos de publicidad y promoción	Gastos por arriendo del local	Otros Pagos Municipales	Total Anual
	Artesanías: Sombrero y Cartera a base de fibra de tallo de banano										
	2012-2013		\$ 780,00	\$ 1.200,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 600,00	\$ 1.440,00	\$ 1.800,00	\$ 600,00	\$ 7.260,00
	2013-2014		\$ 783,90	\$ 1.206,00	\$ 422,10	\$ 422,10	\$ 603,00	\$ 1.447,20	\$ 1.809,00	\$ 603,00	\$ 7.296,30
	2014-2015		\$ 787,82	\$ 1.212,03	\$ 424,21	\$ 424,21	\$ 606,02	\$ 1.454,44	\$ 1.818,05	\$ 606,02	\$ 7.332,78
	2015-2016		\$ 791,76	\$ 1.218,09	\$ 426,33	\$ 426,33	\$ 609,05	\$ 1.461,71	\$ 1.827,14	\$ 609,05	\$ 7.369,45
	2016-2017		\$ 795,72	\$ 1.224,18	\$ 428,46	\$ 428,46	\$ 612,09	\$ 1.469,02	\$ 1.836,27	\$ 612,09	\$ 7.406,29
			\$ 3.939,20	\$ 6.060,30	\$ 2.121,11	\$ 2.121,11	\$ 3.030,15	\$ 7.272,36	\$ 9.090,45	\$ 3.030,15	
	Total de Costos de operación 2012-2017			\$ 36.664,82							

Elaborado por: Autoras

5.2.5. Pronóstico de Sueldos y Beneficio sociales

La siguiente tabla muestra los pronósticos de sueldos de AMA, en cual se considera que a partir del periodo 2014-2015; 2015-2016; 2016-2017, este rubro tendrá un incremento del 2%, 3% y 4% respectivamente. En el detalle de los valores de los beneficios sociales.

Ver Anexo 24: Beneficios y Prestaciones Sociales de AMA

Tabla 5.21: Pronóstico de Sueldo de AMA

Pronóstico de Sueldos y beneficios sociales de AMA periodo: 2012- 2017	Producto	Partida: 6504			
	Artesanías: Sombreros y Cartera a base de fibra de tallo de banano	Presidenta 1	Coordinadora 1	Artesanas 45	
2012-2013	Sueldo mensual	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	
	Sueldo anual	\$ 7.980,00	\$ 7.980,00	\$ 359.100,00	
	Beneficio social	\$ 2.259,07	\$ 2.259,07	\$ 101.658,15	
2013-2014	Sueldo mensual	\$ 665,00	\$ 665,00	\$ 665,00	
	Sueldo anual	\$ 7.980,00	\$ 7.980,00	\$ 359.100,00	
	Beneficio social	\$ 2.924,07	\$ 2.924,07	\$ 131.583,15	
2014-2015	Sueldo mensual	\$ 678,30	\$ 678,30	\$ 678,30	
	Sueldo anual	\$ 8.139,60	\$ 8.139,60	\$ 366.282,00	
	Beneficio social	\$ 2.976,71	\$ 2.976,71	\$ 133.952,01	
2015-2016	Sueldo mensual	\$ 698,65	\$ 698,65	\$ 698,65	
	Sueldo anual	\$ 8.383,79	\$ 8.383,79	\$ 377.270,46	
	Beneficio social	\$ 3.057,25	\$ 3.057,25	\$ 137.576,37	
2016-2017	Sueldo mensual	\$ 726,59	\$ 726,59	\$ 726,59	
	Sueldo anual	\$ 8.719,14	\$ 8.719,14	\$ 392.361,28	
	Beneficio social	\$ 3.167,86	\$ 3.167,86	\$ 142.553,83	

Elaborado por: Autoras

5.2.6. Valor de desecho o Valor en libros

La siguiente tabla muestra el detalle del valor en libros que para el quinto año periodo 2016-2017, ya descontado el impuesto a la renta es de \$304,20.

Tabla 5.22: Valor de desecho o valor en libros

Concepto	Importe del activo	Depreciación Acumulada	Valor en libros
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 515,00	\$ 257,50	\$ 257,50
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 1.789,30	\$ 1.486,20	\$ 303,10
Depreciación de Muebles y enseres	\$ 205,00	\$ 102,50	\$ 102,50
Subtotal Valor en libros			\$ 405,60
(-) Impuesto a la Renta 25%			\$ 101,40
Valor en libros para el año 2017			\$ 304,20

Elaborado por: Autoras

5.2.7. Estados Financieros proyectados

Se tomará en consideración tanto los balances como los estados de resultados así como los flujos de efectivos proyectados, el retorno de la inversión, entre otros indicadores económicos, que servirán para tomar una buena decisión financiera.

5.2.7.1. Estado de Resultados proyectado

La siguiente tabla muestra el detalle del estado de resultado proyectado de AMA para los próximos 5 años, en la cual refleja una Utilidad Neta esperada muy rentable para AMA.

Tabla 5.23: Estado de Resultado Proyectado

**ESTADO DE RESULTADO PROFORMA DE EXPORTACIÓN
AMA
2012-2017**

CUENTA	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016	2016 - 2017
Ingreso por Ventas					
(1) Ingresos por ventas de artesanía de sombrero a base de fibra de tallo de banano	\$ 676.800,00	\$ 724.176,00	\$ 782.110,08	\$ 852.499,99	\$ 937.749,99
(2) Ingresos por ventas de artesanía de cartera a base de fibra de tallo de banano	\$ 541.440,00	\$ 579.340,80	\$ 625.688,06	\$ 681.999,99	\$ 750.199,99
Total Ingreso por venta	\$ 1.218.240,00	\$ 1.303.516,80	\$ 1.407.798,14	\$ 1.534.499,98	\$ 1.687.949,97
Costo de Ventas					
(1) Costo variable de la artesanía de sombreros a base de fibra de tallo de banano	\$ 416.908,80	\$ 446.092,42	\$ 481.779,81	\$ 525.139,99	\$ 577.653,99
(2) Costo variable de la artesanía de cartera a base de fibra de tallo de banano	\$ 297.792,00	\$ 318.637,44	\$ 344.128,44	\$ 375.099,99	\$ 412.609,99
Total Costo de venta	\$ 714.700,80	\$ 764.729,86	\$ 825.908,24	\$ 900.239,99	\$ 990.263,99
Utilidad Bruta en Ventas de AMA	\$ 503.539,20	\$ 538.786,94	\$ 581.889,90	\$ 634.259,99	\$ 697.685,99
Gastos de Operación de exportación					
Costos operativos	\$ 7.020,00	\$ 7.055,10	\$ 7.090,38	\$ 7.125,83	\$ 7.161,46
Gastos de Suelos	\$ 375.060,00	\$ 375.060,00	\$ 382.561,20	\$ 394.038,04	\$ 409.799,56
Beneficio Sociales	\$ 106.176,29	\$ 137.431,29	\$ 139.905,44	\$ 143.690,88	\$ 148.889,55
Depreciación de activos	\$ 365,33	\$ 365,33	\$ 365,33	\$ 375,10	\$ 657,70
Total de Costos Fijos	\$ 488.621,62	\$ 519.911,72	\$ 529.922,34	\$ 545.229,84	\$ 566.508,27
Utilidad Operativa	\$ 14.917,58	\$ 18.875,22	\$ 51.967,55	\$ 89.030,15	\$ 131.177,72
15% Participación Utilidad de Trabajadores	\$ 2.237,64	\$ 2.831,28	\$ 7.795,13	\$ 13.354,52	\$ 19.676,66
25% Impuesto Renta	\$ 3.169,99	\$ 4.010,98	\$ 11.043,11	\$ 18.918,91	\$ 27.875,27
Utilidad Neta de AMA	\$ 9.509,96	\$ 12.032,95	\$ 33.129,32	\$ 56.756,72	\$ 83.625,80

Elaborado por: Autoras

5.2.7.2. Periodo de recuperación

En vista que la inversión inicial para exportar es de \$14.904,11 y el flujo de efectivo neto del primer año pronosticado es de \$9.875,29 y como del segundo año pronosticado es de \$ 12.398,29 entonces se puede deducir que AMA recuperaría su inversión dentro del primer año y 4 meses de exportación.

5.2.7.3. Balance General proyectado

La siguiente tabla muestra el balance general proyectado para los próximos 5 años realizados en forma de reporte para AMA.

Tabla 5.24: Balance General Proyectado de AMA

BALANCE GENERAL PROFORMA DE EXPORTACIÓN											
AMA											
2012-2017											
Descripción	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016	2016 - 2017	Descripción	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015	2015 - 2016	2016 - 2017
ACTIVO						PASIVO					
Activo Corriente	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	Pasivo Corriente					
Caja/Bancos	\$ 3.378,57	\$ 4.626,59	\$ 15.327,93	\$ 35.392,12	\$ 67.388,13	Proveedores	\$ 11.792,56	\$ 14.721,05	\$ 36.339,96	\$ 49.513,20	\$ 54.464,52
Inventario	\$ 21.441,02	\$ 26.765,54	\$ 66.072,66	\$ 90.024,00	\$ 99.026,40	Pasivo Largo Plazo					
Cuentas por Cobrar	\$ 1.218,24	\$ 1.303,52	\$ 1.407,80	\$ 1.534,50	\$ 1.687,95	Impuesto por Pagar	\$ 3.169,99	\$ 4.010,98	\$ 11.043,11	\$ 18.918,91	\$ 27.875,27
Total Activo Corriente	\$ 26.037,83	\$ 32.695,65	\$ 82.808,39	\$ 126.950,62	\$ 168.102,48	Pasivo Total	\$ 14.962,55	\$ 18.732,03	\$ 47.383,07	\$ 68.432,11	\$ 82.339,78
Activo Fijo											
Equipos de Oficina	\$ 515,00	\$ 515,00	\$ 515,00	\$ 515,00	\$ 515,00	Patrimonio					
Depreciación Acumulada Equipos de Oficina	\$ 51,50	\$ 103,00	\$ 154,50	\$ 206,00	\$ 257,50	Capital Social	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Equipos de Computación	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 880,00	\$ 909,30	\$ 909,30	Aumento de Capital	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Depreciación Acumulada Equipos de computación	\$ 293,33	\$ 586,67	\$ 880,00	\$ 303,10	\$ 606,20	Utilidad	\$ 9.509,96	\$ 12.032,95	\$ 33.129,32	\$ 56.756,72	\$ 83.625,80
Muebles y Enseres	\$ 205,00	\$ 205,00	\$ 205,00	\$ 205,00	\$ 205,00	Pago de Dividendos					
Depreciación Acumulada Muebles y enseres	\$ 20,50	\$ 41,00	\$ 61,50	\$ 82,00	\$ 102,50	Total Patrimonio	\$ 12.309,96	\$ 14.832,95	\$ 35.929,32	\$ 59.556,72	\$ 86.425,80
Total Activo Fijo Neto	\$ 1.234,67	\$ 869,33	\$ 504,00	\$ 1.038,20	\$ 663,10						
Total de Activo	\$ 27.272,50	\$ 33.564,99	\$ 83.312,39	\$ 127.988,82	\$ 168.765,58	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 27.272,50	\$ 33.564,99	\$ 83.312,38	\$ 127.988,82	\$ 168.765,58

Elaborado por: Autoras

5.2.7.4. Cash Flow o Flujo de efectivo Proyectado

La siguiente tabla muestra el flujo de efectivo proyectado para los próximos 5 años, considerando para el ingreso total; la sumatoria del ingreso por venta del sombrero y del ingreso por venta de la cartera, al igual con los costos destacando estos dos productos.

