



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

TEMA:

**Diseño de plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del
Artesano**

AUTORES:

SANTIAGO JESÚS VILLACÍS ACEBO

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

MIGUEL ÁNGEL VILLARRUEL SALAZAR

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

Ing. Renato Garzón Jiménez, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

A los 25 días del mes de febrero del año 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Villacis Acebo Santiago Jesús – Villarruel Salazar Miguel Ángel**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe e Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

TUTOR:

Ing. Garzón Jiménez, Luis Renato, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, a los 25 días del mes de febrero del año 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Santiago Acebo Santiago Jesús

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano**. Previo a la obtención del título de Licenciado 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, a los 25 días del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR:

Santiago Acebo Santiago Jesús



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Villarruel Salazar Miguel Ángel

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano**. Previo a la obtención del título de Licenciado 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, 25 de febrero del año 2022

EL AUTOR:

Villarruel Salazar Miguel Ángel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Yo, Villacis Acebo Santiago Jesús

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 días del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR:

Villacis Acebo Santiago Jesús



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Yo, Villarruel Salazar Miguel Ángel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 25 de febrero del año 2022

EL AUTOR:

Villarruel Salazar Miguel Ángel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Diseño de plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano**, presentado por los estudiantes **Villacis Acebo Santiago Jesús; Villarruel Salazar Miguel Ángel**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

Documento	Villacis y Villarruel tesis completa 14-2-2022.docx (D127897533)
Presentado	2022-02-14 20:56 (-05:00)
Presentado por	Renato (luis.garzon@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	luis.garzon.ucsg@analysis.orkund.com

2% de estas 51 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

TUTOR:

Ing. Renato Garzón Jiménez, Mgs.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Garzón Jiménez, Luis Renato, Mgs.

TUTOR

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

Ing. Ulloa Armijos, Ana Del Rosario, PhD.

OPONENTE

VIII



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Villacis Acebo Santiago Jesús	
Villarruel Salazar Miguel Ángel	

Ing. Garzón Jiménez, Luis Renato, Mgs.

TUTOR

ÍNDICE GENERAL

Contenido	
ÍNDICE GENERAL	X
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
Resumen.....	XIV
Abstract.....	XV
CAPITULO I:	2
1.1. INTRODUCCIÓN	2
1.2. ANTECEDENTES.....	3
1.3. PROBLEMÁTICA.....	3
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	8
1.5. OBJETIVO GENERAL	9
1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. Plan de exportación	10
2.2. Comercio internacional	11
2.3. El comercio exterior en el Ecuador.....	13
2.4. Certificaciones internacionales para las artesanías	14
2.5. Normas de origen	16
2.6. Viabilidad financiera.....	17
2.7. Marco conceptual	19
CAPÍTULO III.....	20
METODOLOGÍA.....	20
3.1. Tipo de investigación	20
3.2. Población y muestra	20

3.3.	Técnicas e instrumentos de investigación	21
3.4.	Análisis y procesamiento de los resultados.....	22
3.4.1.	Análisis de las encuestas	22
3.4.2.	Análisis de la entrevista	34
CAPÍTULO IV.....		37
PROPUESTA.....		37
1.1.	Introducción	37
1.2.	Análisis FODA.....	37
1.3.	Análisis del producto.....	38
1.4.	Análisis del mercado potencial	41
1.5.	Análisis del mercado meta	44
1.6.	Perfil de clientes	46
1.7.	Acuerdos comerciales y aranceles.....	46
1.8.	Proceso de exportación.....	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		65
Conclusiones		65
Recomendaciones		66
REFERENCIAS.....		67
APÉNDICES.....		73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Datos	21
Tabla 2 Género.....	22
Tabla 3. Datos estadísticos número de años	23
Tabla 4. Tipo de producto	24
Tabla 5. Datos estadísticos ingresos brutos	25
Tabla 6. Exportación de productos	25
Tabla 7. Procesos de exportación.....	26
Tabla 8. Limitantes	27
Tabla 9. Invitación para participar en procesos de exportación.....	28
Tabla 10. Asesoría en materia de exportación	29
Tabla 11. Interés de exportar sus productos.....	30
Tabla 12. Datos estadísticos número de empleados.....	32
Tabla 13. Cuartiles	32
Tabla 14. Correlaciones	33
Tabla 15. Interpretación de la magnitud del coeficiente de correlación de Pearson.....	34
Tabla 16 Análisis FODA	38
Tabla 17. Importaciones mundiales de bisutería (2016-2020).....	40
Tabla 18. Importaciones mundiales de sombreros de fibra natural (2016-2020)	41
Tabla 19. Tarifa de importaciones que aplica Estado Unidos	47
Tabla 20. Descripción previa del producto	49
Tabla 21. Documentos de soporte para la salida de productos del Ecuador bajo la subpartida 7117.90.90.....	50
Tabla 22. Inversión inicial	57
Tabla 23. Flujo de efectivo	59
Tabla 24. Estados de resultados	61
Tabla 25. Tasa de libre riesgo, tasa de mercado, beta del sector	63
Tabla 26. Evaluación económica	63
Tabla 27. Cálculo del TIR Y VAN	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fomento al desarrollo de Mipymes	4
Figura 2. Exportaciones bajo la subpartida 9606.....	5
Figura 3. Exportaciones bajo la subpartida 9606 categorías en general	6
Figura 4. Elementos del plan de exportación.....	11
Figura 5. Acciones para lograr la viabilidad financiera.....	18
Figura 6. Género	22
Figura 7. Tipo de producto.....	24
Figura 8. Exportación de productos	26
Figura 9. Procesos de exportación	27
Figura 10. Limitantes	28
Figura 11. Invitación para participar en procesos de exportación	29
Figura 12. Asesoría en materia de exportación.....	30
Figura 13. Interés de exportar sus productos	31
Figura 14. Proveedores de bisutería hacia Estados Unidos (periodo 2020)	42
Figura 15. Proveedores de bisutería hacia Francia (periodo 2020)	43
Figura 16. Ventas minoristas mensuales de joyerías y bisuterías en los Estados Unidos de 2017 a 2021 (millones de dólares).....	45
Figura 17. Documentación previa.....	51
Figura 18. Generación de DJO.....	52
Figura 19. Generación de CO	53
Figura 20. Pasos a realizarse para la exportación mediante Exporta Fácil.....	54
Figura 21. Consideraciones previas para el servicio de Exporta Fácil	55
Figura 22. Consideraciones previas para el servicio de Exporta Fácil	55
Figura 23. Porcentajes en prima para la exportación de joyas.....	57

RESUMEN

La producción artesanal tiene una importante participación en el sistema económico ecuatoriano y el desarrollo local, tanto por la diversidad de productos que elaboran y comercializan y por ser portadores de saberes que forman parte de la cultura ancestral. Con base a lo previamente expuesto, el objetivo de este proyecto es diseñar un plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano que permita internacionalizar diferentes productos mediante una serie de actividades siendo estas capacitaciones en materia de exportación bajo asociaciones, comercio justo y promoción mediante sistemas de información electrónicos. Se aplicó un estudio descriptivo, puesto que se requiere identificar la situación actual de los socios de la JNDA en materia de promoción y los procesos de exportación, la población de estudio fueron los artesanos de la JNDA hacia los cuales se direccionaron las encuestas y entrevistas direccionadas a un representante de esta entidad, cuyos resultados principales permitieron determinar que existe interés de parte de los artesanos por incurrir en procesos de exportación, lo cual está relacionado a que tienen experiencia y personal de apoyo en caso de que las ventas se incrementen de ingresar a competir en el mercado internacional, información que se constató con la respuesta del entrevistado. El plan de exportación en conjunto con el estudio de factibilidad del proyecto refleja que existe una oportunidad significativa de que los artesanos desarrolladores de joyas puedan ingresar el mercado estadounidense dado a que desde el Ecuador existen convenios internacionales que favorecen este tipo de negocios.

Palabras claves: PLAN DE EXPORTACIÓN; COMERCIO INTERNACIONAL;
ARTESANOS; DIVERSIFICACIÓN; BISUTERÍAS.

ABSTRACT

Artisanal production has an important participation in the Ecuadorian economic system and local development, both for the diversity of products they elaborate and commercialize and for being carriers of knowledge that is part of the ancestral culture. Based on the above, the objective of this project is to design an export plan through the National Board of Defense of the Artisan that allows to internationalize different products through a series of activities being these trainings in export under associations, fair trade and promotion through electronic information systems. A descriptive study was applied, since it is necessary to identify the current situation of the JNDA partners in terms of promotion and export processes, the study population were the artisans of the JNDA towards whom the surveys and interviews addressed to a representative of this entity were directed, whose main results allowed to determine that there is interest on the part of the artisans to incur in export processes, which is related to the fact that they have experience and support staff in case sales increase if they enter to compete in the international market, information that was verified with the respondent's response. The export plan in conjunction with the feasibility study of the project reflects that there is a significant opportunity for jewelry developer artisans to enter the U.S. market given that from Ecuador there are international agreements that favor this type of business.

Keywords: EXPORT PLAN; INTERNATIONAL TRADE; ARTISANS;
DIVERSIFICATION; JEWELRY.

CAPITULO I:

1.1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto surge con el propósito de brindar a los artesanos ecuatorianos con una herramienta a través del diseño de un plan de exportación con el cual puedan incursionar en el mercado exterior, de modo que los productos que elaboran no solo puedan ser comercializados a nivel local, sino también puedan exportarse hacia otros destinos internacionales, contribuyendo con el desarrollo y crecimiento de esta actividad productiva.

La producción artesanal tiene una importante participación en el sistema económico ecuatoriano y el desarrollo local (Velasguí, 2019), no solo por la diversidad de productos que elaboran y comercializan los artesanos de las diferentes ramas, sino también por ser portadores de saberes que en muchos casos forman parte de la cultura ancestral y dada su diversidad y riqueza se han constituido en un importante atractivo turístico, tal es el caso que actualmente existen localidades en el territorio ecuatoriano que son ampliamente reconocidas por la actividad artesanal que realizan, como por ejemplo la ciudad de Gualaceo que recientemente fue reconocida como “Ciudad Artesanal del Mundo”.

Sin embargo, a pesar de la diversidad y la calidad de los productos que elaboran, gran parte de los artesanos ecuatorianos desconoce sobre los procesos de exportación, lo que ha impedido expandir su actividad e ingresar a otros mercados, por lo tanto mediante el diseño de un plan de exportación y la respectiva capacitación se busca promover y se pueda expandir sus operaciones en el extranjero para satisfacer la demanda de los consumidores y siendo mercados claves Europa, Estados Unidos y Asia (ProEcuador, 2017).

Particularmente, a través del presente proyecto se busca incentivar el progreso de la producción, la mano de obra y la calidad que ofrece las micro, pequeñas y medianas empresas pertenecientes a la Junta Nacional de la Defensa del Artesano. Esta institución está encargada de proteger a los artesanos nacionales frente a la competencia desleal provocada por las importaciones de productos de menor calidad, como por ejemplo aquellos de procedencia china, así como también esta entidad desempeña la gestión de otros temas.

Actualmente, la Junta desempeña funciones como: gestionar el registro artesanal que consiste en proteger la propiedad intelectual, es decir los diseños logotipos o creaciones de cada artesano que así lo registre; realizar capacitaciones para formar a los artesanos con una calidad de trabajo profesional que sea reconocida a nivel mundial; actuar como una unidad de

calificaciones, otorga beneficios tributarios, laborales y sociales a sus artesanos y finalmente, actuar como una unidad de formación y titulación artesanal la cual consiste en formar artesanos con mano de obra de calidad.

En un contexto general, el plan de exportación consistirá en la descripción detallada de los procedimientos y requisitos que deben cumplir los artesanos de la Junta para exportar sus productos hacia destinos como Europa, Estados Unidos y Asia. Como parte de la propuesta de intervención, además de la elaboración del plan de exportación, se prevé capacitar a los artesanos respecto a la aplicación del plan con la finalidad de no solo proveer la herramienta, sino también para contribuir en su formación proporcionándoles los conocimientos necesarios para que puedan alcanzar un mayor desarrollo a través de las exportaciones de sus productos.

1.2. ANTECEDENTES

La Junta Nacional de la Defensa del Artesano nace de la Ley de Defensa Del Artesano el 27 de octubre de 1953 siendo promulgado como decreto legislativo el 5 de noviembre (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2021). La JNDA otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio.

Las artesanías del Ecuador históricamente han sido parte fundamental de la economía del país, bridándole además reconcomiendo mundial por sus finos acabados y detalles que buscan ser vistos como un trabajo de calidad diferenciándolo del “manualidades” o “el conocido “hecho en casa” sino más bien ser visto como actividad profesional para la cual estar capacitado.

1.3. PROBLEMÁTICA

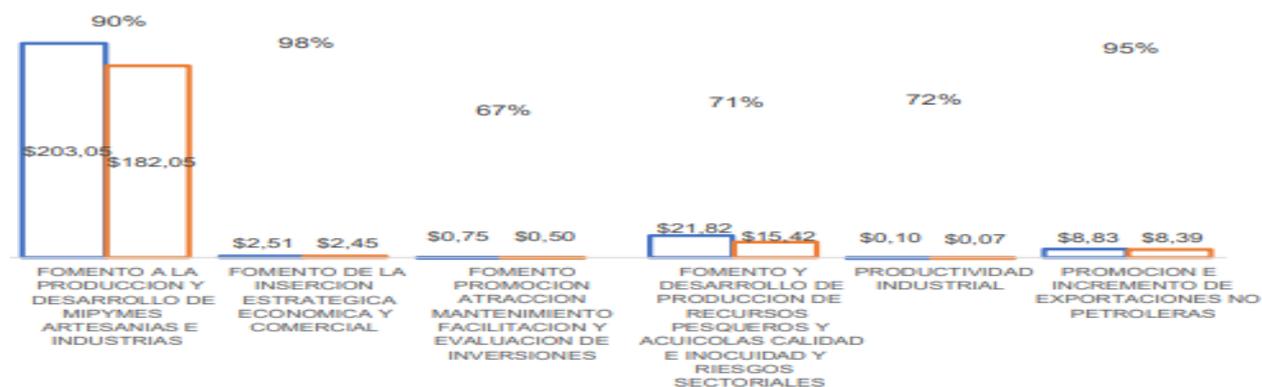
El Ecuador se ha caracterizado por ser un país exportador de varias categorías de productos, en las que destacan dos grupos principales como son los productos tradicionales entre los que entran el petróleo, cacao, banano, café, por mencionar algunos, y las no tradicionales que abarcan productos que se han incorporado en los últimos años como las flores, frutas exóticas, enlatados, etc. (Plus Valores, 2020).

Con el paso del tiempo la diversificación de exportación de los productos no tradicionales ha incrementado anexándose también las artesanías, incluso existen informes del gobierno donde se han expuestos algunos proyectos para potencializar a este sector. Específicamente del informe de Gestión del Ministerio de Producción, Comercio Exterior,

Inversiones y Pesca (2020), se ha determinado un programa presupuestario, en el que se identifica un 90% al fomento de la producción y desarrollo de Mipymes de artesanías:

Figura 1.

Fomento al desarrollo de Mipymes



Nota: Tomado del Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (2020).

Por otra parte, citando lo expuesto a través del sitio web de ProEcuador, se expuso lo siguiente:

De acuerdo a cifras del Banco Central del Ecuador (BCE, 2021) entre enero y abril del 2017 se registró un incremento del 32% en FOB (valor de la mercancía puesta a bordo de un transporte marítimo) y 121% en toneladas de artículos artesanales a Estados Unidos con relación al mismo periodo de 2016. (p. 1)

A su vez, efectuando una búsqueda a través de la plataforma de Estadísticas de Comercio Exterior del Ecuador, fue posible identificar con la subpartida 9606, como se han comportado las exportaciones de artesanías desde el año 2016 hasta el 2020:

Figura 2.

Exportaciones bajo la subpartida 9606

Código Subpartida	Subpartida	Código País Destino	País Destino	2016		2017		2018		2019		2020		2021	
				TM (Peso Neto)	FOB										
TOTALES:				909,7	8.637,0	672,4	6.075,9	830,7	7.999,3	795,3	7.375,1	376,0	3.626,2	786,5	7.559,6
9606210000	De plástico, sin forrar con materia textil	MEX	MÉXICO	1,3	4,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9606220000	De metal común, sin forrar con materia textil	MEX	MÉXICO	0,3	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9606291000	De tagua (marfil vegetal)	CAN	CANADÁ	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9606291000	De tagua (marfil vegetal)	FRA	FRANCIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0
9606291000	De tagua (marfil vegetal)	GBR	REINO UNIDO	-	-	-	-	-	-	0,0	0,1	-	-	-	-
9606291000	De tagua (marfil vegetal)	HKG	HONG KONG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	4,5
9606291000	De tagua (marfil vegetal)	ITA	ITALIA	0,0	0,1	-	-	0,1	0,0	-	-	0,4	4,7	1,3	16,4
9606291000	De tagua (marfil vegetal)	NLD	PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	-	-	-	-	0,1	0,0	0,0	0,0	-	-	4,7	23,0
9606291000	De tagua (marfil vegetal)	TUR	TURQUÍA	-	-	-	-	-	-	-	-	9,1	17,8	-	-

Nota: Tomado del BCE (2021)

Como se observa en la primera figura, de la búsqueda efectuada bajo la subpartida 9606, se tomó una parte de referencia del informe presentado por el BCE en relación a los productos de tagua, madera y marfil vegetal, identificándose que las exportaciones de artesanías han presentado variaciones importantes desde el año 2016 donde se registraron ingresos por 8.637 millones de dólares, mientras que para el año 2021 hasta el primer semestre se comenzó a percibir una recuperación en relación al 2020, que debido a la pandemia, paralizó también a este sector.

Figura 3.

Exportaciones bajo la subpartida 9606 categorías en general

Subpartida	2016		2017		2018		2019		2020		2021	
	TM (Peso Neto)	FOB										
	909,7	8,6	672,4	6,1	830,7	8,0	795,3	7,4	376,0	3,6	576,0	5,5
	909,7	8,6	672,4	6,1	830,7	8,0	795,3	7,4	376,0	3,6	576,0	5,5
9606220000	0,3	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9606210000	1,3	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9606291000	0,0	0,0	-	-	0,2	0,0	0,0	0,0	9,5	0,0	5,2	0,0
9606299000	0,1	0,0	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	-	-
9606301000	907,9	8,6	672,4	6,1	830,3	8,0	794,4	7,4	365,7	3,6	569,3	5,4
9606309000	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,9	0,0	0,8	0,0	1,5	0,0

Tomado de: BCE (2021)

Los productos artesanales que se comercializan en el extranjero son vendidos con precios que superan lo que cuestan en el Ecuador país, siendo los exportadores los que se quedan con la mayor parte de la ganancia y no el artesano quienes lo manufacturan, por ejemplo, los sombreros de paja toquilla, los productos de cueros donde en 2019 obtuvieron aproximadamente USD 13.1 millones de dólares en ventas (Ecuador Store, 2020).

