

**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

**CARRERA INGENIERIA COMERCIAL**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE JOYAS ELABORADAS EN TAGUA A  
LAS CIUDADES DE PROVO Y SALT LAKE CITY, ESTADO DE  
UTAH EN LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA AÑO 2011**

**TESIS DE GRADO**

**Presentada al Honorable Comité Técnico Académico Administrativo de la  
Unidad de Estudios a Distancia como requisito previo para la obtención del  
título de:**

**INGENIERO COMERCIAL**

## MIEMBROS DEL TRIBUNAL

**Lcdo. MSc. Marco Villarroel Puma**  
**Presidente del tribunal**

\_\_\_\_\_

**Ing. MSc. Teresa Llerena Guevara**  
**Miembro del tribunal**

\_\_\_\_\_

**Ing. MSc. Carlos González Guanín**  
**Miembro del tribunal**

\_\_\_\_\_

**Ing. MSc. Freddy Salazar Montalván**  
**Director trabajo administrativo**

\_\_\_\_\_

Quevedo-Los Ríos-Ecuador

2011  
**CERTIFICACIÓN**

Ing. MSc. Freddy Salazar Montalván, Director de la Tesis de grado titulada

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE JOYAS ELABORADAS EN TAGUA A LAS CIUDADES DE PROVO Y SALT LAKE CITY, ESTADO DE UTAH EN LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA AÑO 2011**, certifico que el señor egresado **MÁXIMO FERNANDO TUBAY MOREIRA**, ha cumplido bajo mi dirección con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

Ing. MSc. Freddy Salazar Montalván

**DIRECTOR DE TESIS**

**DECLARACIÓN**

Yo, Máximo Fernando Tubay Moreira declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; el cual no ha sido presentado por ninguna institución dedicada a la investigación, ni grado o calificación profesional

Por medio de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y a la Unidad de Estudios a Distancia, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, y por la normativa institucional vigente.

**Máximo Fernando Tubay Moreira**

## **DEDICATORIA**

## **AGRADECIMIENTO**

El autor deja constancia de su agradecimiento:

Ing. MSc. Roque Vivas Moreira, Rector de la UTEQ, por su gestión en beneficio de la Comunidad Universitaria

Ing. Msc. Guadalupe Murillo de Luna, Subdirectora Administrativa de la UTEQ, por su gestión en la UED y apoyo a los estudiantes

Eco. MSc. Roger Yela Burgos, Director de la Unidad de Estudios a Distancia, por su trabajo arduo y tesonero a favor de los estudiantes

Al Lcdo. MSc. Francisco Liberio Roca, Director del Programa Carrera por su apoyo y logística a cada uno de los estudiantes

Al Ing. MSc. Freddy Salazar Montalván por su apoyo y motivación para la exitosa culminación de esta investigación de tesis

## **RESPONSABILIDAD**

El presente trabajo de investigación es de responsabilidad exclusiva del autor

Máximo Fernando Tubay Moreira

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos</b>	<b>Pág.</b>
PRESENTACIÓN	ii
CERTIFICACIÓN	iii
DECLARACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESPONSABILIDAD	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del Problema	2
1.2. Formulación del Problema	3
1.3. Delimitación del Problema	3
1.4. Justificación y Factibilidad	4
1.5. Objetivos	5
1.5.1. Objetivo General	5
1.5.2. Objetivo Específico	5
1.6. Hipótesis	5
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1. Exportaciones	6
2.2. Comercio internacional	6
2.3. Aranceles	6
2.4. Barreras no arancelarias	7
2.5. Mercado	7
2.6. Aduana	7
2.7. Comercialización	8
2.8. Demanda	8
2.9. Desgravamen	8
2.10 Dinero	9
2.11. Ganancia	9
2.12. Impuesto	9
2.13. Inversión	9
2.14. Investigación de mercados	10
2.15. Oferta	10

2.16. Precio	10
2.17. Promoción de Exportaciones	11
2.18. Stock	11
2.19. Venta	11
2.20. Zona franca	11
2.21. Artesanías	12
2.22. Tagua	12
2.23. Botones	12
2.24. Collar	13
2.25. Taller	13
2.26. Incoterms	13-14
2.27. Regulaciones y Estándares Ambientales ISO 14000	15
2.28. Certificaciones Industriales de las empresas Tagüeras	15-16
2.29. Planta de procesamiento de la Tagua	17
2.30. Planta para el secamiento de la Tagua	17
2.31. Proceso de Elaboración de Joyas	18-19
2.32. Estrategias de Posicionamiento y venta para la Exportación a los Estados Unidos	19-20
2.33. Requisitos previos a la Exportación	21
2.34. Exportación a Consumo	22-23
2.35. Requisitos para el momento de exportar	24
2.36. Ventajas y riesgos de Exportar	25
2.37. Correo Aéreo	26
2.38. Costos de Producción	27
2.39. Plan de Exportación	27
III. MATERIALES Y MÉTODOS	28
3.1. Localización y Duración de la Investigación	28
3.2. Materiales y Equipos	29
3.3. Tipo de Investigación	29
3.3.1. Investigación Histórica	29
3.3.2. Investigación Descriptiva	30
3.3.3. Investigación Bibliográfica	30
3.4. Métodos	30
3.4.1. Método Analítico	30