Tabla 5.25: Flujo de efectivo proforma de exportación

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO PROFORMA DE EXPORTACIÓN						
AMA						
2012-2017						
Descripción	Inicial 2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Capital de trabajo	\$ 6.660,00					
Inversión en activos fijos	\$ 1.600,00					
Capacitación en curso de inglés	\$ 950,00					
Tramites y documentos y costos de exportación	\$ 5.694,11					
Inversión Requerida	-\$ 14.904,11					
Ingresos por ventas						
(1) Ingresos por ventas de artesanía de sombrero a base de fibra de tallo de banano		\$ 676.800,00	\$ 724.176,00	\$ 782.110,08	\$ 852.499,99	\$ 937.749,99
(2) Ingresos por ventas de artesanía de cartera a base de fibra de tallo de banano		\$ 541.440,00	\$ 579.340,80	\$ 625.688,06	\$ 681.999,99	\$ 750.199,99
Total de Ingreso por Venta de AMA		\$ 1.218.240,00	\$ 1.303.516,80	\$ 1.407.798,14	\$ 1.534.499,98	\$ 1.687.949,97
Costo de Producción						
costos variables						
(1) Costo variable de la artesanía de sombreros a base de fibra de tallo de banano		\$ 416.908,80	\$ 446.092,42	\$ 481.779,81	\$ 525.139,99	\$ 577.653,99
(2) Costo variable de la artesanía de cartera a base de fibra de tallo de banano		\$ 297.792,00	\$ 318.637,44	\$ 344.128,44	\$ 375.099,99	\$ 412.609,99
Total costos de Producción de AMA		\$ 714.700,80	\$ 764.729,86	\$ 825.908,24	\$ 900.239,99	\$ 990.263,99
Costos fijos						
Costos Operativos de Ama						
Servicio básico de agua potable		\$ 780,00	\$ 783,90	\$ 787,82	\$ 791,76	\$ 795,72
Servicio básico de luz eléctrica		\$ 1.200,00	\$ 1.206,00	\$ 1.212,03	\$ 1.218,09	\$ 1.224,18
Servicios básicos de teléfono convencional		\$ 420,00	\$ 422,10	\$ 424,21	\$ 426,33	\$ 428,46
Servicios de internet		\$ 360,00	\$ 361,80	\$ 363,61	\$ 365,43	\$ 367,25
Gastos por útiles de oficina		\$ 420,00	\$ 422,10	\$ 424,21	\$ 426,33	\$ 428,46
Gastos de publicidad y promoción		\$ 1.440,00	\$ 1.447,20	\$ 1.454,44	\$ 1.461,71	\$ 1.469,02
Gastos por arriendo del local		\$ 1.800,00	\$ 1.809,00	\$ 1.818,05	\$ 1.827,14	\$ 1.836,27
Otros pagos municipales		\$ 600,00	\$ 603,00	\$ 606,02	\$ 609,05	\$ 612,09
Total costos operativos de AMA		\$ 7.020,00	\$ 7.055,10	\$ 7.090,38	\$ 7.125,83	\$ 7.161,46
Gastos de sueldos						
(1) Presidenta ama		\$ 7.980,00	\$ 7.980,00	\$ 8.139,60	\$ 8.383,79	\$ 8.719,14
(2) Coordinadora		\$ 7.980,00	\$ 7.980,00	\$ 8.139,60	\$ 8.383,79	\$ 8.719,14
(45) Artesanas		\$ 359.100,00	\$ 359.100,00	\$ 366.282,00	\$ 377.270,46	\$ 392.361,28
Total Gastos de sueldos		\$ 375.060,00	\$ 375.060,00	\$ 382.561,20	\$ 394.038,04	\$ 409.799,56
Beneficio sociales						
(1) Presidenta ama		\$ 2.259,07	\$ 2.924,07	\$ 2.976,71	\$ 3.057,25	\$ 3.167,86
(2) Coordinadora		\$ 2.259,07	\$ 2.924,07	\$ 2.976,71	\$ 3.057,25	\$ 3.167,86
(45) Artesanas		\$ 101.658,15	\$ 131.583,15	\$ 133.952,01	\$ 137.576,37	\$ 142.553,83
Total de beneficios sociales		\$ 106.176,29	\$ 137.431,29	\$ 139.905,44	\$ 143.690,88	\$ 148.889,55
Depreciación de activos fijos						
Equipo de oficina		\$ 20,50	\$ 20,50	\$ 20,50	\$ 20,50	\$ 303,10
Equipo de computación		\$ 293,33	\$ 293,33	\$ 293,33	\$ 303,10	\$ 303,10
Muebles y enseres		\$ 51,50	\$ 51,50	\$ 51,50	\$ 51,50	\$ 51,50
Total depreciación de activos fijos		365,33	365,33	365,33	375,10	657,70
Total costos fijos		\$ 488.621,62	\$ 519.911,72	\$ 529.922,34	\$ 545.229,84	\$ 566.508,27
Total de Egresos		\$ 1.203.322,42	\$ 1.284.641,58	\$ 1.355.830,59	\$ 1.445.469,83	\$ 1.556.772,26
Utilidad antes de impuesto		\$ 14.917,58	\$ 18.875,22	\$ 51.967,55	\$ 89.030,15	\$ 131.177,72
(-) 15% Participación Utilidad de Trabajadores		\$ 2.237,64	\$ 2.831,28	\$ 7.795,13	\$ 13.354,52	\$ 19.676,66
(-) 25% Impuestos a la Renta		\$ 3.169,99	\$ 4.010,98	\$ 11.043,11	\$ 18.918,91	\$ 27.875,27
Utilidad neta de AMA		\$ 9.509,96	\$ 12.032,95	\$ 33.129,32	\$ 56.756,72	\$ 83.625,80
(+) Total de depreciación		\$ 365,33	\$ 365,33	\$ 365,33	\$ 375,10	\$ 657,70
Recuperación del capital de trabajo al 5to año						\$ 6.660,00
Valor en libros al 5to año						\$ 304,20
Flujo neto de efectivo	-\$ 14.904,11	\$ 9.875,29	\$ 12.398,29	\$ 33.494,65	\$ 57.131,82	\$ 91.247,70
Tasa Interna de Retorno (tir)	117%					
Valor Actual Neto (van)	\$ 92.108,08					
Tasa requerida por inversionistas	18%					

Elaborado por: Autoras

Como se puede observar en la tabla N°5.25, dan como resultado las siguientes estimaciones:

- La tasa interna de retorno es del 117%, utilizando una tasa del 18% requerida por las inversionistas, el Valor Actual neto es de \$ 92.108,08.
- Lo que indica que el negocio de AMA, para que pueda exportar resultaría muy rentable.

5.2.8. Punto de equilibrio

Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales⁷⁹.

5.2.8.1. Punto de equilibrio de sombreros en cantidades

La siguiente imagen muestra la fórmula del punto de equilibrio en cantidades de sombreros que tendrá AMA durante su primer año de exportación:

Imagen 5.10: Fórmula del punto de equilibrio de sombreros en cantidades

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Elaborado por: Autoras

Donde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario

⁷⁹ VÁQUIRO, José, Art. "Punto de equilibrio", Ibagué - Colombia, Enero de 2012

Reemplazando la formula:

Tabla 5.26: Punto de equilibrio de sombreros en cantidades

Punto de equilibrio de Sombreros en unidades	Producción de Sombrero anualmente en equilibrio	Producción de Sombrero mensualmente en equilibrio
Pe unidades= $\frac{\$ 191.222,67}{(\$ 25,00 - \$ 15,40)}$ =	19.919 =	1.660

Elaborado por: Autoras

- **Análisis del punto de equilibrio de sombreros en cantidades:** Si el precio de venta de exportación por sombrero producido es de \$ 25,00 y el costo variable unitario es de \$ 15,40; esto quiere decir que cada sombrero que se venda contribuirá con \$ 9,60 para cubrir los costos fijos y las utilidades operacionales de AMA. Si se reemplaza la fórmula del punto de equilibrio en unidades en la imagen N°5.10, estas variables tendrán un punto de equilibrio de 19.919 sombreros. Es decir, que como mínimo se tendrán que vender 19.919 sombreros anualmente para poder cubrir sus costos y gastos operativos y así poder comenzar a generar utilidades.

5.2.8.2. Punto de equilibrio de sombreros en dólares

La siguiente imagen muestra la fórmula del punto de equilibrio en dólares de sombreros que tendrá AMA durante su primer año de exportación:

Imagen 5.11: Fórmula punto de equilibrio de sombreros en dólares

$$PE_{Ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

Elaborado por: Autoras

Reemplazando la fórmula:

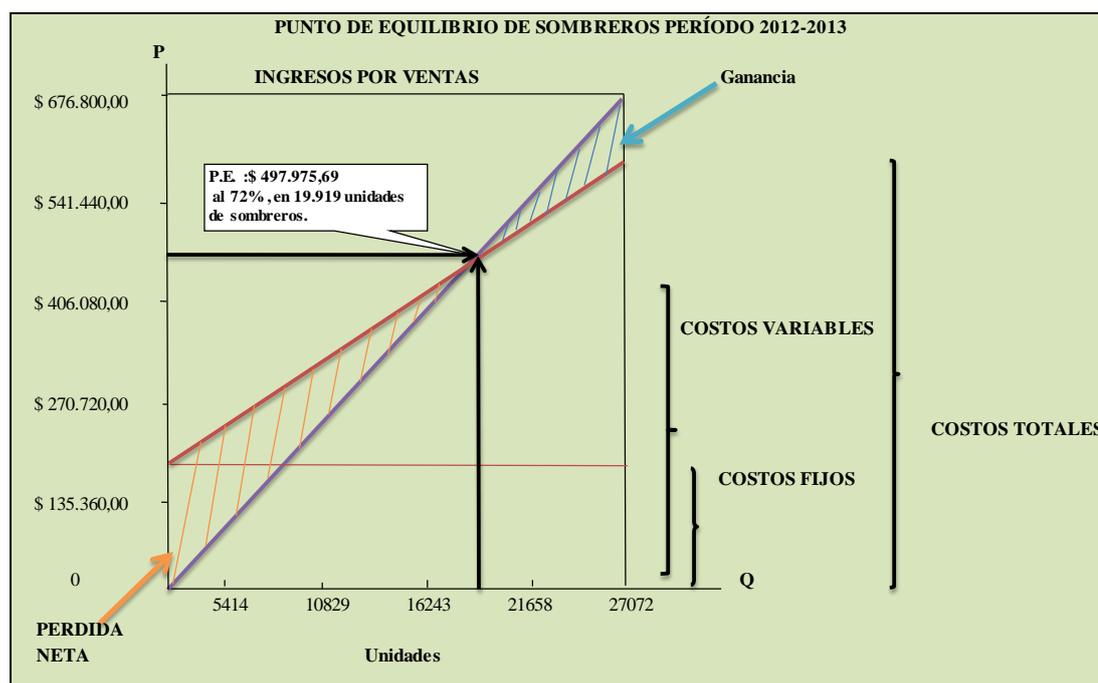
Tabla 5.27: Punto de equilibrio de sombreros en dólares

Punto de equilibrio de sombreros en dólares		
	\$ 191.222,67	
PE ventas=	$\frac{1 - \frac{\$ 416.908,80}{\$ 676.800,00}}{1 - \frac{\$ 416.908,80}{\$ 676.800,00}}$	= \$ 497.975,69

Elaborado por: Autoras

- **Análisis del punto de equilibrio de sombreros en dólares:** Si AMA vende con un costo fijo promedio anual de \$ 191.222,67, produciendo 27.072 unidades de sombreros por año, obtendrá un ingreso anual de \$ 676.800,00. Los costos variables totales de sombreros son de \$416.908,80, el nivel de ventas de equilibrio será de \$ 497.975,69; lo que significa que el 72% del ingreso de las ventas de sombreros cubre los costos fijos.

Gráfico 5.2: Punto de equilibrio de sombreros



Elaborado por: Autoras

5.2.8.3. Punto de equilibrio de carteras en cantidades

La siguiente imagen muestra la fórmula del punto de equilibrio en cantidades de carteras que tendrá AMA durante su primer año de exportación:

Imagen 5.12: Fórmula del punto de equilibrio de carteras en cantidades

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Donde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario

Elaborado por: Autoras

Reemplazando la formula:

Tabla 5.28: Punto de equilibrio de carteras en cantidades

Punto de equilibrio de Carteras en unidades	Producción de cartera anualmente en equilibrio	Producción de cartera mensualmente en equilibrio
$Pe_{\text{unidades}} = \frac{\$ 191.222,67}{\$ 40,00 - \$ 22,00} =$	10.623 =	885

Elaborado por: Autoras

- **Análisis del punto de equilibrio de carteras en cantidades:** Si el precio de venta de exportación por cartera producida es de \$ 40,00 y el costo variable unitario es de \$ 22,00; esto quiere decir que cada cartera que se venda, contribuirá con \$ 18,00 para cubrir los costos fijos y las utilidades operacionales de AMA. Si se reemplaza la fórmula del punto de equilibrio en unidades en la imagen N° 5.12, estas variables tendrán un punto de equilibrio de 10.623 carteras. Es decir, que como mínimo se tendrán que vender 10.623 carteras anualmente para poder cubrir sus costos y gastos operativos y así poder comenzar a generar utilidades.

