



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**TEMA:**

**Plan de Exportación de Joyas en Filigrana desde el Cantón Camilo  
Ponce Enríquez hacia Chile.**

**AUTOR:**

**Sánchez Cárdenas, Jubert Alberto**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de**

**INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS**

**INTERNACIONALES BILINGÜE**

**TUTORA:**

**Gutiérrez Candela, Glenda Mariana**

**Guayaquil, Ecuador**

**19 de marzo del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Sánchez Cárdenas, Jubert Alberto**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

**TUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Gutiérrez Candela, Glenda Mariana**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Knezevich Pilay, Teresa Susana, MGS.**

**Guayaquil, 19 de marzo del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Sánchez Cárdenas Jubert Alberto**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Plan de Exportación de Joyas en Filigrana desde el Cantón Camilo Ponce Enríquez hacia Chile**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 19 de marzo del 2019**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Sánchez Cárdenas, Jubert Alberto**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

### **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Sánchez Cárdenas, Jubert Alberto**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Plan de exportación de joyas en filigrana desde el cantón Camilo Ponce Enríquez hacia Chile**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 19 de marzo del 2019**

**EL AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_

**Sánchez Cárdenas, Jubert Alberto**

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** URKUND JUBERT SANCHEZ.docx (D48003158)  
**Submitted:** 2/16/2019 10:00:00 PM  
**Submitted By:** glenda.gutierrez@cu.ucsg.edu.ec  
**Significance:** 1 %

Sources included in the report:

[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2840/3/chinchay\\_vera.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2840/3/chinchay_vera.pdf)

Instances where selected sources appear:

2



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres, José Sánchez y Mirian Cárdenas por el amor recibido, la dedicación y la paciencia con la que cada día se preocupaban por el avance y desarrollo de esta tesis, es simplemente único y se refleja en la vida de un hijo.

De igual manera, a mis amadas hermanas Briseida y Gislaine por el cariño que me brindan y por considerarme su ejemplo a seguir.

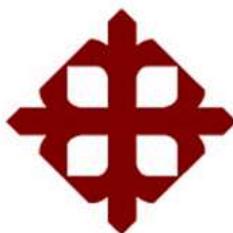
Por otra parte, a mi amiga Arianna Espinoza por ser mi apoyo incondicional durante esta etapa tan linda. Así mismo, a Oriana, Matu, Nicole G, Nicole A, Julexi, Allison, Gemelitas, etc., amistades que me regala la vida por el resto de mis años.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. Así mismo dedico este trabajo de titulación a mi familia. Mi padre José Sánchez, mi madre Mirian Cárdenas, mis hermanas Briseida y Gislaine Sánchez C.

¡Sé que para Ellos, mis logros son sus logros!

**Sánchez Cárdenas, Jubert Alberto**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Teresa Susana Knezevich P., Mgs**

DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

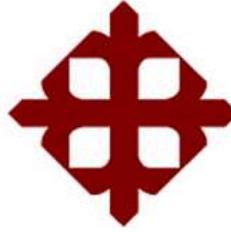
**Ec. David Coello C., Mgs**

COORDINADOR DEL ÁREA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Arturo Ordoñez M., Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**CALIFICACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Glenda Mariana Gutiérrez C., Mgs**

**TUTORA**

# Índice

## Tabla de Contenido

<b>Resumen</b> .....	<b>XV</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>XVI</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>2</b>
<b>Capítulo I</b> .....	<b>4</b>
<b>Antecedentes</b> .....	<b>4</b>
<b>Planteamiento del Problema</b> .....	<b>6</b>
<b>Formulación del Problema</b> .....	<b>7</b>
<b>Justificación</b> .....	<b>7</b>
<b>Objetivos</b> .....	<b>9</b>
Objetivo General .....	9
Objetivos Específicos .....	10
<b>Preguntas de Investigación</b> .....	<b>11</b>
<b>Capítulo II</b> .....	<b>12</b>
<b>Marco Teórico</b> .....	<b>12</b>
Teoría Ventaja Comparativa .....	12
Teoría Procesos Logísticos .....	15
Teoría Comercio Internacional .....	19
<b>Marco Conceptual</b> .....	<b>21</b>
Plan de Exportación .....	21
Costo de Oportunidad .....	21
Incoterms .....	21
Arancel .....	21
Medios de Pago .....	22
Acuerdo Comercial .....	22
<b>Marco legal</b> .....	<b>22</b>
Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial 449, 2008 .....	22
Reglamento al título facilitación aduanera del Código de Producción, Registro Oficial Suplemento 452, 2011 .....	24
<b>Capítulo III</b> .....	<b>25</b>
<b>Cantón Camilo Ponce Enríquez</b> .....	<b>26</b>
Análisis del Entorno .....	27

Análisis de Situación del Mercado.....	30
<b>Capítulo IV.....</b>	<b>34</b>
<b>Metodología de la investigación.....</b>	<b>34</b>
Enfoque .....	34
Alcance.....	34
Diseño .....	35
Población, Muestra y Muestreo.....	35
Técnicas de Recogida de Información .....	36
<b>Resultados de la Investigación.....</b>	<b>37</b>
Entrevista N.º 1. ....	37
Entrevista N.º 2. ....	38
<b>Conclusiones Generales.....</b>	<b>46</b>
<b>Capítulo V.....</b>	<b>48</b>
<b>Estudio del Mercado Demandante: Chile.....</b>	<b>48</b>
Santiago de Chile. ....	48
Análisis del Entorno.....	51
Perfil Consumidor Chileno.....	53
<b>Perfil del Consumidor Chileno para las Joyas en Filigrana .....</b>	<b>53</b>
<b>Información del Producto .....</b>	<b>54</b>
Descripción General.....	54
<b>Análisis de Comercio Exterior.....</b>	<b>58</b>
<b>Plan de Exportación .....</b>	<b>61</b>
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>66</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>68</b>

## Índice de tablas

Tabla 1 Número de empresas por tamaño.....	26
Tabla 2 Empresas productoras de joyas .....	31
Tabla 3 Ventas del sector de artesanías y joyas, año 2010 .....	32
Tabla 4 Ventas del año 2017 por el tamaño de la empresa.....	32
Tabla 5 Exportaciones ecuatorianas de joyas y bisuterías .....	33
Tabla 6 Perfil del consumidor chileno: joyas.....	47
Tabla 7 Comercio exterior en Chile .....	49
Tabla 8 Tiempos de transporte marítimo de Ecuador a Chile.....	50
Tabla 9 Análisis PEST .....	52
Tabla 10 Precios de joyas de oro .....	57
Tabla 11 Precio de joyas en Chile.....	57
Tabla 12 Exportaciones de Chile al mundo .....	58
Tabla 13 Precio de venta de joyas de filigrana .....	63

## Índice de Figuras

Figura 1. Ventaja comparativa. ....	13
Figura 2. Procesos logísticos.....	16
Figura 3. Ciclo de logística. ....	18
Figura 4. Planteamiento Modelo Hecksher.....	20
Figura 5. Personal ocupado y número de establecimientos por actividad económica en Provincia del Azuay. ....	26
Figura 6. Mapa político de la Provincia del Azuay.....	27
Figura 7. Número de empresas según su tamaño en el año 2017. ....	31
Figura 8. Género de los encuestados.....	40
Figura 9. Edad de los encuestados.. ....	40
Figura 10. Estado civil de los encuestados.....	40
Figura 11. Ingresos de los encuestados. ....	41
Figura 12. Estrato social de los encuestados.....	42
Figura 13. Consumo de joyas.....	42
Figura 14. Tipo de joyas.....	43
Figura 15. Tipo de accesorio para la compra.. ....	43
Figura 16. Ocasión para compra joyas.....	44
Figura 17. Factores que influyen en la compra de joyas.....	44
Figura 18. Lugares de compra de joyas .....	45
Figura 19. Conocimiento sobre técnica de filigrana. ....	45
Figura 20. Uso de productos realizados con técnica de filigrana.....	46
Figura 21. Proceso de producción de joyas.....	55

Figura 22. Cajas de cartón extra.....	56
Figura 23. Saldo Balanza Comercial de Chile en el sector de joyas.....	59

## **Resumen**

Camilo Ponce Enríquez, es un cantón que se ubica en la provincia del Azuay, conocido a nivel nacional por tener una alta producción minera y fabricación de joyas. En la actualidad, se trata de rescatar la técnica de filigrana que ha venido trascendiendo por varios años dándole un toque de realce y elegancia a la joya. Los artesanos locales dedicados a la elaboración de joyas hacen posible que se desarrolle un análisis completo donde se determina sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, logrando un continuo desarrollo para el cantón. Además, se realizó una propuesta de exportación para los artesanos de la localidad permitiendo un crecimiento económico, lo cual es una buena opción para receptor ingresos a nivel nacional e internacional. Dentro del gremio de artesanos se encontró un desconocimiento sobre temas de exportación, lo cual hace que exista una comercialización local de los productos joyeros y la principal propuesta será otorgar distintas capacitaciones a los fabricantes y comerciantes artesanales impulsando el mercado oferente de joyas ante el mundo entero, esperando obtener una buena acogida y ponerla en práctica.

**Palabras**                      **Claves:**                      *filigrana,*                      *exportación,*                      *gremio.*

## **Abstract**

Camilo Ponce Enríquez, is a canton located in the province of Azuay, known nationally for having a high mining production and jewelry manufacturing. Currently, it is about rescuing the filigree technique that has been transcending for several years and has a touch of enhancement and elegance to the jewel. The local artisans dedicated to the elaboration of jewels make it possible to develop a complete analysis where their strengths, opportunities, weaknesses and threats are determined, achieving a continuous development for the canton. In addition, an export proposal was made for local artisans allowing economic growth, which is a good option to receive income nationally and internationally. Within the guild of artisans was a lack of knowledge on export issues, which makes that there is a local marketing of jewelery products and the main proposal will be to provide different training to manufacturers and artisan traders promoting the market offering jewelry to the whole world, hoping to get a good reception and put it into practice.

**Key Words:** *filigree, export issues, guild.*

## **Introducción**

El cantón Camilo Ponce Enríquez se encuentra en la provincia del Azuay. Es un cantón que se ha caracterizado por su relevante producción minera a través de los años y, por ende, ofrece una gama de joyas al consumidor nacional y extranjero. La técnica de filigrana es conocida por un número bajo de habitantes y artesanos del cantón, así mismo tienen limitaciones tecnológicas y datos de exportación de joyas para de esa manera incursionar en mercados extranjeros.

Dentro del primer capítulo del presente proyecto de investigación, se realiza la investigación de los eventos más relevantes que han ocurrido en el sector joyero del Ecuador, incluyendo las leyes mineras aprobadas en el país, crecimiento de las empresas que comercializan joyas de oro.

Luego, en el segundo capítulo, se realiza la descripción del marco teórico, conceptual y legal, que ayudan a mejorar la comprensión del tema investigado. Dentro de las teorías seleccionadas, por ejemplo, comercio internacional, procesos logísticos y ventaja comparativa; por otra parte, se definieron términos como: plan de exportación, acuerdo comercial, arancel, entre otros. Finalmente, se determinan los artículos de la Constitución de la República que afectan el sector joyero y una resolución sobre la facilitación al comercio internacional.

Otro de los objetivos de la investigación fue el análisis de la situación del cantón Camilo Ponce Enríquez como mercado oferente, teniendo en cuenta el entorno político, económico, social y tecnológico del mismo. Además, se realizó un estudio con respecto a la situación del mercado local y su producción a nivel internacional.

Por otro lado, en el cuarto capítulo se desarrolló datos que permitieron evaluar el mercado oferente y demandante haciendo uso de entrevistas y encuestas dentro y fuera del país para de esa manera conocer la situación actual del mercado joyero y la aceptación que tengan las joyas por parte de los consumidores chilenos.

Por último, se elaboró la propuesta del plan de exportación de joyas en filigrana hacia Chile exponiendo el proceso que este requiere. Se hizo una búsqueda profunda sobre todo lo que concierne a Santiago de Chile, teniendo en cuenta los distintos puertos, regulaciones, necesidades de los consumidores chilenos, productos para exportar, logística, etc.

## **Capítulo I**

### **Generalidades de la Investigación**

#### **Antecedentes**

La minería en el Ecuador ha trascendido en gran escala conforme pasan los años. Navas (2016) afirma que, “la minería se trata de un modelo vinculado a los recursos naturales e impulsado con gran ahínco por grandes empresas transnacionales que dominan sectores clave de la producción y tecnologías utilizadas en estos procesos”. En el caso de Ecuador, la minería ha estado presente desde las épocas pre incásicas; según Vásquez (2016), en el país esta actividad ha sido realizada por pequeños y medianos mineros, ya que no se establecieron leyes o normas enfocadas en el sector llevando a irregularidades con respecto a la contaminación y la falta de implementación de un sistema de seguridad que beneficie a las personas que laboran en el sector minero. Por otra parte, se asegura que la minería incrementó en el periodo 1897-1950, cuando una empresa estadounidense – Southern American Development Company- obtuvo los permisos para iniciar su actividad en Zaruma.

Al considerar las bases legales para el fomento del sector, la primera ley se la denominó “Ley de Minería” impulsada por el gobierno de Juan José Flores. Otra ley de gran influencia fue la que entró en vigor en el año 1937, mediante la cual se determinó que el estado mantiene el control de los minerales que están todavía en el subsuelo.

En los últimos años, los gobiernos se han enfocado en reconocer a la minería como una actividad económica y se desarrollaron los lineamientos que facilitarían la

inversión en el sector. Sin embargo, en el año 2008, el gobierno de la época revisó y terminó con algunas concesiones o negocios que tenían relación con este sector.

En la localidad de Chordeleg, situado en la provincia del Azuay, Ecuador; se dedican a la elaboración de todo tipo de joyas de alta gama a base recursos minerales tales como oro y plata en una técnica de altos estándares como “Filigrana”.

En la provincia del Azuay, existe una variedad de negocios dedicados a comercializar oro y plata o joyas artesanales de distintos diseños y precios, siendo reconocidos a nivel nacional por la alta calidad que estos ofrecen a sus clientes. La técnica de filigrana se caracteriza por el principal componente que es el hilo, ya sea de oro o plata. Se comercializan diferentes tipos de accesorios tales como: anillos, pulseras, aretes, etc. El arte de elaborar joyas se ha venido dando a través de los años, por parte de cada generación de una familia azuaya dedicadas a este negocio, visitantes nacionales y extranjeros gustan de contemplar sus productos conforme visitan una localidad (Astudillo, 2014).

Camilo Ponce Enríquez, se sitúa al occidente de la provincia del Azuay, a tres horas de Cuenca. Tiene una población aproximada de 21.999 habitantes El cantón Camilo Ponce Enríquez fue cantonizado el 28 de Marzo de 2002, es reconocido por ser una fuente económica minera importante para el país y a su vez posee una producción ganadera, agrícola basada en el cultivo de frutales (Abril, 2017).

Estas joyas en filigrana no se expanden de manera internacional por la falta de inversión financiera y emprendimiento que existe en el cantón Camilo Ponce Enríquez, así mismo los productores locales no tienen mucho conocimiento de esta técnica de manufactura, es importante porque el lugar donde se extraen los recursos minerales es el lugar donde se elabora la joya, minimizando los costos económicos y

ambientales que implican el traslado a otro lugar, además que esta técnica no conlleva la fundición.

### **Planteamiento del Problema**

Camilo Ponce Enríquez es un cantón perteneciente a la provincia del Azuay, reconocido por la producción minera, ganadera y artesanal, según Agencia de Regulación y Control Minero (2017), la producción de esta provincia en relación con el oro fue de 3182 kilogramos en el año, lo que representa el 51 % de la producción nacional. Según INEC (2018), en la provincia de Azuay existen 17 establecimientos legales que se dedican a la explotación minera; por otra parte, a nivel nacional se encuentran registradas legalmente 45 empresas en el sector “Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos”, de las cuales 14 son microempresas y 17 son pequeñas empresas. Por otra parte, el INEC, indica que en la provincia del Azuay sólo se concentran 15 empresas que se dedican a la elaboración de joyas, específicamente joyas hechas y bañadas en oro y plata, pero en los últimos años han incursionado en la técnica de elaboración de joyas en filigrana. Sin embargo, los comerciantes enfatizaron una serie de inconvenientes sobre la elaboración de este tipo de joyas tales como: 1) Falta de inversión financiera y emprendimiento, 2) Carencia de políticas y normativas de exportaciones, 3) Desconocimiento de procesos logísticos.