3.4.2. Método Científico	31
3.4.3. Método Sintético	31
3.5. Fuentes	31
3.5.1. Fuentes primarias	31
3.5.2. Fuentes secundarias	32
3.6. Técnicas e instrumentos de evaluación	28
3.6.1. Observación Directa y la Indirecta	28
3.6.2. Observación Participante y no Participante	29
3.6.3. Observación Estructurada y no Estructurada	30
3.7. Población y muestra	30
3.8. Procedimiento metodológico	31
3.8.1. Análisis de la situación	31
3.8.2. Determinación de objetivos	31
3.8.3. Determinación del diseño de la investigación	31
3.8.4. Definición, clasificación y medida de las variables de estudio	31
<b>IV. RSEULTADOS</b>	<b>35</b>
4.1. Análisis FODA	35
4.1.1. Fortalezas	35
4.1.2. Oportunidades	35
4.1.3. Amenazas	35
4.1.4. Debilidades	36
4.2. Estudio de la Tagua (Marfil Vegetal)	36
4.2.1. Uso Artesanal de la Tagua	36
4.2.2. Estimaciones de la Producción Local en el Ecuador	36
4.2.3. Zonas de cultivo	37
4.2.4. Superficie, producción y rendimiento	37
4.2.5. Época de Cosecha	37
4.3. Estudio de mercado	38
4.3.1. Generalidades	38
4.3.2. Análisis del mercado local	38-39
4.3.3. Análisis de las Exportaciones de Artesanías de Tagua durante los últimos 3 años	40-41
4.4. Oportunidades de Comercialización en las ciudades de	42

Provo y Salt Lake estado de Utah en los Estados Unidos de Norteamérica	
4.4.1. Aspectos a considerar del Estado de Utah	42
4.4.1.1. Situación Geográfica	42
4.4.1.2. Relieve	43
4.4.1.3. Clima	43
4.4.1.4. Demografía	44-46
4.5. Principales ciudades	47
4.6. Economía	48
4.7. Análisis y Resultados Estadísticos de la encuesta	48
4.7.1. Aceptación de Nuestros Productos	49-54
4.7.1. Interpretación de los datos	55
4.8. Formas de exportar	55
4.8.1. Procedimiento para exportar desde Ecuador	55
4.8.1.1. Trámite	56
4.8.1.2. Agente Afianzado de Aduana	57
4.8.1.3. Requisitos para ser Exportador en la Aduana	58
4.8.2. Proceso de exportación usando el servicio del Correo Nacional del Ecuador, programa “Exporta Fácil”	58
4.9. Comprobación de la Hipótesis	59-60
V. DISCUSIÓN	61-63
VI. CONCLUSIONES	64
VII. RECOMENDACIONES	65
VIII. PROPUESTA	66
8.1. Título	66
8.2. Alternativa de Exportación	66
8.2.1. Beneficios	66
8.3. Justificación	67-68
8.4. Fundamentación	68-69
8.5. Objetivos	70
8.5.1. Objetivo General	70
8.5.2. Objetivos Específicos	70
8.6. Importancia	70
8.7. Posibilidad	71

8.8. Antecedentes	72
8.9. Plan de trabajo	73
8.9.1. Localización	73
8.9.2. Datos generales	73
8.9.3. Identidad Microempresarial	74
8.9.3.1. Misión	74
8.9.3.2. Visión	74
8.9.3.3. Valores Institucionales	74
8.9.4. Caracterización del producto	75
8.9.5. Aspectos legales para su funcionamiento	75
8.9.5.1. Registro como exportador ante el Ministerio de Industrias y Competitividad MIPRO	75
8.9.5.2. Régimen Impositivo Simplificado	76
8.9.5.3. Estructura organizacional	77
8.9.5.4. Recursos tecnológicos, humanos y financieros	78
8.9.6. Proceso de pedido a los productores	78
8.9.7. Pedido del producto	79
8.9.8. Forma de Presentación	79
8.9.9. Formas de pago	79
8.9.10. Precio de los productos	80
8.9.11. Trabajo sólo bajo pedido	80
8.9.12. Traslado del producto de Sosote a Quevedo	81
8.9.13. Arreglo y embalaje final	81
8.9.14. Envío desde Quevedo a EE.UU	81
8.9.15. Rastreo del producto	82
8.9.16. Entrega final	82
8.9.17. Canales de comercialización en EE.UU	83
8.9.18. Presentación del Producto	83
8.9.19. Importancia Económica	84
IX. RESUMEN	85-86
X. SUMMARY	87-88
XI. BIBLIOGRAFIA	89-90
XII. ANEXOS	

## ÍNDICE DE FIGURAS

		<b>Pág.</b>
1	Gráfico de exportaciones de tagua en los últimos 3 años	36
2	Gráfico de exportaciones de Artesanías de Tagua 2005-2007	37
3	Análisis porcentual de la pregunta 1	49
4	Análisis porcentual de la pregunta 2	50
5	Análisis porcentual de la pregunta 3	51
6	Análisis porcentual de la pregunta 4	52
7	Análisis porcentual de la pregunta 5	53
8	Análisis porcentual de la pregunta 6	54
9	Esquema de Organización	77
10	Imagen del Sticker	84

## ÍNDICE DE CUADROS

		<b>Pág.</b>
1	Exportaciones de Artesanías de Tagua en Toneladas Métricas Periodo 2005-2007	40
2	Exportaciones de Artesanías de Tagua en Miles de Dólares Periodo 2005-2007	41
3	Exportaciones a Países desde el Ecuador	42
4	Crecimiento de la población	44
5	Raza y Ascendencia	45
6	Edad y sexo	46
7	Principales Ciudades	47
8	Aceptación de Nuestros Productos	49
9	Gustos por el material de la Joya	50
10	Conocimiento sobre las joyas hechas en Ecuador	51
11	Gustos por las tendencias de joyas elaboradas en Tagua	52
12	Ocasiones para lucir una joya elaborada en Tagua	53
13	Costo prevenido a pagar por las joyas elaboradas en Tagua	54
14	Pedido de Tagua enviado a los EE.UU. al señor Preston Goold	60
15	Total de exportaciones años 2009-2010	71
16	Total de exportaciones años 2009-2010	71
17	Lista de precio de los productos a Exportarse	80
18	Precios del producto Interno y Final	84

## **I. INTRODUCCIÓN**

La globalización es un proceso económico que abarca sectores productivos pero que al mismo tiempo desplaza sectores y regiones en lo que constituye un fenómeno de muy desigual participación en los mercados internacionales. La industria artesanal a nivel mundial ha tenido un notable desarrollo durante los últimos años, ya que su producción creció paulatinamente.