5.2.8.4. Punto de equilibrio de carteras en dólares

La siguiente imagen muestra la fórmula del punto de equilibrio en dólares de carteras que tendrá AMA durante su primer año de exportación:

Imagen 5.13: Fórmula del punto de equilibrio de cartera en dólares

$$PE_{ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

Elaborado por: Autoras

Reemplazando la formula:

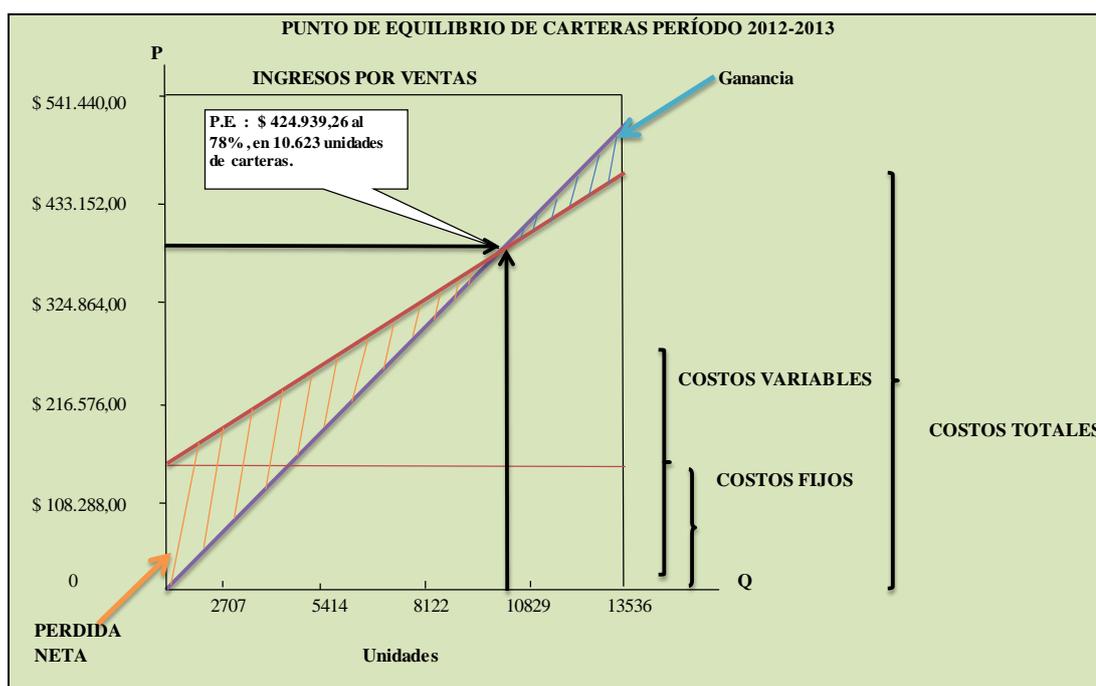
Tabla 5.29: Punto de equilibrio de carteras en dólares

Punto de equilibrio de carteras en dólares		
	\$ 191.222,67	
PE ventas=	$\frac{\$ 191.222,67}{1 - \frac{\$ 297.792,00}{\$ 541.444,00}}$	= \$ 424.939,26

Elaborado por: Autoras

- **Análisis del punto de equilibrio de carteras en dólares:** Si AMA vende con un costo fijo promedio anual de \$ 191.222,67, produciendo 13.536 unidades de carteras por año, obtendrá un ingreso anual de \$ 541.444,00. Los costos variables totales de carteras son de \$ 297.792,00, el nivel de ventas de equilibrio será de \$ 424.939,26; lo que significa que el 78% del ingreso de las ventas de carteras cubre los costos fijos.

Gráfico 5.3: Punto de equilibrio de carteras



Elaborado por: Autoras

Considerando ambas artesanías, el promedio en que se cubren los costos fijos y operativos de AMA es del 75% durante el primer año.

5.2.9. Rendimientos Financieros Proyectados de AMA periodo 2012 - 2017

Considerando un análisis de datos proyectados de las actividades de AMA en el período 2012-2013 en cuanto a los rendimientos financieros los resultados son los siguientes:

Tabla 5.30: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2012-2013

ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	=	$\frac{9509,96}{27272,50}$	=	34,87%
2012-2013					
ROE=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Patrimonio}}$	=	$\frac{9509,96}{12309,96}$	=	77,25%
2012-2013					

Elaborado por: Autoras

ROA= AMA ganaría un 34,87% sobre sus activos totales promedio.

ROE= AMA ganaría un 77,25% sobre su capital contable promedio.

Considerando un análisis de datos proyectados de las actividades de AMA en el periodo 2013-2014 en cuanto a los rendimientos financieros los resultados son los siguientes:

Tabla 5.31: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2013-2014

ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	=	$\frac{12032,95}{33564,99}$	=	35,85%
2013-2014					
ROE=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Patrimonio}}$	=	$\frac{12032,95}{14832,95}$	=	81,12%
2013-2014					

Elaborado por: Autoras

ROA= AMA ganaría un 35,85% sobre sus activos totales promedio.

ROE= AMA ganaría un 81,12% sobre su capital contable promedio.

Considerando un análisis de datos proyectados de las actividades de AMA en el periodo 2014-2015 en cuanto a los rendimientos financieros los resultados son los siguientes:

Tabla 5.32: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2014-2015

ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	=	$\frac{33129,32}{83312,3877}$	=	39,77%
2014-2015					
ROE=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Patrimonio}}$	=	$\frac{33129,32}{35929,31624}$	=	92,21%
2014-2015					

Elaborado por: Autoras

ROA= AMA ganaría un 39,77% sobre sus activos totales promedio.

ROE= AMA ganaría un 92,21% sobre su capital contable promedio.

Considerando un análisis de datos proyectados de las actividades de AMA en el periodo 2015-2016 en cuanto a los rendimientos financieros los resultados son los siguientes:

Tabla 5.33: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2015-2016

ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	=	$\frac{56756,72}{127988,82}$	=	44,35%
2015-2016					
ROE=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Patrimonio}}$	=	$\frac{56756,72}{59.556,72}$	=	95,30%
2015-2016					

Elaborado por: Autoras

ROA= AMA ganaría un 44,35% sobre sus activos totales promedio.

ROE= AMA ganaría un 95,30% sobre su capital contable promedio.

Considerando un análisis de datos proyectados de las actividades de AMA en el periodo 2016-2017 en cuanto a los rendimientos financieros los resultados son los siguientes:

Tabla 5.34: ROE y ROA proyectados de AMA periodo 2016-2017

ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$	=	$\frac{83625,80}{168765,58}$	=	49,55%
2016-2017					
ROE=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Patrimonio}}$	=	$\frac{83625,80}{86.425,80}$	=	96,76%
2016-2017					

Elaborado por: Autoras

ROA= AMA ganaría un 44,55% sobre sus activos totales promedio.

ROE= AMA ganaría un 96,76% sobre su capital contable promedio.

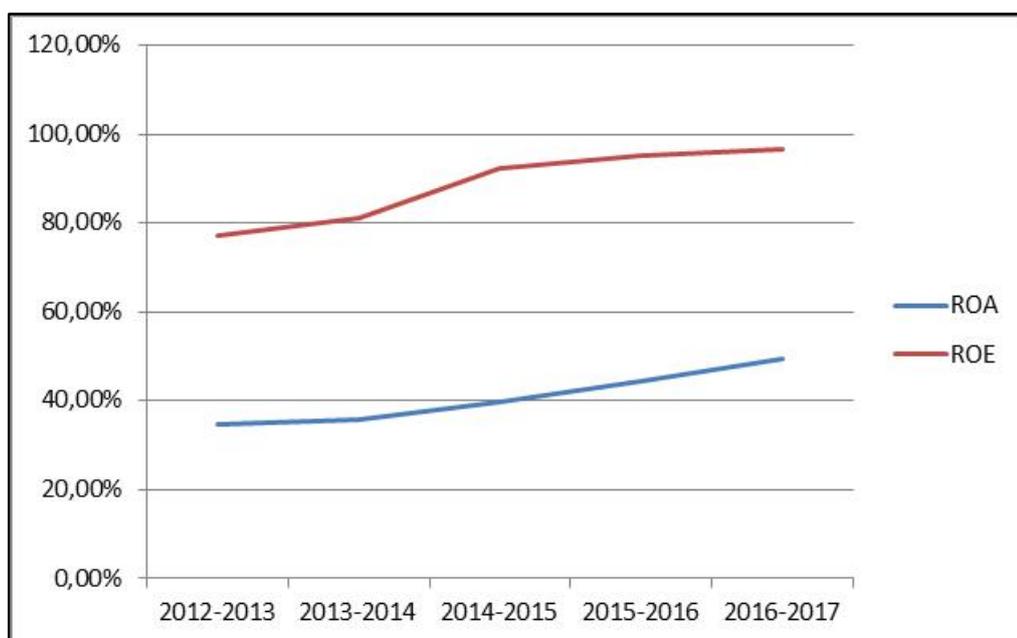
5.2.10. Análisis de sensibilidad del Rendimiento sobre los activos y sobre el patrimonio 2012-2017

Tabla 5.35: Análisis de sensibilidad del ROE y del ROA periodo 2012-2017

Periodo	ROA	ROE
2012-2013	34,87%	77,25%
2013-2014	35,85%	81,12%
2014-2015	39,77%	92,21%
2015-2016	44,35%	95,30%
2016-2017	49,55%	96,76%

Elaborado por: Autoras

Gráfico 5.4: Análisis de sensibilidad del ROE y del ROA periodo 2012-2017



Elaborado por: Autoras

- El gráfico N°5.4 muestra la tendencia del rendimiento tanto sobre el activo total como en el rendimiento del patrimonio en la cual en el periodo 2012-2013, se obtendrá un ROA del 34,87% y un ROE el 77,25%.
- El gráfico N°5.4 también presenta una tendencia para los datos proyectados del periodo 2016-2017, en la cual se espera un incremento del 42,10 % del

ROA en comparación del periodo 2012-2013, es decir que el ROA en ese periodo será del 49,55% y de un incremento del 25,25% en su Rendimiento sobre su patrimonio es decir del 96,76%, lo que refleja que la tendencia de estos dos indicadores de rentabilidad van muy bien encaminados.

CONCLUSIONES

Luego del estudio realizado se concluye que:

- Se realizó un análisis de la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales AMA para evaluar las fortalezas y debilidades con las que cuenta, además se da a conocer todas las bondades y características del producto que se va a exportar, es decir las artesanías elaboradas con la fibra de tallo de banano, enfocándose en los dos productos más comercializados por ellas, los cuales son sombreros y carteras.
- El estudio de mercado permitió analizar, seleccionar y estudiar el país meta, lo que permitió conocer la demanda y oferta a través de cuadros estadísticos proporcionados por el Banco Central del Ecuador y Trade Map.
- Se investigó sobre los requisitos aduaneros y documentación necesaria para llevar a cabo la exportación de las artesanías y así cumplir con todas las exigencias legales aduaneras.
- Se concluyó que la forma más segura de cerrar una negociación internacional es mediante la elaboración de un contrato de Compra-Venta Internacional, en el cual se estableció los términos de la negociación, formas de pago, cantidad y precio exportable.
- En la comercialización se analizaron las cuatro variables inmersas al Marketing, destacándose el diseño del proceso logístico que AMA deberá regular para obtener ventas efectivas y así se podrá facilitar el proceso de exportación de sus artesanías.
- Luego de elaborar un análisis financiero se pudo determinar que existe una gran posibilidad de que el proyecto sea rentable, viable y factible, debido a que los indicadores más relevantes como es el TIR de 117% y el VAN \$ 92.108,08 Dólares Americanos. En vista de que la inversión inicial para exportar es de \$14.904,11 y la Utilidad neta del primer año pronosticado es

de \$9.509,96 entonces se puede deducir que AMA recuperaría su inversión dentro del primer año de exportación, convirtiéndose en una atractiva oportunidad de negocio.