En lo que respecta a las joyas en filigrana, no se expanden de manera internacional por la falta de inversión financiera y emprendimiento que existe en el cantón Camilo Ponce Enríquez, es decir, poca apertura de financiamiento público y privado para incurrir en el mercado internacional de joyas en diferentes partes del mundo; así mismo los productores locales no tienen mucho conocimiento de esta técnica de manufactura para la venta, cabe recalcar que el cantón mencionado cuenta

con los recursos minerales que se extraen como materia prima, dando como resultado una reducción de costos en cuanto a logística, ya que, implicaría el traslado del elemento mineral de una ciudad a otra.

Por otro lado, no hay políticas de incentivo de exportaciones debido a la falta de un lineamiento que ayude como guía para llevar a cabo nuevos procesos. De la misma manera existe un desconocimiento sobre normativas de exportación al no haber fuentes de información eficaz y eficiente dentro del gremio de los artesanos, dando como resultado, una comercialización local de los productos.

Además, falta de conocimiento de los procesos logísticos tales como transportación, bodegaje, embalaje y accesos hacia mercados internacionales. A su vez, un alto riesgo de pérdida del producto dentro de la cadena de distribución que se acrecienta por la escasez de control de las entidades. Es por ello por lo que algunos comerciantes prefieren realizar la transportación directa para evitar inconvenientes con la mercadería, a pesar de que se pueden presentar retrasos en la llegada del producto hacia destino final.

### **Formulación del Problema**

Teniendo en consideración el problema principal en la producción y exportación de las joyas de filigrana, se establece la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el efecto de diseñar un plan de exportación de joyas en filigrana desde el cantón Camilo Ponce Enríquez hacia Chile?

### **Justificación**

En términos generales, el gobierno de Ecuador se está enfocando en impulsar el sector de la minería bajo concesiones con empresas que busquen el desarrollo

económico y social de las comunidades cercanas a la actividad. Según Banco Central del Ecuador (2017), la producción de oro ha aumentado en comparación al periodo 2005-2012, donde se produjeron 4500 kilos anuales, mientras que en el periodo 2013-2017 se alcanzó un promedio de 7500 kilos.

Con el proyecto de emprendimiento, se pretende desarrollar distintas maneras para la exportación de joyas en filigrana desde el cantón Camilo Ponce Enríquez. Esta técnica de manufactura permite que la joya sea tratada con mayor delicadeza, transformando los metales preciosos en exquisitas joyas. A su vez, se logra que esta técnica no pase desapercibida en el mercado nacional e internacional como hace muchos años atrás.

Una opción para darlo a conocer a profundidad es Chile porque no cuenta con suficiente producción de joyería en oro y plata que pueda cubrir su demanda. La economía de Chile se encuentra en alza en los últimos años. Según Banco Central de Chile (citado por América Economía, 2018), “el país del sur creció 4,8% en el primer semestre del año 2018, lo que lleva a estimar una expansión anual de la economía del 4 %, que será acompañada por una inflación más alta, asimismo, el organismo prevé una inflación del 4,25% para el año 2019”. A pesar de que no es un crecimiento significativo, Chile está presentando consolidación económica para intereses del proyecto.

A pesar de que no es un crecimiento significativo, Chile está presentando consolidación económica para intereses del proyecto. El proyecto tendrá un impacto económico y ambiental. En la parte económica, lo positivo será generar empleo lo que generará un desarrollo económico regional. Ambientalmente, el impacto de la

exportación de joyas en filigrana al ser una técnica completamente artesanal y manual, no se emplea maquinaria, ni sustancias químicas, lo cual reduce los niveles de contaminación, de la misma manera los desechos son mínimos.

En resumen, el proyecto tiene como propósito la comercialización y exportación de joyas en filigrana, y con ello conservar la técnica para otorgar un valor agregado al producto final. Para ello se buscará dar una capacitación al productor y comercializador artesanal en cuanto a internacionalizar sus productos, esperando ser aceptada la propuesta y ponerla en práctica.

El presente proyecto se justifica ya que se encuentra relacionado con la línea de investigación de la carrera número 1 que indica la identificación, estudio y análisis de sectores exportadores no tradicionales en el Ecuador, ya que, el presente proyecto se enfoca en impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico, sostenible, de manera redistributiva y solidaria. El sector minero, que, según el Banco Central del Ecuador, entre los años 2007-2016 sólo ha contribuido al 0.33 % del PIB ecuatoriano. De la misma manera se relaciona con los objetivos 4 y 5 del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, donde se busca la continua mejora de la economía permitiendo el fortalecimiento del dólar, y de la misma forma impulsar el desarrollo sostenible de la sociedad en el cantón Camilo Ponce Enríquez.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un plan de exportación de joyas de la “Joyería Reina del Cisne” desde el cantón Camilo Ponce Enríquez hacia Chile.

## **Objetivos Específicos**

Para el desarrollo del presente trabajo, se plantean los siguientes objetivos específicos:

1. Desarrollar la base teórica y legal de la investigación para fundamentar las teorías aplicadas en el estudio.
2. Analizar la situación actual del mercado (oferta) de joyas en filigrana del cantón Camilo Ponce Enríquez, Ecuador.
3. Realizar un estudio sobre el mercado chileno para conocer las principales características del país demandante.
4. Aplicar la metodología para identificar el perfil del cliente chileno con respecto al consumo de joyas.
5. Diseñar un plan de exportación con la finalidad de incrementar la producción de joyas en filigrana y crecimiento del negocio a nivel nacional e internacional.

## **Delimitación**

La creación de una estrategia para promover las exportaciones de joyas en filigrana elaboradas por la “Reina del Cisne”, desde el cantón Camilo Ponce Enríquez, provincia del Azuay hacia Santiago de Chile en un tiempo estimado de cuatro meses para ello, se obtendrá información bibliográfica, se utilizarán fuentes de información primaria y la recolección de experiencias de personas relacionadas al sector minero y a la manufactura de las joyas.

## **Limitaciones de la Investigación**

El presente trabajo de titulación se basará en la investigación de información mediante fuentes secundarias y la recopilación de datos mediante fuentes primarias.

Entre las fuentes primarias se contará con entrevistas a los mineros, a las personas que se dedican a la elaboración de las joyas, donde puede haber falta de confianza y desinterés por parte de los entrevistados.

Asimismo, se buscará apoyo en la información que proveen instituciones públicas como Proecuador y el Banco Central; donde al ser Camilo Ponce Enríquez, un cantón pequeño, no se podría encontrar información específica del mismo.

### **Preguntas de Investigación**

¿Cuáles son las principales teorías que ayudarían al diseño del Plan de Exportación?

¿Cuáles son las leyes o normas que se deben considerar para la elaboración y comercialización de las joyas en el exterior?

¿Cuál es la situación actual del sector joyero en la provincia del Azuay?

¿Por qué el negocio de joyas en filigrana no tiene perspectiva de crecimiento?

¿Cuáles son las causas que afectan el crecimiento de las exportaciones del cantón Camilo Ponce Enríquez?

¿Cuál es el comportamiento del mercado chileno con respecto a las joyas?

## Capítulo II

### Fundamentación Teórica

En el capítulo II se encuentran las principales teorías y definiciones relacionadas que facilitan el desarrollo de este proyecto.

#### Marco Teórico

##### Teoría Ventaja Comparativa

Según Ricardo (citado por Krugman, 2012), “un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que es en otros países” (p.27).

Para el análisis de este modelo teórico se pueden considerar que en las economías existen recursos limitados por ende se debe escoger cuál es el producto que genera más beneficios y enfocarse más en la producción de ese bien, aunque signifique producir menos de otros bienes.

Para poder realizar la elección se suele utilizar un gráfico con la frontera de posibilidades, donde se considera la cantidad de producción máxima de los productos que se van a analizar. En la figura 1, se muestra el ejemplo de vinos y quesos donde la ecuación es igual a,  $a_{LQ}Q_Q + a_{LV}Q_V \leq L$

Producción de vino

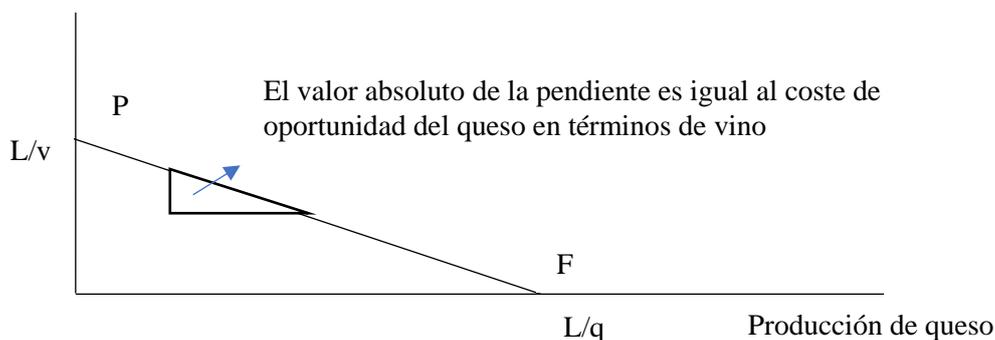


Figura 1. Ventaja comparativa. Tomado de “Economía Internacional”, por Krugman 2012.

Así, por ejemplo, si en una economía se considera el mercado de oferta laboral es igual a 1000 horas, donde se requiere una hora de trabajo en la producción de un kilo de queso y dos se destinan a la producción del litro de vino. Si se considera los conceptos de ventaja comparativa, se reemplaza la ecuación, donde todo el mercado laboral se concentra en la producción de kilos de queso ( $\frac{1000horas}{1} = 1000 \text{ kilos}$ ); mientras que, si se enfoca en la producción de vino ( $\frac{1000horas}{2} = 500 \text{ litros}$ ). Luego al considerar el coste de oportunidad de la producción de queso, es la cantidad de vino que no se producen, donde la ecuación sería  $\frac{a_{Lv}}{a_{LQ}}$ , y el costo de oportunidad en relación con el vino sería,  $\frac{a_{LQ}}{a_{Lv}}$  (Krugman, 2012, p. 29).

Para complementar el modelo, se deben considerar los precios de los bienes, específicamente se debe saber “el precio de un bien en función al otro”. Es por esto por lo que al simplificar la economía se establece que el único factor de producción es el trabajo, por lo tanto, la oferta de los dos sectores mencionados previamente va a variar de acuerdo con que sector pague mayor sueldo. Al aplicar el modelo, en el caso de los sectores del vino y queso, se considera las siguientes variables, dos horas son necesarias para producir vino y una para el kilo de queso, asimismo, que el precio del queso es \$4 cada kilo y \$7 cada litro; nos dará el siguiente resultado: el trabajador por cada litro de vino gana \$3,5 y por cada kilo de queso podría ganar \$4, mostrando que, si los productos se venden a esos precios, tanto los trabajadores como la economía elegirán producir queso.

En el modelo de ventaja comparativa, se establece que una economía elegirá especializarse en un bien, cuando el relativo de este bien sea mayor al costo de oportunidad.

En lo que respecta a la ventaja comparativa en el comercio internacional, Amadeo (2018) afirmó que, ventaja comparativa se da cuando una economía produce bienes o servicios con un costo de oportunidad; donde el país no puede ser el mejor en producirlo, pero otros países prefieren importarlo porque su costo de oportunidad es menor. Un ejemplo sería que empresas en Estados Unidos suelen contratar call centers en India a pesar de que los trabajadores hindúes no hablan el inglés de forma clara, ellos cobran un precio menor, convirtiéndolo así en una mejor opción.

La teoría de ventaja comparativa se la suele relacionar con la teoría de la ventaja absoluta y ventaja competitiva; la primera se enfoca en hacer productos atractivos para el mercado, sin embargo, la ventaja absoluta se refiere a que un país produce más de aquellos productos en los cuales es más eficiente que otras economías. Mientras que, la ventaja competitiva es cuando un país o economía ofrece productos o servicios con mejor calidad y valor adicional que los competidores del mercado.

Buckingham, Clifton y Rath (2010) enfatizaron que, la ventaja comparativa aplica en el comportamiento humano en los negocios, es decir que, los trabajadores deben enfocarse en realizar aquellas actividades o trabajos en los que son los mejores, un claro ejemplo es la subcontratación, contratar empresas o personas externas para realizar trabajos específicos; de igual forma cuando se forman los equipos de trabajos, se debe considerar personas que sean diferentes con distintas experiencias para que así se puedan complementar unos a otros.

### **Teoría Procesos Logísticos**

La logística ha estado presente desde la época de las guerras, y a través del tiempo se han realizado mejoras en los conceptos relacionados a la misma.

Según Sun Tzu (citado por Supply and Chain Executives, 2003), “la guerra es de vital importancia, es vida o muerte, el camino de supervivencia o la ruina”; de la misma forma se categoriza a la cadena de valor, ya que las compañías deben enfocarse en determinar los factores que ayuden a una entrega segura y rápida, o al menos mejor que en la competencia.

Según Council of Logistics Management (citado por Lourenco, 2005),

La logística es parte del proceso de la cadena de suministro que planea, implementa y controla la eficiencia y efectividad del flujo y almacenamiento de los bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con la finalidad de cumplir con los requerimientos de los clientes (p.5).

Por otra parte, Johson et al. (1999), define la logística como el proceso de transportar materiales y productos dentro y fuera de la organización. Los autores dividen la logística en: logística de entrada, que se encarga de los materiales e insumos que se reciben de los proveedores; administración de materiales involucra el manejo de los materiales y demás insumos dentro de la empresa y finalmente la distribución física que se refiere al traslado de los bienes desde la parte del ensamblaje hasta el consumidor.

Asimismo, Marine Corps Doctrinal Publications define que, los procesos logísticos cuentan con 4 elementos: adquisición, distribución, almacenamiento y entrega, como se muestra en la figura 2. En el caso de la adquisición, se enfoca en la

compra de los materiales e insumos necesarios para la realización de las actividades esenciales de la organización, este nivel requiere habilidades operacionales y tácticas. Segundo, la distribución es la encargada de determinar que bienes van a ser trasladados de un lugar a otro, su disponibilidad y los tiempos de entrega, es decir, la

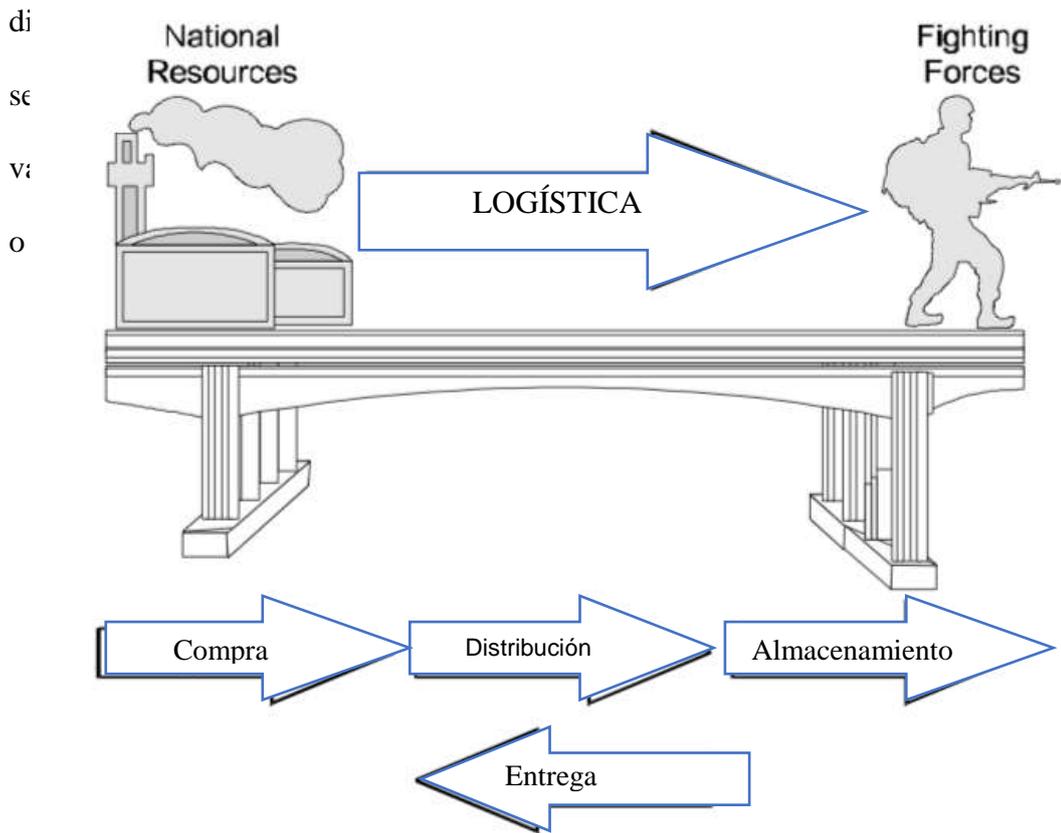


Figura 2. Procesos logísticos. Tomado de “Procesos logísticos”, por MCDP, 2010.

