



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA INGENIERIA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA: INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR:
MENCIÓN EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES**

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACION DE ARTESANIAS EN TOTORA DESDE EL GAD PARROQUIAL RURAL SAN GERARDO DEL CANTON GUANO A LA CIUDAD DE NEW YORK-ESTADOS UNIDOS PERIODO 2015-2016”

AUTORA:

GLORIA NARCIZA CUTIUPALA LOZANO

RIOBAMBA-ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACION DE ARTESANIAS EN TOTORA DESDE EL GAD PARROQUIAL RURAL SAN GERARDO DEL CANTON GUANO A LA CIUDAD DE NEW YORK-ESTADOS UNIDOS PERIODO 2015-2016” previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior: Mención en Negociaciones Internacionales, ha sido desarrollado por la Sra. GLORIA NARCIZA CUTIUPALA LOZANO, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo

DIRECTOR

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández

MIEMBRO

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, GLORIA NARCIZA CUTIUPALA LOZANO, estudiante de la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

GLORIA NARCIZA CUTIUPALA LOZANO

DEDICATORIA

Al finalizar uno de los propósitos más importantes de mi vida dedico este triunfo al ser más importante de mi vida a **DIOS** ya que ha constituido en mi luz mi guía me acompañado todos estos años de manera incondicional en los momentos buenos y malos bendiciéndome con su infinito amor, misericordia, salud y sabiduría.

Dedico también de manera especial a mi amado padre **JULIO CESAR** por su amor, paciencia por su generosidad hasta ver cristalizar mis sueños hoy convertidos ya en una gran realidad.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por su inquebrantable apoyo moral, económico a mis hijos por ser partícipes de este hermoso objetivo a mis maestros que durante toda mi etapa de estudiante supieron alimentar mi ignorancia con sus sabios conocimientos y consejos agradezco también a todas las personas que participaron de una u otra manera en el desarrollo de mi proyecto hasta llegar hasta feliz culminación mil gracia a todos.

Gloria Narciza Cutiupala Lozano

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad para la exportación de artesanías en totora desde el GAD Parroquial Rural San Gerardo surge de la necesidad de los artesanos de este sector en su afán de progreso buscan implementar estrategias comerciales para mejorar los actuales canales de distribución de sus artesanías en totora, todo esto debido a que los artesanos están preocupados en mantener su tradición cultural y lo más importante que las artesanías se den a conocer no solamente a nivel nacional sino también en el exterior en este caso puntual en el mercado de New York (Estados Unidos), mejorando de esta manera la calidad de vida y una mejor posición socioeconómica para este sector y para las familias de artesanos que están inmersos en esta actividad. Es prioritario implementar un plan de marketing para promocionar el sector como potencial turístico, cultural reactivando de esta manera el turismo no solo a nivel nacional sino a n nivel internacional.

El objetivo del proyecto es realizar un análisis completo de la factibilidad de la exportación de artesanías en totora hacia el mercado de New York mediante un estudio de mercado, estudio técnico y la evaluación financiera prioritaria que nos den las pautas necesarias para conocer si nuestro proyecto es o no viable para realizar la exportación.

A falta de una Cámara Artesanal en este sector el GAD Parroquial de San Gerardo servirá como un centro de acopio y operaciones para la organización y comercialización de las artesanías en totora mediante un departamento de comercio exterior realizara las capacitaciones necesarias a los artesanos de este sector proveyendo de servicios de logística, transporte, comunicación, consultoría legal, asistencia técnica, marketing, participación en ferias internacionales, además cumplirá con funciones operacionales creando un plan de inversión y marketing, nuevos mercados, definición de la gama de productos artesanales y ventas dentro y fuera de nuestro territorio nacional.

SUMMARY

The feasibility study for the export of handicrafts in reeds from the Rural parish GAD San Gerardo arises from the need of the craftsmen of this sector in its effort to progress looking to implement business strategies to improve current distribution channels of their handicrafts in totora, all this is because artisans are concerned in maintaining their cultural tradition and the most important handicrafts are made known not only at national level but also abroad in this case in point in New York (United States) market, thus improving the quality of life and a better socio-economic position for this sector and for the families of craftsmen who are engaged in this activity. It is a priority to implement a marketing plan to promote the sector as potential tourist, cultural reactivating this way tourism not only at national level but at an international.

The aim of the project is to conduct a comprehensive analysis of the feasibility of reed handicrafts export to the New York market by a market study , technical study and financial evaluation priority to give us the necessary guidelines to know if our project is or not feasible for export.

A lack of Crafts Chamber in this sector the Parish of San Gerardo GAD serve as a collection center for the organization and operations and marketing of handicrafts in reeds by a foreign trade department undertake the necessary training to the artisans of this sector by providing logistics services , transportation, communications , legal advice, technical assistance , marketing, participation in international fairs , also will fulfill operational functions creating an investment plan and marketing , new markets, defining the range of craft products and sales inside and outside of our national territory

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Error! Marcador no definido.	
Certificación del tribunal.....	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen ejecutivo.....	vi
Summary.....	vii
Índice de contenidos.....	viii
Índice de tablas.....	xi
Índice de gráficos.....	xii
Índice de anexos.....	xiii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.1.2. Formulación del problema.....	2
1.1.3. Delimitación del problema.....	3
1.2. JUSTIFICACION.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
1.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	5
1.4.1. Descripción de funciones.....	7
1.5. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA.....	12
1.5.1. Análisis del macro-entorno.....	12
1.5.2. Análisis del micro-entorno.....	14
1.6. ANÁLISIS FODA.....	15
1.6.1. Análisis interno.....	15
1.6.2. Análisis externo.....	16
CAPITULO II: MARCO TEORICO.....	17

2.1.	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	17
2.1.1.	Antecedentes Históricos	17
2.2.	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	17
2.2.1.	Proyecto	18
2.2.2.	Comercialización	19
2.2.3.	Promoción.....	20
2.2.4.	Proyecto de exportación	21
2.2.5.	El comercio.....	23
2.2.6.	Plan de Mercado	23
2.3.	PREAMBULO DEL ESTUDIO DE MERCADO	23
2.3.1.	Apertura comercial	23
2.3.2.	Principales socios comerciales	24
2.4.	NEW YORK.....	25
2.4.1.	Puertos y Líneas Marítimas	26
2.5.	MARCO LEGAL DEL ECUADOR PARA EXPORTAR.....	26
2.6.	ESTUDIO LEGAL	26
	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	27
3.	HIPÓTESIS	27
3.1.1.	Hipótesis general	27
3.1.2.	Hipótesis específicas.....	27
3.1.3.	Tipos de investigación	28
3.1.4.	Población y muestra.....	28
3.1.5.	Métodos, técnicas e instrumentos	29
3.2.	VARIABLES	30
3.2.1.	Variable independiente	30
3.2.2.	Análisis Cultural de Estados Unidos	33
3.2.3.	Análisis Económico de Estados Unidos.	38
	CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	44
4.1.	ESTUDIO DE MERCADO.....	44
4.2.	ANÁLISIS DEL MERCADO	44
4.2.1.	Exportaciones del ecuador.....	44
4.2.2.	Estudio de la oferta	46
4.2.3.	Estudio de la demanda.....	47

4.3.	CANAL DE DISTRIBUCIÓN	56
4.4.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	57
4.4.1.	Costos e inversiones	57
4.4.2.	Inversiones	61
4.4.3.	Estudio Financiero	63
4.4.4.	Estado de resultados	66
4.4.5.	Balance general del primer año	67
4.4.6.	Flujo de efectivo	68
4.4.7.	Evaluación del proyecto	68
4.4.8.	Top Down de Precios	75
4.5.	LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN.....	76
4.5.1.	Descripción del proceso de exportación	76
4.5.2.	Fase de pre-embarque	79
4.5.3.	Fase post-embarque	82
4.5.4.	Documentos de acompañamiento	84
4.5.4.1.	Documentos de soporte	85
4.5.4.2.	Factura comercial	87
4.5.4.3.	Lista de contenido (packing list)	88
4.5.4.4.	Documentos de transporte	88
4.5.4.5.	Pólizas de seguros.....	89
4.5.4.6.	Elementos de la obligación tributaria aduanera.....	92
4.5.5.	Reglamentación en materia de empaçado y etiquetado.....	94
4.5.5.1.	Conocimiento de embarque	94
4.5.5.2.	Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	95
4.5.5.3.	Empaque	95
4.5.5.4.	Embalaje	95
4.5.6.	INCOTERMS	96
4.5.6.1.	INCOTERM seleccionado-FOB.....	96
4.5.6.2.	Compromisos del exportador.....	97
4.5.6.3.	Compromisos del importador	98
	CONCLUSIONES	99
	RECOMENDACIONES.....	100
	BIBLIOGRAFÍA	100

ANEXOS	103
--------------	-----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales Sectores Productivos.....	14
Tabla 2: Total De Exportaciones De Ecuador P.A. 0208900000.....	43
Tabla 3: Producción De Artesanías En El Ecuador.....	44
Tabla 4: Región En La Que Viven Las Personas	46
Tabla 5: Decisión De Compra de Artesanías.....	47
Tabla 6: Frecuencia De Compra de artesanías.....	47
Tabla 7: Razones De Adquisición De Artesanías.....	49
Tabla 8: Impulso De Consumo De Artesanías.....	50
Tabla 9: Provincia De Origen De Los Ecuatorianos Residentes En New York.....	51
Tabla 10: Costos De Producción.....	55
Tabla 11: Costos De Administración.....	56
Tabla 12: Costos De Venta.....	56
Tabla 13: Costo Total.....	57
Tabla 14: Rubros.....	59
Tabla 15: Maquinaria Y Equipo.....	59
Tabla 16: Inversión Intangible.....	60
Tabla 17: Capital De Trabajo.....	60
Tabla 18: Inversión Total.....	62
Tabla 19: Ingresos.....	63
Tabla 20: Costos Fijos Y Variables.....	64
Tabla 21: Estado De Resultados.....	67
Tabla 21: Balance General.....	69
Tabla 22: Flujo Neto Del Efectivo.....	71
Tabla 23: Valor Actual Neto (Positivo).....	74
Tabla 24: Valor Actual Neto (Negativo).....	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ubicación Geográfica.....	23
Gráfico 2: Total De Exportaciones Por Año.....	43
Gráfico 3: Región En La Que Viven Las Personas	46
Gráfico 4: Decisión De Compra de Artesanías.....	46
Gráfico 5: Frecuencia De Consumo De Artesanías.....	47
Gráfico 6: Razones De Adquisición De Artesanías.....	49
Gráfico 7: Impulso De Consumo De Artesanías.....	50
Gráfico 8: Canal De Distribución Del Producto.....	50
Gráfico 9: Punto de Equilibrio.....	82
Gráfico 10: Proceso De Exportación.....	83
Gráfico 11: Embalaje.....	84
Gráfico 12: Incoterms.....	88
Gráfico 13: FOB (Free on Board).....	89

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Evolución de las exportaciones de Ecuador.....	109
Anexo 2: Bill of Lading.....	112
Anexo 3: Declaración Aduanera Única.....	113
Anexo 4: Commercial Invoice.....	114
Anexo 5: Certificado de Origen.....	115
Anexo 6: Encuesta para determinar preferencia de mercado.....	116

INTRODUCCIÓN

Ecuador requiere cada vez más esfuerzos para generar mayor desarrollo económico por lo que es necesario fomentar actividades productivas que generen empleos y por ende una mejor calidad de vida en la población.

Según el MIPRO, en la actualidad, a nivel mundial se ha incrementado la demanda de nuevos productos artesanales ya que el 69,3 % del aparato productivo está constituido por pequeñas unidades artesanales las mismas que han generado oportunidades de trabajo y crecimiento económico para cada una de las familias que constituyen las mismas y para el entorno que las rodea, el presente proyecto de factibilidad de exportación tiene por objetivo mostrar la viabilidad de la exportación de artesanías en totora al mercado de New York - EEUU, dado que el GAD Parroquial Rural San Gerardo, ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Guano, solo satisface la demanda local y tiene mucho interés en expandir estos productos artesanales a mercados internacionales aprovechando las ventajas comparativas que el Ecuador tiene en la producción de la materia prima así como en la elaboración de las diferentes artesanías no solo de totora respecto a otros países por sus condiciones climáticas, las diferentes técnicas de elaboración y sobre todo el bajo costo de estos productos ayudaran a que lleguen y sean cotizados en el mercado internacional.

Este proyecto de factibilidad para la exportación de artesanías en totora al mercado internacional se realizara empleando conocimientos de análisis proyección de mercado, estudio de ingeniería y tecnología, localización y tamaño del proyecto, análisis financiero y evaluación del proyecto ya que mediante esta se pretende aportar al desarrollo del sector artesanal en la parroquia San Gerardo del Cantón Guano mediante el apoyo del GAD Parroquial San Gerardo que promueva, viabilice, gestione la exportación de artesanías en totora hacia el mercado de New York (Estado Unidos).

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.1.1. Planteamiento del problema

En el Ecuador las exportaciones petroleras han sido el principal rubro de ingreso para la economía de nuestro país, pero en los últimos años 2013, 2014 y precisamente en el 2015 va decreciendo debido a la caída del precio en el barril de petróleo, las exportaciones no petroleras que por años han sido deficitarias tienen que impulsar ahora su salida al mercado internacional para que a través de exportaciones de nuevos productos en el exterior generen un superávit para nuestra balanza comercial .

El GAD Parroquial Rural San Gerardo a falta de una Cámara Artesanal en este sector que fomente y agrupe a todos los artesanos, en la actualidad ha venido impulsado proyectos de desarrollo para la producción, diversificación y comercialización de las artesanías en totora en el mercado nacional.

El sector artesanal buscando mejorar la calidad de vida para cada una de sus familias busca ofertar sus artesanías ya en el mercado internacional en este caso en New York (Estados Unidos) donde se puede ofertar a precios más altas dejando una rentabilidad económica significativa por el valor de cada uno de estos productos ya que al ser elaborados de manera artesanal gracias a la creatividad, laboriosidad coloridos diseños y formas reflejan la riqueza de nuestra cultura, cualidades que hacen muy atractivos para los mercados en el exterior.

Las artesanías están destinadas al uso cotidiano pero también pueden utilizarse como artículos decorativos para los hogares, oficinas y negocios debidos a su singular belleza y sobre todo a ser auténticos y de bajos costos variando únicamente en el costo de una u otra artesanía de acuerdo a su complejidad en la elaboración.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye un proyecto de exportación de artesanías en totoras hacia el mercado de New York EEUU, en los niveles de ingresos del GAD Parroquial Rural San Gerardo?

1.1.3. Delimitación del problema

El problema está delimitado al proyecto de factibilidad para exportación de artesanías en totora al mercado de New York-EEUU para el GAD Parroquial Rural San Gerardo, ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Guano para el año 2015-2016.

1.2. JUSTIFICACION

En el Ecuador el sector artesanal ha sido muy poco explotado ya que tradicionalmente nos hemos dedicado solo a proveer materia prima para que los países industrializados fabriquen productos con valor agregado a un costo mucho más alto beneficiándose del excedente generado por dicho valor, por esta razón y debido a que el precio del petróleo ha decaído en los últimos tiempo se ha visto la necesidad de explotar el sector artesanal de nuestro país rico en materia prima debido a nuestra ubicación geográfica y nuestra variada biodiversidad en cuanto no solo a materia prima sino también a la variedad de fauna y flora que posee nuestro país.

Por esta razón este proyecto de factibilidad de exportación de artesanías en totora ayudara significativamente al sector artesanal de la provincia de Chimborazo no solo dando a conocer las diferentes artesanías a nivel nacional sino también a nivel internacional y precisamente en el mercado Estadounidense donde las artesanías son muy apreciados por los consumidores.

Desde un punto de vista técnico, la propuesta nos ayuda a conocer los procesos de exportación de artesanías en totoras desde nuestro país hacia el exterior tomando en cuenta todas las políticas que impone el país destino, y rigen para el tipo de producto que se desea poner en el mercado internacional.

Desde el punto de vista práctico, se pretende mejorar los ingresos económicos y la calidad de vida de todos los artesanos y sus familias.

1.3. OBJETIVOS

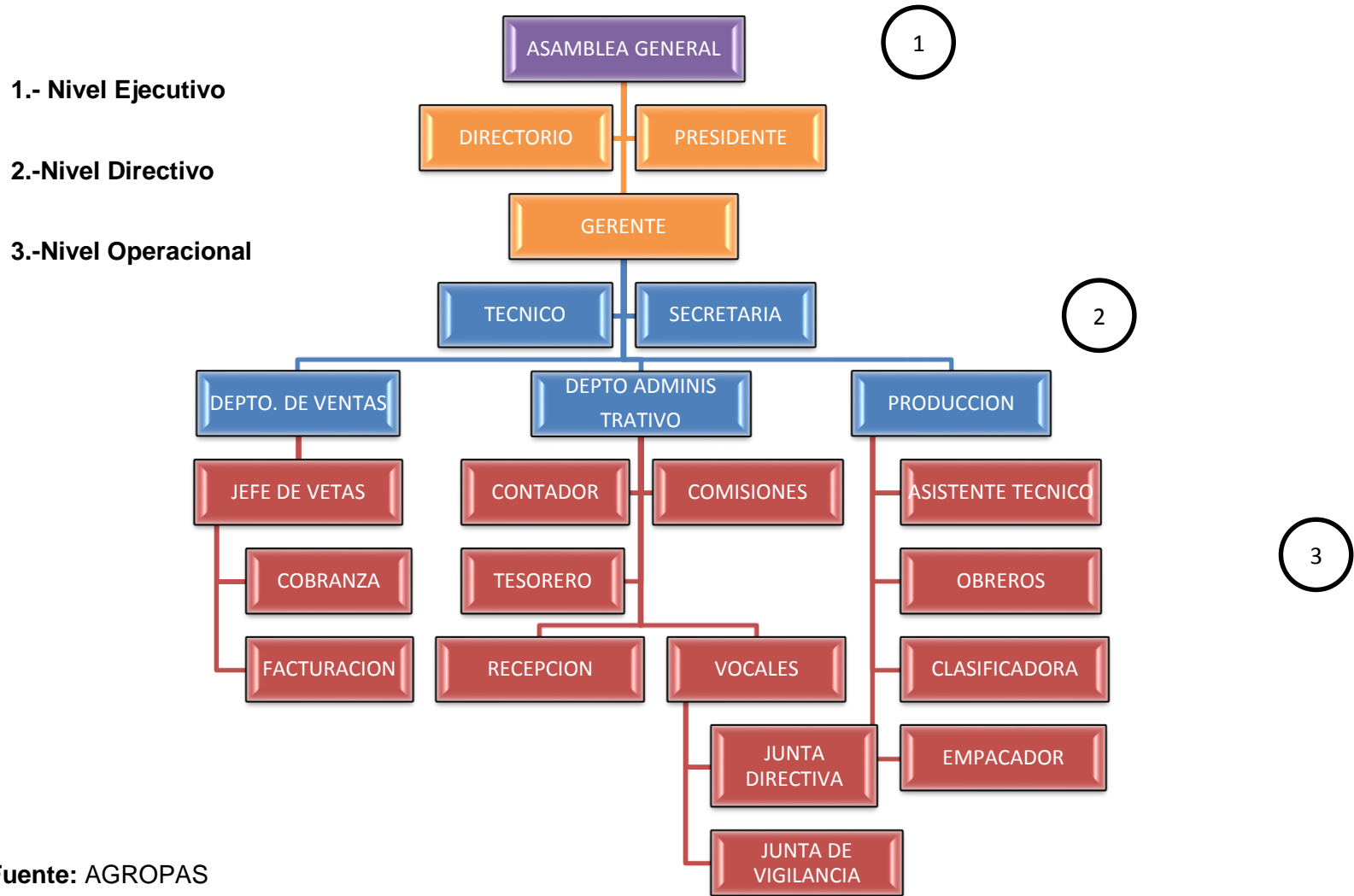
1.3.1. Objetivo general

Desarrollar el proyecto de factibilidad para la exportación de artesanías en totora desde el GAD Parroquial Rural San Gerardo del cantón Guano a la ciudad de New York Estados Unidos, periodo 2015-2016.

1.3.2. Objetivos específicos

- ✓ Diagnosticar la situación actual del GAD Parroquial de San Gerardo en la producción de artesanías.
- ✓ Verificar la factibilidad de demanda del mercado meta y la capacidad exportadora de GAD Parroquial de San Gerardo.
- ✓ Elaborar un plan de exportación de artesanías en totora hacia el mercado de New York.

1.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Fuente: AGROPAS

Elaborado por: La Autora

Art. 5.- La estructura orgánica de la empresa estará acorde con los objetivos y funciones que le pertenecen, para lo cual, contara con los siguientes niveles jerárquicos:

Directivo, Ejecutivo, Asesor y Operativo.

Art. 6.- El nivel Directivo lo ejercerá el Directorio, como máxima autoridad de la empresa; le corresponde fiscalizar, dictar políticas, fijar los objetivos , metas expedir reglamentos internos, generales y específicos de la empresa y, a solicitar al Concejo Municipal la expedición de ordenanzas que considere necesarias o la reforma de las vigentes.

Art. 7.- El nivel Ejecutivo lo ejerce el Gerente General que es la autoridad que orienta y ejecuta las políticas y directrices del Nivel Directivo; representa a la empresa en todas las actuaciones de carácter oficial, judicial o extrajudicial de acuerdo con lo establecido en la presente ordenanza y más leyes, estatutos y reglamentos vigentes.

Art. 8.- El nivel Asesor, constituye el órgano consultivo y de apoyo para las decisiones de la empresa. Su función se ejecuta por medio del nivel Ejecutivo. Estará integrada por las unidades administrativas que la empresa considere necesarias.

Art. 9.- El nivel operativo es aquel que cumple directamente con los objetivos y finalidades de la empresa. Ejecuta los planes, programas, proyectos y políticas de trabajo, impartidos por el Nivel Ejecutivo.

Art. 10.- EL DIRECTORIO. Estará compuesto por los siguientes miembros:

1. El/La Alcalde/esa o su delegado/a quien lo presidirá.
2. El/La Concejal/a Presidente/a de la Comisión de Servicios Económicos.
3. Sustitúyase “Jefe de la AD-LCH” inclúyase “El/La Director/a de Planificación.”
4. El/la Procurador Síndico.

El Directorio elegirá dentro de sus miembros titulares, al Vicepresidente/a. Actuará como Secretario/a del Directorio, el/la Gerente General o a su vez un funcionario/a designado por este.

Art. 11.- Cada miembro del Directorio, deberá tener su respectivo suplente, quienes se principalizarán a falta del titular.

Art. 12.- Los miembros del directorio durarán en sus funciones durante el tiempo para el cual fueron elegidos

Art. 13.- DE LAS SESIONES,- Las sesiones del Directorio serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se realizaran una vez cada mes y las extraordinarias cuando las convoque el presidente o a petición por escrito y firmada por la mitad más uno de los miembros.

Art. 14.- QUÓRUM Y VOTACIONES.- El quórum lo constituirá la mitad más uno de los miembros y las resoluciones se tomaran por mayoría de votos. El Presidente del Directorio tendrá voto, y será directamente en caso de empate.

Las votaciones serán nominales, no pudiendo sus miembros abstenerse de votar

Para la revisión de una decisión se requiere de las dos terceras partes de sus miembros.

1.4.1. Descripción de funciones

Asamblea General.

La asamblea general de asociados es el órgano supremo de la asociación y está constituida por los asociados activos que cumplen con sus deberes (asociados hábiles). Tienen derecho a un voto sólo los asociados hábiles.

Atribuciones De La Asamblea General

- a) Aprobar o desaprobar el presupuesto, la gestión administrativa y los estados financieros.
- b) Elegir o renovar los cargos del consejo directivo.
- c) Resolver los recursos de apelación cuando el consejo directivo hubiere excluido a un asociado.
- d) Intervenir cuando lo requiera la ley o en cualquier caso necesario a los intereses de la asociación.
- e) Evaluar las actividades del año.
- f) Disponer auditorias financieras y administrativas
- g) Fiscalizar la administración de los bienes y ventas de la asociación.

h) Tratar cualquier otro asunto de la asociación que no sea competencia de la asamblea general de asociados extraordinaria.