RECOMENDACIONES

La Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la provincia de El Oro al poner en práctica “El Diseño del Plan de Exportación” deberá tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Solicitar a un organismo que brinde apoyo y asesoramiento al exportador, tal es el caso del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, que realice capacitaciones constantes a las artesanas de AMA, para que puedan perfeccionar la técnica del trenzado en el proceso de elaboración, obteniendo así un excelente acabado en sus productos, con la finalidad de captar más clientes gracias a la calidad que tienen las artesanías, puesto que a largo plazo esto les generará mayor oferta que será necesaria para cubrir la demanda por parte de los importadores.
- Crear una página web, mediante la cual puedan dar a conocer toda la información necesaria acerca del producto que venden, es decir; sus bondades, beneficios, calidad, diseños para facilitar el acceso a los posibles importadores, ya que de esta manera podrán hacer compras en línea, generando así mayores ventas para AMA.
- Captar el mercado Europeo, específicamente los países de Francia y Alemania, una vez que AMA haya tenido éxito primeramente en el mercado Estadounidense con la aceptación de sus artesanías, ya que éstos dos países europeos pueden resultar una buena alternativa de diversificación de las exportaciones, debido a que el valor FOB es considerablemente alto, según lo muestran las estadísticas del Trade Map y Banco Central del Ecuador.
- Mantener los niveles de producción estimados para cada año, para así contar con los ingresos proyectados y alcanzar los rendimientos esperados, lo que permitirá que AMA pueda invertir en una maquinaria para la obtención de fibra de banano, ayudando así a optimizar recursos en su proceso productivo, lo cual reflejará una reducción de los costos y una producción a escala.

- Finalmente se le recomienda a AMA que implemente paso a paso el plan de exportación, tomando en cuenta las conclusiones y recomendaciones realizadas en el presente estudio, convirtiéndose en una guía para exportar de forma precisa y concreta las artesanías al mercado destino, lo que permitirá generar divisas e impulsar el desarrollo al país, creando fuentes de trabajo y mejorando el nivel de vida de las artesanas de AMA.

BIBLIOGRAFÍA

➤ Referencias de libros

- Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., “*Guía Básica del Exportador*”, México, Bancomext, 2005, p. 19, p. 22
- CAMACHO, Claudia, y MEDINA, Yadira, “*México, exportador de miel a Alemania*”, México DF, 2010, p. 134
- CASTRO, O. y ABREU, L., “*Como afecta el contexto cultural en la administración de los negocios internacionales*”, Editorial, México, Marzo de 2008, p. 683
- CHEESMAN, E., “*Classification of the Bananas III. Critical Notes on Species. c. Musa paradisiaca L. and Musa sapientum L.*”, Estados Unidos, 1948, p. 145-153
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, de la Asamblea Nacional – REGISTRO OFICIAL N°351, Diciembre del 2010, p. 30, p.31
- DERESKY, Helen, “*International Management*”, Editorial Prentice Hall, Sexta edición, Estados Unidos, New York, Octubre 2007, P.22
- Guía Básica del Exportador, del Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC 12ava Edición - 2005, p. 186
- LLAMAZARES GARCÍA-LOMAS, Olegario, “*Los Incoterms Uno a uno*”, Guía Práctica de los Incoterms 2010, 1era Edición, Global Marketing Strategies, Estados Unidos S.L., p.5, p.7, p.20, pp. 133-151, 2004
- MORALES TRONCOSO, Carlos, “*Exportación para PYMES*”, Editores Unidos, Ciudad de México, Febrero 2012, p.13, p. 63, p. 169, p. 194, p.239
- MORALES TRONCOSO, Carlos, “*PLAN DE EXPORTACIÓN: Lleve sus productos a todo el mundo*”, Editores Unidos, Ciudad de México, 2000, 1era Edición, p.22, p.23

➤ Referencias electrónicas

- <http://bibdigital.epn.edu.ec>
- <http://cinternacional.pbworks.com>
- <http://comercioexterior.com.ec>
- <http://mipro.gob.ec/>, Boletín Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).
- <http://www.aduana.gob.ec>, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- <http://www.bce.fin.ec>
- <http://www.despachantes-de-aduana.com>
- <http://www.mcpec.gob.ec> - Ministerio de la Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad
- <http://www.papelisimo.de>
- <http://www.proecuador.gob.ec>, Boletín Diciembre 2011, ProEcuador

- <http://www.proecuador.gob.ec>, Servicio de de Asesoría al Exportador (SAE) - Informe de Primer Nivel
- <http://www.promexico.gob.mx>
- <http://www.promonegocios.net>
- <http://www.puertodeguayaquil.com>
- <http://www.redtextilargentina.com.ar> , Red Textil Argentina, publicado por Juan Carlos Martín
- <http://www.trademap.org> - Trade Map
- <http://www.turismo.gob.ec>
- <http://www.ustr.gov>, Office of the United States Trade Representative.
- <http://www.winesinform.com>, "*Manual de Logística de Paletización*", Comité Costarricense de Logística – CCL, Edición #2, Noviembre 2003

➤ **Referencias de artículos en la web**

- ANTONORSI, Marcel, Art. "*Política de los Estados Unidos*", Estados Unidos, Abril 2012
- ARRIBA, Miguel, Art. "*Comercio Internacional, INCOTERMS*", México, Julio de 2011
- BENAVIDES, Juan Marcos, "*Cadena Logística de Exportación de la Papaya*", Repositorio digital ESPOL, Guayaquil - Ecuador, 2009
- BusinessCol, Art. "*Incoterms*", México, 2011
- Carpintería Hermanos López, Art. "*Catálogo de Muebles a base de la fibra de banano*", Nicaragua, Junio de 2009
- DRA. QUIZHPE, Blanca, "*Obtención de papel artesanal de la fibra del pseudotallo de plátano o banano*", Ecuador, Mayo de 2010
- Ecuador Economía, Art. "*El ATPDEA: su última y triste realidad*", Ecuador, 2011
- EnglishCom, Art. "*Etiqueta de Negocios en Estados Unidos*", México, 2012
- Grupo Alibaba, Art. "*Fibra de plátano*", China-Hangzhou, 2010
- Guía para el exportador de artesanías de cuero y madera, Ministerio de Producción, Trabajo y turismo, 2009
- IBARRA, Pablo, Art. "*ATPDA y Libre Comercio*", Ecuador, Febrero de 2011
- IBARRA, Pablo, Art. "*SGP Estados Unidos de Norteamérica*", Ecuador, Octubre de 2011
- LOMBANA, Jahir, "*Australia: ropa interior hecha de bananos*", España, Marzo de 2010
- MÁRQUEZ B., Raúl, "*La Carta de Crédito Documentada. ¿Título Valor, Contrato u Operación Bancaria?*", Paredes Editores, S.R.L., Venezuela, 1989
- MEY, Carlos - Fundación Histalmar, "*Definición del Contenedor*", Argentina, Abril-2003
- PROMÉXICO, Art. "*Contrato de compraventa Internacional*", México, 2011
- s/a, "*Diseño del plan de comercialización de artesanías para el mercado de Estados Unidos*", Repositorio digital UTEC, El Salvador
- s/a, Art. "*Desarrollo y Gestión de Microemprendimientos en Áreas Rurales*", Argentina, Marzo de 2011

- Sap- Help Portal, Art. "*Documento de Transporte*", Estados Unidos, 2010
- VÁQUIRO, José, Art. "*Punto de equilibrio*", Ibagué - Colombia, Enero de 2012
- VEGA, Laura, Art. "*Diseño del Producto*", 2006
- VILLA TUN, Julia, Art. "*Técnicas de Negociación*", Perú, Noviembre, 2009
- YÁNEZ SOLANO, Nathaly Fernanda, Art. "*Exportación a Consumo de Flores - Rosas*", Ecuador, Julio de 2011
- ZAMBRANO CACERES, Juan, Art. "*Procedimiento y Requerimientos de la Aduana para exportar desde el Ecuador*", Ecuador, Febrero de 2011

ANEXOS



Anexo 1: R.U.C de A.M.A

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**

NUMERO RUC: 0791734118001
RAZON SOCIAL: ASOCIACION DE MUJERES AGRO ARTESANALES AMA
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: CHIMBO RIVAS MARIA ANGELITA
CONTADOR: VEGA CRUZ CARLOS HENRY

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 06/11/2008 FEC. CONSTITUCION: 06/11/2008
FEC. INSCRIPCION: 10/11/2008 FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 25/01/2011

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: EL ORO Cantón: MACHALA Parroquia: MACHALA Calle: AV LAS PALMERAS Número: S/N Intersección: MARCEL CÁNIADO Edificio: CC MUNICIPAL LAS PALMERAS Oficina: E 3 Referencia ubicación: DIAGONAL A LA IGLESIA DE LOS MORMONES Telefono Trabajo: 072939843 Celular: 091856817 Email: ama_artesanas@hotmail.com

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1
JURISDICCION: \ REGIONAL EL ORO: EL ORO CERRADOS: 0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: MABA160608 Lugar de emisión: MACHALA/AV. 25 DE JUNIO, Fecha y hora: 25/01/2011 16:43:55

Fuente: AMA

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**

NUMERO RUC: 0791734118001
RAZON SOCIAL: ASOCIACION DE MUJERES AGRO ARTESANALES AMA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO:	001	ESTADO	ABIERTO	MATRIZ	FEC. INICIO ACT.	06/11/2008
NOMBRE COMERCIAL:					FEC. CIERRE:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:					FEC. REINICIO:	

OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA:
ELABORACION DE ARTICULOS ARTESANALES.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Dirección: EL ORO Cantón: MACHALA Parroquia: MACHALA Calle: AV LAS PALMERAS Número: S/N Intersección: MARCEL LANIADO Referencia: DIAGONAL A LA IGLESIA DE LOS MORMONES Edificio: CC MUNICIPAL LAS PALMERAS Oficina: E 3
Telefono Trabajo: 072838643 Celular: 091856817 Email: ama_artesanas@hotmail.com

Provincia:
Cantón:
Parroquia:
Calle:
Número:
Intersección:
Referencia:
Edificio:
Oficina:
Teléfono Trabajo:
Celular:
Email:



[Handwritten signature]
~~SERVICIO DE RENTAS INTERNAS~~

[Handwritten signature]
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

Usuario: MABA160608 Lugar de emisión: MACHALA/AV. 25 DE JUNIO. Fecha y hora: 25/01/2011 16:43:55

Fuente: AMA

Anexo 2: Constitución



DIRECCION PROVINCIAL DE EL ORO

ACUERDO N° 0201

ROSA MANZO RODAS
DIRECTORA PROVINCIAL DEL MIES

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad a lo prescrito en el numeral 19, del Art. 23 de la Constitución Política de la República, el Estado Ecuatoriano reconoce y garantiza a los ciudadanos el derecho a la libre asociación con fines pacíficos.

Que, según el Art. 584 del Código Civil corresponde al Presidente de la República aprobar las personas Jurídicas que se constituyen de conformidad con las normas del Título XXX, Libro I, del citado Cuerpo Legal.

Que, con Decreto Ejecutivo No 158, de 29 de agosto del 2007, el Presidente Constitucional de la República, reorganizó la Función Ejecutiva, denominando al Ministerio de Bienestar Social, como Ministerio de Inclusión Económica y Social conforme consta en el Art. 1 del citado instrumento legal.

Que, de conformidad con el Art. 19 del Estatuto y Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, el número y atribuciones de los Subsecretarios Ministeriales que habrá en cada Ministerio serán definidos por el respectivo Ministro.

Que, con Acuerdos Ministeriales N° 02117 del 10 de Agosto de 1999 y N° 01667 del 30 de Noviembre del 2000, y, N° 0078 del 27 de marzo del 2007, se descentralizan y desconcentran funciones, delegándose a la Dirección Provincial del Ministerio de Inclusión Económica y Social de El Oro, otorgar Personalidad Jurídica a las organizaciones de Derecho Privado, sin fines de lucro, sujetas a las disposiciones del Título XXX, Libro I, del Código Civil.