Conforme a los datos que se observan, y pesar de la situación que aún se percibe en el país y en el mundo en relación a la pandemia que frenó a la mayoría de sectores, es posible determinar que existen propuestas que están planificando para beneficiar al sector de las artesanías entre otros, sin embargo, podría determinarse que existen algunos factores que han limitado a determinadas instituciones o grupo de artesanos conocer sobre estos programas y el tipo de procedimiento que deben efectuar previamente. A su vez, sumándose a los problemas actuales de los artesanos del país es la falta de liquidez para poder reactivarse y producir como antes por lo que solicitan al gobierno que se les otorgue créditos a través de BanEcuador con bajas tasa de interés y periodos mayores a un año (Cuenca, 2021).

En el caso particular del objeto de estudio como lo es la Junta del Artesano, podría determinarse que uno de las principales limitantes de esta asociación es la carencia de información sobre los procedimientos que deben realizar para poder ser partícipes de las acciones de comercio exterior que se impulsa en el Ecuador a través del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. A su vez, efectuando análisis expuesta en diversos documentos, podría determinarse que esta institución ha dejado de percibir importantes retribuciones económicas, si se la contrata solo con las importaciones de artesanía que se concretaron desde California Estados Unidos al país por un monto de USD 24.405,50 (ProEcuador, 2017).

Es posible determinar que son varios los desafíos a los que se enfrenta la Junta Nacional del Artesano, dado a que se requiere de financiamiento para empezar a planificar toda la parte productiva, logística y estratégica, así como se necesita de tecnología de avanzada para optimizar los procesos productivos, socios dispuestos a comprometerse para desarrollar productos dentro de la categoría de artesanías con valor agregado que les genere beneficios, teniendo la oportunidad de ofertar sombreros de toquilla, productos de cuero, joyería de madera, tagua, por mencionar algunos ejemplos, de acuerdo al informe observado de (ProEcuador, 2019)

Preguntas:

1. ¿Qué teorías sustentan el desarrollo de un plan de exportación?
2. ¿Existe el financiamiento suficiente para que la Junta pueda exportar?
3. ¿Existe la tecnología suficiente?
4. ¿Tiene la Junta Nacional de la Defensa del Artesano el número de socios dispuestos a exportar?

5. ¿Los artesanos cuentan con el capital suficiente para producir a una mayor capacidad?
6. ¿Cuál mercado puede aportar mayores beneficios para la exportación de los productos de los artesanos de JNDA?

1.4. JUSTIFICACIÓN

Ecuador, a pesar de las riquezas materiales e inmateriales que posee y la diversidad de recursos de los que dispone con los cuales podría obtener ventajas comparativas que le permitan diferenciarse de otros países de la región, no ha logrado un óptimo aprovechamiento de estas ventajas para alcanzar un mejor posicionamiento en los mercados internacionales. A la par, al igual que otros países del mundo debido a la crisis sanitaria provocada por la pandemia de COVID-19, el país atraviesa por una recesión económica, razón por la cual resulta indispensable fomentar la actividad exportadora de los recursos que posee, principalmente en el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector artesanal que se han visto golpeadas por la situación actual.

En este sentido, es importante señalar que si bien existen artesanos que ya exportan sus manufacturas hacia el mercado extranjero, muchos de ellos lo realizan de manera inadecuada, lo que incide sobre la rentabilidad que generan. Por esta razón la justificación del desarrollo del presente proyecto radica en la necesidad de proporcionar a los artesanos de la JNDA una herramienta con la cual puedan exportar sus productos (en el caso de aquellos que no lo hacen actualmente) y posicionar la manufactura artesanal de los artesanos de la JNDA en los principales mercados internacionales.

Con base a esta perspectiva, el proyecto se alinea con la Carrera de Comercio Exterior ya que les permite a los autores poner en práctica los conocimientos adquiridos en las materias de logísticas, finanzas y legislación aduanera, para un plan de exportación viable para los artesanos de la JNDA, que se ajuste a las leyes internacionales y con una logística eficiente que les permita ser competitivos a nivel internacional.

Adicionalmente este proyecto es socialmente relevante porque a través de su ejecución se pretende contribuir con los miles de artesanos ecuatorianos, principalmente aquellos que forman parte de la JNDA, a que puedan expandir sus ventas y consecuentemente generar mayores ingresos para ellos y su familia así mismo como beneficiar la economía del país.

Por otra parte, es importante destacar que el proyecto guarda relación con el segundo objetivo del Plan de Creación de Oportunidades (2021), en el cual se establece que el Estado deberá “Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior,

turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional”, puesto que como parte de las acciones estratégicas formuladas para su cumplimiento, reconoce la importancia de impulsar las exportaciones como medio para generar un mayor desarrollo y crecimiento de la economía ecuatoriana a partir de la potencialización de los diferentes sectores estratégicos.

La línea de investigación de la Carrera de comercio Exterior con base a la cual se desarrolla el presente proyecto es: “Organización y dirección de empresas”, mientras que la sublínea sobre la cual se trabajará es la de marketing (comercialización).

1.5. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano que permita internacionalizar diferentes productos mediante una serie de actividades siendo estas capacitaciones en materia de exportación bajo asociaciones, comercio justo y promoción mediante sistemas de información electrónicos.

1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Definir marco teórico y conceptual de la propuesta a desarrollar.
2. Desarrollar una investigación de mercado que permita conocer la situación de los socios de la JNDA en materia de promoción de sus productos, identificando los mercados potenciales para las exportaciones de estos.
3. Describir los elementos que integran el plan de exportación de los productos de los socios de la JNDA.
4. Medir la rentabilidad financiera del plan de exportación para los socios de la JNDA.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Plan de exportación

Según lo establecido por Ferro (2020):

“El plan de exportación es el documento que guiará nuestros pasos en mercados extranjeros y su fin es dar respuesta a las cuestiones que surgen en la puesta en marcha de la estrategia comercial internacional. Éste nos permitirá analizar la situación de nuestro negocio, evaluar nuestra competitividad en el ámbito internacional, conocer adecuadamente las características de los nuevos mercados” (p. 930).

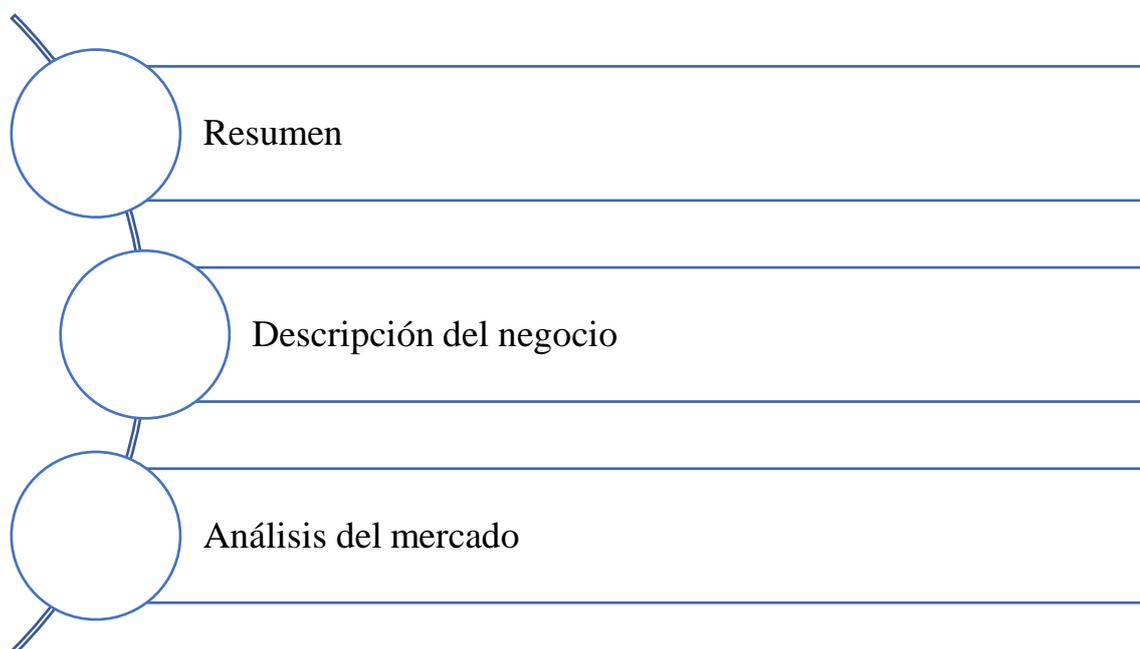
El plan de exportación se identifica como un recurso de comercio exterior a través del cual los propietarios de una marca, empresarios o emprendedores, tienen la posibilidad de especificar todas las características necesarias para vender sus bienes o servicios a mercados extranjeros. Cabe mencionar que previo a estos planes, se complementan con un previo análisis en relación a los riesgos que pudiesen generarse, sino también sirve para establecer acciones de soporte ante imprevistos. De igual, también generan importante información respecto a los disímiles mercados de interés, con lo cual será posible enunciar acciones estratégicas para lograr rentabilidad de la actividad exportadora (Ferro, 2020).

Cabe argumentar que a pesar de que no se ha definido una estructura estandarizada sobre el diseño de un plan de exportación, dado a que los elementos pueden reformarse de acuerdo al tipo de producto y las características específicas de cada organización, existen factores claves a tener en cuenta, por ejemplo: describir claramente el mercado de interés a direccionar, establecer metas de ventas específicas y el enfoque general que se efectuará para lograr esos objetivos. La información que se detalle en este plan deberá ser puntual y detallada, ya que no solo direccionará los esfuerzos de todo el equipo de trabajo, sino que permitirá comunicar claramente el plan a personas externas a la marca que podrían intervenir en otras etapas del proceso de exportación (Lechuga-Cardozo, et al., 2020).

Por lo general la estructura de un plan de exportación de acuerdo a Márquez (2018) y Ortiz, *et al.* (2019), los elementos principales de todo plan de exportación son:

Figura 4.

Elementos del plan de exportación



Nota: Tomado de Ortiz, *et al.*, (2019)

Por otra parte, referenciando a Márquez (2018), al diseñar un plan de exportación no solo es necesario tomar en consideración la disponibilidad de recursos humanos para lograr una mayor capacidad productiva, sino también es esencial detallar en el plan si se contará con asesores externos para gestionar las diferentes actividades y trámites del proceso de exportación. sí mismo, referenciando a Arenal (2019), otros elementos que se incluyen en la elaboración de planes de exportación como, por ejemplo: Información del proceso operativo; Análisis de los escenarios de riesgo; y las proyecciones financieras.

2.2. Comercio internacional

El comercio internacional a partir del siglo XVI adquirió mayor importancia entre las comunidades coloniales, principalmente de Europa, donde las transacciones se llevaban a cabo a través del intercambio de metales preciosos tales como el oro y la plata. Estos imperios buscaban disponer de la mayor riqueza posible a cambio de un costo mínimo. Particularmente el sistema bajo el cual se llevaba a cabo la actividad internacional entre los países europeos, era el mercantilismo, el cual se mantuvo entre los siglos XVI y XVII. De esta manera se dio inicio a la competitividad en el comercio internacional, a través de la oferta y demanda de bienes para una autosuficiencia estatal, este principio consistía en lograr la máxima potencia

política y económica de cada país; a esta le sucede el principio de la interdependencia mundial, donde el comercio es visto con funciones de cooperación internacional (Pérez & Cabello, 2019)

Durante la época mercantilista, se buscaba exportar más que importar, principalmente productos como los metales preciosos que eran los más demandados. Posteriormente, el comercio internacional se volvió más librecambista, donde se determinó la importancia tanto de exportar e importar como cimientos para establecer relaciones comerciales internacionales a largo plazo.

Según Bustillo (2018):

El denominado comercio internacional o comercio exterior consiste en un intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar el intercambio se ha de atravesar una “frontera”. Como frontera se conoce tradicionalmente la aduana, límite geográfico a través del cual cada estado pretende controlar o dificultar la entrada o salida de productos. (p. 11)

El comercio exterior se forja en la ejecución una serie de procedimientos propios de la actividad de exportación e importación de productos, procedimientos que están fuertemente respaldados por la presencia de instituciones gubernamentales, que actúan como entes reguladores y de control, que se buscan administrar la actividad de comercio internacional desde el punto de vista económico o en beneficio de la comunidad.

El comercio exterior particularmente hace referencia a las relaciones comerciales que se establecen entre dos estados o países de una determinada región como parte de un bloque económico, es decir, es un término netamente empleado a las actividades comerciales con mercados extranjeros. La importancia del comercio internacional radica en que incentiva la cooperación entre los sectores productivos para obtener beneficios mutuos que son medidos mediante indicadores tanto de producción de bienes como en la entrega de servicios (Pérez & Cabello, 2019).

El comercio internacional se ha constituido como una de las actividades de mayor relevancia para la economía de una nación, debido a los movimientos de dinero que genera a través de las exportaciones e importaciones que se realizan a nivel regional y mundial. Según Lobejón (2021), el comercio internacional provoca beneficios para más de un sector, considerando que generalmente intervienen empresas dedicadas a la producción o fabricación

de los productos, empresas de logística internacional, agentes aduaneros, entre otros actores involucrados en el proceso.

Es importante destacar que los constantes avances tecnológicos han favorecido a las actividades de comercio internacional, puesto que además de facilitar las comunicaciones entre mercados distantes, provee de herramientas que permiten a las empresas exportadoras mejorar y optimizar sus procesos de fabricación; además de la tecnología incorporada en empresas de logística y transporte internacional que facilitan el proceso de exportación-importación.

2.3. El comercio exterior en el Ecuador

Según el estudio desarrollado por Guzmán (2019):

A inicios de 1921 la agricultura para la exportación predominaba en la Costa, siendo esta el motor de la economía nacional; mientras que la agricultura para el consumo interno se encontraba en la Sierra. El litoral producía más del 90% de las exportaciones ecuatorianas cuyas divisas se utilizaban para pagar las importaciones consumidas en la sierra. (p. 45)

Es posible identificar que en Ecuador las actividades de exportaciones, durante sus inicios en el año de 1773 se concentraban principalmente en el sector agricultor; conformado por empresas especialmente de las ciudades costeras donde existen condiciones climáticas que favorecen a una variedad de cultivos. Como lo menciona Guzmán (2019), a través de la ciudad de Guayaquil, considerada como una ciudad portuaria, se gestionaba aproximadamente el 70% de las exportaciones y aproximadamente del 90% de las importaciones que realizaba el país.

El país invirtió a través de los años (1921 hasta la actualidad) tanto en infraestructura como en tecnología para implementar nuevas zonas portuarias que permitieron promover y dinamizar las actividades de comercio internacional que realiza el país. Así mismo, a partir del año 2012 el Gobierno ecuatoriano, liderado en ese período por el Economista Rafael Correa, promovió el cambio en la matriz productiva a través de la cual buscaba diversificar las exportaciones que se concentraban principalmente a las actividades agrícolas y petroleras. A través del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones - COPCI (2010), el Estado estableció los sectores prioritarios, entre los cuales se encuentra el sector de productos forestales (madera) que integra a los productores de teca sobre los cuales se desarrolla el presente estudio.

Durante los últimos años varios de los productos de exportación del país, atravesaron una reducción de los precios como es el caso del petróleo, lo que provocó una importante

disminución de los ingresos que obtenía el Estado a partir de las divisas. En tanto, otros escenarios suscitados a nivel de comercio internacional desde el año 2008, generó variaciones significativas sobre la balanza comercial del país. Es posible determinar que se han evidenciado una variación importante en lo que respecta a las importaciones y exportaciones donde tomando en cuenta la variación entre el 2016 y 2017, se identificó un incremento en las importaciones no petroleras del 1.948 en 2017 frente al 2016, lo cual se le atribuye al retiro de las salvaguardias.

En el período 2016 se registró un despunte en la balanza comercial superior a la que se obtuvo durante el año 2008; esto según refiere en su informe la revista económica Ekos Negocios (2017), se atribuye principalmente a las medidas restrictivas implementadas por el Gobierno, tales como el implemento de salvaguardias y la asignación de cupos de importaciones que provocaron un encarecimiento de los productos y por lo tanto una disminución del consumo de los hogares.

A finales del año 2016 progresivamente se inició con el desmantelamiento de las restricciones comerciales implementadas por el Gobierno; esto, sumado a la firma del acuerdo comercial entre el Ecuador y la Unión Europea, además del incremento de los precios del petróleo, dio lugar a un escenario de recuperación económica que se reflejó en el incremento de las exportaciones e importaciones que realizó el país durante dicho período.

La mayor participación de las exportaciones ecuatorianas la tuvo el petróleo durante los años analizados, con el 50.2% en el año 2008, el 58% en el 2012, y 32.5% en el 2016; otro de los sectores importantes fue el de productos industrializados que registró un 18.1% en el año 2008, 16.9% en el 2012, y 19.4% en el 2016; constituyéndose de esta forma en los sectores que generaron mayor aportación a la economía ecuatoriana a partir del comercio exterior. Por otra parte, según el reporte del Banco Central del Ecuador (2017), las importaciones con mayor predominancia fueron las de bienes de consumo, seguidas por las importaciones de materias primas industriales.

2.4. Certificaciones internacionales para las artesanías

Según lo manifestado por Buitrón, *et al.* (2020), “Las certificaciones son documentos oficiales y oficialmente reconocidos, expedidos por organismos nacionales e internacionales o

empresas privadas, gran parte del comercio internacional depende de la utilización de tales certificaciones para tener un comercio seguro y ágil” (p. 167).

Las certificaciones internacionales refieren a los exigencias y especificaciones que debe consumir un producto, proceso o servicio para avalar que su calidad permanente de un país a otro. Por ejemplo, un diseño de joyas artesanales elaborado de acuerdo con una norma de certificación internacional sería de las mismas dimensiones y calidad, ya sea que se fabrique en Ecuador o en cualquier otro país del mundo (Mora-Córdova, et al., 2020).

Entre estas estandarizaciones de mayor aplicación a nivel mundial establecidos por la Organización Internacional de Normalización (ISO), que ha socializado un sinnúmero de estándares, estableciendo pautas para la producción de diferentes tipos de bienes. En este caso, entre las certificaciones más usadas en el comercio internacional abarcan: certificados de carácter fitosanitario, certificados de origen, certificados de calidad, certificado sanitario, certificado de depósito, entre otros (Buitrón, et al., 2020).

Internacionalmente la Organización de Etiquetado de Comercio Justo (FLO) con sede en Alemania, ha generado significativas inversiones en un esquema de certificación, monitoreo y etiquetado artesanal ahora llamado Sistema de Comercio Justo (FAIRTRADE). Particularmente este tipo de certificaciones consiste en impulsar alianzas entre los productores y los clientes a través del cual se fomente la equidad en el desarrollo de las tareas de comercio exterior, dando garantías que los pequeños productores de los sectores artesanales, agrícolas, por mencionar algunos, de esta forma reciben mejores condiciones para exportar sus productos en balance a las grandes industrias (Herrera & Orrego, 2016).

De igual manera entre las características de este tipo de partida artesanal incluyen el esquema “Fair for Life” desarrollado por el certificador suizo IMO. La OMI inició con la certificación orgánica y de bienes básicos, y socializó el denominado “Fair for Life” en 2006 como un sistema de certificación autónomo y neutral de marca mediante la cual se impulsará la responsabilidad social y el comercio justo. El enfoque de la OMI tiene la flexibilidad de certificar artesanías y en entornos productivos altamente disímiles, pero con la finalidad de que los consumidores puedan confiar en que se cumplen los criterios de comercio justo (Abelenda, 2021).