Louerenco (2005) afirmó que, logística es la administración de todas las actividades dentro de la organización y en la cadena de suministro, incluyéndose a los proveedores y los clientes. Para tener una administración de logística exitosa se

requiere la integración de todos los sistemas y la coordinación de la información dentro y fuera de la empresa.

En lo que respecta a la cadena de suministro, los elementos que la conforman son: proveedores, fábricas, bodegas, centros de distribución, sistemas de transporte, materia prima, inventario en proceso, inventario de productos terminados, flujos de información.

La administración de la logística incluye cierto número de actividades, que se lo denomina “Ciclo de logística”.

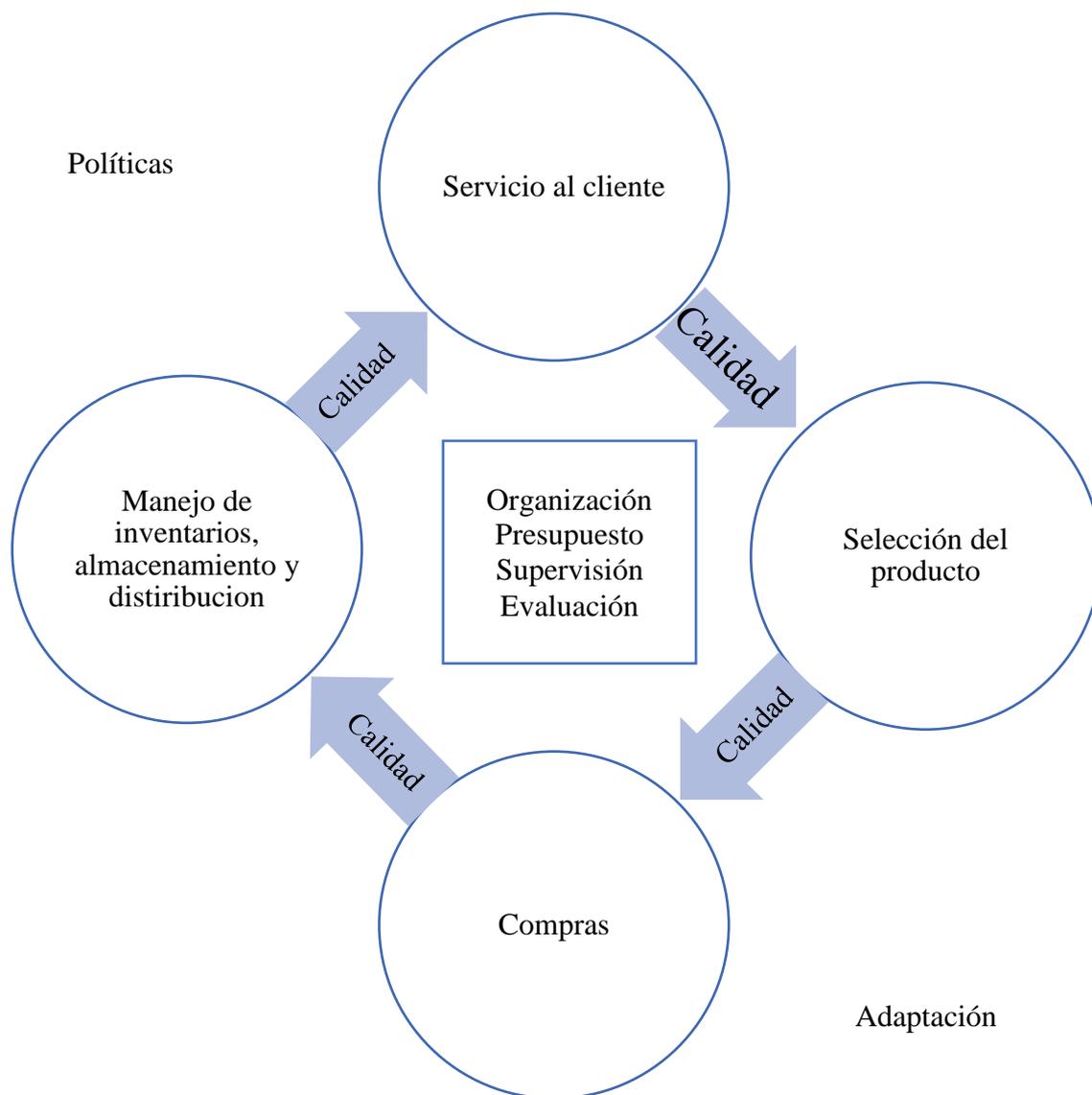


Figura 3. Ciclo de logística. Tomado de “The logistics handbook”, por USAID Projects, 2009.

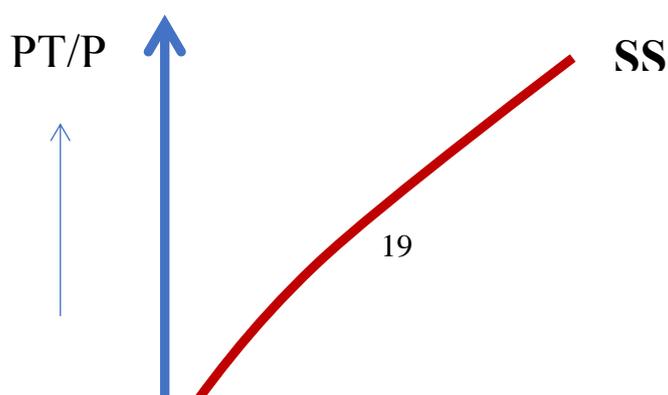
Según Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), el primer punto es la atención al cliente ya que las empresas producen y distribuyen productos que van a cumplir las expectativas de los clientes. Luego, el segundo y tercer punto involucran la selección del producto donde se revisa los aspectos descubiertos previamente y se determina la cantidad necesaria para cubrir el

mercado meta, así como el costo y precio del bien o servicio, para así poder coordinar la cantidad de insumos para los procesos de producción. Finalmente, cuando el producto está totalmente terminado se debe adecuar o acondicionar las bodegas para mantener el producto en condiciones que sean óptimas sin importar el tipo o tamaño, deben ser netamente satisfactorias ante la vista de los consumidores.

### **Teoría Comercio Internacional**

En el Modelo Hecksher-Ohlin se establece que, los países tienden a exportar los distintos bienes cuya producción es intensiva en los factores en los que están dotados de forma abundante, sin tener en cuenta una cantidad específica. Dentro de este modelo se consideran tres supuestos respecto al comercio internacional: sólo hay dos sectores en la economía, no se encuentra factores de producción específica y se establecen dos factores de producción, pueden ser trabajo y tierra (Krugman, 2006, p.77).

Según los autores, cada factor de producción tiene un costo, si se considera los factores anteriormente mencionados, el trabajo normalmente se ve representado por los sueldos y la tierra por la renta. Por otra parte, existe un planteamiento del modelo que se determina en cada industria, permitiendo identificar en cuál de los dos factores es más “intensivo”, por ejemplo, si se establece que en el sector de alimentos es intensivo en sueldos, este sector se verá más afectado si hay modificaciones en los salarios sectoriales, de tal manera como se indica a continuación en la figura 4, exponiendo una economía internacional.



*Figura 4.* Planteamiento Modelo Heckscher, Tomado de “Economía Internacional”, por Krugman, 2006.

Según Krugman (2006),

El comercio internacional se construye a partir de cuatro relaciones: relación entre la frontera de posibilidades de producción y curva de oferta relativa; relación entre precios relativos y demanda; determinación del equilibrio mundial mediante la oferta y demanda relativas mundiales; efecto de la relación de intercambio sobre el bienestar nacional (p. 92).

En el modelo estándar de comercio internacional, considera que el crecimiento de una economía puede ser sesgado: el crecimiento del mercado exportador o el crecimiento de las empresas que compiten con las importaciones; donde, si el sesgo está en dirección a la exportación, los intercambios empeoran, mientras que, si el sesgo es hacia las importaciones, la situación mejora.

Finalmente, se han desarrollado las teorías de las economías externas, al considerar los mercados monopólicos, las economías de escala pueden servir como base para el comercio exterior ya que, a mayor cantidad de producto elaborada, menor será el costo medio. Según Marshall, cuando las economías de escala se presentan en la industria como tal, se denomina como “economías externas”, donde se es más eficiente como grupo por tres razones esenciales: se apoya de manera completa a los proveedores especializados, se forma el mercado laboral más

especializado y el notorio intercambio de los conocimientos que son relacionados con el resto de la industria (Obstfeld, 2006).

## **Marco Conceptual**

### **Plan de Exportación**

Según Llamazares (2014), “plan de exportación es una herramienta para cualquier empresa que quiera iniciar o consolidar su posición en mercados exteriores; el cual debe ser estructurado en seis etapas, donde se deben considerar todas las operaciones relacionadas al comercio internacional” (p.1).

### **Costo de Oportunidad**

Según Rossetti (1979), “el costo de oportunidad de un bien o servicio es la cantidad de otros bienes o servicios a la que debe renunciar para obtenerlo” (p.7).

### **Incoterms**

Los términos internacionales de comercio, “son un conjunto de reglas internacionales que tienen como finalidad facilitar la conducción del comercio internacional, es decir, ayuda a identificar obligaciones entre las partes y determinar el punto en el cual se transfieren los riesgos de daño de la mercadería” (Procomer, 2010, p.5).

### **Arancel**

Según Krugman (2006), “los aranceles es un impuesto aplicado cuando se importa un bien; este se puede clasificar: fijos -valor fijo por cada unidad del bien importado- y el ad valorem – porcentajes del valor de los bienes importados” (p.108).

### **Medios de Pago**

“Medios de pagos son los instrumentos que constituyen la herramienta utilizada por los agentes de una economía para transferir dinero a cambio de bienes o servicios” (Banco Central del Ecuador, 2015, p.1).

Dentro de los principales medios de pago están: pago anticipado, carta de crédito y pago directo, el primero se da cuando el importador cancela el valor adeudado al exportador, el segundo representa una garantía de pago ya que es avalada por un banco.

### **Acuerdo Comercial**

“Acuerdo comercial es un pacto o negociación entre dos o más países con el objetivo de armonizar intereses en materia de comercio e incrementar los intercambios entre las partes firmantes” (Galindo, 2008, p. 14)

### **Marco legal**

#### **Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial 449, 2008**

En la Constitución del Ecuador, mediante el artículo 408 se establece que todos los recursos naturales no renovables, productos del subsuelo o los minerales son propiedad del estado y pueden ser extraídos por empresas públicas o privadas. (p.123)

Luego en el artículo 415, el estado se compromete a mantener condiciones favorables para el sector informal de los recursos no renovables, ofreciendo créditos. Información y comercialización (p.124).

#### **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, Registro Oficial Suplemento 351, 210**

Dentro de este código se establecen las medidas arancelarias al comercio exterior, en el artículo 77 se establecen los aranceles fijos y contingentes, el primero determina un valor específico único por cada partida de la nomenclatura, mientras que, el segundo se refiere a un arancel que se expresa en forma de porcentaje, dependiendo del valor o la cantidad de la mercadería que se vaya a exportar o importar en un lapso.

En el artículo 96, se determina que el Estado delega las inversiones de los sectores estratégicos a las instituciones privadas y a la economía popular y solidaria (pp.22-23).

Por otra parte, en el Título II, de la facilitación aduanera para el comercio, se determina que la obligación tributaria aduanera se crea entre el Estado y las personas naturales jurídicas que intervienen en el comercio exterior (pp.23 -24); asimismo en el artículo 111, se determina que el sujeto activo en esta relación es el Estado-SENAE y el sujeto pasivo es la persona que importe o exporte bienes y/o servicio.

En el caso del control aduanero, en el artículo 144 se determina que el control se aplicará durante el ingreso, traslado, almacenamiento y salidas de mercancías desde el territorio nacional, es decir, existen tres tipos de control: anterior, concurrente y posterior (p.28)

El artículo 154 indica que el régimen de exportación definitiva se da cuando las mercancías salen de forma permanente del territorio nacional o territorio aduanero (p.30).

En el caso de los incentivos, en los artículos 232 y 235 se establecen diversos incentivos para las distintas producciones realizadas en un territorio que toman en

considerar el impacto en el medio ambiente de un país y el desarrollo sustentable que éste puede ocasionar (p.42).

**Reglamento al título facilitación aduanera del Código de Producción, Registro Oficial Suplemento 452, 2011**

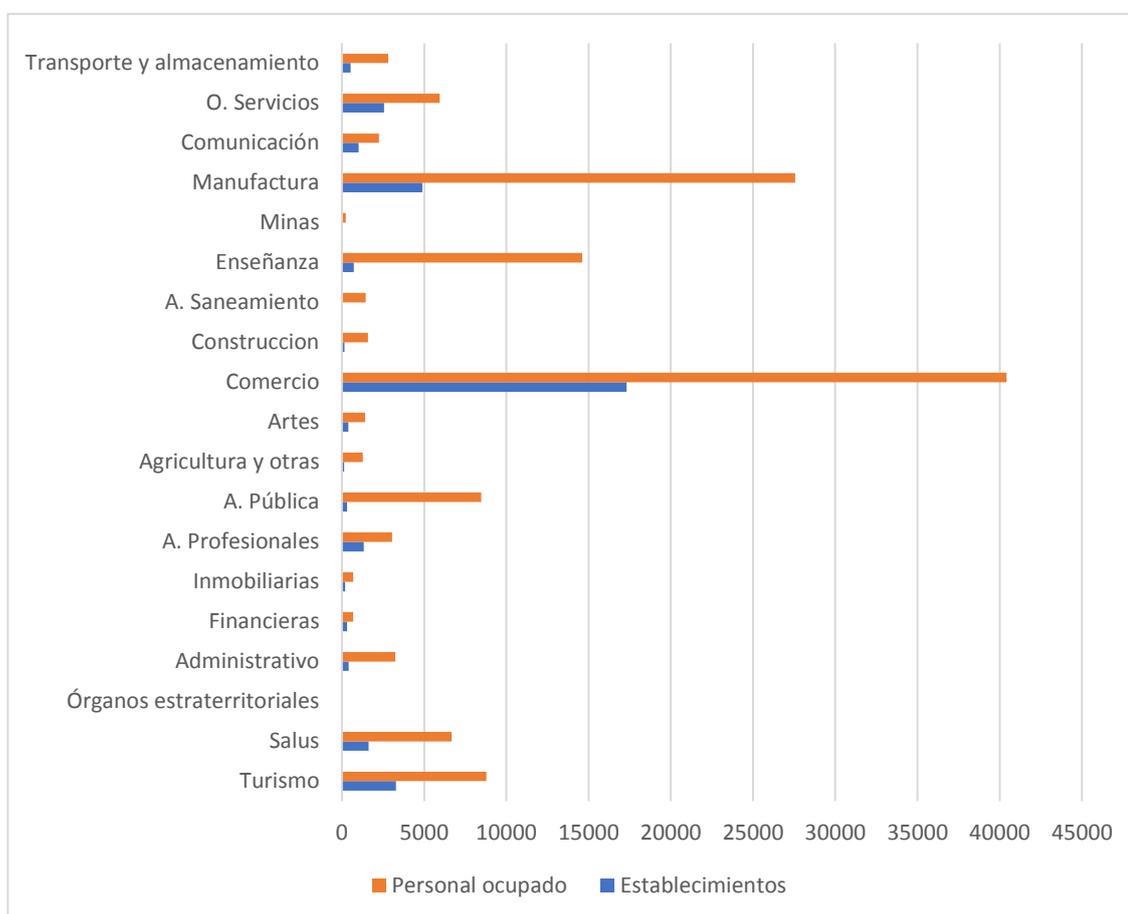
Para reducir las ambigüedades en los conceptos relacionados en el comercio exterior, dentro del artículo 1 se definen varios conceptos de suma importancia para los operadores del comercio internacional (pp.4-6).