Que la **ASOCIACION DE MUJERES AGRO-ARTESANALES "AMA" DE LA PROVINCIA DE EL ORO**, con domicilio en el Cantón Machala, Provincia de El Oro, ha presentado los documentos para la aprobación del Estatuto, la misma que cumple con los requisitos establecidos en el decreto Ejecutivo N° 3054 del 30 de Agosto del 2002, publicado en el R. O. N° 660 del 11 de Septiembre del mismo año, según se desprende del informe emitido por el departamento legal del Ministerio de Inclusión Económica y Social de El Oro.

Fuente: AMA



DIRECCION PROVINCIAL DE EL ORO

En uso de las atribuciones que le confiere la Ley,

ACUERDA

ART. 1.- Aprobar el Estatuto y conceder Personería Jurídica de la ASOCIACION DE MUJERES AGRO- ARTESANALES "AMA" DE LA PROVINCIA DE EL ORO, con domicilio en el Cantón Machala, Provincia de El Oro.

ART.2.- Reconocer en calidad de socios fundadores a las siguientes personas:

No. APELLIDOS	No. CEDULA
1.- ANGULO ORDOÑEZ MARIA ROSA	0800514580
2.- APONTE PIURE EUMELIA SANTOS	0700968739
3.- AVILA AVILA GLADYS LUCRECIA	0703575092
4.- BALLADOLID CARDENAS ALICIA ARGENTINA	0701626897
5.- CABRERA MURILLO MARIA ASUNCION	0700280637
6.- CAJAMARCA ATARIGUANA ANA LUCIA	0706280874
7.- CALDERON MOLINA VESPERTINA PIEDAD	1302006895
8.- CALLE SALCEDO GRACE ALEXANDRA	0703302174
9.- CAMPOVERDE FLORES MERCEDES MARIA	0701293342
10.CHIMBO RIVAS MARIA ANGELITA	0701533218
11.CRUZ GRANILLO OLGA CLEOFE	1708397193
12.CUENCA CORREA LORGIA ELIZABETH	0701646234
13.CUENCA MOROCHO ZOILA DINA	0700905920
14.ELIZALDE GOMEZ SANTOS NIEVES	0701043911
15.ENCARNACION BALCAZAR OLGA HIPOLITA	0806044912
16.GOMEZ URRIARTE PRESENTACION	0700662258
17.GONZAGA GOMEZ ANGELITA DEL CARMEN	0702528100
18.GUAICHA CARRERO MARIA ALICIA	1202245518
19.JUMBO GUAZHA GLADYS CARMELA	0701099566
20.LALANGUI VIVANCO LUZ VICTORIA	0701256396
21.LOPEZ ARCALLE NARCISA DE JESUS	0701991531
22.LUNA JARAMILLO DOLORES ALEXANDRA	0701892177
23.MENDOZA CORDOVA GLENDA GIOCONDA	0701050098
24.MERO ARRUNATEGUI TANIA AGEDITA	1709899003
25.MUÑOZ ULLOA HILDA CONSUELO	0700289697
26.ORDOÑEZ CIRILA ANATOLIA	0706270929
27.ORELLANA ORELLANA MARIA CRUZ	0102545357
28.OTUNA MARTINEZ MARIA ELIZABETH	0702701293
29.PALADINES RAMIREZ FRANCISCA MARIANELA	0703508564
30.PEÑA RAMIREZ MARIA NOEMI	0702249632
31.PEÑA RAMIREZ MARIA NOEMI	0702249632
32.PINEDA MERCHAN PAOLA ALEXANDRA	0704521079
33.RAMIREZ REYES MELANIA LUCIA	0701651267
34.RAMIREZ RODRIGUEZ GLORIA NOEMI	1102177043
35.RIOFRIO HONORES CARMEN FELICITA	0706967039
36.RIVERA AREVALO BEATRIZ NARCISA	0702321613
37.SIMISTERRA CABEZAS SANDRA LEONOR	0705443804
38.SISALIMA CHAVEZ ESPERANZA DEL CARMEN	1714469655



Fuente: AMA



DIRECCION PROVINCIAL DE EL ORO

39.TIWI KAYAP ALICIA	1900320548
40.UCHUARI CUMBICOS GINA JANNETH	0703340935
41.VALDEZ RAMIREZ GLENDA JANETH	0704812676
42.VALENCIA BRAVO MARIA ESTHER	0702868926
43.VARGAS CARRION DORA FLORENCIA	0701530180
44.VENTURA FARIAS ANTONIETA HEDY	0703922443
45.VEGA ZOILA ROSA	1900120167
46.VILLA VELEZ MARIA MAGDALENA	0703364216
47.ZAMBRANO VERGARA BERTHA MARIA	1303396434
48.ZUMBA GRANDA ANGELICA MARLENE	0702179664

ART. 3.- Reconocer a la Junta General de Socios como la máxima autoridad y Organismo competente, para resolver los problemas internos de la ASOCIACION DE MUJERES AGRO-ARTESANALES "AMA" DE LA PROVINCIA DE EL ORO, con domicilio en el Cantón Machala, Provincia de El Oro

ART. 4.- La solución de los conflictos que se presentaren al interior de la Organización y de esta con otras, deben ser resueltos por los organismos propios de la organización y con sujeción a las disposiciones del presente Estatuto, en caso de no lograr la solución de los conflictos, estos se someterán a las resoluciones de los Centros y Tribunales de Mediación y Arbitraje, cuya acta deberá ser puesta a conocimiento del Ministerio de Inclusión Económica y Social.

ART. 5.- Disponer que la Organización, registre oportunamente en la Dirección Provincial del Ministerio de Inclusión Económica y Social de El Oro el cambio total o parcial del Directorio, así como la inclusión o exclusión de los socios.

ART. 6.- El presente Acuerdo Ministerial entrará en vigencia a partir de la fecha de suscripción del mismo.

Dado en la ciudad de San Antonio de Machala, a los veinte cuatro días del mes de Octubre del dos mil ocho.

Atentamente,


Lcda. Rosa Manzo Rodas
DIRECTORA PROVINCIAL DEL MIES
DE EL ORO




24/10/2008

Fuente: AMA

Anexo 3: Nombramiento Legal



Dirección Provincial de El Oro



REG. N-915-DPMIES.EO-J-ASESORIA-MLT
Machala, 25 de Enero del 2011

Sra.
María Angélica Chimbo Rivas
PRESIDENTA DE ASOCIACION DE MUJERES AGRO-ARTESANALES DE EL ORO
Machala

De mi consideración

En atención a su oficio recibido el 3 de Enero del 2011, con el trámite N.- 022-QUIPUX, el cual solicita el Registro del Directorio del ASOCIACION DE MUJERES AGRO-ARTESANALES DE EL ORO, del Cantón Machala, Provincia de El Oro, elegidos en Asamblea General de fecha 4 de Diciembre del 2010, para el Periodo: 2010 - 2012, comunico a usted, que luego de verificar la documentación respectiva, esta cumple con lo dispuesto en el Decreto Ejecutivo 982 del 25 de Marzo de 2008, y 0189 Vigente, se ha procedido a Registrar el Directorio, conformada de la siguiente manera:

PRESIDENTE:	MARIA A. CHIMBO RIVAS
VICEPRESIDENTE:	GLORIA RAMIREZ RODRIGUEZ
SECRETARIA:	GLADYS JUMBO GUAZHA
DIRECTORA FINANCIERO:	OLGA H. ENCARNACION BALCAZAR
COORDINADORES PRINCIPALES:	COORDINADORES SUPLENTE:
MELANIA RAMIREZ REYES	PAOLA PINEDA MERCHAN
NARCISA LOPEZ ARCALLE	MARIA CABRERA MURILLO
ZOILA ROSA VEGA	GLENDA VALDEZ RAMIREZ

La veracidad de los documentos presentados es de exclusiva responsabilidad del peticionario. De comprobarse su falsedad se llevará a conocimiento inmediato de las autoridades correspondientes y de presentarse alguna oposición debidamente fundamentada que este relacionada con el presente Registro de la Directiva, el mismo quedará suspendido hasta que se emita la resolución respectivas, previo a una exhaustiva investigación.

Atentamente.

Marwin Sánchez Preclabo
MARWIN SANCHEZ PRECLABO
DIRECTOR PROVINCIAL DEL MINISTERIO MIES
DE INCLUSIÓN ECONOMICA Y SOCIAL DE EL ORO (E).



MLT.

Juntos por el Buen Vivir.

Bolivar Nº 914 al Tangal y Colón
e-mail: asesoria@inclusion.gov.ec
Teléfono: (083) 07 2000000 / 2000210
Página web: www.mies.gov.ec
Machala - Ecuador

Fuente: AMA

Anexo 4: Declaración Aduanera Única

ADUANA DEL ECUADOR		REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA										A			
A ADUANA / BANCO										B REFRENDO					
81 Nº ORDEN AÑO	82 ADUANA CODIGO	83 REGIMEN CODIGO	84 FECHA / HORA TX	85 NÚMERO			86 FECHA RECEP			87 HORA					
85 # VTO. BNO	86 BANCO CIUDAD OFICINA	87 FECHA EMISION	88 TIPO DESPACHO	89 AFORO			90 T DECLARADO USO (IMP+CF EXP+FOB)								
C CONTRIBUYENTE / AGENTE															
10 IMPORTADOR / EXPORTADOR		11 TIPO y Nº. DOC. ID		12 CIUDAD											
13 DIRECCION		14 TELEFONO		15 NIVEL COMERCIAL											
16 DECLARANTE / AGENTE CODIGO		17 SECTOR		18 CRU											
D REGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO															
20 REGIMEN PRECEDENTE AÑO		21 SERIE		22 ADUANA REGIMEN		23 FECHA ACEPT		24 FECHA VENCIM		25 DEPOSITO CODIGO		26 Nº DESP. PAR			
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCION															
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO		28 DIRECCION		29 BENEFICIARIO DEL GIRO		30 PAIS PROCED. DESTINO									
31 NATURALEZA TRANSACCION		32 FORMA DE PAGO		33 EX. CE		34 C. ORG		35 OT. EX.		36 NT. VL.		37 ALIASEN CODIGO			
38 TIPO DE TRATAMIENTO		39 CODIGO DE SOLICITUD DE AFORO		40 COD DE PROD. ACOG. DESP. URG.		41 CODIGO DE ENDOSO									
F TRANSPORTE															
42 VIA DE TRANSP. CODIGO		43 FECHA EMBARQUE		44 FECHA LLEGADA		45 CARGA COD		46 BANDERA COD		47 LINEA TRANSPORTE COD.					
48 COD. MANIFIESTO AÑO		49 TIPO MANIF. # MANIFIESTO		50 VAL. CARGA/TRANSP. COD		51 N. NAVE. AEREA/MAT. VEH.		52 # CONOC. AEREA/C. PORTE							
52 NOM. NAVEMATRIC. VEHI.		53 ADUANA SALIDA		54 VIA SALIDA		55 ADUANA DESTINO		56 TIPO DESTINO		57 PAIS DESTINO		58 T. TRAT			
G DETERMINACION BASE IMPONIBLE															
CONCEPTO		MONEDA		T. CAMB. USD		TOTAL MONEDA TRANSACCION		TOTAL EN DOLARES USD		TOTAL EN MONEDA NACIONAL					
59 FOB															
60 FLETE															
61 SEGURO															
62 VALOR ADUANA															
63 TOTAL SERIE (PARTIDAS)		64 PESO NETO (Kgs)		65 PESO BRUTO (Kgs)		66 TOTAL BULTOS		67 TOTAL CONTENED.		68 TOTAL U. FISICAS		69 TOTAL U. COM.			
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO															
CLASE		NUMERO		TIPO		EMISION		VIGENCIA		PARTIDA NANDNA		MONEDA		MONTO USD.	
						EMISOR PAIS FECHA		DESDE HASTA \$ SR.							
70															
71															
72															
73															
74															
75															
76															
77															
78															
79															
I DECLARACION DE LA MERCANCIA															
Nº. SERIE		TIPO SUPLEN. NACIONAL		SUBPARTIDA NACIONAL		BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		S T		BULTOS U. FISICAS U. COM.		PESO (Kgs.) NETO BRUTO		MARCAS Y NUMEROS	
TPCI		TPNG		TPNE		PAIS DE ORIGEN CODIGO		FOB USD		FLETE USD		SEGURO USD		CIF USD	
J OBSERVACIONES															
81 SECUENCIA		82 TIPO OBS.		83 CONTENIDO OBS.											
K FIRMAS Y SELLOS															
FIRMA CONTRIBUYENTE		FIRMA DECLARANTE		OBSERVACIONES		COD. Y FIRMA AFORADOR									