Directorio.

La Administración y dirección de la organización jurídica estará a cargo de un directorio integrado por un Presidente, un Vicepresidente, Tesorero, Secretario, así como de tres Vocales principales y tres suplentes designados por la asamblea general.

La representación legal de la organización jurídica la ejerce el Presidente en la forma y con las limitaciones previstas en el estatuto. A falta, ausencia o incapacidad temporal del Presidente, el Vicepresidente lo subrogará con todos sus deberes y obligaciones.

Funciones del Directorio.

- Organizar la administración de la Asociación;
- Elaborar el plan de trabajo y el presupuesto anual, para ser puesto a consideración de la asamblea para su estudio, aprobación y remitirlo al ministerio respectivo;
- Estudiar y proponer la reforma de estatutos y reglamentos internos para su aprobación en asamblea general;
- Nombrar las comisiones que se requieran para el desarrollo de las actividades gremiales, productivas y de comercialización.

Presidente (a).

El presidente de la asociación es la máxima autoridad inmediata, es de representar a la compañía en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad, también convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva.

Atribuciones del Presidente:

- Ejercer la representación legal de la asociación.
- Presidir las sesiones de la Asamblea y de la Junta Directiva, suscribiendo las respectivas actas.
- Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por la Asamblea y la Junta **Directiva.**
- Apoyar las actividades de la Asociación.

- Firmar cheques en forma conjunta con cualquiera de los dignatarios: **Vicepresidente y Tesorero.**
- Presentar a la Junta Directiva, el informe semestral de actividades.
- Sugerir a la Asamblea y a la Junta Directiva los medios y acciones que considere para la buena marcha de la gestión de la asociación
- Ejercer las demás atribuciones que le correspondan según el Estatuto y Reglamento correspondientes. En caso de falta, ausencia o impedimento del Presidente, este podrá ser reemplazado dentro del siguiente orden: Bien sea por el Vicepresidente o por el Tesorero.

Secretario (a)

La Asociación tendrá un Secretario (a) General retribuido con voz consultiva pero sin voto cuyo nombramiento corresponderá a la Junta Directiva. Será jefe de personal y director de todos los servicios de la Asociación, de cuyo funcionamiento es responsable ante la Junta Directiva. Asistirá al Presidente y lo representará cuando éste así lo determine. Son además funciones del Secretario, sin perjuicio de todas aquellas obligaciones que se deriven de la aplicación del presente Estatuto:

Administrador (a).

Es la persona responsable del mantenimiento y funcionamiento de la Asociación, y tiene la capacidad de establecer las políticas, acciones y normas.

Funciones del Administrador

- Ejecutar las decisiones, acuerdos y orientaciones de la Asamblea General y del Consejo Directivo;
- Supervisar el funcionamiento general de los negocios colectivos, la presentación de servicios y el desarrollo de los programas;
- Proponer políticas administrativas de la Asociación y de los negocios y preparar los proyectos de presupuesto y de las reglamentaciones internas y de los servicios;
- Preparar y presentar a la Asamblea General anualmente, dentro de los últimos tres (3) meses del ejercicio económico, el plan general de desarrollo de la Asociación y sus negocios colectivos;

- Hacer cumplir el reglamento interno de trabajo, e higiene y seguridad social y aplicar las sanciones derivadas de los mismos;
- Rendir por lo menos una vez al mes a la Asamblea General un informe escrito sobre las actividades de la empresa y sus negocios;
- Solicitar los gastos según el presupuesto y los extraordinarios; de acuerdo con las facultades concedidas;
- Dirigir las relaciones públicas de los negocios;
- Procurar que todos los miembros reciban información oportuna sobre los servicios, actividades y demás asuntos de interés colectivo;
- Responder por la ejecución de todos los programas y actividades de la Asociación, incluyendo los relacionados con los servicios, productos y educación asociatividad;
- Entregar al sucesor, previo inventario que será suscrito entre el administrador saliente y el entrante, de todo material, equipos. Etc., bajo su responsabilidad;
- Las funciones del administrador y que hacen relación con la ejecución de las actividades de la Asociación, serán desempeñadas directamente.

Tesorero (a).

Es el que lleva a cabo los pagos a los proveedores, los cobros por las actividades que presta la asociación, las gestiones bancarias y todo cuanto tiene que ver con los movimientos de la caja.

Funciones del Tesorero (a).

- Dirigir y supervisar la Tesorería y vigilar los ingresos y gastos.
- Actuar, juntamente con el Presidente, respecto de los intereses económicos de la Asociación y el manejo de sus fondos.
- Elaborar el presupuesto, balance y estados de cuentas que han de ser sometidos a la Asamblea.
- Elaborar un balance mensual, que ha de ser sometido a la Junta Directiva.
- Las restantes que son propias del cargo y que le encomiende el Presidente.

Vocales

Los Vocales tendrán las obligaciones propias de su cargo como miembros de la Junta Directiva y de la Junta de Vigilancia, así como las que nazcan de las delegaciones o comisiones de trabajo que la propia Junta las encomiende.

Contador (a)

El contador (a) estará encargado dentro de la Asociación a brindar la información contable necesaria para el buen funcionamiento financiero

Funciones del Contador (a)

- Controlar la contabilidad de la Asociación e intervenir todos los documentos de cobro y pago correspondientes.
- Generar información financiera para que la asamblea pueda saber del estado real de la economía de la Asociación y así poder tomar decisiones
- Formular con el Tesorero el presupuesto y la cuenta general de gastos e ingresos de cada año, sometiéndolos a la aprobación de la Asamblea General, para que ésta los presente, con su dictamen, al Directorio.
- Rendir a la Asamblea General las cuentas periódicamente de gastos e ingresos.
- Mantener canceladas al día las obligaciones tributarias al estado.
- Llevar a cabo los pagos puntuales tanto dentro de la asociación como fuera de ésta.

Técnico

Dentro de la Asociación será la persona que tiene como fin la obtención de un determinado resultado. Para llegar a este será necesario ejecutar conocimientos técnicos y seguir una serie de reglas y normas que serán el medio para alcanzar el objetivo.

Funciones del Técnico

- Control de calidad en el ingreso de la producción de los socios al centro de acopio para su comercialización o industrialización.
- Es el responsable del proceso productivo, así como del almacenamiento adecuado, manteniéndolo listo para comercializarlo o industrializarlo.

- Preparación y presentación de información técnica, productiva, operativa y reportes administrativos, acerca de su gestión, ante el Administrador del Proyecto.
- Las demás funciones que le asigne el Gerente para asegurar una producción de calidad y costos

Comisiones

Son organismos de apoyo y colaboración del directorio por lo que serán designados y conformados por este para las distintas áreas o labores que considere pertinente.

Las comisiones estarán integradas por personas idóneas, pertenecientes o no a la organización.

Funciones de las Comisiones

- Emitir criterios ante el directorio sobre asuntos que le corresponda.
- Asesorar al Presidente del directorio cuando tenga que emitir criterios relacionados con su área.
- Atender en debida forma el área de su competencia.

1.5. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

1.5.1. Análisis del macro-entorno

En el estudio macro-económico se analizara componentes que afectan al proyecto, externamente los mismos no se pueden tomar control internamente y se establece de la siguiente manera:

- 1) Económico
- 2) Político
- 3) Sociedad
- 4) Tecnológico
- 5) Medio Ambiental

a) Globalización en el Ecuador

En el contexto de la globalización, la problemática acerca de la movilidad humana (migración) se presenta en medio de una contradicción creciente entre apertura y flexibilización a la circulación de capitales y productos, esto también se debe a la implementación de nuevas

políticas, leyes y reglamentos en el país, el Tratado de Libre Comercio, han incrementado la conflictividad social, cultural y militar, afectando de manera directa a la movilidad humana.

Esta teórica, al contrastarla con la realidad presenta varios problemas, entre los que se destaca: asume una dotación de factores complementaria que incentiva el comercio bilateral, los estudios existentes no sugieren concluyentemente que la liberación del comercio generalmente reduce inequidades en países pobres, y en efecto, frecuentemente sugiere que la liberación del comercio está asociada con el incremento de la inequidad.

Flujos financieros de las multinacionales, cambiaron la producción hacia bienes de uso intensivo de mano de obra calificada, incrementando la demanda relativa de este tipo de mano de obra. Las firmas multinacionales pagan salarios altos, con o sin ajustes por correlaciones de expertos, y evidencia que el insumo de mano de obra no ha sido distribuido equitativamente al interior de los países, originando fenómenos gigantescos de movilidad humana que es la migración internacional.

El incremento de procesos de aperturas comerciales está asociado con la reducción de las inequidades en salarios en las economías de los Tigres del Asia entre 1970 y 1980 pero con incremento de inequidad en América Latina en los años 1990. La evidencia disponible para el Ecuador es limitada, dado que el proceso de reforma de las instituciones del estado que favorecieron el libre comercio también fue atípica y fragmentada, sin embargo señalaría que la liberalización tiende a ser seguida por incremento de inequidades, pero no existe suficiente evidencia como para determinar una relación de causalidad directa y fuerte.

b) Análisis Político-Legal

Las circunstancias de constante inestabilidad tanto política como legal existentes en el país, influyen negativamente en el desarrollo de la industria artesanal. Esto dificulta las inversiones en dichos sectores, ya que no se garantiza que la inversión inicial obtenga los beneficios requeridos en el plazo esperado. Si a esto le agregamos la falta de apoyo gubernamental para este sector productivo del país, conlleva a la desconfianza de impulsar más el desarrollo de este mercado.

1.5.2. Análisis del micro-entorno

Al hablar del entorno microeconómico mostramos los aspectos que afectan a la asociación de manera directa y que se pueden controlar. Se destacan los siguientes aspectos:

a) Clientes

Dentro de los posibles clientes se encuentran los habitantes en el entorno, mercados, supermercados y principales centros comerciales ubicados en la zona centro del país e internacionales.

b) Proveedores

Se considera como tales a todos aquellos que proporcionarán los productos artesanales, así como también la materia prima y elementos para el control sanitario requeridos durante todo el ciclo productivo.

c) Competidores

Son todas aquellas asociaciones, familiares o comerciales, que están inmersas en el mercado de producción de artesanías en el país.

Podemos considerar como competencia actual a todos los productores y comercializadores de artesanías en el país, los cuales están en su mayoría concentrados en la región interandina.

d) Organizacional

La Asociación se destaca por su capacidad de preservar el medio ambiente y de mejorar la calidad de vida de sus miembros, teniendo en cuenta mantener las relaciones internas dentro de la misma.

El estudio de la organización y del entorno que la rodea, nos permita obtener la información que nos guíe a adoptar un camino o estrategia hacia el cambio, hacia una evolución, conforme a las exigencias o demandas del medio en que nos desarrollamos, logrando la eficiencia de todos los elementos que la constituyen para obtener el éxito asociativo.

e) Financiero y Económico

Dentro de estudio financiero y económico de la organización aplican diversos métodos como la presentación de los estados financieros e información complementarios para hacer una medición adecuada de los resultados obtenidos por la administración y tener una base apropiada para emitir una opinión correcta acerca de las condiciones financieras de la asociación y sobre la eficiencia de la gerencia, y para el descubrimiento de hechos económicos referentes a la misma y la detección de deficiencias que deban ser corregidas.

f) Logístico

La coordinación de los procesos logísticos permite que la asociación entregue la cantidad óptima del producto en el lugar indicado, en el menor tiempo posible y al menor costo, lo que se traduciría en grandes ahorros para que la asociación realice futuras inversiones y mejore sus utilidades.

El modelo de comercialización les permite coordinar sus procesos de producción, almacenamiento y distribución de producto, por lo que es una ventaja ante sus competidores.

1.6. ANÁLISIS FODA

1.6.1. Análisis interno

Este análisis facilita fijar con precisión las fortalezas y debilidades que la asociación logra controlar y su nivel de desempeño. Las actividades administrativas, comerciales, contables y técnicas son áreas que dan origen a fuerzas y debilidades, por lo que la compañía debe seguir estrategias que beneficien tales fortalezas y compriman las debilidades.

Fortalezas

- Personal operativo previamente capacitado.
- Proceso de producción manejado por la asociación.
- Fácil obtención de la materia prima a través de los artesanos de la zona.
- Bajos costos financieros y administrativos.
- Comercialización y distribución realizadas por la misma asociación.

Debilidades

- Escasa relación comercial con los consumidores.
- Recursos financieros limitados.
- Falta de conocimiento de las propiedades del producto por parte del mercado.

1.6.2. Análisis externo

Este análisis radica en equilibrar las oportunidades y amenazas estratégicas en el contexto operativo de la asociación. Se examinan los factores económicos, sociales, culturales, gubernamentales y competitivos que podrían favorecer o afectar al negocio en el futuro. Las amenazas y oportunidades son en gran disposición, fuera del control de una asociación cualquiera.

Oportunidades

- Alto grado de consumo de artesanías.
- Buen nivel de aceptación de artesanías en la ciudad.
- Existencia de demanda insatisfecha del producto.
- Existencia de canales de distribución tales como los supermercados, centros comerciales y mercados dispuestos a distribuir el producto.
- Cultura, costumbres y tradiciones de los consumidores.

Amenazas

- La creciente competencia de oferentes de artesanías.
- Productos sustitutos con precios económicos.

Demora en concesión de créditos por parte de las entidades financieras del país.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. Antecedentes Históricos

A partir de los años ochenta se dieron a conocer con mayor difusión los proyectos de inversión, aún existen empresas en donde no se llevan a cabo, principalmente en las pequeñas y medianas.

A principios de los setenta era poco común escuchar sobre proyectos de inversión, en especial en el ámbito de la micro y pequeña empresa, estas las inversiones las realizaban en base a lo que sucedía con el vecino, a quien le había ido bien en determinado negocio, o bien por la convicción de que el negocio sería un éxito porque en esa zona o región, se carecía de este tipo de empresa, lo anterior ocasionaba muy a menudo, el fracaso de las empresas, por no tomar en consideración que en toda inversión es necesario realizar un estudio profundo de diferentes aspectos relacionados con los proyectos de inversión. (Villalobos, 2001)

Es necesario que se efectúen los estudios previos que permitan conocer el ambiente donde la futura empresa realizará sus actividades económicas, de tal forma que permitan visualizar en forma más racional en cuanto a lo que sucederá en el futuro, por ejemplo el crecimiento de la población, hacia donde se dirige la concentración de asentamientos humanos, basados en planes de desarrollo de los gobiernos, el cambio de los gustos y preferencias de los consumidores, evolución de la tecnología, nivel de preparación del recurso humano, programas de apoyo para nuevas empresas y en qué actividad se reciben más beneficios, análisis de la demanda y de la oferta del producto o servicio que producirían u ofrecerían. (Viveros, 2001)

Los criterios, técnicas y metodología para formular, preparar y evaluar un proyecto son de mucho énfasis en el autor. (Nassir, 2007)

Sin embargo revisada la biblioteca de la facultad de Administración de Empresas no se encontró tema de tesis igual al propuesto en la presente investigación como proyecto de exportación.

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

El marco teórico sobre el proyecto de exportación de artesanías en totora al mercado de New York-EEUU para el GAD Parroquial Rural San Gerardo del cantón Guano, provincia de

Chimborazo para el año 2015-2016, se construye en función de las principales variables del mismo: proyecto, y exportación y entorno a ello se rescata la opinión de varios autores:

2.2.1. Proyecto

Arboleda (2004) considera que el proyecto es un caso ideal, una serie óptima de actividades orientadas hacia la inversión, fundadas en una planificación sectorial completa y coherente, mediante la cual se espera que un conjunto específico de recursos humanos y materiales produzca un grado determinado de desarrollo económico y social.

Los elementos componentes del proyecto deben definirse con precisión en cuanto a carácter, lugar y tiempo. Se han de calcular de antemano los recursos necesarios de financiación, materiales y de mano de obra, y los beneficios creados en forma de economía de costos, mayor producción y desarrollo institucional. Los costos y beneficios se calculan en términos financieros y económicos o se definen (si no es posible cuantificarlos) con precisión suficiente para permitir que pueda formularse un juicio razonado acerca de la serie óptima de actividades.

Por razones administrativas y de planificación, cada proyecto constituye una unidad independiente de operación, con su propia evaluación, negociación de condiciones y términos, documentos legales, presentación ante la junta, procedimientos de desembolso, supervisión, etc. Según los fines y las circunstancias, el préstamo del Banco puede financiar una parte secundaria o principal de las partidas incluidas en un proyecto, y el propio ejecutor puede limitarse a una pequeña parte del programa de desarrollo correspondiente al sector, o abarcar la totalidad del programa”.

En primera instancia se formula el proyecto, es decir, se simulan todos los aspectos por los que pasaría desde el momento en que es una idea hasta cuando se supone su desaparición física, generalmente cinco (5) a quince (15) años después de estar la empresa en operación.

Los resultados de esta formulación se constituyen en la información básica para la evaluación del proyecto, cuyos resultados permiten dar respuesta a la pregunta ¿se justifica ejecutar el proyecto?

Si la respuesta es negativa, el proyecto se archiva y lo más probable es que la organización que lo estudia lo descarte definitivamente o lo deje para reestudiarlo en un futuro, cuando cambien algunas condiciones que lo hagan factible.

Si la respuesta es positiva se somete al análisis y decisión final de invertir, normalmente ejecutado por la Junta de Socios o la Junta Directiva de la empresa dueña del proyecto o un Comité del Gobierno.

Dependiendo del ambiente político que rodee al proyecto y de la disponibilidad de recursos, la decisión puede ser no invertir, en cuyo caso puede correr el peligro de nunca ser ejecutado o de tener que esperar algún tiempo antes de que se decida llevarlo a cabo; o de invertir en el proyecto; es decir, ejecutarlo, convertirlo en una realidad física (edificios, equipos, maquinarias, procesos, organización, etc.).

Antes de iniciar la ejecución es necesario establecer los distintos elementos que permitan un adecuado control de la ejecución del proyecto. Su definición se hace a partir del contenido del documento correspondiente a la formulación; ya que, al final, debe haber una buena concordancia entre el proyecto formulado y el proyecto ejecutado.

2.2.2. Comercialización

La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios.

Una estrategia de comercialización adecuada debe comprender los siguientes aspectos del mercado.

- Fijación de precios
- Medidas de promoción, incluidos organización de ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, así como el costo de la distribución.

2.2.2.1. Canales básicos de distribución

En la Figura 1 se presentan los canales básicos de distribución para productos de consumo y para productos intermedios y de capital, respectivamente. En ellas se puede apreciar que el canal conduce directamente al consumidor desde el productor, canal directo, o en algunos casos se da la existencia de agentes que se interponen entre el productor y el consumidor, canales indirectos, dichos agentes se denominan intermediarios. Estos se pueden definir en tres (3) grupos.

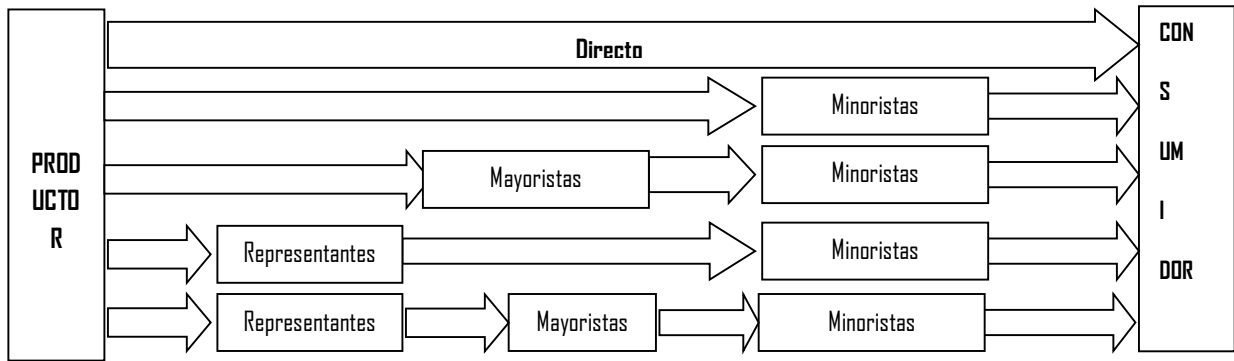


Fig. 1. Canales básicos de distribución de productos de consumo.

- Representantes o agentes. No son dueños de los productos que distribuyen. Ofrecen sus servicios a los productores, por lo cual reciben un pago o una comisión.
- Mayoristas. Son comerciantes que compran los productos y los venden a los minoristas, a los consumidores industriales e institucionales y, en escasas oportunidades, al consumidor doméstico.
- Minoristas. Son comerciantes dedicados a vender los productos al consumidor doméstico final.

La selección adecuada de los canales de distribución depende básicamente de:

- El tipo y naturaleza del producto, de consumo, intermedio, de capital.
- Las características de los clientes: número, localización, frecuencia de compra, cantidad promedio de compra, composición de clases sociales, estilo de vida que los caracteriza.
- Las características del intermediario.
- Las características de la competencia.
- Las características de la empresa: capacidad financiera y variedad de productos, principalmente.
- Las características del medio ambiente económico, las restricciones de orden legal y la disponibilidad tecnológica.

2.2.3. Promoción

Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las ventas por parte del distribuidor. Entre dichas actividades están: establecer

exhibidores en los sitios de ventas; efectuar exposiciones, demostraciones, pruebas de degustación, etc.; realizar otras ayudas de ventas que no forman parte de la actividad diaria o rutinaria, entre los cuales están:

- Promoción de ventas orientada hacia el consumidor final.
- Promoción que llega al consumidor final en el hogar o al intermediario en su negocio.
- Promociones entre los intermediarios.

El sistema de promoción, relacionado con un proyecto en particular, exige un estudio complejo que, para los fines que persigue el formulador y evaluador del proyecto, en la mayoría de las veces se supera mediante la ayuda de especialistas en el tema. En algunas ocasiones, es un análisis que debe acometer el grupo responsable del estudio del mercado. En ambos casos, lo importante es cuantificar su costo más que su definición en forma muy elaborada. (Arboleda ,2004)

2.2.4. Proyecto de exportación

MORALES (2009) informa para poder realizar y hacer realidad la exportación, es importante seguir un plan organizado, que cubra los requerimientos básicos de información e investigación, con el fin de seguir todos los pasos y procedimientos necesarios en el proceso de internacionalización y venta del producto”.

Un proyecto de exportación secuencial es el documento que guía al esfuerzo exportador de una empresa, es aplicado a diversos y especificaciones a mercados en el exterior.

Existen algunos aspectos como: canales de distribución, perfil, usos, costumbres de los consumidores, además de las diversas complicaciones de las barreras arancelarias, no arancelarias, tramitación aduanal, transporte, embalaje, contratación, medio de pagos internacionales, y las ventajas y restricciones que surgen de la existencia de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales.

Para el desarrollo de un plan de exportación, habrá que tomar en cuenta los siguientes puntos:

- La empresa y el personal clave. Contiene información detallada de la empresa tal como se encuentra actualmente, con especial énfasis en la descripción de sus antecedentes, sus capacidades y su participación en los mercados que atiende en la actualidad, así como de las

experiencias y habilidades de los responsables de poner en práctica el plan de exportación y de definir las fortalezas y debilidades de la organización.

