



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA  
ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE  
NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.**

**TUTOR**

**MSC. HECTOR LEONARDO DUARTE SUÁREZ**

**AUTORA**

**GINGER NATALI SANTOS NEVÁREZ**

**Guayaquil,**

**2019**



## FICHA DE REGISTRO DE TESIS

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.

**AUTORA:**

SANTOS NEVÁREZ GINGER NATALI

**TUTOR:**

MSC HECTOR DUARTE SUÁREZ

**INSTITUCIÓN:**

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

**Grado obtenido:**

INGENIERÍA

**FACULTAD:**

ADMINISTRACIÓN

**CARRERA:**

COMERCIO EXTERIOR

**FECHA DE PUBLICACIÓN: 2019****N. DE PAGS: 163**

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Educación Comercial Y Administración

**PALABRAS CLAVE:** Artes textiles, Artesano, Grabado, Obra Artesanal, Pequeña industria, Sector informal.

**RESUMEN:** La industria de las artesanías de maderas a pesar que no es uno de los principales productos de exportación en el Ecuador, se ha demostrado un gran dinamismo de las ventas en el mercado nacional como en el internacional. Las artesanías están en continua evolución introduciendo y adaptándose a los diversos cambios de la tecnología. Las artesanías hasta mediados del siglo veinte se mantuvieron con cierto prestigio, ya en los años setenta emerge el reconocimiento social, comienza a ser exhibidas en museos y exposiciones. La producción artesanal hace parte del sistema social, solidario y económico, que el gobierno del Ecuador ha determinado para alcanzar el plan toda una vida con el

propósito de que exista en el país un organismo regulador como lo es el PRO ECUADOR, que se encarga de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, de ejecutar y validar las políticas y normas de promoción de las exportaciones e inversiones del Ecuador. La evolución de la exportación de artesanías de madera ecuatoriana se fundamenta en factores como la situación que vive el medio ambiente y la necesidad de dejar de usar cada vez menos productos cuyos componentes sean dañinos para el medio ambiente. En tales instancias, el investigador se ha planteado el elaborar un plan de exportación que sirva como herramienta para los miembros de la asociación de artesanos de Guayaquil, que les faculte el comenzar la exportación de su producto, tal como lo han realizado las demás asociaciones participes del Guayas.

<b>N. DE REGISTRO:</b>		<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL:</b>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="checked" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>	
<b>CONTACTO CON AUTORA:</b> Ginger Natali Santos Nevárez	<b>Teléfono:</b> 0997068502	<b>E-mail:</b> ginger3.17@hotmail.com	
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	PHD. Rafael Iturralde Solorzano, DECANO Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: <a href="mailto:riturralde@ulvr.edu.ec">riturralde@ulvr.edu.ec</a>  MSC. Betty Aguilar Echeverría, DIRECTORA DE LA CARRERA Teléfono: 2596500 EXT. 264 E-mail: <a href="mailto:baguilar@ulvr.edu.ec">baguilar@ulvr.edu.ec</a>		

## CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



### Urkund Analysis Result

Analysed Document: artesantias estados Unidos santos oct 2018.docx (D43351294)  
Submitted: 11/1/2018 3:43:00 AM  
Submitted By: hduartes@ulvr.edu.ec  
Significance: 5 %

#### Sources included in the report:

TESIS1.docx (D16584921)  
PG PIMIENTO ORGÁNICO\_2016 agosto REVISADO.docx (D21514073)  
TESIS PAULINA VACA.docx (D17119063)  
TESIS FINAL 21 MARZO 2016 J y D.pdf (D18997322)  
PROYECTO-NOMENCLATURA-2DO-PARCIAL TERMINADO.pdf (D13255820)  
TESIS FINAL ARELIS.pdf (D21243206)  
<https://peru.com/actualidad/economia-y-finanzas/peru-artesanos-exportaron-62-paises-us-436-millones-2017-noticia-553918>  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Artesan%C3%ADa>

#### Instances where selected sources appear:

28

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to be "H. Duarte", written over a horizontal line.

MSC. HECTOR LEONARDO DUARTE SUÁREZ

CI # 0912937836

## DECLARATORIA DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada GINGER NATALI SANTOS NEVÁREZ declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS. corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Autora:

Firma 

GINGER NATALI SANTOS NEVÁREZ

CI # 0927217059

## **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Plan de exportación de artesanías de madera para la Asociación de Artesanos de Guayaquil al mercado de Nueva York-Estados Unidos, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas partes el Proyecto de Investigación titulado: “PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS”, presentado por la estudiante GINGER NATALI SANTOS NEVÁREZ como requisito previo, para optar al Título de INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.

Firma



---

MSC. HECTOR LEONARDO DUARTE SUÁREZ

CI # 0912937836

## **AGRADECIMIENTOS**

Cualquier tipo de agradecimiento no sería lo suficientemente satisfactorio para decirles a aquellas personas que me ayudaron tanto en los buenos como en los malos momentos en esta dura lucha por obtener una meta más en mi vida. Quisiera empezar diciendo: gracias por depositar su fe en mí, gracias por toda la paciencia que sé que me han tenido que tener, gracias por brindarme su apoyo en aquellos momentos difíciles, gracias por enseñarme que todo es posible y nada es imposible para Dios.

Por esto y muchas cosas más les agradezco a todas y cada una de las personas que forman parte de mi vida y de mí día a día.

Gracias, muchas gracias.

Ginger Santos N.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente proyecto ante todo al ser supremo que permitió que esto se haga realidad porque sin él no lo hubiera conseguido y ni siquiera estaría en este mundo. Dedico también a mis padres por incentivarne a superarme día a día, a mis profesores, a mi tutor que me guío con paciencia y empeño para poder seguir adelante y no desfallecer, a mi esposo que estuvo conmigo apoyándome a culminar este sueño que ahora es real y finalmente a mis amigos Rafael y Adriana mi amiga de casi toda la vida quienes fueron una gran ayuda cuando necesite una mano para poder continuar con mi meta.

Ginger Santos N.

## ÍNDICE GENERAL

REPOSITORIO.....	II
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIV
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XV
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVI
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	01
CAPÍTULO I.....	03
1.1 TEMA.....	03
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	03
1.3 ARBOL DE RESUMEN DEL PROBLEMA.....	06
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	07
1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	07
1.6 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	07
1.6.1 OBJETIVO GENERAL.....	07
1.6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	08
1.7 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	08
1.8 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.9 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.10 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
1.10.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	12
1.10.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	12
CAPÍTULO II.....	13
2.1 MARCO TEÓRICO.....	13
2.1.1 ANTECEDENTES.....	13
2.2 CASO DE ASOCIATIVIDAD ECUATORIANO.....	15
2.3 MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL.....	17
2.3.1 EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA.....	17

2.3.2 EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA DESTINO: ESTADOS UNIDOS-NEW YORK.....	18
2.3.3 ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	19
2.3.4 PASOS PARA LA ELABORACIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE MADERA.....	20
2.3.5 MERCADO DE ARTESANÍAS DE MADERA EN PÁGINAS WEB INTERNACIONALES.....	24
2.3.6 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE LAS ARTESANÍAS A BASE DE MADERA.....	25
2.3.7 ANÁLISIS F.O.D.A.....	26
2.4 ANÁLISIS DE MERCADOS POTENCIALES.....	27
2.4.1 MERCADO DE ALEMANIA.....	27
2.4.2 MERCADO DE FRANCIA.....	28
2.5 SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.....	30
2.5.1 SELECCIÓN GEOGRÁFICA.....	31
2.5.2 PROPIEDAD DE LA GEOGRAFÍA.....	32
2.5.3 SELECCIÓN DEMOGRÁFICA.....	32
2.5.4 EXIGENCIAS DEL PRODUCTO.....	33
2.5.5 TIPOS DE MATERIALES.....	33
2.5.6 ESTILOS.....	34
2.6 PREFERENCIAS ARANCELARIAS DE LAS ARTESANÍAS DE MADERAS ENTRE ECUADOR Y NUEVA YORK.....	34
2.7 ACUERDOS COMERCIALES.....	34
2.7.1 SGP SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE LOS ESTADOS UNIDOS.....	35
2.8 BARRERAS.....	36
2.8.1 BARRERAS ARANCELARIAS.....	36
2.8.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS.....	36
2.9 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIAS DE ARTESANÍAS.....	37
2.10 EMPRESAS IMPORTADORES DE ARTESANÍAS DE MADERAS ECUATORIANAS EN ESTADOS UNIDOS-NEW YORK.....	37
2.11 SELECCIÓN DEL MEDIO DE TRANSPORTE.....	38
2.11.1 TRANSPORTE AÉREO.....	38
2.11.2 TRANSPORTE MARÍTIMO.....	39
2.12 SELECCIÓN DEL PUERTO DE NEW YORK.....	39

2.13 COMPETIDORES INTERNACIONALES.....	41
2.13.1 NICARAGUA.....	41
2.13.2 PERU.....	41
2.13.3 CHINA.....	42
2.14 COMPETIDORES NACIONALES.....	42
2.15 CADENA LOGISTICA.....	43
2.16 DEMANDA NACIONAL.....	43
2.17 DEMANDA INTERNACIONALES.....	43
2.18 SELECCIÓN DE INCONTERM.....	44
2.18.1 INCOTERMS UTILIZADOS PARA CUALQUIER TIPO DE TRANSPORTE.....	44
2.18.2 INCONTERMS ÚNICAMENTE UTILIZADOS EN EL TRANSPORTE MARÍTIMO.....	46
2.18.3 INCOTERM SELECCIONDO.....	47
2.19 DOCUMENTACIÓN.....	48
2.20 RESPONSABILIDADES DEL IMPORTADOR Y EXPORTADOR.....	49
2.20.1 RESPONSABILIDADES DEL EXPORTADOR.....	49
2.20.2 RESPONSABILIDADES DEL IMPORTADOR.....	49
2.21 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	49
2.22 MARCO CONCEPTUAL.....	54
2.22.1 ARTESANÍA.....	54
2.22.2 COMERCIALIZACIÓN.....	54
2.22.3 EXPORTAR.....	54
2.22.4 LOGÍSTICA.....	54
2.22.5 INCOTERMS.....	54
2.22.6 TRADE MAP.....	54
2.22.7 DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.....	55
2.22.8 MERCADO META.....	55
2.22.9 MATRIZ PRODUCTIVA.....	55
2.22.10 ASOCIACIÓN.....	55
2.22.11 DECLARACIÓN ADUANERA SIMPLIFICADA (DAS).....	55
2.23 MARCO LEGAL.....	56
2.23.1 ART 154 (COPCI) EXPORTACIÓN DEFINITIVA.....	56
2.23.2 ART 138 (COPCI) DECLARACIÓN ADUANERA.....	56
2.23.3 POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE TRANSPORTE.....	56

2.23.4 CÓDIGO ÓRGANICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES ARTÍCULO 4 LITERAL N Y S.....	56
2.23.5 DE LA GENERACION DE UN SISTEMA INTEGRAL DE INNOVACIÓN CAPACITACIÓN TÉCNICA Y EMPRENDIMIENTO.....	57
2.23.6 CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES ART 95 PROMOCIÓN NO FINANCIERA DE EXPORTACIONES.....	57
2.23.7 NORMAS ISO 780 Y 7000.....	58
2.23.8 ART 140 DEL COPCI AFORO.....	59
2.23.9 LEY DE FORMENTO ARTESANAL.....	59
CAPÍTULO III.....	62
3.1 MARCO METODOLÓGICO.....	62
3.1.1 METODOLOGÍA.....	62
3.1.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	62
3.1.2.1 DESCRIPTIVO.....	63
3.1.2.2 EXPLORATORIO.....	63
3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	64
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	65
3.4 METODO INDUCTIVO.....	66
3.5 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA.....	66
3.5.1 CUALITATIVA.....	66
3.5.2 CUANTITATIVA.....	66
3.6 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	66
3.6.1 ENTREVISTA.....	66
3.6.1.1 TIPO DE MUESTRA DE LA ENTREVISTA.....	67
3.6.1.2 ANALISIS DE LA ENTREVISTA A LOS ARTESANOS.....	67
3.6.2 ENCUESTA.....	70
3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	70
3.7.1 POBLACIÓN.....	70
3.7.2 MUESTRA DE LA ENCUESTA.....	70
3.7.3 CUADROS ESTADÍSTICOS DE LAS ENCUESTAS.....	71
3.7.4 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	73
3.7.4.1 EN FORMA GENERAL.....	73
3.7.4.2 POR PREGUNTA.....	74

CAPÍTULO IV.....	84
4.1 PROPUESTA.....	84
4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	84
4.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO DE EXPORTACIÓN.....	85
4.4 ESTIMACIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	85
4.5 PROYECCIÓN DE COSTOS LOGÍSTICOS DEL PRIMER EMBARQUE.....	86
4.6 PROYECCIÓN DE VENTAS TOTALES PROYECTADOS A 5 AÑOS.....	88
4.7 FLUJO DE EFECTIVO.....	88
4.8 TIR Y VNP.....	89
4.9 PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	90
PLAN DE EXPORTACION.....	91
CONCLUSIONES.....	116
RECOMENDACIONES.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	119

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 ÁRBOL DE RESUMEN DDEL PROBLEMA.....	06
FIGURA 2 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
FIGURA 3 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE LAS ARTESANÍAS.....	25
FIGURA 4 SELECCIÓN GEOGRÁFICA.....	31
FIGURA 5 PROPIEDADES DE LA GEOGRAFÍA.....	32
FIGURA 6 SELECCIÓN DEMOGRÁFICA 1.....	32
FIGURA 7 SELECCIÓN DEMOGRÁFICA 2.....	33
FIGURA 8 PREFERENCIAS ARANCELARIAS.....	34
FIGURA 10 INFORMACIÓN DE PRO ECUADOR.....	37
FIGURA 11 CADENA LOGÍSTICA.....	43
FIGURA 12 CUADRO ESTADISTICO DE EMPRESAS.....	72
FIGURA 13 PREGUNTA 1.....	74
FIGURA 14 PREGUNTA 2.....	75
FIGURA 15 PREGUNTA 3.....	76
FIGURA 16 PREGUNTA 4.....	77
FIGURA 17 PREGUNTA 5.....	78
FIGURA 18 PREGUNTA 6.....	79
FIGURA 19 PREGUNTA 7.....	80
FIGURA 20 PREGUNTA 8.....	81
FIGURA 21 PREGUNTA 9.....	82
FIGURA 22 PREGUNTA 10.....	83

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 ARTENÍAS DE MADERA.....	17
ILUSTRACIÓN 2 MADERAS.....	18
ILUSTRACIÓN 3 ÁRBOLES.....	20
ILUSTRACIÓN 4 MADERA.....	20
ILUSTRACIÓN 5 TAMAÑO DE LA MADERA.....	21
ILUSTRACIÓN 6 CORTES DE MADERA.....	21
ILUSTRACIÓN 7 MÁQUINAS PULIDORAS DE MADERA.....	22
ILUSTRACIÓN 8 TINTE PARA CURAR MADERA.....	22
ILUSTRACIÓN 9 MADERA CURADA.....	23
ILUSTRACIÓN 10 ARTESANÍAS DE MADERAS.....	23
ILUSTRACIÓN 11 SELECCIÓN DE MERCADO.....	30
ILUSTRACIÓN 12 ARTESANÍAS EN NEW YORK.....	38
ILUSTRACIÓN 13 PORT NEW YORK.....	40
ILUSTRACIÓN 14 LOS INCOTERMS.....	44
ILUSTRACIÓN 15 LOS INCONTERMS: OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES.....	47
ILUSTRACIÓN 16 ESPECIFICACIÓN DE LOS RIESGOS Y RESPONSABILIDADES EN EL TÉRMINO FOB.....	48
ILUSTRACIÓN 17 ARTESANÍAS DEL MERCADO ARTESANAL.....	90

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
TABLA 2 CLASIFICACION ARANCELARIA DE LAS ARTESANÍAS.....	25
TABLA 3 MATRIZ FODA DE LOS ARTESANOS DEL MERCADO ARTESANAL....	26
TABLA 4 SELECCIÓN GEOGRAFICA.....	31
TABLA 5 PROPIEDADES DE LA GEOGRAFIA.....	32
TABLA 6 SELECCIÓN DEMOGRÁFICA 1.....	32
TABLA 7 SELECCIÓN DEMOGRÁFICA 2.....	33
TABLA 8 TIPO DE MATERIALES.....	33
TABLA 9 COMPRADORES EN NUEVA YORK QUE SI CONTESTARON.....	72
TABLA 10 COMPRADORES EN NUEVA YORK QUE NO CONTESTARON.....	72
TABLA 11 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 1.....	74
TABLA 12 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 2.....	75
TABLA 13 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 3.....	76
TABLA 14 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 4.....	77
TABLA 15 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 5.....	78
TABLA 16 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 6.....	79
TABLA 17 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 7.....	80
TABLA 18 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 8.....	81
TABLA 19 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 9.....	82
TABLA 20 TABLA ESTADÍSTICA DE LA PREGUNTA 10.....	83
TABLA 21 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	85
TABLA 22 PROYECCIÓN DE COSTOS LOGÍSTICOS DEL 1º EMBARQUE.....	86
TABLA 23 PROYECCIÓN A 5 AÑOS DE LAS VENTAS TOTALES.....	88
TABLA 24 FLUJO DE EFECTIVO.....	89
TABLA 25 CALCULO DEL TIR Y VNP.....	89

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1.....	139
ANEXO 2.....	142
ANEXO 3.....	145
ANEXO 4.....	148
ANEXO 5.....	154
ANEXO 6.....	158
ANEXO 7.....	159
ANEXO 8.....	161

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador cuenta con una innumerable variedad de maderas, tanto en cultivos exóticos como forestales, esto es gracias a la ubicación geográfica del Ecuador con zonas que tiene hasta doce horas de luz en el día durante todo el año, las influencias de las corrientes marinas y la presencia de la Cordillera de los Andes, determinan que gocen de una variedad de climas y formaciones de vegetales y que deja al Ecuador entre los diez países de mayor diversidad en el mundo.

La industria de las artesanías de maderas a pesar que no es uno de los principales productos de exportación en el Ecuador, se ha demostrado un gran dinamismo de las ventas en el mercado nacional como en el internacional.

El Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO)<sup>1</sup> tiene como misión alentar el progreso de la producción y la calidad de las micro, pequeñas y medianas empresas e instituciones, también busca impulsar al sector de las artesanías, con estrategias que permitan la eficacia de los productos de estos sectores.

Las artesanías están en continua evolución introduciendo y adaptándose a los diversos cambios de la tecnología. Las artesanías hasta mediados del siglo veinte se mantuvieron cierto prestigio, ya en los años setenta emerge el reconocimiento social, comienza a ser exhibidas en museos y exposiciones.

La producción artesanal hace parte del sistema social, solidario y económico, que el gobierno del Ecuador ha determinado para alcanzar el plan toda una vida. A través del 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 propósito de que exista en el país un organismo regulador.

---

<sup>1</sup> [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec) – MIPRO

Este ente regulador es la INSTITUCIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES PRO ECUADOR,<sup>2</sup> que se encarga de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, de ejecutar y validar las políticas y normas de promoción de las exportaciones e inversiones del Ecuador.

La evolución de la exportación de artesanías de madera ecuatoriana se fundamenta en factores como la situación que vive el medio ambiente y la necesidad de dejar de usar cada vez menos productos cuyos componentes sean dañinos para el medio ambiente.

En tales instancias, el investigador se ha planteado el elaborar un plan de exportación que sirva como herramienta para los miembros de la asociación de artesanos de Guayaquil, que les faculte el comenzar la exportación de su producto, tal como lo han realizado las demás asociaciones participes del Guayas.

Esto les ha permitido mejorar su calidad de vida, incrementar sus ganancias económicas, ampliando su mercado de venta y poseyendo nuevas habilidades que les permitan presentar y comercializar sus artesanías de maderas en nuevos mercados internacionales, iniciando por la ciudad de Nueva York-Estados Unidos.

---

<sup>2</sup> [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec) – ProEcuador

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 TEMA**

Plan de exportación de artesanías de madera para la asociación de artesanos de Guayaquil al mercado de Nueva York-Estados Unidos.

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La exportación de productos para los artesanos, fabricantes, etc. es de gran dificultad para ellos el poderlo realizar. A lo largo de la historia ecuatoriana se ha podido apreciar que los ecuatorianos se han dedicado a ser más importadores que exportadores. Actualmente se ha comprobado estadísticamente que el Ecuador ha mantenido la balanza comercial con saldo negativo debido a que se ha realizado más importaciones, pero en el 2016 hubo un cambio positivo en la balanza comercial, “El Ecuador exportó \$16.8 miles de millones en el mundo e importó \$16 miles de millones, esto dio un saldo comercial positivo de \$789 millones en las exportaciones netas en comparación con su balanza comercial en 1995, cuando todavía tenían una balanza positivo de \$458 millones de exportaciones netas. En el 2016 el PIB per cápita fue de \$11.30 miles y su PIB de Ecuador fue de \$97.80 miles.” (OEC, 2016) Con el presente proyecto se busca que este nicho de mercado como lo son las artesanías de maderas sean exportadas al exterior en base a un plan de exportación que los guie para poderlo lograr y así el saldo comercial pueda seguir ascendiendo.

Los artesanos del mercado artesanal de Guayaquil son pequeños productores que se dedican a elaborar artesanías de maderas de todo tipo, estos artesanos son indígenas que no exportan sus productos al exterior y esto les ocasiona que no se den a conocer a nivel internacional y por ende no obtengan mayores ganancias en sus producciones. Para el Ecuador este nuevo plan para impulsar las exportaciones de productos no tradicionales genera grandes expectativas para la economía ecuatoriana.

La Asociación de Artesanos de Guayaquil que elaboran productos de madera y que trabajan dentro del mercado artesanal tienen muchas posibilidades de expandir sus fronteras comerciales, pero para lograrlo deben de modificar su logística, organización y estrategias. La exportación de las artesanías de madera se ha quedado estancado por el hecho de que sus productores no consideran o se le hace muy difícil darlos a conocer en el exterior por medio de la exportación. Los artesanos no cuentan con ningún tipo de implemento o vía que les ayude a promocionar sus productos internacionalmente, muchos de ellos con gran esfuerzo usan paginas sociales y ningún de ellos poseen páginas web, es decir, un dominio con el cual comercialicen o promocionen sus productos a nivel on-line.

El gobierno ecuatoriano se ha enfocado mucho en incentivar las exportaciones para que de esa manera la balanza de pagos se establezca un poco más y gracias a ello ha subido una pequeña proporción. Ha implementado líneas de crédito y algunos recursos que son necesarios para financiar la oferta exportable desde del inicio del proceso que es la producción de las artesanías hasta la recepción del producto al cliente final.

Es óptimo también se desarrolle un plan para el manejo forestal, se debe de pensar a largo plazo en los recursos renovables siendo los principales beneficiados los ecuatorianos, para ello se debe de tomar medidas para que de esta manera se evite los riesgos en las zonas productoras.

Una investigación realizada a la Asociación de Artesanos se dio como conclusión que la mayoría de los mismos estiman que es muy difícil el hecho de exportar sus productos y sobre todo poseer los contactos que los desee comprar. No buscan los medios ni las posibilidades de exportar o comercializar sus productos hacia algún nicho de mercado solo por el hecho del temor al trámite a realizar y a las trabas que se puedan presentar en el transcurso del mismo. No ven nuevos horizontes, nuevas formas de comercializar sus productos, de salir de ese estancamiento en el que la mayoría de artesanos ecuatorianos se encuentran.

Los artesanos de productos de maderas del mercado artesanal de Guayaquil no poseen ningún plan de exportación que los ayude a comercializar o distribuir sus productos a nivel

internacional, se dedican solo a las ventas al por menor y en mínimas ocasiones al por mayor pero solo a nivel de Guayaquil.

En base a los puntos antes mencionados se podrá estimar que con el pasar del tiempo de no tomar medidas correctivas los artesanos seguirán en las vías de subdesarrollo tanto a nivel productivo como de comercialización, habría un desinterés en cuanto al invertir, se verían sin ganas de progresar y cesarían sus operaciones.

Para esto se tomará en cuenta la cobertura y el crecimiento del mercado nacional de la Asociación de Artesanos del mercado Artesanal de Guayaquil ubicado en la provincia del Guayas, se estima que en el sector de elaboración de artesanías de maderas se mantenga su estatus actual de ventas e inclusive que no se pierda participación en el mercado interno. De esa manera los ecuatorianos perderán de gozar de este tipo de productos porque se equilibraría tanto la demanda interna como externa.