En la sección VI, se determina que las muestras de valor comercial son aquellas mercancías exportadas cuyo valor de aduana no es mayor a \$400 o 3 unidades por cada artículo enviado; donde el exportador debe presentar la declaración aduanera de exportación indicando que es una muestra sin valor comercial junto con todos los documentos de soporte y acompañamiento necesarios (p.9).

## Capítulo III

### Estudio del mercado oferente

La provincia del Azuay actualmente está conformada por 15 cantones, por su extensión geográfica representa el 3,2% del territorio nacional. Según INEC (2018), tiene una población total de 712.127 personas, de las cuáles el 93% se considera alfabetizada. En términos económicos, en Azuay existen 53267 número de empresas, de las cuales 17 se dedican a las actividades de explotación mineras, lo que representa en el mercado laboral 242 puestos de trabajo; por otra parte, en el caso de la industria manufacturera cuentan con 4.886 empresas y 2.7572 personas,



como se muestra en la figura 5.

*Figura 5.* Personal ocupado y número de establecimientos por actividad económica en Provincia del Azuay. Tomado de “Laboratorio empresarial”, por INEC 2018.

Al considerar el tamaño de las empresas, como se muestra en la tabla 1, en esta provincia en el año 2017 se registraron 49655 microempresas, 3684 en el caso de pequeñas empresas y como grandes empresas sólo se detectaron 202.

Tabla 1

Número de empresas por tamaño

Tamaño	2014	2015	2016	2017
Microempresas	45.122	47.055	48.471	49.655
Pequeñas empresas	3.830	3.951	3807	3684
Medianas empresas A	431	454	433	482
Medianas Empresas B	307	325	272	279
Grande empresa	184	191	184	202
Total	46096	46096	53167	54302

*Nota. Fuente INEC, 2018*

### **Cantón Camilo Ponce Enríquez**

El cantón Camilo Ponce Enríquez pertenece a la provincia del Azuay, se encuentra ubicado en la parte oeste de la misma, limita al norte con los cantones Naranjal y Cuenca, al este con Santa Isabel, al sur con El Guabo y Pucará, mientras que en el oeste con Guayaquil.



*Figura 6.* Mapa político de la Provincia del Azuay, Tomado de “Gobierno de Azuay”.

En lo que respecta a la división política, este cantón cuenta con dos parroquias, cuyos nombres son: Camilo Ponce Enríquez (centro cantonal) y Carmen de Pijilí (o también conocido solamente como Pijilí). Según INEC (2017), el territorio de este representa el 7,7% de la provincia. En lo que respecta al número de habitantes cuenta con 22,000 habitantes de los cuales el 77 % se ubica en la zona rural. En lo que respecta al analfabetismo, el 9,4% de las mujeres dentro del cantón no tienen educación.

Por otra parte, en lo económico, el 58,9% pertenecen a la población económicamente activa, las principales actividades productivas que se desarrollan en el cantón son la explotación minera, que representa el 42,8% y la agricultura, con el 30% (INEC, 2018).

### **Análisis del Entorno**

#### ***Político***

En lo que respecta al sector minero, este no ha sido de mayor relevancia en el crecimiento de la economía de Ecuador; sin embargo, en el año 2009 fue aprobada la Ley de Minería, que regula y controla las diferentes actividades del sector minero, es así que dentro del artículo 16 se establece que durante la explotación de estos productos deberán cumplir con los principios de desarrollo sustentable y sostenible para no causar una minería ilegal e irresponsable. Por otra parte, en el artículo 29 se habla sobre las concesiones que el Ministerio a cargo debe ofertar como subasta pública, donde las empresas privadas pueden presentar sus proyectos; en el caso de la pequeña minería, sólo pueden ser participantes en las subastas cuando sigan los

procedimientos y cumplan con los requisitos establecidos. El artículo 31 indica que, en las concesiones se cede el poder absoluto para explorar, explotar, beneficiar, fundir, refinar, obtener los minerales, entre otros.

### ***Económico***

En Ecuador los gobiernos se han inclinado por manejar una economía capitalista, sin embargo, desde el año 2009, los gobernantes han preferido seguir una ideología mixta del capitalismo con el socialismo.

Al considerar las variables macroeconómicas de Ecuador, el valor del PIB incrementó debido a las actividades no petroleras, como el comercio, suministro de agua y actividades del servicio financiero. Específicamente en el sector de petróleo y mina, se incrementó en 1% con respecto al primer semestre del año 2018, asimismo, la industria de manufactura se incrementó con 0,3% (Banco Central del Ecuador, 2018, pp.6-7).

Por otra parte, según INEC (2016), la principal actividad del cantón Camilo Ponce Enríquez es la minería, que en el campo laboral representa la oportunidad de generar más ingresos, sin embargo, esto ha representado una mayor contaminación en el cantón. La segunda actividad es la ganadería, que se basa en la crianza de los animales de corral y el ganado.

### ***Social***

En el caso de los joyeros de la provincia, la Asociación de joyeros del Azuay se encarga de dictar cursos relacionados al manejo y mejora en los procesos de producción, diseños y cómo manejar sus negocios.

Según Miller (2013), dentro del cantón los ciudadanos mantienen varias de las tradiciones y costumbres que se les han inculcado desde niños, por ejemplo, las

fiestas patronales como: la Virgen de Natividad (8 de septiembre), cantonización (28 de mayo) y parroquialización (16 de septiembre). Asimismo, se ha continuado con las creencias de las leyendas de la “Chira y el duende”. Así mismo, según Prefectura del Azuay, el cantón en los últimos años se ha desarrollado como sitio turístico, así como: las minas de Bella Rica, aguas termales, Cueva de murciélagos, saltos de agua, entre otros; también se ha incrementado la apertura de restaurantes, bares y cafeterías.

En lo que respecta al ámbito de las joyas, este tipo de producto es adquirido por las personas como incentivo en la mejora de la autoestima del usuario, ya que, si la joya es de mayor valor y mejor calidad, representa mayor jerarquía.

Por otra parte, las ventas de este tipo de producto suelen incrementar en ciertas temporadas del año como San Valentín, Navidad, Día de las Madres o Padres. Asimismo, durante las épocas normales del año, las personas de este cantón suelen comprar joyas sobre todo de oro, porque creen que el oro tiene propiedades curativas y les ayuda a relajarse.

A su vez, el sector de la joyería debe enfrentarse a las nuevas tendencias en la que los consumidores buscan empresas responsables con el medio ambiente y la sociedad, y en el caso del sector, este tiene gran impacto al medio ambiente.

### ***Tecnológico***

Durante los últimos años se han creado nuevos avances tecnológicos que han facilitado el desarrollo de las actividades dentro del sector manufacturero. Específicamente en el sector de las joyas, la tecnología permite diseñar de forma rápida y de calidad para que el cliente o el artesano pueda apreciar el diseño antes de fabricarlo, es decir que, se están creando joyas que se adapten más a las preferencias

de los clientes. En la parte de la comercialización, se ha podido abrir las fronteras y vender productos mediante sitios web de forma directa o facilita la realización de negocios con distribuidores en otros países.

Por último, en este ámbito las tecnologías permiten tener diseño de locales adecuados para mejorar la visualización del producto final y así asegurar las ventas.

### **Análisis de Situación del Mercado**

#### ***Oferta y demanda.***

En lo que respecta a la producción minera de la Provincia del Azuay, en el año 2017 el valor en gramos fue de 3.182.824,55 en oro.

Según Censo Económico (2010), el número de establecimientos en el sector de joyas fue de 600 de los 2.412 que se dedican a las artesanías y joyas; en el caso de la provincia del Azuay existe la Asociación de joyeros del Azuay que cuenta con 150 miembros.

Por otra parte, según INEC (2018), para el año 2017, existen 45 empresas que se dedican a la fabricación de joyas y bisuterías, generando 438 plazas de empleo con una remuneración promedio de \$617.55. Si se considera el tamaño de las empresas, como se indica en el gráfico 7, el 31 % corresponde a las microempresas y 60 % a las pequeñas empresas.

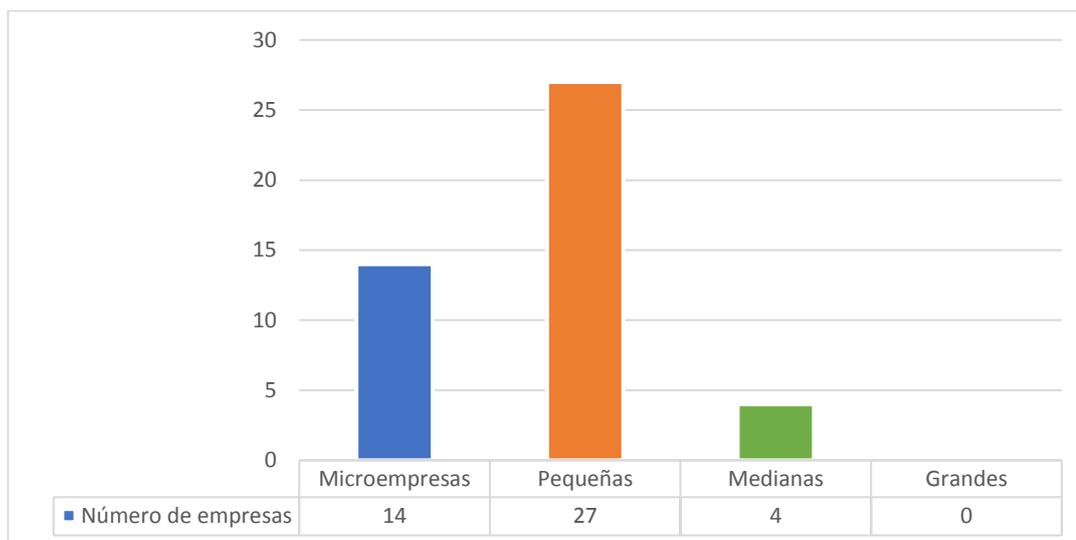


Figura 7. Número de empresas según su tamaño en el año 2017. Tomado de “Laboratorio empresarial”, por INEC, 2018.

De la misma forma, la Superintendencia de compañía registra que en la provincia del Azuay existen 18 empresas que pertenecen a la industria manufacturera en la actividad económica C3211.02, como se muestra en la tabla 2 se muestra que las principales empresas.

Tabla 2  
Empresas productoras de joyas

Nombre de compañías	Provincia	Cantón
Agnimetales S. A	Azuay	Cuenca
Antelcasting Cia Ltda	Azuay	Cuenca
Arte fusión Cia Ltda	Azuay	Cuenca
Artes Ambrosi	Azuay	Cuenca
Aurum creations Ecuador	Azuay	Cuenca
Aurum Galarza	Azuay	Cuenca
Compañía Artejoy	Azuay	Cuenca

Nota. Fuente: Superintendencia de compañías, 2018.

En lo que respecta a las ventas del sector, si se considera las artesanías y las joyas, como se muestra en la tabla 3, el 99,96% corresponde a las artesanías en general, mientras que sólo el 0,04% se obtiene mediante las joyas, en términos

monetarios las ventas totales fueron de \$5677438 dólares, de las cuales 150 facturas promedio se generaron por el sector de las joyas (Censo económico, 2010).

Tabla 3  
Ventas del sector de artesanías y joyas, año 2010

Actividad económica	Ventas totales	% de ventas
Artesanías en general	5.516.933	97,17
Artesanías de madera	19.385	0,34
Artesanías de cerámica	139.280	2,45
Total de artesanías	5.675.598	99,96
Joyas	1840	0,04

*Nota. Fuente. Censo Económico 2010, INEC (Citado por MIPRO)*

Específicamente en el sector de fabricación de joyas y bisuterías, en el año 2017 se registraron \$17.269.762 como el valor de las ventas anuales que representa el 0,01 % de las ventas de la industria manufacturera; en la tabla 4 se muestra el valor de ventas por tamaño de las empresas.

Tabla 4  
Ventas del año 2017 por el tamaño de la empresa

Tamaño de empresas	Ventas totales	% de ventas
Microempresas	\$664.491	3,84 %
Pequeñas empresas	\$9.066.684	53,50 %
Medianas empresas	\$7.538.587	43,65 %
Grandes empresas	\$0	0 %
Total	\$17.269.762	100 %

*Nota. INEC, 2018*

### ***Comercio Exterior***

Durante el año 2010, la producción de joyas ecuatorianas alcanzó \$5.754.010, donde el 6 % se utiliza para el comercio de manera local y el 94 % se utiliza para el comercio exterior, tratando de cada vez ser pioneros en este mercado, sin embargo,

del año 2013 al 2017 ha existido un déficit en la Balanza Comercial entre Ecuador y el resto del mundo, es decir que se han realizado importaciones de joyas para poder cubrir la demanda local; por ejemplo, en el caso del año 2017, el monto de las exportaciones que se realizó fueron de \$148 mil dólares, mientras que se vieron unas importaciones de \$3.894 dólares americanos. En la tabla 5 se puede observar con claridad que los países a los que Ecuador les exporta joyas son: Estados Unidos, Colombia y México. En el caso de las importaciones, los principales proveedores son: Italia, Francia y Suiza (países competidores por su alta gama de modelos y calidad).

Tabla 5  
Exportaciones ecuatorianas de joyas y bisuterías.

<b>Importadores</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Mundo	77	227	88	53	148
Estados Unidos de América	4	162	0	1	102
Colombia	58	57	88	48	33
México	0	0	0	0	13

*Nota. Unidades expresadas en miles de dólares. Trademap, 2018.*

## **Capítulo IV**

### **Metodología de la investigación**

Este trabajo de investigación se desarrollará con un método descriptivo-analítico, ya que se recolectará datos de fuentes primarias y secundarias que permitirán desarrollar la información para evaluar la situación del mercado local (oferta) y el mercado internacional (demanda).

#### **Enfoque**

El presente proyecto se realizó con un enfoque cualitativo y cuantitativo. Por el lado cualitativo, muestra un estudio de los mercados tanto nacional como internacional para así desarrollar un plan de exportación para las joyas en filigrana al país vecino, Chile. Asimismo, la investigación incluirá datos que permitan analizar el comportamiento de los mercados en relación con productos similares.

Según Nerida (citado por Hernández, 2003), “el enfoque mixto es la complementación de los enfoques cuantitativos y cualitativos ya que la cantidad y la calidad no son más que aspectos complementarios de un mismo hecho”.

#### **Alcance**

Hernández (2014) afirma que, “alcance descriptivo se enfoca en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; con este se busca especificar las propiedades, características y los perfiles de las personas”.

El proyecto de investigación se basó específicamente en una investigación descriptiva ya que se utilizaron preguntas de investigación que permitieron identificar las diferentes características de los mercados (oferta, demanda y normas) y el perfil del cliente.

## **Diseño**

La investigación empleó un diseño no experimental, ya que durante la investigación no se modificó de ninguna forma intencional el comportamiento del grupo de estudio.

Según Kerlinger (1979), “La investigación no experimental o *ex-post-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones” (p.116).

## **Población, Muestra y Muestreo**

### ***Población***

“Población es el conjunto formado por la totalidad de los elementos definidos antes de la selección de la muestra” (Malhotra, 2008).

Este proyecto toma en consideración la población que reside en la ciudad de Santiago de Chile, según Instituto Nacional de Estadística de Chile (2018), la población en esta ciudad alcanza los 5.614.000 habitantes, de los cuales el 29,10 % pertenecen a “Clase alta, clase media acomodada y clase media emergente”, es decir, 1.628.060 habitantes pertenecen a los grupos sociales con mayores ingresos en la capital chilena.

### ***Muestra***

“Muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación con el fin posterior de garantizar los hallazgos al todo” (Pineda y de Alvarado, 1994). Los autores presentan la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra infinita,

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Dentro de esta fórmula, N representa la población, Z considera el nivel de confianza, p es la probabilidad a favor y Q es la probabilidad en contra y e representa el error muestral.