- El Producto que se desea exportar. Se describe con detalle el producto o servicio que se exportará, tanto desde los puntos de vista arancelario, industrial, técnico, funcional y mercadológico (valor y utilidad para el cliente), destacándolas ventajas competitivas singulares que pueden ser mantenidas estructuralmente frente a la competencia.
- Selección del Mercado Meta. Se definen los criterios de selección y se elige el mercado meta u objetivo. Se describe y se mide el mercado actual, el potencial y el crecimiento esperados. Se detectan a los competidores y sus principales fortalezas y debilidades. Se identifican y se evalúan las oportunidades y las amenazas a la luz de la competencia, el entorno y, en general, las condiciones prevalecientes en el mercado. Se fijan objetivos y metas de mercadotecnia.
- Aspectos Operacionales. Se define la estrategia para alcanzar los objetivos y las metas de mercadotecnia. Se describe la forma operacional que se ha elegido para poner en práctica el plan, que debe ser congruente con la misión y los objetivos y posibilitar el alcance de las metas. Además debe ser factible de implementarse desde el punto de vista productivo, técnico, administrativo, comercial y financiero. Se formula el programa de actividades a corto plazo.
- Aspectos Financieros. Con diferentes escenarios previsibles, se analiza la viabilidad y la bondad financieras del negocio.
- Resumen de Alto Nivel. Ofrece una visión panorámica de los antecedentes y el concepto central del plan de exportación propuesto; de las premisas fundamentales para el éxito del negocio; del tamaño y tendencias del mercado y de los resultados financieros previstos. Muy frecuentemente, ésta y la única parte del plan que los terceros, es decir, aquellos ajenos a la empresa, leen integralmente. Pero como ya se comentó, en algunos casos el propósito de elaborar un plan es atraer inversionistas o socios o solicitar financiamientos; por ello, se debe ser cuidadoso en su redacción para que su lectura ofrezca un claro entendimiento del plan de exportación, de sus alcances y sus supuestos.

El exportar no sólo significa una cuestión de vender bienes o servicios a un determinado país sino que además es entregar un excelente producto o sea que de una calidad excelente y con una atención adecuada precisa para lograr el éxito deseado.

Se diseñará de forma flexible de tal manera que se puedan generar cambios futuros para adaptarlo a la realidad actual de un momento dado.

2.2.5. El comercio

Es el nexo económico entre producción, consumo e inversión; al abastecer al consumidor final con géneros, se convierte en la última fase del proceso productivo. Partiendo del ámbito geográfico, el comercio se divide en comercio interior y exterior.” (Lafuente, 2008)

El comercio interior abarca el conjunto de actividades mercantiles llevado a cabo a escala interna o nacional, realizada entre vendedores y compradores asentados dentro de las fronteras político-económicas de un país determinado, lo cual conlleva una circulación monetaria y una obligatoriedad jurídica nacionales.

Al comercio exterior puede considerárselo como una técnica de economía exterior, denominada sector exterior; abarca el conjunto de relaciones de intercambio de bienes y servicios comerciales de un país (residentes) con socios extranjeros (no residentes) mediante ventas o compras que originan créditos y obligaciones en divisas y euros, relación que implica obligatoriedad jurídica nacional e internacional. Ha de calificarse de circulación mercantil exterior la de una economía nacional que, por regla, excede la frontera estatal. A través de ese proceso extraterritorial, la división nacional del trabajo se va ampliando y desemboca en la economía mundial.

2.2.6. Plan de Mercado

El plan de mercado es simplemente un proceso, registrado en papel, que le permite estudiar determinadamente las formas lógicas para llegar a los compradores y convencerlos de aceptar una venta”. (Nelson, 2010).

Es uno de los procesos más importantes que compone el comercio internacional, es el paso de la mercancía por las aduanas de los distintos países, donde se realizan las transacciones comerciales dependiendo de la actividad que se realice en el intercambio de bienes y/o servicios.

2.3. PREAMBULO DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1. Apertura comercial

EE.UU. es un país con un mercado abierto y un activo miembro de la OCDE y OMC. Su tasa de apertura comercial (X+M/PIB) es del 24,62% en 2014, frente a un 24,54 en 2013. Esta

apertura, sin embargo, oculta áreas donde existen importantes dificultades de acceso al mercado, como es en el área de las compras públicas.

También existe normativa (a nivel federal y estatal), de tipo sanitario y fitosanitario y otras normas técnicas que actúan como barreras técnicas y que dificultan la importación.

2.3.2. Principales socios comerciales

Los principales clientes de Estados Unidos son Canadá, la Unión Europea, México, China y Japón. Durante el año 2014, Canadá alcanzó una cuota del 18,7% del total de las exportaciones mundiales estadounidenses. Le siguieron por orden de importancia México (13,84% del total), China (7,07%), Japón (4,48%) y Reino Unido (3,51%).

Se debe subrayar que la importancia de China como socio comercial de Estados Unidos es aun relativamente pequeña, menor, a pesar de que en la última década el país asiático ha pasado de representar un 2,1 % del total de ventas de Estados Unidos al 7,07%, superando en 2007 a Japón.

Observando la evolución de los últimos años, el cambio más significativo desde el punto de vista de los proveedores de Estados Unidos lo protagoniza China que ha pasado de ser el cuarto país en importancia con una cuota del 8,22% en 2000 al primero con una cuota del 18,86% en 2010. Japón ha sido el gran perjudicado del aumento de importancia de China, perdiendo cuota hasta alcanzar el 5,76% en 2011.

Durante el 2014, el principal proveedor de EE.UU. fue China con un 18,51% sobre el total de las importaciones estadounidenses, seguida por Canadá (14,1 %), México (12,08%), Japón (6,37%) y Alemania (4,72%).

En este período, la UE supuso el 16,96% de las exportaciones de bienes de EE.UU. y el 16,56% de sus importaciones.

Por su parte, y desde que estallara la crisis en 2008, E.E.U.U vio reducida su cuota de mercado como proveedor. Sin embargo la favorable evolución de las exportaciones españolas durante el último año 2011, han permitido que el país recupere su cuota de mercado en Estados Unidos hasta un valor próximo al de antes de la crisis (0,51% en 2014). Como cliente de Estados Unidos la cuota española en 2014 fue del 0,61 % del total.

En cuanto a las importaciones, las del sector de Bienes de equipo (23,84% del total) muestran un incremento del 7.34% respecto a los valores de 2011. Asimismo, las compras al exterior de Suministros industriales y materiales (31,8% del total) han disminuido un 3,26%.

Las importaciones del sector Automóvil (12,95% del total) han crecido un 16,92% en términos interanuales, siendo el primer sector con mayor crecimiento. Por su parte, las de Alimentos y bebidas (4,79% del total) se han incrementado un 2,56%.

Finalmente, las compras al exterior de Bienes de consumo (22,45% del total) han aumentado un 0,43%, mientras que las de Otras mercancías (3,11 % del total) han aumentado un 9,64%.

2.4. NEW YORK

Nueva York es la ciudad más poblada del estado homónimo, en los Estados Unidos de América, y la segunda aglomeración urbana del continente y de Norteamérica después del Distrito Federal de México.

- Superficie: 1.213 km²
- Fundación: 1624
- Tiempo: 7 °C, viento S a 13 km/h, 90% de humedad
- Hora local: viernes, 17:13
- Población: 8,337 millones (2012)
- Tasa de desempleo: 8,9% (oct. de 2013)



2.4.1. Puertos y Líneas Marítimas

Los Puertos de Estados Unidos se modernizan constantemente al incorporar técnicas multimodales de manejo de carga, el 85% de carga general se hace por contenedores, por lo que fácilmente pueden ser transferidos de barcos a camiones, trenes, barcazas, etc. Los principales puertos de contenedores se encuentran en la Costa del Pacífico: Los Ángeles, Long Beach, Oakland y Seattle. Aunque estos puertos son los más grandes en tráfico de contenedores, el manejo de carga en los puertos del Golfo de México y desde Miami hasta los puertos de New York y New Jersey, ha aumentado especialmente por el incremento del comercio con América Latina.

Los puertos de New York y de New Jersey son los más importantes de la Costa Este a pesar de sus costos operativos, entre otros importantes están:

Baltimore - Maryland; Filadelfia – Pennsylvania; Hampton Roads- Virginia; Miami- Florida; Savannah – Georgia y Boston – Massachussets.

La mayoría de líneas de carga marítima del mundo operan en los Estados Unidos, las compañías de bandera estadounidense mueven aproximadamente el 15% del total de carga mundial.

2.5. MARCO LEGAL DEL ECUADOR PARA EXPORTAR

GAD Parroquial Rural San Gerardo tiene como objetivo fomentar la actividad productiva y comercialización de productos artesanales con valor agregado, en condiciones de inocuidad, para mejorar el nivel de vida de los habitantes y obtener una rentabilidad, las mismas que serán reinvertidas para el desarrollo de la empresa y los artesanos del sector.

Será responsable de la administración, planificación, diseño, construcción, control, operación, evaluación y mantenimiento de los sistemas de producción, distribución y comercialización de productos artesanales; comprometidos a proteger su entorno. Estas actividades las podrá realizar por sí mismo y /o a través de la contratación de terceros.

2.6. ESTUDIO LEGAL

Art. 1.- CONSTITUCIÓN Y DOMICILIO.- Constitúyase con domicilio en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, como persona jurídica de derecho público con autonomía y administrativa, operativa, financiera, patrimonial y de gestión; la misma que se rige mediante

la Constitución de la República del Ecuador, El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y la ley Orgánica de Empresas Públicas, estatutos y reglamentos.

Art. 2.- DENOMINACION.- La empresa se denomina GAD Parroquial Rural San Gerardo y por ello, con este nombre se identificara y actuará en todos los actos administrativos, públicos, privados, judiciales y extrajudiciales.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3. HIPÓTESIS

3.1.1. Hipótesis general

Con el desarrollo del proyecto de exportación de artesanías en totoras al mercado de New York-EEUU para el GAD Parroquial Rural San Gerardo del cantón Guano, provincia de Chimborazo mejorara los ingresos económicos.

3.1.2. Hipótesis específicas

- El diagnostico económico-financiero del GAD Parroquial San Gerardo permitirá conocer la situación actual y además nos proporcionara datos para conocer las fortalezas y debilidades de la misma.

- El estudio de mercado nos permitirá conocer la demanda de nuestras artesanías en el mercado meta New York, además la capacidad de exportación del GAD Parroquial San Gerardo.
- La elaboración de Plan de exportación de artesanías en totora servirá de guía para facilitar exportaciones en el futuro desde el GAD Parroquial San Gerardo.

La Investigación tendrá la modalidad Cuanti-cualitativa

3.1.3. Tipos de investigación

Exploratoria, y descriptiva.

3.1.4. Población y muestra

a) Población

La población está constituida por 50 personas que ingresaron al país desde New York entre ecuatorianos y turistas, los cuales nos pueden ayudar con la encuesta, se toma en cuenta un universo de 99.823 turistas que ingresaron desde esta localidad al país entre enero y mayo 2015.

b) Muestra

Por ser una población amplia, se aplicara la siguiente fórmula para determinar una muestra representativa:

Fórmula para obtener una muestra:

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población

e²= Mejora de error

0,5 el más utilizado

1,96 de nivel de confianza

95% de confiabilidad

$$n = \frac{50}{(0.05)^2 (50 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{50}{(0.05)^2 (49) + 1}$$

$$n = 44.43$$

Conclusión: se realizan 44 encuestas de forma aleatoria a los miembros del GAD Parroquial Rural San Gerardo.

3.1.5. Métodos, técnicas e instrumentos

a. Métodos

Los métodos que se aplican en el transcurso de la investigación son:

Analítico.- Con el ánimo de observar los resultados de la aplicación de cada estudio y poder llegar a las conclusiones y recomendaciones finales del plan.

Deductivo.- Con el cual se ha podido ir de un ámbito general de la propuesta hacia la aplicabilidad de cada uno de los estudios que comprende un plan, de este modo conocer cada una de las variables que definen el éxito en la propuesta.

Inductivo.- Con el propósito de determinar aspectos importantes del mercado, las necesidades económicas y financieras entorno a las inversiones necesarias para poner el producto en el mercado propuesto.

b. Técnicas

Las técnicas utilizadas en el desarrollo de la investigación están en función de las características y requerimientos de la misma y estas son:

- La observación, la misma que ha sido a empresas similares (provincia de Chimborazo)
- La entrevista a directivos del GAD Parroquial Rural San Gerardo.

- La encuesta a turistas que arriban al país desde la ciudad de New York.

Las técnicas a utilizadas han sido aplicadas exclusivamente por la proponente del plan de exportación de modo de contar con información veraz y oportuna.

3.2. VARIABLES

3.2.1. Variable independiente

- Proyecto de Factibilidad para la exportación de artesanías en totora desde el GAD Parroquial San Gerardo

2.4.2. Variable dependiente

- Crecimiento económico y fortalecimiento comercial en el exterior para los artesanos del GAD Parroquial San Gerardo.

3.2.1.1. Aspectos Generales de Estados Unidos

A continuación se detalla a Estados Unidos como mercado meta de la presente investigación:

• Situación Geográfica

Los Estados Unidos de América están formados por 48 estados situados en el territorio de América del Norte y, además Alaska y Hawái, que en total, Estados Unidos abarca 50 estados. Otras áreas corresponden a los territorios de Puerto Rico, Samoa, Guam y las Islas Virginia.

Las fronteras del territorio continental son:

- Norte: Canadá (zona de los Grandes Lagos).
- Sur: México (río Bravo), el Golfo de México y el Océano Atlántico.
- Este: Océano Atlántico.
- Oeste: Océano Pacífico.

• Aérea

Ocupa un área total de 9, 666,861 kilómetros cuadrados aproximadamente.

- **Capital**

Washington D.C.

- **Ciudades Importantes**

Ciudad de Nueva York, Nueva York; Los Ángeles, California; Chicago, Illinois; Houston, Texas; Phoenix, Arizona; Filadelfia, Pensilvania; San Diego, Texas; Dallas, Texas; San José, California.

- **Tipo de Gobierno**

República federal presidencialista.

- **Principales Sectores Productivos** (TheWorldFacebook, 2014)

Tabla N° 1

Principales Sectores Productivos

Productos Agrícolas	Trigo, maíz, otros granos, frutas, verduras, algodón, carne de res, cerdo, aves de corral, productos lácteos, pescado, productos forestales.
Industria	Tecnología altamente diversificada, líder en el mundo en el campo de alta tecnología, considerado como uno de los países con mayor producción industrial a nivel mundial, petróleo, acero, automóviles, aeroespacio, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera y minería
Recursos Naturales	

Elaborado por: La Autora

- **Clima**

En general, la intensidad solar, y las temperaturas van disminuyendo del sur hacia el norte. En los Estados Unidos hay una gran diversidad de climas, debido a la gran extensión de su territorio. La Costa noroeste es lluviosa y de temperatura moderada. En California es en general seco, desértico en algunas partes. El resto del país continental presenta veranos húmedos e inviernos nevados. El sur de Alaska tiene clima moderado, el norte es gélido, Hawai es tropical y el sur de Florida es subtropical.

- **Moneda**

Dólar estadounidense (\$, USD)

- **Idioma Oficial**

El idioma oficial es el inglés y es hablado por la gran mayoría de la población residente.

- **Otras lenguas habladas:**

Español, en particular en Arizona, Texas, Miami, California y Nuevo México. Otros idiomas, como los amerindios (navajo, hopi, etc.), así como chino, japonés, italiano, alemán, polaco, griego, etc., dependiendo de la comunidad de inmigrantes.

- **Población** (Programa de las Naciones Unidas, 2009)

313, 847,465 (Estimaciones de Julio 2012)

- **Economía** (TheWorldFacebook, 2014)

Los Estados Unidos de Norteamérica posee la economía más grande del mundo, por ser el mayor proveedor y consumidor de bienes y servicios, superando al Japón en un cincuenta por ciento, ubicándolo como la segunda economía más grande del mundo.

- PIB USD 14.83 billones (2011 est.)*

- Agricultura: 1.2% (2011 est.)*

- Composición del PIB por:

- Crecimiento PIB 1.8% (2011 est.)*
- Industria: 19.2% (2011 est.)*
- PIB per cápita USD 13,866 (2011 est.)*
- Servicios: 79.6% (2011 est.)*

- **Nivel de desarrollo**

Economía de ingresos elevados, miembro de la OCDE, miembro del G8. Primera potencia mundial, mayor exportador del mundo, alto nivel de endeudamiento.

3.2.2. Análisis Cultural de Estados Unidos

Estados Unidos de América es uno de los países con mayor diversidad en el mundo; desde su geografía hasta la composición demográfica, es imposible hablar de una característica única en este escenario de riqueza geográfica, racial, étnica y cultural.

La cultura estadounidense está influenciada tanto por sus nativos, como por las diferentes culturas que formaron la nación. Entre los grupos étnico que lo conforma esta: la raza blanca (que constituye la mayor parte de la población), los germano-estadounidenses, los irlandeses estadounidenses, los angloamericanos, los afroamericanos y los asiáticos quien constituyen una minoría. También los latinoamericanos que ocupan un importante lugar.

La cultura popular estadounidense se ha expresado a través de todos los medios, incluyendo las películas, la televisión, la música, el cómic y los deportes. Lo que el viento se llevó y StarWars, Mickey Mouse y Marilyn Monroe, Plaza Sésamo y Los Simpson, Elvis Presley, Michael Jackson, y Madonna, el jazz, el blues, y el hip hop, Popeye, Snoopy y Superman, el béisbol, el fútbol americano y el básquetbol, Barbie y G.I. Joe, hamburguesa y Coca Cola, entre otros, son nombres, géneros y frases se relacionan con productos estadounidenses que han sido expandidos en todo el mundo.

Es importante notar que Estados Unidos tiende a ser exportador de cultura, y además absorbe otras tradiciones culturales con relativa facilidad, tales como el origami, el fútbol, el anime, la pizza y el yoga. Esto marca un contraste muy grande con los primeros días de los Estados Unidos. Las ciudades del país ofrecen música clásica y popular, centros de investigación

histórica y científica, museos, musicales y obras teatrales, además de proyectos artísticos y obras arquitectónicas de nivel internacional. Este desarrollo es el resultado de las contribuciones de filántropos particulares, como del gobierno.

Los estadounidenses han revolucionado el arte, el teatro y el cine a nivel mundial. El primer quinetoscopio se utilizó en la ciudad de Nueva York, donde se realizó la primera función cinematográfica. Hollywood es la empresa de cine más importante, que ha dado a conocer la cultura de la nación al mundo.

La fiesta cultural tradicional más importante que se celebran está: la famosa noche de Halloween o día de brujas, que se celebra el 31 de octubre. El Día de Acción de Gracias en el mes de Noviembre y la Navidad el 25 de Diciembre.

• **Arquitectura**

Estados Unidos tiene una historia de arquitectura que incluye una amplia variedad de estilos.

Estados Unidos es un país relativamente joven, y los nativos americanos no crearon edificios que puedan compararse con el tamaño de los tallados en México y en Perú. Por esta razón, la temática primordial de la arquitectura estadounidense es la modernidad: los rascacielos del siglo XX son el principal símbolo de esta modernidad.

La arquitectura en el país varía según las regiones y ha sido moldeada a partir de varios países, además de Inglaterra. Por lo tanto, puede decirse que es ecléctica.

• **Escultura**

La historia de la escultura en los Estados Unidos refleja la fundación del país en el siglo XVIII, mezclando los valores civiles de la República de Roma y el Cristianismo Protestante. Cabe destacar entre sus esculturas más famosas la Estatua de la Libertad, regalo de Francia, convertido en el gran emblema de los Estados Unidos.

• **Historieta**

El cómic estadounidense constituye una de las tres grandes tradiciones historietísticas a nivel global, junto con el franco-belga y el japonés. Siendo la primera en generar una verdadera industria y en adoptar de forma consistente el globo de diálogo, lideró la producción mundial

durante toda la primera mitad del siglo XX, con tiras de prensa como Flash Gordon, KrazyKat, Li'l Abner, Little Nemo in Slumberland, El Príncipe Valiente, Popeye o Terry y los piratas y la invención del comicbook.

La venta de historietas comenzó a caer luego de la Segunda Guerra Mundial, cuando el medio sufrió los efectos de la autocensura encarnada en el Comics Code y la competencia de la televisión y los libros de bolsillo de impresión masiva. Durante la década de 1960, aumentó el número de lectores de comic-book, incluyendo estudiantes universitarios que gustaban de los nuevos "superhéroes con problemas" creados por Stan Lce en Marvel Comics y del comic underground de autores como Robert Crumb.

A finales de la década de los 70, se desarrolla el mercado de venta directa, que permite que Peter Bagge o Chris Ware presenten una alternativa a los géneros y formatos predominantes.

• Bailes y Trajes Típicos

Existe una gran variedad de bailes en los Estados Unidos, ya que es la cuna del Lindy Hop y su derivado, el Rock and Roll. También se caracteriza por el square dance (asociado con Estados Unidos debido a su desarrollo histórico en dicho país) y es uno de los principales centros mundiales de baile moderno. Existe una variedad de bailes de salón y de conciertos que han derivado de los nativos americanos.

Con respecto a los trajes típicos se puede mencionar la utilizada por los primeros pobladores, los colonos. El más significativo es el de cowboy, que consiste en los clásicos pantalones de vaqueros que identifican al cowboy; también recibe el nombre de "denim". Inicialmente, este atuendo era confeccionado para mineros, pero la moda se expandió como plaga por todas las regiones de la antigua América. La mayor ventaja de los pantalones de vaquero era la durabilidad y la buena calidad de estos. Especial mención merecen las camisas y blusas de manga larga y con botones hasta el cuello, clásica vestimenta cuyas piezas más representativas son aquellas que llevan cuadros; algunas llevan aplicaciones de cuero sobre los hombros.

Completan el atuendo, los sombreros, uno de los accesorios más importantes para todo vaquero. Un buen sombrero significaba mucho; el símbolo del macho minimizado en su ala ancha y el estilo particular de quien lo usaba. También están las infaltables botas, con espuelas a los costados y punta de metal, que llegan hasta las rodillas y complementan a la perfección con el sombrero.

• **Televisión**

La televisión es uno de los medios más masivos de los Estados Unidos. Un 99% de la población posee como mínimo un televisor en su hogar, y la mayoría tiene más de uno. La televisión en Estados Unidos surgió aproximadamente hacia los años 1930 y fue y es uno de los máximos exponentes de la televisión mundial. Es importante mencionar que la mayor parte de la programación televisiva global importa sus productos desde esta fuente, por lo que se considera a los Estados Unidos la potencia número uno del discurso televisivo.

• **Teatro**

El teatro en Estados Unidos está basado en la tradición del lejano oeste, tomada de las actuaciones de Europa, especialmente de Inglaterra. Hoy en día está relacionado con la literatura, las películas, la televisión y la música estadounidense, y es muy común que una misma historia sea representada en todas las formas antedichas. Las regiones con una amplia gama musical han desarrollado también academias de teatro y comedia. El teatro musical es posiblemente su forma más popular; la calle Broadway en la ciudad de Nueva York es considerada, por lo general, el centro del teatro comercial estadounidense, a través de sus formas artísticas imitadas a lo largo del país. Otra ciudad particular es Chicago, la cual posee la escena teatral más diversa y dinámica de Estados Unidos. El teatro regional en el país son compañías teatrales profesionales fuera de la ciudad de Nueva York que producen sus propias temporadas. También existe el teatro comunitario y el de vitrina. Incluso las comunidades rurales en ocasiones sorprenden a las audiencias con producciones extravagantes.

• **Gastronomía**

La gastronomía de estados unidos es muy popular a nivel mundial. Y muchos países han adoptado su comida. Entre sus comidas típicas tenemos:

- El jugo de naranja y la leche son consumidos durante el desayuno.
- El pescado fresco y el marisco son abundantes en las costas.
- El trigo es el principal grano de cereal.
- La carne de cerdo y las barbacoas, las papas fritas y las galletitas con chispas de chocolate son marcas características de la comida estadounidense.
- Las bebidas sin alcohol también son muy populares; las azucaradas proveen un 9 % de

las calorías que se consumen al día.

- Los estadounidenses suelen beber café o té; más de la mitad de la población adulta bebe al menos una taza al día.
- Los platos más representativos son el pastel de manzana, el pollo frito, las hamburguesas y los hotdogs.
- Utiliza ingredientes tales como el pavo, el venado, el ciervo, las papas, las batatas, el maíz y el jarabe de Maple.
- Además de las papas fritas, los platos mexicanos como los burritos, los tacos y las pastas italianas han sido incorporadas al mercado.