Referenciando lo descrito por Paredes (2017), otras certificaciones aplicadas en el sector de artesanías incluyen:

- *Ethical trade initiative*: La certificación ETI avala que los exportadores, en este caso los productores artesanales, asuman la responsabilidad de las fuentes éticas en la producción los bienes que comercializan, por lo tanto, está especialmente direccionada a los recursos humanos que se encargan de elaboran diferentes tipos de productos.

- HACCP: Esta es una herramienta que se implementa para la evaluación de peligros y riesgos que pueden presentarse en las diferentes fases de la cadena de producción, de modo que permite certificar que los procesos de elaboración del producto se realizan de forma segura para el productor.

- OHSAS 18001:2007: Esta certificación se centra en la evaluación de los sistemas implementados para gestionar la seguridad y la salud laboral, permite certificar que la empresa exportadora, en este caso la JNDA, cumple con la implementación de medidas para garantizar la protección de los operarios.

Nota: Tomado de Paredes (2017)

La certificación y los sellos de etiquetas de terceros son significativos en el movimiento Comercio Justo ya que garantizan el cumplimiento del conjunto todos los estándares. Por ello, esta certificación y las etiquetas de comercio justo para la artesanía es tiene su complejidad debido a la diversa gama de materias primas y cadenas de suministro, que abarcan de cerámica, piedra hasta instrumentos musicales. Cabe argumentar que, si existen retos importantes en la certificación de toda la cadena de suministro, particularmente en las fases de producción de materias primas y subcontratistas.

2.5. Normas de origen

Según Villegas, *et al.* (2017), “Las normas de origen son fundamentales en el comercio internacional, dado que por lo general la importación de productos requiere que se establezca explícitamente el origen de un producto” (p. 2). Las normas de origen, en el comercio internacional, se establecen como normas legales que respaldan el trato diferenciado de algunos productos en función de su país o región de origen. Básicamente, se utilizan para precisar cualquier aspecto del derecho comercial o de la política comercial que trate las mercancías de manera diferente según su país de origen. Por ejemplo, las asignaciones, los derechos compensatorios y las acciones de antidumping que limitan el paso de las mercancías importadas de países productores específicos (Morocho, 2021).

Los productos exportados por los estados miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) generalmente enfrentan barreras de importación más bajas en otros estados

miembros que las exportaciones de países que no califican para el trato de nación más favorecida. A lo largo de la historia del comercio internacional se han firmado un sinnúmero de acuerdos comerciales bilaterales y regionales que exigen a los productos de los países miembros de diversos requisitos (Muñoz, 2017). Las reglas de origen son necesarias en todos estos casos, porque la identidad del país productor no puede inferirse de manera confiable desde el punto de entrada. Las reglas de origen se volvieron cada vez más controvertidas a medida que proliferaban las regiones arancelarias preferenciales y los acuerdos antidumping que las exigen. Como resultado, la mayoría de los acuerdos internacionales ahora contienen disposiciones para que los países negocien criterios específicos para productos específicos (Giménez, 2018).

2.6. Viabilidad financiera

Según Vergara (2020):

La fase final de la etapa de pre-inversión consiste en determinar si se justifica destinar recursos para la ejecución del proyecto, dada su viabilidad financiera. A la evaluación planteada en los estudios de pre-inversión se la denomina evaluación ex ante y busca determinar la rentabilidad como condición para pasar a la etapa de inversión. (p. 34)

Básicamente, este tipo de estudio tiene como principal propósito evaluar la viabilidad financiera de un negocio. Generalmente involucra el análisis de los parámetros macroeconómicos, determinación de supuestos de inversión, desarrollo de cronogramas de implementación y financiamiento del proyecto de inversión, proyecciones de costos operativos del proyecto, análisis de flujos de efectivo relacionados con el financiamiento del proyecto, cambio en la operación costos y flujos de efectivo en relación con la variante no inversión, determinación del costo/beneficio del TIR y VAN (Soto, *et al.*, 2017).

La realización de un análisis financiero tiene como objetivo en particular: evaluar la rentabilidad financiera de las inversiones y el capital de un proyecto de negocio, mediante la determinación de los valores de los indicadores de eficiencia financiera del proyecto; verificar la sostenibilidad financiera del proyecto y del beneficiario/operador; determinar la cofinanciación adecuada de los fondos para la puesta en marcha del proyecto. De igual manera, partiendo de lo expuesto por Simisterra, *et al.* (2018), las acciones para una factibilidad financiera son:

Figura 5.

Acciones para lograr la viabilidad financiera

· Definir los supuestos para el análisis financiero.



Determinar si el proyecto genera ingresos y si es posible determinarlo objetivamente por adelantado.



Realizar un estado de los flujos de efectivo del proyecto para cada año de análisis, generalmente se considera una proyección a cinco años.



Determinar si el valor presente de los ingresos generados por el proyecto excede el valor presente de los costos operativos; es decir, si el proyecto tiene la capacidad de generar ingresos. Generalmente se aplica a proyectos para los cuales es posible determinar objetivamente los ingresos por adelantado.



Determinar el nivel de cofinanciación del proyecto con fondos propios o externos obtenidos a partir de préstamos. Se establece sobre la base del método del déficit de financiación o mediante el uso de porcentajes de ingresos a tanto alzado (se aplica a los proyectos que generan ingresos para los que es posible determinar objetivamente los ingresos por adelantado).



Identificación de las fuentes de financiamiento del proyecto.



Determinar los valores de los indicadores de eficiencia financiera del proyecto.



Análisis de sostenibilidad financiera.

Nota: Tomado de Simisterra, *et al.* (2018)

2.7. Marco conceptual

Se procede a desarrollar el presente apartado a manera de glosario, teniendo en consideración que dentro del contexto ecuatoriano se han establecido algunos aspectos que se deben considerar al momento de llevar a cabo el proceso de exportación en productos artesanales en cualquier de las ramas u oficios, y estos se exponen a continuación:

Certificado de origen: De acuerdo a lo expresado por Buitrón, *et al.* (2020), “En general es el documento que permite establecer en qué país fueron elaboradas las mercancías y puede utilizarse para cualquiera de los objetivos siguientes: acreditar el origen de las mercancías, aplicar una preferencia arancelaria, no pagar una cuota compensatoria” (p. 167).

Comercio sostenible: Coscione (2018) menciona que:

Se basa en el intercambio de bienes y servicios que generan beneficios sociales y ambientales que van más allá de la mera creación de valor económico. El comercio se desarrolla desde un enfoque multidimensional que también promueve la preservación y reutilización de los recursos ambientales o reduce la pobreza y la desigualdad (p. 14)

Normas de origen: Son aquellos criterios que permiten identificar la procedencia de un determinado producto (Huaytalla, 2021).

Operario: De acuerdo a Martínez (2017), “Se identifican como aquellas personas que posteriormente de haber dejado de ser aprendiz dentro de un taller o actividad artesanal, colabora en los procesos de fabricación o producción de los productos artesanales” (p.14)

Patente o patentes: Se identifica como aquel derecho que se concede desde el Estado o particularmente gestionada desde la JNDA hacia los artesanos, a fin de garantizar la protección intelectual de un producto, servicio inventado en territorio local, habiéndose transcrito todas las características físicas y técnicas, atributos y demás aspectos que permitan garantizar la completa patente (Oliva, 2019).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación se desarrolla con base a un tipo de estudio descriptivo, puesto que se requiere identificar la situación actual de los socios de la JNDA en materia de promoción de sus productos, determinar su conocimiento respecto a los procesos de exportación y su percepción con relación a la posibilidad de incursionar en el mercado exterior a través de un plan de exportación de sus productos.

3.2. Población y muestra

La población de estudio en este caso serán los socios artesanos de la JNDA, que en la actualidad representan un total de 26.197 socios calificados en todo el país, de acuerdo a lo expuesto a través del informe de Rendición de Cuentas (JNDA, 2019). A su vez, se tomará como población a un representante de esta institución con experiencia en los procesos de comercio exterior para conocer su perspectiva sobre el contexto de la investigación efectuada.

Muestra

Tomando en consideración que la muestra es una parte representativa de la población, y esta se obtiene a partir de la aplicación de una fórmula previa, se procede en primer lugar determinar el tipo de muestreo que se considerará previo al cálculo para obtener el total de participantes de este estudio.

Muestreo probabilístico

Hernández, *et al.* (2014), “Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria” (p. 175).

Muestreo no probabilístico

Según Hernández, *et al.* (2014), “Es el subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (p. 176).

En este caso particular, el tipo de muestreo a seleccionar es el no probabilístico, debido a que se seleccionará exclusivamente a los socios de la JNDA que aún no hayan participado o incurrido en los procesos de comercio exterior, así como teniendo en consideración que dado

a los alcances del estudio se trabaará con socios que se encuentren radicados en la ciudad de Guayaquil.

Tomando como referencia lo establecido por Aguilar-Barojas (2005), para el cálculo de la muestra se consideró la fórmula para población finita de la cual se conoce el total de sujetos a estudiar, se presenta a continuación con su respectiva simbología y datos para el despeje:

$$n = \frac{N Z^2 (p)(q)}{d^2(N - 1) + (Z)^2 pq}$$

Tabla 1.

Datos

Información	Simbología
Z =95% = 1.96	Z = Nivel de confianza
p =50% = 0.5%	p = Probabilidad de éxito
q =50% = 0.5%	q = Probabilidad de fracaso
d =5% = 0,05	e = Margen de error
N =26.197	N = Universo
n =?	n = Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{1.96^2 (0,50)(0,50)26.197}{0.05^2(26.197 - 1) + (0.50)(0.50) (1.96)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 (0,50)(0,50)26.197}{65,4975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{251.595}{654.975}$$

$$n = 384,129$$

Con base a la fórmula para población finita aplicada, se obtuvo un total de 384 de resultado.

3.3.Técnicas e instrumentos de investigación

Para llevar a cabo el levantamiento de la información, se seleccionan las técnicas de la encuesta y la entrevista. La encuesta esta direccionada a los integrantes de la JNDA, para lo

cual se utiliza como instrumento de recolección el cuestionario elaborado a partir de preguntas abiertas, cerradas y con base a la escala de Likert. En el caso de la entrevista, estará direccionada a un representante de la JNDA, en cuyo caso se utiliza como instrumento un guion de preguntas abiertas, a fin de obtener la mayor cantidad de información posible.

3.4. Análisis y procesamiento de los resultados

El procesamiento de los resultados obtenidos a partir de la aplicación de las encuestas a los miembros de la JNDA, en cuyo caso se realiza la tabulación de los datos y el cálculo de la media en el caso de las respuestas a las preguntas abiertas y de orden continuo. Por otra parte, los resultados de la entrevista se analizan de forma general y se contrastan con los hallazgos obtenidos a partir de las encuestas.

3.4.1. Análisis de las encuestas

1. Género

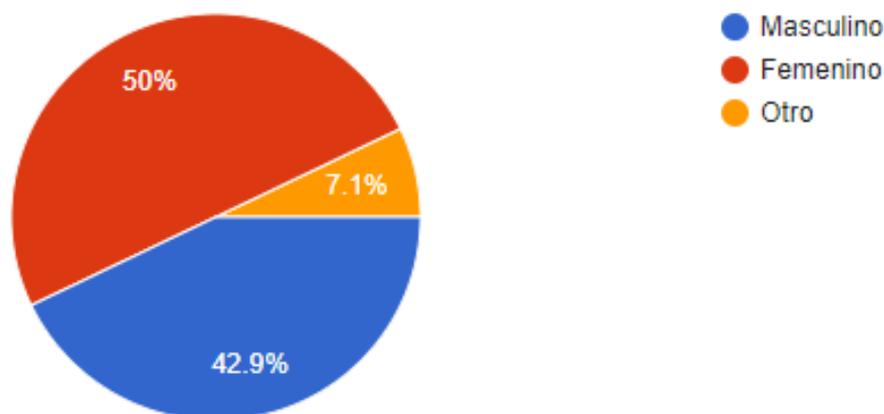
Tabla 2

Género

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	165	42.9%
Femenino	192	50.0%
Otro	27	7.1%
Total	384	100.0%

Figura 6.

Género



Para caracterizar a la población de estudio, en primer lugar, se consultó a los socios de la JNDA su género, de lo cual se identificó que la mayoría son mujeres, mientras que también hay otro pequeño porcentaje de socios que no se identifican con ninguno de los dos géneros. Los resultados obtenidos de esta interrogante, permitirán llevar a cabo el cruce de variables con los resultados que se obtengan a partir de otras preguntas de la encuesta, como el número de años que llevan siendo socios de la junta.

2. Indique el número de años que lleva siendo socio de la JNDA:

De acuerdo a los resultados obtenidos, el número de años entre los encuestados varía significativamente entre uno y otro, dado a que fue posible identificar a socios que llevan de 3 a 31 años siendo parte de la JNA. Ante este resultado diverso, se procedió a sacar las medidas de tendencia central, particularmente la media o promedio con base a los años que más se repetían entre los 384 encuestados, lo que permitió determinar el promedio de años de la mayoría de los socios, obteniéndose el siguiente resultado:

Tabla 3.

Datos estadísticos número de años

Estadísticos		Nº de años
N	Válido	384
	Perdidos	8
Media		15,53
Desviación estándar		9,172
Mínimo		3
Máximo		31

En este caso, se determina que el promedio de la mayoría de los socios artesanos siendo parte de la JNDA es de 15 años, tiempo significativamente extenso en el que se han venido desarrollando como asociados a esta entidad.

3. ¿Qué tipo de producto desarrolla?

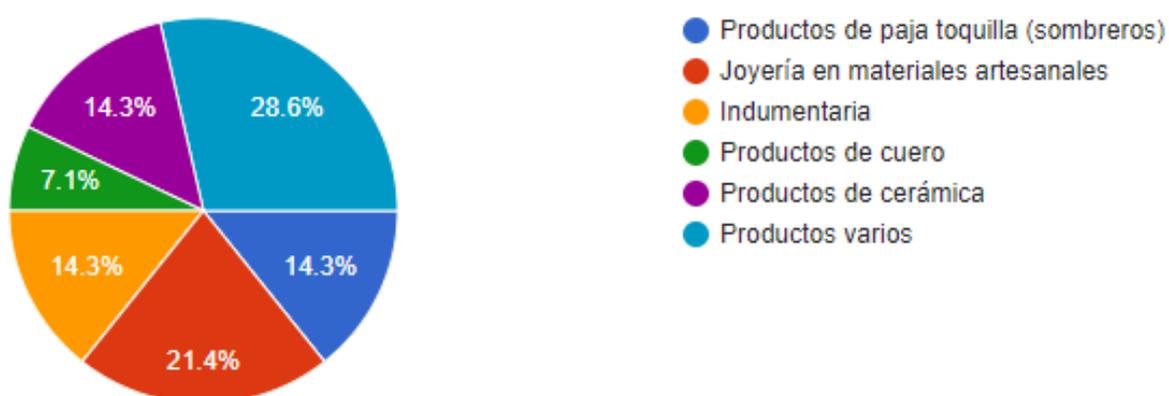
Tabla 4.

Tipo de producto

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Productos de paja toquilla (sombreros).	55	14.3%
Joyería en materiales artesanales	82	21.4%
Indumentaria	55	14.3%
Productos de cuero	27	7.1%
Productos de cerámica	55	14.3%
Productos varios	110	28.6%
Total	384	100.0%

Figura 7.

Tipo de producto



Con respecto al tipo de producto que desarrolla, se identificó que la mayoría de socios de la JNDA elaboran productos varios, joyería en materiales artesanales, productos de paja toquilla (sombreros), y productos de cerámica. Es importante tomar en cuenta los resultados obtenidos de esta interrogante al momento de realizar el plan de exportación, ya que se debe considerar aspectos asociados con los aranceles, requisitos de ingreso, entre otros, según el tipo de producto que se busca exportar.

4. Niveles de ingresos brutos anuales:

En lo que respecta a los niveles de ingresos anuales, fue posible identificar que estos asociados registran ingresos que van desde los \$11.000,00 dólares anuales, mientras que otros han logrado registrar hasta \$35.000,00 dólares; en promedio se determinó con base a estos datos previos que los ingresos para estos socios principalmente son de \$21.164.06 anualmente.

Tabla 5.

Datos estadísticos ingresos brutos

Estadísticos		
Ingresos		
N	Válido	384
	Perdidos	8
Media		21.164,06
Desviación estándar		6737,684
Mínimo		11000
Máximo		35000

5. ¿Ha considerado exportar sus productos?

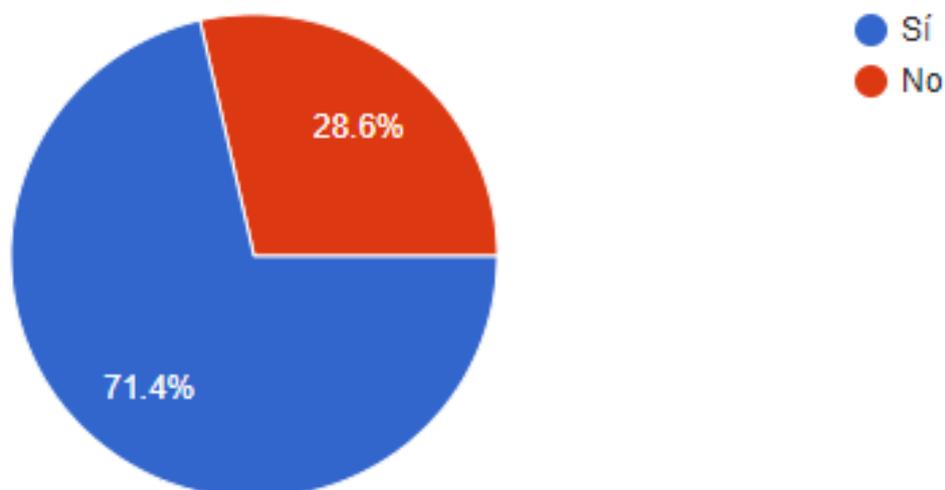
Tabla 6.

Exportación de productos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	274	71.4%
No	110	28.6%
Total	384	100.0%

Figura 8.

Exportación de productos



Según se logró determinar, la mayoría de los socios de la JNDA han considerado exportar sus productos, sin embargo, no todos han podido incursionar en mercados internacionales, así mismo existe otro porcentaje de socios que no han pensado iniciar los procesos de exportación, lo cual puede atribuirse a diversos factores tales como el desconocimiento, la falta de recursos, entre otros.

6. ¿Conoce los procesos que debe seguir para exportar sus productos?

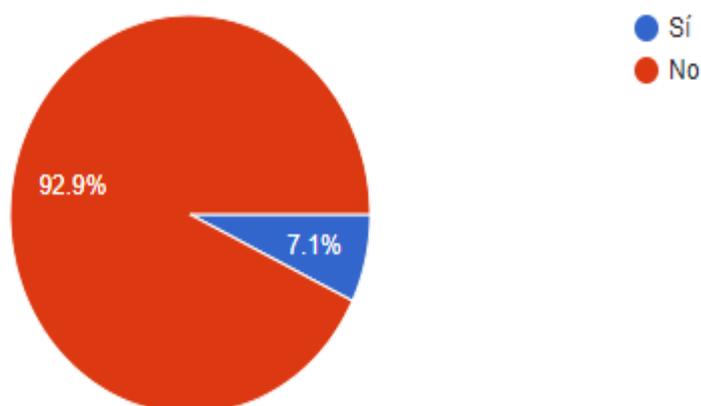
Tabla 7.