El consumo de estas artesanías elaboradas en tagua, es una tendencia que ha ido aumentando cada día más, tanto por sus cualidades rústicas, como por su precio y delicado acabado muy apreciado especialmente por las mujeres en todas las esferas sociales.

La diversidad del mercado americano implica que exista siempre una demanda para joyas. Existen expectativas de que este mercado seguirá creciendo en el sector de las artesanías entre las joyas de alta moda y de lujo frente a aquellas de menor costo donde lo que importa más al consumidor es la belleza del producto. A pesar de que el material ha pasado a un segundo plano se considera importante ya que gestionando una correcta administración, se logrará difundir información específica sobre el mismo, a fin de que el consumidor no lo confunda con uno de menor calidad.

Actualmente, el Ecuador exporta joyas hechas de Tagua, que por su colorido y diseño rustico y artesanal que le dan los artesanos autóctonos de nuestro país, logran tener una buena oportunidad de entrada en el exterior, siempre y cuando su diseño sea atractivo principalmente por el segmento de las mujeres.

El presente proyecto, de Plan de Exportación de Artesanías elaboradas en TAGUA al Mercado Americano en el estado de UTAH, tendrá como ejecutor al Sr. Máximo Tubay, quien planteará las variables necesarias para lograr satisfacer la demanda ya que en el mencionado estado tienen muy buena aceptación los productos con similares características. Los beneficios económicos-sociales hacen de este producto un negocio muy atractivo y rentable.

El proceso de producción se efectuará en el taller del artesano Johnny Coveña, ubicado en la parroquia Sosote, cantón Rocafuerte provincia de Manabí, lugar que es reconocido como el mejor centro de producción y elaboración de las joyas artesanales de Tagua, ya que ha ganado prestigio por la particularidad y originalidad que mantienen

### **1.1. Planteamiento del Problema**

El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) han afirmado en los últimos meses que las artesanías ecuatorianas de tagua ostentan un gran potencial de posesionarse alrededor del mundo de un mercado de consumidores que admiran este trabajo, por

motivo de que en los países del primer mundo que son industrializados no se plasma ese tipo de elaboración natural.

Los maestros de artesanías de tagua, especialmente del área de la provincia de Manabí, mantienen aún sus ingresos sin utilizar la tecnología como herramienta para ofrecer su producto final a un sin número de demandantes a nivel mundial que se sienten atraídos por estas joyas artesanales

Tomando en consideración lo anterior, se logró maximizar muchos más los ingresos percibidos por la comercialización de estos productos, si se considera la creación de un Plan de Exportación y el uso de las herramientas tecnológicas innumerables para lograr penetrar nuevos mercados exportando desde el Ecuador estas joyas artesanales, que en nuestro propio país no tienen la misma aceptación que en el extranjero donde incluso, llegan a ser valoradas económicamente en costos muy remunerativo

## **1.2. Formulación del Problema**

¿La carencia de un Plan de Exportación para el envío de joyas elaboradas de tagua al mercado del estado de UTAH en los EE.UU., incide en la rentabilidad económica a los productores y exportadores de estas artesanías?

## **1.3. Delimitación del Problema**

Las ciudades a las que se enviarán las joyas son las ciudades de Provo y Salt Lake City en el estado de Utah en los EE.UU. La persona encargada de su respectiva venta y comercialización en dichas ciudades será el señor Preston Carlson Goold, soltero y estudiante universitario. Nuestro plan de exportación

no solamente será para abarcar el mercado de estas dos ciudades, ya que en un corto plazo se planea continuar extendiéndose hacia otros estados, como el de California, que es uno de los lugares de residencia del señor Goold, en donde se estudiará y planificará para una respectiva comercialización de las joyas de Tagua.

La planificación del plan de exportación empezará a mediados del mes de mayo y se irá estableciendo en el resto de este año 2010, hasta llegar al año 2011, donde se espera ya ir ejecutando y plasmando paso a paso cada una de las estrategias que se planificarán a lo largo del mismo, y que servirán para que se establezca la inserción formalizada y empresarial de este negocio de joyas de artesanías de tagua y como consecuencia de la misma se rentabilice el negocio

#### **1.4. Justificación y Factibilidad**

En los últimos años ha venido aumentado el uso de las artesanías hechas a bases de material natural, no solamente en nuestros países andinos y regionales, sino también en muchos de los países del primer mundo, como es el caso de los EE.UU., Inglaterra, Italia, España, etc., de tal forma que ya no es extraño observar a personas, especialmente mujeres, luciendo estas joyas que con el pasar de los años han tenido muchas variaciones en cuanto sus modelos para satisfacer innumerables gustos.

Bajos estos parámetros, se hace indispensable elaborar un plan de exportación para el envío de joyas artesanales elaboradas de Tagua, usando el programa

"Exporta Fácil", el cual es un proyecto liderado por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), la Corporación Aduanera Ecuatoriana y Correos del Ecuador; beneficiando así la economía y competitividad de los ciudadanos ecuatorianos, con un monto máximo de envío de hasta \$5000 o 30 Kg. por cada envío de artesanías a cualquier país del mundo

Este plan de exportación, se estableció con sus delimitaciones dentro de un tiempo de 150 días en el que será ejecutado, para que, en un corto plazo, se logre no solamente llegar al estado de UTAH en los EE.UU., sino también en otros estados o países a nivel mundial, considerando la aceptación que han logrado estas joyas de artesanías.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. General**

Diseñar un plan de exportación de joyas elaboradas en tagua a las ciudades de Provo y Salt Lake City, estado de UTAH en los Estados Unidos de Norteamérica, año 2011