• **Moda**

Además del negocio y las distintas empresas textiles, la moda en los Estados Unidos es ecléctica y predominantemente informal. Los jeans se popularizaron como prendas de trabajo en la década de 1850 por el comerciante Levi Strauss, un inmigrante alemán de San Francisco, y fueron adoptados por varios adolescentes estadounidenses un siglo más tarde. Actualmente son una prenda utilizada en todos los continentes por individuos de todas las edades y todas las clases sociales. Junto con la moda informal en general, los jeans son la principal contribución de la cultura estadounidense a la moda mundial. El país también es el hogar de los creadores de varias empresas textiles, tales como Ralph Lauren y Calvin Klein. Empresas tales como Abercrombie&Fitch, American Eagle, Hollister, Nike, Converse, Vans y Eck6 son consideradas los nichos del mercado.

• **Deporte**

El béisbol es uno de los deportes favoritos en Estados Unidos.

El fútbol americano, básquetbol, béisbol y hockey son muy populares en los Estados Unidos. Ver el deporte por televisión es muy común también. En la mayoría de las escuelas secundarias hay equipos de fútbol americano, básquetbol, natación, atletismo, béisbol, fútbol y tenis. A muchos norteamericanos les gusta el deporte, y el Súper Tazón es uno de los acontecimientos más vistos en la televisión.

• **Religión.**

Las creencias religiosas de los Estados Unidos son diferentes a la mayoría de los países de

América, donde el catolicismo era la base de la religión. La historia estadounidense, en materia de religión, estuvo basada en que el país era la esperanza de los creyentes cristianos del viejo mundo, que eran considerados como disidente y herejes por tener una doctrina diferente a la fe católica

La declaración de la constitución garantiza que no se violenta la conciencia. Asegura que el congreso no dictara leyes para imponer una religión. Reconoce que el deber del hombre para con Dios es superior y que nadie puede ejercer autoridad la conciencia. (Congrecional documents E.U.A. serie #200, documento #271). Es por esto que estados unidos la religión católica no es la más popular. La religión protestante representa el 51,3%. Los evangélicos blancos representan la cohorte religiosa más grande. El catolicismo 23,9%. Y las religiones no cristianas como, el judaísmo (1,7%), el budismo (0,7%), el Islam (0,6%), el hinduismo (0,4%) y el unitarismo universalista (0,3%). Mientras que el 16,1% se considera agnósticos, ateos o de ninguna religión.

Las tradiciones del país, en lo que se refiere a religión, no es igual que en otros países donde el catolicismo tiene la supremacía. En la nación se celebran solo dos fiestas religiosa considerada por el estado: El día de acción de gracias y la navidad, donde lo más importante es la unión familiar.

3.2.3. Análisis Económico de Estados Unidos.

• PIB:

El producto interior bruto, producto interno bruto (PIB) o producto bruto interno (PBI) es la principal macro magnitud existente que mide el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período de tiempo (normalmente un año). El PIB es usado como una medida del bienestar material de una sociedad.

El PIB incide en el comercio exterior de gran manera, ya que, permite analizar la economía del país con el fin de conocer si genera más o menos riqueza cada año, así mismo, se considera que la utilidad del PIB también es que puede generar empleo a partir de un crecimiento del 2%.

Hablando específicamente del Producto Interno Bruto de los Estados Unidos de América. Cabe recalcar que, en el primer trimestre de 2014 se situó en el 1,8%, tras el 0,4%, del cuarto trimestre de 2013. Este dato refleja las contribuciones positivas del consumo privado, la inversión privada

en existencias y la inversión fija residencial como no residencial. Este efectos e compensó parcialmente por las contribuciones negativas del gasto público federal, estatal y local y de las exportaciones. Esta estimación presenta una diferencia de 0,6 puntos menos que la anterior, debido a cambios en las estimaciones del consumo privado y las exportaciones.

En su conjunto, el PIB creció en 2014 un 2,2%, aunque el perfil fue volátil debido sobre todo a las aportaciones del sector público y de la variación de existencias: tras crecer un 2% en el primer trimestre, en el segundo trimestre la tasa de crecimiento del PIB se quedó en el 1,3%, en el tercer trimestre se elevó al 3,1 %, mientras que en el cuarto ha aumentado sólo un 0,4%.

El consumo privado aumentó en el primer trimestre de 2014 un 2,6%, en contraste con el 1,8% del trimestre anterior. La inversión privada total creció un 7,4% tras el crecimiento del 1,3% del cuarto trimestre, pero descontando la inversión en existencias, la inversión en capital fijo progresó un 3% (frente al 14% en el cuarto trimestre). La inversión privada no residencial creció un 0,4%, frente al 13,2% del trimestre anterior. Se recoge un ascenso del 4,1 % en bienes de equipo y software y un descenso del 8,3% en infraestructuras, frente a los aumentos del 11,8% y del 16,7%, respectivamente, en el trimestre anterior. Por su parte, la inversión residencial registró un aumento del 14%, tras el importante aumento (17,6%) en el trimestre anterior.

Los gastos de consumo y de inversión bruta públicos experimentaron un decrecimiento del 4,8% en el primer trimestre, siguiendo la tendencia negativa del trimestre anterior (-7%). El gasto federal disminuyó un 8,7% en el primer trimestre (12% de reducción en los gastos de defensa). Las exportaciones descendieron un 1,1 % tras el descenso del 2,8% en el trimestre anterior (era el primer dato negativo de las exportaciones desde el primer trimestre de 2013). Las importaciones, por su parte, se redujeron un 0,4%, tras el descenso del 4,2% en el trimestre anterior.

Si se analiza la aportación de cada uno de los componentes del PIB, observamos que el consumo privado aportó 1,83 puntos al crecimiento, frente a los 1,28 puntos que aportó en el cuarto trimestre. Por su parte, la inversión privada en capital fijo aportó 0,39 puntos, mientras que la inversión en existencias aportó 0,57 puntos, siendo la aportación de la inversión total de 0,96 puntos, frente a 0,17 puntos en el trimestre anterior. Las exportaciones restaron 0,15 puntos, tras restar 0,40 puntos al crecimiento del PIB en el trimestre anterior. La evolución de las importaciones sumó 0,06 puntos al crecimiento de PIB, tras sumar 0,73 puntos en el trimestre anterior. Por último, la evolución de las compras e inversión públicas restó 0,93 puntos al

crecimiento del PIB.

• Precios

En el contexto del inicio de la crisis económica, la inflación mantuvo una tendencia alcista hasta alcanzar un máximo en julio de 2008, con una tasa interanual del 5,5%. A partir de ese momento, el descenso continuado de los precios de la energía (más de un 20% en 2008) y especialmente del petróleo, llevó al índice a perder más de 5 puntos en sólo seis meses, hasta situarse en el 0% en diciembre de 2008. Tras esto, los precios empezaron a descender, manteniéndose la deflación hasta octubre de 2009, con una caída máxima del 2% registrada en julio. Esto se explica por la caída de los precios de la energía, ya que la inflación subyacente se mantuvo en tasas positivas. A partir de julio de 2009 la deflación se fue moderando hasta alcanzar valores positivos en noviembre, con una inflación del 1,9% en tasa interanual y subiendo hasta el 2,8% en diciembre. En los cinco primeros meses de 2010 la inflación se situó ligeramente por encima del 2%. A partir de ese momento, durante el resto del año 2010, la tasa de inflación fue muy moderada, situándose en torno al 1,2%. Ya en 2011 volvió a aumentar hasta alcanzar un máximo de 3,6% en octubre.

En noviembre y diciembre la inflación general experimentó una ligera moderación y se cerró el año 2011 con una tasa interanual del 3%. A principios de 2014 la tasa de inflación se moderó nuevamente y desde el 2,9% de enero ha bajado al 1,7% en diciembre, cinco décimas menos que en octubre.

La inflación subyacente alcanzó un máximo de 2,5% en julio de 2008 y desde ese momento empezó a moderarse, situándose entre el 1,5% y el 2% a lo largo de 2009 y mostrando signos de estabilidad. Durante 2010 fue reduciéndose mes a mes y, desde el 1,5% de enero, cerró el año con una tasa del 0,6% en diciembre. En 2011 se acelera el crecimiento de la inflación subyacente y desde el 0,9% de enero fue aumentando hasta alcanzar un 2,2% en diciembre. En los primeros meses de 2014 se ha mantenido constante en un 2,3%, alcanzó el mínimo anual de 1,7% en agosto, y terminó el año con un 1,9% en diciembre.

Durante el mes de mayo del 2014 el índice de precios al consumo aumentó un 0,1% respecto al mes anterior. La variación interanual del IPC se sitúa en el 1,4%, tres décimas más que en abril. La inflación subyacente, la inflación excluyendo los precios de los alimentos y la energía, aumentó un 0,2% en mayo y se sitúa, en términos interanuales, en un 1,7%, igual que el mes

pasado.

El índice de precios de la energía ha aumentado un 0,4% en mayo. La tasa de variación interanual se sitúa en el -1 % frente al -4,3% registrado el mes anterior. Por su parte, el índice de gasolinas no ha variado en mayo, y deja la tasa interanual en un -4,1 %.

Respecto al precio de la vivienda, definido por el índice S&P/Case Shiller 20-City Compositeno desestacionalizado, se ha mantenido relativamente estable desde febrero de 2009, después de haber caído de manera continuada desde julio de 2006.

Sin embargo, desde octubre de 2010, el índice ha ido disminuyendo. En el primer trimestre de 2011 este índice disminuyó un 4,2%, tras la caída de! 3,6% en el cuarto trimestre de 2010. Tras subidas continuadas en los cinco meses siguientes, de abril a agosto, en septiembre de 2011 los precios volvieron a descender un 0,6% respecto a agosto y un 3,6% respecto al mes de septiembre de 2010. En octubre se registró un descenso del 1,2% con respecto a septiembre y en noviembre se alcanzó el tercer mes consecutivo de descenso en los precios, y el índice registró una caída del 1,3% intermensual, lo que supone una disminución del 3,7 % respecto a noviembre del 2010. El índice registró en abril de 2013 la primera subida de precios, en términos intermensuales, tras siete meses consecutivos de descenso en los precios. El índice aumentó en los cinco meses siguientes, y registró una ligera caída del 0,1 % en octubre. La subida interanual de 2014 es del 6,8%.

• Población activa y mercado de trabajo. Desempleo

La tasa de actividad es alta en los EE.UU. (63,6% %, diciembre de 2014) aunque ha decrecido ligeramente en los últimos meses y más alta para los hombres (72,9%) que para la mujeres (59,3%). La población activa asciende a 155,51 millones de personas, de las que el 45,05% son mujeres.

La mayor parte del empleo se concentra en los servicios (en tomo al 70%). Entre estos destaca el comercio (15,3% de los empleados) y los servicios profesionales y empresas (13,5%), los servicios sanitarios y de asistencia social (12,8%) y el ocio y la restauración (10,3%). El empleo público supone el 16,3% del empleo total, siendo la mayor parte de éste a nivel estatal y local ya que el empleo del Gobierno Federal sólo supone el 2,08%.

El sector secundario aglutina el 13,7% del empleo, desglosándose en un 0,6% en la minería, un

4,15% en la construcción y un 8,9% en la industria manufacturera.

La agricultura, ganadería, silvicultura y pesca tan sólo representa el 1,5% del empleo total.

La tasa de desempleo media durante 2011 fue del 8,9%, lo que equivale a 13,7 millones de parados. Después de registrarse una tasa de desempleo de 4,6% en 2007, y del 5,8% en 2008, el número de desempleados aumentó a gran velocidad hasta situarse en una tasa del 9,3% en 2009 y un 9,6 en 2010. A lo largo de 2011, la tasa se ha situado en torno al 9%, empezando a descender en octubre (8,9%) alcanzando el nivel más bajo en diciembre de 2012, con un 7,7%. La tasa de desempleo media de 2014 fue del 8,2%.

El promedio mensual de empleos creados en 2014 se situó en 181.000, 28.000 más que la media de 2011. En los últimos doce meses la media se eleva también a 182.000 empleos mensuales y se está reduciendo el desempleo de larga duración (un millón de personas en los últimos doce meses).

Por segmentos, según los últimos datos de marzo de 2014, el paro presenta tasas mayores en la población de raza negra (13,3%) y en los jóvenes menores de 19 años (24,2%). La tasa de desempleo de los hispanos (9,2%) es más cercana a la de los blancos (6,7%). Por sexos, la tasa de desempleo es muy similar entre hombres (6,9%) y mujeres (7%).

• **Cuentas Públicas**

En el año fiscal 2014 (octubre a septiembre) el Gobierno Federal ha incurrido en un déficit presupuestario de 1,089 billones de dólares, un 10,21 % inferior al del 2011.

Como porcentaje del PIB, el déficit ha bajado del 8,7% en 2011 al 7% en 2012 (año fiscal). Afectos de comparación con otros países, el dato de déficit del año natural 2011 fue de 10,1 % del PIB y del 8,5% en 2012. En el año fiscal 2014, se ha acelerado el ritmo de reducción del déficit, gracias a los efectos de las medidas impositivas sobre los ingresos y a un crecimiento algo más moderado de los gastos.

• **Política fiscal y presupuestaria**

La llegada de Bush al poder supuso un cambio de tendencia en la evolución de las cuentas públicas, pasándose en un año de un superávit de 128 millardos de dólares en 2001, equivalentes al 1,3% del PIB, a un déficit de 158 millardos (1,5% del PIB).

Esta cifras se fueron incrementando, hasta que en 2004 se alcanzó un exceso de gasto de 413.000 millones (3,6% del PIB). A partir de entonces, la situación se fue corrigiendo. En 2005, la cifra se situó en el 3.2% del PIB, en 2006 en el 1.9% y en 2007 en el 1,2%.

Para el año fiscal 2008, Congressional Budget Office(CBO) presentó un déficit de 454,8 millardos de dólares, 276 millardos más que el año anterior, incrementado en gran medida por las medidas de estímulo para amortiguar los efectos de la crisis.

Este déficit supuso el 3,2% del PIB, que casi triplicó el 1,2% de 2007. En el año fiscal 2009, el déficit fue de 1,4 billones de dólares, el 10% del PIB. Los ingresos cayeron en más de un 17% debido principalmente al descenso en la recaudación del impuesto de sociedades (un 54%) y los gastos se incrementaron en un 18%. La mayor parte de este incremento procede de los fondos del Troubled Asset Relief Program (T ARP) y de los sistemas de cobertura médica Medicare y Medicaid. Los gastos en defensa ascendieron un 7,1 %.

La CBO declaró un déficit del gobierno federal para el año fiscal 2010 (desde octubre 2009 a septiembre 2010), de 1,3 billones de dólares, 122 millardos inferior al alcanzado en el año anterior. Este déficit supone el 8,9% del PIB.

Durante el año fiscal 2011 (desde octubre de 2010 a septiembre de 2011) el Gobierno Federal incurrió en un déficit presupuestario de 1,29 billones de dólares, casi la misma cantidad que la registrada en el año 2010. Sin embargo en términos relativos supone una reducción y se sitúa en el 8,7% del PIB, debido al mayor crecimiento registrado.

En el año fiscal 2012 (desde octubre de 2011 hasta septiembre de 2012), el déficit presupuestario ascendió a 1,089 billones de dólares, un 10,21% menos que en el año fiscal 2011. La CBO estima esa cifra en 1,1 billones de dólares. Como porcentaje del PIB, el déficit ha bajado del 8,7% al 7% en el año fiscal 2014.

Según el Tesoro estadounidense, la deuda del gobierno federal en manos del público 2 de enero de 2014 asciende 11.577,11 millardos de dólares. El volumen de deuda total emitida se sitúa en los 16.432,7 millardos de dólares. El cuarto trimestre de 2012 se cerró con un volumen de deuda en manos del público del 73,8% del PIE y la deuda total emitida es el 104,7%.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

- Establecer la factibilidad de exportación de artesanías en totora al mercado de New York EEUU.
- Conocer la demanda real en el mercado.
- Analizar el ámbito legal, tanto de la normativa nacional, como de la internacional tomando en cuenta requisitos, restricciones, impuestos y procesos a seguir dentro y fuera del país además de la logística que esto implica.
- Establecer la viabilidad económica y financiera del proyecto.

4.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.2.1. Exportaciones del ecuador

Del sondeo efectuado a través de los informes estadísticos proporcionados por el Banco Central del Ecuador-BCE y del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, se rescató la siguiente información.

La partida arancelaria utilizada para las artesanías es la 0208.90.00.00, pero hay que tomar en cuenta que la posición arancelaria, es una partida residual al no constar en la

nomenclatura arancelaria con el nombre específico, esto genera que dentro de esta partida arancelaria se encuentran también otros productos similares, lo que da lugar a que no exista un dato real a nivel estadístico que determine el monto de exportaciones efectivas de artesanías en totoras.

Los registros de exportaciones se expresan en la siguiente tabla:

TABLA N° 2
TOTAL DE EXPORTACIONES DE ECUADOR P.A. 0208900000

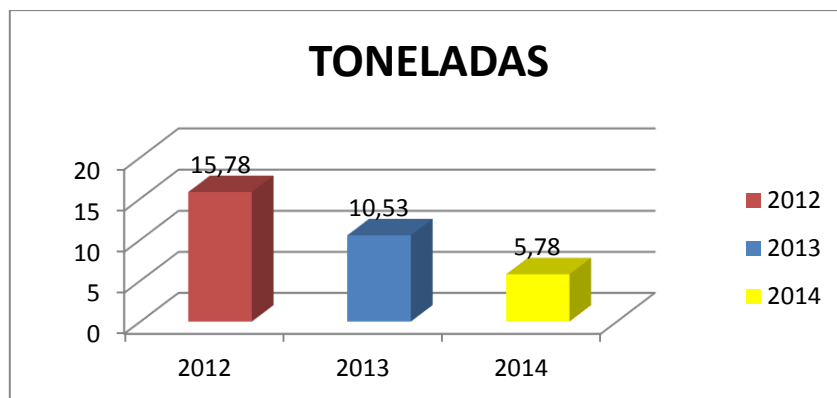
AÑO	PARTIDA ARANCELARIA	TONELADAS	FOB - DÓLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
2012	208900000	15,78	33.870	100
2013	208900000	10,53	25.890	100
2014	208900000	5,78	25.320	100
TOTAL		32,09		

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: la Autora

Analizando las cifras en peso – toneladas de la exportación de artesanías podemos notar que el total por año es el siguiente:

GRAFICO N° 2
TOTAL DE EXPORTACIONES POR AÑO



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La Autora

4.2.2. Estudio de la oferta

La oferta se define como “la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total”. (Vélez, 2004)

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por los consumidores.

4.2.2.1. Producción de artesanías en Ecuador (Censo Nacional, 2008)

La producción de artesanías en el Ecuador va en aumento y es considerable la variación en cantidad con respecto al tiempo. Según datos de PRODEPINE (Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Afroecuatorianos) la producción mensual de artesanías a nivel nacional en el año 2008 fue de 43.233 kilos y para el año 2014 el Ministerio de Cultura determinó una producción mensual de 100.000 kilos, como podemos observar en aumento de la producción es bastante notorio.

TABLA N° 3

PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS EN EL ECUADOR

PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS EN EL ECUADOR

ARTESANIAS		TAMAÑO DE LA PRODEPINE				
TOTAL		MENOS DE 1 HA	DE 1Ha MENOS DE 2Ha	DE 2Ha MENOS DE 3Ha	DE 3Ha MENOS DE 5Ha	DE 5Ha MENOS DE 10Ha
PRODEPINE	337.423	123.163	58.922	36.111	37.312	34.949
NUMERO	5,067.049	1,731.083	868.093	600.473	554.875	523.484

Fuente: PRODEPINE

Elaborado por: La Autora

El Ecuador tiene capacidad de producción para ofertar tanto a nivel interno como externamente.

El número de artesanos por provincia es relevante y está en crecimiento frente a una demanda creciente del producto.

4.2.3. Estudio de la demanda

La demanda “es el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas.”(Vélez, 2004)

La demanda de la empresa se relaciona a las ventas que esta puede realizar, de igual manera se hace un análisis de la demanda, específicamente a nivel internacional, en donde se establece por segmentos los principales consumidores potenciales; se aplican métodos de proyección en unidades de producto. Con estos dos análisis de la demanda se procede a establecer la demanda potencial insatisfecha del producto, precio proyectado y sus posibles estrategias de inducción al mercado.

4.2.3.1. Demanda potencial

El mercado potencial al que dirigiremos nuestro producto es a la población ecuatoriana en New York.

- a) Análisis de Consumidores y Mercado Destino

Para obtener datos del consumo de artesanías en New York de los residentes ecuatorianos, se procedió a realizar una encuesta en Ecuador asumiendo que los compatriotas residentes en New York tienen las mismas costumbres creencias y tradiciones, en consideración de la muestra calculada en la presente investigación: (44)

b) Resultado de la Encuesta:

TABLA N° 4

¿En qué Región vive Usted?

REGIONES	TOTAL	%
Costa	7	15%
Sierra	25	57%
Oriente	12	28%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por: La Autora

GRAFICO N° 3

Región en la que viven las personas



Elaborado por: La Autora

Análisis: De las personas encuestadas el 57% pertenecen a la región sierra, el 28% concierne a la región oriente y el 15% correspondiente a la región costa.

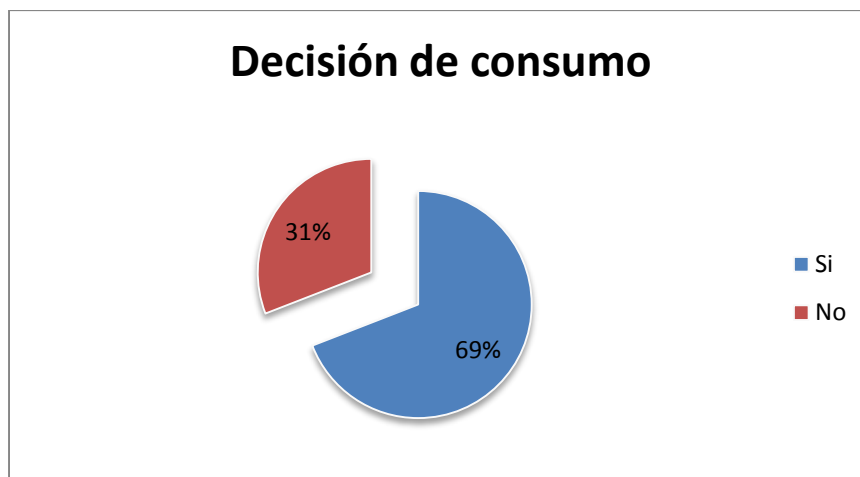
TABLA N° 5

¿Compra Usted artesanías?

COMPRA DE ARTESANIAS	TOTAL	%
Si	14	31%
No	30	69%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por: La Autora

GRAFICO N° 4 Decisión de consumo



Elaborado por: La Autora

Análisis: De los datos recolectados tenemos que el 69% de las personas si compran artesanías, a diferencia del 31% que no tienen el hábito.

TABLA N° 6

¿Con qué frecuencia compra artesanías?