### 1.3 ÁRBOL DE RESUMEN DEL PROBLEMA

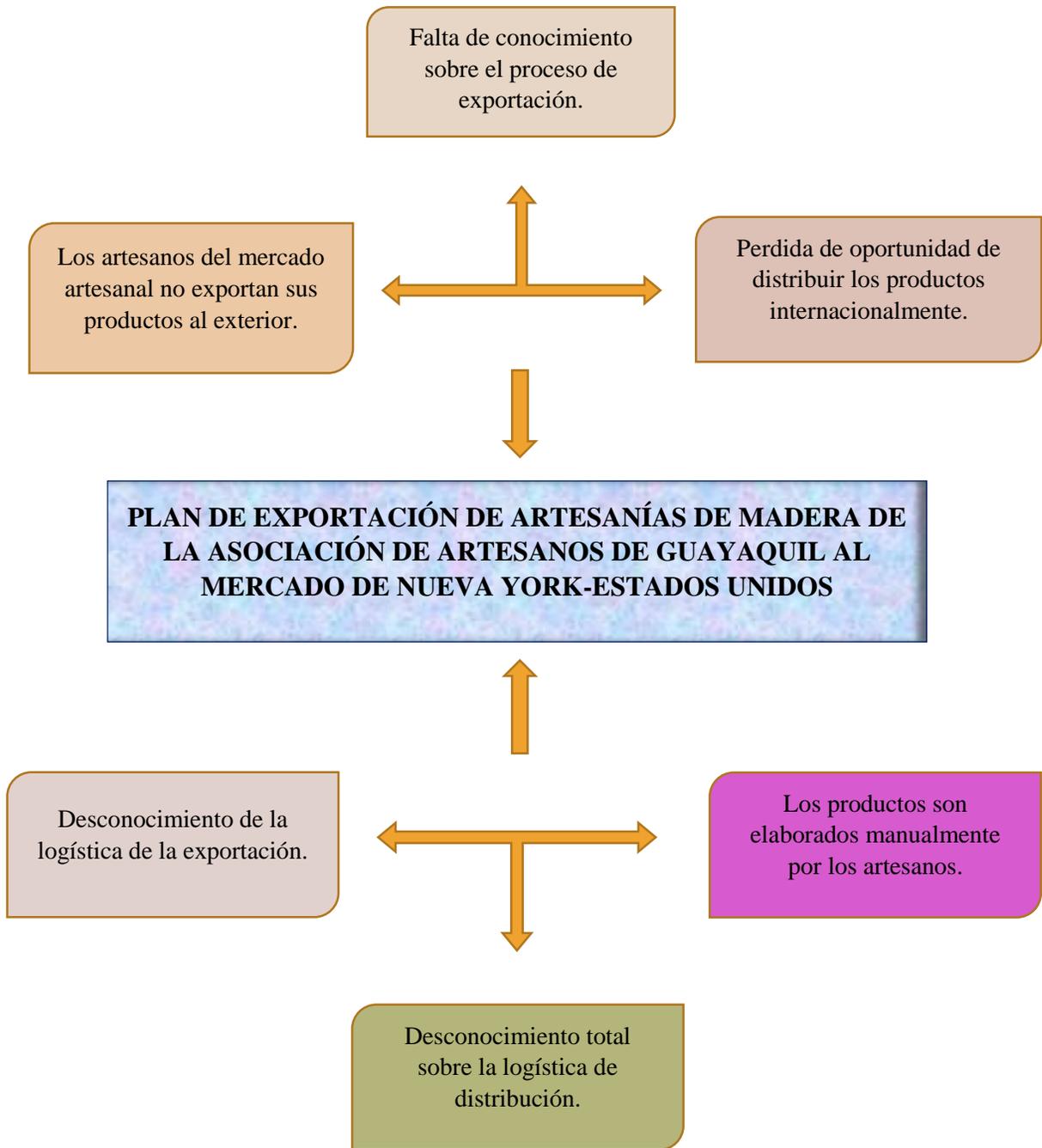


Figura 1 Árbol de resumen del problema.

Elaborado por Santos, G (2018)

## **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo el plan de exportación de artesanías de madera incentiva a la comercialización de productos a la Asociación de Artesanos de Guayaquil al mercado de Nueva York - Estados Unidos?

## **1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

Para mayor comprensión de la problemática que se menciona en el presente proyecto de investigación es necesario realizar las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la situación actual de los artesanos del mercado artesanal de Guayaquil y las facilidades que poseen para poder exportar sus artesanías?
- ¿Cuál sería el mercado más idóneo para la exportación de artesanías de madera?
- ¿Qué podemos hacer para guiar a los artesanos en el proceso de exportación de sus artesanías de madera?

## **1.6 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1 OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un plan de exportación de artesanías de madera al mercado de Nueva York- Estados Unidos mediante un estudio cuantitativo incentivando la comercialización de productos de la Asociación de Artesanos de Guayaquil.

## **1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar la situación de los artesanos sobre si conocen como exportar y las facilidades que poseen para poder realizarlo.
- Determinar el mercado más idóneo para comercializar la artesanía de madera a nivel internacional tomando en cuenta todos los factores.
- Elaborar el plan de exportación de las Artesanías de madera hacia el mercado de Nueva York-Estados Unidos con normativas pertinentes y adecuada cadena logística.

## **1.7 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Muchos de nuestros compatriotas y latinoamericanos que residen en Nueva York-Estados Unidos desean productos ecuatorianos que le recuerden su tierra y sus raíces, estos productos gracias a la mano de obra ecuatoriana son de gran agrado para sus diferentes compradores que muchas veces suelen ser extranjeros. Estos productos que son, por ejemplo: cajitas, adornos, anillos, rosarios, etc. Con estos productos artesanales las personas que los compran crean un vínculo sentimental que les trae recuerdos de sus orígenes.

Estados Unidos de América es un país con distintos mercados, por su variedad étnica y religiosa provoca que tenga mercados muy exigentes y competitivos pero que les gusta incursionar en productos artesanales, es decir, hechos a mano, que congenie con los compradores por su diversidad de la población y sus culturas. Su inclinación a lo novedoso y a productos de primera calidad los lleva a asociarse con pequeñas empresas que les ofrezcan saciar su necesidad en un tiempo limitado valorando el producto más por su calidad que por su precio.

Los productos que ingresan a un país deben cumplir con normas la cual es exigida por las autoridades del país importador que deben ser certificadas y emitidas por instituciones autorizadas y así no tener ningún inconveniente en el país de destino.

Se pretende demostrar que un buen plan de exportación les abrirá mercado y nuevas formas y maneras de comercializar sus productos al exterior para promover la exportación de los artesanos del mercado artesanal de Guayaquil. La presidenta de la Asociación la señora Jacinta Chancay Muñiz está consciente de la situación actual de los miembros de la asociación y las dificultades que debe de pasar cada uno de ellos para poder en algún momento exportar sus productos. Indica también que se debe de aprovechar el impulso del gobierno al apoyar las exportaciones de las PYMES y a todos los miembros de la economía popular, buscando ventajas y oportunidades en los sectores en donde son muy apreciadas y cotizadas estas artesanías de madera. Los 171 artesanos del mercado artesanal buscan el satisfacer las necesidades del mercado interno de Guayaquil en su totalidad las mismas que no suplen con toda la mercadería que ellos pueden producir y que muchas veces quedan en stock o deben de comercializar a bajos precios para poderlos vender.

La artesanía de maderas es muy solicitada y con muchas ventajas comerciales, en Nueva York hacen cada año una feria de toda clase de artesanías y entre ellas las de madera el año pasado, es decir, el 2016 tuvo un incremento del 2% en comparación con el del año 2015. El total de exportaciones de artesanías de madera que el Ecuador realiza es de un precio FOB alrededor de \$49.455 mil millones de dólares (Banco Central, primer semestre del 2017<sup>3</sup>) cifra que podría incrementar incentivando la exportación de artesanías de maderas a Nueva York de acuerdo a los requisitos y preferencias para este tipo de producto que se requiere para poder ingresar a este mercado tan importante como lo es el de Nueva York, a través del sistema generalizado de preferencias arancelarias que permite favorecer las exportaciones ecuatorianas.

El presente proyecto nos permitirá promover el emprendimiento e impulso entre todos y cada uno de los miembros de la asociación de artesanos antes ya mencionados dedicados a la elaboración de artesanías de maderas de una manera sencilla y muy honesta según los estipula el Plan toda una vida vigente para el periodo 2017-2021 y de acuerdo a los puntos de investigación de la Facultad de Administración carrera Comercio Exterior, “La Internacionalización”.

---

<sup>3</sup> [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) - Banco Central de Ecuador

Teniendo en cuenta la situación actual que vive el medio ambiente será responsable la asociación de garantizar que no se abusara de la producción de madera y que se crearan planes por cuenta propia para reforestar las áreas que estén más afectadas por la indiscriminada acción de algunos pocos que no ven el gran mal que le hacen a la naturaleza. En concordancia con el objetivo número 03 (Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones) del Plan toda una vida<sup>4</sup> nos pide que se impulse el cambio en la matriz productiva produciendo con mayor calidad y más cantidad, y de esa manera aumentar las exportaciones manteniendo nuestros productos con presencia en los mercados internacionales porque ambos van siempre de la mano.

Las artesanías en general son productos que reflejan la identidad cultural de un país, las artesanías de madera en particular pueden ser muy funcionales aparte de decorativas, resultando ser objeto de colecciones y regalos ideales, sobre todo muy apetecido por extranjeros.

La presente investigación permitirá que conozcamos todo sobre la producción y proceso de exportación necesaria para incentivar a los artesanos de la Asociación de artesanos del mercado artesanal de Guayaquil provincia del Guayas hacia el mercado de Nueva York-Estados Unidos, mercado que es de gran afluencia de turistas de todo el mundo y que sería una gran oportunidad para que las artesanías de madera se posesionen en este mercado que tanta demanda genera.

Se puede evidenciar que la exportación de artesanías tiene buena aceptación en el mercado de Nueva York según TRADE MAP<sup>5</sup> y en ello se basa para corroborar que el presente proyecto tiene grandes posibilidades de éxito. Se han realizado ferias de artesanías en Nueva York en las cuales se figuran alrededor de 18000 artesanías varias entre ellas las de madera.

Se pretende también con el presente plan de exportación contribuir en algo al desarrollo de estas personas oriundas de la sierra ecuatoriana en relación a expandir sus horizontes hacia nuevas miras y no quedarse estancados solo al comercio local.

---

<sup>4</sup> Plan toda una vida

<sup>5</sup> [www.trademap.org](http://www.trademap.org) - Trade Map - 2018

## 1.8 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio se ha enfocado exclusivamente en los artesanos del mercado artesanal de Guayaquil, se pretende determinar aquellos artesanos que implementaran el plan de exportación hacia el mercado de Nueva York. También se quiere demostrar los aspectos positivos que tiene la comercialización de las artesanías de madera en el mercado de Nueva York para Asociación de Artesanos del Mercado Artesanal de Guayaquil.

Tabla 1 Delimitación o alcance de la investigación.

<b>TEMA</b>	PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.
<b>AREA</b>	COMERCIO EXTERIOR
<b>CAMPO</b>	EXPORTACIÓN
<b>MARCO ESPACIAL</b>	GUAYAQUIL-ECUADOR
<b>EMPRESA</b>	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL
<b>TIEMPO</b>	2018

Elaborado por Santos, G (2018)

## 1.9 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

El plan de exportación de artesanías de madera hacia el mercado de Nueva York-Estados Unidos incentivará la comercialización de productos en la Asociación de Artesanos de Guayaquil.

## **1.10 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.10.1 VARIABLE INDEPENDIENTE:** El plan de exportación de artesanías.

**1.10.2 VARIABLE DEPENDIENTE:** Comercialización de los productos al mercado de Nueva York - Estados Unidos.

## **CAPÍTULO II**

### **2.1 MARCO TEÓRICO**

#### **2.1.1 ANTECEDENTES**

La Asociación de Artesanos del Mercado Artesanal de Guayaquil fue fundada en el año de 1983 por un grupo de 30 socios que se pusieron la meta de construir un mercado para poder vender sus artesanías de todo tipo entre ellas las de madera, actualmente quedan 3 socios vivos ya que lamentablemente todos los demás han fallecido. Esta asociación contó con el apoyo de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil quien les apoyo con la construcción de todo el contorno del mercado. Los artesanos por su parte invirtieron en lo que son las puertas y demás cosas que se requieren en un local como pisos, sillas, vitrinas, mesas, etc.

A lo largo de la historia se ha comprobado que la elaboración de las artesanías es un arte que muy pocos lo practican y que se requiere de gran destreza manual para elaborar los mismos. Este proyecto es realizado con la finalidad de educar y ayudar a los artesanos emprendedores que no tienen el suficiente conocimiento en exportación, facilitándoles un buen proceso de exportación y asegurando que este sea viable. El producto escogido para el presente proceso plan de exportación fueron las artesanías de maderas.

Muchos de los artesanos son oriundos de la sierra ecuatoriana en donde la mayoría heredaron esta labor a través de sus padres y así sucesivamente de generación en generación, muchos de estos artesanos a duras penas pudieron terminar la secundaria y en muchos casos ni la primaria, pero como es un arte que se aprende con las manos nos les prestaron mayor atención a otros temas de importancia como lo son los estudios.

Los artesanos se caracterizan por conservar muy bien sus raíces antepasadas y en ellos está la artesanía que si bien sabemos son pocos los que se dedican a este tipo de labor, pero esta costumbre no desaparece. Los artesanos siempre se han distinguido por su enorme sencillez y su gran empeño con el trabajo artesanal sin importarles estudios ni lujos.

En Ecuador posee una región llamada sierra muy amplia, cuenta con doce provincias en las cuales todas residen artesanos que se dedican a elaborar artesanías de todo tipo. Es necesario analizar y estudiar el comportamiento que han ejercido diferentes países para preservar a sus productores nacionales en mejores condiciones, esto es debido a la cooperación entre los sectores respectivos, haciendo frente a la competencia a nivel mundial a través de cooperativas, asociaciones, gremios entre otros.

Lo que en la actualidad se conoce como asociación de artesanos en los sectores rurales del Ecuador surgen cuando se logra diferenciar a una asociación existente con una gestión y una estructura empresarial que opera en la economía de un país, también es existente las que aparecen de la herencia familiar, estas nacen a través de un abuelo o del hijo que ejercían algún oficio o arte ya sea en la elaboración o producción de algún producto o simplemente comercializarlo, esto creaba el nacimiento de un nuevo negocio que con esfuerzo y mucha dedicación de los miembros de la familia se prosperaba y así se solía heredar de generación en generación. Para ellos todo lo relacionado con administración, organización o contabilidad era casi nulos solo se limitaban mantener una excelente atención al cliente y una óptima calidad del producto para que el negocio perdure por muchos años.

Con el pasar del tiempo y de los años el Ecuador ha sido un proveedor fundamental a nivel Internacional de materia prima, de gran importancia para la elaboración de productos terminados, los cuales se ven en la necesidad de importar y de consumir productos ya procesados y terminados con la materia prima elaborada en nuestro país a un costo superior, por encima de nuestro presupuesto, elevando lamentablemente la canasta básica familiar. El Econ. Rafael Correa Delgado propuso e impulso el cambio y la transformación de la Matriz Productiva de nuestros bienes y servicios, los cuales se enfocan específicamente en dar un valor agregado a nuestra producción Nacional, para lo cual se fomenta y se promueven créditos y préstamos para que nuestros agricultores principalmente se enfoquen en darle un derivado a nuestros productos y así tener una oferta exportable ante el mundo.

Al mundo actual se lo conoce como mundo globalizado, esta nueva era de la economía mundial ha tenido un proceso de unificación y generalización que no solo tuvo gran impacto en

el sector monetario, sino que se sintió en la economía. Las empresas fueron sometidas a la presión por la globalización de los mercados. Las empresas internacionalizadas acaparan gran parte del mercado dejando a las empresas nacionales tanto de las empresas pequeñas como asociaciones y las grandes industrias pérdidas millonarias debido al dumping o competencia desleal, ofreciendo el mismo trato ya sea financiero, humano y tecnológico que ofrecen las empresas nacionales. Las pocas empresas nacionales que aún subsisten en el mercado de la globalización no están a la altura para competir al nivel de la eficiencia y calidad de las empresas internacionalizadas, por tanto, están casi destinadas a desaparecer del mercado ecuatoriano si no buscan expandir sus horizontes.

## **2.2 CASO DE ASOCIATIVIDAD ECUATORIANO**

Salinerito, un referente de la asociatividad ubicada a 3.500 metros sobre el nivel del mar, en el páramo andino, la parroquia Salinas del cantón Guaranda, provincia de Bolívar, desde hace 40 años es un claro ejemplo de la economía popular y solidaria del Ecuador. Las 30 comunidades, con diferentes tipos de microempresas, muestran un nuevo modelo de economía en el que la organización comunitaria, la cooperación del Gobierno y el trabajo impulsan procesos solidarios, productivos, sostenibles que mejoran los ingresos de las familias. Las comunidades formaron el Grupo Salinas y sacaron adelante cien microempresas, que comercializan ciento cincuenta productos en el mercado local y también exportan a los países de Japón, Italia y Alemania. A través de varios tipos de eventos, el Grupo Salinas festeja sus cuarenta años de desarrollo comunitario, en los que se ha proyectado como un ejemplo por seguir para otras asociaciones del Ecuador.

El Colegio Técnico Agropecuario Salinas prestó sus aulas para que los representantes de la economía popular y de las organizaciones sociales y solidarias exhibieran su trabajo, como quesos, chocolates, frutas deshidratadas, tejidos, té de hierbas medicinales, etc. Estos productos son parte de la oferta de la parroquia Salinas de Guaranda, donde sus 30 comunidades trabajan organizadamente y una planta procesadora de embutidos, hay treinta queseras y una banca solidaria. Los visitantes no dejan de admirar lo que producen las organizaciones conformadas

en este sector del país. Esta era la mejor ocasión para ello, puesto que los cuarenta años de trabajo del Grupo Salinas ha convocado a cientos de personas, que han llegado de varias partes del país. Esta exhibición inició el jueves y concluirá hoy que conmemora su aniversario.

La titular del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Doris Solíz; el ministro de Agricultura, Xavier Ponce; y, el presidente del Banco Central, Pedro Delgado, participaron en la festividad denominada “Salinas 40”. José Tonello, representante del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio, dijo que luego de 40 años, Salinas tiene mucho que enseñar, por ejemplo, “que los problemas se solucionan en comunidad y que es posible un cambio, pero con valores de trabajo, solidaridad y ahorro”.

El ministro Ponce, en cambio, recordó cómo se inició la labor en Salinas, “cuando las mujeres secaban los hongos en los techos de sus casas y luego se reunían para empacarlos. Lo mismo pasó con la lana. Se han convertido en un referente”. En la programación, que dio paso a la II Feria de Salinas de Guaranda, también se presentó el libro Salinas de Guaranda, horizonte de economía solidaria, de Pedro Cantero. La ministra Solíz señaló que en este libro se recoge la historia de la parroquia y que debe continuar escribiendo sus experiencias, porque está llena de trabajos y de lecciones. “Salinas es parte de la economía solidaria y popular, de esa economía que ahora se ha visibilizado y tiene el apoyo del Gobierno. Les recuerdo que no están solos”, dijo la ministra Solíz a los salineros. El sector está ubicado a una hora de la ciudad de Guaranda. Es uno de los pueblos más prósperos del cantón, ya que se ha convertido en un ejemplo de iniciativas comunitarias y la producción de quesos de gran calidad es apreciada en los mercados internacionales.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com) - Artículo del Diario el Universo

## 2.3 MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL

### 2.3.1 EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA



Ilustración 1 Artesanías de Madera

Fotografía de Santos, G (2018)

En la presente exportación de artesanías de madera se puede apreciar que es enviada en cantidades medianas y en su mayoría de varios modelos, lo cual le da un valor agregado al ser producto terminado. También se puede considerar que nuestros artesanos están perdiendo la oportunidad de vender sus productos procesados terminados como artesanías de maderas. El objetivo implementado en esta investigación es evitar que se siga desperdiciando la gran creatividad de los artesanos del mercado artesanal de Guayaquil en solo comercializar sus productos a nivel local. No se pretende cambiar la matriz productiva del país con la investigación, pero si podemos acogernos al sistema planteado por el estado ecuatoriano para el desarrollo de alternativas derivadas de las exportaciones.

### 2.3.2

## EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA DESTINO: ESTADOS UNIDOS – NEW YORK



Ilustración 2 Maderas

Fotografía de Santos, G (2018)

Para lograr el Plan toda una vida en el territorio nacional ecuatoriano, en base a la estrategia de transformación de la matriz productiva, se ha considerado la experiencia de Corea del Sur como un caso de transformación productiva que puede proveer de importantes elementos para el diseño de una estrategia soberana y propia. En solo 5 décadas Corea transformo deliberadamente su economía poco desarrollada en una que actualmente lidera la producción de conocimiento y tecnología. Para compartir sus experiencias, el gobierno coreano estableció el programa de cooperación técnica denominado Knowledge Sharing Program-KSP (Jamie Doucette, 2016), dirigido a países que, como el Ecuador buscan cambiar sus realidades en base a profundas transformaciones dirigidas desde el estado.

El patrón de especialización primario extractivista y exportador ha sido posiblemente el problema más grave de la economía ecuatoriana durante toda la época republicana. Superarlo

equivale a dar un giro total en la estructura del país y le permitirá al Ecuador la construcción del plan toda una visa que tanto anhela el gobierno ecuatoriano.

### 2.3.3 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

<b>INFORMACION DE CONTACTO</b>	
Nombre del artesano:	Edison Salvatierra
Nombre del mercado:	Mercado Artesanal de Guayaquil
Dirección:	Loja y Malecón
Teléfono:	042306266
Producto de artesanías:	Rosario, crucifijo, loro de adorno, etc.

Las artesanías ecuatorianas (maderas), son muy apreciadas por el valor que se representa el realizar las artesanías a mano y de manera tan detallada. Los productos escogidos son: crucifijo, rosarios, loro de adorno, casita de madera y estuche de pluma; se elaboran en forma muy minuciosa y llamativa tanto para los ecuatorianos como para los extranjeros. Adicional el propósito del presente proyecto es elaborar un plan de exportación que les ayude a los artesanos de madera a comercializar sus productos internacionalmente.

Con el fin de promover la economía del mercado de artesanal del Guayaquil, ya que ellos como artesanos en lo que más se especializan es en la madera, queremos potenciar, maximizar y dar a conocer la utilización de las artesanías no solo en nuestro país, sino en varios países, llegar a mercados internacionales y ver a nuestros compatriotas usar la producción realizada netamente por los artesanos (productores nacionales).

También seremos capaces de presentar un plan de exportación que permita el correcta utilización y desempeño para que artesanos puedan lograr de manera óptima las salidas de sus productos siendo capaces de obtener una rentabilidad.

### 2.3.4 PASOS PARA ELABORACION DE LAS ARTESANIAS DE MADERA

Se detallan los pasos que se observaron en el estudio de campo que se realizó en el mercado artesanal de Guayaquil-Guayas.

- ✓ Los artesanos obtienen la madera de los arboles seleccionados los cuales deben de estar en óptimas condiciones.



Ilustración 3 Árboles

Fotografía de Santos, G (2018)



Ilustración 4 Madera

Fotografía de Santos, G (2018)

- ✓ Se escoge la madera por tamaños y formas, esto de acuerdo a la medida y diseño que tenga la artesanía.



Ilustración 5 Tamaño de la madera

Fotografía de Santos, G (2018)

- ✓ El artesano utiliza experiencia y creatividad a través de cortadoras, caladoras, pulidoras y lijadas, dándole un especial acabado y un brillo que le da un valor agregado al producto.



Ilustración 6 Cortes de madera

Fotografía de Santos, G (2018)

- ✓ Después, utilizan una máquina que servirá para pulir la madera.



Ilustración 7 Maquinas pulidoras de madera

Fotografía de Santos, G (2018)

- ✓ Después de haber concluido con el proceso de cortar y pulir, las partes pasan a ser curadas contra la polilla y tinturadas, los artesanos usan un tinte orgánico que sirve exclusivamente para la madera. Notar que por ser orgánico no es de restricción para algún país de exportación.



Ilustración 8 Tinte para curar madera

Fotografía de Santos, G (2018)



Ilustración 9 Madera curada

Fotografía de Santos, G (2018)

- ✓ Finalmente se agregan los últimos detalles que permiten obtener un acabado que realzara la confección y el diseño de diferentes artesanías tales como: loros de adornos, rosarios, crucifijos, casita de madera y estuche para pluma, que servirán para obtener el producto terminado para comercialización y exportación.



Ilustración 10 Artesanías de maderas

Fotografía de Santos, G (2018)

### **2.3.5 MERCADO DE ARTESANÍAS DE MADERAS EN PAGINAS WEB INTERNACIONALES**

El precio de la artesanía de madera puede variar según la página web mientras en una podemos visualizar precios más económicos y en otros precios un tanto elevados.

#### **DESCRIPCIÓN**

#### **EBAY**

Precio de casita de madera  
\$20.15  
Envío \$3.39

Precio de loro de madera  
\$25.00  
Envío \$23.50

Precio de rosario de madera  
\$12.99  
Envío GRATIS

Precio de crucifijo de madera  
\$14.99  
Envío \$9.99

Precio de estuche de pluma  
\$3.99  
Envío GRATIS

#### **AMAZON**

Precio de casita de madera  
\$4.99  
Envío GRATIS

Precio de loro de madera  
\$22.99  
Envío \$8.99

Precio de rosario de madera  
\$16.99  
Envío GRATIS

Precio de crucifijo de madera  
\$24.99  
Envío \$4.99

Precio de estuche de pluma  
\$21.99  
Envío GRATIS

### 2.3.6 CLASIFICACION ARANCELARIA DE LAS ARTESANIAS A BASE DE MADERA

Tabla 2 Clasificación arancelaria de las artesanías.

<b>Sección IX</b>	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería
<b>Capítulo 44</b>	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera
<b>Partida Sistema Armonizado. 4420</b>	Marqueterías y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94
<b>SubPartida Sistema Armonizado</b>	
<b>SubPartida Regional 44201000</b>	- Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera
<b>Código Producto Comunitario (ARIAN) 4420100000-0000</b>	
<b>Código Producto Nacional (TNAN) 4420100000-0000-0000</b>	

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones.

Elaborado por Santos, G (2018)

### 2.3.7 ANÁLISIS F.O.D.A.

Tabla 3 Matriz FODA de los artesanos del mercado artesanal de Guayaquil.