Procesos de exportación

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	27	7.1%
No	357	92.9%
Total	384	100.0%

Figura 9.

Procesos de exportación



Del total de socios de la JNDA encuestados, la mayoría indicó que desconoce sobre los procesos que deben seguir para exportar sus productos, siendo un menor porcentaje quienes sí poseen cierto grado de conocimiento respecto a los requisitos que se deben cumplir y los procesos inherentes a las actividades de comercio exterior. Estos resultados favorecen al desarrollo del presente proyecto, ya que ponen de manifiesto la necesidad de proporcionar la asesoría pertinente respecto a este tema.

7. ¿Qué aspectos han limitado su participación en los procesos de comercio exterior?

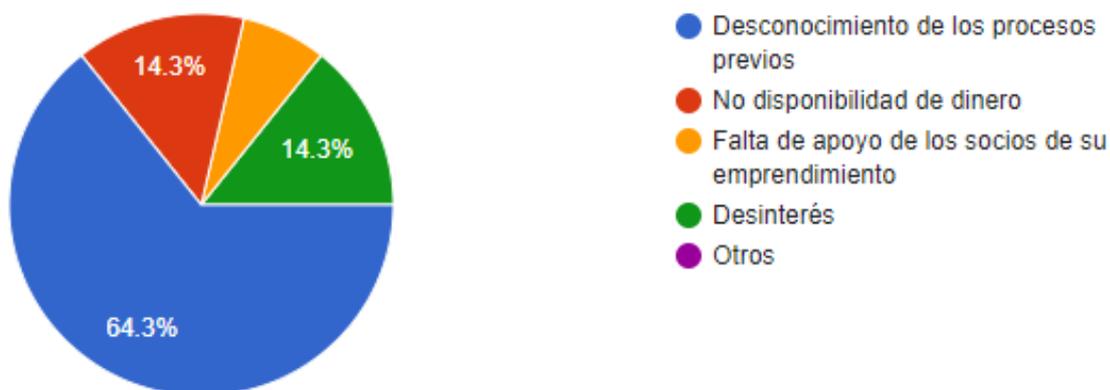
Tabla 8.

Limitantes

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Desconocimiento de los procesos previos	247	64.3%
No disponibilidad de dinero	55	14.3%
Falta de apoyo de los socios de su emprendimiento	27	7.1%
Desinterés	55	14.3%
Otros	0	0.0%
Total	384	100.0%

Figura 10.

Limitantes



En referencia a esta interrogante, es posible determinar de acuerdo al 64.3% que algunos de los artesanos de la JNDA no han emprendido acciones de exportación precisamente por desconocimiento de los procesos previos que se demandan, por ejemplo, que tipo de trámites, documentos, e instituciones deben visitar, cual es la inversión aproximada en la que deben incurrir, cual es el paso a paso, etc. Lo que de alguna manera los ha limitado en esta gestión.

8. ¿Han sido invitados por entidades públicas a participar en los procesos de comercio exterior? (De responder sí, pasar a la pregunta 9, caso contrario pasar a la pregunta 10)

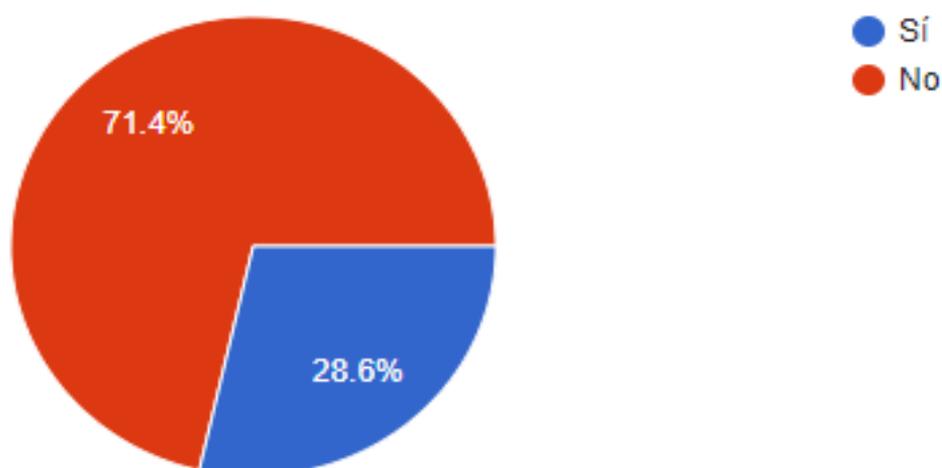
Tabla 9.

Invitación para participar en procesos de exportación

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	110	28.6%
No	274	71.4%
Total	384	100.0%

Figura 11.

Invitación para participar en procesos de exportación



No todos los socios de la JNDA han sido partícipes de procesos, ferias o actividades ligadas con el comercio exterior, esto de acuerdo al 71.4% que así lo expusieron, lo cual también incidiría en la limitante por la cual muchos de estos no han emprendido el proceso de exportación al no estar familiarizados y tener la oportunidad de poder resurgir en el mercado internacional con sus productos; apenas el 28.6% indicó que si suelen ser partícipes de estos procesos, siendo los artesanos que ya tienen un tiempo considerable exportando.

9. ¿Qué organización lo ha asesorado en materia de exportación?

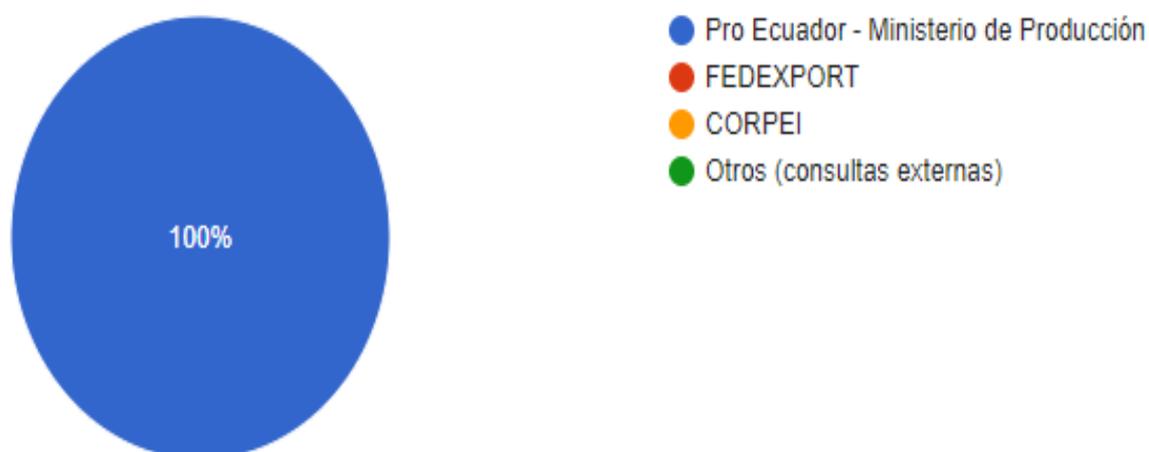
Tabla 10.

Asesoría en materia de exportación

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pro Ecuador – Ministerio de Producción	110	100.0%
FEDEXPORT	0	0.0%
CORPEI		0.0%
Otros (consultas externas)	0	0.0%
Total	110	100.0%

Figura 12.

Asesoría en materia de exportación



De los artesanos que respondieron a la pregunta anterior que no han participado en los procesos de exportación en ferias y otros eventos, manifestaron que la única entidad de la cual han recibido información importante sobre los procesos de asesoría en este sector ha sido netamente Pro Ecuador, y esto se debe a que esta se liga con el Ministerio de Producción (Entidad pública) categoría igual a la JNDA.

10. ¿Estaría interesado en participar en los procesos de comercio exterior si se diseña un plan de exportación para los socios de las JNDA?

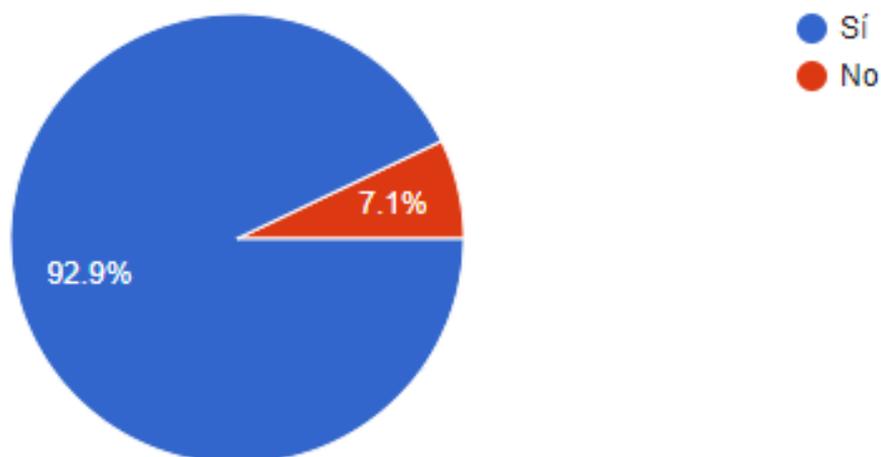
Tabla 11.

Interés de exportar sus productos

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	357	92.9%
No	27	7.1%
Total	384	100.0%

Figura 13.

Interés de exportar sus productos



Sobre esta interrogante, es evidente que la mayoría de artesanos encuestados representado en el 92.9% que si estaría dispuesto e interesado en empezar a exportar sus productos, ya que esto se reflejará en sus ingresos, reconocimiento del mercado internacional de sus productos y marcas, y otros beneficios adicionales; se identificó que un 7.1% de los encuestados indicó que por el momento no está en sus planes exportar sus productos ya que tienen como prioridad establecerse en el mercado nacional.

11. ¿Número de empleado que este socio tenga en su nómina?

De acuerdo a los datos obtenidos, fue posible identificar que algunos asociados cuentan desde dos a cinco trabajadores a quienes tienen delegadas diversas actividades para cumplir con sus procesos de producción y comercialización, por lo que se determina que el promedio de empleados que se encuentran registrados en la nómina de los artesanos son 3.55 que redondeándolo equivale a 4 personas.

Tabla 12.*Datos estadísticos número de empleados*

Estadísticos		
		N° empleados
N	Válido	384
	Perdidos	8
Media		3,55
Desviación estándar		1,068
Mínimo		2
Máximo		5

Cuartiles

En este caso para determinar los cuartiles, se procedió a efectuar el conteo total de resultados obtenidos de las interrogantes (384), número de años siendo socios de la JNDA, niveles de ingresos, y número de empleados, con las herramientas SPSS para determinar los cuartiles de manera automática, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 13.*Cuartiles*

Estadísticos				
		N°		
		Ingresos	empleados	N° de años
N	Válido	384	384	384
	Perdidos	8	8	8
Media		21.164,06	3,55	15,53
Desviación estándar		6737,684	1,068	9,172
Mínimo		11.000	2	3
Máximo		35.000	5	31
Percentiles	25	17.700,00	3,00	5,00
	50	21.000,00	4,00	18,00
	75	25.500,00	4,00	25,00

En este caso es posible determinar a nivel de ingresos que de 0% al 25% de los asociados tienen ingresos que llegan hasta los \$17.7000, 00 dólares, cuentan con un promedio de tres empleados y un aproximado de 5 años de vida comercial; del 26% al 50% tienen ingresos que van de los \$17.800,00 a los \$21.000,00 y cuentan con un aproximado de cuatro trabajadores y una media de 18 años trabajando; y finalmente del 75% al 100% cuentan con ingresos que van llegan hasta los \$25.500,00, el número de trabajadores es de cuatro en promedio y tienen un estimado de 25 años.

Tabla 14.

Correlaciones

		Correlaciones					
		Ingresos	Nº empleados	Nº de años	Ha considerado exportar sus productos	Conoce los procesos de exportación	Estaría interesado en exportar
Ingresos	Correlación de Pearson	1	,336**	,529**	,030	,038	,014
	Sig. (bilateral)		<,001	<,001	,559	,452	,785
	N	384	384	384	384	384	384
Nº empleados	Correlación de Pearson	,336**	1	,177**	,036	,035	-,002
	Sig. (bilateral)	<,001		<,001	,485	,499	,965
	N	384	384	384	384	384	384
Nº de años	Correlación de Pearson	,529**	,177**	1	,076	,058	,032
	Sig. (bilateral)	<,001	<,001		,138	,257	,537
	N	384	384	384	384	384	384
Ha considerado exportar sus productos	Correlación de Pearson	,030	,036	,076	1	,177**	,437**
	Sig. (bilateral)	,559	,485	,138		<,001	<,001
	N	384	384	384	384	384	384
Conoce los procesos de exportación	Correlación de Pearson	,038	,035	,058	,177**	1	,077
	Sig. (bilateral)	,452	,499	,257	<,001		,131
	N	384	384	384	384	384	384
Estaría interesado en exportar	Correlación de Pearson	,014	-,002	,032	,437**	,077	1
	Sig. (bilateral)	,785	,965	,537	<,001	,131	
	N	384	384	384	384	384	384

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 15.

Interpretación de la magnitud del coeficiente de correlación de Pearson

Rango de valores de r_{xy}	Interpretación
$0.00 \leq [r_{xy}] < 0.10$	Correlación nula
$0.10 \leq [r_{xy}] < 0.30$	Correlación débil
$0.30 \leq [r_{xy}] < 0.50$	Correlación moderada
$0.50 \leq [r_{xy}] < 1.00$	Correlación fuerte

Nota: Tomado de Hernández et al. (2018)

Partiendo de la tabla de referencia es posible determinar que existe cierto grado de correlación entre las personas que estarían interesados en exportar sus productos y el conocimiento que tienen acerca de los procesos de exportación, esto tomando en cuenta que se obtuvo un resultado de 0.177 con un nivel de significancia del 5%. Otras de las variables que muestran cierta correlación se encontró entre las personas que han pensado en exportar sus productos y quienes están interesados en hacerlo, con un resultado de 0.437 significativa al 5%.

A pesar de que no se obtuvo una relación directa entre las variables analizadas, debido a que ninguno de los resultados obtenidos llegó a 1, se logró observar ciertas relaciones en otras variables, tales como: el número de empleados versus el total de ingresos, en cuyo caso se obtuvo un resultado de 0.336 con 5% de significancia, es decir que a mayor número de empleados mayores ingresos. Por otra parte, se logró identificar que a mayor número de años siendo socios de la JNDA, mayor es el número de empleados; y a mayor número de años como socios, mayor es el nivel de ingresos, considerando los resultados obtenidos de 0.529 con 5% de significancia.

3.4.2. Análisis de la entrevista

Entrevista aplicada a un representante de la JNDA para conocer su percepción respecto a los aspectos relevantes de la exportación de los productos de los socios de la JNDA.

1. ¿Cómo visualiza el sector artesanal del Ecuador en la actualidad en relación a los últimos cinco años?

Personalmente pienso que el sector ha evolucionado, el Estado a través de su ministerio ha proporcionado la ayuda y ha incentivado el desarrollo de la actividad artesanal, pero aun así me parece que no es suficiente. Tal vez se hayan implementado programas de crédito, o se

lleven a cabo programas de capacitación en ciertas áreas, pero creo que se necesita más apoyo, hay sectores que poseen el potencial, pero aún no logran explotarlo al máximo, por ejemplo, hay socios que han empezado a exportar productos, pero son aún hay otros que no tienen idea de cómo proceder para hacer crecer su negocio.

2. ¿Cuáles son las limitantes que inciden a que no todos los socios de las JNDA busquen explorar mercados internacionales exportando sus productos?

Para mí hay dos factores determinantes, en primer lugar, el desconocimiento, la mayoría no conoce cómo realizar la exportación de sus productos, tienen la percepción de que es un proceso engorroso lo que al mismo tiempo les genera temor. Otro factor es el tema de los recursos, puede que muchos no tengan el dinero necesario para iniciar un proceso de exportación.

3. ¿De parte del Gobierno, los ministerios y entidades pertinentes se ha prestado la atención correspondiente para impulsar las exportaciones de productos artesanales? ¿Qué propuestas han desarrollado?

Como le decía anteriormente, sí han proporcionado la ayuda, pero aun así no ha sido suficiente, se necesita mayor colocación de créditos, más programas de capacitación en otras áreas, facilidades para la adquisición de equipos. Las propuestas en mayor medida se han focalizado a proporcionar créditos, pero a veces no alcanza, muchos artesanos no cuentan con los recursos para hacer crecer su capacidad productiva lo cual veo también como un limitante para explorar mercados internacionales.

4. ¿De qué manera considera que podrían impulsar a los artesanos en los procesos de exportación de sus productos?

Estoy seguro que más allá de la limitante económica, estos artesanos les vendrían bien obtener información de referencia sobre cuáles son los procedimientos que se demandan, que tipo de documentación deben tener, la inversión aproximada, a qué instituciones deben ir para obtener los documentos respectivos, etc., es decir, toda la información sobre los pasos y documentos que son importantes para exportar, ya que a partir de esto, ellos en materia de dinero podrían ver la manera de obtener el recursos desde alguna institución financiera, teniendo en cuenta que al exportar sus productos recuperarán la inversión incurrida.

5. ¿Cuál es su percepción sobre crear una propuesta basada en un plan de exportación para los socios de las JNDA?

Sería lo ideal, a esto es lo que me refiero, los artesanos pueden verse limitados a exportar porque no conocen cual es el paso a paso que deben seguir para llevar sus productos a los mercados internacionales, por lo que este plan de exportación sería un recurso de referencia esencial para todas estas personas que buscan diversificarse, contribuyendo consecuentemente con la economía del país.

6. ¿Los socios de la JNDA han tenido reuniones con entidades financieras públicas y privadas para financiar actividades de exportación?

En efecto, este tipo de reuniones son más comunes de lo que parece, ya que si bien hay muchos artesanos que no exportan aún sus productos, y una mínima cantidad que si lo hace y forman parte de la JNDA, por lo que constantemente se están efectuando reuniones con este tipo de instituciones teniendo como objetivo buscar mediaciones para lograr beneficios y en materia de capital y plazos de pago ante las inversiones previas que demandan el llevar a cabo la exportación de productos.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

1.1. Introducción

A través de la siguiente propuesta se desarrolla un plan de exportación para los socios de la JNDA, para lo cual en primer lugar se lleva a cabo un análisis de las condiciones internas de la JNDA y los factores externos que pueden influir sobre las actividades que realiza. Así mismo, considerando que esta organización agrupa a artesanos que se desempeñan en la elaboración de una amplia variedad de productos, es necesario realizar el análisis pertinente a través del cual se seleccione el producto de mayor potencial, así como también el mercado idóneo para su exportación.