Fuente: Aduana del Ecuador

Anexo 5: Certificado de origen

PAÍS EXPORTADOR		PAÍS IMPORTADOR		
1. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Exportador				
2. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Importador				
3. Descripción de las mercancías	4. Naladisa 8 dígitos	5. Criterio de Origen	6. Número y Fecha de Factura Comercial	7. Peso bruto (kg.) u otra medida
8. Observaciones				
<p>9. Declaración del exportador</p> <p>El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la emisión del presente certificado.</p> <p>Pais de origen.....</p> <p>Firma.....</p>		<p>10. Firma de la autoridad competente o entidad habilitada</p> <p>Certifico la veracidad de la presente declaración</p> <p>Nombre.....</p> <p>Sello.....</p> <p>Lugar y fecha.....</p> <p>Firma.....</p>		

Elaborado por: Autoras

Anexo 6: Detalles del contenedor

Detalles del Contenedor	
Volumen de exportación	500 m ³
Tipo de contenedor	Box de 20 pies
Capacidad de contenedor	18 m ³
Número de contenedores	1
Número de cajas de sombrero	76
Numero de cajas de cartera	76
Numero de cajas	152

Elaborado por: Autoras

Anexo 7: Volantes

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

SOMBREROS DE MUJER

SOMBREROS DE HOMBRE

CARTERAS

ARTESANÍAS CON FIBRA DE BANANO

PRODUCTO 100% ARTESANAL



CONTACTOS:

DIRECCIÓN: El Cisne # 1001 y Gran Colombia (Barrio Buenos Aires)

TELÉFONO: (593)-91 856817

E-MAIL: ama-artesanas@hotmail.com
lorgia215@hotmail.com

MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO
ECUADOR

ASOC. DE MUJERES AGRO-ARTESANALES DE EL ORO
A.C. MINISTERIAL 0301

Transforma

Comercializa

Produce

ANTECEDENTES



AMA está constituida por mujeres de los diferentes cantones y parroquias de la parte baja de la provincia de El Oro, se orienta a las oportunidades y ventajas competitivas de la producción de artesanías, para el mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres artesanas con el aprovechamiento del Pseudóslo del Banano, dándole un valor agregado, transformando la fibra en artesanías.

Además con esta actividad queremos promover e instaurar la identidad cultural - artesanal de la provincia de EL ORO - ECUADOR.

AMA está conformada por 47 mujeres de diferentes edades comprendidas entre 25 y 77 años.

Misión

AMA es una organización de mujeres que ejecuta emprendimientos productivos, promueve iniciativas de inversión orientadas a la generación de ingresos de las familias de la asociación.



Visión

Al 2013 la Asociación de Mujeres Agro-artesanales (AMA) se consolida como una organización de la sociedad civil, que basada en una fuerte organización maneja eficientemente la empresa artesanal en una proyección al mercado externo; útil para mejorar las condiciones de vida de las mujeres y la identidad cultural - artesanal de la provincia de El Oro.

Características del Producto

Las artesanías son elaboradas con la fibra del tallo de banano, siendo un producto 100% artesanal, procesado artesanalmente para conservar la calidad, durabilidad y consistencia óptima que permite mantener estándares de calidad en los productos.



Mediante la técnica de trenzado o fabricación por unión de las tiras de fibra de banano, AMA ofrece diversos estilos y modelos tanto para los accesorios como para las carteras.

Las características principales son:

Sombreros: Fines y tradicionales, excelente acabado, color natural de la fibra, frescos, cómodos y livianos, durabilidad en su técnica de trenzado, 100% artesanales.

Carteras: Variedad de colores, cómoda y espaciosa, durabilidad en su técnica de trenzado, diseños originales, excelente acabado en su interior y exterior, 100% artesanales.

Elaborado por: Autoras

Anexo 8: Participación en ferias





La Fundación Junto a Ti y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación- FAO

Otorgan el presente

CERTIFICADO

A **Aso. de Mujeres Agro-Artesanales "AMA" de El Oro**

por su participación en la

FERIA EXPOSICION DEL USO DE FIBRAS NATURALES - EXPO ATUNTAQUI 2009

Atuntaquí, Ecuador, 20 al 24 de febrero 2009

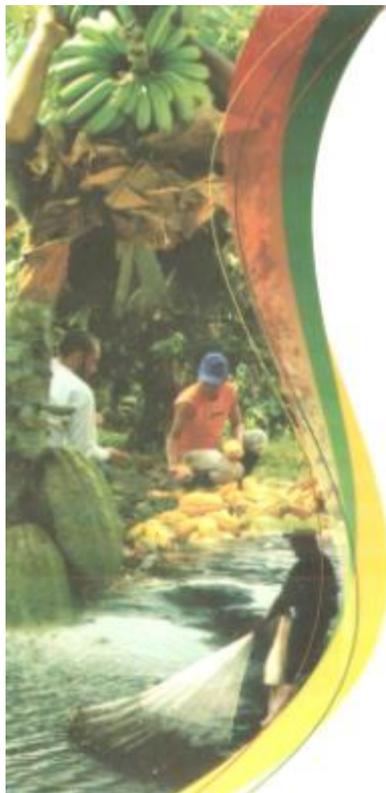
con el stand

Artesanías en Fibra de Banano

Iván Angulo Chacón
Iván Angulo Chacón
Representante de la FAO en Ecuador



Carlos Pérez Guerra
Carlos Pérez Guerra
Presidente Fundación Junto a Ti



Primera Feria Regional Agropecuaria, Artesanal, Cultural y Turística

Confiere el presente

Certificado

A: **Asoc. de Mujeres Agroartesanales**

Por su participación en la Feria Regional Agropecuaria, Artesanal, Cultural y Turística realizada en el cantón El Guabo, el día Sábado 04 de Septiembre del 2010.

Apoyando la producción limpia y saludable para el buen vivir, construyendo economías solidarias desde la Soberanía Alimentaria.

Juan Fernando Aguilar
Juan Fernando Aguilar
Alcalde El Guabo

Nancy Rosalva
Nancy Rosalva
Presidenta FERIA

Lidia Rosa Lopez
Lidia Rosa Lopez
Presidenta AMA



1 MUNICIPALIDAD DEL CANTON SANTA ROSA
Departamento de Turismo

Confiero el presente certificado a:

AMA Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de El Oro

Por haber participado en la Casa Abierta Santa Rosa 2010, con el tema "Promoción de los Recursos Turísticos Naturales y Culturales", el sábado 9 de octubre de 2010.

[Signature]
Ing. Clemente Bravo Riquelme
Alcalde del Cantón



[Signature]
Lcda. Carmita Maldonado G.
Jefa del Dpto. de Turismo



GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTON ARENILLAS
ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS OEI

Confieren el presente:

CERTIFICADO

Asoc. de Mujeres Agro-Artesanales "Ama"

En calidad de Participante

En el Encuentro Provincial de Cultura e Identidad realizado en la ciudad de Arenillas, cantón Arenillas, provincia de El Oro, el 20 de mayo de 2011, en el marco del proyecto Desarrollo de Capacidades y Potencialidades Productivas, Emprendedoras y de Buena Vecindad en la Frontera Peruano - Ecuatoriana.

[Signature]
Prof. Franklin Jimenez
ALCALDE DEL CANTON ARENILLAS



Arenillas, mayo de 2011
[Signature]
Ing. Lorena Salcedo C.
COORDINADORA PROYECTO
BINACIONAL OEI-LOJA

Anexo 9: Reconocimiento otorgado a AMA por participación en feria local



Fuente: AMA

Anexo 10: Palets fabricados por diversos materiales y características

	<p style="text-align: center;">Palet de Cartón</p> <p>El palet de cartón es, en muchos casos, una alternativa a considerar en cuanto a embalaje de exportación.</p> <p>Las principales ventajas de las paletas de cartón son:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ligera y resistente.• Fácil de manejo.• Completamente reciclable.• Fácil de personalizar
	<p style="text-align: center;">Palet Plástico</p> <p>El palet de plástico como alternativa de embalaje segura y estable para toda clase de productos. Aunque este producto es para un solo uso, se puede reutilizar varias veces sin ningún mantenimiento especial.</p> <p>Las principales ventajas de la paleta de plástico son:</p> <ul style="list-style-type: none">• Alta capacidad de carga y superficie antideslizante.• Ligera desde 5.5 kg (1200x800 mm).• Resistencia a la humedad y a la corrosión.• Excelente estabilidad térmica.• Resistente a impactos y vibraciones.• Encastrable.• Fácil de limpiar. <p>NOTA: Las paletas de plástico generalmente no son óptimas para el almacenamiento en estanterías.</p>
	<p style="text-align: center;">Palet de hierro</p> <p>El palet de tablero contrachapado o de hierro es un excelente medio de carga para mercancías pesadas que necesiten una solución de embalaje resistente y duradera.</p> <p>Las principales ventajas de las paletas de tablero contrachapado:</p> <ul style="list-style-type: none">• Baja absorción de la humedad.• La superficie del tablero contrachapado es suave y lisa.• Se pueden fabricar a medida hasta 1,57 m de largo.• El tablero contrachapado no está considerado un problema fitosanitario de acuerdo con las regulaciones FAO - IPPC - ISPM15.

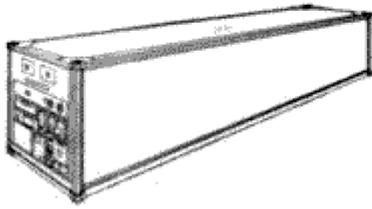
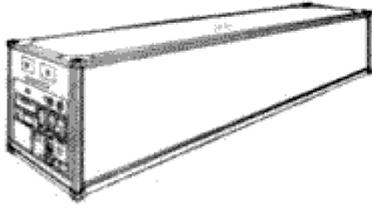
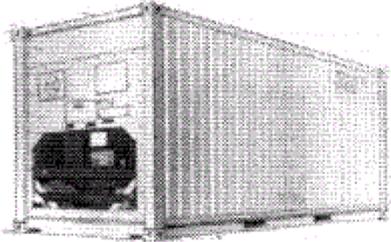
	<p style="text-align: center;">Palet de fibra prensada</p> <p>El palet de fibra prensada se moldea en una pieza a partir de fibras de madera seca. El proceso de fabricación tiene lugar bajo condiciones de alta temperatura y presión. Esto elimina cualquier posible riesgo de infestación, así como la necesidad de costosas fumigaciones o tratamientos con calor previos a la exportación.</p> <p>Las principales ventajas de las paletas de madera prensada son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ligera y resistente. • Completamente reciclable. • Encastrable. Posibilidad de apilado eficiente. • Bajo contenido de humedad. • Fácil manejo. • Libre de plagas de acuerdo con la normativa de la FAO - IPPC - ISPM15.
	<p style="text-align: center;">Palet de Madera</p> <p>El palet de madera de un solo uso se puede encontrar en varios diseños. Generalmente, se utilizan para el transporte de productos pesados en flujos sin retorno.</p> <p>Las principales ventajas de la paleta de madera son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumple con la normativa internacional. ▪ Resistente y duradera. ▪ Adecuada para almacenaje en estanterías abiertas. ▪ Medio de carga ampliamente utilizado.