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

Elaborado por Santos, G (2018)

## 2.4 ANÁLISIS DE MERCADOS POTENCIALES

### 2.4.1 MERCADO DE ALEMANIA

El Mercado de Alemania goza de demandantes que optan por poseer productos innovadores y únicos, que vayan a la par con la moda.

A este mercado le fascina los productos que dan la facultad de combinar colores con materiales diversos y que se usan insumos que no dañan el medio ambiente ya que los mismos son renovables. Al cliente germano busca adquirir artesanías que representen o transmitan una historia sobre el proceso de producción y orígenes, así como representación de la comunidad a la que beneficia.

Es muy recomendable que los interesados adquirir lazos comerciales con Alemania busquen la participación en ferias, es estrategia de conocer el nicho de mercado y su funcionamiento. En este tipo de eventos es donde el germano esta con más disposición de hacer negocios con productos nuevos y que suplan las exigencias del mercado.

Las ferias más importantes son:

**Ambiente (Frankfurt – Alemania):** es la mayor feria de bienes de consumo del mundo y cuenta con la presencia de las mejores empresas y profesionales del sector. En ella se dan cita 4.500 expositores de 90 países diferentes que presentan productos de alta calidad en las instalaciones del recinto ferial del Messe Frankfurt GmbH, generalmente en febrero.

En esta feria los objetos se exhiben por grupo relacionados de la siguiente manera:

- Comedor: mesa, cocina y artículos del hogar.
- Dar: ideas innovadoras para regalos de todos los estilos y tendencias.
- Vida: casa, muebles y decoración.

**Maison&Objet (Paris – Francia):** esta feria parisina se organiza dos veces al año en el centro de exposiciones Paris-Nord Villepinte y está reservada para los conocedores de los sectores hogar, mobiliario, casa y objetos de decoración.

Maison&Objet es un punto de referencia de la decoración y del diseño. En ella tienen cabida las empresas tradicionales del sector, así como las nuevas tendencias y talentos. (PROCOLOMBIA EXPORTACIONES TURISMO INVERSION MARCA PAIS, 2018)

#### **2.4.2 MERCADO DE FRANCIA**

Francia es hoy en día uno de los países denominado como de los más modernos en el mundo y que lidera las naciones europeas. A escala global, presenta un papel muy importante como miembro permanente del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, G-8, G-20, NATO, la UE (Unión Europea) y otras organizaciones multilaterales.

Los envíos tradicionales representan el 23% de las exportaciones a Francia, mientras las exportaciones no tradicionales representan el 77% restante. Dentro del sector tradicional, los mayores envíos se dieron en petróleo (32%) y la categoría agrícola (33%). No obstante, en 2013, se ha evidenciado una reducción de envíos en todas las categorías para el sector tradicional, exceptuando el oro que registró un valor de US\$ 12 millones.

Por otro lado, dentro del sector no tradicional, los mayores envíos se registraron en las categorías agropecuario (44%), pesquero (33%) y sidero-metalúrgico (11%). Asimismo, las más dinámicas en 2013 fueron los productos pesqueros (+17,5%) y sidero-metalúrgicos (+11,3%). (Peru, 2014)

Las grandes ferias anuales y también los pequeños mercados diarios que se presentan en el mercado de Francia muestran con orgullo la artesanía artesanal y los productos. Desde hace un siglo promueven un estupendo patrimonio.

El mercado francés tiene diversos mercados para promover sus productos artesanales de los cuales mencionaremos los siguientes:

- ❖ Mercado de productos agrícolas en Francia.
- ❖ Mercado de productos biológicos en Francia.
- ❖ Mercados de Flores en Francia.
- ❖ Rastrillos en Francia (en el que se exhiben productos artesanales)

### **2.4.3 MERCADO DE NEW YORK**

Nueva York es la ciudad con mayor número de habitantes de los Estado Unidos, de hecho, es una de las ciudades más pobladas del mundo. Nueva York también conocida como la ciudad que nunca duerme hace que sea una de las principales economías que impulsan el mercado en el país gracias a sus horarios extendidos de locales y comercios.

Desde finales del siglo XIX es uno de los principales centros de comercio y finanzas del mundo. New York está considerada como ciudad global, dadas sus influencias a nivel mundial en los medios de comunicación, en la política, en la educación, en el entretenimiento, las artes y la moda.<sup>7</sup>

## **EVENTOS, FERIAS Y OPORTUNIDADES**

### **USA: New York International Gift Fair**

**Tipos de productos principales:** hecho a mano, para hogar, regalos en general, accesorios personales, accent on design

---

<sup>7</sup> Visto en el Informe: Prospección de tendencias en el comercio, Historia de dos ciudades: Washington y New York

**Fecha / duración:** Dos veces al año: primeros 5 días de febrero y en la tercera semana de agosto.

**Organizadores:** George Little Management, INC.  
10 Bank Street  
White Plains, NY 10606-1954  
USA

**Telephone:** +1-914-4213200

**Fax:** +1-914-9486289

**E-mail:** webgenie@glmshows.com

**Website:** [www.nyigf.com/www.glmshows.com](http://www.nyigf.com/www.glmshows.com)

## 2.5 SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO



Ilustración 11 Selección de mercado

Fuente [www.google.com./search?q=mercado+de+new+york](http://www.google.com./search?q=mercado+de+new+york)

Elaborado por Santos, G (2018)

Estados Unidos de América es un país con distintos mercados, por su variedad étnica y religiosa provoca que tenga mercados muy exigentes y competitivos pero que les gusta incursionar en nuevos productos, más que todo artesanías por su diversidad en la población y sus culturas.

Su inclinación a lo novedoso y a productos de primera los lleva a asociarse con pequeñas empresas y a su vez por el tiempo que los estadounidenses tienen muy limitado a valorar el producto más por su calidad que por sus precios.

Los productos que ingresan a un país deben cumplir con normas la cual es exigida por las autoridades del país importador que deben ser certificadas y emitidas por instituciones autorizadas y así no tener ningún inconveniente en el país de destino. Estados Unidos solo representa el 2% del total del mercado ecuatoriano, el cual está conformado por bisutería y artesanías, Estados Unidos es uno de los principales importadores de artesanías ecuatorianas.

### 2.5.1 SELECCIÓN GEOGRÁFICA

Tabla 4 Selección Geográfica.

city population	<b>8.491 million people</b> (country rank: 1 <sup>st</sup> ) (2014 estimate)
urban area population	<b>17.8 million people</b> (New York urban area) (country rank: 1 <sup>st</sup> ) (2000 estimate)
metro area population	<b>19.02 million people</b> (New York metro area) (country rank: 1 <sup>st</sup> ) (2011 estimate)

Fuente: Wolfram|alpha<sup>8</sup>.

Elaborado por Santos, G (2018)

Nueva York (en inglés y oficialmente, New York City) está la ciudad más poblada en los Estados Unidos de América, y la segunda en aglomeración urbana del continente. Con sus 8'491 habitantes. Es el centro del área metropolitana de Nueva York, la cual está entre las cinco aglomeraciones urbanas más grandes del mundo.

<sup>8</sup> [www.wolframalpha.com](http://www.wolframalpha.com) - Wolfram|alpha

## 2.5.2 PROPIEDADES DE LA GEOGRAFIA

Tabla 5 Propiedades de la Geográfica.

ALTURA	10 m
Área	783.84 km <sup>2</sup>
Densidad de población	10833 km <sup>2</sup>

Fuente: Wolfram|alpha

Elaborado por Santos, G (2018)

En New York es la ciudad en Estados Unidos de América donde se realiza cada dos años una feria en la que asisten miles de profesionales tanto de este país como a nivel mundial que permiten que los empresarios estén en contacto con compradores de sus productos. En una de estas ferias participa Ecuador en la llamada NEW YORK GIFT SHOW, específicamente el sector de bisuterías.

## 2.5.3 SELECCIÓN DEMOGRAFICA

Tabla 6 Selección Demográfica 1.

race	white: 44.5%   black/African American: 25.1%   other: 14.3%   ...
Hispanic origin	28.6%
US citizens	82.2%

Fuente: Wolfram|alpha.

Elaborado por Santos, G (2018)

En la selección demográfica se puede observar que existe un alto porcentaje de hispanos que es en un 28,6% siendo uno de los motivos principales por lo cual se seleccionó esta ciudad. Sus principales aeropuertos son los siguientes:

Tabla 7 Selección Demográfica 2.

LaGuardia Airport	14 km (kilometers) north-northeast
John F. Kennedy International Airport	14 km (kilometers) east-southeast
Newark Liberty International Airport	20 km (kilometers) west
Teterboro Airport	23 km (kilometers) north-northwest
Long Island MacArthur Airport	72 km (kilometers) east-northeast

Fuente: Wolframalpha.

Elaborado por Santos, G (2018)

#### 2.5.4 EXIGENCIAS DEL PRODUCTO

Los productos elaborados con madera son hechos con altos estándares y normas de calidad, que permitirán garantizar la satisfacción del cliente. Con esto el cliente podrá sentirse bien con un adorno o pendiente que le otorgue estilo a su día a día.

#### 2.5.5 TIPOS DE MATERIALES

Tabla 8 Tipos de materiales.

MATERIALES	COMPOSICION
Madera	95%
Pintura	1%
Tinte orgánico	1%
Metales	1%
Otros	2%%

Elaborado por Santos, G (2018)

## 2.5.6 ESTILOS

Existen varios modelos para la elaboración de las artesanías hechas a base de la madera. Los artesanos que elaboran las artesanías cuidan mucho de los detalles y materiales que van a utilizar. Para las artesanías encontramos gran variedad opciones con diferentes colores, modelos y tamaños lo que le permitirá al comprador elegir entre varios modelos de acuerdo a sus gustos y preferencias.

## 2.6 PREFERENCIAS ARANCELARIAS DE LAS ARTESANIAS DE MADERAS ENTRE ECUADOR Y NUEVA YORK

### Find tariffs

Step 2/2

Tariffs applied by United States of America

Product: 44201000 - Wooden statuettes and other wood ornaments  
Partner: Ecuador  
Data source: ITC (MAcMap)  
Year: 2018  
Nomenclature: HS Rev.2017  
AVE Methodology: AVE based on the World Tariff Profile (WTP)

<< New search << Modify search

Tariff regime	Applied tariff (as reported)	Applied tariff (converted)	Total ad valorem equivalent tariff
MFN duties (Applied)	3.20%	3.20%	3.20%
Preferential tariff for GSP countries	0%	0%	0%

Page size: 50 2 items in 1 pages

Figura 9 Preferencias arancelarias.

Fuente: Market Access Map.

## 2.7 ACUERDOS COMERCIALES

Ecuador ha firmado muchos acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales como bloqueio económico, otorgan beneficios de preferencias arancelarias parciales o totales para que los productos ecuatorianos ingresen a los diferentes países en la cual conste en el acuerdo. Para así eliminar la discriminación en los aranceles ecuatorianos en un país contra los productos originarios de otros, también para reducir trámites que se deben seguir para ingresar.

En la política socio-económica de este gobierno Ecuador no ha logrado alcanzar tratados de comercio con los Estados Unidos su primer socio comercial, sin embargo, existen todavía tratados vigentes con el país como es el SGP. Estos acuerdos cobijan a varios de los productos exportados desde el Ecuador entre ellos las artesanías de madera con exoneración de pago de aranceles, esto quiere decir que nuestro producto ingresará al país meta con preferencias arancelarias beneficiándonos en nuestras negociaciones internacionales.

### **2.7.1 SGP SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE LOS ESTADOS UNIDOS**

El SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) es un acuerdo comercial que da un 0% de tasa de arancel o también la reducción de los aranceles a los países menos favorecidos, es decir, en vías de desarrollo. Estos países que están en vías de desarrollo obtienen las facilidades mediante el presente acuerdo el ingreso de ciertos productos con una preferencia arancelaria diferente a los demás. Las principales líneas de productos que se benefician con este acuerdo son los manufacturas y semifabricados, en menor escala los productos del mar y agrícolas. Gracias a este tratado Ecuador logro exportar en el año 2016 284 subpartidas bajo el SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) cuyas exportaciones lograron representar trescientos noventa millones de dólares, se espera que al hacerse oficial la extensión del presente tratado continuemos gozando de esta preferencia arancelaria.

El sistema generalizado de preferencias (SGP) de los Estados Unidos fue renovado por el congreso de este país, y tiene una vigencia hasta finales del 2020 crenado buenas expectativas para los artesanos, las negociaciones del gobierno ecuatoriano enfrasan su importancia al sector de los exportadores. El presente acuerdo proporciona a los países en vías de desarrollo da apertura a más de tres mil quinientos productos aproximadamente de 120 países.

Un producto puede perder la preferencia de dos maneras: La primera es si sobrepasa (LNC) Limitaciones de Necesidad Competitiva, es decir, si las exportaciones superan el cincuenta por ciento las importaciones que Estados Unidos realiza de ese bien o si sobrepasa un máximo de dólares. El segundo caso sucede por decisión del presidente de los Estados Unidos puede retirarla en base a recomendaciones y análisis técnico de la Oficina de Comercio (USTR) United States Trade Representative, encargado de enviarles un informe para determinar la decisión final.

## **2.8 BARRERAS**

### **2.8.1 BARRERAS ARANCELARIAS**

Según tratados vigentes de comercio bilateral entre Estados Unidos y Ecuador, se determinó que no existen ningún tipo de barreras arancelarias para el ingreso de este producto al mercado norteamericano, puesto que las artesanías de madera, así como todos los productos correspondientes a la partida 4420.10.00.00 gozan de exoneración en el pago de aranceles.

### **2.8.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS**

Comúnmente no se presentan restricciones a los artículos de artesanías, pero existen ciertas regulaciones sobre la seguridad del consumidor y ciertos requisitos que resguardan la salud o cuidado del medio ambiente Debido a que mayormente los productos de este sector están constituidos por materias naturales, se hace preciso identificar sus componentes, a fin de buscar correctamente en el caso de que existan restricciones y regulaciones específicas con respecto a sus componentes.

## 2.9 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE ARTESANIAS

Principales Destinos de las Exportaciones

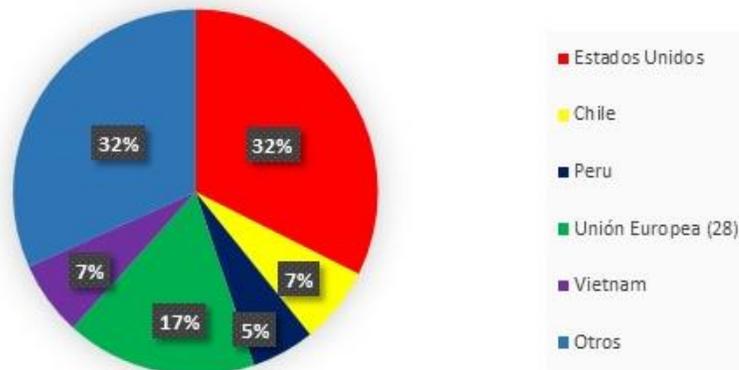


Figura 10 Información de Pro Ecuador.

Fuente PRO Ecuador

Elaborado por Santos, G (2018)

## 2.10 EMPRESAS IMPORTADORES DE ARTESANÍAS DE MADERAS ECUATORIANA EN ESTADOS UNIDOS-NEW YORK

- ❖ Midwest Gift and Lifestyle Show
- ❖ Halloween & Attractions Show
- ❖ International Home Furnishings Market
- ❖ New York Tabletop Show (Spring)
- ❖ International Jewelry and Merchandise Show



Ilustración 12 Artesanías en New York

Fuente PRO Ecuador

## 2.11 SELECCIÓN DEL MEDIO DE TRANSPORTE

### 2.11.1 TRANSPORTE AEREO

El transporte por avión o también conocido como transporte aéreo es el servicio de mover de un lugar a otro mercadería o seres humanos, mediante la utilización de aviones, con la finalidad de lucro. Este tipo de transporte, desde el principio, se desarrolló únicamente con la idea de transportar pasajeros; sin embargo, gracias al diseño de nuevos tipos de aviones específicamente destinados para el transporte de la carga y uso de contenedores aéreos, el volumen del transporte de mercaderías se ve como incrementa año a año.

Detallamos algunas de las desventajas que nos lleva a no tomar como medio de transporte para la exportación de las artesanías a Nueva York:

- Costos: Es el medio de transporte con las tarifas más elevada en comparación con los medios de transporte marítimo y terrestre

- Capacidad de almacenaje de la mercadería: La capacidad es mayor que el medio de transporte terrestre, pero claramente se evidencia la gran desventaja que existe con el medio marítimo porque la capacidad de un barco es mucho mayor que el de un avión.
- Materias transportables y variedad de productos: Las restricciones que tiene el medio de transporte aéreo con respecto a los productos líquidos como lo son: el petróleo, aceites varios, etc., hacen que las opciones se vean más reducidas para poder transportar la mercadería deseada por el cliente.

### **2.11.2 TRANSPORTE MARÍTIMO**

El medio de transporte más idóneo para el envío de este tipo de carga como lo son las artesanías de maderas es el medio marítimo, estas artesanías no necesitan de cuidado extremo ni de transporte de manera urgente. El transporte marítimo ofrece muchas ventajas tanto a nivel económico como a nivel del medio ambiente que se mencionaran a continuación:

- ✓ Emite CO<sub>2</sub> es mucho menor que el transporte por carretera, es decir, tiene una emisión de agentes contaminantes para la atmosfera, la emisión por carretera es hasta 5 veces más que el marítimo.
- ✓ No existe tráfico o congestión por otro vehículo, el conductor puede descansar.
- ✓ No hay cargos adicionales por peaje.
- ✓ Sus precios son bastantes competitivos en comparación con el medio aéreo.

Es por ello que se eligió el medio de transporte marítimo para el transporte de las artesanías de madera.

### **2.12 SELECCIÓN DEL PUERTO DE NEW YORK**

Al tener como opción el medio de transporte marítimo por consiguiente se determinó que el puerto de destino en Nueva York es el de New York

El Mercado de Nueva York, destino de la internación de las artesanías de madera:

**País:** Estados Unidos de América

**Estado:** New York

**Ciudad:** New York

**Puerto de Arribo:** New York

**Días de tránsito:** 24 días (de acuerdo a la línea naviera estos días pueden variar)



Ilustración 13 Port New York

Fuente investigación on-line

Elaborado por Santos, G (2018)

## **2.13 COMPETIDORES INTERNACIONALES**

### **2.13.1 NICARAGUA**

En Nicaragua se conoce el Grupo Raíces que está conformado por 518 artesanos y que de los cuales exportadores son solo 58, además de fabricar hamacas también elaboran artículos de madera, cerámicas y textiles. Ellos están en proceso de crear una especie de capacitación para promover el adecuado equipamiento de sus productos de exportación. Además, pondrán en marcha una estrategia de mercadeo entendible que les permita darse a conocer en mercados no explorados.

Actualmente ellos envían sus hamacas y otros tipos de artesanías a Australia, Alemania, Chile, Belice, Dinamarca, Costa Rica, Emiratos Árabes Unidos, El Salvador, España, Finlandia, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Holanda, Italia, Panamá, Reino Unido, República Dominicana, Puerto Rico, y Suiza. Pero en este año el 2018 enfocarán todos sus esfuerzos en explorar nuevos mercados para sus productos. (prensa, 2017)

### **2.13.2 PERU**

Las artesanías peruanas abarcaron más de 30 mercados a nivel mundial, entre los que destacan como mercado meta es el de Estados Unidos, que se lleva más de la mitad del total de exportaciones. Nueva Zelanda, Alemania y Australia también son mercados importantes.

Al cierre del año 2017 las exportaciones de artesanía del Perú llegaron a 62 puntos de destinos y alcanzaron los 43 millones 625,000 dólares, cifra menor en 5.4 % a los 46 millones 123,000 dólares del año 2016, indicó (Adex) La Asociación de Exportadores. Indicó que el año pasado, es decir, en 2016 las partidas con más demandas fueron los artículos de mantas de materias textiles, peletería de alpaca, artículos de cama y similares, estatuillas para adornos de cerámica, cofrecillos, muebles de madera, espejos de vidrio enmarcados y guantes de punto de lana.

Los principales portadores que sobresalieron con mayores envíos de artesanía peruana son: Allpa, Kero Design, Raymisa, Art Atlas, R. Berrocal, entre otros. (Cegarra, 2017)

### **2.13.3 CHINA**

En lo que concierne al mercado asiático se destaca por encima de muchos el de China que tiene casi acaparado el mercado entero, lo que deja como evidencia un reto muy importante que hace necesario conocer más a fondo las culturas de dicho país y cuáles son los puntos con que adquieren y califican un producto artesanal, ya que resulta de una manera muy particular que sea el país de China el gran líder del mercado artesanal en el continente de Asia, pero a la vez llama mucho la atención saber que China es uno de los países desarrollados, lo cual permite deducir que las artesanías no solo representan una solución de empleo y de creación de empresas, sino también de desarrollo a nivel económico.

### **2.14 COMPETIDORES NACIONALES**

Los artesanos del mercado artesanal de Guayaquil no tienen muchos competidores a nivel nacional, pero uno muy fuerte es el del mercado que se concentra en la sierra ecuatoriana, ya que de ahí son oriundos la gran mayoría de los artesanos que se dedican a este tipo de labor no muy común en nuestro tiempo. Otros competidores locales son los del mercado que se localiza en el la avenida Machala en el mercado de Machala o en el malecón 2000, ambos ofrecen las misma calidad y gama de productos que el del mercado artesanal de Guayaquil.

## 2.15 CADENA LOGÍSTICA



Figura 11 Cadena Logística

Elaborado por Santos, G (2018)

## 2.16 DEMANDA NACIONAL

Los artesanos cuentan con un stock disponible en otras partes del Ecuador, en su mayoría de la Sierra, en caso de que llegasen a tener problemas para cubrir la demanda local, existen convenios con otros artesanos que desean vender sus productos en el mercado artesanal, entonces se compraría a ellos y así damos oportunidad a otros.

## 2.17 DEMANDA INTERNACIONAL

El señor don Germán oriundo de la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura menciona que el sitio cuenta ventas buenas y con una amplia acogida. En cuanto a la temporada alta indica que se debe, primordialmente a la afluencia de turistas extranjeros. “Podríamos decir que ellos son nuestros mejores compradores” (Telegrafo, 2018).

## 2.18 SELECCIÓN DEL INCOTERM

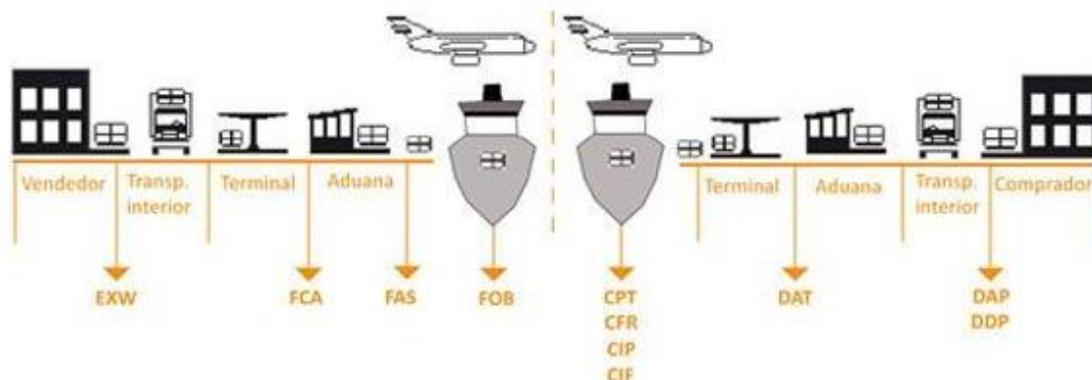


Ilustración 14 Los Incoterms

Fuente investigación on-line

Elaborado por Santos, G (2018)

Los Incoterms son las reglas internacionales que están regidas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), que determinan la responsabilidad tanto del importador como para el vendedor las mismas cláusulas comerciales que deben de estar incluidas en el contrato de compraventa internacional pactado con antelación antes del embarque de la carga. La elección del término de negociación influye mucho en el costo de la factura de la compra.

Detallo los Incoterms que actualmente están autorizados para el comercio internacional:

### 2.18.1 INCONTERMS UTILIZADOS PARA CUALQUIER TIPO DE TRANSPORTE

**EXW (En Fabrica / Ex Works):** El vendedor entrega dentro de sus propias instalaciones (almacén o fábrica) la mercadería al comprador, sin realizar la manipulación para el embarque de la carga en el vehículo que viene a recogerla ni realizar trámites para la exportación. Todos los riesgos y costos de la exportación deberán de ser asumidos por el comprador únicamente.

**FCA (Libre Transportista / Free Carrier):** El vendedor entrega la mercadería en el lugar pactado con el transportista quien es delegado por el comprador. El lugar de entrega determina la obligación de embarque y desembarque de la carga en el primer medio de transporte: si la entrega se realiza en los locales del vendedor, el mismo será responsable de la carga; si la entrega se realiza en otro lugar (que normalmente suele ser una infraestructura o centro de transportes), el responsable de la descarga será el comprador. Los tramites de aduana de exportación lo realiza el vendedor.

**CIP (Transporte y seguro pagado hasta / Carriage and Insurance Paid to):** Este Incoterm implica las mismas obligaciones para el vendedor que el Incoterm CPT y, además, el vendedor tiene que contratar un seguro de transporte, si bien, sólo está obligado a contratar un seguro con cobertura mínima.