1.2. Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que permite identificar aspectos claves en relación a factores internos y externos para posteriormente determinar cuáles de estos están afectados positiva o negativamente; generalmente se lo aplica entre las empresas y negocios nacientes, sin embargo, en contexto con el presente tema, se procedió a desarrollar este análisis en relación a la situación actual que viven algunos artesanos integrantes de la JNDA que aún no han logrado exportar sus productos, determinándose diseñar un plan de exportación, por lo que el enfoque en este caso sobre el análisis FODA se direcciona en analizar la situación de estos artesanos en el contexto de comercio exterior:

Tabla 16*Análisis FODA*

FORTALEZAS "F"	OPORTUNIDADES "O"
Materia prima producida en el país que es posible aprovecharla para la elaboración de diversos tipos de productos.	Ingresos a diversos mercados tanto de la región (Latinoamérica) y el mundo
Apoyo de parte de la JNDA, PRO Ecuador y el Gobierno a los artesanos en diversos sectores para dotar de capital y capacitación técnica	Fortalecimiento de la marca país a través de nuevos productos que lleven consigo características endémicas del Ecuador
Alta capacidad de innovación de procesos y productos	Alianzas comerciales con empresas de diversos países a los cuales proveer productos de tipo artesanal
DEBILIDADES "D"	AMENAZAS " A"
No todos los artesanos exportan dado al desconocimiento sobre los procesos previos que se requieren	La pandemia hizo que se restringieran actividades comerciales tanto locales como internacionales.
Artesanos que recién están incursionando en su negocio no cuentan con conocimientos a nivel administrativo, técnico y estratégico	Competencia desleal entre artesanos
Carencia de certificaciones de calidad que avalen los productos artesanales	Competencia de artesanos de otros países mejor preparados, con más apoyo y con diversidad de productos

1.3. Análisis del producto

A través de los hallazgos obtenidos mediante el estudio de campo, se logró identificar que los socios de la JNDA se dedican a la elaboración de diversos tipos de productos, siendo los más destacados la joyería artesanal y los sombreros de paja toquilla conocidos también como “Panamá Hats”. En este sentido, debido a las limitaciones de alcance existentes, para efectos del presente proyecto se seleccionará un producto sobre el cual se diseñará el plan de exportación, para ello se toma en consideración aspectos relacionados con el comportamiento

de la demanda internacional y la factibilidad para su introducción hacia los mercados potenciales.

Joyas artesanales

En el Ecuador sector de joyerías artesanales se encuentra ampliamente diversificado, puesto que actualmente se utilizan diversos tipos de materiales para su fabricación, esto permite categorizar este tipo de productos en dos dimensiones que incluyen la bisutería y las joyas preciosas. Para la fabricación de las bisuterías, por lo general se utiliza como materia prima el acero, la tagua, las conchas, la madera, el coco, el cuero, las piedras semipreciosas, entre otros materiales; por otra parte, las joyas preciosas se elaboran a partir de oro, plata, platino, paladino y piedras preciosas (diamantes, esmeraldas, perlas, entre otros) que aumentan su cotización en el mercado.

En el caso de los artesanos asociados a la JNDA, se logró identificar por medio del estudio de campo que quienes se dedican a este rubro, en su mayoría trabajan con acero, tagua, cuero y conchas como materia prima, por lo tanto, los productos que elaboran forman parte de la categoría de bisuterías. Según la información publicada por Pro Ecuador (2022), las bisuterías y los demás productos similares pertenecen a la subpartida arancelaria 71179090.

A partir de los informes estadísticos presentados por la plataforma especializada en comercio internacional Trade Map (2022), durante los últimos cinco años las importaciones mundiales de esta subpartida han experimentado un comportamiento irregular, puesto que no ha logrado mantener un crecimiento sostenido. Si bien durante el periodo 2016 las importaciones mundiales alcanzaron de bisutería un total de \$2.181,431 miles de USD, estas decrecieron en el año 2019 y debido a la afectación de los mercados a causa de la pandemia de COVID-19, en el periodo 2020 cayeron hasta alcanzar un valor total de \$1.356,087 miles de USD.

Con base a los registros publicados por Trade Map (2022), se logró identificar que, en el ranking de los principales importadores de bisutería a nivel mundial, se destacan: Estados Unidos como mayor importador, seguido de Francia, Reino Unido, China y Alemania. En este sentido, a pesar de que Estados Unidos evidenció un decrecimiento en el volumen de importaciones de la subpartida 71179090, se mantuvo como principal importador, según se muestra en la tabla que se presenta a continuación:

Tabla 17.*Importaciones mundiales de bisutería (2016-2020)*

Importadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Mundo	\$ 2,181,431.00	\$ 2,097,329.00	\$ 2,118,873.00	\$ 1,929,560.00	\$ 1,356,087.00
Estados Unidos de América	\$ 556,454.00	\$ 493,659.00	\$ 517,183.00	\$ 498,060.00	\$ 310,648.00
Francia	\$ 113,124.00	\$ 117,298.00	\$ 126,841.00	\$ 119,692.00	\$ 103,539.00
Reino Unido	\$ 127,363.00	\$ 126,848.00	\$ 128,320.00	\$ 117,741.00	\$ 84,020.00
China	\$ 24,642.00	\$ 37,592.00	\$ 89,477.00	\$ 74,128.00	\$ 75,274.00
Alemania	\$ 123,466.00	\$ 114,886.00	\$ 107,211.00	\$ 90,173.00	\$ 66,873.00

Nota: Tomado de Trade Map (2022)

Sombreros de paja toquilla

En el Ecuador, los sombreros de paja toquilla se constituye en uno de los productos artesanales más destacados, puesto que no solo es reconocido y apreciado por el mercado local por la tradición que representa, sino también ha logrado reconocimiento a nivel internacional, siendo declarado en el año 2012 como patrimonio inmaterial de la humanidad gracias al tipo de fibras que utiliza y las técnicas de tejido que se emplean para su elaboración (Ministerio de Turismo, 2022; UNESCO, 2012).

Si bien en las últimas décadas, los sombreros ecuatorianos de paja toquilla han ganado mayor visibilidad en los mercados internacionales, el hecho de que también se los conozca como “*Panamá Hats*” o sombreros Panamá, ha generado confusión respecto a su procedencia, puesto que aún existen quienes erróneamente creen que este producto se fabrica en dicho país. Esta situación llevó a que el Gobierno ecuatoriano a través del Ministerio de Turismo, llevaran a cabo acciones para aclarar dicha confusión y aprovechar el reconocimiento otorgado por la UNESCO para impulsar las exportaciones de este producto. Según la información de Pro Ecuador (2022), los sombreros de paja toquilla pertenecen a la subpartida arancelaria 650400.

En este sentido, según los datos publicados por Trade Map (2022), en los últimos cinco años las importaciones de esta subpartida han experimentado un comportamiento irregular, considerando que no ha logrado mantener un crecimiento sostenido a nivel mundial. Así mismo, la comercialización de este producto en el periodo 2020 se vio afectada por el cierre de mercados debido a la pandemia de COVID-19. En este caso, entre los principales importadores de sombreros elaborados a partir de fibras naturales se destaca: Estados Unidos, Japón, Alemania, Francia y Reino Unido. Si bien, los Estados Unidos de América lideran el ranking de

compradores internacionales, sus importaciones decrecieron de \$119.054 miles de USD en el periodo 2016 a \$75.031 miles de USD en el periodo 2020.

Tabla 18.

Importaciones mundiales de sombreros de fibra natural (2016-2020)

Importadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Mundo	\$ 412,008.00	\$ 379,736.00	\$ 413,031.00	\$ 424,401.00	\$ 316,995.00
Estados Unidos de América	\$ 119,054.00	\$ 100,910.00	\$ 107,440.00	\$ 98,862.00	\$ 75,031.00
Japón	\$ 51,791.00	\$ 38,694.00	\$ 38,327.00	\$ 33,030.00	\$ 23,993.00
Alemania	\$ 23,000.00	\$ 19,923.00	\$ 22,526.00	\$ 26,441.00	\$ 21,255.00
Francia	\$ 19,141.00	\$ 18,173.00	\$ 19,870.00	\$ 20,140.00	\$ 16,084.00
Reino Unido	\$ 23,598.00	\$ 19,151.00	\$ 21,063.00	\$ 23,127.00	\$ 16,014.00

Nota: Tomado de Trade Map (2022)

Selección de producto

A partir del análisis comparativo realizado y tomando en consideración los resultados obtenidos de las encuestas, para efectos del presente proyecto se seleccionan las joyas artesanales, particularmente las bisuterías para la elaboración del plan de exportación. En este caso, según se logró identificar respecto al comportamiento del mercado internacional, a pesar de que los sombreros de paja toquilla ecuatorianos no solo han ganado reconocimiento sino también prestigio por su calidad, el volumen de importaciones mundiales de esta subpartida es menor en contraste al total de importaciones de las bisuterías.

Además, se logró identificar que actualmente el sector productor de sombreros de paja toquilla, no solo cuenta con el apoyo del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca; sino también con el Ministerio de Turismo que ha llevado acciones para impulsar el reconocimiento de este producto y con ello el incremento de las exportaciones del mismo. Por otra parte, el sector de las bisuterías ecuatorianas no ha contado con el suficiente apoyo potenciar sus ventas en mercados internacionales, por lo que resulta importante llevar a cabo acciones que les permitan a los artesanos de este rubro ingresar a nuevos mercados.

1.4. Análisis del mercado potencial

Con base al producto seleccionado, es necesario identificar los mercados potenciales hacia los cuales direccionar el plan de exportación. En este caso, a partir de los registros del Trade Map (2022), se observó que Estados Unidos y Francia son los principales importadores

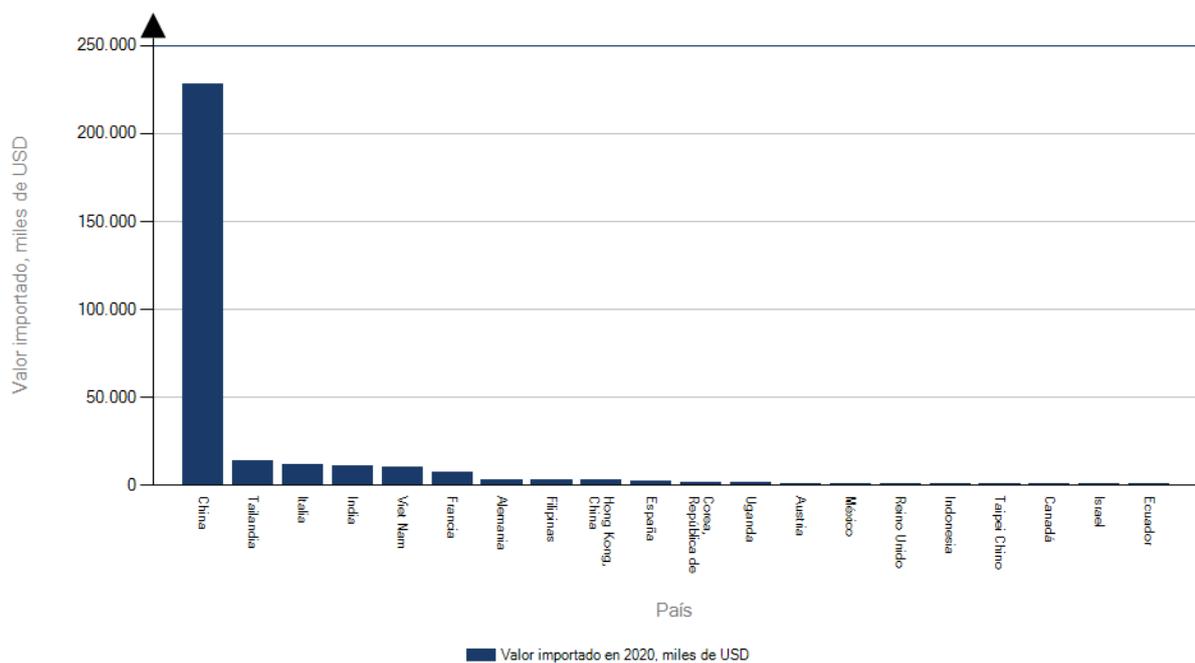
de bisutería a nivel mundial, por lo tanto, es preciso analizar la pertinencia de seleccionar uno de estos mercados para direccionar la propuesta. Para este efecto, se toma en consideración aspectos relacionados con los principales proveedores de estos países y las características del mercado interno.

Estados Unidos

Estados Unidos ocupa el primer lugar a nivel de importaciones mundiales de bisutería, en cuyo caso a pesar de que ha evidenciado un decrecimiento en el volumen de ventas totales debido a la contracción de los mercados por la pandemia de COVID-19, se ha mantenido como el mayor importador de este rubro durante los últimos cinco años. En este caso, según los registros del Trade Map (2022), durante el periodo 2020 este país importó un total de \$310,648.00 miles de USD.

Figura 14.

Proveedores de bisutería hacia Estados Unidos (periodo 2020)



Nota: Tomado de Trade Map (2022)

En lo que respecta a los principales proveedores, China es el principal país de origen de las bisuterías que importa Estados Unidos con un monto total de \$227.745 en miles de USD, seguido por Tailandia que registra un volumen de exportaciones de \$14.222 en miles de USD y en tercer lugar Italia con un monto de \$11.792 en miles de USD. En este caso, Ecuador se encuentra en el ranking de los 20 principales proveedores de bisutería, sin embargo el monto

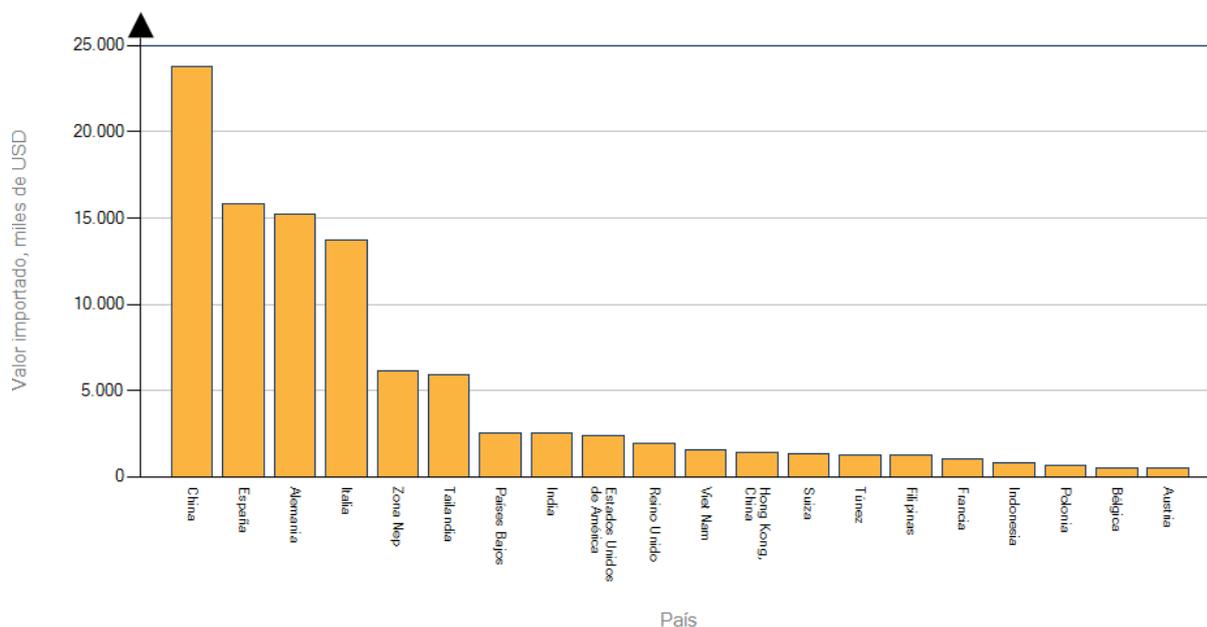
de exportaciones de esta subpartida hacia Estados Unidos en el periodo 2020 alcanzó un volumen total de \$545 miles de USD, por lo tanto existe la oportunidad de llevar a cabo acciones que permitan impulsar el crecimiento de las exportaciones ecuatorianas de este rubro hacia el mercado de Estados Unidos.

Francia

Francia se ha mantenido como el segundo mayor importador de bisutería a nivel mundial durante el periodo 2018-2020, y a pesar de las variaciones respecto al volumen de importación que ha registrado, durante el periodo 2020 importó un monto total de \$103,539.00 miles de USD. Al igual que en el mercado estadounidense, el principal proveedor de la bisutería que importa Francia es China, con un monto total de \$23.784 en miles de USD.

Figura 15.

Proveedores de bisutería hacia Francia (periodo 2020)



Nota: Tomado de Trade Map (2022)

A diferencia de los Estados Unidos, Francia la participación de China como proveedor de bisutería se encuentra menos diversificada, ya que países como España, Alemania e Italia, también concentran un importante índice de diversificación, lo que evidencia que este mercado es más competitivo a diferencia del mercado estadounidense. Por otra parte, se logró identificar que actualmente Ecuador no figura en la lista de proveedores de bisutería hacia dicho destino.

Selección del mercado

A partir del análisis respecto al comportamiento de las importaciones de bisutería que realizan Estados Unidos y Francia, se considera pertinente direccionar el plan de exportaciones hacia el mercado estadounidense, esto debido a que existe mayor nivel de competitividad respecto a los proveedores de bisutería de Francia, donde Ecuador no posee participación. Por otra parte, Ecuador se encuentra entre los 20 principales proveedores de bisutería, a pesar de que actualmente su participación es mínima, es un mercado conocido y además concentra la mayor demanda de este rubro.

En este sentido, existe la oportunidad de impulsar las exportaciones de bisutería artesanal ecuatoriana hacia el mercado estadounidense, aspecto que no solo permitirá aprovechar la capacidad de producción de los artesanos de la JNDA, sino que además ayudará al país a incrementar su participación en el mercado estadounidense, siendo una oportunidad de mercado que beneficiaría tanto a los artesanos que elaboran este tipo de productos, como también al país.

1.5. Análisis del mercado meta

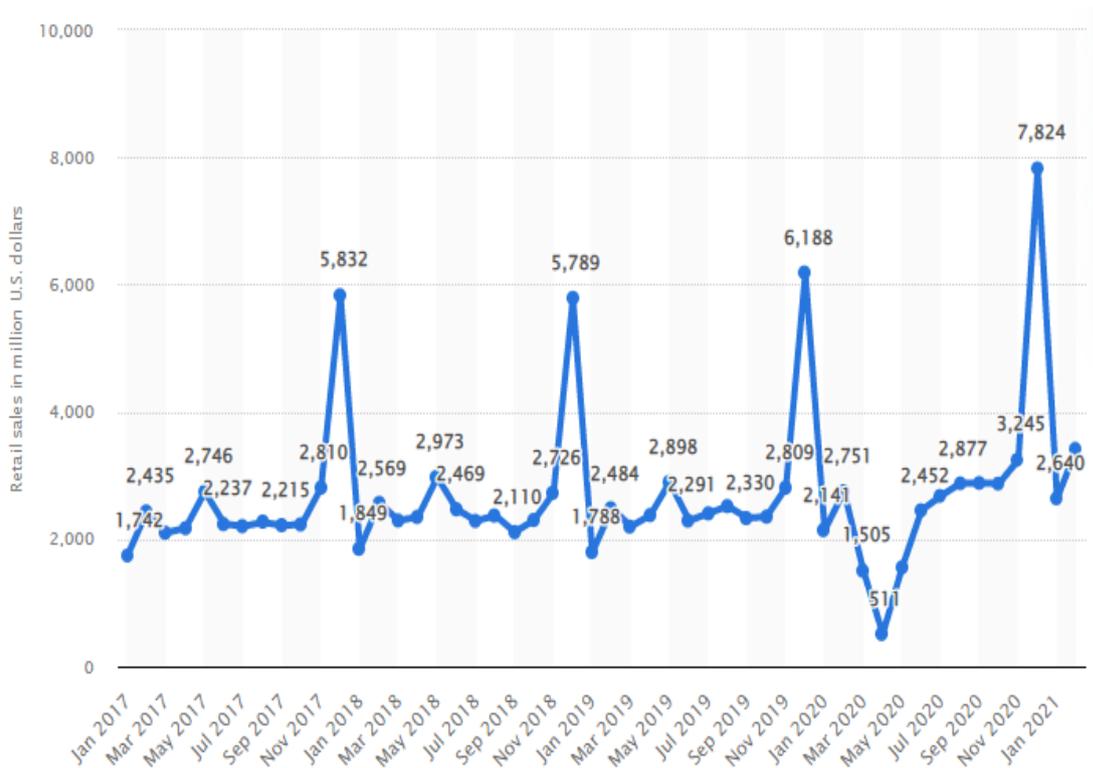
Las ventas de joyas y bisutería en los Estados Unidos han experimentado variaciones durante los últimos años, sin embargo, se mantiene sólido como el principal importador de este producto a nivel mundial. Si bien durante el periodo 2020-2021 las importaciones se redujeron en comparación con los niveles previos a la pandemia, principalmente debido a las restricciones impuestas, el comportamiento del mercado interno ha sido estable. En este sentido, el mercado de la joyería y bisutería en este país ha sido testigo del impacto negativo de la COVID-19 debido al confinamiento y las restricciones comerciales.