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Determinar y conocer los pasos requeridos para ejecutar una exportación de un producto desde nuestro país hacia los EE.UU. utilizando el Correo Nacional
- Analizar las normas que requiere un producto para ser exportado desde nuestro país hacia los EE.UU por medio del servicio EMS (Express Mail Service) del Correo Nacional
- Elaborar un plan estratégico para una correcta comercialización y venta de las joyas elaboradas de Tagua en los EE.UU., con el propósito de maximizar los ingresos por cada envío que se realice
- Establecer los costos que tendría el proceso de exportación de estas joyas al mercado de los EE.UU. utilizando el servicio “Exporta Fácil” del Correo Nacional

### 1.6. Hipótesis

La ejecución de un Plan de Exportación para el envío de joyas elaboradas en tagua desde nuestro país hacia el estado de Utah en los EE.UU., mejora la rentabilidad económica de los productores y exportadores de estas artesanías al mercado internacional.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Exportaciones

**Bengoechea (2002).** Venta de bienes y servicios de un país al extranjero. Las exportaciones se denominan visibles, cuando se refieren a bienes, e invisibles cuando dan lugar a pagos de personas de otros países a los residentes pero sin que se produzca un movimiento de bienes. Estos pagos se deben generalmente a fletes, seguros, patentes, royalties, etc.

El término exportaciones invisibles se amplía a veces para designar los intereses sobre préstamos, movimientos bancarios, dividendos, fondos de emigrantes, legados y donaciones. Entre las exportaciones invisibles debe contarse también al turismo, pues esta actividad puede considerarse como la exportación de un servicio a residentes en el extranjero que ocasiona un pago por parte de éstos.

## **2.2. Comercio internacional.**

**Muñiz (2007).** Intercambio de bienes o servicios entre personas de distintos países. En el comercio internacional se benefician tanto la nación que vende, o exporta, como la que compra, o importa: ello sucede, al igual que en el comercio interno, porque cada una posee ventajas comparativas particulares que se traducen en costos comparativos diferentes. Al incremento del comercio exterior, por lo tanto, hay que atribuir una buena parte del crecimiento económico contemporáneo.

## **2.3. Aranceles**

**Muñiz (2007).** Impuestos que se pagan por los bienes que son exportados a un país. Los aranceles son derechos de aduana que pueden ser específicos: los primeros obligan al pago de una cantidad determinada por cada unidad del bien exportado, por cada unidad de peso o por cada unidad de volumen; los segundos se calculan como un porcentaje del valor de los bienes y son los que

## **2.4. Barreras no arancelarias**

**Ferrell; Hartline (2006).** Dícese de cualquier método, excluyendo los aranceles, que utilicen los gobiernos para limitar las importaciones. Los controles se aplican por lo general a la calidad técnica o sanitaria de los bienes; aunque tienen, por lo tanto, otros propósitos no ligados a la restricción de las importaciones, actúan de hecho muchas veces como efectivas barreras para la penetración de los mercados nacionales. Las barreras no arancelarias reducen la oferta de los bienes importados, forzando a la demanda a trasladarse hacia los bienes de producción nacional.

## 2.5. Mercado

**Sallenave (2003).** En términos generales, mercado es el contexto dentro del cual toma lugar la compra y venta de mercancías, o donde se encuentran quienes demandan bienes y servicios con quienes los ofrecen.

Los intercambios mercantiles se producen sin que sea necesario trasladar físicamente los bienes transados. Lo importante, para que pueda hablarse de un mercado, es que los diversos actores que intervienen en el mismo estén lo suficientemente relacionados como para que cada transacción afecte por todas las demás; en otras palabras, que exista la información suficiente como para conocer los precios y volúmenes transados y los mecanismos prácticos para incorporarse al mercado, ya sea vendiendo o comprando mercancías, en respuesta a tal información.

## 2.6. Aduana

**Bengoechea (2002).** Oficina pública establecida en las fronteras de un Estado para registrar las mercancías que pasan por ella -ya sean exportadas o importadas- y cobrar los derechos y aranceles correspondientes. Las aduanas son instituciones que expresan la soberanía de un Estado y que aportan una cierta proporción de sus ingresos fiscales; desde otro punto de vista son también elementos que permiten el control técnico y sanitario de las mercancías en tránsito pero que, por lo mismo, pueden constituirse en trabas para un fluido comercio internacional.

## 2.7. Comercialización

**Rivadeneira (2003).** En términos generales, los procesos necesarios para llevar los bienes del productor al consumidor.

Todas las grandes firmas modernas tienen departamentos o gerencias especializadas en la comercialización de sus productos, las cuales se hacen

cargo, usualmente, de las siguientes actividades: investigación de mercados, para conocer las necesidades de los individuos, sus hábitos de consumo y la posible aceptación de nuevos productos; publicidad, para difundir y estimular las ventas.

## **2.8. Demanda**

**Rivadeneira (2003).** Cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un determinado momento. La demanda, como concepto económico, no se equipara simplemente con el deseo o necesidad que exista por un bien, sino que requiere además que los consumidores, o demandantes, tengan el deseo y la capacidad efectiva de pagar por dicho bien. La demanda total que existe en una economía se denomina demanda agregada y resulta un concepto importante en los análisis macroeconómicos.

## **2.9. Desgravamen**

**Bengoechea (2002).** Reducción de la cantidad sobre la que se paga un impuesto. También se aplica el término cuando se hacen descuentos al monto de los impuestos a pagar, ya sea por montos fijos o en cierto porcentaje, en algunos casos específicos, como cuando se quiere estimular la inversión extranjera o el desarrollo de ciertas industrias. Lo mismo se aplica para el caso de la reducción de aranceles.

## **2.10. Dinero**

**Sallenave (2003).** Cualquier mercancía que sea aceptada ampliamente en una sociedad como medio de pago y medida de valor de los bienes y servicios. Como medio de pago, el dinero es el objeto que se transfiere entre las partes cuando se efectúa un pago. En tal sentido sirve como medio de intercambio, función esencial en la economía de todas las sociedades, salvo las más primitivas, donde las transacciones se efectúan mediante el trueque.