**CPT (Transporte pagado hasta / Carriage Paid To):** El vendedor contrata y paga el transporte hasta el lugar de entrega pactado en el país del comprador. El riesgo del transporte se transmite cuando la mercancía se entrega al primer transportista de la cadena. El trámite de aduana de exportación lo realiza el vendedor.

**DAP (Entregar en un lugar / Delivered At Place):** El vendedor entrega la mercadería preparada para la descarga en un lugar del país de destino que no sea infraestructura o terminal de transportes. El riesgo se transmite en el momento de la entrega en el país de destino. El trámite de aduana de exportación lo realiza el vendedor y el de importación el comprador.

**DAT (Entregar en terminal / Deliver At Terminal):** El vendedor entrega la mercadería descargada en un lugar del país de destino que sea infraestructura o terminal de transportes (aeropuerto, puerto, etc.). El riesgo del transporte se transmite en el momento de la entrega en el país de destino. Los tramites de aduana de exportación lo realiza el vendedor y el de importación el comprador.

**DDP (Entregado derechos pagados / Delivered Duty Paid):** El vendedor realiza la entrega de la mercadería preparada para la descarga en un lugar del país de destino, normalmente, las

instalaciones (almacén o fábrica) del comprador. Todos los costos y riesgos, incluidos el trámite aduanero de exportación e importación, los asume el vendedor.

## **2.18.2 INCOTERMS ÚNICAMENTE UTILIZADOS EN EL TRANSPORTE MARÍTIMO**

**FAS (Libre al costado del buque / Free Alongside Ship):** El proveedor entrega la mercadería, colocada a un costado del buque o barco, en el puerto de embarque previamente pactado. Después de ese momento todos los riesgos y costos corren por cuenta del importador (comprador) El trámite de aduanero de exportación lo realiza el proveedor.

**FOB (Libre a bordo / Free On Board):** El proveedor entrega la mercancía a bordo del buque o barco en el puerto de embarque pactado. El importador elige la naviera y cancela el flete internacional. El riesgo se transmite cuando la mercadería se entrega a bordo del buque. Los trámites aduaneros de exportación lo realizan el proveedor.

**CFR (Costo y flete / Cost and Freight):** El proveedor asume el costo del transporte (flete internacional) hasta el puerto de destino pactado, si bien el riesgo de daño o pérdida de la mercadería se transmite de proveedor a comprador luego que la mercadería se ha ubicado a bordo del buque en el puerto de embarque. Los trámites aduaneros de exportación lo realizan el proveedor.

**CIF (Costo, seguro y flete / Cost, Insurance and Freight):** El presente Incoterm implica las mismas obligaciones para el proveedor que el Incoterm CFR y, además, el vendedor tiene que contratar un seguro de transporte internacional, adicionalmente, el proveedor sólo está obligado a contratar un seguro con cobertura mínima si es su parecer.

INCOTERM	MODALIDAD DE TRANSPORTE	EMBALAJE Y VERIFICACIÓN	CARGA	TRANSPORTE INTERIOR EN ORIGEN	FORMALIDADES ADUANERAS EXPORTACION	COSTES MANIPULACIÓN MERCANCÍA	TRANSPORTE PRINCIPAL	SEGURO MERCANCIAS SEGURO TRANSPORTE	COSTES MANIPULACIÓN MERCANCÍA	FORMALIDADES ADUANERAS IMPORTACIÓN	TRANSPORTE INTERIOR EN DESTINO	ENTREGA
EXW EX-WORKS		✓	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
FCA FREE CARRIER		✓	✓	✓	✓	C	C	C	C	C	C	C
FAS FREE ALONGSIDE SHIP		✓	✓	✓	✓	C	C	C	C	C	C	C
FOB FREE ON BOARD		✓	✓	✓	✓	✓C	C	C	C	C	C	C
CFR COST AND FREIGHT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	C	C	C	C	C
CIF COST INSURANCE & FREIGHT		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	C	C	C	C
CPT CARRIAGE PAID TO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	C	C	C	C	C
CIP CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	C	C	C	C
DAT DELIVERED AT TERMINAL		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	C	C	C
DAP DELIVERED AT PLACE		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	C	✓	✓
DDP DELIVERED DUTY PAID		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

= Responsabilidad del Vendedor  
 = Responsabilidad del Comprador

Ilustración 15 Los Incoterms: obligaciones y responsabilidades

Fuente investigación on-line

Elaborado por Santos, G (2018)

### 2.18.3 INCOTERM SELECCIONADO

Los términos de negociación “Los Incoterms” son de gran ayuda para determinar los deberes y responsabilidades de ambas partes, para el presente plan de exportación se determinó que el Incoterm más idóneo es el Incoterm FOB (Free On Board/ Libre a bordo).

Este tipo de Incoterm es utilizado únicamente para el transporte marítimo en donde la entrega de la carga es en la borda del buque en el puerto de origen previamente designado por el comprador, cubriendo todos los gastos y costos desde que sale de la fábrica hasta que la carga es puesta sobre el buque en el puerto de origen. Como el flete es cancelado por el comprador hasta el lugar del puerto de destino final es responsabilidad netamente del importador contratar de un seguro mínimo; en el caso de ocurrir algún siniestro no le da potestad de transferirle ninguna responsabilidad al importador porque la misma termina cuando la carga es puesta sobre la borda del buque o barco para su posterior transporte internacional.

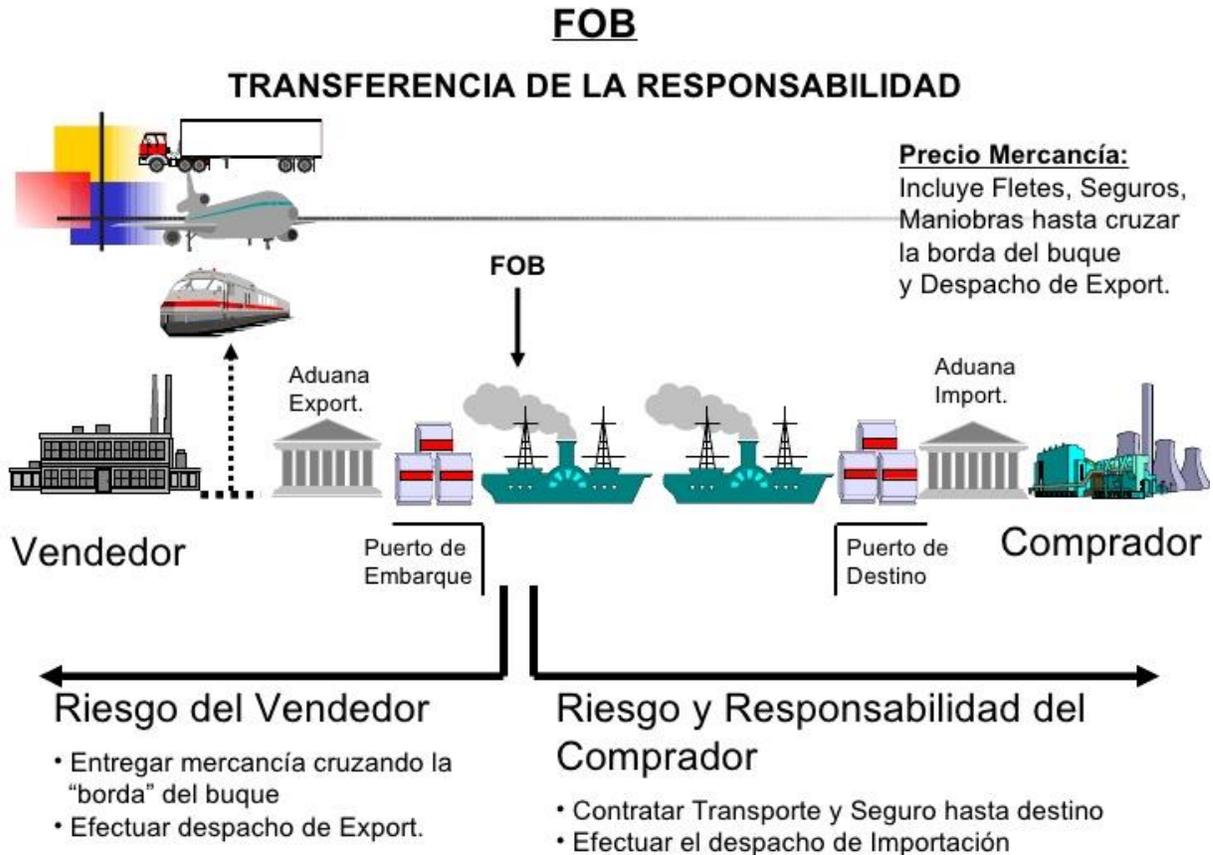


Ilustración 16 Especificación de los riesgos y responsabilidades en el término FOB

Fuente investigación on-line

Elaborado por Santos, G (2018)

## 2.19 DOCUMENTACIÓN

Se debe de tener también en cuenta la documentación tanto la que se requiere para exportar dentro de la legislación ecuatoriana como la que se necesitará para liberar la carga en Estados Unidos y no obtener demoras en la misma. Para ampliar más esta etapa se establecerá todas las responsabilidades del vendedor como del comprador con el fin de que no se generen dudas en cualquier punto del proceso.

## **2.20 RESPONSABILIDADES DEL IMPORTADOR Y EXPORTADOR**

### **2.20.1 RESPONSABILIDADES DEL EXPORTADOR**

Tendrá la responsabilidad de adecuar la mercadería con todas las condiciones necesarias para el transporte y la venta internacional, documentación antes del embarque necesarios para exportar estas artesanías, transporte interno de la carga hasta que la carga este dentro de la borda del buque, formalidades de la aduana ecuatoriana.

### **2.20.2 RESPONSABILIDADES DEL IMPORTADOR**

Deberá de cubrir el flete internacional, los impuestos aduaneros, flete interno (desde la aduana hasta su empresa), trámite y bodegaje que genere la nacionalización de las artesanías ecuatorianas; el seguro internacional es opcional, es decir, si desea lo puede contratar, notar que para la base imponible se calcula automáticamente por defecto el 1% sobre el valor del CFR.

Los costos por los impuestos serán bajos ya que Estados Unidos ofrece liberación del 100% del arancel para este tipo de producto siempre y cuando se presente el Certificado de Origen (CO), el valor del trámite, bodegaje, flete interno e internacional quedarán a la disposición de cada despachador y bodega de turno asignada por la aduana del país, en cuyo caso todos los valores antes mencionados corren por cuenta de importador.

## **2.21 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

Una de las razones porque el mercado estadounidense se está volviendo más atractivo es por los motivos de compra de los jóvenes:

Según el consultor de By Hand Consulting, Colvin English: “Los productos artesanales no sólo les permite estar conectados, sino que les permite sentir que su dinero está siendo usado

para cambiar el mundo positivamente”. Esta aseveración da cuenta que las generaciones jóvenes al estar tan interconectados, piensan de manera en que puedan ayudar a un problema particular, cuando compran quieren estar realmente conectados con lo que compran, la conciencia social en las nuevas generaciones es un tópico relevante, al comprar un producto artesanal, saben que están ayudando a alguien que dedicó mucho tiempo y esfuerzo en alguna parte del mundo.

“Los compradores jóvenes de estados unidos están cansados de las marcas y etiquetas de las grandes compañías, así que es buena oportunidad para los artesanos de entrar en el mercado.” Añadió el experto. Un motivo más que debe ser aprovechado por los artesanos para exportar sus productos.

Las artesanías de madera, aparte de poder ser funcionales según el producto, pueden convertirse en un excelente regalo y una buena forma de mostrar parte de historia y cultura de nuestro país.

New York Gift Show es una feria de gran relevancia, donde se dan cita, exportadores, empresarios y artesanos. Ecuador ya ha participado en esta feria en la cual se presentan más de 18.000 tipos de artículos de regalo.

“La participación ecuatoriana ha recibido visitas de representantes de reconocidas firmas norteamericanas como Ann Taylor, Home Goods, Barneys, One World Buttons, entre otras y de países como Perú, Colombia, Turquía e India”<sup>9</sup>

Se evidencia interés en las artesanías de nuestro país, Ecuador debe participar en más ferias como estas para comercializar sus productos, siendo un país donde se halla gran cantidad de artesanos, no sólo deberían enfocarse en obtener sus ingresos del turismo interno.

ConnectAmericas es una red social empresarial de las Américas, este proyecto fue impulsado por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo, en esta red se brinda asesoría e información para exportar y conectar mejor con mercados globales a los pequeños y medianos

---

<sup>9</sup> Según el artículo de diario El Telégrafo: Artesanos participan en feria internacional en Nueva York, publicado el 21 de agosto del 2013

empresarios, además de ello ayuda a promover el comercio y conecta inversionistas y comerciantes. Según ConnectAmericas:

El sector artesanal desempeña un papel determinante en el desarrollo económico local y en la lucha contra la pobreza. Promover formas de mercadeo, desarrollar redes comerciales y fomentar la participación en exposiciones y ferias comerciales puede generar para los artesanos una mejora en su medio de subsistencia.

Para ConnectAmericas otro tema importante a tratar es el apoyo en información, asesoramiento y promoción para los artesanos en temas de exportación por parte de las organizaciones de los mismos países, por ejemplo:

En México: ProMéxico, ofrecen herramientas de autodiagnósticos para conocer la capacidad de exportación de las empresas artesanas. Además, brinda asesoría sobre temas de exportación les detalla la información que necesitan e informan sobre el embalaje a ser utilizado, etc.

En Colombia: Artesanías de Colombia, ofrece una “Guía para Exportar” determinando inicialmente la demanda de los productos a exportar. Asesora también sobre facturación, inscripciones y contactos con los importadores.

En Guatemala: AGExport (Asociación Guatemalteca de Exportaciones, asesora y brinda toda la información necesaria y relevante acerca de cómo desarrollar el sector artesanal.

En Brasil: SEMBRAE (Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas empresas) Dedicado al sector artesanal, hace su énfasis en el conocimiento del consumidor final de la artesanía antes del proceso de exportación.

En nuestro país: ProEcuador, que se encarga de promover la oferta de productos ecuatorianos y Exporta Fácil, es un programa enfocado a mejorar la competitividad de las

MIPYMES y artesanías, ayudando a los pequeños empresarios y artesanos a ingresar a nuevos mercados<sup>10</sup>.

Sin embargo aún existen artesanos que no logran exportar sus productos debido a la falta de conocimiento de estos organismos, una buena idea sería socializar más sobre el trabajo de estos, ya que los artesanos dedican tiempo a la realización de sus productos y se enfocan en la venta aprovechando el turismo interno, los turistas que llegan, y no se afianzan en miras de otros horizontes, debido al desconocimiento de cómo hacerlo, una investigación sobre artesanos en lugares más necesitados sería oportuna para poder conectar con ellos y brindar nuevas maneras de comercializar su producto.

Un artículo en inglés titulado Big Profits in Ecuador, en español, Grandes Beneficios en Ecuador, exalta la relación precio-calidad de las artesanías ecuatorianas.

“Ellos ponen mucho valor en sus creaciones y es muy gratificante saberlo, pagarles por su trabajo y saber que ayudas a sostener sus comunidades y familias a la vez que obtienes un gran margen de ganancia en mi negocio<sup>11</sup>”

Otra mención en el mismo artículo resalta la relación ganar-ganar:

“Importar desde Ecuador crea una relación ganar-ganar para todos los involucrados. Los importadores obtienen beneficios mientras viajan, viven sus aventuras, y experimentan otras culturas. Los artesanos ganan dinero de sus ventas y esto significa mucho para seguir haciendo su arte.”

El ganar dinero y verlo como una actividad viable hace que al final la venta de la artesanía haya valido todo el proceso que tomó hacerla y motiva a seguir creando, a la vez que demostrar al mundo parte de nuestra cultura es muy gratificante.

---

<sup>10</sup> [www.exportafacil.com.ec](http://www.exportafacil.com.ec)

<sup>11</sup> Visto en Big Profits in Ecuador from high quality, low cost crafts. Is a incomes abroad report.

SERRV (Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation) plantea una propuesta muy interesante, Se trata de una organización sin fines de lucro con colaboradores de diferentes partes del mundo que apoyan y asesoran a los artesanos, de hecho, su misión es erradicar la pobreza donde reside, proveyendo oportunidades y respaldo a los artesanos y granjeros de todo el mundo.

María Wood, Especialista de productos de SERRV manifestó en una visita a Ecuador:

Cuando visité nuestros compañeros y artesanos en Ecuador a inicios de este año, me encontré con temas de entretejidos de tradición, solidaridad, esperanza y belleza. Mantener vivas las tradiciones y artesanías es parte integral del Comité de Ferias de Comercio de SERRV, y estamos orgullosos de colaborar con nuestros colegas y compartir su rica identidad cultural e historia que esas técnicas y materiales representan<sup>12</sup>.

Como vemos también existen organizaciones sin fines de lucro que pueden ayudar a artesanos brindando asesorías y ayudando más que todo a que las artesanías sean reconocidas desde un punto de vista cultural.

Según el Informe Global Market Assesments for Crafts. Informe de Evaluación de Mercados globales cita lo siguiente acerca de Nueva York y los mercados atractivos para las artesanías:

Hay muchos y hay buenos y malos, los que están siendo tendencia (New York) y los que están en decadencia (San Francisco). El número de quienes asisten es asombroso. Atlanta y New York permanecen las largas muestras de regalos y artesanías<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Informe de la organization SERRV titulado *Keeping Craft Tradition Alive in Ecuador* .

<sup>13</sup> Visto en Global Market Assessment For Handicrafts de **Invalid source specified**.

Cada año llegan miles de turistas a Nueva York de todas partes del mundo convirtiéndose así en un mercado globalizado y rentable, donde las artesanías ecuatorianas, bien podrían deslumbrar a un importador potencial de estos productos del otro lado del mundo.

## **2.22 MARCO CONCEPTUAL**

**2.22.1 ARTESANÍA:** Se refiere tanto al trabajo del artesano (que se realiza normalmente de forma manual por una persona sin la ayuda de automatizaciones o maquinaria), como al producto u objeto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás.

**2.22.2 COMERCIALIZACIÓN:** Es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio o “Trueque” que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero pactada.

**2.22.3 EXPORTAR:** Es el intercambio legal de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas y acordadas previamente.

**2.22.4 LOGÍSTICA:** Es el conjunto de los medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio. La logística nos ayuda a crear formas más viables y seguras de realizar el traslado de un bien o servicio de un lugar a otro.

**2.22.5 INCOTERMS:** Los Incoterms han sido desarrollados y actualizados por expertos y profesionales en comercio internacional, trabajando en conjunto con la Cámara de Comercio Internacional; por lo que se han convertido en las reglas estandarizadas en todo el mundo.

**2.22.6 TRADE MAP:** Trade Map fue desarrollada por el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI) para responder a éstas y a otras preguntas relacionadas, con los objetivos explícitos de facilitar la investigación estratégica de mercado, monitoreando tanto el

desempeño comercial nacional como el de productos específicos, dando a conocer la ventaja comparativa y competitiva, identificando el potencial para la diversificación de mercados o productos, y diseñando y clasificando por prioridades los programas de desarrollo comercial tanto para las compañías como para las instituciones de apoyo al comercio.

**2.22.7 DISTRIBUCIÓN COMERCIAL:** El objetivo de la distribución comercial es poner en contacto a los productores con los consumidores. La distribución comercial es un sector de actividad con importantes repercusiones sociales y económicas en todos los países desarrollados. Además, la distribución comercial es un instrumento o variable de marketing al igual que lo son el producto, el precio y la promoción.

**2.22.8 MERCADO META:** El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.

Al MERCADO META también se le conoce como MERCADO OBJETIVO o TARGET.

**2.22.9 MATRÍZ PRODUCTIVA:** La matriz productiva de un país debe estar basada en la industrialización de sus productos naturales, en la transformación para que contengan valor agregado. Eso generará desarrollo, bienestar y progreso en dicho país.

**2.22.10 ASOCIACIÓN:** Un grupo voluntario o unión (también llamado a veces una organización voluntaria, asociación sin personería jurídica, asociación de interés común, o simplemente una asociación o solamente asociaciones) es un grupo de individuos que entran en un acuerdo como voluntarios para formar el cuerpo u organización para lograr un propósito conjunto.

**2.22.11 DECLARACIÓN ADUANERA SIMPLIFICADA (DAS):** Es el documento que contiene datos en campos establecidos y es firmado electrónicamente por el declarante quien puede ser el Operador Público del Servicio Postal Oficial del Ecuador o las empresas courier, los mismos que deben estar previamente habilitados para operar bajo los regímenes de excepción de “Mensajería Acelerada o Courier”.

## **2.23 MARCO LEGAL**

### **2.23.1 ART 154 (COPCI) EXPORTACIÓN DEFINITIVA**

Régimen aduanero que permite la salida de mercancías con libre circulación fuera del territorio aduanero o a una zona de desarrollo económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el código y en las normas aplicables (PROECUADOR, 2014).

### **2.23.2 ART 138 (COPCI) DECLARACIÓN ADUANERA**

Los datos que se deban consignar en la Declaración Aduanera estarán fijados por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador en el formato que se determine para el efecto, teniendo en cuenta los requisitos contemplados en los convenios o tratados internacionales de los cuales el Ecuador forme parte.

### **2.23.3 POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE TRANSPORTE**

#### **Política 1**

1. Garantizar una óptima movilidad de personas y mercancías, en todos los modos y medios de transporte, a través de planificación, diseño, regulación, control seguimiento y evaluación del Sector. Meta 11.5.2 -11.5.4 -11.5.5.

### **2.23.4 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES**

#### **Artículo 4 Literal n y s.**

##### **Fines**

La presente legislación, como principales los siguientes fines:

**N:** Potenciar la sustitución estratégica de importaciones.

**S:** Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente.

### **2.23.5 DE LA GENERACIÓN DE UN SISTEMA INTEGRAL DE INNOVACIÓN, CAPACITACIÓN TÉCNICA Y EMPRENDIMIENTO**

**Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento.** - El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.

Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la generación de competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, entre otros.

### **2.23.6 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones:**

**“...Art. 95.- Promoción no financiera de exportaciones.** - Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento.”

Mediante Decreto Ejecutivo No. 776 se expidió el Reglamento General para la Organización y Funcionamiento del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO

ECUADOR, publicado en el Registro Oficial No. 459 de fecha 31 de mayo del 2011, que insta en su artículo 2 sus objetivos conforme el siguiente detalle:

1. Alcanzar una adecuada promoción de la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados.
2. Lograr la diversificación y empoderamiento de la oferta exportable a través de la inversión que genere encadenamiento productivo e innovación tecnológica.
3. Alcanzar una adecuada cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior.
4. Lograr la inserción estratégica en el comercio internacional de todos los productos nacionales, con especial énfasis en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, y los actores de la economía popular y solidaria.

#### **2.23.7 NORMAS ISO 780 Y 7000**

Hacen referencia a las instrucciones sobre manejo y advertencia de la carga. Son los símbolos pictóricos que se deben ubicar en los empaques y que indican: Fragilidad, toxicidad, etc. Si se cuenta con la tecnología adecuada se pueden incorporar códigos de identificación, electrónica tales como el UPC, siglas de Universal Product Code y el EAN, sigla de European Article Numbering.

El material de las marcas debe ser indeleble, resistente a la abrasión y el manejo. Todas las cargas deben estar visiblemente etiquetados y marcados en el idioma del país de destino. Es importante tener en cuenta que el reglamento de la Organización Internacional del Trabajo O.I.T: Por razones ergonómicas se ha estipulado que ninguna carga que requiera manipularse por fuerza humana en algún momento de su proceso logístico, podrá tener peso bruto superior a 25 Kg.

### **2.23.8 ART 140 DEL COPCI AFORO**

Es el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía.

### **2.23.9 LEY DE FOMENTO ARTESANAL**

Decreto Ley de Emergencia 26

Registro Oficial 446 de 29-may-1986

Ultima modificación: 06-oct-2003

Estado: Vigente

### **EXPIDE: TITULO I GENERALIDADES**

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

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera:

a) Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público;

b) Artesano Autónomo, aquél que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos LEY DE FOMENTO ARTESANAL - Página 1 eSilec Profesional - www.lexis.com.ec de trabajo, y

c) Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

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

1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales. Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados y reconstruidos, se requerirá carta de garantía de funcionamiento de la casa o empresa vendedora y se concederá la importación en las mismas condiciones establecidas en el inciso anterior.
2. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaren, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca. Sin embargo, tanto en el numeral 1. como el de este numeral 2., seguirá vigente la reducción del 35% del valor de las exoneraciones a los impuestos a las importaciones, establecida mediante Ley No. 509 de 8 de Junio de 1983, en lo que fuere pertinente.
3. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.
4. Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro.
5. Exoneración de impuestos fiscales y derechos, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.

6. Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley.
7. Nota: Numeral derogado por Ley No. 56, publicada en Registro Oficial 341 de 22 de Diciembre de 1989, y Ley No. 56 reformada por Ley No. 72, publicada en Registro Oficial 441 de 21 de Mayo de 1990.
8. Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje y, de acuerdo con el Reglamento, similares, cuando las necesidades de los artículos o producción artesanal lo justifiquen, siempre que no se produzcan en el país.
9. Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que graven los actos constitutivos, LEY DE FOMENTO ARTESANAL - Página 3 eSilec Profesional - [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec) reformas de estatutos, elevación de capital de asociaciones, gremios, cooperativas, uniones de artesanos u otras personas jurídicas reconocidas legalmente, conforme lo determina la presente Ley.
10. Nota: Numeral derogado por Ley No. 56, publicada en Registro Oficial 341 de 22 de Diciembre de 1989 y Ley No. 56 reformada por Ley No. 72, publicada en Registro Oficial 441 de 21 de Mayo de 1990.
11. Las personas naturales o jurídicas acogidas a esta Ley percibirán hasta el 15% en general como Abono Tributario o sobre el valor FOB de las exportaciones, y, como adicional, por razones de difícil acceso a mercados externos, licencias, permisos previos, competencia en el mercado, costos y fletes y lo que representan los nuevos mercados, hasta el 10% de los porcentajes que se establecieron legalmente.
12. Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento.  
(DESARROLLO)

## **CAPÍTULO III**

### **3.1 MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1.1 METODOLOGÍA**

Mediante este marco metodológico se pudo definir el enfoque que se dará al presente proyecto y el tipo de investigación que se empleará, las técnicas de investigación a emplear y los instrumentos que se aplicaran para profundizar más en este proyecto de investigación y dar una respuesta coherente con los objetivos planteados para este estudio.