Sin embargo, se prevé que el mercado crezca aún más durante el período de pronóstico (2021-2025). Se espera que el mercado sea impulsado por varios factores que mejoran el crecimiento, como el aumento del ingreso disponible per cápita, el aumento del número de compradores digitales, el aumento de la población urbana, el aumento de la población femenina, entre otros. Según el informe presentado por Inverstor MasterCard (2021), la demanda estadounidense de joyas sigue siendo sólida. Según un informe de *Spending Pulse*, las ventas de joyas en Estados Unidos en julio de 2021 fueron un 82,6 % superiores a las del mismo período de 2020 y un 54,2 % superiores a las de julio de 2019; además durante el

periodo de diciembre del 2020 se registró el mayor nivel de ventas de joyerías y bisuterías artesanales, según se muestra a continuación:

Figura 16.

Ventas minoristas mensuales de joyerías y bisuterías en los Estados Unidos de 2017 a 2021 (millones de dólares)



Nota: Tomado de Statista (2021)

El mercado estadounidense muestra una marcada tendencia de compras de este tipo de productos, cuyos mayores niveles de ventas se registran durante el mes de diciembre puesto que por lo general los consumidores consideran esta como una alternativa para regalar durante las festividades. Así mismo, aunque en mayor volumen, se visualiza un aumento en las ventas durante el mes de mayo cuando se celebra el día de las madres y en el mes de febrero en que se celebra el día de San Valentín.

A pesar de que las estadísticas contemplan tanto a joyas preciosas y bisuterías artesanales, según un estudio desarrollado por la plataforma especializada Statista respecto a los mercados de consumo de joyería en Estados Unidos, Gutierrez (2022), señala que “Para 2022, el 79% de las ventas en el segmento de joyería serán atribuibles a artículos que no sean de lujo” (p. 1). Esta tendencia de mercado abre la posibilidad de impulsar las ventas de bisutería

artesanal, considerando que debido a los efectos económicos atribuidos a la pandemia de COVID-19, los consumidores podrían inclinarse por joyas de menor costo, en este caso la bisutería.

1.6. Perfil de clientes

En Estados Unidos, las joyas y bisuterías se comercializan especialmente a través del mercado minorista. Por lo tanto, es necesario considerar la opción de comercializar el producto ya sea a través de canales minoristas o directamente hacia el consumidor por medio de plataformas web. En este caso, se determina que el perfil de cliente final está conformado principalmente por mujeres de 21 años en adelante, quienes por lo general se considera que forman parte de la Población económicamente activa (PEA) y en consecuencia poseen los recursos y el poder adquisitivo para comprar el producto. No obstante, no se excluirá a hombres quienes por lo general adquieren joyería y bisutería para regalar a sus madres, parejas o amigas.

1.7. Acuerdos comerciales y aranceles

En los últimos años Ecuador ha procurado potencializar las relaciones comerciales con los Estados Unidos, esto considerando que este país es considerado como uno de los principales socios comerciales, según lo manifestado por el Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (2021):

Históricamente Estados Unidos ha sido el principal socio comercial de Ecuador.

Debido a su complementariedad económica, es el principal país de destino para las exportaciones ecuatorianas; también una de las fuentes de inversión más importantes que contribuye en gran parte a la liquidez de la economía ecuatoriana, debido a la sólida relación bilateral que existe entre ambos países. (p. 4)

En este sentido, en los últimos periodos comerciales se ha evidenciado un significativo incremento en el intercambio bilateral, con mayor participación de las exportaciones ecuatorianas sobre las importaciones estadounidenses. En este caso es importante señalar que a partir del 4 de agosto del año 2021 entró en vigencia el “Acuerdo de Primera Fase”, firmado entre Ecuador y Estados Unidos, por medio del cual se contempla una serie de beneficios entre los cuales se destaca la simplificación de los procesos aduaneros y las negociaciones, con la finalidad de apoyar e impulsar las exportaciones de pequeños productores hacia este mercado (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2020). Con respecto a las

barreras arancelarias, Estados Unidos aplica una tarifa arancelaria del 0% para los países que pertenecen al sistema generalizado de preferencias (SGP), según se muestra a continuación:

Tabla 19.

Tarifa de importaciones que aplica Estado Unidos

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada Equivalente	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem
7117.90.90	Bisutería – Las demás.	Tarifa preferencial para países SGP	0.00%	0.00%

Nota: Tomado de Market Access Map (2021)

1.8. Proceso de exportación

Negociación internacional y requisitos aduaneros de exportación

Seleccionado el producto y el mercado más factible hacia el cual se direccionará el plan de exportación, es posible determinar algunos aspectos importantes sobre el diseño de este documento, con lo que se garantizará el potencializar mucho más la introducción del producto seleccionado al mercado de interés. Entre los aspectos importantes a tenerse en cuenta destacan:

Los términos de negociación internacional (INCOTERMS)

Dentro de los contratos de los procesos de comercio exterior (exportaciones e importaciones), los INCOTERMS o términos internacionales de comercio, permiten definir los estándares de comercio, estos que fueron promulgados por la Cámara Internacional de Comercio, sirviendo como cláusulas de precio debido a que son los facilitan el establecimiento de los elementos que lo componen y por ello tienen gran influencia sobre los contratos en materia de costos.

Para el presente plan, a través de los INCOTERMS será posible:

- Categorizar los costes de las transacciones comerciales internacionales.
- Delimitar las responsabilidades tanto para el cliente como de los artesanos (vendedor).
- Se exponen de manera breve la práctica incurrida del transcurso del transporte del producto internacionalmente hasta llegar a su destino.

Obligaciones del vendedor

Los artesanos deberán tener presente que dentro del proceso de exportación de los sombreros se deben cumplir a cabalidad con las siguientes obligaciones.

- Es necesario que entreguen toda la documentación de soporte de la mercancía a exportar.
- Deben conocer los criterios de empaque y embalaje para el producto.
- Determinar los costos y tiempos con premura para todo el proceso de flete interno y externo.
- Disponer de toda la documentación aduanera en orden (permisos, requerimientos, impuestos a pagar)
- Conocer a detalle todos los gastos a incurrirse en el proceso de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).

Contratos internacionales

Dentro del contexto de comercio exterior existen algunos tipos de contratos de acuerdo al tipo de negociación que tenga el vendedor por desarrollar, en este caso, tomando en consideración que se busca exportar joyería proveniente a partir del uso de la tagua desde un grupo de artesanos pertenecientes a la JNDA hacia el mercado estadounidense, se determina que la forma contractual para desarrollar las actividades de venta internacional será:

- **Contrato de compraventa internacional de mercancías:** Se selecciona este tipo de contratos debido a que esta figura legal garantiza que se establecerán algunos aspectos en el que se definirán las obligaciones y responsabilidades de ambas partes, de forma que los artesanos tengan la garantía de empezar con su proceso de producción de las joyas de acuerdo a los volúmenes de ventas que se determinen en la negociación, con esto, tanto el vendedor como el cliente tendrán un respaldo legal de lo que van a recibir con esta negociación.

Específicamente dentro de este contrato se incluirán los siguientes aspectos:

- Precio del producto en total y por unidades.
- Determinación de la forma de pago.
- Tipo de envase y embalaje en el que irá el producto.
- El origen de salida de la mercancía y el lugar de recepción de la misma.
- Responsabilidad civil de la mercancía exportada.

- Detalle de la cláusula compromisoria o arbitral.

Formas de pago internacional

Se determina que por el nivel de seguridad se optará por una carta de crédito, ya que en comparación con el resto de alternativas, esta es la que presenta como la más segura, ya que dentro de esta se establece una cláusula irrevocable y confirmada, con lo que se asegura y favorece la transacción entre el exportador y el cliente, así como es una garantía que brinda protección a las partes que participen en este proceso.

Plan de exportación especificaciones

Para este caso, se tomó como referencia la ficha producto-mercado socializado por Pro Ecuador (2019) particularmente para los interesados en exportar joyería al mercado de Estados Unidos.

Tabla 20.

Descripción previa del producto

Producto o mercancía a exportar	Joyería
Mercado	Estados Unidos
Subpartida arancelaria sugerida	7117.90.90 Bisutería – Las demás

Se acota previamente que la subpartida arancelaria es la codificación compuesta por 10 dígitos de los cuales los seis primeros se otorgan a una misma categoría o productos para su identificación internacional, mientras que los cuatro últimos dígitos permitirán determinar la procedencia o región de estas mercancías. En este caso, en el Ecuador la autoridad competencia para brindar la clasificación arancelaria más idónea y oficial es el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), cuya información de contacto es: Guayaquil del SENAE: 04-5006060 y/o al mail: mesadeservicios@aduana.gob.ec

Documentos de soportes de soporte para la salida de mercancías desde Ecuador bajo la subpartida 7117.90.90:

Tabla 21.

Documentos de soporte para la salida de productos del Ecuador bajo la subpartida 7117.90.90

Documentos de soporte:	Hace referencia a toda la documentación que permitirá otorgar datos a detalle sobre la Declaración Aduanera a cualquier régimen
Factura comercial:	Dentro de este contexto hace referencia al comprobante electrónica que debe cumplir con los requerimientos legales y normativos que se exigen a nivel nacional e internacional, por lo que a nivel interno esta factura debe estar autorizada por el SRI.
Lista de empaque	Optimiza el proceso de reconocimiento de la mercancía y sus características, y ayuda a completar la información expuesta dentro de la factura comercial sobre el producto.
Certificado de origen (opcional)	Dado a que Ecuador cuenta con algunos convenios con algunas nacionales (bilateral y multilateral) garantizando que los productos que se desarrollan en el país pueden entrar a estos mercados con un valor competitivo, Estados Unidos consta como uno de esos países.

Nota: Tomado de Market Access Map (2021)

Requisitos aduaneros de exportación

De forma sistematizada el proceso para que los artesanos interesados en empezar con el proceso de exportación de las joyas deben seguir los siguientes procedimientos previos:

- Realizar el registro de sus datos en la página web del SENA, a través de este primer paso pueden obtener el registro inicial con denominación de exportador. Particularmente los pasos para este procedimiento son:
 1. Registro de la información respectiva que se solicite desde el sitio oficial de: www.aduana.gob.ec, y posteriormente se debe dar click en la opción: OCE's (Operadores de comercio exterior), para dar el siguiente click en la opción de menú; Registro de Datos, donde una vez finalizado este se debe remitir por mail.

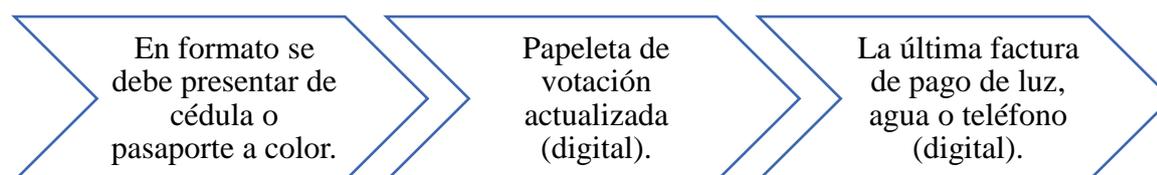
2. Paso seguido se debe llenar la solicitud de Concesión/Reinicio de Claves que se encuentren dentro de la misma página web para posteriormente socializarla en las ventanillas disponibles de atención al Usuario de la SENA E, la misma deberá estar previamente firmada por el exportador u otro representante legal de este. Posteriormente de haberse recibido la información con convalidará con los datos remitidos en el formulario digital, esto, en caso de no presentarse inconvenientes, donde se aceptará el registro inmediato.

Realizado el paso descrito previamente y obtenido el registro, será posible proceder con la transmisión electrónica de la Declaración de exportación:

Requisitos para obtener el Certificado de Firma Electrónica y Token

Figura 17.

Documentación previa



Las entidades que brindan el certificado digital de la firma electrónica y el Token se exponen a continuación, sin embargo, existen pasos puntuales para este requerimiento y se pueden encontrar en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/Flyer-TOKEN-2016.pdf>:

- Registro Civil, Identificación y Cedulación: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/C>

Registro en la ECUAPASS

- 1) La empresa se ve en la obligación de contar con el certificado digital respectivo (TOKEN) dado a que este es el que permitirá emplear la firma electrónica. Se destaca además que este proceso deberá ser gestionado antes al registro en el ECUAPASS cumpliendo con las especificaciones establecidas indicadas por el Banco Central del Ecuador y Security Data, entidades responsables en otorgar el TOKEN.
- 2) Obtenido el TOKEN, el exportador podrá acceder al portal <https://ecuapass.aduana.gob.ec/> y llevar a cabo la descarga del sistema siguiendo las

especificaciones del equipo (versión 32 Bits o versión 64 Bits). Finalizada la descarga del programa, podrá seguirse el proceso de instalación de Java.

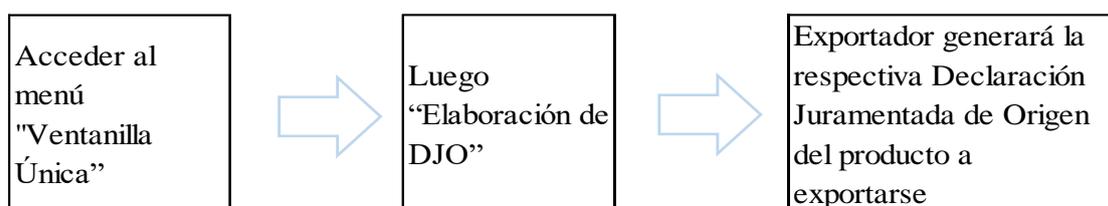
- 3) Concluida la descarga por parte del representante deberá dar clic en la opción “Solicitud de uso” y seleccionar el formulario: “Solicitud de uso representante”.
- 4) Cuando se selecciona el formulario “Solicitud de uso representante”, el exportador podrá ingresar los datos de la empresa y seleccionar la opción “Consultar”.
- 5) Una vez elegida la opción “Consultar” el sistema ECUAPASS hará visible automáticamente los datos respectivos del representante y el tipo de operador.
- 6) Luego en la opción “Identificación única de certificado digital” se debe registrar el certificado digital (TOKEN), dando clic a la opción “Búsqueda” la misma que presentará una ventana emergente a través de la cual será posible elegir el modelo de TOKEN.
- 7) Registrado el certificado digital (TOKEN), deberá seleccionar las opciones “Aceptar” y “confirmar”. Por último, el registro, el representante del negocio., tendrá que la opción “Registrar”.

Generación de la declaración juramentada de origen (DJO)

Efectuado el registro respectivo en el ECUAPASS, será necesario realizar las siguientes acciones:

Figura 18.

Generación de DJO



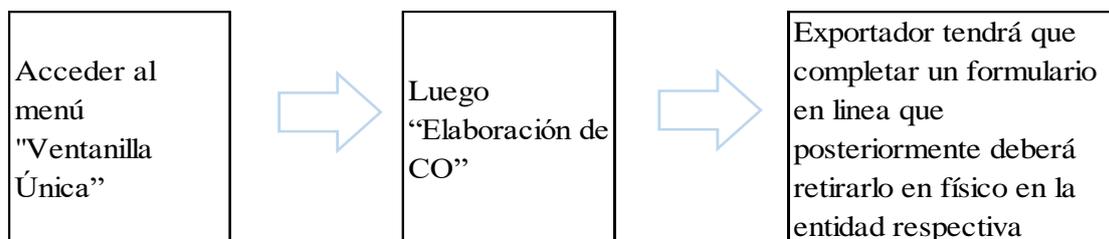
Nota: Tomado del SENAE (2022)

Generación del certificado de origen

Dentro de la plataforma del ECUAPASS, para la obtención de este tipo de certificado los pasos a seguir son:

Figura 19.