## **2.11. Ganancia**

**Ferrell; Hartline (2006).** Utilidad, provecho o beneficio de orden económico obtenido por una empresa en el curso de sus operaciones. La ganancia es el objetivo básico de toda empresa o firma que debe hacer uso, por lo tanto, de la combinación óptima de factores productivos para reducir sus costos lo más posible, atrayendo a la vez a los demandantes de los bienes o servicios que produce para vender éstos al mayor precio obtenible.

### **2.12. Impuesto**

**Ferrell; Hartline (2006).** Carga obligatoria que los individuos y empresas entregan al Estado para contribuir a sus ingresos. Sin los impuestos, que históricamente han tomado muy diversas formas, no podría concebirse la existencia del Estado pues éste, no tendría recursos para realizar sus funciones: defensa, prestación de servicios, pago de funcionarios, etc. Los impuestos constituyen por ello el grueso de los ingresos públicos y la principal base para sus gastos.

### **2.13. Inversión**

**Sallenave (2003).** La inversión es el flujo de dinero que se encamina a la creación o mantenimiento de bienes de capital y a la realización de proyectos que se presumen lucrativos. La inversión se diferencia tanto del consumo como del ahorro ya que es un gasto, un desembolso, y no una reserva o cantidad de dinero retenida; con respecto al consumo, porque no se dirige a bienes que producen utilidad o satisfacción directa, sino a bienes que se destinan a producir otros bienes

### **2.14. Investigación de mercados**

**Rivadeneira (2003).** Actividad dedicada a conocer, con el mayor rigor posible, las características concretas de un mercado. Ella es indispensable para las empresas que producen bienes y servicios de consumo masivo. La investigación de mercados se ocupa por lo general de los siguientes temas:

división y segmentación del mercado entre diferentes productos competidores y tipos de consumidores; características de los productos que compiten; actitudes, hábitos de consumo y preferencias de los consumidores; publicidad y sus efectos; canales de distribución, etc.

### **2.15. Oferta**

**Sallenave (2003).** La cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un momento determinado. La oferta es, por lo tanto, una cantidad concreta, bien especificada en cuanto al precio y al período de tiempo que cubre, y no una capacidad potencial de ofrecer bienes y servicios.

La ley de la oferta establece básicamente que cuanto mayor sea el precio mayor será la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a llevar al mercado, y viceversa; cuanto mayor sea el período de tiempo considerado.

### **2.16. Precio**

**Ferrell; Hartline (2006).** Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio. En el lenguaje cotidiano se utilizan a veces otras palabras para designar lo que en rigor son precios: al pago por el trabajo se lo denomina sueldo o salario; al precio del alquiler de la tierra, o de otros inmuebles, se lo llama renta; al pago por el uso de capital, interés, etc.

### **2.17. Promoción de Exportaciones**

**Bengoechea (2002).** Estrategia de desarrollo económico que consiste en estimular la producción de bienes manufacturados para su exportación. La estrategia se basa en fuertes inversiones públicas en infraestructura y en educación que ofrecen los servicios y la mano de obra calificada que se necesita para reducir los costos de la producción nacional. Los gobiernos

suelen ofrecer, además, diversos incentivos, que incluyen desgravámenes, subsidios y compensaciones diversas.

### **2.18. Stock**

**Ferrell; Hartline (2006).** Palabra inglesa que significa "existencias" o "mercancías almacenadas". El stock es parte del capital de trabajo de una empresa y consiste en mercancías terminadas, listas para la venta, aunque a veces se habla también de stocks de materias primas o de productos semielaborados.

### **2.19. Venta**

**Sallenave (2003).** Transacción por la cual una persona o empresa, denominada vendedor, cede a otra -el comprador- bienes o servicios a cambio de dinero. Las empresas suelen poseer departamentos o gerencias de venta que se encargan de las variadas actividades que implica la oferta concreta de productos y que resultan parte esencial de la comercialización.

### **2.20. Zona franca**

**Rivadeneira (2003).** Región, distrito o ciudad de un país donde no se cobran derechos por la importación de mercancías o se suspende el cobro de algunos impuestos. En ellas pueden establecerse, del mismo modo, los llamados puertos libres, donde no se cobran aranceles -o se cobran unos aranceles mínimos- y se instalan almacenes especiales para la mercancía en tránsito, llamados almacenes in bond.

### **2.21. Artesanías**

**González (2002).** Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte siendo una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado. El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de la energía

mecánica, en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial.

### **2.22. Tagua**

**Gil Tejeda (2004).** La tagua, también conocida como nuez de marfil o marfil vegetal, es la semilla de la palma *Phytelephas macrocarpa*, que crece en los bosques húmedos tropicales de la región del Pacífico, especialmente en Panamá, Colombia y Ecuador.

Se utiliza y se comercializa internacionalmente, principalmente para hacer botones y también figuras artísticas o decorativas y adornos.

### **2.23. Botones**

**Gil Tejeda (2004).** Un botón es un elemento pequeño utilizado para abrochar o ajustar vestimentas, especialmente camisas y sacos (chaquetas americanas). Los botones suelen ser redondos y planos, aunque los hay de diversas formas y tamaños. Suelen ser hechos de metal, madera o, más recientemente, plástico. El botón es abrochado haciéndolo pasar por un ojal de tamaño justo ubicado en un extremo de la vestimenta.