Con el paso a paso en que se desarrollará el proyecto de investigación en mención, es menester enmarcar dentro de los métodos de investigación este tema ya que son los más utilizados y de esta manera usar las herramientas más adecuadas para el presente estudio, para que los artesanos puedan comprender con mayor facilidad de como este problema fue investigado a fondo.

#### **3.1.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

En el presente proyecto fue utilizado el método de la investigación exploratoria y la investigación descriptiva.

Según el concepto citado en el libro de Cesar Bernal “la selección o elección del tipo de investigación depende, en alto grado, del objetivo del estudio del problema de investigación y de la hipótesis que se formulen en el trabajo que se va a realizar, así como de la concepción epistemológica y filosófica de la persona o del equipo investigador” (Bernal, 2010).

Se podría decir que la presente investigación es descriptiva porque se citaran aspectos muy valiosos de las artesanías como del mercado al cual se desea llegar, lo que permitirá conocer aspectos importantes del mercado consumidor, factores que intervienen para conseguir

una excelente comercialización de las artesanías y sobre los gustos y preferencias de los consumidores en el exterior.

Podemos confirmar que también es exploratoria porque en nuestro país Ecuador no existe un estudio de exportación de las artesanías del mercado artesanal de Guayaquil, por lo que podemos recalcar que el tema a tratar en la presente investigación ha sido profundizado por lo cual generó muchas dudas por parte de los artesanos.

### **3.1.2.1 DESCRIPTIVO**

“Pretende la descripción de los fenómenos. Diríase que es el primer nivel del conocimiento científico y el segundo nivel en el estudio de los fenómenos (educativos, investigativos, por ejemplo), ya que va más allá de la fase exploratoria que le precede. Utiliza los estudios correlacionales y la observación, etc. Tradicionalmente tiene como objetivo central la medición precisa de uno o más variables dependientes, en una población definida o en una muestra de una población.” (Del Rio Diana, 2013).

Por eso es que el estudio será de tipo descriptivo, porque tiene como misión identificar, describir e indagar todos y cada uno de los factores involucrados que repercuten en el sector de las artesanías de maderas de la “Asociación de Artesanos del Mercado Artesanal de Guayaquil” ubicados en la provincia del Guayas, es decir, se ira detallando los motivos del porqué de esta situación en la Asociación de los Artesanos y de los procesos de la logísticas desde Ecuador hasta Nueva York que se da actualmente para exportar estas artesanías. Se detalló las razones por la que se eligió este tema, el proceso de la investigación que se ha realizado y los detalles de cómo se va desarrollando la problemática.

### **3.1.2.2 EXPLORATORIO**

“Tiene el carácter de provisional, por suponer una primera aproximación, al conocimiento de un problema o fenómeno, para obtener una información superficial sobre los

mismos o sobre la situación donde se proyecta realizar una investigación posterior más rigurosa. Los datos y las informaciones presentadas de forma global sirven de referencia general para conocer la situación concreta del campo de estudio” (Del Rio Diana, 2013)

Para este modelo de investigación se utilizará el método exploratorio porque se alcanzará una aproximación ya que el tema no ha sido tomado con el contexto rural ecuatoriano, para esta presente investigación se observará su efectividad aplicada a la realidad de los ecuatorianos, conocer de cerca el contexto socioeconómico y cultural de los artesanos del mercado artesanas de Guayaquil, determinar la transcendencia y dimensiones de la problemática por la falta de un plan de exportación para exportar sus artesanías.

Se considera como una investigación exploratoria debido a que se realizara un primer acercamiento al problema de estudio que permita determinar los procedimientos adecuados para tratar el problema de la investigación por lo que se amplía la investigación del mismo. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2016)

### **3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto de investigación tuvo un enfoque cuantitativo, lo que permitió un análisis más exacto y concreto para poder determinar la viabilidad del proyecto en mención, mediante estos datos cuantitativos pudimos conocer la eficacia y rentabilidad del proyecto.

“El enfoque cuantitativo, usa la recolección de datos para comprobar una hipótesis con base en el análisis estadístico o la medición numérica, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernandez, 2010).

Para este tipo de proyecto se empleó el enfoque cuantitativo, porque en este caso en particular se utilizará objetividad, es decir, neutralidad valorativa de parte del investigador. Se alcanzó para determinar de manera más acertada y de más lógica los datos, se elaboró y se analizó el reporte de los resultados para que a partir de ahí se observaron las recomendaciones aplicadas a los miembros de la asociación del mercado artesanal de Guayaquil, el problema de

desconocimiento que fue planteado a principios de este estudio y que es el gran inconveniente debido a que no han o no desean ofertar sus artesanías a posibles compradores en el exterior porque atribuyen a que no conocen la mejor manera de realizarlo.

### **3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Todas las técnicas que ayudó y permitió la realización de este proyecto de investigación fueron: la entrevista y la encuesta.

La técnica de la encuesta tuvo como fin recopilar hechos y datos relevantes, pero a la vez lo más simples dentro de la Asociación de Artesanos del Mercado Artesanal de Guayaquil que son alrededor de 140 miembros, siendo estos los últimos los encuestados del porqué de diversas situaciones que se han mostrados a partir de que trabajan como asociación. Se pudo dar fe que son un grupo de personas humildes y trabajadores y a los mismos que las dudas y temores les gana contra el deseo de mejorar, fue apropiado y necesario una sencilla encuesta en la cual solo basto marcar lo que desconocen para poder exportar sus artesanías al exterior.

Los materiales o instrumentos que se utilizaron en la recolección de datos fueron: conocimiento de embarque, servicio de ecuapass de la aduana, cotización de agencia de transporte, cuadros estadísticos de las encuestas y entrevistas, etc.

Una entrevista a la presidenta de la asociación de artesanos del mercado artesanal de Guayaquil la Sra. Jacinta Chancay Muñiz se pudo corroborar que ninguno exporta sus productos al exterior por diferentes razones, pero la más fuerte es el desconocimiento de saber cómo realizarlo. Desde el inicio de su gestión como presidenta de la asociación, entendió las necesidades de los artesanos y ha estado y está en pro de ayudarlos. Nos dio su pensar acerca de esta problemática que tienen los artesanos y de las soluciones que han tratado para mejorar la situación de la asociación, pero lamentablemente sin éxito alguno.

### **3.4 MÉTODO INDUCTIVO**

Se analizó casos particulares, es decir, artesanos del mercado artesanal de Guayaquil que se dedican a la elaboración de las artesanías de maderas pero que no se hayan animado o no hayan tenido el impulso en las ventas internacionales con el fin de dar a conocer sus productos.

### **3.5 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA**

#### **3.5.1 CUALITATIVA**

Se uso este tipo de investigación para un grupo de artesanos del mercado artesanal de Guayaquil y saber cuántos de ellos comercializa sus productos en el exterior y si no lo hacen determinar el motivo del mismo.

#### **3.5.2 CUANTITATIVA**

También se usó este tipo de investigación a un grupo de personas de Nueva York que tienen preferencias por las artesanías de madera y que gustan mucho de este arte manual, Se le aplico una breve encuesta con la cual pudimos conocer un poco más a fondo sobre todos los pro y contras con respecto a su apreciación hacia las artesanías ecuatorianas.

### **3.6 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.6.1 ENTREVISTA**

La entrevista se aplicó y se tuvo como misión indagar varios puntos importantes uno de ellos es si conocen que es la exportación, si tienen contactos en el exterior, si conocen sobre documentos para realizar los mismos, etc.

En el cuestionario diseñado se incluyeron preguntas abiertas para que de mayor amplitud a la respuesta.

## **HERRAMIENTAS**

Cuestionario (VER ANEXO 1)

Uno de los objetivos de mayor importancia y de los que se trataron fueron los siguientes:

- ❖ Que tanto conocen sobre el proceso de exportación.
- ❖ Si tienen contactos en Nueva York.
- ❖ Si estarían dispuestos a acogerse a las exigencias de los requisitos de EEUU para importar sus artesanías.

### **3.6.1.1 TIPO DE MUESTRA DE LA ENTREVISTA**

#### **MUESTREO INCIDENTAL O CASUAL**

Este modelo de muestra se eligió de manera premeditada a quienes participaran en el presente estudio ya que por la cercanía obtenida fue de mayor facilidad la obtención de la entrevista requerida <sup>14</sup>.

### **3.6.1.2 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A LOS ARTESANOS**

La presente entrevista semi estructurada, que se presenta a continuación se logró gracias a la gran ayuda de los miembros de la Asociación de Artesanos del Mercado Artesanal de Guayaquil de la provincia del Guayas.

---

<sup>14</sup> Libro de Investigación científica - Tipos de Muestreo

En la entrevista realizada a la presidenta de la Asociación de Artesanos la Artesana Jacinta Chancay Muñiz indico que ha percibido en los últimos cinco años el interés creciente de los artesanos por expandir sus horizontes, pero observa que avanza en pasos tan lento debidos a los temores por el desconocimiento. Añade también que se dedican únicamente a satisfacer el mercado interno del mercado artesanal y no procuran analizar la demanda que puedan tener las artesanías internacionalmente más en específico en la ciudad de Nueva York. En ciertas entrevistas de otros medios realizadas a los artesanos suelen portarse un tanto esquivos y de no le dan la importancia del caso a la publicidad que pueden obtener gracias a las mismas. La presidente manifiesta que eso se debe a que tienen el temor a que puedan robarle sus ideas e innovaciones de sus productos o que observen ciertas artesanías sin los permisos necesarios para la venta.

Los artesanos conocen y están al tanto que este mercado artesanal es frecuentemente visitado por los extranjeros en donde buscan obtener un presente que llevar a sus familiares y amigos de su país. La presidenta comenta que los extranjeros gustan muchos de la innumerable diversidad de artesanías de madera las mismas que llaman mucho la atención de cualquier edad y genero debido a la labor y dedicación que se observan en las mismas, las diferencia de las demás porque, aunque su valor es un poco más elevado que el que ofrece la competencia desleal como lo es el mercado de China su proceso de elaboración es único. La presidenta indico en estas palabras: “Este mercado ofrece las mismas artesanías, pero se aprecia claramente la gran diferencia tanto en la labor como en la elaboración de las mismas”<sup>15</sup>

En los últimos años dice que ha apreciado que el gobierno se ha enfocado mucho en promover la exportación brindando muchas herramientas en pro ello, todos los artesanos hacen reuniones cada segundo sábado de cada mes en donde se reúnen todos los representantes de los mismos para tratar puntos importantes de mejoras y conocimiento sobre las actualizaciones de ayudas a los artesanos. Termino la entrevista diciendo que el plan de exportación que estamos promoviendo será de gran valor para los artesanos ya que saciara sus dudas y será un modelo a seguir para poder exportar sus artesanías hacia un mercado tan nuevo para todos ellos.

---

<sup>15</sup> Entrevista de campo realizada a la presidenta de la Asociación de Artesanos del Mercado Artesanal de Guayaquil

En una segunda entrevista realizada a el artesano Wilmer García nos supo manifestar que su producto (crucifijo, rosario, casita de maderas) es muy solicitado en el mercado de Nueva York, pero que él se lo vende a un importador que se encarga de revenderlo en el exterior, es decir, sus productos suelen ser vendidos hasta 3 veces más de lo que el percibe por cada uno. Se le pregunto el por qué no lo vende él directamente y nos supo indicar que el no conoce nada de permisos ni requisitos para poder exportar y que para él es más fácil vender de esa manera sus productos que arriesgarse en algo al que él no conoce mucho.

En una tercera entrevista realizada a la artesana Petra Roldan quien se dedica a elaborar loros de maderas, cajitas para reloj, etc., nos comentó que ella prefiere el comercio seguro (ventas diarias a nivel local o por pedidos) el cual recibe su dinero y no está a la expectativa de que resulte o no el negocio. Ella muestra el pensar que arriesgarse en algo nuevo no es negocio. En el tiempo que se tuvo mientras duro la entrevista se constató que muchos extranjeros busquen de estas artesanías, un cálculo estimado de las personas que preguntan cada hora es aproximadamente de 8 a 10 personas.

En una cuarta entrevista realizada a la secretaria de la asociación de artesanos del mercado artesanal de Guayaquil la Sra. Mercedes Hinojosa informó que hace algunos años atrás la asociación poseía una página web en la cual se daba a conocer sus productos, pero que la misma al no tener movimiento ni actualizaciones de los productos por parte de los mismos artesanos tuvo que ser suspendida, es decir, que ni los propios artesanos promocionaban sus productos ni buscaban la manera de promover su arte a otros lados del país peor aún en el mundo. También manifestó el gran desinterés de los artesanos por la implementación de los medios digitales para su ventas y promociones.

### **3.6.2 ENCUESTA**

La encuesta se utilizó para conocer lo que opinan los compradores en Nueva York, conocer cuáles son los puntos a tratar de las posibles falencias que ellos ven en las artesanías ecuatorianas.

### **HERRAMIENTAS**

Cuestionario con preguntas cerradas. (VER ANEXO 2 Y ANEXO 3)

Los objetivos o puntos a tratados fueron los siguientes:

- Que opinan sobre las artesanías ecuatorianas.
- Si deben de mejorar las artesanías ecuatorianas
- Si observan que tiene diversidad de productos

### **3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.7.1 POBLACION**

La población será tomada de los compradores de artesanías de madera en Nueva York que se dediquen a la compra de dichos productos, es decir, de las personas interesadas en obtener estas artesanías para venderlas en su mercado y que gustan de este tipo de arte manual para la comercialización.

#### **3.7.2 MUESTRA DE LA ENCUESTA**

La muestra será tomada del total del grupo de empresas dedicadas a la comercialización de artesanías de madera o en las que su círculo de trabajo se centra en las mismas. Para ello se

obtendrá la información de la base de datos de EEUU (India Info Drive <sup>16</sup> o Yalwa<sup>17</sup>) en donde se detallan todos los importadores que se dedican a este nicho de mercado, la encuesta fue realizada vía correo electrónico a cada uno de los importadores de artesanías que se muestran en el anexo (VER ANEXO 3).

### **3.7.3 CUADROS ESTADÍSTICOS DE LAS ENCUESTAS**

Las preguntas que se realizaron como encuestas fueron cerradas y realizadas a 80 compradores en Nueva York de artesanías, de las variables tomadas individualmente y aplicando la estadística descriptiva se obtuvieron los siguientes resultados:

---

<sup>16</sup> Página Web – India Info Drive - <http://www.indiainfodrive.com/>

<sup>17</sup> Página Web – Yalwa [www.newyork.yalwa.us](http://www.newyork.yalwa.us)

Tabla 9 Compradores en Nueva York que si contestaron la encuesta.

IMPORTADORES	%	SI	NO
IMPORTADORES EN NUEVA YORK QUE CONTESTARON LA ENCUESTA 72	90.00 %	80 %	20 %

Elaborado por Santos, G (2018)

Tabla 10 Compradores en Nueva York que no contestaron la encuesta.

IMPORTADORES	%
IMPORTADORES EN NUEVA YORK QUE NO CONTESTARON 8	10.00 %

Elaborado por Santos, G (2018)

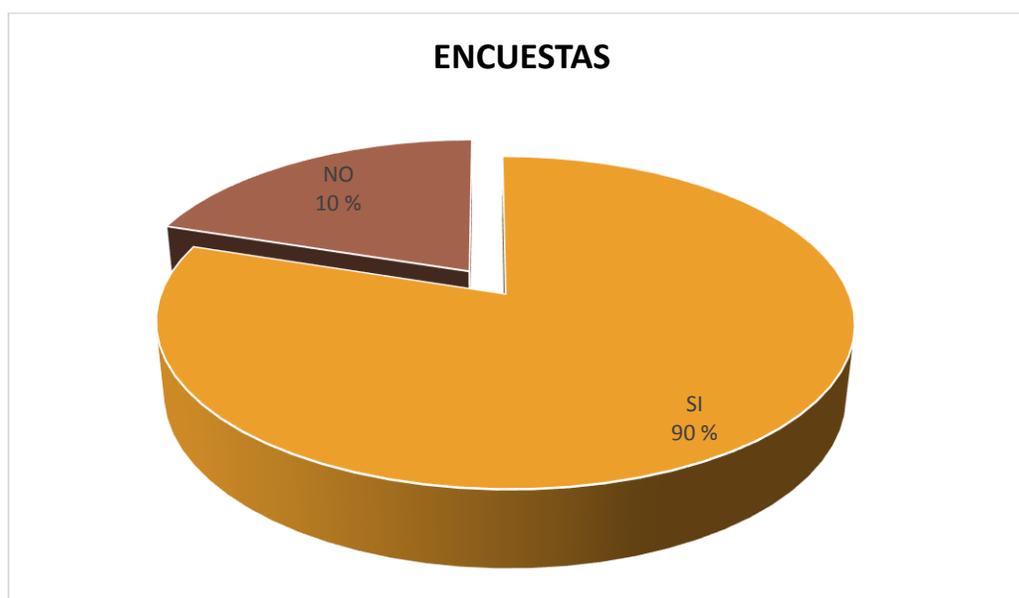


Figura 11 Cuadro estadístico de las Encuestas.

Elaborado por Santos, G (2018)

### **3.7.4 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS**

#### **3.7.4.1 EN FORMA GENERAL**

La encuesta fue realizada a 80 importadores de artesanías de maderas en la ciudad de Nueva York de los cuales solo 72 importadores dieron contestación al cuestionario enviado. Estos importadores que exhiben sus productos en ferias, centros comerciales, almacenes, etc. Representan nuestros clientes potenciales de los productos a exportar. Se pudo reconfirmar que los importadores muestran mucho aprecio por este tipo de labor y en base a las encuestas realizadas opinan que la mano de obra ecuatoriana es de muy buena calidad en comparación a otros fabricantes. Un punto muy importante que se debe de recalcar es que ellos mencionaron que son productos de los cuales personas de todo extracto social y edad busca de estas novedades artesanales.

Según indicaron los compradores comparan precios versus la dedicación tomada para elaborar estas artesanías (calidad), estos compradores gustan de las mismas por su buen acabado sin importar que su valor sea un poco más elevado que el de la competencia china. Mencionan también que las artesanías crean un vínculo sentimental entre los extranjeros que residen en Nueva York y su país de origen dando como resultado la necesidad de hacerse acreedor de una de ellas. Concluyendo con la encuesta se realizó una última pregunta la cual es: ¿Estarían dispuestos a comprar artesanías de maderas al por mayor?, a lo que los importadores casi el 95% contestaron que sí.

### 3.7.4.2 POR PREGUNTA

#### ¿USTED CONOCE LAS ARTESANIAS ECUATORIANAS?

Tabla 11 Tabla estadística de la pregunta 1

RESPUESTAS	TOTAL, ECUESTADOS	DIJERON SI	DIJERON NO
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	59 PERSONAS	13 PERSONAS
		82%	18%

Elaborado por Santos, G (2018)



Figura 12 Pregunta 1

Elaborado por Santos, G (2018)

#### ANALISIS

Se pudo comprobar que el 82% de los importadores conocen los productos ecuatorianos, esto se debe a que en varios puntos turísticos del Ecuador hay artesanos ofreciendo sus artesanías tanto a personas nacionales como extranjeras.

**¿OPINA USTED QUE LA CALIDAD DE LAS ARTESANIAS ECUATORIANAS, CUMPLE CON LAS EXIGENCIA DEL MERCADO?**

Tabla 12 Tabla estadística de la pregunta 2

RESPUESTAS	TOTAL, ECUESTADOS	DIJERON SI	DIJERON NO
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	65 PERSONAS	7 PERSONAS
		90,28	9,72

Elaborado por Santos, G (2018)

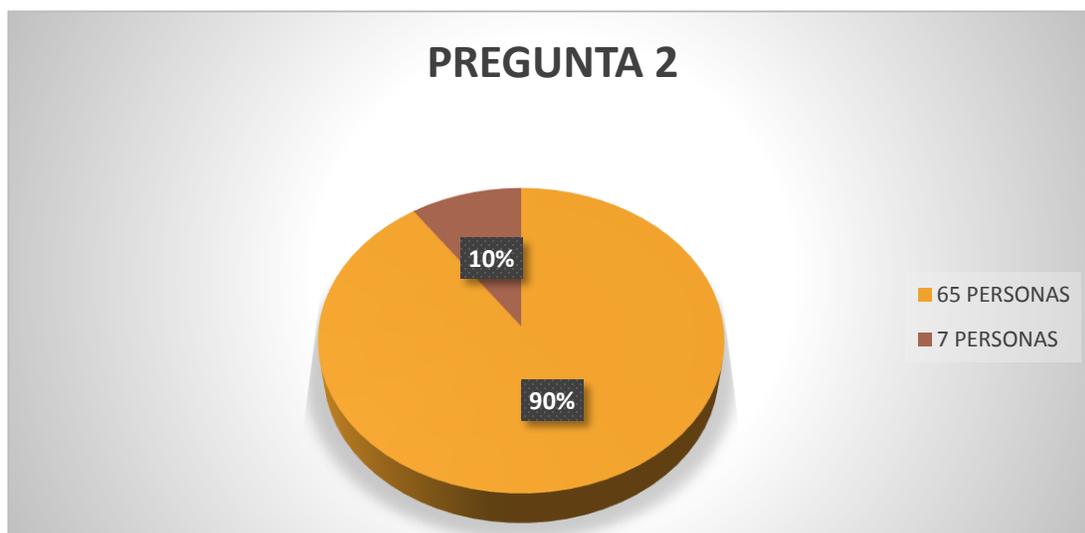


Figura 13 Pregunta 2

Elaborado por Santos, G (2018)

**ANALISIS**

La presente pregunta de la encuesta tuvo gran relación con la primera y se pudo corroborar que los importadores conocen de la calidad en la mano de obra ecuatoriana con la que se realizan estas artesanías la misma que mostro un porcentaje del 90% de afirmaciones dando buenas expectativas para el presente plan de exportación.

**¿CREE USTED QUE ALGUNAS COMERCIALIZADORAS ESTADOUNIDENSE SE INTERESEN EN LOS PROCUTOS ECUATORIANO?**

Tabla 13 Tabla estadística de la pregunta 3

RESPUESTAS	TOTAL, ECUESTADOS	DIJERON SI	DIJERON NO
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	61 PERSONAS	11 PERSONAS
		84,72	15,28

Elaborado por Santos, G (2018)



Figura 14 Pregunta 3

Elaborado por Santos, G (2018)

**ANALISIS**

El porcentaje que se obtuvo fue muy satisfactorio, da una pauta que los productos artesanales de Ecuador llegaran al agrado de otros mercados y el 85% de los importadores confirmaron que sí, dando como resultado una vez más que el mercado meta elegido es el idóneo.

**¿ESTARIA USTED ACUERDO QUE LAS ARTESANIAS DE MADERAS DEBEN DE COMERCIALIZARSE EN OTROS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS?**

Tabla 14 Tabla estadística de la pregunta 4

<b>RESPUESTAS</b>	<b>TOTAL, ECUESTADOS</b>	<b>DIJERON SI</b>	<b>DIJERON NO</b>
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	63 PERSONAS	9 PERSONAS
		87,50	12,50

Elaborado por Santos, G (2018)



Figura 15 Pregunta 4

Elaborado por Santos, G (2018)

**ANALISIS**

En esta parte de la encuesta el objetivo fue el de indagar si a futuro se puede incursionar en otro mercado de Estados Unidos y el 87% de los importadores nos reconfirmaron que si podemos optar por nuevos mercados que gusten de este tipo de producto.

**¿CREE USTED QUE LAS ARTESANIAS QUE SE PROMOCIONAN EN LA FERIA DEL NEW YORK GIFT SHOW SON DE AGRADO PARA LOS ESTADOUNIDENSES?**

Tabla 15 Tabla estadística de la pregunta 5

RESPUESTAS	TOTAL, ECUESTADOS	DIJERON SI	DIJERON NO
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	70 PERSONAS	2 PERSONAS

Elaborado por Santos, G (2018)



Figura 16 Pregunta 5

Elaborado por Santos, G (2018)

**ANALISIS**

Se evidencio altamente con el 97% que arrojaron las encuestas que la primera impresión llama mucho la atención de los compradores estadounidenses y en este tipo de ferias se exhiben los productos con la más alta calidad e innovación. Se verifico que para ganar nuevos mercados se debe de hacer partícipe en este tipo de eventos, una de las instituciones que promueven el mismo es el de PRO Ecuador.