Fuente: <http://www.nefab.es/Paletas.aspx>

Anexo 11: Tipo de contenedores marítimos

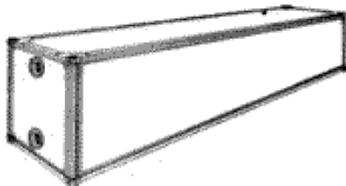
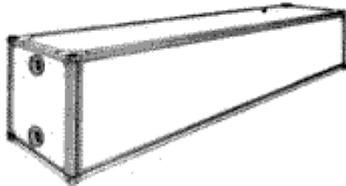
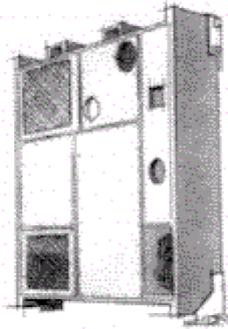
TIPOS DE CONTENEDORES			
CONTENEDORES COMUNES o DRYVAN			
20 Pies Standard 20' x 8' x 8'6"		Descripción	
Tara	2300 kg / 5070 lb	Apertura Puerta -	Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.
Carga Max.	28180 kg/62130 lb		
Max. P. B.	30480 kg/67200 lb		
Medidas	Internas		
Largo:	5898 mm / 19'4"	-	
Ancho:	2352 mm / 7'9"	2340 mm / 7'8"	
Altura:	2393 mm / 7'10"	2280 mm / 7'6"	
Capacidad Cub.	33,2 m3 / 1172 ft3		
40 Pies Standard 40' x 8' x 8'6"		Descripción	
Tara	3750 kg / 8265 lb	Apertura puerta -	Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.
Carga Max.	28750 kg / 63385 lb		
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb		
Medidas:	Internas		
Largo:	12032 mm / 39'6"	-	
Ancho:	2352 mm / 7'9"	2340 mm / 7'8"	
Altura:	2393 mm / 7'10"	2280 mm / 7'6"	
Capacidad Cub.	67,7 m3 / 2390 ft3		
40 Pies High Cube 40' x 8' x 9'6"		Descripción	
Tara	3940 kg / 8685 lb	Apertura puerta -	Especial para cargas voluminosas. Ejemplo: tabaco, carbón.
Carga Max.	28560 kg / 62965 lb		
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb		
Medidas:	Internas		
Largo:	12032 mm / 39'6"	-	
Ancho:	2352 mm / 7'9"	2340 mm / 7'8"	
Altura:	2698 mm / 8'10"	2585 mm / 8'6"	
Capacidad Cub.	76,4 m3 / 2700 ft3		

Fuente: <http://www.affari.com.ar/conttt.htm>

CONTENEDORES REFRIGERADOS INTEGRALES o REEFER			
20 Pies 20' x 8' x 8'6"			Descripción
Tara	3080 kg / 6790 lb		<p>Con equipo propio de generación de frío. Diseñados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.</p> 
Carga Max.	27400 kg / 60410 lb		
Max. P. B.	30480 kg / 67200 lb		
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	5444 mm / 17'10"	-	
Ancho:	2268 mm / 7'5"	2276 mm / 7'5"	
Altura:	2272 mm / 7'5"	2261 mm / 7'5"	
Capacidad Cub.	28,1 m3 / 992 ft3		
40 Pies 40' x 8' x 8'6"			Descripción
Tara	4800 kg / 10580 lb		<p>Con equipo propio de generación de frío. Diseñados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.</p> 
Carga Max.	27700 kg / 61070 lb		
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb		
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	11561 mm / 37'11"	-	
Ancho:	2280 mm / 7'5"	2280 mm / 7'5"	
Altura:	2249 mm / 7'5"	2205 mm / 7'3"	
Capacidad Cub.	59,3 m3 / 2075 ft3		
40 Pies High cube 40' x 8' x 9'6"			Descripción
Tara	4850 kg / 10690 lb		
Carga Max.	29150 kg / 64270 lb		
Max. P. B.	34000 kg / 74960 lb		
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	11561 mm / 37'11"	-	
Ancho:	2268 mm / 7'5"	2276 mm / 7'5"	
Altura:	2553 mm / 8'4"	2501 mm / 8'2"	
Capacidad Cub.	67 m3 / 2366 ft3		

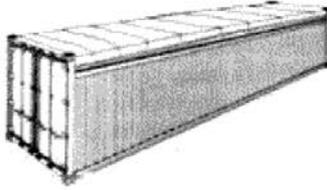
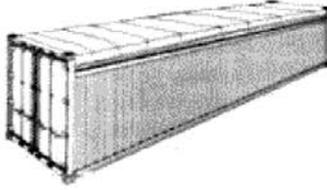
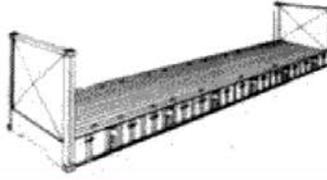
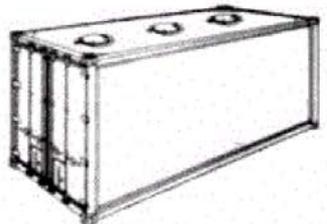
Fuente: <http://www.affari.com.ar/conttt.htm>

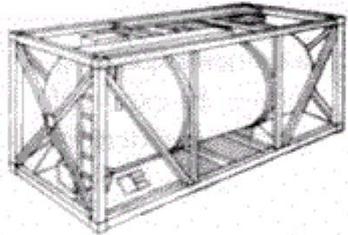
CONTENEDORES INSULADOS PHORTOLE o CONAIR

20 Pies Reefer Conair 20' x 8' x 8'			Descripción	
Tara	2650 kg / 5840 lb		Sin equipo generador de frío. Preparados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes. Ejemplo: manzanas, frutas, etc.	
Carga Max.	21350 kg / 47070 lb			
Max. P. B.	24000 kg / 52910 lb			
Medidas:	Internas	Apertura puerta		
Largo:	5750 mm / 18'10"	-		
Ancho:	2260 mm / 7'5"	2271 mm / 7'5"		
Altura:	2110 mm / 6'11"	2085 mm / 6'10"		
Capacidad Cub.	27,4 m3 / 970 ft3			
20 Pies Reefer Conair 20' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	2780 kg / 6130 lb		Sin equipo generador de frío. Preparados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes. Ejemplo: manzanas, frutas, etc.	
Carga Max.	24220 kg / 61070 lb			
Max. P. B.	27000 kg / 67200 lb			
Medidas:	Internas	Apertura puerta		
Largo:	5444 mm / 17'10"	-		
Ancho:	2300 mm / 7'6"	2300 mm / 7'6"		
Altura:	2250 mm / 7'5"	2215 mm / 7'4"		
Capacidad Cub.	29,8 m3 / 1052 ft3			
Equipo auxiliar tipo Clip On Apto para contenedores tipo Conair 20' y 40'			Descripción	
220/240 V.				
50/60 Hz, 3 - phase				
Con este equipo auxiliar se puede mantener el frío durante el transporte de puerta a puerta.				

Fuente: <http://www.affari.com.ar/conttt.htm>

OTRO TIPO DE CONTENEDORES

Open top 20 Pies Open top 20' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	2360 kg / 5200 lb		Presentan el techo removible de lona, especialmente diseñado para transporte de cargas pesadas o dimensiones extras. Permiten la carga y descarga superior. Ejemplos: maquinarias pesadas, planchas de mármol, etc.	
Carga Max.	28120 kg / 62000 lb			
Max. P.B.	30480 kg / 67200 lb			
Medidas:	Internas	Apertura puerta		
Largo:	5889 mm / 19'4"	-		
Ancho:	2345 mm / 7'9"	2300 mm / 7'8"		
Altura:	2346 mm / 7'9"	2215 mm / 7'6"		
Capacidad Cub.	32.4 m3 / 1144 ft3	Apertura techo		
		Largo: 5492 mm / 18'		
		Ancho: 2184 mm / 7'3"		
Open top 40 Pies Open top 40' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	2360 kg / 5200 lb		Presentan el techo removible de lona, especialmente diseñado para transporte de cargas pesadas o dimensiones extras. Permiten la carga y descarga superior. Ejemplos: maquinarias pesadas, planchas de mármol, etc.	
Carga Max.	30140 kg / 66750 lb			
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb			
Medidas:	Internas	Apertura puerta		
Largo:	12024 mm / 39'6"	-		
Ancho:	2352 mm / 7'9"	2340 mm / 7'8"		
Altura:	2324 mm / 7'7"	2244 mm / 7'6"		
Capacidad Cúbica	65.7 m3 / 2320 ft3	Apertura techo		
		Largo: 11874 mm / 38'11"		
		Ancho: 2184 mm / 7'3"		
Flatrack tipo fijo no plegable 20 y 40' Pies Flatrack 20' / 40' x 8' x 8'6"			Descripción	
	20' flat	40' flat	Con terminales fijos o rebatibles, sin laterales. Diseñados para el transporte de carga de grandes dimensiones. Ejemplo: maquinarias, etc.	
Tara	4030 kg / 8880 lb	5000 kg / 8880 lb		
Carga Max.	28470 kg / 62770 lb	40000 kg / 90300 lb		
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb	45000 kg / 99180 lb		
Medidas:	Internas:	Internas:		
Largo:	5940 mm / 19'6"	12132 mm / 39'9"		
Ancho:	2345 mm / 7'8"	2400 mm / 7'10"		
Altura:	2346 mm / 7'8"	2135 mm / 7'		
Contenedor Granelero de 20'			Descripción	
			Con tomas superiores y descarga por precipitación. Revestidos especialmente, permiten el transporte de granos. Ejemplo: malta, semillas, etc.	
Contenedor Tanque de 20' y 40'			Descripción	

	<p>Existen múltiples aplicaciones y diseños de estos contenedores. Los hay revestidos para el transporte de productos químicos corrosivos, o para la carga de aceites y vinos. Hay disponibilidad de equipos con calefacción para otras cargas especiales.</p>	
<p>Contenedor Plataforma de 20' y 40'</p>	<p>Descripción</p>	
	<p>Diseñados para el transporte de carga de grandes dimensiones o extra peso. Ejemplo: maquinaria rodante, etc.</p>	

Fuente: <http://www.affari.com.ar/conttt.htm>

Anexo 12: Tarifa de contenedores

Servicio	Unidad	Tarifa
IMPORTACION		
ALMACENAJE		
1 a 8 días	teu/dias	\$2,59
9 a 15 días	teu/dias	\$3,62
16 en adelante	teu/dias	\$4,66
PORTEO	cont.	\$20,77
DESPACHO CONTENEDOR	cont.	\$47,51
PESAJE	cont.	\$36,23
SELLOS / UNIDAD	unidad	\$8,28
MANIPULEO AFORO	cont.	\$56,93
MANIPULEO AFORO CONT ESPECIAL	cont.	\$68,31
CUADRILLA AFORO	unidad	\$31,05
EXPORTACION		
RECEPCION	cont.	\$47,51
PORTEO	cont.	\$18,56
INSPECCIÓN ANTI-NARCÓTICO		
Handling in	cont.	\$47,51
Cuadrilla	unidad	\$31,05
Handling out	cont.	\$47,51
Sello TITADSU	cont.	\$10,00
OTROS		
MONTACARGAS 3 TON/HORA	hora	\$15,53
CONSOLIDACION/DESCONSOLIDACIÓN	teu	\$108,68
MANIPULEO EXTRA HANDLING	cont.	\$25,88
TRASLADO CONTENEDOR VACIO	cont.	\$56,93
ENERGÍA HORA FRACCIÓN (INCLUYE MONITOREO)		\$3,62

***La tarifa mínima por ALMACENAJE es \$15/TEU (6 días mínimo)**

***EL recargo por contenedor No estandar o IMO es de 20% adicional sobre la tarifa indicada**

Anexo 13: Bill of Lading (Conocimiento de Embarque marítimo)