### **2.24. Collar**

**González (2002).** El collar es un complemento en forma de sarta o cadena que rodea el cuello o parte superior del pecho como adorno. Se le ha considerado normalmente como adorno de mujeres, pero lejos de ser exclusivo, han usado de él también los varones en los pueblos indígenas y en las civilizaciones antiguas de Oriente y Egipto

### **2.25. Taller**

**Coriat (2002).** Taller es propiamente el espacio donde se realiza un trabajo manual o artesano, como el taller de un pintor o un alfarero, un taller de costura o de elaboración de alfajores, etc.; aunque también puede designar otros conceptos derivados

## 2.26. Incoterms

**Zambrano; Martínez (2005).** Se refieren a las condiciones de entrega de mercancías en un contrato internacional. No es una Ley ni normas: son costumbres o usos mercantiles que se derivan de las prácticas comerciales que son desarrolladas por la Cámara de Comercio de París, que es una sociedad privada de empresarios (por eso no constituye ley sino una costumbre que utiliza quien quiere).

La Cámara de Comercio de París establece estos puntos en 1920, siendo su última modificación en 2000, que serán los que estudiemos.

Los Incoterms se pueden clasificar en 2 grupos:

- a) Los empleados para el transporte marítimo
- b) Para todos los medios de transporte, incluido el marítimo

### a) Incoterms aplicables al Transporte Marítimo

**FAS** (Free alongsideship): franco o libre al lado del buque Entrega de la mercancía en el puerto de origen

**FOB** (Free On Board): Franco o libre a bordo

**CFR** (Cost and Freight): costo y flete

**CIF** (Cost, Insurance and Freight): coste, seguro y flete

**DES** (Delivered Ex Ship): entregada sobre buque Entrega de la mercancía en el puerto de destino

**DEQ** (Delivered Ex Quay): mercancía entregada sobre muelle

**b). Incoterms aplicables a todos los Medios de Transporte (incluido el marítimo)**

**EXW** (Ex Works): franco fábrica o libre en fábrica

**FCA** (Free Carrier): franco o libre transportista

**CPT** (Carriage Paid To): Aporte pagado hasta.....

**CIP** (Carriage and Insurance Paid to): porte y seguro pagado hasta.....

**DDU** (Relievare Duty Unpaid): entregada con los derechos no pagados

**DDP** (Delievered Duty Paid): entregada en el país de destino con la Aduana pagada

**DAF** (Delievered At Frontier): entregada en frontera

## **2.27. Regulaciones y Estándares Ambientales ISO 14000**

**Samuelson (2002).** ISO es una abreviatura de International Organization for Standarization (ISO), que es la agencia especializada en estandarización. Actualmente abarca los estándares nacionales de 91 países. La norma ISO 14000 es un estándar de calidad ambiental reconocido internacionalmente, para medición y evaluación, aplicado a sistemas de manejo ambiental (EMS).

De acuerdo a los estándares de calidad de la norma ISO 14001, hay 6elementos que deben incluir los sistemas de manejo ambiental:

- Una política de compromiso ambiental.
- Planificación de los impactos ambientales.
- Implementación y operación de procesos.
- Acciones de verificación y corrección ambientales.
- Análisis gerencial.
- Mejoramiento constante.

## **2.28. Certificaciones Industriales de las empresas Tagüeras**

**Zambrano; Martínez (2005).** Las empresas tagüeras no requieren de certificados ambientales ya que este producto se da de forma silvestre. Los certificados que el exportador necesita son los que expide el Banco Central, la Cámara de Comercio y el MICIP tales como Registro de Exportador, Certificado de Origen y embarque, Factura original y Certificado de Peso y Medida.

Es el objetivo del proceso es una Producción más Limpia para este producto, el cual significa que impacten en menor grado al ambiente. Esta tendencia está logrando al mismo tiempo reducciones considerables en los costos de producción, lo que a su vez causa que el consumidor pague un menor precio por ellos.

Los industriales de los países en vías de desarrollo todavía no entienden la lógica de la producción más limpia y optan por tratar de controlar el impacto ambiental de sus empresas por medio de equipos al final de los procesos, con lo cual lo único que logran es aumentar sus costos de fabricación y por ende el precio de venta de sus productos, reduciendo en gran medida su capacidad competitiva, sobre todo los mercados internacionales.

Una industria que opta por la producción más limpia, además de reducir el impacto que provoca sobre su entorno, también obtiene beneficios adicionales como son:

- Disminuye la generación de residuos y desechos, y por lo tanto los costos asociados con ellos.
- En el caso de sustancias peligrosas se disminuye el riesgo, tanto para los empleados como para los vecinos del lugar donde se localice la industria.
- Al optimizar los equipos y proceso su productividad aumenta.
- Se genera un ambiente de trabajo más eficiente y motivador a la innovación.
- El potencial competitivo de la industria aumenta, tanto a nivel local como internacional al ganar nichos de mercado entre los clientes conscientes de la problemática ambiental.
- Una industria que opta por la prevención de la contaminación demuestra su responsabilidad hacia el ambiente y por lo tanto mejora considerablemente su imagen ante la sociedad.
- En algunos países desarrollados, las empresas que establecen programas de prevención de la contaminación obtienen del gobierno importantes beneficios en sus obligaciones fiscales (impuestos).

### **2.29. Planta de procesamiento de la Tagua**

**Estrada; Estrada (2003).** Es un espacio físico interno que presenta ventajas para operación de transformación de la materia prima, proceso de corte, torneado y clasificación.

En la misma se encuentran Tornos Eléctricos y Manuales, Sierras Eléctricas de alta velocidad, Barandas, Esmeriles, Cortadoras, Drimel, Taladores, etc.

### 2.30. Planta para el secamiento de la Tagua

**Estrada; Estrada (2003).** En la pista de secado, se encuentra constituida de cemento, para recibir la materia prima en estado natural, dentro de estas se encuentra un horno que hace las veces de secador de tajada, logrando secar hasta 300 quintales en una semana cuando se necesita sacarla lo más pronto posible, ya que la tagua tarda en secarse de 20 días a un mes y medio dependiendo del clima, que necesita de la aireación de los rayos solares.