**¿OPINA USTED QUE OFERTAN DIVERSIDAD DE ARTESANIAS QUE SATISFACEN EL MERCADO DE NUEVA YORK?**

Tabla 16 Tabla estadística de la pregunta 6

<b>RESPUESTAS</b>	<b>TOTAL, ECUESTADOS</b>	<b>DIJERON SI</b>	<b>DIJERON NO</b>
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	60 PERSONAS	12 PERSONAS
		83,33	16,67

Elaborado por Santos, G (2018)



Figura 17 Pregunta 6

Elaborado por Santos, G (2018)

**ANÁLISIS**

El 83 % de los importadores indicaron que sí se cuenta con diversidad de productos, pero un 17% de los importadores opinan que no, se estima que con el presente plan de exportación este porcentaje negativo disminuya y así se lograra el 100% de satisfacción.

**¿CREE USTED QUE LAS ARTESANIAS DEBEN DE COMERCIALIZARSE AL POR MAYOR EN LAS FERIAS QUE REALIZAN EN NUEVA YORK?**

Tabla 17 Tabla estadística de la pregunta 7

RESPUESTAS	TOTAL, ECUESTADOS	DIJERON SI	DIJERON NO
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	68 PERSONAS	4 PERSONAS
		94,44	5,56

Elaborado por Santos, G (2018)



Figura 18 Pregunta7

Elaborado por Santos, G (2018)

**ANALISIS**

La mayoría de los importadores coincidieron es decir el 94% de las mismas opinaron que sí es menester la comercialización al por mayor, al que vender al por mayor los costos se amenoran y la ganancia para los importadores se incrementa. Quedando un pequeño grupo que opinan que no quizás por pensar que al ser comercializada al por mayor la calidad del producto se verá afectado.

## ¿CONOCE USTED SOBRE EL PROCESO DE ELABORACION DE LAS ARTESANIAS DE MADERA?

Tabla 18 Tabla estadística de la pregunta 8

RESPUESTAS	TOTAL, ECUESTADOS	DIJERON SI	DIJERON NO
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	70 PERSONAS	2 PERSONAS
		97,22	2,78

Elaborado por Santos, G (2018)

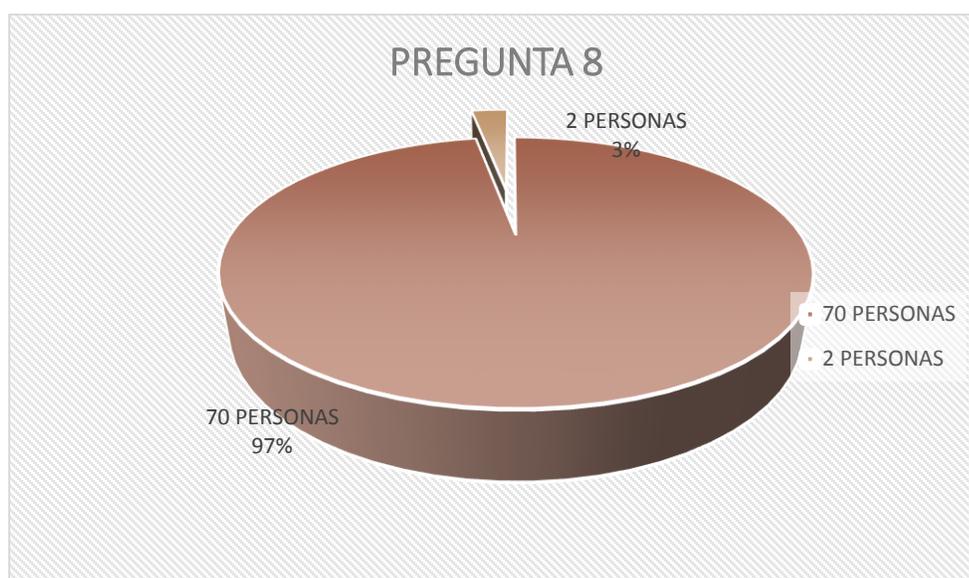


Figura 19 Pregunta 8

Elaborado por Santos, G (2018)

### ANALISIS

Se evidencia que casi todos conocen dicho proceso, más exactos el 97% de los importadores de artesanías de madera indicaron que, si conoce el proceso de elaboración de las artesanías de madera, quedando un número muy reducido del grupo de importadores que no conoce el mismo (dato curioso ya que al dedicarse a cierta actividad se debe de conocer todo el proceso hasta su venta de destino final).

**¿CREE USTED QUE SE DEBE DE MEJORAR EL TIPO DE EMPAQUE DE LAS ARTESANIAS?**

Tabla 19 Tabla estadística de la pregunta 9

<b>RESPUESTAS</b>	<b>TOTAL, ECUESTADOS</b>	<b>DIJERON SI</b>	<b>DIJERON NO</b>
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	40 PERSONAS	32 PERSONAS
		55,56	44,44

Elaborado por Santos, G (2018)



Figura 20 Pregunta 9

Elaborado por Santos, G (2018)

**ANÁLISIS**

El 56% de los importadores, casi la mitad indica que se debe de mejorar el empaque del producto, se opina que al ser obtener una artesanía de madera como regalo hacia algún familiar el empaque debe de ser más atractivo y novedoso para todas las edades con más énfasis en el de los jóvenes.

**¿OPINA USTED QUE LAS ARTESANIAS DEBERIAN DE PROMOCIONARSE CON MAYOR FRECUENCIA EN NUEVA YORK?**

Tabla 20 Tabla estadística de la pregunta 10

RESPUESTAS	TOTAL, ECUESTADOS	DIJERON SI	DIJERON NO
IMPORTADORES EN NEW YORK	72	66 PERSONAS	6 PERSONAS
		91,67	8,33

Elaborado por Santos, G (2018)



Figura 21 Pregunta 10

Elaborado por Santos, G (2018)

**ANÁLISIS**

El 92% de los importadores indicaron que sí deberían de exhibirse las artesanías en las ferias que se dan lugar en New York y gracias a ello nos brinda una posible oportunidad para incursionar en nuevos mercados, la entidad que promueve este tipo de actividades es PROECUADOR.

## **CAPÍTULO IV**

### **4.1 PROPUESTA**

“Plan de exportación de artesanías de madera para la asociación de artesanos de Guayaquil hacia el mercado de Nueva York-Estados Unidos.”

### **4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA**

En el marco teórico del capítulo II del presente proyecto de investigación se observa la información resultante de los casos analizados en múltiples sectores del mercado artesanal de Guayaquil, han sido muy beneficiosos en todo el ámbito para la asociación de artesanos que decidieron expandir sus horizontes a nivel internacional.

Analizando el mercado internacional se corroboró que los principales compradores de este tipo de producto elaborado manualmente son los extranjeros. Estos extranjeros consideran a las artesanías como un recuerdo del país al cual visitó, creando un vínculo sentimental a larga distancia.

El proceso de logística que se aplica para realizar una exportación a consumo suele tener ciertas dudas pero que si se analizan detalladamente son fácil de comprender y de aplicar, los artesanos pudieron comprobar que la logística es de gran importancia y sin mucho conocimiento en el tema lo puede tramitar sin inconveniente.

En la entrevista realizada a la presidente de la asociación la misma que fue un punto importante en la corroboración de la información, la teoría en la cual se basa el presente proyecto tiene una base totalmente cierta, los artesanos observaron el plan de exportación y lo consideraron fácil de comprender y de aplicar.

Vieron en el presente plan de exportación una ayuda para poder ser ellos los exportadores directos y no depender de terceros que revendan sus productos creando menos margen de ganancia para el artesano.

#### 4.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO DE EXPORTACIÓN

Para el presente proyecto de exportación se requiere de una inversión de \$6956.72 los mismos que se obtendrán sumando el costo total por la fabricación de las artesanías más los gastos de exportación, esta cantidad se la dividirá para los 10 miembros de la Asociación de artesanos que se dedican exclusivamente a la madera, el cual dará el monto a invertir por cada artesano de \$695.67.

Esta inversión es solo por el primer embarque ya que de la ganancia que se obtendrá ayudará a suplir los gastos del próximo embarque y así sucesivamente.

#### 4.4 ESTIMACIÓN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos se los puede observar en la parte administrativa de una empresa, se mostrará en el cuadro a continuación valores estimados por la asociación porque la misma se encuentra conformada como tal.

Tabla 21 Gastos administrativos

PERIODOS	AGUA POTABLE	ENERGIA ELECTRICA	TELEFONO	TELEFONIA MOVIL	SERVICIO DE INTERNET	UTILES DE OFICINA	TOTAL ANUAL
2019	800,00	1500,00	240,88	75,00	413,00	356,09	3384,97
2020	845,00	1813,03	256,34	79,80	435,75	367,62	3797,54
2021	892,98	1997,45	267,99	81,00	457,53	385,12	4082,07
2022	904,76	2185,00	285,32	85,34	481,09	401,56	4343,07
2023	998,56	2224,33	298,77	88,65	496,34	412,12	4518,77

Elaborado por Santos, G (2018)

#### 4.5 PROYECCION DE COSTOS LOGÍSTICOS DEL PRIMER EMBARQUE

Tabla 22 PROYECCION DE COSTOS LOGÍSTICOS DEL PRIMER EMBARQUE

<b>PRIMER EMBARQUE</b>		
<b>COSTOS LOGÍSTICOS</b>		
Mano de obra empaque para el empaque	100,00	
Caja de cartón grande + impresión X 24 \$0.80 C/U	19,20	
Cajas pequeñas + impresión X 768 \$0.40 C/U	307,40	
Funda para el empaque (Superlon Mipes 80 recortes) X 10 2.21 (más IVA) C/U	24,80	
Funda para el embalaje (rollo de 50 cm de ancho plástico stretch) X2 13.98 más IVA C/U	31,32	
Pallets + sanitizado X 2 \$15.00 C/U	30,00	
DAE Y AISV	100,00	
Manipulación de los pallets en el puerto X 2 \$15.00 C/U	30,00	
Transporte interno	100,00	
Inspección o aforo	70,00	
	<b>812,72</b>	
<b>TOTAL COSTOS</b>		
		768
VALOR UNITARIO DE CADA		UNIDADE
ARTESANIA	8,00 S	6144,00

COSTOS TOTALES DE EXPORTACION	812,72
COSTO DE EXPORTACION DIVIDIDO PARA CADA ARTESANIA	1,06
VALOR DEL PRODUCTO MAS EL COSTO DE EXPORTACION	9,06
MARGEN DE GANANCIA POR CADA PRODUCTO ES EL 50%	4,53
VALOR TOTAL DE CADA ARTESANIA MAS SU GANANCIA	13,59
<b>GANANCIA TOTAL (MARGEN DE GANANCIA UNITARIA MAS UNIDADES VENDIDAS)</b>	<b>3478,36</b>
<b>GANANCIA ANUAL</b>	<b>20870,16</b>

Elaborado por Santos, G (2018)

#### 4.6 PROYECCION DE VENTAS TOTALES (PROYECTADOS A 5 AÑOS).

Tabla 23 PROYECCION A 5 AÑOS DE LAS VENTAS TOTALES

PROYECCION A 5 AÑOS DE LAS VENTAS TOTALES			
AÑOS	VALOR DEL PRODUCTO	UNIDADES	VALOR ANUAL
1	13,59	4608	62610,48
2	14,02	6912	96910,09
3	15,35	9216	141481,15
4	15,81	11520	182119,91
5	17,40	13824	240577,81

Elaborado por Santos, G (2018)

#### 4.7 FLUJO DE EFECTIVO

El presente presupuesto es a un plazo de 5 años, es el estimado en el que se analizó que se recuperará la inversión inicial de la exportación de artesanías de madera hacia el mercado de Nueva York y dejando muy buenas ganancias anuales.

Tabla 24 FLUJO DE EFECTIVO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
SALDO INICIAL	6956,72					
VENTAS		62610,48	96910,092	141096,96	182119,91	240577,81
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>62610,48</b>	<b>96910,09</b>	<b>141096,96</b>	<b>182119,91</b>	<b>240577,81</b>
<b>EGRESOS</b>						
COSTO DE PRODUCCION		36864,00	55296,00	78336,00	97920,00	124416,00
GASTOS DE EXPORTACION		4876,32	7226,64	10089,72	12455,7	17100,36
GASTOS ADMINISTRATIVOS		3384,97	3797,54	4082,07	4343,07	4518,77
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		<b>45125,29</b>	<b>66320,18</b>	<b>92507,79</b>	<b>114718,77</b>	<b>146035,13</b>
<b>SALDO FINAL</b>		<b>17485,19</b>	<b>30589,91</b>	<b>48589,17</b>	<b>67401,14</b>	<b>94542,68</b>

Elaborado por Santos, G (2018)

#### 4.8 TIR Y VPN

Tabla 25 CALCULO DEL TIR Y VNP

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	VALOR PRESENTE
0	-6956,72	-6956,72
1	17485,19	15611,78
2	30589,91	24386,09
3	48589,17	34585,50
4	67401,14	42835,17
5	94542,68	53647,33
<b>VALOR PRESENTE NETO (VPN)</b>		<b>164109,14</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>		<b>271%</b>
<b>TASA DE INTERÉS</b>		<b>12%</b>

Elaborado por Santos, G (2018)

Se puede determinar que el presente plan de exportación es muy rentable porque el TIR (Tasa Interna de Retorno) es de \$269% siendo mayor a la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) que es del 12%. El proyecto nos comprueba que el porcentaje de 269% es lo que se recuperara.

Es menester mencionar que la inversión que se indica en el presente capítulo, es lo que los artesanos necesitan para exportar dichos productos, porque la asociación ya está constituida y vende sus artesanías solo a nivel interno. Tanto en el flujo de efectivo como las ventas en el saldo final muestra lo que la asociación obtendría si exportara sus artesanías al mercado de Nueva York.

#### 4.9 PROCESO DE EXPORTACIÓN

El proceso de exportación se divide en dos grandes etapas como los son el pre-embarque y post-embarque de las artesanías para llevar al cabo una exitosa exportación. Se tomará en cuenta las entidades que intervienen en el presente proceso de exportación como lo son: importadores, agente de aduanas, compañía aérea, etc.



Ilustración 17 Artesanías del Mercado Artesanal

Elaborado por Santos, G (2018)

2019

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.**



Ginger N. Santos Nevárez

Tesis

25-1-2019

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN  
DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS  
UNIDOS.**

**EXPORTACION DE ARTESANIAS DE MADERA**

<b>VERSIÓN</b>	1	<b>VIGENCIA</b>	Indefinido
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	15 de Julio del 2018	<b>REVISIÓN</b>	1
		<b>PÁGINA</b>	1 de 24

**ASOCIACION DE ARTESANOS DEL MERCADO  
ARTESANAL DE GUAYAQUIL**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN  
DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS  
UNIDOS.**

**COPIA CONTROLADA N° 1**

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 2 de 24</b>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

## INDICE

PRODUCTOS A EXPORTAR	4
CLASIFICACION ARANCELARIA DE LAS ARTESANIAS A BASE DE MADERA	4
PREFERENCIA ARANCELARIA DE LAS ARTESANIAS DE MADERAS ENTRE ECUADOR Y NUEVA YORK	5
MEDIO DE TRANSPORTE	5
INCOTERM	6
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO DE EXPORTACIÓN	7
PROYECCION DE COSTOS LOGÍSTICOS DEL PRIMER EMBARQUE	8
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE EXPORTACION DE ARTESANIAS	10
<b>ETAPAS DEL PRE-EMBARQUE</b>	
OBTENCION DEL TOKEN Y REGISTRO DE IMP/EXP	11
NOTA DE PEDIDO	12
FABRICACION	13
EMPAQUE Y EMBALAJE	13
MARCADO: ETIQUETAS DE APROBACIÓN INTERNACIONAL	15
TRANSMISION DE LA DAE	16
PRINT DE LA DAE	18
PRINT DE LA DECLARACION JURAMETADA DE ORIGEN	19
PRINT DE LA SOLICITUD DEL CERTIFICADO DE ORIGEN	20

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1</b> <b>Versión: 1</b> <b>Página 3 de 24</b>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

TRANSPORTE INTERNO HASTA EL PUERTO	21
TIPOS DE AFOROS	21
CONSOLIDACION	22
EMBARQUE	23
TRANSPORTE INTERNACIONAL	23
<b>ETAPA POST-EMBARQUE</b>	
REGULARIZACION DE LA DAE	24

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 4 de 24</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

## PRODUCTOS A EXPORTAR

-  Loros
-  Crucifijos
-  Estuche de pluma
-  Rosario
-  Casitas

## CLASIFICACION ARANCELARIA DE LAS ARTESANIAS A BASE DE MADERA

<b>Sección IX</b>	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería
<b>Capítulo 44</b>	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera
<b>Partida Sistema Armonizado. 4420</b>	Marqueterías y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94
<b>SubPartida Sistema Armonizado</b>	
<b>SubPartida Regional 44201000</b>	- Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera
<b>Código Producto Comunitario (ARIAN) 4420100000-0000</b>	
<b>Código Producto Nacional (TNAN) 4420100000-0000-0000</b>	

Clasificación arancelaria de las artesanías.

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones.

Elaborado por Santos, G (2018)

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1</b>  <b>Versión: 1</b>  <b>Página 5 de 24</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

## PREFERENCIA ARANCELARIA DE LAS ARTESANIAS DE MADERAS ENTRE ECUADOR Y NUEVA YORK

**Find tariffs**  
Step 2/2

Tariffs applied by United States of America

Product: 44201000 - Wooden statuettes and other wood ornaments  
Partner: Ecuador  
Data source: ITC (MacMap)  
Year: 2018  
Nomenclature: HS Rev.2017  
AVE Methodology: AVE based on the World Tariff Profile (WTP)

<< New search << Modify search

Tariff regime	Applied tariff (as reported)	Applied tariff (converted)	Total ad valorem equivalent tariff
MFN duties (Applied)	3.20%	3.20%	3.20%
Preferential tariff for GSP countries	0%	0%	0%

Page size: 50 2 items in 1 pages

Preferencias arancelarias.

Fuente: Market Access Map.

## MEDIO DE TRANSPORTE

El medio de transporte será vía marítima:

**País:** Estados Unidos de América

**Estado:** New York

**Ciudad:** New York

**Puerto de Arribo:** New York

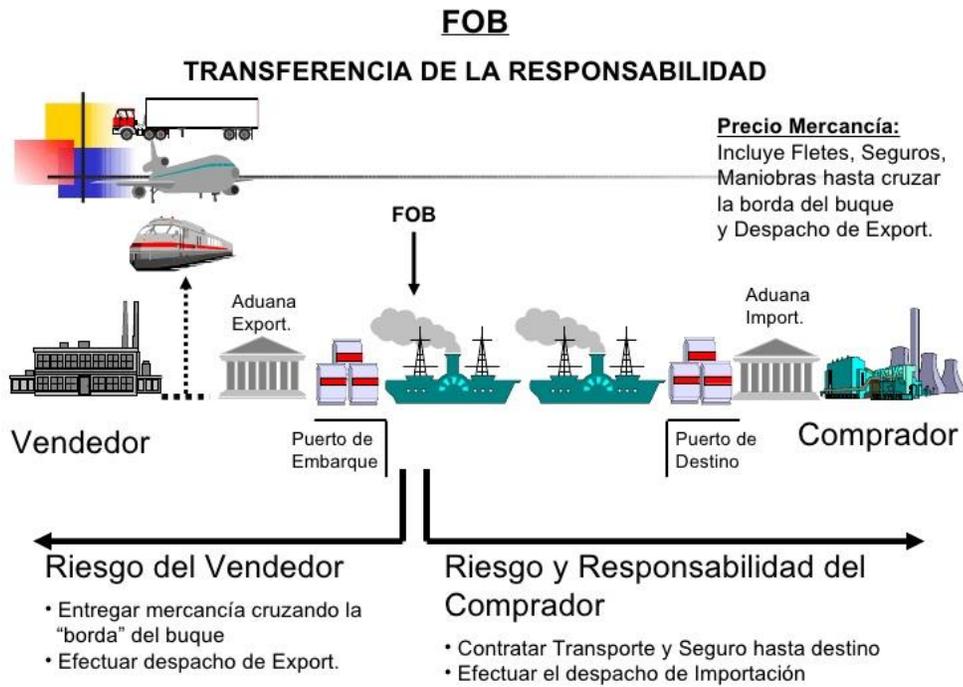
**Días de tránsito:** 24 días (de acuerdo a la línea naviera los días pueden variar)

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1</b> <b>Versión: 1</b> <b>Página 6 de 24</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

**INCOTERM**

**FOB (Libre a bordo / Free On Board):** El proveedor entregará la mercancía a bordo del buque o barco en el puerto de embarque pactado. El importador elige la naviera y cancela el flete internacional. El riesgo se transmite cuando la mercadería se entrega a bordo del buque. Los trámites aduaneros de exportación lo realizan el proveedor.



Especificación de los riesgos y responsabilidades en el término FOB

Fuente investigación on-line

Elaborado por Santos, G (2018)

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1</b> <b>Versión: 1</b> <b>Página 7 de 24</b>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

## **FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO DE EXPORTACIÓN**

Para el presente proyecto de exportación se requiere de una inversión de \$6956.72 los mismos que se obtendrán sumando el costo total por la fabricación de las artesanías más los gastos de exportación, esta cantidad se la dividirá para los 10 miembros de la Asociación de artesanos que se dedican exclusivamente a la madera, el cual dará el monto a invertir por cada artesano de \$695.67.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 8 de 24</b>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

### PROYECCION DE COSTOS LOGÍSTICOS DEL PRIMER EMBARQUE

PRIMER EMBARQUE	
<b>COSTOS LOGÍSTICOS</b>	
Mano de obra empaque para el empaque	100,00
Caja de cartón grande + impresión X 24 \$0.80 C/U	19,20
Cajas pequeñas + impresión X 768 \$0.40 C/U	307,40
Funda para el empaque (Superlon Mipes 80 recortes) X 10 2.21 (más IVA) C/U	24,80
Funda para el embalaje (rollo de 50 cm de ancho plástico stretch) X2 13.98 más IVA C/U	31,32
Pallets + sanitizado X 2 \$15.00 C/U	30,00
DAE Y AISV	100,00
Manipulación de los pallets en el puerto X 2 \$15.00 C/U	30,00
Transporte interno	100,00
Inspección o aforo	70,00
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>812,72</b>

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 9 de 24</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

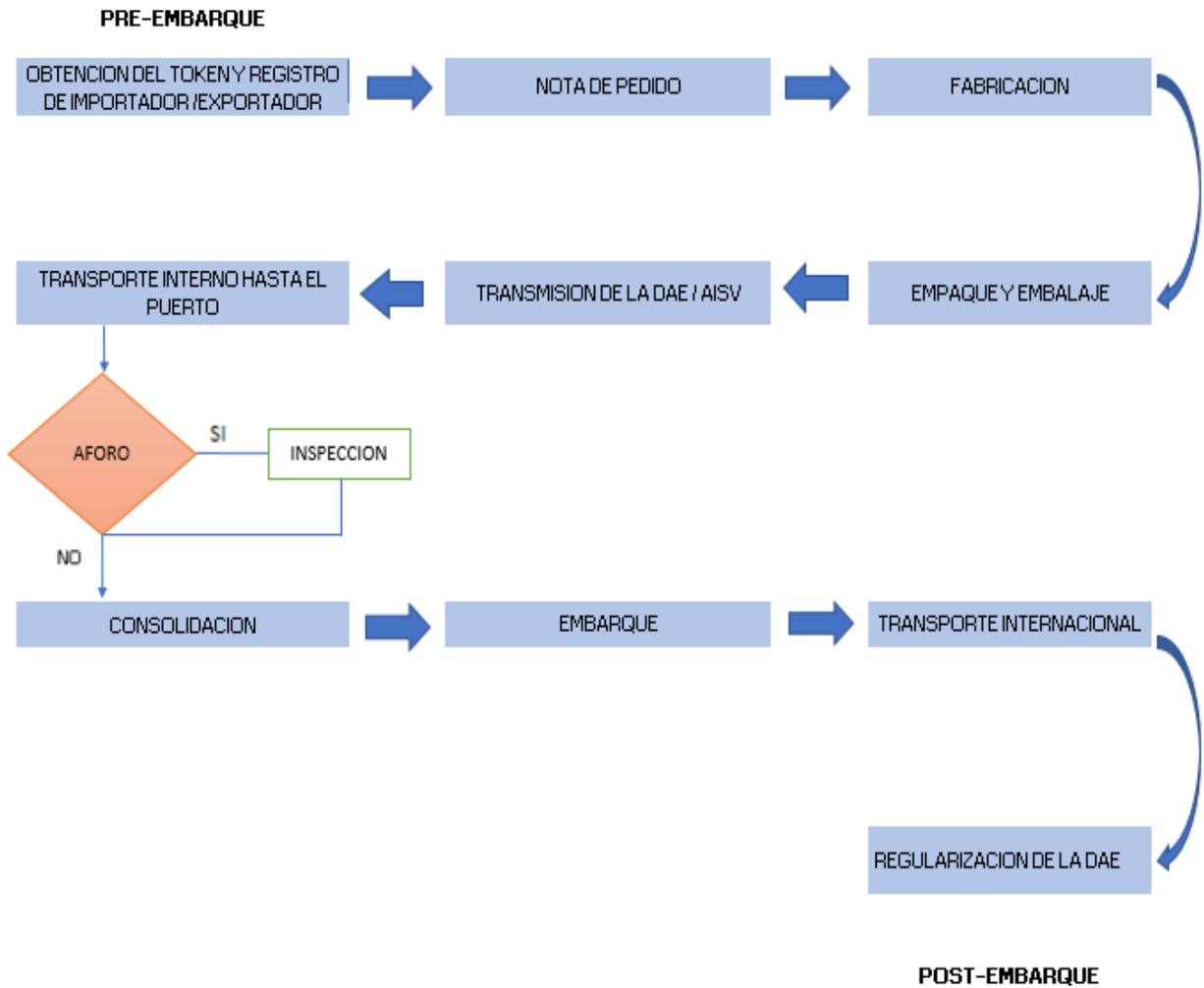
	768 UNIDADE	
VALOR UNITARIO DE CADA ARTESANIA	8,00 S	6144,00
COSTOS TOTALES DE EXPORTACION		812,72
COSTO DE EXPORTACION DIVIDIDO PARA CADA ARTESANIA		1,06
VALOR DEL PRODUCTO MAS EL COSTO DE EXPORTACION		9,06
MARGEN DE GANANCIA POR CADA PRODUCTO ES EL 50%		4,53
VALOR TOTAL DE CADA ARTESANIA MAS SU GANANCIA		13,59
<b>GANANCIA TOTAL (MARGEN DE GANANCIA UNITARIA MAS UNIDADES VENDIDAS)</b>		<b>3478,36</b>
<b>GANANCIA ANUAL</b>		<b>20870,16</b>

Elaborado por Santos, G (2018)

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1</b> <b>Versión: 1</b> <b>Página 10 de 24</b>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------

**FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE EXPORTACION DE ARTESANIAS**



**Elaborado por Ginger Santos N.**

**Flujograma del proceso de exportación de las artesanías**

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 11 de 24</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

## **OBTENCION DEL TOKEN Y REGISTRO DE IMPORTADOR/EXPORTADOR**

Toda persona ecuatoriana o extranjero que reside en el país ya sea como persona natural o jurídica tiene derecho a acceder al registro de importador/exportador. El cual se puede conseguir con los siguientes pasos que se detallaran a continuación:

- 1) Primeramente, se debe de tener RUC (Registro Único del Contribuyente) emitido y legalmente autorizado por el SRI (Servicio de Rentas Internas) en donde detalle la actividad económica que ejerce.
- 2) Solicitar el TOKEN o firma digital al Registro Civil mediante la página [www.eci.bce.ec](http://www.eci.bce.ec) el cual le solicitará una serie de documentos para emitir el mismo, una vez aprobada la solicitud el cliente se deberá de acercar al registro civil y cancelar el valor de \$49.00 más IVA, notar que junto con el TOKEN le darán la clave del mismo indispensable para el registro ante la aduana.
- 3) Cuando cuente con el TOKEN (parecido a un pen drive) físicamente debe de realizar el registro de IMP/EXP mediante la página del [ecuapass](http://ecuapass) el cual le proporcionara usuario y contraseña de [ecuapass](http://ecuapass) el mismo que se utilizara para revisar notificaciones de aduana, vinculación del agente de aduana, regularización de exportaciones, etc.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 12 de 24</b>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

Para el proceso de exportación se debe de tomar en cuentas 2 grandes etapas primordiales la del pre-embarque y la del post-embarque.