**BILL OF LADING
CONOCIMIENTO DE EMBARQUE**

1. SHIPPER / EXPORTER (Complete name address) Embarcador		3. BOOKING N° (Reserva N°)		3(a) BILL OF LADING N°		
		3(b) DATE (fecha)				
		4. EXPORT REFERENCE (referencias de exportacion)				
5. CONSIGNEED TO (Consignado a)		6. FORWARDING AGENT (agente embarcador)				
7. NOTIFY PARTY (notifiquese a)		8. DOMESTIC ROUTING / EXPORT INSTRUCTIONS (ruta domestica / instrucciones de exportacion)				
9. VESSEL (nave)	10. PLACE OF RECEIPT BY CARRIER (carga recibida en)	11. RELAY POINT (puerto de conexión)	12. POINT AND COUNTRY OF ORIGIN (lugar y país de origen)			
VOYAGE (viaje)	13. PORT OF LADING (puerto de carga)	14. LOADING PIER (terminal / muelle)	15. TYPE OF MOVE (tipo de movimiento)			
FLAG (bandera)	17. PLACE OF DELIVERY BY CARRIER (lugar de entrega de la carga)	18. ORIGINALS TO BE RELEASED AT (originales para entregarse en)				
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER contenido según el embarcador						
19. MARKS AND NUMBERS (marcas y números)	20. NUMBERS OF PACKAGES (numero de bultos)	21. DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOOD (descripción de mercancías)		22. WEIGHT (libras / kilos)	23. MEASUREMENTS (medidas)	
FREIGHT CHARGES flete	RATED AS flete basico	PER por	RATE tarifa	TO BE PREPAID IN US DOLLARS pre pagado en dolares	COLLECT IN USD a cobrar en dolares	OREIGN CURRENCY moneda local
			TOTAL			

IN WITNESS WHERE OF THE CARRIER BY ITS AGENT HAS SIGNED.....ORIGINAL B/L

SIGNATURE..... BY.....
CARRIER

DECLARED VALUE..... BY.....
FOR SHIPPER

Anexo 14: Cadena logística de exportación



Fuente: www1.puertodeguayaquil.com

Anexo 15: Capital de Trabajo

Capital de Trabajo a requerir para AMA 2012-2013	Producto	Partida: 6504								
	Artesanía: Sombrero a base de fibra de tallo de banano		Servicio básico de agua potable	Servicio básico de luz eléctrica	Servicios básicos teléfono (convencional)	Servicios de Internet	Gastos por útiles de oficina	Gastos de publicidad y promoción	Gastos por arriendo del local	
	Agosto	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Septiembre	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Octubre	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Noviembre	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Diciembre	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Enero	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Febrero	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Marzo	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Abril	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Mayo	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
	Junio	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00	
Julio	\$ 65,00	\$ 100,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 50,00	\$ 120,00	\$ 150,00	\$ 555,00		
	\$ 780,00	\$ 1.200,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 600,00	\$ 1.440,00	\$ 1.800,00			
Total de capital de trabajo	\$ 6.660,00									

Elaborado por: Autoras

Anexo 16: Inversión en Activos Fijos (Equipos de oficina)

COTIZACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

		FECHA:	29 de marzo de 2012
CLIENTE:	<u>AMA</u>		
ATENTAMENTE:	<u>SRA. LORGIA CUENCA</u>		
CIUDAD:	GUAYAQUIL		
NOMBRE DEL PRODUCTO	CANT	PRECIO NETO	Total US\$
MATERIALES DE OFICINA	1	\$ 125,00	\$ 125,00
BOLIGRAFOS			
CORRECTORES, ADHESIVOS			
GRAPADORES			
PACKS MATERIAL DE OFICINA			
SOBRES,CORREO Y EXPEDICIONES			
OUTLET MATERIAL DE OFICINA			
MAQUINA DE OFICINA			
CALCULADORA	1	\$ 25,00	\$ 25,00
TELEFON FIJO	1	\$ 25,00	\$ 25,00
ARCHIVADOR	2	\$ 15,00	\$ 30,00
		Subtotal Tarifa 12%	\$ 205,00
		Subtotal Tarifa 0%	
		IVA 12%:	\$ 24,60
		Total:	\$ 229,60
PLAZO DE ENTREGA:	INMEDIATO		
FORMA DE PAGO:	CREDITO 30 DIAS		
MARCOS ROSERO			
	APROBADO CLIENTE		

Elaborado por: Autoras

Anexo 17: Inversión en Activos Fijos (Equipos de computación)



RUC : 0992646950001

AUTORIZADO DE XEROX, HP, EPSON, LEXMARK Y SAMSUNG

CDLA. SAUCES 2 MZ. F88 VILLA 11

TELEFONOS: 5101929 / 5113589 / 5101919

FAX: 5101915

COTIZACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

		FECHA:	29 de marzo de 2012
CLIENTE:		<u>AMA</u>	
ATENTAMENTE:		<u>SRA. LORGIA CUENCA</u>	
CIUDAD:		GUAYAQUIL	
NOMBRE DEL PRODUCTO	CANT	PRECIO NETO	Total US\$
CPU INTEL CORE I3-2100 CI3 3,10G 3MB LGA1155	1	\$ 453,00	\$ 453,00
CASE 600W ATX			
MAINBOARD INTEL BLKDH61WWB3 1155			
PROCESADOR INTEL CORE I3-2100 3.10G 3MB			
4GB DE MEMORIA DDR3 PC-1333			
DISCO DURO DE 500 GB SATA			
DVD WRITER			
TECLADO, MOUSE Y PARLANTES			
MONITOR LCD 18,5" LG	1	\$ 112,00	\$ 112,00
UPS APC BR-700G 700VA 80ULETS PANT. LCD	1	\$ 135,00	\$ 135,00
LICENCIA WINDOWS 7 PRO 64 bits	1	\$ 180,00	\$ 180,00
		Subtotal Tarifa 12%	\$ 880,00
		Subtotal Tarifa 0%	
		IVA 12%:	\$ 105,60
		Total:	\$ 985,60
PLAZO DE ENTREGA:		INMEDIATO	
FORMA DE PAGO:		CREDITO 30 DIAS	
EMITIR CHEQUE A NOMBRE DE LUCARZ S.A.			
KATHERINE MONTESDEOCA			
		APROBADO CLIENTE	

Fuente: LUCARZ S.A.

Elaborado por: Autoras

Anexo 18: Inversión en Activos Fijos (Muebles y enseres)

COTIZACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

		FECHA:	29 de marzo de 2012
CLIENTE:		<u>AMA</u>	
ATENTAMENTE:		<u>SRA. LORGIA CUENCA</u>	
CIUDAD:		GUAYAQUIL	
NOMBRE DEL PRODUCTO	CANT	PRECIO NETO	Total US\$
MESA MULTIUSO	1	\$ 50,00	\$ 50,00
GAMAS DE MOBILIARIO DE OFICINA	1	\$ 45,00	\$ 45,00
DIVISORIAS	1	\$ 35,00	\$ 35,00
RECEPCIÓN	1	\$ 40,00	\$ 40,00
ARMARIOS	1	\$ 55,00	\$ 55,00
ESCRITORIO DE OFICINA	1	\$ 150,00	\$ 150,00
SILLAS DE OFICINA	2	\$ 25,00	\$ 50,00
MOBILIARIO DE ARCHIVADOR	1	\$ 50,00	\$ 50,00
MESAS DE ORDENADOR	1	\$ 40,00	\$ 40,00
		Subtotal Tarifa 12%	\$ 515,00
		Subtotal Tarifa 0%	
		IVA 12%:	\$ 61,80
		Total:	\$ 576,80
PLAZO DE ENTREGA:		INMEDIATO	
FORMA DE PAGO:		CREDITO 30 DIAS	
CAROLINA TRIVIÑO			
		APROBADO CLIENTE	

Elaborado por: Autoras

Anexo 19: Gastos de Capacitación del curso de inglés

Beneficiario	Curso	Tiempo	Costo del curso	Otros costos implícitos en material y transporte	Total de la Capacitación
<u>Coordinadora de AMA:</u> Lorgia Cuenca	Inglés	6 meses	\$ 800	\$ 150	\$ 950

Elaborado por: Autoras

Anexo 20: Trámites, documentos y costos de exportación de sombreros y carteras de AMA

Trámites documentos y costo de Exportación de artesanías: sombreros	Embalaje	\$ 315,84
	Flete interno hasta el lugar de embarque	\$ 122,50
	Derechos de agente de aduana o transitorio Expedidor	\$ 90,00
	Documentos de exportación	\$ 15,00
	Gastos de Financiamiento	\$ 1.238,09
	Costos de Comercialización	\$ 1.547,62
	Costo total de exportación de sombreros	\$ 3.329,05

Trámites documentos y costo de Exportación de artesanías: cartera	Embalaje	\$ 157,92
	Flete interno hasta el lugar de embarque marítimo	\$ 122,50
	Derechos de agente de aduana o transitorio Expedidor	\$ 90,00
	Documentos de exportación	\$ 15,00
	Gastos de Financiamiento	\$ 879,84
	Costos de Comercialización	\$ 1.099,80
	Costo total de exportación de carteras	\$ 2.365,06

Trámites, documentos y costo de exportación de artesanías:	
Sombreros	\$ 3.329,05
Carteras	\$ 2.365,06
Total de exportación	\$ 5.694,11

Elaborado por: Autoras

Anexo 21: Depreciación de Activo Fijo (Equipos de oficina)

AMA					
TABLA DE DEPRECIACIÓN					
Equipo de Oficina					
Período (años)	% Depreciación	Importe	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
2012		\$ 205,00			
2013	10%		\$ 20,50	\$ 20,50	\$ 184,50
2014	10%		\$ 20,50	\$ 41,00	\$ 164,00
2015	10%		\$ 20,50	\$ 61,50	\$ 143,50
2016	10%		\$ 20,50	\$ 82,00	\$ 123,00
2017	10%		\$ 20,50	\$ 102,50	\$ 102,50
2018	10%		\$ 20,50	\$ 123,00	\$ 82,00
2019	10%		\$ 20,50	\$ 143,50	\$ 61,50
2020	10%		\$ 20,50	\$ 164,00	\$ 41,00
2021	10%		\$ 20,50	\$ 184,50	\$ 20,50
2022	10%		\$ 20,50	\$ 205,00	\$ 0,00

Elaborado por: Autoras

Anexo 22: Depreciación de Activo Fijo (Equipos de Computación)

TABLA DE DEPRECIACIÓN					
Equipo de Computación					
Período (años)	% Depreciación	Importe	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
2012		\$ 880,00			
2013	33,33%		\$ 293,33	\$ 293,33	\$ 586,67
2014	33,33%		\$ 293,33	\$ 586,67	\$ 293,33
2015	33,33%		\$ 293,33	\$ 880,00	\$ 0,00
		\$ 909,30			
2016	33,33%		\$ 303,10	\$ 303,10	\$ 606,20
2017	33,33%		\$ 303,10	\$ 606,20	\$ 303,10
2018	33,33%		\$ 303,10	\$ 909,30	\$ 0,00

Elaborado por: Autoras

Anexo 23: Depreciación de Activo Fijo (Muebles y Enseres)

AMA					
TABLA DE DEPRECIACIÓN					
Muebles y Enseres					
Período (años)	% Depreciación	Importe	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
2012		\$ 515,00			
2013	10%		\$ 51,50	\$ 51,50	\$ 463,50
2014	10%		\$ 51,50	\$ 103,00	\$ 412,00
2015	10%		\$ 51,50	\$ 154,50	\$ 360,50
2016	10%		\$ 51,50	\$ 206,00	\$ 309,00
2017	10%		\$ 51,50	\$ 257,50	\$ 257,50
2018	10%		\$ 51,50	\$ 309,00	\$ 206,00
2019	10%		\$ 51,50	\$ 360,50	\$ 154,50
2020	10%		\$ 51,50	\$ 412,00	\$ 103,00
2021	10%		\$ 51,50	\$ 463,50	\$ 51,50
2022	10%		\$ 51,50	\$ 515,00	\$ 0,00

Elaborado por: Autoras

Anexo 24: Beneficios y Prestaciones Sociales

Pronóstico de Beneficios Sociales de AMA periodo: 2012- 2017	Producto	Partida: 6504		
	Artesanías: Sombreros y Carteras a base de fibra de tallo de banano	Presidenta 1	Coordinadora 1	Artesanas 45
	2012-2013	\$ 2.259,07	\$ 2.259,07	\$ 101.658,15
	2013-2014	\$ 2.924,07	\$ 2.924,07	\$ 131.583,15
	2014-2015	\$ 2.976,71	\$ 2.976,71	\$ 133.952,01
	2015-2016	\$ 3.057,25	\$ 3.057,25	\$ 137.576,37
2016-2017	\$ 3.167,86	\$ 3.167,86	\$ 142.553,83	

Elaborado por: Autoras