La bodega debe estar en un ambiente seco, lográndose mantener de 50 a 60 quintales de anímelas, las mismas que están en un tiempo determinado. La cuantificación de la producción de las Microempresas productoras y comercializadoras de tagua en la Provincia de Manabí, parte de formas tradicionales de comercialización, y dentro de este difícil campo los objetivos de las mismas están dados en lograr un rendimiento óptimo en sus utilidades, es por ello que la compra y la venta juegan un papel importante y que deben de estar en armonía con:

- La capacidad de cada Microempresa
- Calidad y presentación de los productos
- Comercialización Servicio personalizado y eficiente
- Competitividad del producto con Valor Agregado

Este comercio interno tiene gran variación en relación a los tipos de Tagua en estado natural que existe:

- Tagua Pequeña: cuyo peso es de 1.6 onzas
- Tagua Mediana o Corriente: con un peso de 2.0 onzas
- Tagua Grande: cuyo peso es de 2.4 onzas. Esta es proveniente de la Provincia de Esmeraldas, que es más desarrollada que la de la provincia de Manabí.

Los volúmenes de comercialización están estructurados en función de los pedidos al interior de la provincia, el país y el exterior.

## **2.31. Proceso de Elaboración de Joyas**

**Estrada; Estrada (2003).** Para realizar la fabricación de joyas de tagua, se tiene que seguir los siguientes procesos:

### **2.31.1. Adquisición de pepas de tagua**

Se ubican los centros de venta para la adquisición de la tagua, que es comprada y llevada a las bodegas de almacenamiento para su respectiva preparación.

### **2.31.2. Secada y pelada**

El secado de la tagua depende del estado del fruto, y depende de que tan seca se encuentre al comprarla, que puede durar de 30 a 40 días y de la intensidad del sol y el viento para su secado natural para luego llevarlo a las máquinas peladoras.

### **2.31.3. Cortada y selección de la tajada**

La tagua es transportada al departamento de sierras donde es cortada y es clasificada por tamaño obteniendo las anímelas de diferentes medidas según lo especificado.

### **2.31.4. Torneado de la anímela**

Una vez cortada la tagua es procesada en el torno para obtener las diferentes medidas de diámetros y mediante un proceso de selección son clasificadas.

### **2.31.5. Selección**

Las anímelas son clasificadas de acuerdo a su calidad, tamaño y color, si presentan alguna falla son enviadas otra vez al torno, hasta obtener una buena calidad.

#### **2.31.6. Producción de las joyas de tagua**

En el proceso de producción se comienza a dar forma a la anímela, se tiñe con colorante por cuarenta minutos y se lo deja secar al sol, luego se empieza con el pulido y abrillantado de la anímela, y después se procede con la perforación de orificios en los casos que se requieran. Los productos que se van a comercializar son pulseras, collares y aretes.

Existe una relación entre el precio de mercado de un bien y la cantidad demandada de ese bien. Esta relación entre el precio y la cantidad comprada se denomina tabla de la demanda o curva de demanda.

### **2.32. Estrategias de Posicionamiento y venta para la Exportación a los Estados Unidos**

**Zambrano; Martínez (2005).** El mercado de los Estados Unidos es el más importante del mundo: 280 millones de personas y un ingreso per cápita de 30.000 dólares, que demuestra su potencial de compra. La variedad de climas, geografía y cultura, así como la estructura productiva diferenciada por regiones, posibilita la colocación de una innumerable cantidad de productos. Si el exportador desea introducir o mantener el producto con su propia marca, debe utilizar agentes o brokers que trabajan con mayoristas o centros de distribución para minoristas, montar una filial o entrar directamente en los canales de distribución de minoristas.

La mayoría de los productos ecuatorianos de exportación pueden ingresar a los Estados Unidos sin mayores restricciones, pero existen algunas excepciones (cuotas a la importación para ciertos productos y normas federales de salud y seguridad. Algunas de las estrategias son:

## **1. Página Web**

Una de las estrategias para las ventas al exterior será aplicar el Marketing en Internet. Un factor diferencial de las empresas virtuales está en los métodos y técnicas que se usan para contactar, negociar y relacionarse en general con los clientes. Esto significa que clientes potenciales (y proveedores) de cualquier parte del mundo pueden comunicarse con nuestra empresa.

## **2. Promoción de Corpei**

La CORPEI promociona el producto y las empresas exportadoras aparecen en listas de los exportadores de determinado producto. Ferias – Exposiciones.- Ferias Especializadas en donde participan un número elevado de empresarios importadores y exportadores, con intereses específicos. Participar en ellas puede ser muy conveniente, pues permite abaratar los costos de una gira de negocios. Por otro lado, todos ganan tiempo y dinero con el contacto directo y convergente.

El exportador tiene, adicionalmente, las siguientes opciones para obtener información relacionada con la actividad exportadora a través de las siguientes direcciones:

- Cámaras de Comercio de los Estados Unidos:  
[www.ceemail.com/chambers.html](http://www.ceemail.com/chambers.html)
- Cámaras de Comercio y Organizaciones Comerciales en los Estados Unidos:  
<http://www.uschamber.org>
- Cámaras de Comercio del Ecuador  
<http://www.ceemail.com/camere/ecuador.html>
- Cámaras de Comercio Binacionales  
Website: [www.ecuachamber.com](http://www.ecuachamber.com)

E-mail: ecuacham@bellsouth.net

### **3. Envío de Proposición del Producto**

Una vez identificadas las empresas importadoras, el mejor medio para promover el producto es la entrevista personal con los importadores o con las cadenas de comercialización, ya sea mediante una gira de negocios, o mediante la participación en una Feria o Exposición especializada o enviar la información a través de Internet y enviar muestras posteriormente.