Generación de CO



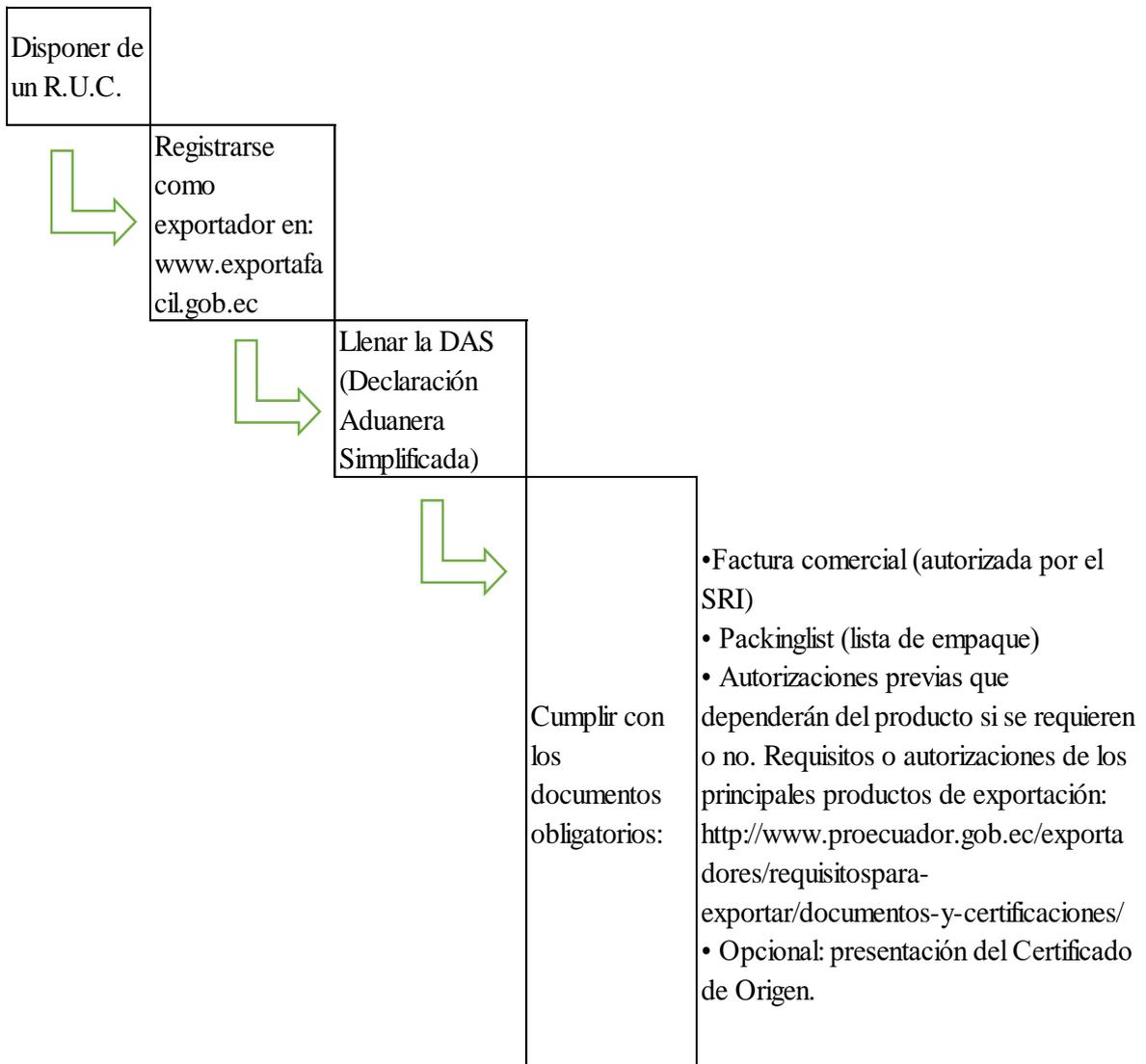
Nota: Tomado del SENAE (2022)

Exportar mediante Exporta Fácil

Esta herramienta ha sido diseñada específicamente para las exportaciones de productos no perecederos y sobre todo para ayudar en la diversificación de las mercancías a exportar desarrolladas por las mipymes y artesanos, con lo que se potencializan sus ingresos, el nivel de participación del país con la venta de productos de características autóctonas, generándose un ganar-ganar. Los pasos como su nombre lo indican suelen ser más optimizados dado a que se requiere de una herramienta web para obtener información previa y efectuar como tal el proceso de exportación. Particularmente los requisitos son:

Figura 20.

Pasos a realizarse para la exportación mediante Exporta Fácil

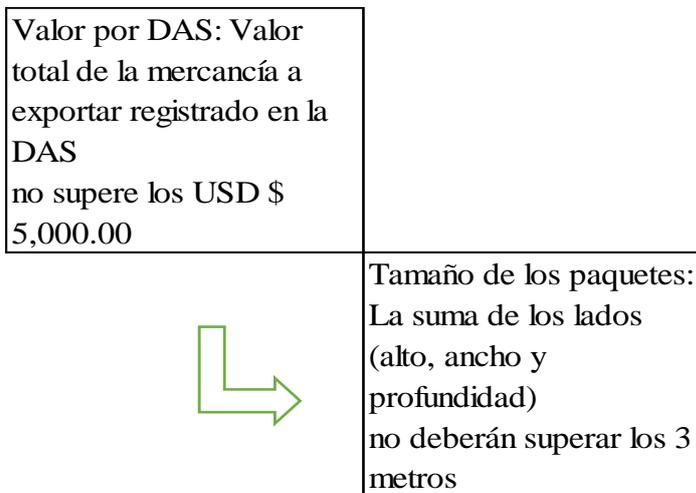


Nota: Tomado del SENA (2022)

En este caso particular, es importante que se tengan en consideración los siguientes aspectos previos:

Figura 21.

Consideraciones previas para el servicio de Exporta Fácil

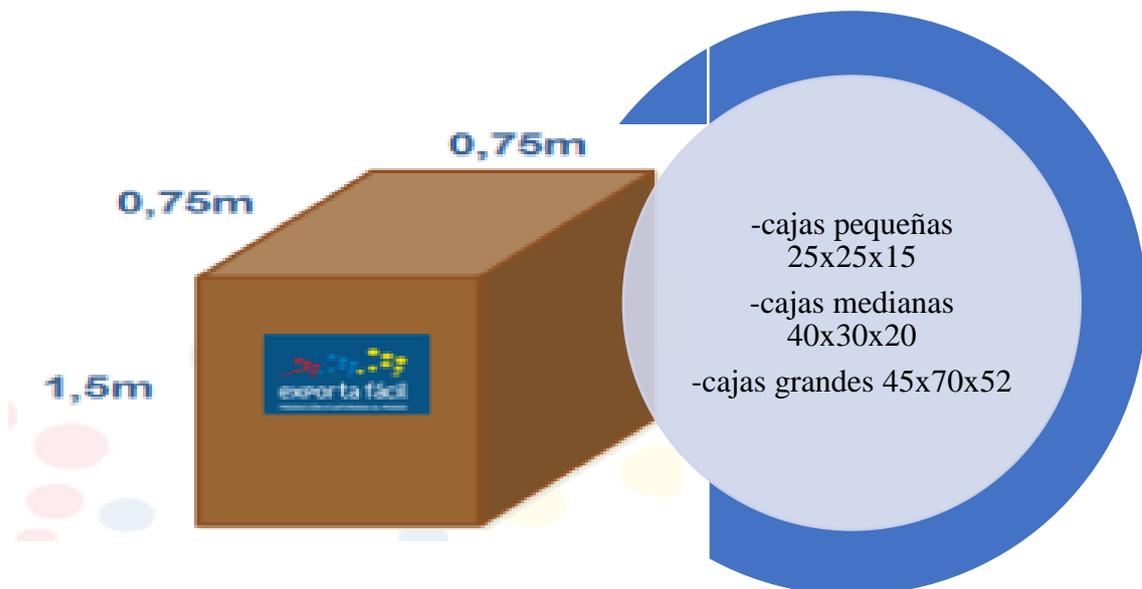


Nota: Tomado del SENA (2022)

De acuerdo a información adicional expuesta a través del plan de exportación presentado por Pro Ecuador para bisuterías al mercado estadounidense, se efectúa una recomendación

Figura 22.

Consideraciones previas para el servicio de Exporta Fácil



Nota: Tomado del SENA (2022)

Otras de las recomendaciones que deberán tener presente los artesanos es que existe un peso determinado que deben cumplir los paquetes, específicamente quedó establecido que, si

bien pueden realizar varios envíos o varios paquetes, el peso aproximado de estos debe ser de hasta 30 kilos, es decir que no pueden superar este peso dado a que quedará restringido el posterior proceso.

Sugerencias para el embalaje de joyas o bisutería:

- Por lo general los productos de tipo de bisutería o joyas suelen ser delicados por sus características miniaturas, por ello es importante que al momento de empacarse estos se seleccionen cajas que sean resistentes, así como se recomienda que estas cajas no tengan referencia que mencione el tipo de producto que existen dentro de estas.
- Es importante que las cajas sean selladas con cinta de alta resistencia.
- No se recomienda enviar este tipo de productos en sobres o similares que sean muy frágiles dado a que podrían ser dañados por las máquinas que llevan a cabo el proceso de clasificación o por las mismas personas en el momento de la distribución.
- Es importante que dentro de las cajas se consideren recursos que permitan amortiguar el movimiento por el que suelen pasar estas, evitando así que se dañen.

Costos

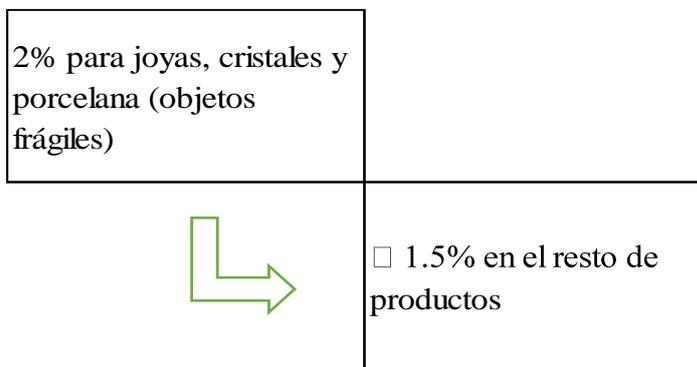
Otras de las ventajas de la herramienta de Exporta Fácil es la posibilidad de poder determinar los costos que se incurrirán como parte del proceso, para esto, el sistema toma en consideración los siguientes aspectos importantes:

- Destino: País de recepción de la mercancía o que importará las joyas.
- Peso: El peso exacto de los productos a exportar en kilogramos.
- Tipo de documento o certificación.

Se determina importante acotar que existe un seguro obligatorio de pagar de parte del exportador, esto básicamente es una prima, para aquellas mercancías que superen el valor FOB tendrán que cancelar \$50.00, este será cobrado en caja en la fase final del proceso o trámites. Específicamente en el caso de las joyas, el valor del seguro tiene los siguientes porcentajes de las primas y son:

Figura 23.

Porcentajes en prima para la exportación de joyas



Nota: Tomado del SENA (2022)

Presupuesto/inversión inicial

Iniciando con este apartado, se determina en primer lugar que toda la gestión en la que deberán incurrir los artesanos para llevar a cabo su proceso de exportación se resume en una inversión inicial requerida, que de acuerdo a varias consideraciones en cuanto a la inversión en activos fijos y capital de trabajo, el valor total de la inversión será de \$10.478,28, de los cuales el 15% podrá ser financiado por capital propio, es decir \$1.571,74 dólares.

Tabla 22.

Inversión inicial

INVERSION TOTAL		
Activos Tangibles	\$	3,939.00
Activos Intangibles	\$	-
Capital de Trabajo	\$	6,539.28
Total	\$	10,478.28

El 75% restante, correspondiente a un valor total de \$8,906.28 dólares que será financiado por medio de un préstamo a una institución financiera, en este caso BAN Ecuador, con una tasa de interés activa del 11.25% a un periodo de cinco años plazo, mediante el método fijo con una cuota mensual de \$194.76 dólares.

Flujo de efectivo

A partir del análisis del mercado meta, se logró identificar que la tendencia de compra de joyas por parte de los estadounidenses en los últimos años se ha inclinado especialmente hacia la adquisición de joyas que no sean de lujo, es decir las investigaciones respecto al comportamiento de compra estiman que existirá un incremento en la demanda de bisuterías. Tomando en consideración los niveles de competitividad existente, se prevé alcanzar un crecimiento anual del 10% sobre el volumen de ventas. En este caso, durante los dos primeros años de exportaciones se espera obtener un flujo del proyecto negativo; sin embargo, a partir del tercer año los artesanos obtendrán la recuperación de su inversión.

Tabla 23.*Flujo de efectivo*

	Flujo de Caja									
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
Actividades de Operación										
Ingresos	\$	35.950,46	\$	43.500,05	\$	52.635,06	\$	63.688,43	\$	77.063,00
(-) Costos de ventas	\$	21.468,34	\$	21.534,53	\$	21.600,93	\$	21.667,54	\$	21.734,34
Utilidad Bruta	\$	14.482,12	\$	21.965,52	\$	31.034,13	\$	42.020,89	\$	55.328,65
		40%		50%		59%		66%		72%
(-) Gastos Operacionales										
Gastos Administrativos	\$	16.922,23	\$	15.543,92	\$	15.590,75	\$	15.637,73	\$	15.684,85
Gastos de Venta	\$	1.200,00	\$	1.203,70	\$	1.207,41	\$	1.211,13	\$	1.214,87
Total Gastos Operacionales	\$	18.122,23	\$	16.747,62	\$	16.798,16	\$	16.848,86	\$	16.899,72
Utilidad Operacional	\$	(3.640,11)	\$	5.217,90	\$	14.235,97	\$	25.172,03	\$	38.428,94
(-) Gastos Financieros	\$	(930,94)	\$	(764,33)	\$	(577,97)	\$	(369,54)	\$	(136,40)
utilidad antes de participación a trabajadores	\$	(4.571,05)	\$	4.453,57	\$	13.658,00	\$	24.802,50	\$	38.292,54
Pago Participación Trabajadores		0,00	\$	685,66	\$	(668,04)	\$	(2.048,70)	\$	(3.720,37)
Pago Impuesto a la Renta e imp.		0,00	\$	854,79	\$	(832,82)	\$	(2.554,05)	\$	(4.638,07)
(=) Utilidad de ejercicio	\$	(4.571,05)	\$	5.994,02	\$	12.157,14	\$	20.199,75	\$	29.934,09
(+) Ajustes de Depreciación	\$	354,90	\$	354,90	\$	354,90	\$	354,90	\$	354,90
(+) Ajustes por Amortización	\$	1.425,00		0,00		0,00		0,00		0,00
(=) Efectivo Actividades de Operación	\$	(2.791,15)	\$	6.348,92	\$	12.512,04	\$	20.554,65	\$	30.288,99
Actividades de Inversión										
Activos Fijos	\$	3.939,00								

Activos Intangibles	\$	-							
Capital de Trabajo	\$	6.539,28							
Flujo de Actividades de Inversión	\$	10.478,28	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Actividades de Financiamiento									
Préstamo Bancario	\$	8.906,54							
Amortización de Capital			(\$ 1.406,20)	(\$ 1.572,81)	(\$ 1.759,17)	(\$ 1.967,61)	(\$ 2.200,74)		
Flujo de Actividades de Financiamiento		\$	(1.406,20)	\$	(1.572,81)	\$	(1.759,17)	\$	(2.200,74)
(=) Flujo Neto	\$	1.571,74	\$ (4.197,35)	\$ 4.776,10	\$ 10.752,87	\$ 18.587,04	\$ 28.088,25	\$ 28.088,25	
Flujo del Préstamo	\$	(8.906,54)	\$ (1.860,21)	\$ 7.113,25	\$ 13.090,02	\$ 20.924,19	\$ 30.425,40	\$ 30.425,40	
Flujo del Proyecto	\$	(10.478,28)	\$ (4.197,35)	\$ 4.776,10	\$ 10.752,87	\$ 18.587,04	\$ 28.088,25	\$ 28.088,25	
Flujo Acumulado	\$	(10.478,28)	\$ (14.675,63)	\$ (9.899,53)	\$ 853,34	\$ 19.440,39	\$ 47.528,64	\$ 47.528,64	

Estado de resultados

De acuerdo al balance general se visualiza que se genera un equilibrio entre las cuentas de activo en relación a las cuentas de pasivo con el patrimonio, donde específicamente \$10.478,28 es el valor en relación al total de pasivos y patrimonio.

Tabla 24.

Estados de resultados

ESTADO DE RESULTADO ROYECTADO						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas	\$ 35.950,46	\$ 43.500,05	\$ 52.635,06	\$ 63.688,43	\$ 77.063,00	
(-) Costo de venta	\$ 21.468,34	\$ 21.534,53	\$ 21.600,93	\$ 21.667,54	\$ 21.734,34	
Utilidad bruta	\$ 14.482,12	\$ 21.965,52	\$ 31.034,13	\$ 42.020,89	\$ 55.328,65	
(-) Gastos						
Gastos Administrativos:						
Sueldos y Salarios	\$ 7.844,60	\$ 7.868,79	\$ 7.893,05	\$ 7.917,39	\$ 7.941,80	
Alquiler del local	\$ 3.600,00	\$ 3.611,10	\$ 3.622,23	\$ 3.633,40	\$ 3.644,61	
Suministros de Oficina	\$ 144,00	\$ 144,44	\$ 144,89	\$ 145,34	\$ 145,78	
Servicios Básicos	\$ 553,73	\$ 555,44	\$ 557,15	\$ 558,87	\$ 560,59	
Servicios prestados	\$ 3.000,00	\$ 3.009,25	\$ 3.018,53	\$ 3.027,84	\$ 3.037,17	
Depreciación	\$ 354,90	\$ 354,90	\$ 354,90	\$ 354,90	\$ 354,90	
Amortización	\$ 1.425,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total Gastos Administrativos	\$ 16.922,23	\$ 15.543,92	\$ 15.590,75	\$ 15.637,73	\$ 15.684,85	
Gastos de Ventas:						
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.203,70	\$ 1.207,41	\$ 1.211,13	\$ 1.214,87	
Sueldos y Salarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total Gastos de Ventas	\$ 1.200,00	\$ 1.203,70	\$ 1.207,41	\$ 1.211,13	\$ 1.214,87	

Total Gastos		\$	18.122,23	\$	16.747,62	\$	16.798,16	\$	16.848,86	\$	16.899,72
Utilidad Operacional		\$	(3.640,11)	\$	5.217,90	\$	14.235,97	\$	25.172,03	\$	38.428,94
Gastos Financieros		\$	930,94	\$	764,33	\$	577,97	\$	369,54	\$	136,40
Utilidad antes de participación a trabajadores		\$	(4.571,05)	\$	4.453,57	\$	13.658,00	\$	24.802,50	\$	38.292,54
Participación Trabajadores	15%	\$	(685,66)	\$	668,04	\$	2.048,70	\$	3.720,37	\$	5.743,88
Utilidad antes de Impuesto a la Renta		\$	(3.885,40)	\$	3.785,54	\$	11.609,30	\$	21.082,12	\$	32.548,65
Impuesto a la Renta	22%	\$	(854,79)	\$	832,82	\$	2.554,05	\$	4.638,07	\$	7.160,70
Utilidad antes de Reserva legal		\$	(3.030,61)	\$	2.952,72	\$	9.055,25	\$	16.444,05	\$	25.387,95
Reserva legal	10%	\$	(303,06)	\$	295,27	\$	905,53	\$	1.644,41	\$	2.538,80
Utilidad Neta		\$	(2.727,55)	\$	2.657,45	\$	8.149,73	\$	14.799,65	\$	22.849,16

TIR y VAN

La evaluación económica del proyecto es necesaria para conocer el Valor Actual Neto (VAN), para lo cual se utiliza la tasa derivada de la tasa estimada del riesgo país y la beta del sector dedicado a la comercialización de vestimentas, considerando que las bisuterías son un accesorio al momento de vestir (Betas, 2022), según se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 25.

Tasa de libre riesgo, tasa de mercado, beta del sector

Rf + b (Rm-Rf)	
Tasa de libre riesgo (Rf)	9.89%
Tasa de mercado (Rm)	31.60%
Beta (b)	1.23

Con base a los valores señalados, se realizó el cálculo del Capital Asset Pricing Model (CAPM: modelo de valoración de activos financieros) por medio del cual se puede determinar la tasa de rentabilidad de los activos que se necesitan para garantizar el óptimo desarrollo de las actividades de exportación de los artesanos que elaboran bisuterías. Así como también el costo promedio ponderado de capital (CPPC), con base al cual se puede determinar el costo financiero de capital de la propuesta, que equivale a la tasa de descuento que se utilizará para la evaluación del Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 26.

Evaluación económica

Indicador	Tasa
CAPM Modelo de Fijación de	
Precios de Activos de Capital	36.59%
Tasa de Interés de Préstamo	11.25%
CPPC Costo Promedio	
Ponderado de Capital	15.05%

En cuanto a la evaluación financiera, se toma como referencia los valores que corresponden al VAN y al TIR, se realizó una proyección con base a la tasa de descuento obtenida (15.05%), en cuyo caso se registró un VAN positivo de \$27,867.73 superior a la inversión inicial del plan de exportación, lo que indica que los artesanos podrán recuperar lo

invertido. Por otra parte, se obtuvo un TIR de 48% superior a la TMAR, por lo que se determina la factibilidad de exportar las bisuterías al mercado estadounidense.