En el caso de esta investigación de campo, se toma en consideración un nivel de confianza del 95 %, con un 50 % en probabilidad en contra y a favor de la investigación. Finalmente, el margen de error es elegido dentro del 5 %.

Dando como resultado, una muestra de 384 personas.

### ***Muestreo***

Para el desarrollo de esta investigación se eligió un muestreo probabilístico aleatorio simple, donde cualquier persona de la población tienen la probabilidad de ser elegidos.

### **Técnicas de Recogida de Información**

#### ***Encuestas***

En esta investigación se diseñó un cuestionario que permita recolectar información sociodemográfica, económicos y otros factores que pueden afectar el comportamiento de compra del consumidor. Esta encuesta se la realiza a 385 personas.

#### ***Entrevista***

Dentro del trabajo de campo, se realizaron dos entrevistas, la primera se realizó el día 22 de Enero del 2019, al señor Manuel Espinoza quien labora en el municipio del cantón Camilo Ponce Enríquez como el actual alcalde. La entrevista es formal estructurada, donde se realizaron 5 preguntas, el registro de las respuestas fue escrito.

La segunda entrevista fue realizada el 27 de enero del 2019, al señor Carlos Chillogalli quien es un fabricante de joyas del cantón. La misma se realizó con un formato de 8 preguntas, con un registro de las respuestas de forma escrita.

### **Resultados de la Investigación**

Dentro de la investigación se realizaron 384 encuestas y 2 entrevistas a personas involucradas en la actividad minera, dentro de los resultados que se obtuvieron tenemos:

#### **Entrevista N.º 1.**

##### **Datos del Entrevistado**

Manuel Espinoza, Alcalde del Cantón Camilo Ponce Enríquez.

Fecha: 22 de Enero del 2019

##### **Situación del Sector Joyero en Camilo Ponce Enríquez**

En el cantón Camilo Ponce Enríquez, aproximadamente el 8 % de la producción artesanal y pequeña minería se destina a la producción de joyas, es decir que, se utilizan 2000 gramos para realizar aros, cadenas, dijes, manillas, entre otros. Dentro del cantón sólo existen 4 joyerías que se desenvuelven de forma individual, de las cuales dos de ellas se dedican a la producción de joyas utilizando la técnica de filigrana bajo pedido (Espinoza, 2019).

En lo que respecta a las asociaciones, en Camilo Ponce Enríquez no existen dichas instituciones, debido a que no cumple con el número de joyerías requeridas para tener vida jurídica.

Por otra parte, en lo que respecta a las barreras del sector, se manifestó que los pequeños productores o lo artesanos no se ven favorecidos con la ley minera vigente en el país, ya que en esta se otorgan concesiones a las grandes mineras y

estas prefieren exportar el oro por la rentabilidad que representa, por lo tanto, para los joyeros artesanales es más difícil conseguir la materia prima a un precio menor a precios razonables.

Finalmente, Espinoza (2019) afirma que, “hay que fortalecer el mercado mediante la difusión, capacitación y créditos para alcanzar la competitividad con otros mercados de otros países cuando se alcance estándares de producción y difusión de nuestro mercado será factible que el mercado internacional realice pedidos y se comience a utilizar más talleres y más mano de obra, sólo ahí será posible exportar las joyas en filigrana”.

## **Entrevista N.º 2.**

### **Datos del Entrevistado**

Carlos Chillogalli, Fabricante de Joyas en el Cantón Camilo Ponce Enríquez

Fecha: 27 de Enero del 2019

### **Situación del Sector Joyero en Camilo Ponce Enríquez**

La producción de joyas del cantón Camilo Ponce Enríquez es distribuida dentro del mercado local y del país; es por esto que, los joyeros deben contar con un taller acondicionado a las necesidades de producción y ofrecer una variedad de joyas.

Dentro de las restricciones o barreras para el desarrollo de esta actividad, se encuentra la falta de capital para invertir en materia prima, asimismo, la necesidad de máquinas especializadas. De la misma forma, los pequeños joyeros no han visto incentivos por parte de los gobiernos.

Por otra parte, Chillogalli (2019) indica que, dentro del cantón Camilo Ponce Enríquez no se realiza la exportación de joyas de oro a ningún mercado

internacional, sin embargo, el aplicar estos procesos representa la oportunidad en la mejora de la economía y a incrementar el reconocimiento y calidad de los artesanos ecuatorianos.

En lo que respecta a las estrategias de comercialización, la distribución del producto en el caso de los talleres pequeños es de forma directa, mientras que, en las grandes joyerías, se utilizan distribuidores. El tiempo de entrega del producto final es alrededor de 7 a 10 días dependiendo de los diseños de las joyas y la cantidad solicitada.

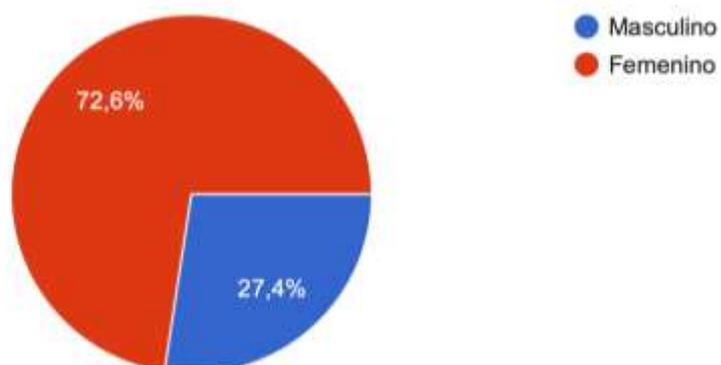
### **Encuestas sobre el Consumidor Chileno**

En lo que respecta a las encuestas, se realizaron a personas residentes en el país de Chile vía internet, durante el mes de Febrero.

Las cuatro primeras preguntas se enfocan en obtener las características demográficas, donde se obtuvieron las siguientes respuestas,

#### ***Género de los Encuestados***

Dentro de la primera pregunta, se encontró que el 72,6% de los encuestados fueron mujeres, es decir que, 281 mujeres; por lo tanto, el 27,4% corresponden a los hombres. En base a las encuestas se puede concluir que el género no influye en las



compras de joyas.

Figura 8. Género de los encuestados. Tomado de trabajo de campo.

### ***Edad de los Encuestados***

La siguiente pregunta está relacionada con la edad de los encuestados, el 20% de las personas se agrupan entre los 31 a 35 años, es decir 77 personas. El segundo grupo más poblado, es el de 36 a 40 años con 70 encuestados; el tercer grupo representa al grupo de personas mayores a 50 años.

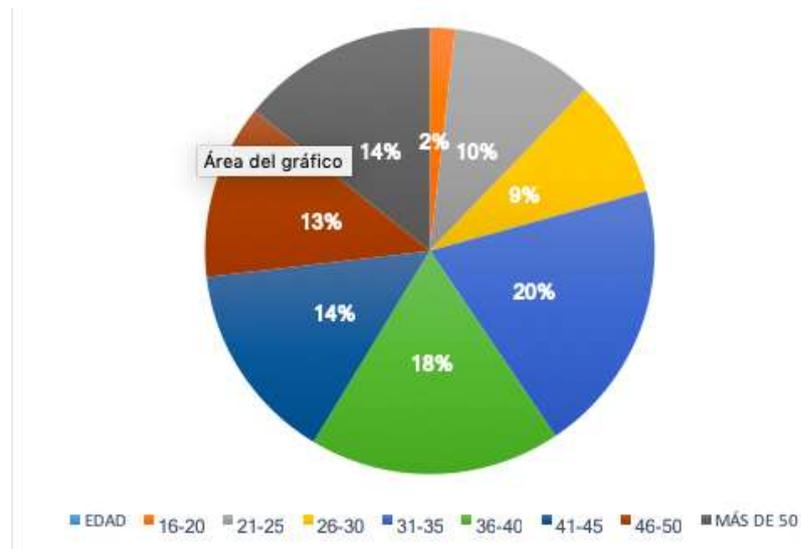


Figura 9. Edad de los encuestados. Tomado de trabajo de campo.

### ***Estado Civil de los Encuestados***

Dentro de la muestra obtenida se encontró que el 33,6% de los encuestados son casados y el 33,3% son solteros, siendo los grupos más representativos, es decir que, las compras de joyas pueden ser motivado para las familias o parejas.

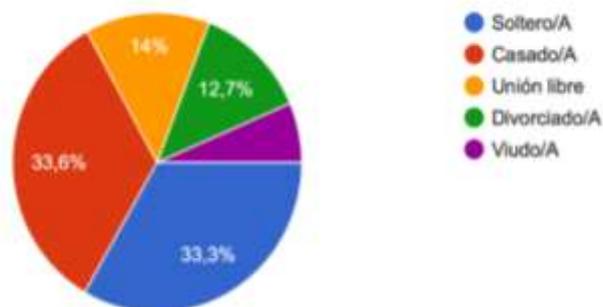


Figura 10. Estado civil de los encuestados. Tomado de trabajo de campo.

La segunda parte de la encuesta involucra los factores sociológicos de los encuestados.

### ***Ingreso de los Encuestados***

Mediante las encuestas se establece que las personas mantienen sus ingresos entre los 600.000 pesos a 1.986.000 pesos en el mes, representando el 46,5% de los encuestados; seguido por el grupo de 1.986.001 pesos a 2.739.000 pesos.

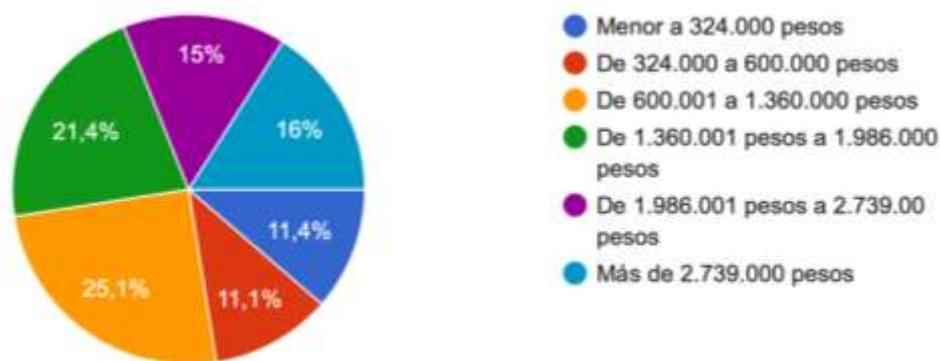
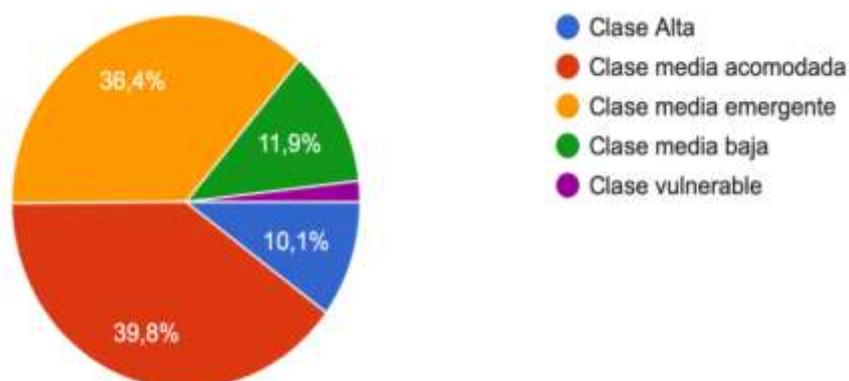


Figura 11. Ingresos de los encuestados. Tomado de encuestas realizadas.

### ***Clase Social de los Encuestados***

La quinta pregunta está relacionada con los ingresos de los encuestados, demostrando que los grupos más representativos son los de clase media acomodada y

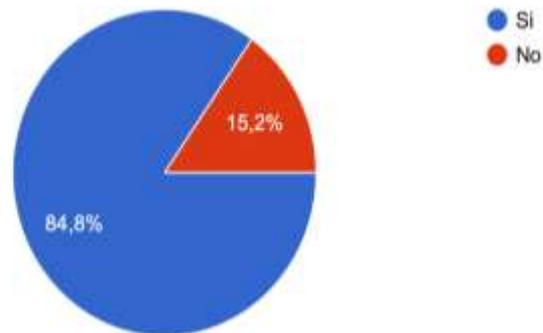


clase media emergente, 154 personas y 140 personas respectivamente.

Figura 12. Estrato social de los encuestados. Tomado de las encuestas.

### ***Consumo de Joyas de los Encuestados***

Dentro de las encuestas realizadas, se detectó que el 84,8% de los encuestados ya realizan compra de joyas; es decir que, 328 utilizan joyas,

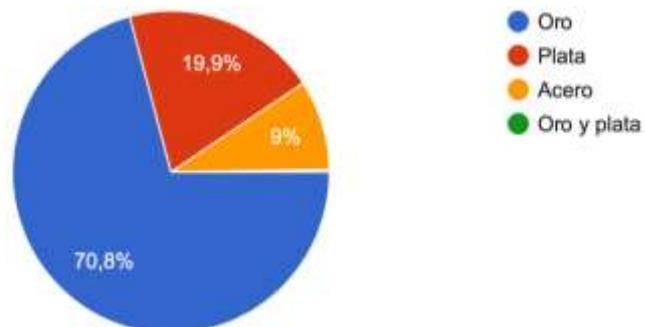


comprobando que el consumidor chileno ya tiene posicionado el producto de las joyas.

Figura 13. Consumo de joyas. Tomado de las encuestas.

### ***Tipo de Joyas***

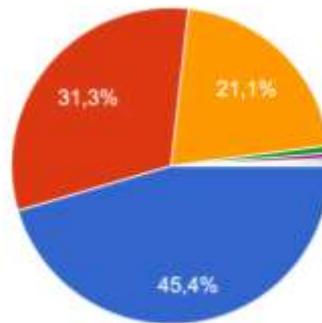
En la muestra seleccionada, se observa que el 70,8% de las personas prefieren comprar joyas de oro, es decir que 273 personas están dispuestas a comprar



joyas. El segundo material más utilizado es la plata, con 77 personas.

Figura 14. Tipo de joyas. Tomada de encuestas realizadas.

De la misma forma, se preguntó el tipo de accesorios que les gustaría

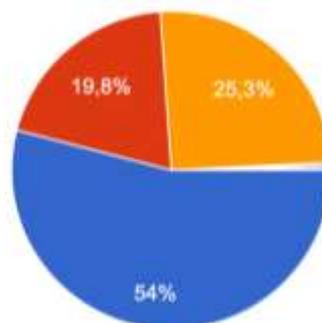


comprar, se identificó que, el producto más demandado son las cadenas y pulseras, por lo tanto, se puede concluir que para llegar a este mercado se debe ofrecer estos productos.

Figura 15. Tipo de accesorio para la compra. Tomado de encuestas realizadas.

### ***Frecuencia de Compra***

Dentro de la encuesta se incluye la pregunta de frecuencia de compra, donde se detectó que el 60% de los encuestados por lo menos una vez al año compran alguna joya, mientras que el 30% realiza compras mensuales. De la misma forma, se investigó sobre la motivación para la compra, donde se identificó que el 54% de la muestra compra joyas para su propio uso, mientras que el 45% compran joyas para



dar regalos o para ocasiones especiales.

Figura 16. Ocasión para compra joyas. Tomado de encuestas realizadas.

### ***Factores que Influyen en la Compra de Joyas***

Dentro de la muestra recolectada, se observa que el factor que tiene mayor influencia al momento de realizar una compra de joyas es el diseño, por lo tanto, se debe seleccionar los mejores modelos para ser enviados a Chile. Luego el segundo factor de importancia es el precio, como en el mercado ya existen joyerías establecidas, se deben buscar estrategias de precio y publicidad que ayuden a posicionar el producto.