## **ETAPAS DEL PRE-EMBARQUE**

### **NOTA DE PEDIDO**

El proceso de exportación inicia con la nota de pedido el cual determina todas las exigencias tanto del importador como del exportador, fechas de entrega en el país de destino, cantidades requeridas, etc. La nota de pedido es un documento que se emite antes de la factura comercial la misma que es válida e indica todo lo que contendrá la factura que será emitida y legalizada por el SRI.

Podemos también confirmar que la nota de pedido no es un documento legal, pero es de gran valor para poder emitir la factura comercial ya que nos permiten realizar todas las correcciones antes de preparar la mercadería para la exportación.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 13 de 24</b>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

## **FABRICACION**

Luego que la nota de pedido es definitiva se procede a la fabricación manual de las artesanías solicitadas, este proceso suele ser un tanto demorado porque todo es elaborado con las manos, es decir, sin la utilización de maquinarias. La duración en la fabricación dependerá de la cantidad solicitada y la fecha de embarque de las artesanías quedará a la estimación de la culminación de la labor por parte de los artesanos.

El proceso de fabricación es el punto más crítico de todo el proceso ya que de no cumplirse con todo lo requerido y pactado con el importador puede ser causal de una mala producción y por ende la perdida de la credibilidad con el cliente para futuras compras. Cabe recalcar que toda la fabricación deberán ser modelos exactos en cuanto a medidas ya que no puede haber diferencia de tamaño al menos que el pedido lo indique, pero si se venden con un tamaño estándar el mismo debe de ser exacto para todas las artesanías.

## **EMPAQUE Y EMBALAJE**

Al término de la finalización de la fabricación las artesanías pasan por el proceso de empaque el mismo que consiste en:

- Envolver las artesanías con un plástico llamado Superlon Mipes para preservarla de cualquier golpe.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1</b> <b>Versión: 1</b> <b>Página 14 de 24</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------

- Cada unidad artesanías se la empaquetara en una sola caja unitaria.
- Cada caja de artesanía estará en una caja matriz, la misma que dará cavidad 32 cajas de artesanías.

Las etiquetas de cada caja de artesanía contendrán lo siguiente de acuerdo a las normas ISO 780 y 7000:

- ✚ Nombre del producto
- ✚ Unidades que contiene cada cajita
- ✚ Datos del Exportador
- ✚ Ciudad y país de origen
- ✚ Símbolos que indiquen la correcta manipulación de la carga

Cabe recalcar que la información de las etiquetas estará tanto en español como en inglés.

El proceso de embalaje se lo realizara con pallets de la siguiente manera:

- Cada pallet contendrá 12 cajas las mismas que se las ubicará en filas de cuatro cajas y hasta 3 niveles, es decir, serian 12 cajas por pallet.
- Los pallets serán recubiertos o embalados por plástico para cubrirlo de las inclemencias del ambiente.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 15 de 24</b>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

**MERCADO: ETIQUETAS DE APROBACIÓN INTERNACIONAL**

❖ **Marcas informativas**

- Proteger de la humedad
- Proteger del calor



❖ **Marcas de manipulación**

- Límite de embalaje a apilar
- No rodar
- De este lado hacia arriba

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 16 de 24</b>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------



#### TRANSMISION DE LA DAE

El sistema de ecuapass exige la vinculación del agente de aduanas para autorizarlo como el agente afianzado quien será responsable de la veracidad de la documentación y del correcto manejo de los trámites aduaneros. La vinculación en el ecuapass se lo realiza de la siguiente manera: en la opción TRAMITES OPERATIVOS>1.1.2>Adm. de Relación OCE y Agente de Aduanas.

La transmisión electrónica de la DAE (Declaración Aduanera de Exportación) a el sistema de Ecuapass, el mismo que debe de ser enviado con la factura comercial o en su caso una factura proforma momentánea y sus documentos de embarque. Se debe de tomar en consideración que este proceso no se puede tomar como si fuera una simple prueba de embarque, ya que al momento de que la aduana reciba el envío electrónico se crea un vínculo legal entre la SENAE y el exportador.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 17 de 24</b>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

Los documentos necesarios para este proceso son los siguientes:

- Factura comercial legalizada por el SRI
- Lista de empaque
- Certificado de origen (previa a ello se debe de obtener la Declaración Juramentada de Origen el mismo que debe de ser autorizado por el MIPRO)

A continuación, print del documento electrónico de la DAE (VER MAS IMÁGENES EN ANEXO 5)

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE  
MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE  
ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE  
NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.**

**Revisión: 1**  
**Versión: 1**  
**Página 18 de 24**

<b>Trámites Operativos</b>	<b>Servicios Informativos</b>	<b>Soporte al Cliente</b>
----------------------------	-------------------------------	---------------------------

Trámites Operativos > 1.1.1 Documentos Electrónicos > Declaración de Exportación

### Declaración de Exportación

---

**INFORMACION GENERAL**

* A05.Código del declarante	01904213	* A01.Código del distrito	--Selección--
* A03.Código de Régimen	--Selección--	* A04.Tipo de despacho	--Selección--

**INFORMACION DE EXPORTADOR**

* B04.Código de tipo de identificación del exportador	[001] RUC	* B01.Nombre del exportador	
B02.Dirección del exportador		B03.Teléfono del exportador	
* B06.Ciudad de residencia del exportador		* B07.CIUI	--Selección--

**INFORMACION DEL DECLARANTE**

* B08.Código de tipo de identificación del declarante	[001] RUC	0904808789001	* B10.Nombre del declarante	SERRANO MOSQUERA NANCY DEL ROSARIO
B11.Dirección del declarante	CDLA LOS ESTEROS MZ 43 VILLA 52			

**COMUN** | **Item** | **DOCUMENTOS**

B19.Nombre del consignatario		B20.Dirección del consignatario	
* B25.Código de país de destino final	--Selección--	* B21.Ciudad del consignatario	
* B12.Valor FOB USD	\$ 0	* B13.Código de forma de pago de la transacción comercial	--Selección--
* B14.Código de unidad de moneda de transacción	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE	B18.Fecha de emisión de la carta de crédito	19/04/2018
* C01.Código de moneda	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE	* C02.Tipo de cambio	1.00
* C03.Total Moneda transacción	\$ 0		
* B22.Tipo de carga	--Selección--	B24.Medio de transporte del lugar de partida	--Selección--
* B15.Código de puerto de embarque	--Selección--	B16.Código de puerto privado desde donde embarca	--Selección--
* B17.Código de puerto de llegada o de destino	--Selección--	* B23.Almacén de lugar de partida	--Selección--

**TOTALES**

* C04.Cantidad total de ítems			0
* C05.Peso neto total	0.000	* C06.Peso bruto total	0.00
* C07.Cantidad total de bultos	0	* C08.Cantidad de contenedores	0
* C09.Cantidad total de unidades físicas	0	* C10.Cantidad total de unidades comerciales	0
C11.Código de la mercancía de despacho urgente	--Selección--	C12.Código de solicitud de aforo	--Selección--

Guardar temporal Traer Enviar certificado

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 19 de 24</b>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

Print para la solicitud de la Declaración Juramentada de origen (VER MAS IMÁGENES EN ANEXO 6)

**DECLARACION JURADA DE ORIGEN**

**1. IDENTIFICACION DE EMPRESA**

* 1.1 R.U.C.	<input type="text"/>	* 1.2 Nombre Contacto	<input type="text"/>
* 1.3 Dirección planta de producción	<input type="text"/>	* 1.4 Correo electrónico de notificación	<input type="text"/>
* 1.5 Subpartida Arancelaria	<input type="text"/>		

**2. PRODUCTO (Diligenciar un Formulario por Cada Producto)**

* 2.1 Nombre Comercial	<input type="text"/>
* 2.2 Nombre Técnico	<input type="text"/>
* 2.3 Unidad Comercial	--Selección--

**3. UTILIZACION INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD ADUANERO**

* Zona Seleccionar	--Selección--
--------------------	---------------

**4.(\*)MATERIALES EXTRANJEROS IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL**

No	Descripción(No mbre Técnico)	Descripción de Subpartida	País de origen	País de procedencia	Unidad de Medida	Cantidad	Por Unidad Comercial del Producto	
							Valor CIF \$	Valor Planta \$

 Descargar Excel
  Cargar
  Exportar Excel

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 20 de 24</b>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

Print de la emisión del certificado de origen (VER MAS IMÁGENES EN ENEXO 8)

Cuando los documentos son enviados a la aduana es decir mediante el ecuapass se da por hecho la aceptación de la DAE, luego de ello se debe de gestionar el AISV (Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos) el mismo que se gestiona en la página web según la bodega de la línea naviera que sirve para informar sobre la persona y vehículo autorizado para el ingreso de la carga al puerto.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 21 de 24</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

Después la mercancía es ingresada a zona primaria del distrito de Guayaquil para su respectivo embarque, de ahí es llevado al depósito temporal asignado para el respectivo registro y finalmente almacenar la mercadería hasta el día de su salida autorizada para su exportación

### **TRANSPORTE INTERNO HASTA EL PUERTO**

Luego del empaque y embalaje se coordina el transporte interno de la carga con la naviera quien es la que se encargara de la consolidación de la carga. Este servicio se encuentra dentro de los beneficios que se adquiere con la consolidadora. La único que se necesita por parte del importador es que este correctamente empaquetado y embalado para su transportación segura.

Para el ingreso de la carga al puerto se necesita el AISV el mismo que lo realiza la naviera, pero antes de esto se debe de generar la DAE.

### **TIPOS DE AFOROS**

Luego se le informara al exportador (artesano) el tipo de aforo que aduana le determino para su carga y que se realizara mediante los 3 tipos de canales para el mismo:

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 22 de 24</b>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

- ✓ **AFORO AUTOMÁTICO:** Es el proceso de darle la salida autorizada inmediatamente una vez ingresada la mercadería la zona primaria o al depósito temporal.
  
- ✓ **AFORO DOCUMENTAL:** Es cuando los datos electrónicos y la documentación digitalizada se someten a un proceso de revisión, luego de no tener ninguna observación por parte del delegado de aduana se procederá con el cierre del DAE. En el caso de que se observe el trámite serán notificado en el ecuapass mediante notificaciones electrónicas, este proceso puede demorar hasta 12 horas.
  
- ✓ **AFORO FÍSICO INTRUSIVO:** Adicionando al aforo documental se añade el proceso en el que el funcionario de aduana realizara la inspección física de la mercadería y la confirmación de toda la carga versus lo declarado en los datos electrónicos y documentos digitalizados, este proceso suele demorar de 24 a 48 horas.

## CONSOLIDACIÓN

Luego de que se concluye el aforo y la carga cuenta con salida autorizada se inicia el proceso de consolidación, el mismo que se realiza con el personal autorizado de la naviera en conjunto con un delegado de aduana. Mientras se realiza el proceso de consolidación se realiza al mismo tiempo inspección por seguridad el mismo que determina si la mercadería es peligrosa o de prohibida exportación.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 23 de 24</b>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

En el caso que salga positivo en cualquiera de los dos ámbitos la carga se la retendrá sea para el no transporte o para el debido proceso legal que se debe de aplicar. Si el proceso no es positivo solo se deberá de estar a la espera del embarque al exterior.

e autorizados por la aduana. El proceso del embarque lo monitorea funcionarios especializados del puerto y al zarpar en el puerto de New York la naviera notifica el arribo al exportador.

#### **TRANSPORTE INTERNACIONAL**

De acuerdo a lo estipulado por la línea naviera el transporte de la carga tendrá un tránsito de 24 días desde el puerto de Guayaquil - Ecuador hasta el Puerto de Nueva York- Estados Unidos. El tiempo de transito no afecta a la carga porque no es perecible solo se debe de considerar las inclemencias del medio ambiente (en base a ello están las marcas de manipulación y de información).

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

	<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>Revisión: 1 Versión: 1 Página 24 de 24</b>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

## **ETAPA POST-EMABRQUE**

En la presente etapa post-embarque la regularización de la DAE (Declaración Aduanera de la Exportación) es el resultado del cierre total del proceso de Exportación ante la SENAE mediante el registro electrónico. La DAE debe de ser regularizada dentro de los 30 días desde el día de la transmisión de la DAE. También se debe de presentar los documentos (en el caso que no se hayan presentado los originales) como lo son: factura comercial, lista de empaque, certificado de origen y copia no negociable del documento de transporte.

La regularización de la exportación se lo realiza en la página del ecuapass en la opción TRAMITES OPERATIVOS>1.1.2> REGULARIZAR EXPORTACIONES y se ubica el número de la DAE el mismo que lo facilita el agente de aduanas.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR:</b>
Ginger Santos Nevárez		
		Presidente Administrativo

## CONCLUSIONES

El plan de exportación es más que una guía es un modelo a seguir en el cual le enseña al artesano como realizar una exportación a consumo y la misma fue de mucha facilidad su entendimiento y comprensión según manifestaron los miembros de la asociación de artesanos de Guayaquil. Este modelo le enseñó al artesano los pasos a seguir para exportar sus artesanías al exterior, despejó sus dudas y miedos con todo lo que conlleva la documentación.

El mercado de Nueva York es uno de los principales países que lidera las exportaciones de productos de maderas seguido de China según el Trade Map, este mercado escogido es de gran éxito para las ventas de las artesanías de madera.

Se confirmó que las artesanías de maderas son de tanto agrado que los extranjeros buscan obtenerlas sean para ellas mismas o para sus familiares como muestra de sus viajes y de las culturas de otros países. Al cambio nuestros compatriotas que residen en Nueva York gustan de estas artesanías porque les hace recordar sus orígenes y provocar mucha nostalgia. En lo económico causa tanta admiración de ver como en algo tan sencillo y económico tiene mercado en uno de los países que para el hoy en día es una de las grandes potencias mundiales y es por ello que la presente tesis tuvo gran aceptación por parte de los artesanos.

Un punto muy importante y fuerte del cual gozan los comerciantes con miras a las ventas internacionales es que en los últimos gobiernos han puesto como uno de los puntos principales para mejorar la matriz productiva es promover la exportación ecuatoriana. Han creado centro de ayudas financieras, charlas para motivadoras, capacitaciones, etc. para aquellos que deseen dar a conocer sus productos en el exterior ya sea de poco a poco o a grandes escalas.

Con las entrevistas realizadas, una de ellas a la presidenta de la Asociación la Sra. Jacinta Chancay Muñiz se reconfirmó la necesidad que la asociación requiere, ese impulso que los artesanos necesitan, quien los pueda guiar. Comentó también como los artesanos venden sus

productos a terceras personas y esas terceras personas se convierten en los exportadores finales frente a otros países quedando los artesanos con las ganancias solo de la venta local.

En las encuestas se constató que los importadores estadounidenses proporcionan gran confiabilidad para acaparar la exportación de las artesanías en el mercado de Estados Unidos, se evidencio su gran acogida, como aprecian por encima de los productos chinos y aunque siendo relativamente más barato no se le compara con la dedicación de la mano de obra ecuatoriana. Afirman también que prefieren pagar un poco más por mayor calidad, si bien es cierto los productos chinos son muy novedosos, económicos, roban mercado momentáneamente, pero la calidad que entre dicho.

Se obtuvo gran disposición de los artesanos del mercado artesanal de Guayaquil en aceptar la innovación de la tecnología y demás funciones del mundo actual como lo es la exportación de sus productos gracias al presente plan de exportación.

Finalmente, se pudo evidenciar que la exportación de artesanías de madera es un mercado que aún no ha sido explotado en Ecuador y del cual los pioneros serán muy beneficiados.

## RECOMENDACIONES

- El presente plan de exportación es innovador e implemento un nuevo producto al mercado, por ser un producto nuevo no tiene competencia.
- Las artesanías que se exportan gozan del SGP sistema generalizado de preferencias de los estados unidos permitiendo que no pague arancel para la nacionalización siempre y cuando presente el certificado de origen.
- Este plan muestra de una manera clara y muy sencilla como realizar la exportación de las artesanías, dando a mencionar varios mercados potenciales.
- Se recomienda siempre acompañar las exportaciones del certificado de origen para la liberación del arancel.
- Este proyecto ayuda a ver una opción más allá, salir del área de confort y arriesgarse a lo innovador.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cegarra, E. (2017). *Peru.com*. Obtenido de Peru.com: <https://peru.com/actualidad/economia-y-finanzas/peru-artesanos-exportaron-62-paises-us-436-millones-2017-noticia-553918>
- Del Rio Diana. (2013). *Glosario de Metodología de la Investigaciob Social*. Madrid: Diccionario.
- Fundación Wikimedia, Inc. (Junio de 2017). *WIKIPEDIA*. Recuperado el Martes de Junio de 2017, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Artesan%C3%ADa>
- Gardey, J. P. (2017). *DEFICIÓN.DE*. Recuperado el Martes de Junio de 2017, de <http://definicion.de/comercializacion/>
- GlobalExportise. (16 de Noviembre de 2016). *Exporta con Inteligencia*. Obtenido de <file:///D:/Tesis/investigaciones/Internet/Marketing%20digital.%C2%BFUna%20opci%C3%B3n%20adecuada%20para%20promocionar%20mi%20producto%20industrial%20en%20el%20exterior%20-%20Exporta%20con%20inteligenciaExporta%20con%20inteligencia.htm>
- Hernandez. (2014). *Teorias de la Investigacion*.
- Barrezueta, I. H. (2013). *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI)*. Quito: Editora Nacional.
- Bernal, C. (2013). *Tipos de Investigacion*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2016). *Metodología de la Investigación*. Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Jamie Doucette, A. R. (18 de Junio de 2016). *ScienceDirect*. Obtenido de [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
- MI Municipalidad de Guayaquil. (2016). *Emprendimiento Digital*. Guayaquil: Castellana.
- OECD. (2016). *OECD*. Obtenido de OECD.

P Alberich, A. R. (2015). *Comunicacion audiovisual digital. Nuevos usos, nuevas formas*.  
Barcelona: UOC.

Peru, P. (2014). *Guia de Mercado Francia Industria de la Moda y Decoración*. Lima: Servicios  
al Exportador. Obtenido de [www.banque-france.fr](http://www.banque-france.fr)

prensa, L. (12 de Diciembre de 2017). Exportación de artesanías crece 23% en Nicaragua.  
*Exportación de artesanías crece 23% en Nicaragua*.

PROCOLOMBIA EXPORTACIONES TURISMO INVERSION MARCA PAIS. (2018).

*PROCOLOMBIA*. Obtenido de

[file:///D:/invertigacion%20mayo/Alemania,%20mercado%20con%20potencial%20para%20las%20artesan%C3%ADas%20colo%20\\_%20PROCOLOMBIA.html](file:///D:/invertigacion%20mayo/Alemania,%20mercado%20con%20potencial%20para%20las%20artesan%C3%ADas%20colo%20_%20PROCOLOMBIA.html)

Scharrenberg, J. (02 de mayo de 2013). *Josh Scharrenberg*. Obtenido de ¿Qué son los medios  
sociales?: <http://scharrenberg.net/2011/05/socialmedia-redessociales/>

Suarez, A. M. (2014). Investigacion. En A. M. Suarez, *Investigación* (págs. 20-26). Guayaquil:  
Anonimo.

Suarez, M. (2013). *Monografias*. Obtenido de

<file:///D:/Tesis/investigaciones/Internet/Cálculo%20del%20tamaño%20de%20la%20mu%20estra%20-%20Monografias.com.html>

Telegrafo, E. (Agosto de 2018). El colorido de tres regiones brilla en el mercado artesanal. *El  
colorido de tres regiones brilla en el mercado artesanal*, pág. [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec).

VILLAGOMEZ, J. A. (2014). *EL ABC DEL COMERCIO EXTERIOR EN 12 CLASES: UN  
MANUEL PARA AUTODIDACTAS CON UN ENFOQUE FISCAL*. IMCP  
(INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PUBLICOS).

**ANEXO 1**

**CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN  
DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS  
UNIDOS.**

**MARQUE CON UNA X SU RESPUESTA.**

**PREGUNTA 1**

¿HA EXPORTADO ALGUNA VEZ?

SI

NO

**PREGUNTA 2**

¿CONOCE USTED EL PROCESO DE EXPORTACION DE LAS ARTEANIAS?

SI

NO

**PREGUNTA 3**

¿CREE USTED QUE LA EXPORTACION DE ARTESANIAS TIENE MUCHAS  
POSIBILIDADES DE ACAPAR MERCADO EN EL EXTERIOR?

SI

NO

**PREGUNTA 4**

¿OPINA USTED QUE EXPORTAR AL EXTERIOR SERA UN GRAN CAMBIO EN LA ECONOMIA DE LOS ARTESANOS?

SI  NO

**PREGUNTA 5**

¿ESTARIA USTED DISPUESTO A EXPORTAR SUS ARTESANIAS HACIA EL MERCADO DE NUEVA YORK?

SI  NO

**PREGUNTA 6**

¿USTED SABE COMO EXPORTAR SUS ARTESANÍAS A NUEVA YORK?

SI  NO

**PREGUNTA 7**

¿CREE USTED QUE SUS ARTESANÍAS CUMPLEN CON LAS EXIGENCIAS QUE SE REQUIEREN PARA EL MERCADO DE NUEVA YORK?

SI  NO

**PREGUNTA 8**

¿OPINA USTED QUE CON UN PLAN DE EXPORTACION SERA LA HERRAMIENTA QUE AYUDE A LOS ARTESANOS PARA EXPORTAR A NUEVA YORK?

SI  NO

**PREGUNTA 9**

¿EXPORTARIA USTED DISPUESTO A EXPLORAR NUEVOS MERCADOS DIFERENTES AL DE NUEVA YORK?

**SI**

**NO**

## ANEXO 2

### CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA

#### PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS.

MARQUE CON UNA X SU RESPUESTA.

##### PREGUNTA 1

¿USTED CONOCE LAS ARTESANIAS ECUATORIANAS?

SI

NO

##### PREGUNTA 2

¿OPINA USTED QUE LA CALIDAD DE LAS ARTESANIAS ECUATORIANAS, CUMPLE  
CON LAS EXIGENCIA DEL MERCADO?

SI

NO

##### PREGUNTA 3

¿CREE USTED QUE ALGUNAS COMERCIALIZADORAS ESTADOUNIDENSE SE  
INTERESEN EN LOS PROCUTOS ECUATORIANO?

SI

NO

**PREGUNTA 4**

¿ESTARIA USTED ACUERDO QUE LAS ARTESANIAS DE MADERAS DEBEN DE COMERCIALIZARSE EN OTROS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS?

SI

NO

**PREGUNTA 5**

¿CREE USTED QUE LAS ARTESANIAS QUE SE PROMOCIONAN EN LA FERIA DEL NEW YORK GIFT SHOW SON DE AGRADO PARA LOS ESTADOUNIDENSES?

SI

NO

**PREGUNTA 6**

¿OPINA USTED QUE OFERTAN DIVERSIDAD DE ARTESANIAS QUE SATISFACEN EL MERCADO DE NUEVA YORK?