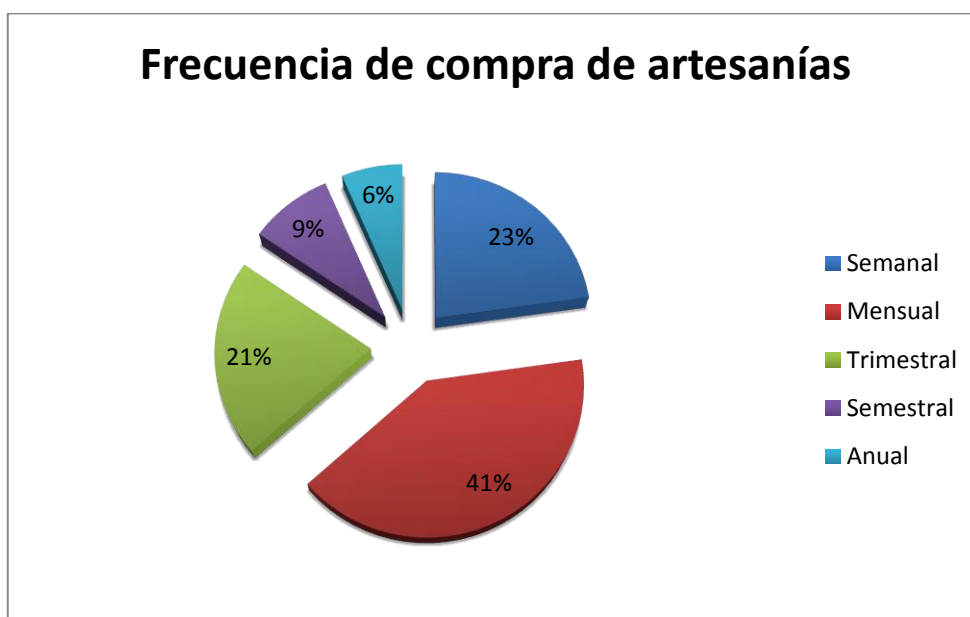
FRECUENCIA DE COMPRA DE ARTESANIAS	TOTAL	%
Semanal	10	23%
Mensual	18	41%
Trimestral	9	21%
Semestral	4	9%

Anual	3	7%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por: La Autora

GRAFICO N° 5

Frecuencia de compra de artesanías



Elaborado por: La Autora

Análisis: De la investigación realizada un 23% compran artesanías semanalmente, mensualmente un 41%, trimestralmente el 21%, semestral un 9%, y anual 6%.

TABLA N° 7

¿Qué cantidad en unidades de artesanías compra usted en el año?

UNIDADES DE COMPRA DE ARTESANÍAS	TOTAL	%
Una unidad	34	78%
Dos unidades	4	8%
Tres unidades	3	7%

Más de cuatro unidades	3	7%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por: La Autora

GRAFICO N° 6

Unidades de compra de artesanías al año



Elaborado por: La Autora

Análisis: El 78% de los encuestados compran un promedio de una unidad de artesanías al año, el 8% consume dos unidades, el 7% consume tres unidades y el otro 7% más de cuatro unidades de artesanías.

TABLA N° 8

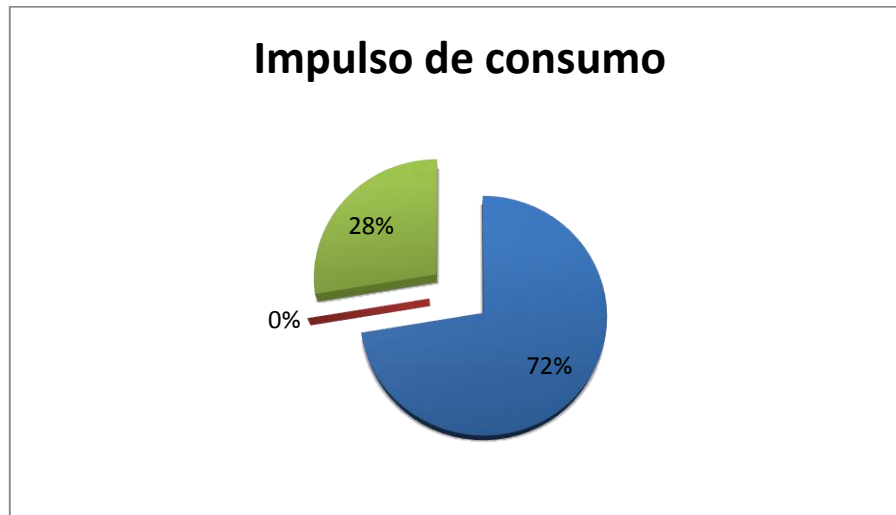
¿Qué le impulsa a comprar artesanías?

RAZONES DE ADQUISICIÓN	TOTAL	%
Cultura	32	72%
Belleza	0	0%
Tradición	12	28%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por: La Autora

GRAFICO N° 7

Impulso de consumo



Elaborado por: La Autora

Análisis: Se observa que un 72% de las persona encuestadas prefieren comprar artesanías por cultura, y un 28% lo prefiere por tradición.

c) Conclusión de las encuestas:

- Podemos observar que al 69% de personas si les atraen las artesanías, situación que para nuestro mercado objetivo es muy bueno, ya que tiene las mismas características del mercado local.
- Es necesario considerar que la demanda actual no variará mucho de la demanda futura, pues se ha determinado que el incremento de la tasa migratoria a New York no se da en la actualidad en los niveles que anteriormente se daba, esto debido a los requerimientos, barreras y la crisis económica que actualmente sufre el país.
- Según cifras del Observatorio Permanente de la Inmigración, en la ciudad Barcelona vive la mayor cantidad de latinos y ecuatorianos.

- Ecuatorianos Residentes en New York por edades.
- La estadística de residentes muestra un absoluto predominio de inmigrantes en plena edad laboral: el 67% tiene entre 25 y 44 años y un 8% entre 45 y 64 años.
- Los menores de edad son, desde el punto de vista civil (mayoría de edad legal, 18 años), el 8,2% de todos los residentes, y los menores desde el punto de vista laboral (hasta 16 años), algo menos del 7%.
- Esta estructura de edades es característica de los flujos migratorios en su primera etapa, en la que predominan las personas en edad laboral, prácticamente no existen ancianos y es aún incipiente la presencia de niños y niñas. (SENAMI,2014)

TABLA N° 9

Provincia de origen de los ecuatorianos residentes en New York

Provincia	Muestra A (1)	Muestra B (2)	TOTAL A+B	%	Estimación (3)
El Oro	5	12	17	6,4	8.019
Guayas	3	22	25	9,4	11.792
Los Ríos	3	3	6	2,3	2.830
Manabi	2	8	10	3,8	4.717
Esmeraldas	1	0	1	0,4	472
COSTA	14	45	59	22,3	27.830
Cañar	22	3	25	9,4	11.792
Loja	16	25	41	15,5	19.340
Azuay	12	3	15	5,7	7.075
Pichincha	8	75	83	31,3	39.151
Chimborazo	1	11	12	4,5	5.660
Bolivar	1	0	1	0,4	472
Cotopaxi	1	1	2	0,8	943
Imbadura	0	6	6	2,3	2.830
Tungurahua	0	11	11	4,2	5.189
SIERRA	61	135	196	74,0	92.453
Morona	7	0	7	2,6	3.302
Zamora	0	3	3	1,1	1.415
ORIENTE	7	3	10	3,8	4.717
TOTAL	82	183	265	100,0	125.000

Fuente: SENAMI

Elaborado por: La Autora

Casi un tercio de los ecuatorianos residentes en EEUU procede de la provincia de Pichincha, según la estimación efectuada. En la encuesta de IOÉ, su principal lugar de asentamiento es New York y atendiendo al municipio de origen en la provincia de Pichincha, proceden de Quito el 80% y de otras localidades el 20%.

El 75% de los inmigrantes de Pichincha ha viajado a New York entre 2000 al 2010.

4.2.3.2. Demanda per cápita

Un estudio revela que cada ecuatoriano consume al año 2 unidades de artesanías. Basándonos en este estudio y tomando en cuenta que el total de ecuatorianos que viven en Estados Unidos es 700.000 y el 9.5% de estos residen en New York, es decir 66.500 ecuatorianos por los que se necesitan 133000 unidades de artesanías al año, con lo que se observa que la demanda de este producto en el destino escogido es una realidad, claro son cifras macro, pues no toda la población gusta de este producto y lastimosamente no existe una oferta suficiente para cubrir esta demanda.

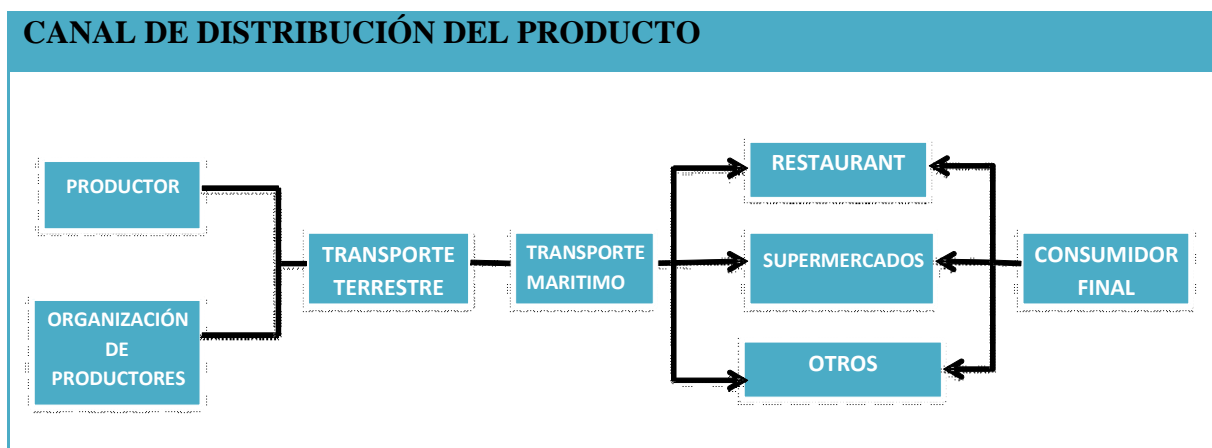
Conclusión

Después de haber realizado el análisis, hemos determinado que nuestra demanda está en de los Ecuatorianos residentes en New York que corresponde al 9.5% de la población total en ese país, de los cuales de acuerdo a la encuesta realizada por la autora el 69% compran periódicamente artesanías; es decir que del total de habitantes ecuatorianos residentes en New York, 45885 serán nuestros clientes potenciales.

4.3. CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El canal que se utilizará para la comercialización de artesanías será el indirecto, esto se hace con la finalidad de que el producto llegue con en mejores condiciones y calidad sanitaria adecuada, a la mayoría de pobladores ecuatorianos en New York.

GRAFICO N° 8
CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO



Elaborado por: La Autora

4.4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.4.1. Costos e inversiones

Distinguir claramente entre la situación financiera de un negocio y su situación económica resulta fundamental, ya que de ello depende el enfoque a seguir en cuanto a planes comerciales, programas de inversión y estructuración de pasivos.

4.4.1.1. Costos

La determinación de los costos surgen como consecuencia lógica del estudio técnico, puesto que este estudio permite estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios es decir se calcula la cantidad de recursos monetarios que exige la exportación de un embarque de 4500 KG. Por mes.

4.4.1.1. Costos y gastos de un plan

En el plan se distingue las cuatro funciones básicas:

Costos de producción los mismos que hacen a:

TABLA N° 10
COSTOS DE PRODUCCIÓN

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN				
Costos Directos				
Artesanías	4500,00	Unidad	7,00	31500,00
Lazos	4500,00	Unidad	1,00	4500,00
Costos Indirectos				
Fundas	4500,00	Unidad	0,07	328,50
Cartones Corrugados	450,00	Unidad	0,75	337,50
Cinta de Embalaje	3,00	Unidad	5,00	15,00
Cinta de Empaque	3,00	Unidad	3,00	9,00
Electricidad	250,00	KW	0,10	25,00
Mantenimientos de la Planta	1,00	Unidad	0,00	0,00
Gorras Desechables	100,00	Unidad	0,05	5,00
Mascarillas	10,00	Unidad	0,12	12,00
Mandiles	10,00	Unidad	4,00	40,00
Guantes de Caucho	10,00	Pares	1,20	12,00
Mano de obra				
Mano de obra	3,00	Obreros	474,33	1422,99
Ing. Producción	1,00	profesional	824,57	824,57
TOTAL PRODUCCIÓN				39031,56

Fuente: Presupuesto costos y gastos

Elaborado: Por la Autora

4.4.1.2. Costos de administración

Aquellos que se incurren en la administración y son: Sueldos y salarios del gerente, secretaria, contadores, útiles de oficina, utilería, servicios básicos, del proyecto y estos son:

TABLA N° 11
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Sueldos y Salarios	1,00	Unidad	1622,47	1622,47
Útiles de Aseo	1,00	Unidad	20,00	20,00
Papelería	1,00	Unidad	10,00	10,00
Servicios Básicos	1,00	Unidad	45,00	45,00
TOTAL				1697,47

Fuente: Presupuesto costos y gastos

Elaborado por: La Autora

4.4.1.3. Costos de ventas y Exportación.

Aquellos gastos en que incurre el plan para vender su producción y son: entre los que tenemos Sueldos y salarios, útiles de aseo, papelería, transporte, exportación, entre otros que hacienden:

TABLA N° 12
COSTOS DE VENTA Y EXPORTACIÓN

3. COSTOS DE VENTA				
Alquiler de transporte	1,00	Unidad	1125,00	1125,00
4. COSTOS DE EXPORTACIÓN				
Gastos de Exportación				
impuestos IVA 12%	1,00	Unidad	3013,20	3013,20
Impuesto Arancel	1,00	Unidad	2410,56	2410,56
Seguro	1,00	Unidad	405,00	405,00
Transporte Interno	1,00	Unidad	1125,00	1125,00
Almacenamiento temporal	1,00	Unidad	225,00	225,00
Total Ventas				8303,76

Fuente: Presupuesto costos y gastos

Elaborado por: La Autora

4.4.1.4. Costo total

TABLA N° 13
COSTOS TOTAL (POR UNIDADES)

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN				
Costos Directos				
Artesanías	4500,00	Unidades	7,00	31500,00
Lazos	4500,00	Unidades	1,00	4500,00
Costos Indirectos				
Fundas	4500,00	Unidad	0,07	328,50
Cartones Corrugados	450,00	Unidad	0,75	337,50
Cinta de Embalaje	3,00	Unidad	5,00	15,00
Cinta de Empaque	3,00	Unidad	3,00	9,00
Electricidad	250,00	Kw	0,10	25,00
Mantenimientos de la Planta	1,00	Unidad	0,00	0,00
Gorras Desechables	100,00	Unidad	0,05	5,00
Mascarillas	10,00	Unidad	0,12	12,00
Mandiles	10,00	Unidad	4,00	40,00
Guantes de Caucho	10,00	Pares	1,20	12,00
Mano de obra				
Mano de obra	3,00	Obreros	474,33	1422,99
Ing. En producción	1,00	Profesional	824,57	824,57
TOTAL PRODUCCIÓN				39031,56
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Sueldos y Salarios	1,00	Unidad	1622,47	1622,47
Útiles de Aseo	1,00	Unidad	20,00	20,00
Papelería	1,00	Unidad	10,00	10,00
Servicios Básicos	1,00	Unidad	45,00	45,00
TOTAL				1697,47
3. COSTOS DE VENTA				
Alquiler de transporte	1,00	Unidad	1125,00	1125,00
4. COSTOS DE EXPORTACIÓN				
Gastos de Exportación				
impuestos IVA 12%	1,00	Unidad	3013,20	3013,20
Impuesto Arancel	1,00	Unidad	2410,56	2410,56
Seguro 1%	1,00	Unidad	405,00	405,00
Transporte Interno	1,00	Unidad	1125,00	1125,00
Almacenamiento temporal	1,00	Unidad	225,00	225,00
Total Ventas				8303,76
COSTO TOTAL				49032,79

Fuente: Tablas de costos y gastos

Elaborado por: La Autora

Valores que serán proyectados para la vida útil del proyecto que será de cinco años como mínimo.

4.4.2. Inversiones

Para satisfacer las necesidades de la exportación de 4500 unidades de artesanías se necesita de la siguiente inversión:

4.4.2.1. Inversión fija

Es la parte de la inversión que se destina a la adquisición de todos los activos fijos que se requieren y esta es:

TABLA N° 14

RUBROS

Expresado en Dólares				
<u>RUBROS</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>UNIDAD</u>	<u>V.</u> <u>UNITARIO</u>	<u>V.</u> <u>TOTAL</u>
Obra Civil (Adecuación)				
Bodega	10	m2	80	800
Planta de Procesamiento	30	m2	350	10500
Oficina de Técnico	5	m2	80	400
Baños	2	m2	300	600
Total				12.300

Elaborado por: La Autora

TABLA N° 15
MAQUINARIA Y EQUIPO

N°	Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Tratadora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
2	Zaranda de Limpieza	2	\$ 100,00	\$ 200,00
3	Cierre Vertical de Mesa	2	\$ 400,00	\$ 800,00
4	Cortadora	2	\$ 120,00	\$ 240,00
5	Máquina de teñido de Totorá	1	\$ 600,00	\$ 600,00
6	Máquina de sección de color	1	\$ 300,00	\$ 300,00
7	Herramientas Varias (tijeras, cuchillos, entre otras)	10	\$ 20,00	\$ 200,00

Elaborado por: La Autora

4.4.2.2. Inversión intangible

Inversión diferida.- Constituye aquella parte de la inversión que se destina a la contratación de activos diferidos o intangibles y para el presente plan es de:

TABLA N° 16
INVERSIÓN INTANGIBLE

INVERSIÓN INTANGIBLE				
Estudios	1	Unidad	800	800
Gastos de Organización	1	Unidad	200	200
Gastos de Instalación	1	Unidad	300	300
Total				1300

Elaborado por: La Autora

4.4.2.3. Inversión en capital de trabajo

Es aquella parte de la inversión que debe estar disponible, para la operación normal del proyecto de exportación durante el inicio de su funcionamiento, la cual se ha estimado en un mes de costos necesarios para operar una exportación mensual y estos haciende a:

TABLA N° 18
INVERSIÓN TOTAL

INVERSIÓN FIJA	
Obra Civil (Adecuación)	
Total	12.300
Maquinaria y Equipo	
Total	12.435
<u>INVERSIÓN INTANGIBLE</u>	
Total	1.300
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	
Total	49.032,79
INVERSIÓN TOTAL	75.067,79

Elaborado por: La Autora

4.4.3. Estudio Financiero

4.4.3.1. Financiamiento

El financiamiento es totalmente por el GAD Parroquial Rural San Gerardo, cantón Guano, provincia de Chimborazo, es decir utilizará financiamiento propio para esta acción y no de terceros.

4.4.3.2. Ingresos

Los ingresos constituyen la parte más importante del proyecto, provienen de la venta del producto en el primer embarque y año y estos están en función del tamaño del proyecto, el cual se ha estimado en 4500 unidades por embarque al mes.

Los ingresos se calculan multiplicando la cantidad de productos por el precio de venta unitario

$$I = Q \times P$$

TABLA N° 32
INGRESOS

COSTO TOTAL		49.032,79
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		8,67
COSTO DE VENTA UNITARIO		10,90
COSTO DE VENTA	CVU	% DE UTILIDAD
	10,90	25%
		2,72
COSTO DE VENTA	13,62 x unidad	
VENTAS ANUALES		735.491,78

Elaborado por: La Autora

4.4.3.3. Punto de equilibrio

El equilibrio de un proyecto constituye al volumen productivo que corresponde a una situación donde no se obtiene ganancias ni se incurre en pérdidas, es decir cuando los ingresos permiten cubrir los costos.

En el presente proyecto se ha procedido a calcularlo en función de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

CFT =Costos fijos totales

CV =Costos Variables Totales

VT = ventas totales

Para poder aplicar la formula será necesario identificar los costos en fijos y variables

TABLA N ° 20
COSTOS (CLASIFICACION FIJOS Y VARIABLES)

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Costos Directos			
	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Artesanías		31500,00	
Lazos		4500,00	
Costos Indirectos			
Fundas		328,50	
Cartones Corrugados		337,50	
Cinta de Embalaje		15,00	
Cinta de Empaque		9,00	
Electricidad		25,00	
Mantenimientos de la Planta		0,00	
Gorras Desechables		5,00	
Mascarillas		12,00	
Mandiles		40,00	
Guantes de Caucho		12,00	
Mano de obra			
Mano de obra	1422,99		
Ing. En producción	824,57		
TOTAL PRODUCCIÓN			
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos y Salarios	1622,47		
Útiles de Aseo	20,00		
Papelería	10,00		
Servicios Básicos	45,00		
TOTAL			
3. COSTOS DE VENTA			
Alquiler de transporte		1125,00	
4. COSTOS DE EXPORTACIÓN			
Gastos de Exportación			
impuestos IVA 12%	3013,20		
Impuesto Arancel	2410,56		
Seguro	405,00		
Transporte Inter		1125,00	
Almacenamiento temporal	225,00		
COSTO TOTAL	9998,79	39034,00	49032,79

Elaborado por: La Autora

4.4.4. Estado de resultados

**TABLA N° 21 ESTADO DE RESULTADOS
GAD PARROQUIAL RURAL SAN GERARDO
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE**

ESTADO DE RESULTADOS			
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015			
VENTAS			735.491,78
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN			477.786,70
COSTO DIRECTO		468.378,70	
Materia Prima Directa	36.784,00		
Mano de Obra Directa	2.247,56		
COSTOS INDIRECTOS		9.408,00	
Fundas	328,50		
Cartones Corrugados	337,50		
Cinta de Embalaje	15,00		
Cinta de Empaque	9,00		
Electricidad	25,00		
Mantenimientos de la Planta	0,00		
Gorras Desechables	5,00		
Mascarillas	12,00		
Mandiles	40,00		
Guantes de Caucho	12,00		
GANANCIA BRUTA			257.705,08
(-) GASTOS OPERACIONALES			206.159,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS		20.369,60	
Sueldos y Salarios	1.622,47		
Útiles de Aseo	20,00		
Papelería	10,00		
Servicios Básicos	45,00		
GASTOS DE VENTAS		185.790,24	
Alquiler de transporte	3.013,20		
impuestos IVA 8%	2.410,56		
Impuesto Arancel 6,40%	405,00		
Seguro 1%	1.125,00		
Transporte Inter	225,00		
Almacenamiento temporal	8.303,76		
UTILIDAD OPERACIONAL			51.545,24
15% Participación trabajadores			7.731,79
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO			43.813,45
23% Impuesto a la Renta			10.077,09
UTILIDAD DEL EJERCICIO			33.736,36
RESERVAS			6.747,27
Reserva Legal		3.373,64	
Reserva Estatutaria		1.686,82	
Reserva Facultativa		1.686,82	
UTILIDAD NETA			26.989,09

Elaborado por: La Autora

4.4.5. Balance general del primer año

TABLA N° 22
BALANCE GENERAL

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015					
ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
Inventario de MPD	36.000,00	38.061,5	Préstamo	0,00	0,00
Inv. Materiales	2.061,50		Obligaciones por pagar	0,00	
ACTIVO FIJO	62.771,79		Otras Obligaciones por pagar		
Caja	49.032,79	10.996,00	PASIVO A LARGO PLAZO	0,00	115.551,41
Obra civil, Adecuación	12300,0		Préstamo Bancario a Largo Plazo	0,00	
Maquinaria, Equipo e Instalaciones	12435,0		Otros pasivos		
			Ingresos diferidos		
(-) Depreciación Acumulada Activo Fijo			PATRIMONIO		
			CAPITAL SOCIAL	75.067,79	
ACTIVO DIFERIDO	1.040,00		Aporte de los Socios	75.067,79	
Estudios	800,00		UTILIDADES		33.736,36
Gastos de Organización	200,00		Utilidad	33.736,36	
Gastos de Instalación	300,00		RESERVAS		6.747,27
(-) Amortización Acumulada	-260,00		Reserva Legal	3.373,64	
Otros Activos	13.678,10		Reserva Estatutaria	1.686,82	
Otros Activos	13.678,10		Reserva Facultativa	1.686,82	
TOTAL ACTIVOS	115.551,4		TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		115.551,4

Elaborado por: La Autora

4.4.6. Flujo de efectivo

El flujo de fondos, son las entradas y salidas de dinero en efectivo, en oposición a la utilidad contable neta (ingreso contable neto) que puede fluir hacia adentro o hacia fuera de la nueva empresa durante algún período específico.