Tabla 27.

Cálculo del TIR Y VAN

N°	FNE	(1+I)^	FNE (1+I)^
0	-10,478.28	100%	-10,478.28
1	-4,197.35	1.10	-3,815.78
2	4,776.10	1.21	3,947.19
3	10,752.87	1.33	8,078.79
4	18,587.04	1.46	12,695.20
5	28,088.25	1.61	17,440.59
	VAN		\$ 27,867.73

Tasa de descuento	VAN
0%	\$27,867.73
5%	\$36,444.53
10%	\$27,867.73
15%	\$21,145.48
20%	\$15,815.09
25%	\$11,543.23
30%	\$8,086.25
35%	\$5,263.65
40%	\$2,940.02
45%	\$1,012.60
50%	\$-597.39
55%	\$-1,950.98
60%	\$-3,095.88
TIR	48%

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A partir del desarrollo de los diferentes capítulos, se obtuvieron los siguientes hallazgos:

1. En primer lugar, para dar cumplimiento al primer objetivo específico se llevó a cabo un análisis documental, a partir de la revisión de diferentes publicaciones de carácter secundario, como libros, informes y artículos, mediante lo cual se logró definir el marco teórico y conceptual de la propuesta a desarrollar. En este caso, se analizaron temas relacionados con el comercio internacional, las certificaciones, las normas de origen y la viabilidad financiera.
2. Para dar cumplimiento al segundo objetivo específico, se realizó una investigación de mercado mediante la aplicación de una encuesta direccionada a los socios de la JNDA y a un representante, por medio de lo cual se logró identificar que en su mayoría los socios de la JNDA no han incursionado en la exportación de sus productos, principalmente debido al desconocimiento sobre los procesos a seguir y los requisitos. También se identificó que la mayoría sí está interesada en exportar su producto, en este caso según la investigación el 21.4% de los socios de la JNDA comercializan joyas elaboradas a partir de diferentes materiales y un 14.3% comercializa sombreros de paja toquilla. En este caso se llevó a cabo un análisis comparativo mediante el cual se seleccionó las joyas artesanales, para el diseño del plan de exportación.
3. Una vez seleccionado el producto y el mercado de destino, se describieron los elementos que integran el plan de exportación de los productos de los socios de la JNDA, con lo cual se logró dar cumplimiento al tercer objetivo específico. En este caso, se detallaron los pasos a seguir para que los socios puedan exportar sus productos hacia el mercado de los Estados Unidos.
4. Finalmente, se llevó a cabo un análisis financiero, mediante el cual se logró determinar la rentabilidad financiera del plan de exportación para los socios de la JNDA.

Recomendaciones

1. A partir de toda la información expuesta dentro del documento, sirvió como referencia durante el diseño del plan de exportación, así como las consideraciones previas que deben tener presente los artesanos de la JNDA al momento de exportar sus productos, por lo que es recomendable que tengan un plan de contingencia que les sirva de soporte en determinadas situaciones.
2. Es importante que los artesanos interesados en seguir diversificándose, analicen nuevos mercados internacionales que demanden productos como las bisuterías y joyas con lo cual logren a su vez aprovechar las oportunidades que otros mercados emergentes podrían ofrecer.
3. Es necesario que los artesanos que ya han empezado o tienen mayor experiencia en los procesos de exportación incentiven a otros con la finalidad de que se genere una diversificación de exportación de productos con características 100% ecuatorianas que aporten tanto a la economía del país y generar plazas de empleo directo e indirecto.
4. Tomando en consideración que la SENAE tiene a disposición una plataforma denominada “Exporta fácil” los artesanos que aún no hayan exportado sus productos pueden capacitarse previamente sobre los requisitos y procedimientos que deben tener en cuenta al momento de exportar, por lo que se determina que es una alternativa que ayuda a minimizar las dudas sobre lo que conlleva el comercio exterior.
5. Es recomendable que los artesanos que empiecen a exportar constantemente estén actualizados en materia de presentación de sus productos, tendencias, negociaciones, certificaciones e incluso analicen a detalle las características del mercado de interés para que logren determinar aspectos importantes para seleccionar un país con mejores oportunidades.

REFERENCIAS

- Abelenda, M. (2021). *El comercio justo como herramienta para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular el principio de la igualdad por razón de género*. [Trabajo Fin de Grado y Máster]. Universidad de León .
- Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>.
- Arenal, C. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados*. Tutor Formación.
- Arenal, C. (2019). *Plan e informes de marketing internacional*. Tutor Formación.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial.
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Evaluación de la balanza comercial*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- BCE. (2021, diciembre 22). *Cifras sector artesanías*. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=4>
- Betas. (2022, febrero 14). *Betas por sector*. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html
- Buitrón, M., Cárdenas, J., Castillo, N., Cristante, M., Galeana, E., García, S., . . . Pedraza, J. (2020). *El ABC para administrar una empresa*. IMCP.
- Bustillo, R. (2018). *Comercio exterior. Materia y ejercicios*. Vizcaya: Universidad del País Vasco.
- Coscione, M. (2018). *Comercio justo y objetivos de desarrollo sostenible*. [Artículo de opinión] Altramerica.
- Cuenca, E. (2021, Noviembre 6). Esperanza Cuenca: “Necesitamos el apoyo del Gobierno con préstamos a largo plazo y bajo interés”. (A. Jaramillo, Entrevistador)
- Dos Santos, A. (2018). *Investigación de Mercados: Manual universitario*. Ediciones Díaz de Santos.

- Ecuador Store. (2020, Marzo 7). *Artesanias ecuatorianas de exportacion*. Obtenido de <https://ecuadorstores.com/es/artesanias-ecuatorianas-de-exportacion/>
- Ekos Negocios. (2017). Balance del Comercio Exterior en Ecuador 2016. *Ekos Negocios*, 12.
- Fajardo, L., & Girón, M. (2019). *Valor actual neto y tasa interna de retorno como parámetros de evaluación de las inversiones*. [Informe investigativo] Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador.
- Ferro, J. (2020). *Comercio Exterior: Viaje a los grandes negocios*. José Manuel Ferro Veiga.
- Ferro, J. (2020). *Perito en elaboración y comercialización de vino y cerveza*. José Manuel Ferro Veiga.
- Giménez, M. (2018). *El origen de las mercancías: el exportador autorizado vs. el exportador registrado*. [Tesis de maestría]. Universidad Pontificia ICAI.
- Gutiérrez, V. (2022, febrero 4). *Joyas en Estados Unidos*. Obtenido de <https://www.statista.com/outlook/cmo/accessories/watches-jewelry/jewelry/united-states>
- Guzmán, R. (2019). *Análisis de la oferta exportable proveniente del comercio justo entre Ecuador y China durante el período 2012-2014*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Hernández, J., Espinosa, F., Rodríguez, J., Chacón, J., Toloza, C., Arenas, M., . . . Bermúdez, V. (2018). *Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones*. Redalyc.
- Hernández, R., Baptista, P., & Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Herrera, G., & Orrego, L. (2016). *Beneficios, limitaciones y formas de articulación entre productores artesanales y empresas exportadoras en cadenas productivas de comercio justo en el sector artesanal. Estudio de caso sobre dos cadenas productivas en Lima*. [Tesis de pregrado]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Huaytalla, A. (2021). *Certificaciones y estándares de calidad para exportación de artesanía. Caso*. [Tesis de pregrado] Universidad Nacional de Educación.

- Inverstor Mastercard. (2021, diciembre 26). *Mastercard SpendingPulse: Las ventas minoristas en EE. UU. crecieron un 8,5 %* en esta temporada navideña*. Obtenido de <https://investor.mastercard.com/investor-news/investor-news-details/2021/Mastercard-SpendingPulse-U.S.-Retail-Sales-Grew-8.5-This-Holiday-Season/default.aspx>
- JNDA. (2019). *Rendición de Cuentas de Enero a Diciembre del 2019*. JNDA.
- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (2021, noviembre 15). *Historia de la JNDA*. Obtenido de <https://www.artesanos.gob.ec/institutos/la-institucion/>
- Lechuga-Cardozo, J., Leyva-Cordero, O., & Núñez-García, A. (2020). Estrategia de internacionalización en la industria artesanal: el caso Galapa-Colombia. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 99-106.
- Lobejón, L. (2021). *El comercio internacional*. Madrid: Ediciones AKAL.
- Market Access Map. (2021). Market Access Map. Obtenido de <https://www.macmap.org/es//query/results?reporter=842&partner=218&product=711790&level=6>
- Márquez, M. (2018). *De las ideas al libro*. UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
- Martínez, C. (2017). *El arte aborigen y su aplicación a las artesanías*. [Informe de comercio] Visión Doble.
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2020, diciembre 8). *Ecuador y Estados Unidos firmarán Acuerdo de Primera Fase*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/ecuador-y-estados-unidos-firmaran-acuerdo-de-primera-fase/>
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2020). *Informe de gestión 2020*. Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Obtenido de https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/3.-INFORME-DE-GESTION-MPCEIP-2019_compressed.pdf
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2021, agosto 12). *Entró en vigencia el Protocolo al Acuerdo del Consejo de Comercio e Inversiones entre Ecuador y Estados Unidos*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/entro-en-vigencia-el->

protocolo-al-acuerdo-del-consejo-de-comercio-e-inversiones-entre-ecuador-y-estados-unidos/

Ministerio de Turismo. (2022, febrero 4). *Sombrero de paja toquilla es Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/sombrero-de-paja-toquilla-es-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>

Mora-Córdova, D., Lituma-Loja, A., & González-Illescas, M. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 5(2), 113-132. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1274>.

Morocho, T. (2021). *Análisis de la normativa de origen en el marco de la firma del acuerdo de libre comercio entre la Comunidad Andina CAN y la Asociación Europea de Libre Comercio EFTA, caso Ecuador, durante el periodo 2015 – 2020*. [Tesis pregrado]. Universidad de las Fuerzas Armadas.

Muñoz, P. (2017). *Requisitos que deben cumplir los países para acogerse al beneficio de las reglas de origen en la importación de mercancías*. [Tesis de pregrado]. Universidad Técnica de Machala.

Oliva, S. (2019). *Plan de negocio para la comercialización y distribución de Cerveza Artesanal en la Región Metropolitana*. [Tesis de pregrado]. Universidad de Chile.

Ortiz, M., Avendaño, E., & Silva, H. (2019). *Introducción a los negocios internacionales: Conceptos y aplicaciones*. Universidad del Norte.

Paredes, Á. (2017). *Análisis de las formas y medios de pagos internacionales para la venta de artesanías desde Esmeraldas hacia la Unión Europea*. [Tesis pregrado]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Pérez, M., & Cabello, J. (2019). *Las aduanas y el comercio internacional*. ESIC Editorial: Madrid.

Plus Valores. (2020). *Exportaciones no tradicionales del Ecuador*. Quito: Plus Valores.

Pro Ecuador. (2022). *Bisutería*. Obtenido de http://www.exportafacil.gob.ec/archivos_pdf/BISUTERIA_EEUU.pdf

- Pro Ecuador. (2022, febrero 4). *Sombreros de paja toquilla*. Obtenido de http://www.exportafacil.gob.ec/archivos_pdf/SOMBREROS_DE_PAJA_TOQUILLA_EEUU.pdf
- ProEcuador. (2017). *Artesanías ecuatorianas cautivan a empresa estadounidense*. PROEcuador.
- ProEcuador. (2019). *Artesanías y Botones de Tagua*. PROEcuador.
- ProEcuador. (2019). *Ficha producto-mercado bisutería a Estados Unidos*. ProEcuador.
- Rosendo, V. (2018). *Investigación de mercados: Aplicación al marketing estratégico empresarial*. ESIC Editorial.
- Secretaría Nacional de Planificación. (2021, septiembre 9). *Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- SENAE. (2022, Febrero 1). *GENERACIÓN DEL CERTIFICADO DE ORIGEN*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/>
- Simisterra, É., & Suárez, S. (2018). *La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR)*. [Tesis de pregrado] Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- Simisterra, É., Rosa, R., & Suárez, S. (2018). La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). *Pro-Sciences: Revista de producción, ciencias e investigación*, 2(17), 9-15.
- Soto, C., Ollague, J., Arias, V., & Bolivar, C. (2017). Perspectivas de los criterios de evaluación financiera, una selfie al presupuesto de proyectos de inversión. *INNOVA Research Journal*, 2(8.1), 139-158. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.357>.
- Statista. (2021, enero 18). *Ventas minoristas mensuales de joyerías en los Estados Unidos de 2017 a 2021*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/1075840/us-retail-jewelry-stores-sales-on-a-monthly-basis/>

- Trade Map. (2022, febrero 4). *Importaciones mundiales de la subpartida 650400*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c650400%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Trade Map. (2022, febrero 4). *Importaciones mundiales de la subpartida 711790*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c711790%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Trade Map. (2022, febrero 4). *Lista de proveedores de bisutería para Estados Unidos*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c%7c711790%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c%7c711790%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2)
- Trade Map. (2022, febrero 5). *Lista de proveedores de bisutería para Francia*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=3%7c251%7c%7c%7c%7c711790%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2
- UNESCO. (2012, noviembre 7). *Tejido tradicional del sombrero ecuatoriano de paja toquilla*. Obtenido de <https://ich.unesco.org/es/RL/tejido-tradicional-del-sombrero-ecuatoriano-de-paja-toquilla-00729>
- Velasteguí, E. (2019). Las artesanías y su real impacto en el turismo. *Conciencia digital*, 2(2), 27-40. DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i2.942>.
- Vergara, W. (2020). *Formulación de proyectos agroempresariales*. Universidad de la Salle.
- Villegas, N., Campos, A., Monge, N., Arias, J., & French, J. (2017). *Las normas de origen en el comercio agroalimentario*. [Proyecto insignia]. IICA.

APÉNDICES

Apéndice A. Formato de preguntas para la encuesta

(Información primaria): Para este instrumento, se trabajará con interrogantes cerradas de opciones múltiples, y con escala de Likert, a fin de hacer más eficiente el proceso posterior de tabulaciones e interpretación de los resultados.

Formato de preguntas direccionado a los socios de la JNDA:

12. Género

- Masculino
- Femenino
- Otro

13. Indique el número de años que lleva siendo socio de la JNDA:

_____ obtener una correlación

14. ¿Qué tipo de producto desarrolla?

- Productos de paja toquilla (sombrosos).
- Joyería en materiales artesanales
- Indumentaria
- Productos de cuero
- Productos de cerámica
- Productos varios

15. Niveles de ingresos brutos anuales:

_____ aproximado utilidades anuales

16. ¿Ha considerado exportar sus productos?

- Sí
- No

17. ¿Conoce los procesos que debe seguir para exportar sus productos?

- Si
- No

18. ¿Qué aspectos han limitado su participación en los procesos de comercio exterior?

- Desconocimiento de los procesos previos
- No disponibilidad de dinero
- Falta de apoyo de los socios de su emprendimiento
- Desinterés
- Otros

19. ¿Han sido invitados por entidades públicas a participar en los procesos de comercio exterior? (De responder sí, pasar a la pregunta 9, caso contrario pasar a la pregunta 10)

- Sí
- No

20. ¿Qué organización lo ha asesorado en materia de exportación?

- Pro Ecuador – Ministerio de Producción
- FEDEXPORT
- CORPEI
- Otros (consultas externas)

21. ¿Estaría interesado en participar en los procesos de comercio exterior si se diseña un plan de exportación para los socios de las JNDA?

- Sí
- No

22. ¿Número de empleado que este socio tenga en su nómina?

Variable que nos permita saber si a mayor número de persona la empresa estaría dispuesta a exportar o no

Anexo 2. Formato de entrevista direccionado a un representante de la JNDA:

- 1. ¿Cómo visualiza el sector artesanal del Ecuador en la actualidad en relación a los últimos cinco años?**
- 2. ¿Cuáles son las limitantes que inciden a que no todos los socios de las JNDA busquen explorar mercados internacionales exportando sus productos?**

- 3. ¿De parte del Gobierno, los ministerios y entidades pertinentes se ha prestado la atención correspondiente para impulsar las exportaciones de productos artesanales? ¿Qué propuestas han desarrollado?**
- 4. ¿De qué manera considera que podrían impulsar a los artesanos en los procesos de exportación de sus productos?**
- 5. ¿Cuál es su percepción sobre crear una propuesta basada en un plan de exportación para los socios de las JNDA?**
- 6. ¿Los socios de la JNDA han tenido reuniones con entidades financieras públicas y privadas para financiar actividades de exportación?**



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Villacis Acebo Santiago Jesús**, con C.C: # **0923386965** y **Villarruel Salazar Miguel Ángel** con C.C: # **080303558** autores del trabajo de titulación: **Diseño de plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano**. Previo a la obtención del título de **INGENIERO y LICENCIADO 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, a los 25 días del mes de febrero del año 2022

Villacis Acebo Santiago Jesús

C.C: 0923386965

Villarruel Salazar Miguel Ángel

C.C: 080303558



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Diseño de plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano		
AUTOR(ES)	Villacis Acebo Santiago Jesús y Villarruel Salazar Miguel Ángel		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Garzón Jiménez Luis Renato, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de ciencias económicas, administrativas y empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	25 de febrero del 2022	No. DE PÁGINAS:	75
ÁREAS TEMÁTICAS:	Organización y dirección de empresas, Comercio Exterior		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Plan de exportación; comercio internacional; artesanos; diversificación; bisuterías; logística.		

RESUMEN: La producción artesanal tiene una importante participación en el sistema económico ecuatoriano y el desarrollo local, tanto por la diversidad de productos que elaboran y comercializan y por ser portadores de saberes que forman parte de la cultura ancestral. Con base a lo previamente expuesto, el objetivo de este proyecto es diseñar un plan de exportación a través de la Junta Nacional de Defensa del Artesano que permita internacionalizar diferentes productos mediante una serie de actividades siendo estas capacitaciones en materia de exportación bajo asociaciones, comercio justo y promoción mediante sistemas de información electrónicos. Se aplicó un estudio descriptivo, puesto que se requiere identificar la situación actual de los socios de la JNDA en materia de promoción y los procesos de exportación, la población de estudio fueron los artesanos de la JNDA hacia los cuales se direccionaron las encuestas y entrevistas direccionadas a un representante de esta entidad, cuyos resultados principales permitieron determinar que existe interés de parte de los artesanos por incurrir en procesos de exportación, lo cual está relacionado a que tienen experiencia y personal de apoyo en caso de que las ventas se incrementen de ingresar a competir en el mercado internacional, información que se constató con la respuesta del entrevistado. El plan de exportación en conjunto con el estudio de factibilidad del proyecto refleja que existe una oportunidad significativa de que los artesanos desarrolladores de joyas puedan ingresar el mercado estadounidense dado a que desde el Ecuador existen convenios internacionales que favorecen este tipo de negocios.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	+593-962583136 +593-939449611	santiago.villacis@cu.ucsg.edu.ec miguel.villarruel@cu.ucsg.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs. Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129 E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	