SI

NO

**PREGUNTA 7**

¿CREE USTED QUE LAS ARTESANIAS DEBEN DE COMERCIALIZARSE AL POR MAYOR EN LAS FERIAS QUE REALIZAN EN NUEVA YORK?

SI

NO

**PREGUNTA 8**

¿CONOCE USTED SOBRE EL PROCESO DE ELABORACION DE LAS ARTESANIAS DE MADERA?

SI

NO

**PREGUNTA 9**

¿CREE USTED QUE SE DEBE DE MEJORAR EL TIPO DE EMPAQUE DE LAS ARTESANIAS?

SI

NO

**PREGUNTA 10**

¿OPINA USTED QUE LAS ARTESANIAS DEBERIAN DE PROMOCIONARSE CON MAYOR FRECUENCIA EN NUEVA YORK?

SI

NO

**ANEXO 3**

**QUESTIONNAIRE FOR THE SURVEY**

**EXPORT PLAN FOR WOOD HANDICRAFTS FOR THE GUAYAQUIL ARTISANS  
ASSOCIATION TOWARDS THE MARKET OF NEW YORK-UNITED STATES.**

**MARK WITH AN X YOUR ANSWER.**

**QUESTION 1**

¿DO YOU KNOW ECUADORIAN CRAFTS?

**YES**

**NO**

**QUESTION 2**

¿DO YOU THINK THAT THE QUALITY OF ECUADORIAN CRAFTS, MEETS THE  
DEMANDS OF THE MARKET?

**YES**

**NO**

**QUESTION 3**

¿DO YOU BELIEVE THAT SOME AMERICAN TRADERS INTEREST IN ECUADORIAN  
PROCEDURES?

**YES**

**NO**

**QUESTION 4**

¿WOULD YOU AGREE THAT WOOD CRAFTS MUST BE MARKETED IN OTHER  
UNITED STATES MARKETS?

**YES**

**NO**

**QUESTION 5**

¿DO YOU THINK THAT THE CRAFTS THAT ARE PROMOTED IN THE NEW YORK FAIR GIFT SHOW ARE OF GRATEFUL FOR THE AMERICANS?

YES

NO

**QUESTION 6**

¿DO YOU THINK THAT THEY OFFER DIVERSITY OF CRAFTS THAT SATISFY THE NEW YORK MARKET?

YES

NO

**QUESTION 7**

¿DO YOU BELIEVE THAT CRAFTS MUST BE MARKETED WHOLESALE AT THE FAIRS YOU PERFORM IN NEW YORK?

YES

NO

**QUESTION 8**

¿DO YOU KNOW ABOUT THE PROCESS OF ELABORATING WOOD CRAFTS?

YES

NO

**QUESTION 9**

¿DO YOU BELIEVE THAT YOU HAVE TO IMPROVE THE TYPE OF CRAFTS OF CRAFTS?

YES

NO

**QUESTION 10**

¿DO YOU THINK CRAFTS HAVE TO BE PROMOTED MORE FREQUENTLY IN NEW YORK?

**YES**

**NO**

## ANEXO 4

### LISTADO DE IMPORTADORES

Abc Home Furnishings Inc

[www.abchome.com](http://www.abchome.com)

212.473.3000

Admiral Overseas Shippin Co

[www.shipwithadmiral.com](http://www.shipwithadmiral.com)

(336) 288-1464

Baer Theodore M Inc

[www.lightdentalstudios.com](http://www.lightdentalstudios.com)

789 - 987 - 551

Tass Steel Ltd

<http://www.tasslimited.com>

+1.5167087752

Airlift (Usa) Inc

[www.airliftcompany.com](http://www.airliftcompany.com)

(517) 322-2144

Fashion Hometex Co., Ltd

[www.fashionhometex.com](http://www.fashionhometex.com)

+66-80-045-0891

Gramercy Jewelry Manufacturing

[info@gramercyjewelry.com](mailto:info@gramercyjewelry.com)

(212) 268-0461

Adam & Melissa Imports

[www.importgenius.com](http://www.importgenius.com)

855-573-9976

Aliser Import & Export

[www.yelp.com](http://www.yelp.com) Roya Jewels

+1 619-671-9280

Minuteman Press - Old Country Rd

[www.burnsville-mn.minutemanpress.com](http://www.burnsville-mn.minutemanpress.com)

(952) 808-0000

Allcargo Movers Inc 200 Middlesex

[www.allcargologistics.com](http://www.allcargologistics.com)

+91 22 26675800

Arlington Press - Harrison Ave  
www.theharrison-press.com  
1-513-367-4582

Artale Graphics Inc  
www.artalegraphics.com  
212-349-1233

Amron Inc Imports  
www.amronintl.com  
(877) 462-6700

Jewels Al-Italia LTD  
www.alitalia.com  
(212) 575-9487

Andalous Imports  
<http://www.hoovers.com>  
(855) 828-5377

Legend Jewelry Inc  
www.legend-jewelry.com  
(325) 653-0112

Liso Jewelry Manufacturing  
www.manta.com  
(212) 997-1197

Ski Setting Company  
www.dpsskis.com  
+1.801.413.1737

Artman Tile & Paint  
www.homeadvisor.com  
+1 212-799-4334

International Jewelry Mktng  
www.mckinsey.com  
+1 212-869-0465

Antiquarian Restorers  
<http://www.oldphoneshop.com>  
+1 212-758-1193

Grand Band Inc  
www.thegrandband.com  
(800) 624-5448

NYC Aurum Creations Co  
www.aurumcreation.com  
(212) 840-6223

Infinite Classic Inc  
www.infiniteclassic.com  
+1 212-481-0010

Haygaz Diamond Setting

[www.groupon.com](http://www.groupon.com)

(212) 840-8480

Barse & Co

[www.barsaco.com](http://www.barsaco.com)

+1 214-432-1064

M & G National Inc

[www.hmsnational.com](http://www.hmsnational.com)

1-800-870-0560

Mdviani Designs Inc

[www.businessfinder.nj.com](http://www.businessfinder.nj.com)

(201) 840-5410

Janmark Jewelry

[www.businessfinder.silive.com](http://www.businessfinder.silive.com)

+1 212-221-7625

Carol Ann Designs Inc

[www.carol-anndesign.com](http://www.carol-anndesign.com)

03 53483396

Renaissance Bijou Ltd

[www.buzzfile.com](http://www.buzzfile.com)

(212) 869-1969

Eclipse Corp

[www.eclipse-corp.com](http://www.eclipse-corp.com)

(614) 626-853

Jacques Limacher

[www.pagesjaunes.fr](http://www.pagesjaunes.fr)

+1 212-819-0132

Krainz Creations Inc

[www.krainzcreations.com](http://www.krainzcreations.com)

+1 212-583-1555

Clara Studio Inc

[www.etsy.com](http://www.etsy.com)

+1 212-801- 0122

New Century Color

<http://www.centurycolor.com>

800-242-9501

Card Store & 99 Cents

[www.99only.com](http://www.99only.com)

888-582-5999

Mega Art

[www.megaart.it](http://www.megaart.it)

480-423-8770

Anju Multani Imports

[www.importgenius.com](http://www.importgenius.com)

855-374-1199

A&B Fine Jwlry - Bedford Ave

[www.bedfordjewelersma.com](http://www.bedfordjewelersma.com)

(615) 385-5301

Impact Brass

[www.sundaysongbook.com](http://www.sundaysongbook.com)

(800) 997-0500

New York Accessory Plus Inc

[www.newyork.cbslocal.com](http://www.newyork.cbslocal.com)

(212) 686-2198

Ann Gretty & Accociates Imports

[www.anngetty.com](http://www.anngetty.com)

415.345.0230

Elegant Jewelers Mfg Co Inc

[www.elegantjewelersli.com](http://www.elegantjewelersli.com)

+1 212-869-4951

Manoj Antique Screens

[www.sellingantiques.co](http://www.sellingantiques.co)

(845) 255-2747

Apex Maritime Co Inc Imports

[www.datamyne.com](http://www.datamyne.com)

909-564-9199

Apex Maritime Co (Nyc) Inc Imports

[www.apexshipping.com](http://www.apexshipping.com)

516-200-9500

Kent House Inc

[www.kenthousestudio.com](http://www.kenthousestudio.com)

917.701.7226

Art And Frame Direct Inc Imports  
www.afdhome.com  
407-857-9953.

Atlantic Paste & Glue Co Inc  
www.gemplers.com  
(718) 492-3648

Ceramica Arnon  
www.ceramicaarnon.com  
+1 212-807-0876

New Millennium Furniture Warehouse Inc  
www.shopmhf.com  
901-672-8430

Art Teak Furniture Imports  
www.artek.com  
208.869.6015.

Artistique European Doors Inc  
www.buzzfile.com  
+1 718-336-5080

Antique Conservation Inc  
www.ecrios.com  
(212) 643-0388.

Apparel Logistics Usa Inc  
www.apparellogisticsgroup.com  
1-646-438-6903

Kim Baker Design  
www.contactout.com  
+1 210-805-3324

Artistique European Doors Inc  
www.doorlist.us  
(718) 336-5080

Caulttite Corp  
www.mapquest.com  
+1 718-624-4111

James Martin Jewels LTD  
www.jamesmartinjewelers.com  
+1 212-957-8285

Arts For Art Inc

[www.jamesmartinjewelers.com](http://www.jamesmartinjewelers.com)

+1 212-957-8285.

Dagil Jewelers

[www.whereorg.com](http://www.whereorg.com)

10036-3347

Jewel Sence Inc - Broadway

[www.bizjobsusa.com](http://www.bizjobsusa.com)

(212)213-0080

American Jewelry

[www.americanjewelrycompany.com](http://www.americanjewelrycompany.com)

(661) 325 - 5023

## ANEXO 5

### PRINT COMPLETO DEL PROCESO DE LA DAE

#### PARTE 1

Trámites Operativos	Servicios Informativos	Soporte al Cliente	
Menu izquierdo <span style="float: right;">Trámites Operativos &gt; 1.1.1 Documentos Electrónicos &gt; Declaración de Exportación</span>		Mi menu <b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b> <b>6</b>	
<b>Declaración de Exportación</b>			
<b>INFORMACION GENERAL</b>			
* A05.Código del declarante	01904213	* A01.Código del distrito	--Selección--
* A03.Código de Régimen	--Selección--	* A04.Tipo de despacho	--Selección--
<b>INFORMACION DE EXPORTADOR</b>			
* B04.Código de tipo de identificación del exportador	[001] RUC	* B01.Nombre del exportador	
B02.Dirección del exportador		B03.Teléfono del exportador	
* B06.Ciudad de residencia del exportador		* B07.CIIU	--Selección--
<b>INFORMACION DEL DECLARANTE</b>			
* B08.Código de tipo de identificación del declarante	[001] RUC 0904808789001	* B10.Nombre del declarante	SERRANO MOSQUERA NANCY DEL ROSARIO
B11.Dirección del declarante	CDLA LOS ESTEROS MZ 43 VILLA 52		
<b>COMUN</b> <span style="margin-left: 20px;">Item</span> <span style="margin-left: 20px;">DOCUMENTOS</span>			
B19.Nombre del consignatario		B20.Dirección del consignatario	
* B25.Código de país de destino final	--Selección--	* B21.Ciudad del consignatario	
* B12.Valor FOB USD		* B13.Código de forma de pago de la transacción comercial	--Selección--
* B14.Código de unidad de moneda de transacción	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE	* B18.Fecha de emisión de la carta de crédito	19/04/2018
* C01.Código de moneda	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE	* C02.Tipo de cambio	1.00
* C03.Total Moneda transacción			\$ 0
* B22.Tipo de carga	--Selección--	B24.Medio de transporte del lugar de partida	--Selección--
* B15.Código de puerto de embarque	--Selección--	B16.Código de puerto privado desde donde embarca	--Selección--
* B17.Código de puerto de llegada o de destino	--Selección--	* B23.Almacén de lugar de partida	--Selección--
<b>TOTALES</b>			
* C04.Cantidad total de ítems			0
* C05.Peso neto total		* C06.Peso bruto total	0.00
* C07.Cantidad total de bultos	0	* C08.Cantidad de contenedores	0
* C09.Cantidad total de unidades físicas	0	* C10.Cantidad total de unidades comerciales	0
C11.Código de la mercancía de despacho urgente	--Selección--	C12.Código de solicitud de aforo	--Selección--

Guardar temporal
Traer
Enviar certificado

## PARTE 2 A

### INFORMACION DEL DECLARANTE

* B08.Código de tipo de identificación del declarante	[001] RUC	0904808789001	* B10.Nombre del declarante	SERRANO MOSQUERA NANCY DEL ROSARIO
B11.Dirección del declarante	CDLA LOS ESTEROS MZ 43 VILLA 52			

COMUN **Item** DOCUMENTOS

### INFORMACION DE ITEM

Resultado : 0

Muestra Exportar Excel Importar Excel

D01.Número de ítem	D02.Tipo de tratamiento	D03.Código de producto	D04.Descripción de la mercancía	D05.Código del estado de la mer

D07.Código suplementario		Código complementario	
* D15.Código subpartida		D02.Tipo de tratamiento	--Selección--
D03.Código de producto		* D04.Descripción de la mercancía	
* D05.Código del estado de la mercancía	--Selección--	* D14.Peso neto	0,000
* D11.Código de tipo de unidades físicas	--Selección--	* D10.Cantidad de unidades físicas	0
* D13.Código de unidad de venta de mercancía	--Selección--	* D12.Cantidad de unidades comerciales	0
* D08.Clase de embalaje	--Selección--	* D09.Cantidad de bulto	0
* D16.Código de país de origen	[EC] ECUADOR	* D17.Valor FOB	\$ 0
* D18.Monto de Transacción Real	\$ 0	D25.Valor FOB de vehículo	\$ 0
D21.Valor en factura de la serie	\$ 0	D22.Unidad monetaria de la factura	--Selección--
D23.Número de chasis del vehículo		D24.Número de motor	
D19.Número de factura		D20.Fecha de factura	19/04/2011
* D26.Ubicación geográfica	--Selección--		

Agregar Modificar Eliminar

### DETALLE DE DESPACHO PRECEDENTE

D01.Número de ítem	E02.Código de régimen precedente	E03.Código del distrito precedente	E04.Año de la orden precedente

## PARTE 2 B

### DETALLE DE DESPACHO PRECEDENTE

D01.Número de item	E02.Código de regimen precedente	E03.Código del distrito precedente	E04.Año de la orden precedente

* D01.Número de item	<input type="text"/>	* E02.Código de regimen precedente	--Selección--
* E03.Código del distrito precedente	<input type="text"/>	* E04.Año de la orden precedente	<input type="text"/>
* E05.Secuencial precedente	<input type="text"/>	* E06.Número de item precedente	<input type="text"/>

### OBSERVACION DE OCE - ITEM

D01.Número de item	G02.Código de observacion de oce	G03.Observaciones de oce

* D01.Número de item	<input type="text"/>	* G02.Código de observacion de oce	--Selección--
* G03.Observaciones de oce	<input type="text"/>		

## PARTE 3

[COMUN](#) [Item](#) **DOCUMENTOS**

Documento de Acompañamiento

Resultado : 0

[Muestra](#) [Exportar Excel](#) [Importar Excel](#)

No	F02.Número de ítem	F03.Tipo de documento de acompañamiento	F04.Número de documento de acompañamiento	F05.Fe

---

* F04.Número de documento de acompañamiento	<input type="text"/>	* F03.Tipo de documento de acompañamiento	--Selección--
* F07.Nombre de entidad emisora del documento de acompañamiento	<input type="text"/>	F08.País emisor de documento de acompañamiento	--Selección--
* F05.Fecha de emisión de documento de acompañamiento	19/04/2011:	* F06.Fecha de fin de vigencia de documento de acompañamiento	19/04/2011:
F02.Número de ítem	--Selección--	F09.Descripción adicional	<input type="text"/>
F10.Cantidad de carga	<input type="text" value="0"/>	F11.Unidad de medida mercancía	--Selección--
F12.Posición	<input type="text"/>		
Documento adjunto	<input type="text"/>	<a href="#">Subir archivo</a>	<a href="#">Borrar Archivo</a>

[Agregar](#) [Modificar](#) [Eliminar](#)

---

[Guardar temporal](#) [Traer](#) [Enviar certificado](#)

# ANEXO 6

## VUE



Ventanilla Única Ecuatoriana  
Autoridad del Comercio Exterior



SANCHEZWALTER Cerrar Sesión

OCE 01904213



**Elaboración de Solicitud**

Documentos de Acompañamiento

Documentos de Soporte

Endoso de Documentos Aprobados

REFORMA A REGLAMENTO D...

**Proceso de Solicitud**

Listado de Documento de Soporte

Certificados de Origen y DJO

**Soporte al Usuario**

**Repositorio** Más

**Mis Formularios Favoritos**

No.	Institución	Código de Documento	Documento

Trámites Pendientes	Actualidad de Tasas Pendientes de Pago	Listado de Certificados por Vencer
0	0	0

**Firma Electrónica (STI)**

**Consultar validez de Certificado**

**Servicios Requeridos**

**Contacto por Institución**



**1800-238262**

















## ANEXO 7

### PRINT DECLARACION JURAMENTADA DE ORIGEN

#### DECLARACION JURADA DE ORIGEN

##### 1. IDENTIFICACION DE EMPRESA

* 1.1 R.U.C.		* 1.2 Nombre Contacto	
* 1.3 Dirección planta de producción		* 1.4 Correo electrónico de notificación	
* 1.5 Subpartida Arancelaria	<input type="text"/>		

##### 2. PRODUCTO (Diligenciar un Formulario por Cada Producto)

* 2.1 Nombre Comercial	
* 2.2 Nombre Técnico	
* 2.3 Unidad Comercial	--Selección--

##### 3. UTILIZACION INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD ADUANERO

* Zona Seleccionar	--Selección--
--------------------	---------------

##### 4.(\*)MATERIALES EXTRANJEROS IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL

No	Descripción(No mbre Técnico)	Descripción de Subpartida	Pais de origen	Pais de procedencia	Unidad de Medida	Cantidad	Por Unidad Comercial del Producto	
							Valor CIF \$	Valor Planta \$

Descargar Excel
 Cargar
 Exportar Excel
 ▼

Descripción(Nombre Técnico)		
Subpartida	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Pais de origen		
Pais de procedencia		
Unidad de Medida	--Selección--	
Cantidad		0.0000
Valor CIF \$	\$ 0	Valor Planta \$ <span style="text-align: right;">\$ 0</span>
4.11 Valor total por Unidad de Producto (USD)	\$ 0	\$ 0

Ajustar
  Modificar
 Eliminar

##### 5.(\*)MATERIALES NACIONALES

No	Descripción(Nombre Técnico)	Descripción de Subpartida	Unidad de Medida	Cantidad	Por Unidad Comercial del Producto
					Valor Planta \$

Descargar Excel
 Cargar
 Exportar Excel
 ▼

**6.(\*)COSTOS Y VALOR EN FABRICA PRODUCTO TERMINADO**

* 6.1 Total Costos Materias Nacionales/U. Comercial (Valor casilla No.5.11)		\$ 0
* 6.2 Otros Costos Directos de Fabrica/U. Comercial (No incluye materias primas)		\$ 0
* 6.3 Valor en Fabrica/U. Comercial(Mayor a sumatoria casillas No.6.1+6.2+4.11)		\$ 0
* 6.4 Valor FOB de Exportacion/ U.Comercial		\$ 0

**7.(\*) PROCESO DE PRODUCCION (Completa descripcion por Etapas - máximo 2.000 caracteres)**

\* PROCESO DE PRODUCCION

**8.CARACTERISTICAS TECNICAS DEL PRODUCTO (máximo 2.000 caracteres)**

\* CARACTERISTICAS TECNICAS DEL PRODUCTO

**9.APLICACIONES DEL PRODUCTO (máximo 2.000 caracteres)**

\* APLICACIONES DEL PRODUCTO

**10. Valor agregado nacional (VAN)**

B1.ALADI Y GRUPO ANDINO	100.00%	B2.USA	0%
B3.CANADA	0%	B4.MEXICO	100.00%
B5.MERCOSUR			100.00%

**11. SELECCION DE ESQUEMA O ACUERDO PARA ORIGEN**

No	Codigo Esquema	Desc. Esquema	Normas Asociadas	Criterio	Infomacion Adicional	Partida Equivalente	Codigo de OCE

\* Esquema

\* Codigo Esquema

\* Desc. Esquema

\* Normas Asociadas

Criterio

Infomacion Adicional

Partida Equivalente

\* Codigo de OCE

**12. Representante legal**

\* Nombre del Representante Legal

\* Fecha (dd/mm/aaaa)

\* Identificacion Representante legal

\* Cargo

**(\*)INFORMACION CONFIDENCIAL**

DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE LA INFORMACION SUMINISTRADA Y CONSIGNADA PARA EL TRAMITE DE DECLARACION JURAMENTADA ES REAL Y VERAZ E IGUALMENTE SOMOS CONOCEDORES DE LAS NORMAS, ACUERDOS Y TRATADOS QUE RIGEN LAS NORMAS DE ORIGEN QUE SE APLICAN Y REGISTRAN ED ESTE PROCEDIMIENTO.

## ANEXO 8

### PRINT DE LA EMISIÓN DEL CERTIFICADO DE ORIGEN

Elaboración de Solicitud	Proceso de Solicitud	Soporte al Usuario
<b>Certificados de Origen y DJO</b>		
<b>Apoderado</b>		
Registro de Apoderado	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
<b>Comercializador</b>		
Registro de Comercializador	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Modificación de Comercializador	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
<b>DJO</b>		
Elaboración de DJO	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
<b>CO</b>		
Certificado SGP	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Certificado ALADI	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Certificado MERCOSUR	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Certificado ACE65(Acuerdo CHILE ECUADOR)	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Certificado Terceros Países	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Certificado Acuerdo de Cartagena(CAN)	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Certificado SGTP	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Certificado EUR. 1	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Envío de Cert. Origen masivos	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
Actualización / Consulta de Cert. Origen masivos	<input type="button" value="Seleccionar"/>	
<b>Estado de Trámite Integral</b>		
Estado de Trámite Integral	<input type="button" value="Seleccionar"/>	

## PARTE 1

Elaboración de Solicitud	Proceso de Solicitud	Soporte al Usuario
<b>Certificado SGP</b>		
<input type="button" value="Propietario"/> <input type="button" value="Información"/> <input type="button" value="Productos"/> <input type="button" value="Localización"/> <input type="button" value="Enviar"/>		
* Código de OCE	<input type="text" value="01904213"/>	
<b>Co propietario</b>		
:: Selección del propietario del certificado : Identifique si el certificado a generar es para usted o para uno de sus apoderados		
* RUC	<input type="text" value="--Selección--"/>	<input type="text"/>

## PARTE 2

<b>Elaboración de Solicitud</b>	<b>Proceso de Solicitud</b>	<b>Soporte al Usuario</b>	
---------------------------------	-----------------------------	---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

### Certificado SGP <

Propietario **Información** Productos Localización Enviar

#### Información de la Entidad

* Entity Entidad	--Selección--
* Oficina / Regional	--Selección--

#### Información de Certificado

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)

* Nombre del exportador de negocio		* Dirección del exportador	
* Pais exportador	ECUADOR		

2. Goods consigned a (nombre, domicilio, pais)

* Nombre del destinatario de negocios		* La dirección del consignatario	
* Pais destinatario	--Selección--		

3. Means de transporte y ruta (por lo que se conoce)

* :: Medios de transporte	* :: ruta (en la medida de que se conozca)

4. Oficial Use

--

## PARTE 3

<b>Elaboración de Solicitud</b>	<b>Proceso de Solicitud</b>	<b>Soporte al Usuario</b>
---------------------------------	-----------------------------	---------------------------

### Certificado SGP ←

Propietario
Información
Productos
Localización
Enviar

**Lista de productos**

No. de bultos	Naturaleza de los bultos	Descripción de Mercancía	Criterio de origen	Peso Bruto	Unidad	Factura	Fecha	Valor	Codigo arancel

5. Número de ítems 0

\* Tariff Code  🔍

6. Marca y numero de bultos (Ejemplo: 1054)

\* Marcas y numeros de bultos (Ejemplo: 1054) Maximo 30 caracteres \* Naturaleza de los bultos

--Selección--

\* 7. Numero y tipo de envases; descripcion de las mercancías

\* 8. Origin Criterion

\* 9. Peso bruto u otra cantidad. (Ej: 10543.00) \* Unit

0.00 --Selección--

\* 10. Número de factura \* Invoice's date

19/04/2018 📅

\* Invoice's Value (Ex: 100543.00)

Agregar
Modificar
Eliminar

## PARTE 4

**Elaboración de Solicitud**   **Proceso de Solicitud**   **Soporte al Usuario**

**Certificado SGP** <

Propietario   Información   Productos   **Localización**   Enviar

**Información Complementaria**

11.Certification  
MIPRO

\* 12.Declaration por el exportador  
PRODUCED IN ECUADOR

\* País importador. Y que cumplen con los requisitos de origen para los productos especificados en el Sistema Generalizado de Preferencias para los productos exportados a  
--Selección--

\* PROVINCIA   \* Ciudad  
--Selección--   --Selección--

\* Lugar y fecha, firma del representante autorizado  
19/04/2018

## PARTE 5

**Elaboración de Solicitud**   **Proceso de Solicitud**   **Soporte al Usuario**

**Certificado SGP** <

Propietario   Información   Productos   Localización   **Enviar**

\* Documento adjunto

	Nombre de Archivo	Identificador del Documento