La utilidad neta, no es un resultado que permita evaluar el proyecto, porque es un concepto contable, no de liquidez, entonces, para transformar a un Estado de Resultados en un Flujo de Efectivo, le hemos sumado a la utilidad neta, los “fondos no gastados”, que generalmente son:

TABLA N° 23 FLUJO NETO DEL EFECTIVO

GAD PARROQUIAL RURAL SAN GERARDO					
FLUJO NETO DEL EFECTIVO					
PERIODOS DEL 1 AL AÑO 5					
AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS	735.491,78	735.491,78	735.491,78	735.491,78	735.491,78
EGRESOS	683.946,54	683.946,54	683.946,54	683.946,54	683.946,54
FLUJO DE CAJA	51.545,24	51.545,24	51.545,24	51.545,24	51.545,24

Fuente: Cuadro de ingresos y gastos

Elaborado por: La Autora

4.4.7. Evaluación del proyecto

4.4.7.1. Evaluación Financiera

La evaluación financiera estudia los aspectos monetarios del proyecto de exportación y la contribución al inversionista.

La evaluación económica en cambio analiza la contribución del proyecto a la economía es su conjunto y para ello se deberá determinar la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA).

La tasa de rendimiento mínima aceptable para los inversionistas del proyecto está relacionada con la tasa de oportunidad a la cual se podrían aplicar los recursos en otras alternativas de inversión.

Para el cálculo de la TREMA se ha considerado la tasa de inflación anual prevista, más un premio por el riesgo de la inversión, así,

TREMA = Tasa de inflación + % premio al riesgo

TREMA = 2.74 % + 8 % = 11 %, la cual será la rentabilidad mínima que se exigirá al plan durante el período de evaluación (5 años).

La TREMA se constituye en la tasa de descuento a la cual se actualizará el flujo de efectivo del proyecto para efectos del cálculo del VAN.

4.4.7.2. VAN

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del plan en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

El VAN se calcula de la siguiente manera:

Se partió del resultado del FLUJO NETO DE EFECTIVO. Ese resultado se le actualiza al año CERO, utilizando una tasa de descuento se resta la inversión Inicial, ese resultado se constituye en el valor actual neto o valor presente neto, en función de la siguiente Fórmula.

VAN = - Inversión inicial + Sumatoria FNE Actualizado

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

En el caso del presente plan es:

TABLA N° 34

VAN

AÑOS	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN		INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS
0	75.067,79					75.067,79		
1		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^1$	0,90301607		664.160,89	617.614,72
2		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^2$	0,81543803		599.747,96	557.716,02
3		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^3$	0,73635365		541.582,05	503.626,53
4		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^4$	0,66493918		489.057,30	454.782,85
5		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^5$	0,60045077		441.626,60	410.676,22
	75.067,79	3.677.458,88	3.419.732,70			75.067,79	2.736.174,81	2.544.416,34
						VAN1=	116.690,68	

Elaborado por: La Autora

Al ser su resultado positivo significa que el rendimiento de la inversión es superior al requerimiento mínimo de los inversionistas. Sin embargo es necesario calcular un nuevo VAN con carácter de negativo con el ánimo de calcular posteriormente la TASA INTERNA DE RETORNO; el VAN negativo se lo calcula con un costo de oportunidad distinto y superior al TREMA.

TABLA N° 25

VAN

					Costo de oportunidad 65%		
AÑOS	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN $VA = 1/(1+i)^n$	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS
0	75.067,79				1,00000	75.067,79	
1		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^1$	0,60606		445.752,59
2		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^2$	0,36731		270.153,09
3		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^3$	0,22261		163.729,14
4		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^4$	0,13492		99.229,78
5		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^5$	0,08177		60.139,26
	596.896,00	12.870.000,00	3.906.615,50			75.067,79	1.039.003,87
						VAN2=	-2.251,61

Elaborado por: La Autora

Al ser este resultado negativo, nos indica que la Inversión no producirá el rendimiento mínimo aceptable, por lo tanto no sería recomendable su implementación, sin embargo este resultado nos facilitará el cálculo de la tasa interna de retorno la misma que se encuentra mediante aproximaciones sucesivas entre un rango positivo y negativo .

4.4.7.3. TIR

Expresa el rendimiento de la inversión en términos de tasa de interés

Cálculo de la TIR.

Existen algunas formas de calcular, una de ellas es mediante el método de aproximaciones sucesivas o tanteo, para lo cual se ha calculado un VAN +, y un VAN con valor negativo, ya que la TIR estará ubicado al interior del intervalo y se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

r_1 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_1

r_2 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_2

VAN_1 = Valor positivo

VAN_2 = Valor negativo

Dentro del plan la tasa interna de retorno es la siguiente:

r1	11%	
r2	65%	
Van 1	116.690,68	
Van2	-2.251,61	
Tir=	65%	= 0,98106973
Tir=	0,638	
Tir=	63,77%	

Análisis: Al ser la tasa interna de retorno > i (11%) la tasa el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero, por lo que la tasa del proyecto (63,77%) es conveniente para los inversionistas, justificando de esta forma las inversiones.

4.4.7.4. Punto de Equilibrio

$$\frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VTT}}$$

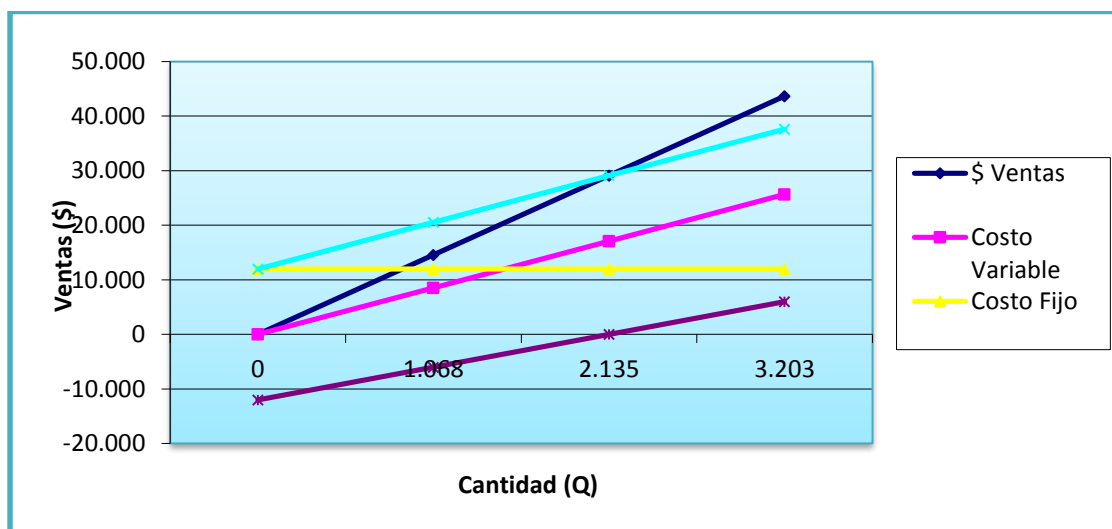
$$PE = \frac{9998,79}{1 - \frac{477.786,70T}{735.491,78}}$$

$$PE = \frac{9998,785}{0,35038471}$$

$$PE = 28536,59 \text{ USD}$$

Es decir se deberán vender 28.536,59 Dólares, para que la actividad económica no pierda ni gane.

**GRAFICO N° 7
PUNTO DE EQUILIBRIO**



Elaborado por: La Autora

4.4.7.5. RC/B (Relación Costo/Beneficio)

Constituye el resultado de la división de la sumatoria del valor presente de los ingresos entre la sumatoria del valor presente de los egresos descontados a una tasa determinada (i), para el efecto se ha considerado la tasa del 9,35% y la siguiente fórmula para calcularlo.

$$RC / B = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

	1	2	3	4	5
RC/B=	51545,24 ————— 1,11	51545,24 ————— 1,23	51545,24 ————— 1,36	51545,24 ————— 1,50	51545,24 ————— 1,67
RC/B=	46546,18	42031,94	37955,52	34274,45	30950,38
ING-ACT	191758,46				
EGRESOS	75067,79				
RC/B=	2,55 (- 1 de prima=				
RC/B=	1,55				

Elaborado por: La Autora

El indicador RB/C, señala qué utilidad tendremos con el costo que representa la inversión, es decir define la prima por cada dólar invertido en el proyecto, el cual en nuestro caso son 1 dólar con 55 centavos por dólar invertido.

Y al ser B/C) 1,55 > 1 El plan de exportación es atractivo financieramente.

4.4.7.6. PRI (Periodo de Recuperación de Inversión)

Como resultado nos da el tiempo en que recupera la inversión más el costo del capital involucrado, es decir es el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial y para su cálculo se ha considerado la siguiente formula.

$$PRI = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad anual}}$$

	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja		51.545,24	51.545,24	51.545,24	51.545,24	51.545,24
Flujo Acumulado	-75.067,79					
			51.545,24	23.522,55	51.545,24	100%

Fuente: ARBOLEDA, G, 2004, Proyectos: Formulación, Evaluación, y Control

Elaborado por: La Autora

$$\begin{aligned}
 \text{Periodo de Recuperación} &= 1 + \frac{51545,24}{75067,79} \\
 &= 1 + 0,68664923 \\
 &= 1,686649227 \\
 &\text{Años}
 \end{aligned}$$

Por lo tanto la inversión se recupera en 1 años y 8 meses

4.4.8. Top Down de Precios

Este análisis nos permite establecer el proceso de incremento en el costo del producto desde que sale de fábrica, pasando por los intermediarios o brokers hasta llegar al consumidor final.

Detalle	Valor Unitario	Valor 4500 Unds.
Precio ExW	\$ 13,62	\$ 61.290,98
Coste Transporte EXW a puerto		\$ 400,00
Costes/gastos de despacho exportacion		\$ 100,00
Otros Costes		\$ -
Precio FOB		\$ 61.790,98
Costo Seguro Mercancia (0,5%)		\$ 308,95
Otros Costes Flete		\$ -
Coste Flete Maritimo		\$ 3.600,00
Costo Despacho/otros		\$ -
Precio CIF		\$ 65.699,94
Arancel Importacion (12%)		\$ 985,50
Gastos de Importacion		\$ 350,00
Otros Gastos		\$ -
Flete Puerto-Almacen		\$ 800,00
Precio DAT Importador		\$ 67.835,44
Estimacion Margen Importador (25%)		\$ 16.958,86
Precio Importador		\$ 84.794,29
Estimación Margen Mayorista/Distribuidor (25%)		\$ 21.198,57
Precio Venta Mayorista		\$ 105.992,87
Estimación Margen Minorista (25%)		\$ 26.498,22
VAT (7% Estado de New York)		\$ 7.419,50
PVP (IVA incluido)	\$ 31,09	\$ 139.910,59

Elaborado por: La Autora

4.5. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

4.5.1. Descripción del proceso de exportación

Para comprender de mejor manera el proceso de exportación se tomará en cuenta la Resolución No. 707, de fecha 23 de Junio de 2008, emitida por el SENA, que específicamente señala y emite el “PROCEDIMIENTO PARA MERCANCÍAS EXPORTADAS A CONSUMO POR VÍA MARÍTIMA DE PRODUCTOS”, sobre el cual se realiza el siguiente resumen:

Conceptualizamos a la Orden de Embarque como el documento por el cual el Exportador directamente o a través del Agente Afianzado de Aduana, proporciona la SENA la información preliminar de las mercancía a ser exportadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto, “Orden de Embarque”, la cual contiene información del declarante y de las mercancías. Esto no incluye los datos del manifiesto de carga, documentos de transporte y consignatarios.

Las cantidades expresadas en unidades físicas y comerciales que se indiquen en la Orden de Embarque son provisionales cuando las mercancías sean destinadas al régimen de Exportación a Consumo, por lo que al momento de presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación definitiva (Régimen 40), se registrará las cantidades reales que hayan sido exportadas, pudiendo superar la cantidad originalmente previstas en la Orden de Embarque.

A fin de ejecutar una exportación, los exportadores tendrán que registrarse ante la SENA, conforme el proceso establecido para estos casos, del cual se otorgará un código de Operador de Comercio Exterior autorizado. Dicho código será usado para sus operaciones en el Sistema ECUAPASS.

La Orden de Embarque debe ser transmitida por el Exportador o por su Agente de Aduana a través del Sistema, la cual será aprobada automáticamente por el sistema asignándoles un número de registro.

Las exportaciones de perecibles en estado fresco que se efectúen por vía aérea y que se realicen dentro del mismo mes a partir de su aprobación, podrán utilizar una misma orden de embarque para el ingreso de las mercancías a Zona Primaria Aduanera para su exportación definitiva y presentar para su regularización una sola declaración aduanera de exportación.

Vencido este plazo, la orden de embarque quedará sin efecto, debiendo el exportador,

directamente o a través de un Agente de Aduana, transmitir una nueva Orden de Embarque. La orden de embarque amparará exportaciones de un solo exportador hacia un solo país de destino.

El Sistema ECUAPASS no aceptará órdenes de embarque sí que el exportador tuviese pendientes de presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación para regularizar dos o más órdenes de embarque, contabilizadas hasta el mes anterior a la solicitud.

Bajo ningún concepto, se podrá realizar el embarque de una mercancía, si ésta no se encuentra amparada por su respectiva orden de embarque. En caso de que la mercancía salga del país sin la Orden de Embarque, el exportador, transportista y/o el Agente de Aduanas serán sancionados por la autoridad competente, conforme a lo dispuesto en Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), particularmente el Título II De la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V De la Competitividad Sistémica y de la Facilitación Aduanera, que es el nuevo ordenamiento jurídico que afecta directa y transversalmente las operaciones de comercio exterior de nuestro país, siguiendo el procedimiento que para el efecto prevé el Código Tributario.

De comprobarse que la Orden de Embarque fue utilizada en una fecha posterior a la vigencia de la misma, el exportador será sancionado conforme lo estipula el artículo 90 literal d) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) que equivale al valor de \$26,28. Si al Orden de Embarque no va a ser utilizada, esta deberá ser anulada dentro del plazo vigente por el exportador o el agente de aduana.

El Agente de Aduana que haya transmitido o registrado una Orden de Embarque y que no presentare electrónica y físicamente la Declaración Aduanera Única de Exportación correspondiente, dentro del plazo establecido en la Ley, junto con los documentos de acompañamiento respectivos, ante la Unidad de Exportaciones del Distrito de salida; además de la sanción pecuniaria, será sancionado conforme a lo estipulado en el literal a) del artículo 162 del Reglamento General del Código Orgánico de la **Producción**, Comercio e **Inversión** (COPCI), que dispone lo siguiente: “Suspensión de la licencia.- Son causas para la suspensión de la licencia de Agente de Aduana las siguientes:

Por incumplimiento de las obligaciones señaladas en la ley, y este reglamento y disposiciones de la SENA. La suspensión será por 60 días.” Se exceptúa en los siguientes casos:

- a) Por la falta de transmisión electrónica del documento de transporte de la empresa transportista o agencia de transporte.
- b) Por la terminación de la relación comercial entre el Agente de Aduana y el exportador, verificado antes del vencimiento del plazo de presentación de la Declaración Aduanera Única.
- c) Por la falta de entrega del Exportador al Agente de Aduana, de los documentos de acompañamiento de la Declaración Aduanera, situación que deberá ser justificada por el Exportador. De aceptarse la justificación, la sanción será aplicada únicamente al Exportador.

Dentro del día hábil siguiente al término del plazo para la presentación de la Declaración Aduanera Única de Exportación, el Agente de Aduana deberá presentar el justificativo ante el Distrito de Aduana de salida, con las razones por las cuales no presentó la DAU; información que deberá ser comprobada por el Distrito, en el caso de existir varios consignatarios en el exterior, estos deben detallarse en un anexo adjunto a la Declaración Aduanera Única de Exportación.

Las Empresas transportistas o Agencias de Transporte están obligadas a transmitir los manifiestos de carga con todos sus documentos de transporte, en los formatos electrónicos establecidos por la Corporación Aduanera Ecuatoriana, en un plazo máximo de 48 horas posteriores al zarpe de la nave o salida del medio de transporte. En caso del incumplimiento de esta disposición la SENAE procederá a sancionarlas, conforme a lo dispuesto en el literal d) del artículo 90 de la Codificada en el COPCI.

GRAFICO N° 8

PROCESO DE EXPORTACIÓN

PROCESO DE EXPORTACIÓN



Elaborado por: La Autora

4.5.2. Fase de pre-embarque

La Orden de Embarque, es el documento por el cual se proporciona a la SENAE la información preliminar de las mercancías a ser exportadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto.

La Orden de Embarque, la cual contiene información del declarante, régimen precedente, consignatario, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero, peso de las mercancías, entre otros datos.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la Orden de Embarque. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en su Representante Legal.

La Orden de Embarque es única y de carácter personal, consecuentemente se formula independientemente por cada exportador o Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presenta bajo el formato determinado.

Se puede presentar la Orden de Embarque en el Distrito de salida de las mercancías.

La Orden de Embarque, incluso las operaciones que se deriven de ella, se efectúa mediante la transmisión electrónica de datos de acuerdo al formato de “Mensaje de Datos”, establecido por la autoridad aduanera.

Esta orden de embarque se inicia con la transmisión y presentación del Régimen 15, que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, en el cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema ECUAPASS, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero (Zona Primaria) donde se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Para la presentación de la Orden de Embarque en el departamento de Zona Primaria y que la misma sea autorizada, es obligatorio se anexe la siguiente documentación:

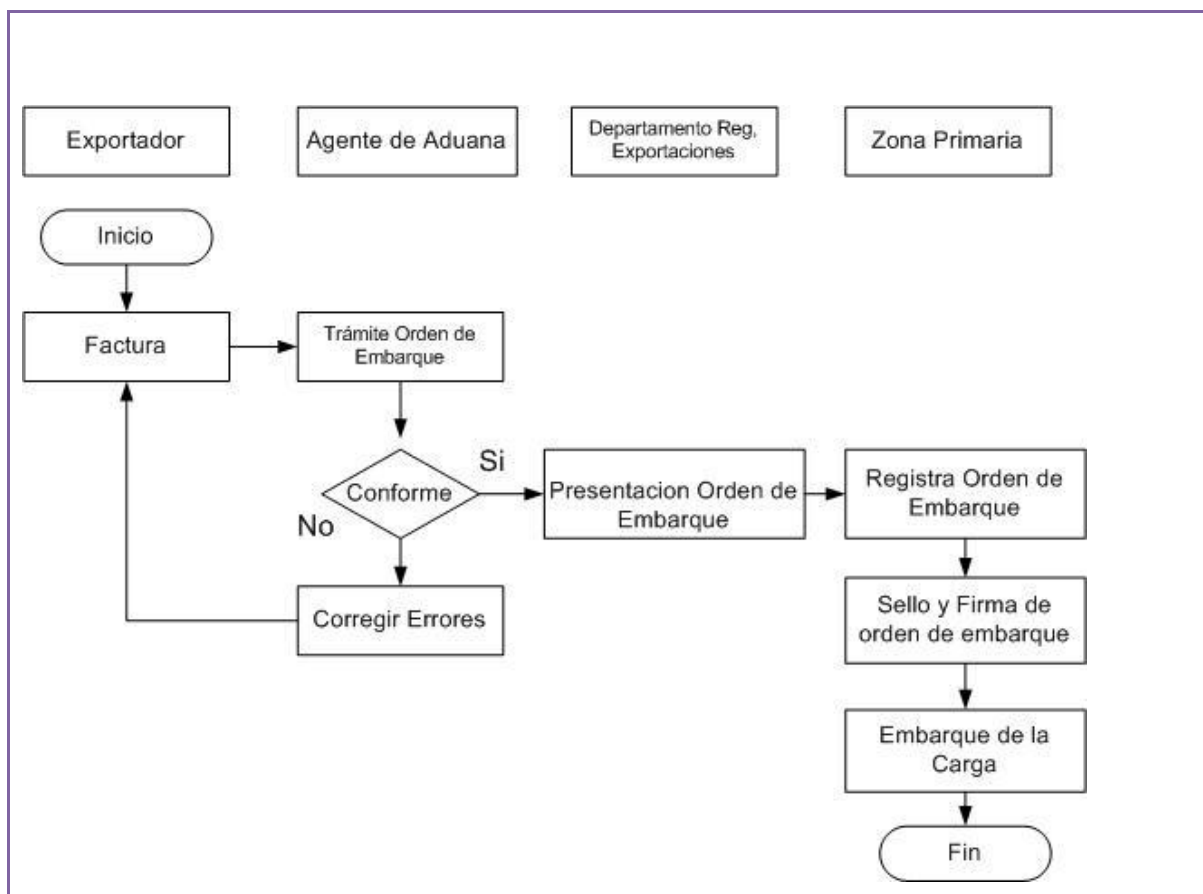
- Factura comercial;
- Corte de guía;
- Packing list;
- Certificado de Origen cuando amerite.

Luego de aprobada la Orden de Embarque en el ECUAPASS, el exportador o su agente afianzado deberán legalizar esta exportación en el Departamento de Zona Primaria y cumplido este proceso se está autorizado para enviar la mercancía al país de destino. El siguiente paso es la entrega de la mercancía a la agencia de carga, ésta es la encargada de trasladarla a la Bodega de Almacenamiento Temporal, para posteriormente ejecutarse la inspección por parte de antinarcóticos y luego de ésta la mercancía está lista para ser embarcada.

Flujo grama de la Fase de Pre-Embarque

GRAFICO N° 9

FASE DE PRE-EMBARQUE



Elaborado por: La Autora

4.5.3. Fase post-embarque

Para la legalización de la Declaración Aduanera Única de la Exportación a Consumo se transmite a través del ECUAPASS la declaración del Régimen 40 ya sea por parte del Exportador o el Agente de Aduanas, en el que se detallan las mercancías exportadas, el régimen al que corresponden, consignatario, medio de transporte, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero.

Esta declaración aduanera es única y de carácter personal, consecuentemente se formula independientemente por cada exportador en forma personal o a través de un Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presenta bajo el formato determinado por la SENA, sea a través de medios electrónicos o documentales de acuerdo a la normativa que para el efecto dicte dicho servicio aduanero.

Según el Art. 46 del Reglamento General del COPCI, esta declaración se transmite en aplicación del Art. 43 de la ley, Obligatoriedad y plazo que señala, que el propietario,

consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un Agente de Aduanas, presentará en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías provenientes del extranjero o con destino a él, en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterán.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.