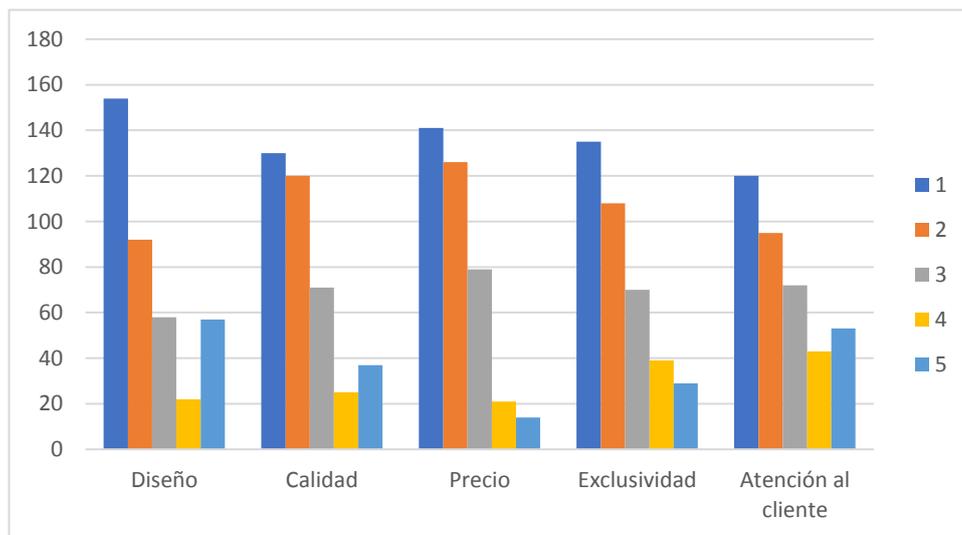
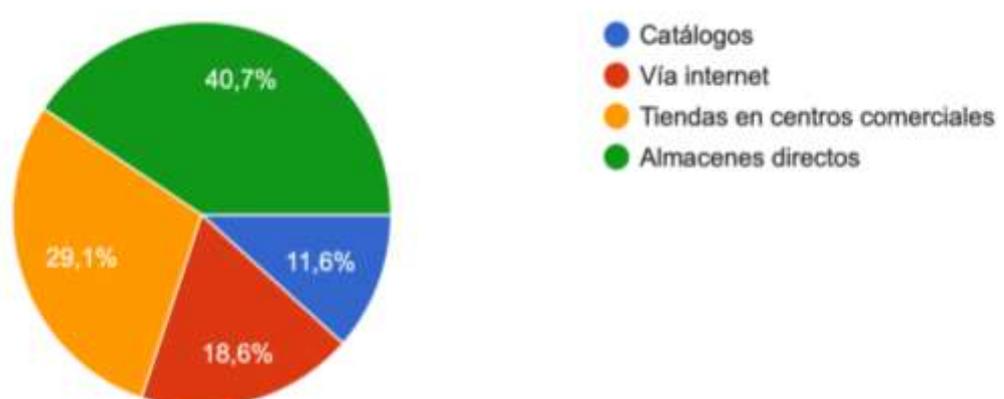


Figura 17. Factores que influyen en la compra de joyas. Tomado de encuestas realizadas.

### ***Lugares de Compra de Joyas***

Entre las personas chilenas que han realizado la compra de joyas, se



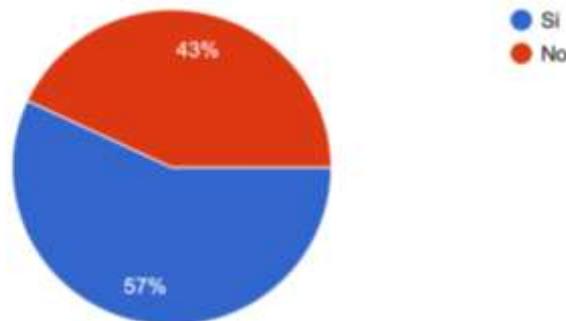
estableció que el 40,7% prefieren adquirir este tipo de producto en locales especializados en la venta de joyas, mientras que, el 29% optan por locales ubicados en centros comerciales.

*Figura 18.* Lugares de compra de joyas. Tomado de encuestas realizadas.

La última parte de la encuesta involucra el conocimiento del mercado sobre la técnica de filigrana y su predisposición para adquirir este tipo de productos.

### ***Conocimiento sobre Técnica de Filigrana***

Mediante las encuestas, se estableció que el 57% de las personas encuestadas, conocen el concepto de la técnica de filigrana, por lo tanto, la



publicidad y demás estrategias de marketing deben enfocarse en resaltar este valor diferenciador.

*Figura 19.* Conocimiento sobre técnica de filigrana. Tomado de encuestas realizadas.

### ***Uso de Productos Realizados con Técnica de Filigrana***

En la muestra seleccionada, se observa que el 72,4% de las personas que respondieron la encuesta si han utilizado o comprado productos realizados con la técnica de filigrana, entre los productos más comprados son: cadenas y joyas.

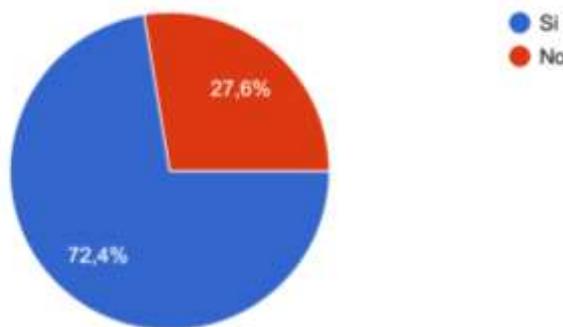


Figura 20. Uso de productos realizados con técnica de filigrana. Tomado de encuestas realizadas.

### Conclusiones Generales

Mediante el trabajo de campo realizado se puede llegar a las siguientes conclusiones:

En el cantón Camilo Ponce Enríquez, no existen los conocimientos, ni la experiencia en los procesos de exportación de las joyas de oro y en las estrategias de comercio internacional; de la misma forma se demuestra que los empresarios prefieren exportar productos sin valor agregado.

Dentro del sector joyero, existen ciertas barreras para los joyeros del cantón, en primer lugar, los mineros grandes destinan su producción a la exportación y los pequeños mineros no tiene alto volumen de producción. De la misma forma, falta inversión y capacitación sobre los procesos de exportación de las joyas, lo que con lleva a que los pequeños talleres no tengan las máquinas especializadas para la elaboración de joyas más finas.

La exportación de joyas es un sector potencial que necesita de inversión, capacitación y otros incentivos para ampliar el mercado local hasta llegar a otros países.

En lo que respecta al mercado de la demanda se puede establecer que, el consumidor chileno busca productos con buenos precios y que sean de calidad, es decir que, sean de buen material para que tengan un mayor tiempo de vida, diseños innovadores que reflejen estatus social, una buena atención al cliente durante la compra y que el producto esté disponible en el momento que se lo necesite.

Por otra parte, dentro de la tabla 6 se puede observar el perfil del consumidor que se obtuvo mediante las encuestas,

*Tabla 6*  
Perfil del consumidor chileno: joyas

Características demográficas	Edad	Más de 31 años
	Sexo	Indiferente
	Localidad	Santiago de Chile
Características sociológicas	Clase social	Clase media acomodada y emergente.
	Nivel de ingresos	600.000-2.237.900 pesos
	Formación	Superior
	Tipos de compras	Razonada
Características psicológicas	Frecuencia de compra	Anual
	Conocimiento del producto	Alto: técnica de filigrana
	Motivaciones	Diseño moderno y precios

## **Capítulo V**

### **Propuesta: Plan de Exportación de Joyas en Filigrana hacia Chile**

Este capítulo se enfoca en ser una herramienta principal para aquel artesano joyero que desea expandir su negocio a un mercado internacional, exponiendo el proceso de exportación para el sector joyero del cantón Camilo Ponce Enríquez. De acuerdo con la investigación realizada en este cantón, existe un total desconocimiento a la hora de exportar productos joyeros de cualquier otra rama, con las estrategias establecidas en este trabajo se pretende expandir el negocio de manera internacional, teniendo en cuenta los distintos procedimientos que se necesita para una exportación dando como resultado un crecimiento económico para el cantón y sus fabricantes de joyas. Estableciendo un plan de exportación con sus respectivas estrategias se logra aumentar el nivel de ventas de joyas en filigrana y que no sólo se comercialice de manera local.

#### **Estudio del Mercado Demandante: Chile**

Chile es un país dividido en 15 provincias que a su vez se dividen en provincias, este país tiene una extensión de 4270 kilómetros. Por su ubicación, Chile es un país tricontinental por la presencia que tiene en América, Oceanía y Antártida. Por otra parte, los límites son: norte con Perú, Oeste con el Océano Pacífico, al este con Bolivia y Argentina, y al sur con Antártica.

#### **Santiago de Chile.**

Santiago de Chile es la capital de la República de Chile, la moneda oficial es el peso chileno. En lo que respecta al iniciar un negocio dentro de la ciudad,

usualmente se inicia como sociedades anónimas, y el tiempo promedio para registrarlo es de 6 días.

En lo que respecta al comercio exterior, Doing Business (2018) indica que, Chile ocupa el puesto 46 en el desempeño logístico, asimismo, se establece que se demora 94 horas aproximadamente en los trámites aduaneros para la exportación y en valor monetario \$340, por otra parte, para la importación se requieren 90 horas y \$440, como se muestra en la tabla 7.

Tabla 7

Comercio exterior en Chile

Indicador	Chile
Tiempo en exportación: cumplimiento fronterizo (horas)	60
Costo de exportación: cumplimiento fronterizo (USD)	290
Tiempo en exportación: documentos (horas)	24
Costo de exportación: revisión de documentos (USD)	50
Tiempo en importación: cumplimiento fronterizo (horas)	54
Costo de importación: cumplimiento fronterizo (USD)	290
Tiempo en importación: cumplimiento fronterizo (horas)	36
Costo de importación: revisión de documentos (USD)	50

*Nota. Fuente: Doing Business, 2018.*

En términos logísticos, según Proecuador (2017), desde Ecuador hacia Chile existen varias opciones: aérea, ferroviaria y marítima:

- Vía aérea: Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez que se encuentra ubicado a 14 km del centro de Santiago de Chile, este aeropuerto cuenta 18 puentes de embarque y 2 pistas de aterrizaje; por ejemplo, en el año 2016, el 81 % de las exportaciones ecuatorianas a Chile ingresaron mediante este

aeropuerto. El segundo aeropuerto es Aeropuerto Diego Aracena, que está ubicado al sur de Iquique donde se encuentran 4 puentes de embarque.

- Vía ferroviaria: ese medio de transporte cubra 6.216 kilómetros de extensión, del cual el 61 % posee un servicio comercial de carga, se transporta carga de granel líquido, granel sólido, carga fraccionada y carga contenerizada.
- Vía marítima: en el caso de Ecuador, se utiliza dos puertos: San Antonio y San Vicente, el primero está ubicado en la zona central más cercano a Santiago y a Mendoza (Argentina), cuenta con 3 terminales donde se maneja carga contenerizada, granel sólido y líquido, con una profundidad de agua de 16 metros, en este puerto se involucra la actividad de 25 navieras. El segundo puerto, Puerto San Vicente que se ubica a 500 km del sur de la ciudad de Santiago con una profundidad de agua de 12 metros y se acepta carga general, de granel y contenerizada.

Como se muestra en la tabla 8, los tiempos que se demoran las navieras en transportar la carga desde Ecuador a Chile, son 7 días promedio al puerto de San Antonio y 8 días al puerto de San Vicente.

Tabla 8  
Tiempos de transporte marítimo de Ecuador a Chile

Naviera	Puerto San Antonio	Puerto San Vicente
Evergreen	7	8
Mediterranea shipping	13	
Hapag Lloyd	7	9
CMA-CGM	7	8
Maersk Line	7	8

*Nota. Valores de tabla son los días de tránsito de Ecuador a Chile.*

En el caso de los costos de transporte, los precios de las navieras están entre \$450 por contenedor 20' seco hasta \$900 por contenedor de 40'; vía aérea, el costo por kilogramo está entre \$6.

Los documentos exigibles por Ecuador son: factura comercial, documento de embarque, packing list, declaración aduanera de exportación; mientras que para importar en Chile se necesita: documento de embarque, packing list, factura comercial, documento de ingreso a SNA y la declaración juramentada sobre el costo de la mercadería.

#### **Análisis del Entorno.**

De acuerdo con el Banco Mundial, durante el periodo 2000-2015, Chile fue una de las economías de mayor crecimiento a pesar de la baja de los precios de cobre en los años 2014 al 2017, ya para el año 2018, Chile mostró un crecimiento del 4,8 % en el primer trimestre gracias a la inversión del sector privado, la tabla 9 se presenta el análisis PEST de Chile.

Tabla 9  
Análisis PEST

Político	Económico	Social	Tecnológico
República de Chile tiene 3 poderes, ejecutivo, legislativo y judicial.	Crecimiento para el 2009, entre 3,25% al 4,25%, debido a la inversión.	Población: 17.574.003. La población envejece y afecta el crecimiento de la población., la	Incremento en el uso de las plataformas o ecommerce para realizar sus compras.
Nivel de pobreza: 7,9%	Desempleo: en los últimos 20 años alcanza el 9,7 %	esperanza de vida es de 77 años para los hombres y 82 para las mujeres.	En 2018, se detectaron 12 millones de usuarios de internet, de los cuales 5,7 realizaron compras en línea.
Nivel de corrupción: 26 de 180 países. Segundo menos corrupto en Latinoamérica.	Sectores de mayor actividad: manufactura, comercio y servicios profesionales.		
Legislación laboral: libertad de negociación colectiva, derecho a cobrar horas extras, seguro de desempleo y percibir un salario mínimo básico.	Inflación anual: alcanzó 3 % en el 2018. Producto Interno Bruto: impulsado por la inversión privada y aumento en la demanda de los hogares, aumentando el consumo.	El consumo ha incrementado por el mejoramiento en las condiciones de vidas. Incremento en el consumo o uso de bienes digitales.	El 78 % de los adultos cuentan con celular inteligente
Aranceles: 6 % sobre valor CIF.			

### **Perfil Consumidor Chileno.**

En términos generales, a los chilenos se los puede clasificar en 6 grupos de consumidores como: reformador, explorador, simulador, disconforme, resignado y exitoso; el primero se refiere aquellas personas que son socialmente responsables, intelectuales que les gustan marcas innovadoras y auténticas. Luego, el segundo grupo abarca aquellas personas que les gusta descubrir nuevas cosas, optan por marcas con sensaciones nuevas que los hace sentir diferentes. El tercer grupo son los materialistas y consumistas, son aquellos que se dejan influenciar por la opinión de los demás. Los disconformes buscan revelarse por ende seleccionan productos que tienen gran impacto visual. El cuarto grupo, los resignados, involucra a las personas de los estratos sociales más bajos donde su necesidad principal es la seguridad y la economía. El quinto grupo, incluye a las personas que tienden a conseguir sus metas y son organizados, prefieren las marcas que les dan prestigio. Finalmente, el integrado que buscan lo hogareño y cotidiano, que prefieren marcas grandes que representan calidad y buen precio (EMOL, 2017).

En el caso del marketing, una de las mejores opciones para llegar al público chileno es la televisión por cable, ya que casi dos tercios de los hogares utilizan este medio de comunicación. Los principales canales de televisión son Canal 13, CHV, TVN y La Red. Asimismo, para alcanzar mayor cobertura, se utilizan la publicidad en medios de transporte público como buses y en el metro (Santander, 2018).

### **Perfil del Consumidor Chileno para las Joyas en Filigrana**

El consumidor chileno de joyas puede ser los hombres y mujeres, de más de 31 años, que vivan en la ciudad de Santiago de Chile con un nivel de educación superior. Como se mencionó previamente el grupo de compradores potenciales

pertenecen a la clase media acomodada y clase media emergente, que tienen ingresos entre 600.000 pesos hasta 2.237.900 pesos. Por otra parte, las motivaciones para este tipo de compra son: los diseños modernos y precios adecuados.

## **Información del Producto**

### **Descripción General**

Una joya es un objeto que se elabora mediante diferentes técnicas donde se incluyen piedras o metales preciosos. Dentro de este proyecto de investigación se ofrecen joyas elaboradas bajo la técnica de filigrana y con la materia prima de oro, donde se utilicen diseños exclusivos e innovadores.

- **Producto 1: Collares con dije**

Las cadenas contarán con eslabones de 0,50 centímetros cada uno, hasta formar un largo de 45 centímetros en total. Se utilizará oro de 18 quilates. El peso de será de 45 gramos; se incluirá un dije que será de oro de 8 quilates.