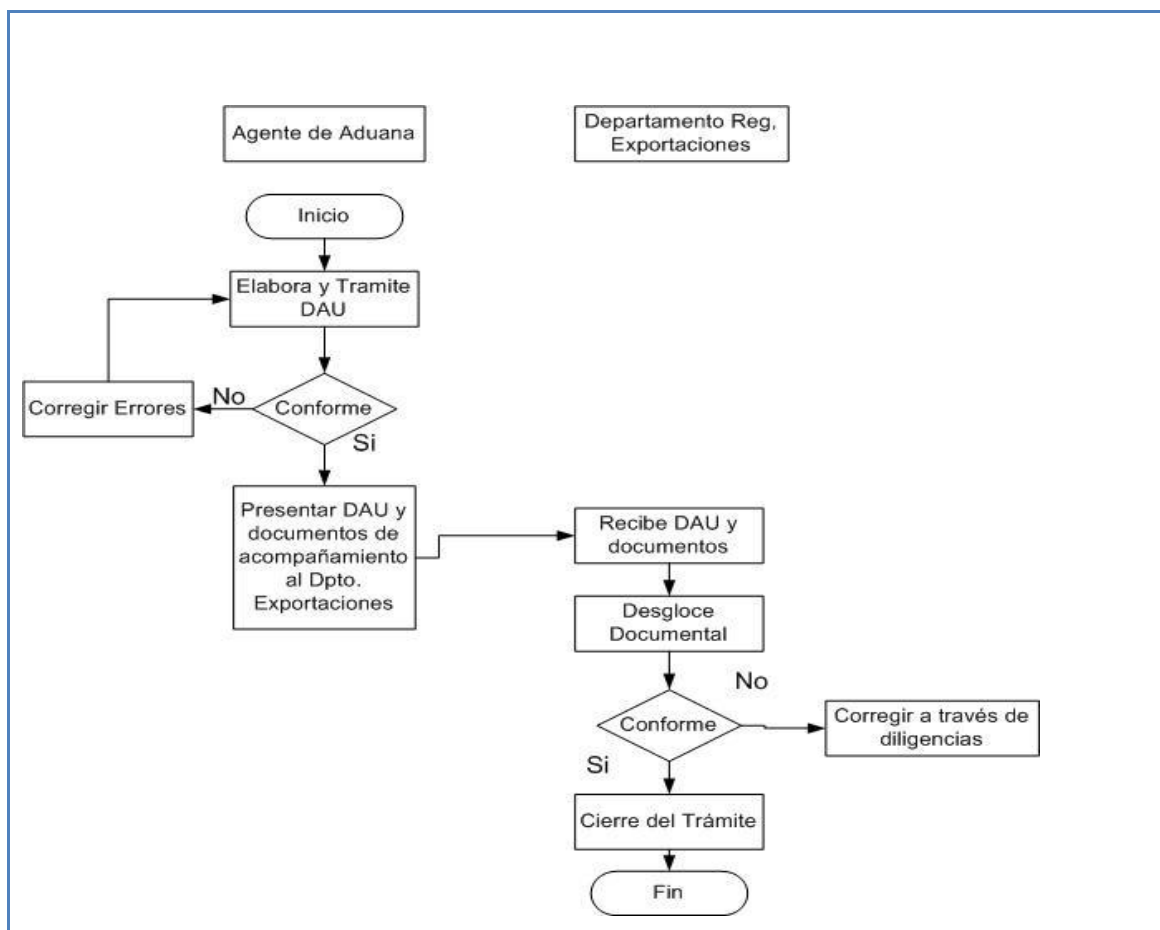
En las exportaciones, la declaración se presenta en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.

En la importación y en la exportación a consumo, la declaración incluye la autoliquidación de los tributos correspondientes.

Flujo grama de Fase de Post-Embarque

GRAFICO N° 10

FASE DE POST-EMBARQUE



Elaborado por: La autora

4.5.4. Documentos de acompañamiento

Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de exportación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la declaración aduanera, cuando estos sean exigidos.

La aplicación de la sanción que contempla el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, no eximirá de la presentación del documento de acompañamiento para el levante de las mercancías.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando proceda).
- Certificado de Origen. (cuando proceda)
- Documento de Transporte.
- Orden de Embarque impresa.

4.5.4.1. Documentos de soporte

Documentos de soporte: Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la declaración aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley.

Los documentos de soporte son:

- a.** Documento de transporte.- Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP. (Ver anexo)
- b.** Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial.- La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando éste sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación. Sin embargo, las importaciones de vehículos como parte del menaje de casa requerirán la presentación obligatoria de la factura comercial.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente.

c. Certificado de Origen.- Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios. (Ver anexo)

d. Documentos que el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente, considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.

Estos documentos de soporte deberán transmitirse o presentarse junto con la Declaración Aduanera de mercancías, de acuerdo a la modalidad de despacho que corresponda y a las disposiciones que el Director General del Servicio Nacional del Ecuador dicte para el efecto.

Sin perjuicio de los documentos de soporte señalados previamente, se deberán acompañar a la Declaración Aduanera los demás documentos necesarios para la aplicación de las disposiciones que regulan el régimen aduanero declarado y los que sean mandatorios de acuerdo a las normas nacionales e internacionales a que hubiere lugar.

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador podrá solicitar al declarante, cuando lo considere necesario, la traducción de la información contenida en los documentos de soporte o de acompañamiento.

Artículo 4.- Sanciones.- Considérese lo señalado en literal a) del artículo 178 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en el caso de determinarse que los documentos referidos en la presente resolución se conociera o presumiera de que son documentos falsos o adulterados, a fin de proceder con las acciones legales pertinentes.

Artículo 5.- Notificación.- Del contenido de la presente Resolución notifíquese a las diferentes áreas administrativas y técnicas del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Encárguese a la Dirección General de Secretaría General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador el

formalizar las diligencias necesarias para la publicación de la presente en el Registro Oficial para su difusión.

Artículo 6.- Vigencia.- La presente resolución subsistirá hasta que el Reglamento al Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones entre en vigencia.

La presente entrará en vigencia a partir de su suscripción sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

4.5.4.2. Factura comercial

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

Este documento debe ser lo más detallado posible y estar claramente redactado y contener la siguiente información:

- Deberá expresar el precio efectivamente pagado o por pagar directamente al vendedor y deberá ser expedida por el vendedor o proveedor de la mercancía, con las condiciones de entrega Incoterms (FOB, EXW, FCA, FAS, CFR, CIF., etc.).
- Debe ser un documento original expedido por el vendedor o proveedor de la mercancía, no debe presentar borrones, enmendaduras o adulteraciones.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,

- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

4.5.4.3. Lista de contenido (packing list)

El packing list o Lista de contenido, completan la información descrita en la factura comercial, en cuanto a la mercancía, y debe ser siempre emitido por el exportador.

Es un documento que tiene una gran importancia en aquellas situaciones donde se produzca un despacho aduanero físico y sirve para facilitar el reconocimiento selectivo por parte del "actuuario" de aduanas.

Asimismo, se hace servir para comprobar, en el momento de entrar la mercancía en el almacén, la corrección en cuanto a faltas, daños, sobras, etc.

Debe contener:

- Indicación de la factura a la que corresponde.
- Fecha, nombre y razón social del vendedor y comprador.
- Cantidad, denominación precisa y tipo de embalaje de la mercancía, con identificación de marcas.
- Numeración del tipo de embalaje y el contenido de cada uno de ellos.
- Peso bruto y neto y cubicación.

4.5.4.4. Documentos de transporte

Son los correspondientes a las diferentes modalidades de transporte utilizadas en el comercio internacional.

Transporte marítimo

El conocimiento de embarque marítimo, es el documento utilizado en el transporte marítimo. Constituye el contrato de transporte por parte de la compañía marítima, y prueba del contrato de transporte.

Transporte aéreo

El conocimiento de embarque aéreo, conocido en su denominación inglesa como «Air Waybill (AWB)», es el documento utilizado en el transporte aéreo. Constituye el contrato de transporte por parte de la compañía aérea, y prueba del contrato de transporte.

4.5.4.5. Pólizas de seguros

La finalidad de este seguro de transporte de carga, no es otra que la de cubrir las mercancías contra los diversos riesgos que se puedan presentar de un lugar a otro. Esto puede ser durante determinados periodos de tiempo y bajo determinadas circunstancias, relacionados con el hecho de transportar las mercancías.

El seguro de transporte de carga le cubre la mercancía transportada en cualquier parte del mundo, pues los bienes siempre están expuestos a sufrir daños a consecuencia de un accidente o imprevisto. La cobertura puede iniciar desde que los bienes salen del almacén del proveedor hasta su destino final, ya sea por tierra, mar o aire.

Las principales modalidades del seguro de transporte de carga.

De acuerdo al ambiente en que se desenvuelven tenemos las siguientes modalidades:

Marítimo: comprende el aseguramiento de buques y material relacionado con la navegación y el de las mercancías.

Terrestre: el transporte efectuado por ferrocarril o por camión; aquí también hay que distinguir el medio, el vehículo y las mercancías.

Fluvial y lacustre: el aseguramiento de buques y cargamentos en ríos y lagos.

Aéreo: seguros a las aeronaves y a las mercancías transportadas

La Póliza.

Los riesgos asegurables se contratan mediante una póliza de seguro en la cual el asegurador, por el pago de una prima determinada, se obliga a indemnizar al asegurado o beneficiario por las pérdidas o daños causados a los bienes durante y con ocasión del transporte normal, de acuerdo con las condiciones generales, particulares o especiales pactadas.

Tipos de Póliza existentes para asegurar tu mercancía:

Pregunta por las pólizas abiertas o automáticas, las cuales se otorgan a aquellos clientes que tienen un alto volumen de mercancías por transportar. Este tipo de póliza te ofrece ciertas ventajas tales como primas más favorables debido al volumen transportado y primas a pagar mensualmente entre otras.

Por otro existen los certificados individuales o póliza específica, y se enfoca a aquellos empresarios que tienen un bajo volumen de mercancías a transportar, o que sencillamente se ven en la necesidad de transportar mercancías de una forma muy esporádica.

Póliza de transporte de valores

Pregunta por este tipo de póliza si alguna vez te ves en la necesidad de transportar dinero, joyas preciosas, certificados, obras de arte, títulos y otros valores.

Principios Básicos del Seguro de Transporte.

La indemnización constituye la característica fundamental propia de todos los seguros sobre las cosas y, por tanto, también del seguro de transporte. Los principios de indemnización están basados en que:

1. Nadie puede pretender indemnizaciones superiores al daño sufrido.
2. El seguro no puede constituir causa de lucro o beneficio para el asegurado.
3. La indemnización por el asegurador no debe colocarle en una situación más ventajosa que si el siniestro no hubiese ocurrido.

Coberturas del seguro de transporte de carga se dividen en:

- a.** Cobertura Mínima: Cubre el incendio, rayo, explosión o hechos tendientes a extinguir el fuego originado por tales causas; caídas accidentales de bultos al mar o al río durante su

navegación o durante las operaciones de cargue, descargue o transbordo; pérdidas o daños originados en accidente que sufra el vehículo transportador o el vehículo asegurado cuando éste se movilice por sus propios medios.

b. Falta de Entrega: Cubre el extravío y/o hurto simple o calificado, según definición legal de uno o más bultos completos (contenido y empaque), en que se halle dividido el despacho, de acuerdo con los documentos de transporte.

c. Avería Particular: Considera la rotura, contaminación, humedad, aplastamiento, manchas, abolladuras, óxido, contacto con aceite o grasas; derrames, mermas, evaporaciones o filtraciones por rotura de empaque, golpes y caídas de los bienes a tierra. Estos daños hacen referencia al contenido y no al empaque.

d. Saqueo: Se aplica en dos formas: a) cuando hay sustracción parcial o total del contenido de los bultos y b) la sustracción de alguna parte integrante de los bienes asegurados, cuando no tengan empaque.

e. Otros Riesgos Asegurables: Guerra internacional, guerra civil, rebelión, insurrección, acto hostil de un poder beligerante o contra dicho poder; aprehensión proveniente de los anteriores riesgos, minas, torpedos, bombas u otros artefactos de guerra abandonados; huelgas, suspensión de trabajos por cierre patronal, disturbios, motines, conmoción civil y terrorismo.

f. Riesgos No Asegurables: Decomiso, embargo y secuestro, retención; vicio propio: combustión espontánea, mermas, evaporaciones o filtraciones; pérdidas o daños causados por roedores, comején, gorgojo, polillas u otras plagas; reacción o radiación nuclear; pérdidas por errores en el despacho y los daños por haberse despachado bienes en mal estado.

La póliza de transportes deberá contener los siguientes datos:

a.- Nombre y domicilio del asegurador;

b.- Nombres y domicilios del solicitante, asegurado y beneficiario;

c.- Calidad en la que actúa el solicitante del seguro;

d.- La identificación precisa de la persona o cosa con respecto a la cual se contrata el seguro;

- e.- La vigencia el contrato, con indicación de las fechas y horas de iniciación y vencimiento, o el modo de determinarlas;
- f.- Monto asegurado o modo de precisarlo;
- g.- Prima o modo de calcularla;
- h.- Naturaleza de los riesgos tomados a su cargo por el asegurador;
- i.- Fecha en la que se celebra el contrato y firmas de los contratantes.

4.5.4.6. Elementos de la obligación tributaria aduanera

Derechos Arancelarios (Clases y Objetivos)

La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías a través del cual aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la presentación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales.

Son tributos al comercio exterior: los derechos arancelarios, los impuestos establecidos en otras leyes que guarden relación con el ingreso o salida de mercancías, las tasas por servicios aduaneros.

El sujeto activo de la obligación tributaria es el Estado por intermedio del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) y el sujeto pasivo es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable. En las importaciones, contribuyente es el propietario o consignatario de las mercancías; y, en las exportaciones, contribuyente es el consignante.

La Zona Primaria es el área interior de puertos o aeropuertos recintos aduaneros y locales habilitados en las fronteras terrestres; así como otros lugares que fijare la administración aduanera, en los cuales se efectúen operaciones de carga, descarga y movilización de mercaderías procedentes del exterior o con destino a él.

La Zona Secundaria es la parte restante del territorio aduanero, incluidas las aguas territoriales y el espacio aéreo.

El hecho generador de la obligación tributaria aduanera es el ingreso o salida de las mercancías. La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas.

El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera. El costo del seguro formará parte del valor en aduana pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible junto con la declaración aduanera.

La obligación aduanera es exigible: a. En la liquidación y en la declaración sustitutiva de importación o exportación, desde el día en que se autoriza el pago.

b. En las tasas, desde la petición del servicio. c. En los demás casos, desde el día hábil siguiente al de la notificación de la liquidación complementaria, rectificación de tributos o acto administrativo correspondiente.

Se extingue la obligación tributaria en los siguientes casos:

- a. Pago;
- b. Compensación;
- c. Prescripción;
- d. Aceptación del abandono expreso;
- e. Declaratoria del abandono definitivo de las mercancías;
- f. Pérdida o destrucción total de las mercancías; y,
- g. Decomiso administrativo o judicial de las mercancías.

La Política de Promoción de las Exportaciones

La necesidad de divisas para el crecimiento del país determinó esta política que persigue sustancialmente adecuar el aparato productivo para satisfacer la demanda internacional; crear estímulos crediticios, fiscales pero asimismo un gran esfuerzo del país para preparar ese

sector productivo en calidad, volumen y particularmente en la forma de negociación, contratación y desarrollo de proyectos de exportación.

La política de promoción del proyecto será: La creación de un clima adecuado para la inversión que llegue hasta la aplicación de un seguro estatal para la exportación del producto que sufran desastres naturales o problemas no cubiertos por las aseguradoras de riesgos propios de los negocios.

4.5.5. Reglamentación en materia de empaqueo y etiquetado

Por tratarse de un producto no perecible se debe tomar todas las precauciones para que el mismo no se maltrate, por lo tanto el producto deberá ser trasladado de manera que se garantice la conservación del producto y la calidad del mismo.

El etiquetado de exportación deberá contener la siguiente información:

- a. Nombre del producto;
- b. Marca Comercial;
- c. Identificación del lote;
- d. Razón Social de la Empresa;
- e. Contenido Neto en unidades del Sistema Internacional;
- f. Precio de venta al público, P.V.P.;
- g. Ciudad y país de origen.

La responsabilidad por el marcado y etiquetado de los productos recae en el importador, que debe informar claramente al exportador sobre todas las regulaciones a cumplir, y se debe acordar con el importador o mayorista, todos los detalles de etiquetado, ya que ellos cuentan con la información relacionada a los requerimientos legales.

4.5.5.1. Conocimiento de embarque

El conocimiento de embarque es un documento que lo emite el transportista marítimo que tiene como fin la legalización del contrato de transporte, el cual da seguridad a todas las partes involucradas en la exportación.

Al elegir el término comercial FOB, las responsabilidades y riesgos de daños o pérdidas en el producto los corre el importador una vez la mercancía este a borda del buque en el puerto de

salida, siendo el conocimiento de embarque aquel documento que certifica esas responsabilidades a cargo del importador.

En este documento debe estar presente el nombre del buque, la matrícula del mismo, los nombres del importador, el puerto de salida, el puerto de llegada, la descripción detallada del producto, el número de unidades, el peso, la moneda en la cual se calcula el flete, su costo y demás datos acordes a la exportación.

Al realizar un envío de una exportación por vía marítima, este documento toma un gran valor por ser el documento básico con el cual la embarcación que lleve el producto podrá entregarlas al importador en el puerto de destino.

4.5.5.2. Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Para proceder a la exportación de artesanías en totoras hacia EEUU se debe tener en cuenta el nombre del consignatario, además que el idioma en el cual debe ir la información en la etiqueta es en español. Otra consideración para tener presente es poseer la lista de empaque detallando claramente las unidades, tampoco debemos mezclar diferentes artículos en una misma caja.

Los empaques deben contener visiblemente en dos de sus lados la marca del artículo, el peso bruto y el peso neto expresado en kilo gramos, el tamaño del mismo y el país de origen. Igualmente toda esta información anteriormente descrita debe estar expresada en idioma español para poder tener acceso a las aduanas de EEUU.

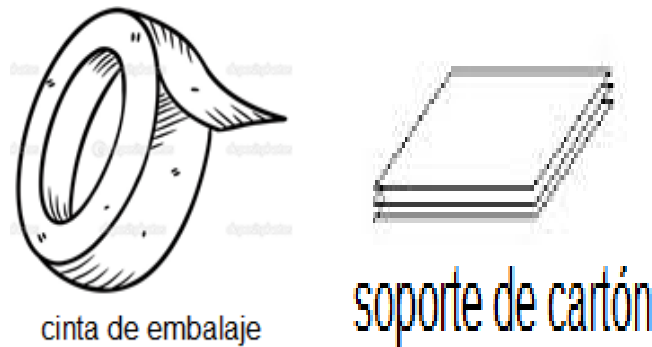
4.5.5.3. Empaque

Las artesanías se empacarán individualmente en cajas de cartón corrugado que permiten mantener la calidad del cuero intacta al manipuleo de la misma. Las dimensiones de la caja corrugada son de 35 cm de longitud, 15 cm de profundidad y 25 cm de altura.

4.5.5.4. Embalaje

Los cartones corrugados que contienen las artesanías en totoras serán protegidos por soportes de cartón sujetos a las cajas con cintas adhesivas, permitiendo un mayor manejo con seguridad que reducirá el costo total del seguro de la mercancía.

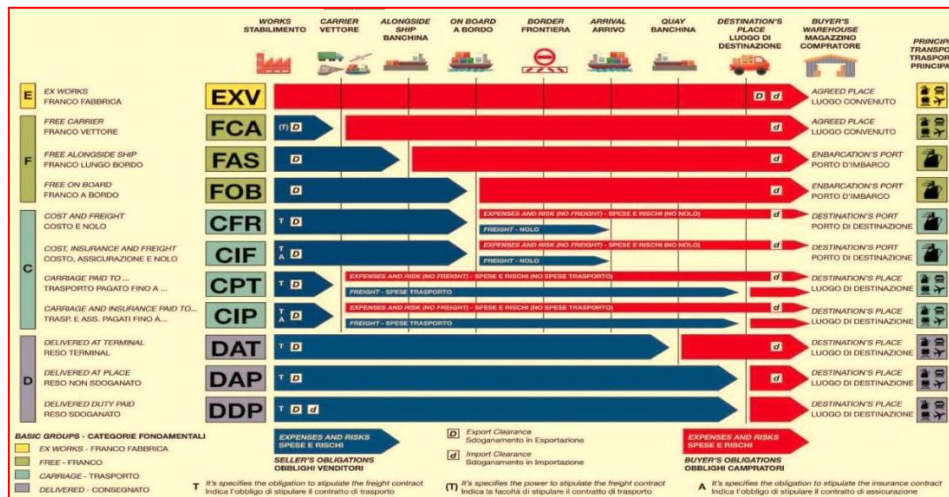
Gráfico N° 11



4.5.6. INCOTERMS

Estados Unidos es parte de la Cámara de Comercio Internacional que dicta los términos internacionales de comercio INCOTERMS, los mismos que han recibido varias actualizaciones dadas las nuevas tendencias que se presentan en el mercado a nivel mundial, siendo la última actualización y las reciente la realizada en el año 2010.

Gráfico N° 12
INCOTERMS 2010

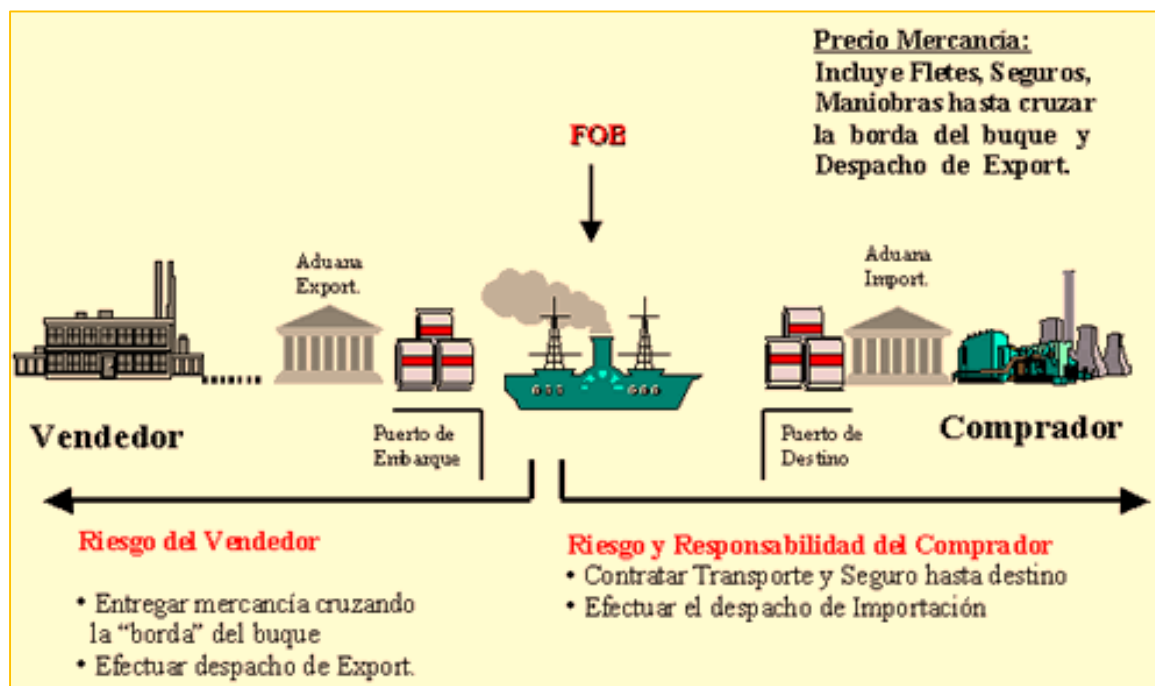


FUENTE: Cámara de Comercio Internacional

Los INCOTERMS abarcan todo lo referente a los riesgos y costos que acarrear el comercio exterior entre ambas partes, por lo cual se debe definir un acuerdo que convenga tanto a exportador como a importador. El término comercial que mejor se armoniza entre las partes es el término FOB (Free on Board).

4.5.6.1. INCOTERM seleccionado-FOB

Gráfico N° 13
FOB (Free on Board)



FUENTE: Cámara de Comercio Internacional

El término comercial FOB (Free on Board) hace referencia a que el vendedor se hace cargo de la mercancía hasta que esta se encuentre en la borda del buque del puerto de salida, esto incluye todos los trámites y costos de aduana necesarios para la exportación, siendo en la borda del buque donde se transfieren los riesgos de pérdida o daño de la mercancía al comprador.

El comprador debe hacerse cargo de los costos del transporte marítimo pero si este lo desea puede solicitar al vendedor que este sea el que contrate el transporte marítimo pero los riesgos del envío siguen siendo a cargo del comprador.

El vendedor no posee ninguna obligación de contratar el seguro de la mercancía, pero si el comprador lo solicita este podrá contratar el seguro, para lo cual el vendedor deberá proporcionar todos los datos necesarios para contratar el seguro.

A continuación se detallan los compromisos tanto del exportador como del importador.

4.5.6.2. Compromisos del exportador

- Conceder las artesanías y toda la documentación necesaria.
- El producto con su respectivo empaque y embalaje.

- La transportación al Puerto de Manta.
- Entregar toda la documentación necesaria en las Aduanas del Ecuador.
- Cancelar los gastos de exportación en el Puerto de Manta, estos incluyen el almacenamiento y los agentes de aduanas.

4.5.6.3. Compromisos del importador

- Debe realizar el pago del producto al GAD.
- Se hace cargo del flete y del seguro desde que el producto se encuentren sobre la borda del buque en el Puerto de Manta.
- Deben cancelar los gastos de importación en el Puerto Internacional de New York, estos incluyen el almacenamiento y los agentes de aduanas.
- Tienen que presentar la documentación necesaria en las Aduanas de EEUU, incluidos los documentos de importador, requisitos e impuestos.
- El transporte desde el Puerto Internacional de New York hasta las instalaciones del importador.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- 1.** La idea de negocio de exportación de artesanías en totoras, hacia el segmento de mercado de New York es bastante atractiva ya que al tratarse de una industria nueva en el país nos permite desarrollarnos en un ambiente sin competencia interna, sin embargo a través de este proyecto hemos podido determinar que en el GAD Parroquial de San Gerardo no existen experiencias anteriores respecto de proyectos enfocados al ámbito artesanal pero con perspectiva a la internacionalización a través de su exportación.
- 2.** En segunda instancia hemos podido determinar a través del estudio de mercado y los diferentes indicadores y sus resultados que la propuesta presentada en este proyecto de factibilidad es viable por cuanto entre los consumidores residentes en New York existe la tendencia a adquirir productos elaborados artesanalmente y que sean representativos tanto como autóctonos, de modo que las artesanías elaboradas con totora tendrían una acogida favorable.
- 3.** A través del presente estudio se pone a consideración del GAD Parroquial de San Ferrado perteneciente al Cantón Guano un plan de exportación de artesanías elaboradas en totora hacia el mercado de New York para el presente año.

RECOMENDACIONES

1. Como retos en el mediano plazo, GAD debe procurar la consolidación de organizaciones gremiales a nivel zonal para lograr una mejor coordinación y control sobre las actividades productivas y de mercado. Además, se debe fomentar la conformación y el fortalecimiento de núcleos productivos empresariales a nivel regional para mejorar la capacidad de negociación entre productores de especies menores y la asociación.
2. Nuestro estudio de demanda deja ver la potencialidad que se tiene en el mercado de New York por lo se recomienda elaborar una marca que identifique a este producto como un producto ecuatoriano, lo que nos ayudará a posicionarnos de una manera más ágil, debido a que nuestros migrantes se sentirán identificados con nuestra Patria y sus costumbres.
3. La idea de negocio es bastante atractiva por su baja inversión y su rentabilidad del 63,77%, por lo que se recomienda ponerla en práctica.
4. Es recomendable desarrollar nuevas alternativas tecnológicas de aprovechamiento de las artesanías, en programas de producción artesanal, con el fin de incrementar y diversificar los ingresos de la empresa.
5. Elaborar una página Web atractiva, interactiva y mantenerla siempre actualizada para que tanto nuestros potenciales clientes, accedan a través de la misma a formar parte del GAD.
6. Finalmente se recomienda incursionar en la industria artesanal ya que en el país no ha sido explotada y el mercado en New York es prácticamente virgen como para aprovecharlo al máximo.

BIBLIOGRAFÍA

- Czinkota, M. (2007). *Negocios internacionales*. México: Thomson.
- Feenstra, R. (2011). *Comercio Internacional*. Barcelona: Reverté.

- García, C. (2004). *Elementos de Comercio Exterior: Guía para estudiantes y profesionistas*. México: Trillas.
- Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global*. México: Mc Graw Hill.
- Krugman, P. (2012). *Economía Internacional: Teoría y Política*. Madrid: Pearson Educación.
- Minervini, N. (2002). *La Ingeniería de la exportación: Herramientas para actuar con éxito en los mercados internacionales*. México: Mc Graw Hill.
- Nelson, C. (2010). *Manual de importaciones y exportaciones: Como llevar su negocio a otros mercados*. México: Mc Graw Hill.
- Long, D. (2012). *Logística Internacional: Administración de la cadena de abastecimiento global*. México: Limusa.
- Peng, M. (2010). *Estrategia Global*. México: Cengage Learning Editores.
- Portales, G. (2006). *Transportación Internacional*. México: Trillas.
- Rodríguez, J. (2010). *Taller práctico de servicios de exportación: Industria maquiladora, manufacturera (IMMEX)*. México: Trillas.
- Salvatore, D. (1999). *Economía Internacional*. México: Pearson Educación.
- Viveros, C. (2001). *Comercio Internacional: aspectos operativos*. México: Trillas.

WEB GRAFÍA

- Soto, J. (2012). *Las Exportaciones*. Abril 02, 2015, de UNAM Sitio web: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/2/903/5.pdf>

- Asamblea Nacional. (2010). COPCI. Abril 02, 2015, de SENAE Sitio web: [http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-
Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf](http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-
Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Balanza Comercial*. Abril 15, 2015, de República del Ecuador Sitio web: <http://www.bce.fin.ec/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *PRO Ecuador-República Popular China*. Abril 11, 2015, de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Sitio web: <http://www.proecuador.gob.ec/>
- SENAE. (2015). *Para Exportar*. Abril 02, 2015, de Aduana del Ecuador Sitio web: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action.
- Totorá SISA S.C.C. (2009). Sitio web: <http://www.totorasisa.blogspot.com/>
- PROECUADOR (2014). Servicio de Asesoría al Exportador (SAE). Noviembre 04, 2015. Sitio web: www.proecuador.gob.ec
- Ministerio de Finanzas del Ecuador, Glosario General de Términos, portal web: http://mef.gov.ec/pls/portal/docs/PAGE/MINISTERIO_ECONOMIA_FINANZAS_ECUADOR/REPORTES_OBI/ARCHIVOS/GLOSARIO%20GENERAL.PDF

ANEXOS

ANEXO 01

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DEL ECUADOR



Variación % Ene - Dic	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	TCPA 2006-2013
En USD	13%	31%	-26%	26%	28%	6%	5%	10%
En TON	-3%	1.3%	-3%	-3%	3%	2%	5%	0.4%

Fuente: Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
 Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

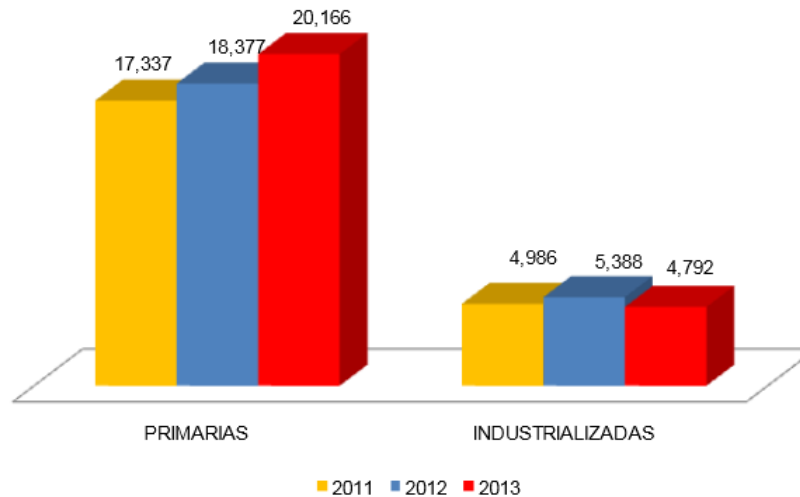


Ministerio de Comercio Exterior



PRO ECUADOR
 ASOCIACIÓN DE PROMOTORES DE EXPORTACIÓN

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DEL ECUADOR EN MILLONES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
 Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

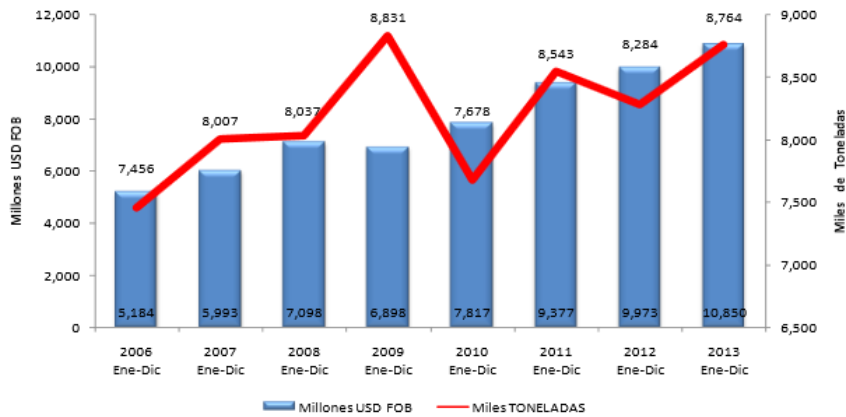


Ministerio de Comercio Exterior



PRO ECUADOR
 ASOCIACIÓN DE PROMOTORES DE EXPORTACIÓN

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR



Variación % Ene - Dic	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	TCPA 2006-2013
En USD	16%	18%	-3%	13%	20%	6%	9%	11%
En TON	7%	0.4%	10%	-13%	11%	-3%	6%	2%

Fuente: Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

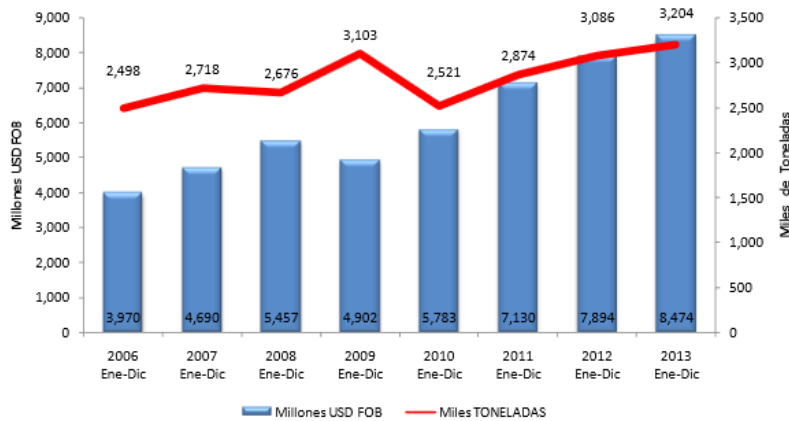


Ministerio de Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR SIN CONSIDERAR BANANO



Variación % Ene - Dic	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	TCPA 2006-2013
En USD	18%	16%	-10%	18%	23%	11%	7%	11%
En TON	9%	-2%	16%	-19%	14%	7%	4%	4%

Fuente: Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

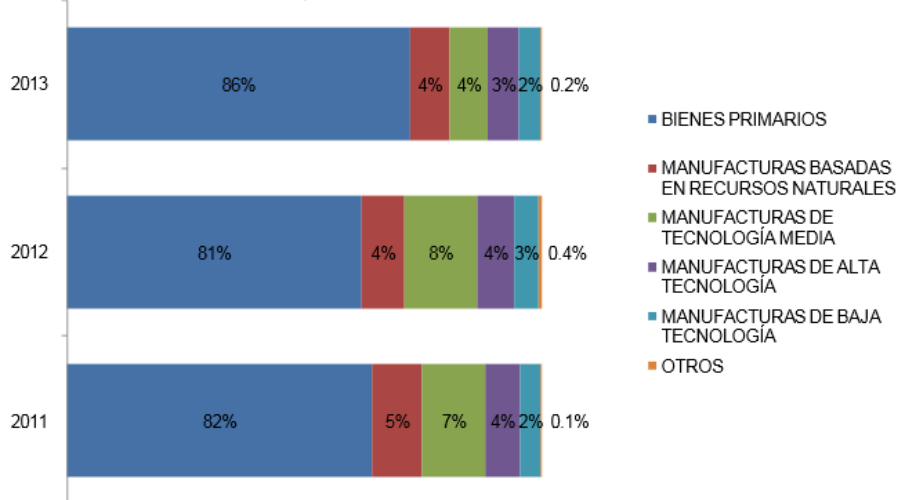


Ministerio de Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS POR GRADO DE INTENSIDAD TECNOLÓGICA, % PARTICIPACIÓN VALOR FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
 Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

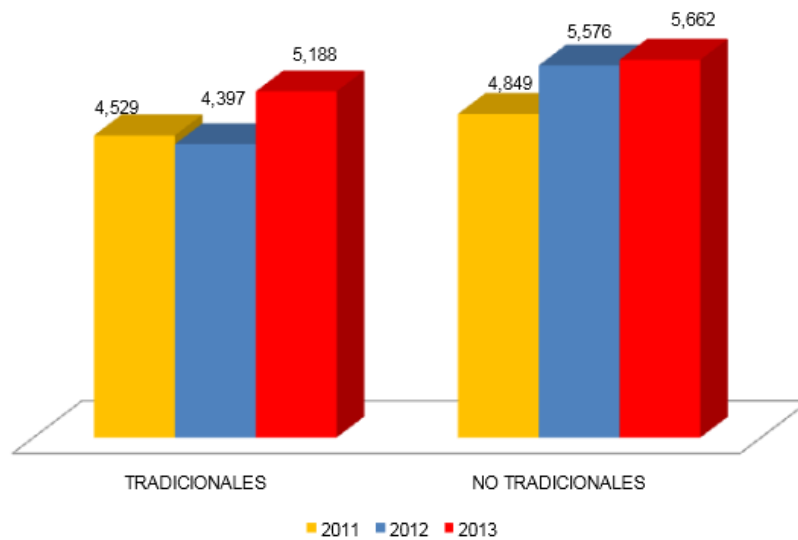


Ministerio de Comercio Exterior



PRO ECUADOR
 INSTITUTO DE PROMOCIONES

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR EN MILLONES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
 Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR





Ministerio de Comercio Exterior



PRO ECUADOR
 INSTITUTO DE PROMOCIONES

ANEXOS 02

BILL OF LADING FOR COMBINED TRANSPORT SHIPMENT OR PORT TO PORT SHIPMENT				
Shipper Domeg (Pty) Limited Adderley Road, North End Port Elizabeth		B/L No. PLZAA329		
Consignee or Order To order (1)		 "ON" SHIP CARRIER		
Notify Party/Address Hardware Supplies Limited Cross Avenue New York		*It is agreed that no responsibility shall attach to the Carrier or its Agents for failure to notify. (See clause 20 on reverse) Place of Receipt (Applicable only when this document is used as a Combined Transport Bill of Lading)		
Ocean Vessel Transvaal (2)	Voyage No: 1378G	Port of Loading Port Elizabeth (3)	Place of Delivery (Applicable only when this document is used as a Combined Transport Bill of Lading)	
Port of Discharge New York (3)				
Marks and Nos; Container Nos; MK 25Z (4) Container No. GSTU 2150221 Seal No. 388487	Number and Kind of Packages; description of Goods 1 20 DC Container(s) STC: 500 Hacksaws Model TS 2 with Safety Guard 5 Packs (5)		Gross Weight 280 kg	Measurement 0.0000
L/C No. 188688/DLC (6) Shipped on Board (7) on 10 August 2002				
*Total No. of Containers/Packages received by the Carrier 1 / 0		Received by the Carrier from the Shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quality of Containers or other packages or units indicated in the box opposite entitled "Total No. of Containers/Packages received by the Carrier" for Carriage subject to all the terms hereof EXCLUDING THE TERMS ON THE REVERSE HEREOF AND THE TERMS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF; from the Place of Receipt or the Port of Loading, whichever is applicable, to the Port of Discharge or the Place of Delivery, whichever is applicable. One original Bill of Lading must be surrendered, duly endorsed, in exchange for the Goods. In accepting this Bill of Lading the Merchant expressly accepts and agrees to all terms and conditions whether printed, stamped or written, or otherwise incorporated, notwithstanding the non-signing of this Bill of Lading by the Merchant.		
Movement USE-FCL				
Freight and Charges (indicate whether prepaid or collect): Freight Prepaid (8) Origin Inland Handling Charge Origin Terminal Handling / C.I. Service Charge Ocean Freight Destination Terminal Handling / C.I. Service Charge Destination Inland Handling Charge				
Freight payable at Port Elizabeth		Place and Date of Issue Port Elizabeth / 12 August 2002 (9)		
Number of Original Bills of Lading 3 / Three (10)		IN WITNESS of the Contract hereon contained the number of original stated copies have been issued, one of which being accomplished the other(s) to be void. For the Carrier:  For "On" Ship (11) As Carrier		

ANEXOS 03

Revista 797

ADUANA DEL ECUADOR										REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA										13903698		A											
A. ADUANA / BARCO										B. REGIMEN																							
01 ORDEN		06 AÑO		02 ADUANA		03 CÓDIGO		04 RÉGIMEN		05 CÓDIGO		06 FECHA/RORA TL		07 NÚMERO		08 FECHA RECEP		09 TIPO DE DESPACHO		10 HORA		11 AFORO		12 AFORO FÍSICO ADUANA		13 T. DECLARADO USD (IMPORTE)							
014532		06		GUAYAOUIL - MARITIMO		025		IMPQ - DEPÓSITO ADUANERO		70		29/08/2008 15:24:31		028-2008-70-000657-2		29/08/2008		C NORMAL		15:24:31		AFORO		256,266.63									
C. CONTRIBUYENTE / AGENTE										D. RÉGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO																							
10 IMPORTADOR / EXPORTADOR COMERCIALIZADORA AUTOLINE S.A.										11 TIPO Y N° DOC. ID 1 1091700030001										12 CIUDAD AMBATO													
13 DIRECCIÓN PANAMERICANA NORTE SAN PARQUE INDUSTRIAL AMBATO PR										14 TELÉFONO 032-251011 / 251012										15 NIVEL COMERCIAL 2													
16 DECLARANTE / AGENTE EDUARDO TORRES F.										17 SECTOR 21		18 ZONA S016																					
E. CONSIGNANTE + CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN										F. TRANSPORTE																							
37 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO CINCOLO ROPRO TRADE CO., LTD.										38 DIRECCIÓN XB 1501, NO. 3 BUILDING NO. 3 DEPARTMENT										39 BENEFICIARIO DEL SEFO CINCOLO ROPRO TRADE CO.		40 PAIS PROCEDIMIENTO CHINA											
31 NATURALIZA TRANSACCION										32 FORMA DE PAGO CRO DIRECTO		33 EX.CIE		34 C.ORG.		35 OT.EL.		36 MT.VL.		37 ALMACEN CONTECON GUAYAOUIL S.A		38 CÓDIGO 9026											
39 TIPO DE TRATAMIENTO 1										41 CÓDIGO DE SOLICITE DE AFORO										42 Cód. de PRO. ACOS. DEEP. URGENTE		43 CÓDIGO DE ENCLAVO 00											
42 VÍA DE TRANSPORTE MARITIMO										43 CÓDIGO		44 FECHA DE EMBARQUE 03/07/2008		45 FECHA LLEGADA 07/08/2008		46 CARGA CONTENEDOR		47 Cód.		48 BANDERA GERMANY		49 Cód. DC		50 LÍNEA TRANSPORTE HAMBURG SUD		51 Cód. S074							
49 Cód. MANIFIESTO 008										50 AÑO 2008		51 TIPO MANIF. 01		52 N° MANIFIESTO 00185		53 AS. CARGA / TRANSP. HAMBURG SUD ECUADOR		54 Cód.		55 HAVE ILABRAMAT VER BONH. BLANCO		56 Cód. DC		57 CÓDIGO DE ASESORADO S016S0170830									
58 NOM. NAVENATRIC. VEH										59 ADUANA SALIDA		60 Vía SALIDA		61 ADUANA DESTINO		62 TIPO DESTINO		63 PAIS DESTINO		64 T. TRAT.													
60 1										61 1		62 1		63 1		64 1																	
G. DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE										H. DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO																							
65 CONCEPTO										66 MONEDA		67 T. CAMBIO		68 TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN		69 TOTAL EN DOLARES USD		70 TOTAL EN MONEDA NACIONAL															
FOB										USD		1,000,000.00		233,111.67		233,111.67		233,111.67															
FLETE										USD		1,000,000.00		21,860.00		21,860.00		21,860.00															
SEGURO										USD		1,000,000.00		1,274.98		1,274.98		1,274.98															
VALOR ADUANA																256,266.63		256,266.63															
71 TOTAL SERIE/PARTIDAS 83										72 PESO NETO (KGS) 36,184.00		73 PESO BRUTO (KGS) 38,300.00		74 TOTAL BULTOS 1,127		75 TOTAL CONTENEDORES 4		76 TOTAL U. FISCAL 1,127.00		77 TOTAL U. COM 1,127.00													
I. DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA										J. OBSERVACIONES																							
80 N° SERIE										81 TIPO		82 SUBPARTIDA NACIONAL		83 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA		84 U. COM		85 VALOR NETO		86 VALOR BRUTO		87 MARCA Y NÚMERO		88 T. M									
1										0000		87012000907		TRACTO CAMION		1 PC		1,127		11		1.00		U		1.00	8,190.63		8,125.54		COMERCIALIZADOR		
89 TIPO										90 TIPS		91 PAIS ORIGIN		92 CÓDIGO		93 FOB USD		94 FLETE USD		95 SEGURO USD		96 CIF USD											
CN										CN		CN		50,000.00		4,692.99		273.65		54,966.54													
K. FIRMAS Y SELLOS										L. OBSERVACIONES																							
97 FIRMA CONTRIBUYENTE										98 FIRMA DEL DECLARANTE										99 OBSERVACIONES		100 Cód. y FIRMA APOADOR											

NUMERO 0730089647

ANEXOS 04

Commercial Invoice							
INTERNATIONAL AIR WAYBILL NO.				NOTE: All shipments must be accompanied by a FedEx International Air waybill.			
DATE OF EXPORTATION				EXPORT REFERENCES (i.e. order no., invoice no., etc)			
SHIPPER/EXPORTER (complete name and address)				CONSIGNEE (complete name and address)			
COUNTRY OF EXPORT				IMPORTER - IF OTHER THAN CONSIGNEE (complete name and address)			
COUNTRY OF MANUFACTURE							
COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION							
NO. OF PKGS.	TYPE OF PKG.	FULL DESCRIPTION OF GOODS	QTY.	UNIT OF MEASURE	WEIGHT	UNIT VALUE	TOTAL VALUE
TOTAL PKGS.					TOTAL WEIGHT		TOTAL INVOICE VALUE
<div style="text-align: right;"> CHECK ONE <input type="checkbox"/> F.O.B. <input type="checkbox"/> C & F <input type="checkbox"/> C.I.F. </div>							
THESE COMMODITIES, TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE UNITED STATES IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED.							
I DECLARE ALL THE INFORMATION CONTAINED IN THIS INVOICE TO BE TRUE AND CORRECT.							
_____ SIGNATURE OF SHIPPER/EXPORTER				_____ DATE			

ANEXOS 05



Calidad para el mundo ECUADOR

CERTIFICADO DE ORIGEN
CERTIFICATE OF ORIGIN

A N° 003213

LA FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES - FEDEXPOR, CERTIFICA LAS MERCADERIAS.
The Ecuadorian Federation of Exporters FEDEXPOR, Certifies that the merchandises.

DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. _____ Y FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION No. _____
Declared in Commercial Bill No. _____

POR _____
by _____

EMBARCADOS EN _____ REPUBLICA DEL ECUADOR
Shipped at the port of _____

EN EL TRANSPORTE _____ DE BANDERA _____
On the vessel _____ of flag _____

CON DESTINO A _____
bound for _____

Y CONSIGNADOS A _____ PARA _____
and consigned to _____ for _____

SON DE ORIGEN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR
are of Ecuadorian origin

B U L T O S P A C K A G E S		A R T I C U L O S I T E M S	
MARCAS MARKS	CANTIDAD QUANTITY	CLASE CLASS	DESIGNACION DE LAS MERCADERIAS

Quito, _____ del 200 _____

FEDERACION ECUATORIANA DE EXPORTADORES
FEDEXPOR

ANEXOS 06

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA PREFERENCIA DEL MERCADO CON RESPECTO A LAS ARTESANIAS

1. ¿En qué Región vive Usted?

Costa

Sierra

Oriente

2. ¿Compra Usted artesanías?

Si

No

3. ¿Con qué frecuencia compra artesanías?

Semanal

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

4. ¿Qué cantidad en unidades de artesanías compra usted en el año?

Una unidad

Dos Unidades

Tres Unidades

Más de cuatro unidades