- **Producto 2: Pulseras**

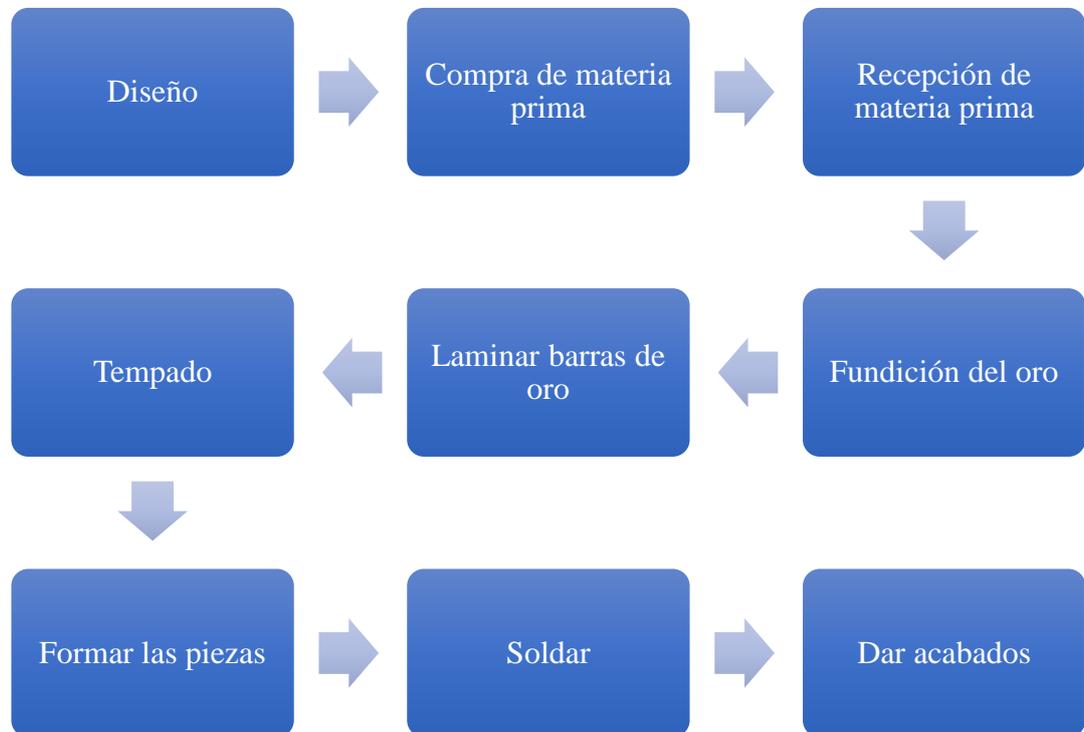
Las pulseras serán de oro blanco, con perlas incrustadas que incluyen un broche a presión. Se utilizará oro de 18 quilates y 10 perlas, logrando un peso de 48 gramos.

- **Producto 3: Anillos**

Los anillos serán realizados con oro rosado de 18 quilates con un diamante, que logra pesar 8,5 gramos, diseñado para mujer.

### **Características Técnicas**

Dentro del proceso de producción de las joyas, se incluyen 11 etapas, como se muestra en la figura 21.



*Figura 21.* Proceso de producción de joyas. Tomado de “Entrevista a fabricante de joyas”, por Chillogalli, 2019.

El proceso de la fabricación de joyas en filigrana se lleva a cabo teniendo la materia prima, en este caso podemos trabajar con dos de los minerales para joyas más comunes como es: el oro y la plata. Ambos minerales se deben fundir para obtener una forma líquida y estos deben ser depositados en una hilera de hierro para darle forma, en este caso sería una barra.

Con la materia prima procesada en forma de alambre podemos empezar a elaborar una joya en filigrana. Los hilos deberán ser preparados de una manera alargada y tratar de ser finos al máximo, esto se realiza con máquinas propias de los artesanos. El siguiente paso es contar con un marco de la figura a realizarse con los finos hilos de oro o plata, los cuales deben ser entrecruzados.

## **Presentación y Empaque**

Para asegurar que el producto llegue en las mejores condiciones, se considera que durante el proceso de exportación se utilizarán cajas de cartón que miden 33x23x26 centímetros, como se muestra en la figura 22, donde caben aproximadamente 24 cajas.



*Figura 22.* Cajas de cartón extra. Tomado de “Lista de productos”, por Inducarton, 2019

Dentro del cartón, el producto irá envuelto en papel ziplock y bolsas de funda de aire.

Por otra parte, las cajas pequeñas van a ser de color azul o dorado, donde su tamaño varía dependiendo del producto, por ejemplo: caja para cadenas miden aproximadamente 15x15x3 centímetros, las de pulseras será de 10x10x3 centímetros y las de anillos 6x6x3 centímetros.

## **Precio**

### **Precio Ecuatoriano**

De acuerdo con lo observado durante el trabajo de campo, en la tabla 10 se presentan los precios promedio de productos de oro de 18 quilates, por ejemplo, en Chordeleg la cadena con dije se la encuentra en \$65, pulseras entre los \$330.

Tabla 10

Precios de joyas de oro

Producto	Joyería del Ecuador	Bauer	Artisanos Chordeleg
Cadena	\$125	\$95	\$50
Pulseras	\$330	\$65	\$25
Anillos	\$175	\$50	\$20

*Nota. Fuente. Página web Oficial de Bauer y Joyería del Ecuador.*

### **Precio Internacional**

En Chile el sector joyero ha ido en crecimiento, los precios varían dependiendo del modelo y el lugar de venta, en la tabla 11 se observa los precios de venta,

Tabla 11

Precio de joyas en Chile

Producto	Eurojoyas	Aurus joyería	Mercado
Cadena	\$140	\$95	\$63
Pulseras	\$330	\$65	\$32
Anillos	\$175	\$50	\$71

*Nota. Los precios están expresados en dólares. Fuente. Páginas Web Oficial Eurojoyas y Aurus joyería.*

### **Código Arancelario**

Las joyas están clasificadas dentro de la sección 15, donde se encuentran los artículos hechos de metales, naturales, semielaborados y elaborados.

Sección 15: Metales y artículos de metales

Capítulo 71: Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos y manufacturas de estas materias; bisutería.

Por tanto, la partida arancelaria para los productos analizados en este proyecto es, 7113.19, que corresponde a los “Artículos de joyería de los demás metales preciosos, incluso revestidos”.

Dentro del acuerdo comercial entre Chile-Ecuador, los productos bajo esta partida arancelaria, ingresan con arancel 0 % en Chile (Ministerio de Comercio Exterior Ecuador, 2016).

## **Análisis de Comercio Exterior**

### **Situación Actual del Comercio Internacional de Chile – Sector de Joyería**

Según Asociación de Marcas de lujo de Chile, este país cuenta con 30 marcas reconocidas que han mostrado un continuo crecimiento del 3,4 %, por otra parte, las ventas del sector alcanzan 600 millones de dólares, ya que los consumidores chilenos prefieren productos de lujo y de mayor calidad.

En lo que respecta a las exportaciones bajo el código arancelario 7113.19, como se muestra en la tabla 12, las exportaciones se han incrementado en aproximadamente 5% entre el año 2016 y 2017, alcanzando los 356 alrededor del mundo.

Tabla 12  
Exportaciones de Chile al mundo

País	2014	2015	2016	2017	2018
España	1	111	57	356	111
Perú	0	92	38	163	92
Argentina	0	0	7	145	0
Estados Unidos	2	0	0	31	0
Bolivia	0	2	10	17	2
Honduras	25	0	0	0	0

*Nota. Los valores están expresados en miles de dólares. Fuente. Trademap, 2017*

En el caso de las importaciones de Chile, en el año 2017 se importaron alrededor de \$6423 miles, llevando un saldo de la Balanza Comercial en negativo, manteniendo la tendencia desde el año 2013, como se muestra en la figura 23.

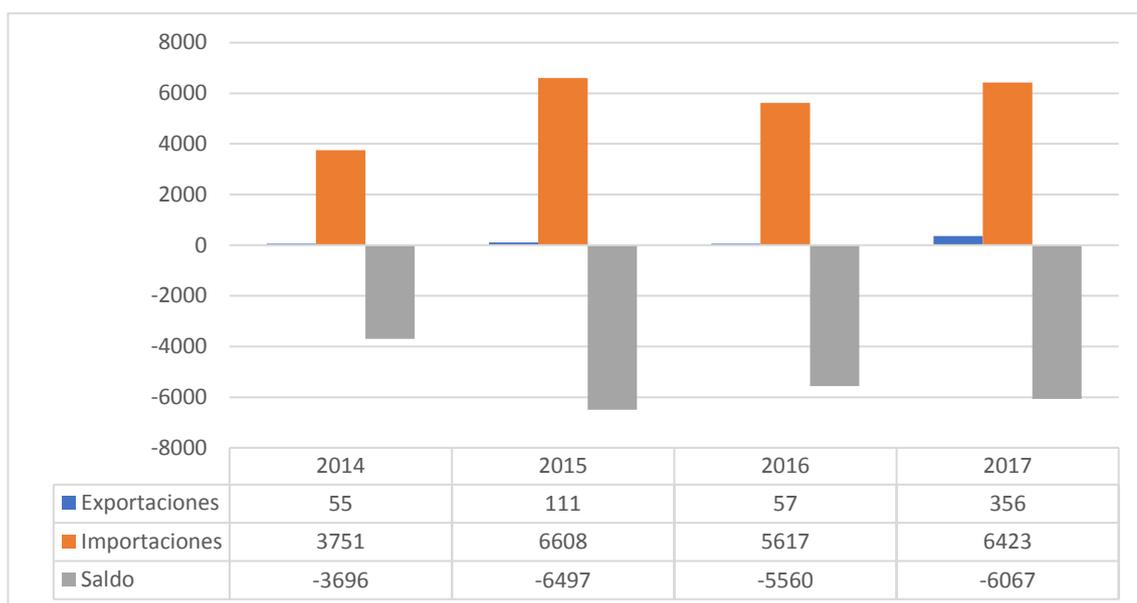


Figura 23. Saldo Balanza Comercial de Chile en el sector de joyas. Tomado de “Estadísticas comerciales Chile”, por Trademap, 2017.

Los principales países exportadores de joyas a Chile en el año 2017 son: Estados Unido, Italia, España, Tailandia y Turquía.

### **Relación Comercial entre Ecuador y Chile**

La relación comercial establecida entre Chile y Ecuador se ha desarrollado a través de los años, en los últimos años Ecuador ha exportado alrededor de 371 partidas arancelarias a Chile, donde los principales productos han sido el petróleo, banano, vehículos ensamblados, grasas y aceite vegetal, atún, palmito, camarón y rosas (Peña, 2018). Según Hill (citado por Agencia EFE, 2018), “la relación comercial entre Ecuador y Chile aumentó en más del 40 % en los últimos dos años por el intercambio de inversiones y la positiva relación entre los países”.

### **Acuerdos Internacionales entre Ecuador y Chile**

“En Chile el arancel general para todas las mercancías es de 6 % calculados sobre el valor aduanero o CIF, más el valor del impuesto agregado que alcanza el 19 %, sobre el valor aduanero” (Aduana de Chile, 2019).

Por otra parte, “los productos suntuosos pagarán el 15 % sobre la base impositiva, afectando la primera venta y las posteriores” (Prochile, 2017); entre esta clasificación de los productos se encuentran las joyas y piedras preciosas naturales o sintéticas. Otro impuesto es el de verificación de aforo, que corresponde al 1 % de valor de mercancías, o CIF.

#### ***Acuerdo de Complementación Económica 65 (2010)***

Entre los artículos establecidos, se define “Trato Nacional”, es decir que los productos importados y elaborados por el país deben revivir el mismo trato, asimismo los dos países se comprometen a reunirse periódicamente para revisar las condiciones de los productos para no tener algún percance a futuro.

Por otra parte, se establece que ambas partes por ley no pueden establecer impuestos, aranceles u otros recargos a las exportaciones de sus productos, ni restricciones a los productos importados desde la otra nación con el ánimo de que haya un comercio libre y ordenado.

Para la exportación de los productos, deben presentar un certificado de origen para poder acogerse a los distintos beneficios presentados en el presente acuerdo, sin embargo, este no deberá ser presentado cuando el valor aduanero de importación no exceda los mil dólares americanos, o el equivalente en la moneda nacional/regional de la otra parte.

En términos generales, con la renovación de este acuerdo, el 98 % de los productos provenientes de Ecuador ingresan a Chile exentos con un arancel del 0 %; exceptuando carnes de animales, leche, trigo (tranquillón), sorgo de grano, harina de trigo, azúcar de caña, entre otros (Ministerio de Comercio Exterior Ecuador, 2017).

### ***Acuerdo de Complementación Económica 32 (1994)***

En este acuerdo firmado entre las partes, estas acordaron establecer planes de desgravación del 95 % de los productos en 5 años, es decir, que, en el año 2003, los productos dentro de este acuerdo deben gravar 0 % de arancel; en el caso específico del sector automotriz se planificó 3 años para la desgravación total.

### **Plan de Exportación**

#### **Base legal**

##### ***Regulaciones Internacionales***

Para la importación de los productos desde Chile, se requiere la presentación de una factura, para conocer el valor de las mercaderías. Dentro de la factura proforma, se debe establecer el valor estimado del transporte (marítimo, terrestre o aéreo) y el valor del seguro.

Asimismo, cuando la mercadería no supere los \$1000 en valor FOB, se debe presentar el documento de embarque original, factura comercial y el certificado de origen.

Cuando se importa con carácter comercial, en Chile es necesario presentar el Documento único de Ingreso y se da hasta 15 días para cancelar los impuestos directos e indirectos; y un packing list. Otros documentos obligatorios son: conocimiento de embarque, factura comercial original, certificado de seguro especificando el valor de la prima, declaración jurada sobre el precio de las mercaderías (MBA, 2017).

Por otra parte, sobre la regulación de empaques, estos deben demostrar calidad, donde se indique los materiales, peso neto u otros datos importantes del

contenido, asimismo, se debe indicar la forma de limpiar y almacenamiento de los productos.

### ***Regulaciones Nacionales***

En Ecuador se ha aprobado la Norma Técnica INEN 3013, que se enfoca en el rotulado para los productos derivados de joyería y bisutería artesanal, con el objetivo de aumentar la competitividad, el comercio y establecer diferenciación con otros productos.

Dentro de la norma se establece que, los productos de joyería deben contar con información clara de identificación del producto, materiales, técnica de elaboración, marca comercial, nombre del diseñador, instrucciones de cuidado, país de origen, naturaleza del metal (k representa oro). En lo que respecta al embalaje, los productos deben estar embalados para evitar el polvo y protegerlas durante el almacenamiento y transporte (INEN, 2017).

También sigue en vigencia la Norma NTE INEN 1960 para los artículos de oro y plata, donde se indica que el oro debe ser identificado de partes por mil, masa de oro en cada 1000 partes de masa. Sobre el rotulado, las marcas deben estar estampada en el producto junto con el símbolo del metal precioso (INEN, 1994).

### **Proceso de Exportación**

Para realizar la exportación de las joyas se contactará con el dueño de la Joyería “El Cisne” (el Sr. Carlos Chilloalli) para separar los modelos seleccionados y de inmediato se iniciará el proceso de exportación de estas bellas creaciones como lo son las joyas en filigrana.

- **Negociación**

Dentro de los puntos de la negociación está el precio para determinarlo se considera los costos de pre-exportación y exportación y un margen de rentabilidad de 20%, dentro de la tabla 13 se encuentra detallado el valor de cada producto.

Tabla 133

Precio de venta de joyas de filigrana

Producto	Costo de compra	Costos-exp	Costo total	Utilidad	Precio
Cadena	\$50	\$4	\$54	\$11	\$65
Pulseras	\$30	\$4	\$34	\$7	\$41
Anillos	\$40	\$4	\$44	\$9	\$53

*Nota. Fuente. SecurityData y Banco Produbanco*

Considerando la capacidad de producción del taller, se considera que el cronograma para las exportaciones será de forma trimestral.

- **Ventas Internacionales del Producto**

Una vez que se hayan establecido los productos y cantidades respectivas, se debe generar la factura comercial, que representa una evidencia de la transacción que se está realizando, de acuerdo con las cuotas establecidas.

- **Términos de la Negociación**

Como vendedor (exportador), el principal compromiso es entregar el producto en buen estado y en los tiempos establecidos, es por esto por lo que el INCOTERM que se utilizará en la exportación a Santiago de Chile será de FCA y el medio de transporte será aéreo.

En otras palabras, la responsabilidad del vendedor está vigente hasta que la mercadería es despachada en aduana para su envío a cargo de la empresa de transporte escogida por el importador.

Considerando que el destino es Santiago de Chile, el tiempo de entrega es de 6 días para llegar al país de destino.

- **Medios de Pago**

En el contrato comercial se identifica que el medio de pago que se utilizará será la carta de crédito emitida por el Banco Produbanco representando al exportador y el Banco Santander por el lado del importador.

El tipo de carta de crédito es irrevocable confirmada, que es uno de los medios de pago más seguros, ya que el banco emisor como el notificado tienen obligaciones.

- **Documentos Aduaneros**

Las transacciones comerciales internacionales exigen la entrega de ciertos documentos para cumplir con los requerimientos establecidos en las leyes de cualquier país.

Los documentos básicos que solicita la aduana para que el producto (carga) pueda salir del país son: factura comercial original, documento de transporte, la declaración aduanera de exportación y el certificado de origen. Específicamente, el certificado de origen sirve para recibir el beneficio de exoneración de arancel.

En Ecuador, la institución encargada de emitir el certificado de origen y la declaración aduanera de exportación es la SENAE mediante el sistema de ECUAPASS.

- **Almacenamiento Temporal**

En esta etapa del proceso se considera la elaboración y presentación del manifiesto de carga, el cual debe ser entregado de forma electrónica, después de 12 horas que la carga se la envió. La información que se debe integrar es:

Lugar de envío: Aeropuerto José Joaquín de Olmedo – Guayaquil

Lugar de descarga: Arturo Merino Benítez

Cantidad del envío: 6 cajas de cartón

Tipo de empaque: cajas de cartón

Cantidades del producto: 208 unidades (aretes, anillos y cadenas)

- **Aforo**

El exportador será conocido como Joyería “Reina del Cisne” y el importador será Joyería Torres.

El régimen de la exportación será “Exportación definitiva”, ya que el producto final será utilizado en el país de destino; por ser las primeras exportaciones se considera un aforo físico de la carga que se enviaría al país de Chile.

- **Mercadería en Chile**

Cuando la mercadería arribe al territorio chileno, se deberá desaduanizarla en el Servicio Nacional de aduanas, se debe contar con una factura proforma que representa la cotización a nivel internacional, donde se establece la cantidad y precio de los bienes a importar.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

Durante los últimos dos gobiernos ecuatorianos se ha tratado de impulsar el desarrollo de las exportaciones con valor agregado obteniendo un reconocimiento internacional a Ecuador en técnicas de producción artesanal. Chile y su crecimiento económico fueron claves para realizar el presente proyecto. Al considerar el problema de investigación, se puede concluir que el plan de exportación impulsará a que los pequeños y medianos joyeros se dediquen más a la producción de productos terminados y se aumentará la capacitación en técnicas de elaboración de los productos además de las oportunidades de vender en el extranjero.

Cabe recalcar, que en el proyecto se considera las características de los mercados de oferta (Camilo Ponce Enríquez) y demanda (Santiago de Chile) para elaborar un plan de exportación para los productos de la “Joyería Reina del Cisne”, donde se planea realizar envíos de forma trimestral a la “Joyería Torres”, entre los productos que se comercializarán son: aretes, cadenas y anillos. Por otra parte, se identificó comportamientos de las exportaciones y cuáles son las claves a la hora de realizar una negociación con un cliente de otro país. En lo que respecta Camilo Ponce Enríquez sólo dedica el 8 % de la producción total de oro para la fabricación de joyas, es por esto que sólo funcionan 4 joyerías, donde sólo aplican la técnica de filigrana cuando tienen pedidos específicos.

Además, se identificó que Chile ha tenido un crecimiento económico evidente durante los últimos años. Por lo tanto, los consumidores de joyas pueden ser hombres o mujeres que sean mayor a los 31 años, es por ello, que se realizarán exportaciones de manera trimestral de cadenas (\$62), pulseras (\$39) y anillos (\$51).

Dentro de los términos de la negociación, el INCOTERM que se utilizará será FCA y el medio de transporte es aéreo, con un tiempo de llegada de 6 días al Aeropuerto Arturo Merino Benítez. Finalmente, para dar mayor seguridad a la negociación, el método de pago es carta de crédito emitida por el Banco Produbanco (Banco Exportador) y Banco Santander (Banco Importador).

### **Recomendaciones**

- Desarrollar estudios de factibilidad sobre la producción y exportación de joyas de filigrana.
- Diseñar campañas de publicidad para dar a conocer a “Joyería Reina del Cisne” en el mercado nacional.
- Desarrollar campañas de capacitaciones para las personas que habitan en el cantón para que conozcan sobre la técnica de filigrana y puedan emprender su negocio.

## Referencias Bibliográficas

- Abril, A. (24 de Julio de 2017). *Prefectura del Azuay*. Obtenido de <http://www.azuay.gob.ec/prv/index.php/2017/07/24/el-pan-2/>
- Aduana de Chile. (2018). Obtenido de Preguntas frecuentes sobre clasificación: <https://www.aduana.cl/preguntas-de-clasificacion/aduana/2013-04-12/074704.html>
- Agencia EFE. (2018). *La relación comercial entre Ecuador y Chile aumentó más del 40% en dos años*. Obtenido de <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-relacion-comercial-entre-ecuador-y-chile-aumento-mas-del-40-en-dos-anos/20000011-3791881>
- Amadeo, K. (01 de 10 de 2018). *Ventaja comparativa: teoría y ejemplos*. Obtenido de The balance: <https://www.thebalance.com/comparative-advantage-3305915>
- América economía. (2018). *Banco Central de Chile sube más de lo esperado la proyección de crecimiento*. Obtenido de América economía: <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/banco-central-de-chile-sube-mas-de-lo-esperado-la-proyeccion-de>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de [http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal\\_a/base\\_legal/A.\\_Constitucion\\_republica\\_ecuador\\_2008constitucion.pdf](http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf)
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ley de economía popular y solidaria*.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria*.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión*. Quito: Asamblea Nacional.

Baca. (2001). *Estudio técnico*. nt: Mcgrill.

Banca de Chile. (2008). *Glosario de términos*. Chile.

BanEcuador. (s.f.). *BanEcuador: tasas de interés*. Obtenido de <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/uploads/2017/05/Tasas-de-Intere%CC%81s-MAYO-2017.pdf&hl=es>

Bauer. (s.f.). Obtenido de Bauer Ecuador.

BCE. (2013). *Población económicamente activa Ecuador*.

BCE. (2018). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Informe de variables macroeconómicas:  
<https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/cntrimestral/CNTrimestral.jsp>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. NY: Pearson.

Best business center. (05 de 05 de 2010). *Dirección*. Obtenido de Best business center:  
<http://www.todoempresa.com/Cursos/Direccion%20por%20objetivos%20Demo/tema2-2.htm>

Bonilla, E., & Rodríguez. (2000). *Más allá del dilema de los métodos*. Bogotá.

Buckingham, M., Clifton, D., & Rath, T. (2010). *Break all the rules*. EEUU: nn.

Chiavenato. (1995). *Fundamentos de Administración*. EEUU: Mcgrill.

Código Orgánico de la producción, comercio e inversión (2010).

Conkey, M. (1985). *Dirección: función de la administración*. NY: McGrill.

Drucker, P. (1954). Administración por objetivos. En D. Peter, *The practice of management*.

Ecuador, L. m. (2017 de 2017). *Sector Minero*. Obtenido de Banco Central del Ecuador:  
<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/764>

Ecuador, S. M. (2017). *Laboratorio empresarial*. Obtenido de INEC:  
[http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas\\_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true](http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true)

Hernández Sampieri, R. (2014). Los métodos mixtos. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández, & M. Baptista, *Metodología de la investigación* (págs. 531-589). MC GrawHill.

Humble. (1986). *Dirección por objetivos*. NY: McGrill.

INEC. (2018). Obtenido de Laboratorio empresarial: Azuay:  
[http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas\\_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true](http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true)

INEC. (2018). *Estadísticas industriales*. Obtenido de INEC:  
[http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas\\_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true](http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true)

- INEC. (2018). *Índice de producción de manufactura*. Obtenido de Ecuador en cifras:  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/IPI-M/2018/Septiembre-2018/PRESENTACION\\_RESULTADOS\\_IPI-M\\_2018\\_09.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2018/Septiembre-2018/PRESENTACION_RESULTADOS_IPI-M_2018_09.pdf)
- INEN. (1994). Obtenido de Normas de rotulado para artículos de oro y plata:  
<https://archive.org/details/ec.nte.1960.1994/page/n13>
- INEN. (2017). *Norma INEN 3013*. Obtenido de Rotulado de productos de joyería y bisutería.: <https://docplayer.es/67311676-Quito-ecuador-rotulado-de-productos-de-joyeria-y-bisuteria-artesanal-requisitos-labeling-of-jewelry-products-and-imitation-jewelry-artesanal.html>
- KERLINGER. (1979). *Diseños no experimentales*. Obtenido de <https://eva.fcs.edu.uy/mod/resource/view.php?id=6915>
- Krugman. (2006). *Economía Internacional*. New York: Pearson.
- Krugman, P. (2005). *Economía internacional: teoría y política*. EEUU: Mcgrill.
- Krugman, P. (2012). Ventaja comparativa. En M. Obstfeld, & P. Krugman, *Economía Internacional*. México: Pearson.
- La joyería del Ecuador. (s.f.). Obtenido de Productos de la joyería del Ecuador:  
<https://lajoyeriadeccuador.com/>
- Ley de régimen tributario (2010).
- Lourenco, H. (2005). *Logistics Management*. Obtenido de [http://www.econ.upf.edu/~ramalhin/PDFfiles/2005\\_ChapterLogistic.pdf](http://www.econ.upf.edu/~ramalhin/PDFfiles/2005_ChapterLogistic.pdf)

Martín, G., & Ángel, M. (2008). *Diccionario de Economía Aplicada*. NY: ECOBOOK.

MCDP. (2010). *Logistics theories*. Obtenido de [https://www.globalsecurity.org/military/library/policy/usmc/mcdp/4/mcdp4\\_ch2ea.pdf](https://www.globalsecurity.org/military/library/policy/usmc/mcdp/4/mcdp4_ch2ea.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior Ecuador. (2016). Obtenido de Lista de productos negociados Ecuador-Chile: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiYg\\_zl\\_P3fAhUQMt8KHQm6DPoQFjABegQICBAC&url=http%3A%2F%2Fwww.comercioexterior.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2015%2F06%2FLista-de-Productos-Negociados-Ecuador-Chile-ACE-65.xls&usg=AOvVaw0lz1ekHr9LJjE-TKm7nQgE](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiYg_zl_P3fAhUQMt8KHQm6DPoQFjABegQICBAC&url=http%3A%2F%2Fwww.comercioexterior.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2015%2F06%2FLista-de-Productos-Negociados-Ecuador-Chile-ACE-65.xls&usg=AOvVaw0lz1ekHr9LJjE-TKm7nQgE)

Miranda, J. M. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. ny: MMEditores.

Odiorne, G. (2000). *Administración por objetivos*. NY: McGrill.

Pearson Educación. (2010). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

Peña, E. (2018). *Relación comercial entre Chile y Ecuador*. Obtenido de Cámara de comercio de Guayaquil: <http://www.lacamara.org/website-antes/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20chile.pdf>

Pineda, E., & de Alvarado, E. (1994). *Metodología de la investigación*. ny: McGrill.

- PROCOMER. (2010). *Incoterms 2010*. Obtenido de PROCOMER:  
<https://www.procomer.com/downloads/quiero/INCOTERM-2010-IC.pdf>
- Rae. (2017). *Conceptos*. Obtenido de Diccionario RAE:  
<http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=NYWa7kDzzDXX2SUuY2vc>
- Rodríguez, S., & Riaño, F. (2015). Determinantes del acceso a los productos financieros en los hogares colombianos. *El sevier*, 1-11.
- Rosales, C. (04 de 02 de 2018). Entrevista a productor. (S. Rosales, Entrevistador)
- SDC. (2003). *The Art of War and Supply Chain Management: Applying Sun Tzu to Supply Chain Management*. Obtenido de  
<https://www.sdexec.com/home/article/10289998/the-art-of-war-and-supply-chain-management-applying-sun-tzu-to-supply-chain-management>
- Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*.
- SRI. (2010). *Reglamento aplicado al Servicio de Rentas Internas*.
- Superintendencia de compañías. (2017). *Compañías por actividad económica*. Obtenido de Portal de información: En lo que respecta a la producción minera de la Provincia del Azuay, en el año 2017 el valor en gramos fue de 3.182.824,55 en oro.
- Trademap. (208). Obtenido de Estadísticas de comercio exterior: Chile:  
[https://www.trademap.org/Bilateral\\_10D\\_TS.aspx?nvpm=3%7c152%7c%7c218%7c%7c711319%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c152%7c%7c218%7c%7c711319%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1)
- Urbina, G. (1999). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

USAID projects. (2009). Obtenido de The logistics handbook: [https://ccmcentral.com/wp-content/uploads/2014/04/Logistics-for-SCM-in-FP-and-Health-Guide\\_USAID\\_2009.pdf](https://ccmcentral.com/wp-content/uploads/2014/04/Logistics-for-SCM-in-FP-and-Health-Guide_USAID_2009.pdf)

Vásconez, M. I. (01 de 12 de 2016). *Historia de las normas mineras*. Obtenido de Pérez Bustamente y Ponce: <http://www.pbplaw.com/historia-de-las-normas-mineras-en-ecuador/>

WCO. (2013). *Glosario de términos aduaneros*. SENA E.



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN AUTORIZACIÓN**

Yo, **Sánchez Cárdenas, Jubert Alberto**, con C.C: # **0106159924**, autora del trabajo de titulación; **Plan de Exportación de Joyas en Filigrana desde el Cantón Camilo Ponce Enríquez hacia Chile**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la **Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 19 de marzo del 2019**

f. \_\_\_\_\_

**Nombre Sánchez Cárdenas, Jubert Alberto**

**C.C: 0106159924**

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Plan de Exportación de Joyas en Filigrana desde el Cantón Camilo Ponce Enríquez hacia Chile.</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	Jubert Alberto, Sánchez Cárdenas		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Glenda Mariana, Gutiérrez Candela		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Comercio y Finanzas Internacionales		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>19 de marzo del 2019</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	65
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comercio y relaciones internacionales, metodología de la investigación científica, macroeconomía		
<b>PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:</b>	Filigrana, exportación, gremio		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>			
<p>Camilo Ponce Enríquez, es un cantón que se ubica en la provincia del Azuay, conocido a nivel nacional por tener una alta producción minera y fabricación de joyas. En la actualidad, se trata de rescatar la técnica de filigrana que ha venido trascendiendo por varios años dándole un toque de realce y elegancia a la joya. Los artesanos locales dedicados a la elaboración de joyas hacen posible que se desarrolle un análisis completo donde se determina sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, logrando un continuo desarrollo para el cantón. Además, se realizó una propuesta de exportación para los artesanos de la localidad permitiendo un crecimiento económico, lo cual es una buena opción para receptor ingresos a nivel nacional e internacional. Dentro del gremio de artesanos se encontró un desconocimiento sobre temas de exportación, lo cual hace que exista una comercialización local de los productos joyeros y la principal propuesta será otorgar distintas capacitaciones a los fabricantes y comerciantes artesanales impulsando el mercado oferente de joyas ante el mundo entero, esperando obtener una buena acogida y ponerla en práctica.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO AUTOR/ES:</b>	<b>CON</b>	<b>Teléfono: +593-4-2430162</b>	E-mail: jubertsanchez@outlook.com
<b>CONTACTO INSTITUCIÓN (COORDINADOR PROCESO UTE)::</b>	<b>CON LA DEL</b>	<b>Nombre: Econ. Coello Cazar David, Mgs.</b>	
		<b>Teléfono: +593-4-2222024, 2222025 (call center) ext: 5129 – 5021 - PBX043804600</b>	
		<b>E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec</b>	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			