#### **2.33. Requisitos previos a la Exportación**

**Heras (2008).** Para comenzar una exportación sea cual fuere el producto hay tomar en consideración los siguientes puntos que se detallaran a continuación:

##### **1. Registro de Exportadores**

Como requisito previo al inicio del trámite de importación o exportación, todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de ventas y guías de remisión, constar como contribuyente "ubicado" y estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI). La lista blanca se la puede consultar en la página Web del SRI: [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec) - Servicios en línea - Consulta de lista blanca.

##### **2. Contratación de exportación**

Este contrato es de gran utilidad en lo que se refiere a la negociación del producto hacia el exterior, básicamente este documento encierra la normativa internacional válida que trata, entre otros temas, los siguientes:

- Elaboración del contrato
- Obligaciones del vendedor
- Obligaciones del comprador

- Traspasos de los riesgos etc.

Estos temas harán del negocio realizado un acto de cordialidad con cuentas totalmente claras especificadas en el contrato, evitando de esta manera confusiones y alteraciones en las relaciones entre el vendedor y comprador.

### **2.34. Exportación a Consumo**

**Heras (2008).** La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero para su uso consumo definitivo en el exterior. Las exportaciones en el Ecuador pagan tasas por servicios aduaneros y la cuota de Corpei.

- **Formulario Único de Exportación (F.U.E)**

Todas las exportaciones deben presentarse en la Declaración Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.) y llenarlo según instrucciones contenidas al reverso del referido documento para obtenerla aprobación en los bancos corresponsales del Banco Central del Ecuador de la ciudad donde se transmita la exportación.

En caso de realizarse vía electrónica, se utilizará la Declaración Aduanera Única de Exportación, cumpliendo con los requisitos indicados en la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana. Documentos a presentar:

1. Formulario a presentar único de exportación (F.U.E.) con visto bueno aprobado por un banco corresponsal autorizado, con cuatro copias reducidas del mismo, debiendo constar el número de RUC, en caso de ser exportadores habituales, o el de cédula cuando son exportadores ocasionales.
2. Factura comercial original y cinco fotocopia
3. Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)

- **Trámite**

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

- **Primera Fase**

El propietario consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un Agente de Aduana, presentará en la Declaración Aduanera Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.), la declaración de las mercancías destinadas al extranjero, en la que se señalará el régimen aduanero al que se someterán. En las exportaciones, la declaración se presentará en el departamento de Exportaciones del Distrito Aduanero, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera, con los documentos de acompañamiento mencionados.

- **Segunda Fase**

Con la documentación aprobada se realizará la exportación definitiva y se regresa al mismo departamento, incluyendo el documento de embarque (conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte) con cuatro copias certificadas.

El Departamento de Exportaciones procede a comprobar la información de la Declaración Aduanera Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.), comparándola con los datos de factura comercial y los datos de documento de embarque, luego de lo cual realiza la aprobación y cancelación definitiva de la Declaración Aduanera Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.), con el refrendo de la aduana y se entrega al exportador la copia correspondiente de la Declaración Aduanera Única de Exportación o Formulario Único de Exportación (F.U.E.).

Es necesario indicar que ciertos productos exportables, por su naturaleza, necesitan de autorización previa o están sujetos a cuotas u otros mecanismos; lo que el usuario, previo a realizar una exportación, debe conocer si su mercancía tiene que cumplir estos requerimientos.

- Nota Explicatoria
- Es obligatoria la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:
- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público
- En los despachos de las exportaciones de mercancías cuyo valor sea igual o mayor de dos mil dólares de los Estados Unidos de Norte América ( \$2,000.00 )

### **2.35. Requisitos para el momento de exportar**

**Heras (2008). Primero.-** Asesorarse de la demanda de su producto a nivel regional, continental y en el mundo; además cerciorarse que el producto cumple con las siguientes expectativas

- **Cantidad**

Programar la producción en cantidades estables para la exportación, estableciendo en forma continua y permanente la entrega del producto a venderse

- **Calidad**

Cuidar y mantener la buena calidad de sus exportaciones le ayudará a obtener continuidad en la demanda y abrirá nuevas puertas a sus productos

- **Precio**

Para el precio a fijarse, es recomendable hacer un estudio compartido de los precios de otros productores, ser equilibrado, de tal manera que le dé un margen justo de utilidad, un precio razonable le permitirá abrir nuevas puertas y le dará permanencia en el mercado internacional

- **Presentación**

Una buena presentación que incluye:

- Un buen logotipo, buena calidad de los envases;
- Indicaciones claras y correctas del: Contenido; peso; registro sanitario;
- Adecuado embalaje;
- No olvidarse de cumplir con normas internacionales de presentación aumentaran las posibilidades de concretar ventas internacionales.

### **2.36. Ventajas y riesgos de Exportar**

#### **a. Ventajas**

- Ampliar la participación de la empresa en el mercado.
- Incrementar la producción, utilizando la capacidad ociosa.
- Reducir los riesgos, al no depender únicamente del mercado nacional.
- Se reducen los efectos en caso de estancamiento de la demanda nacional.
- La calidad de los productos se mejora considerablemente cuando estos se adaptan a los estándares internacionales.

#### **b. Riesgos**

Por otro lado, así como exportar puede traer ventajas, también pueden presentarse riesgos potenciales, tales como:

- **Lanzarse a ciegas**

Uno de los riesgos más frecuentes y fáciles de evitar son aquellos que resultan de la inexperiencia. Entre estos podemos mencionar el pretender abarcar muchos mercados al mismo tiempo, sin considerar la capacidad de producción para atender las demandas de altos volúmenes.

- **Riesgos financieros**

Es posible de que se envíe la mercadería y no se reciba el pago de la misma. Aquí pueden presentarse dos situaciones: No se cumplió con los requerimientos del comprador (empaquete, calidad, tiempo de entrega, etc.) o bien la persona con quien se hizo la negociación es deshonesto. Antes de cualquier negociación se debe investigar los contactos y solicitar referencias

**a) Riesgos legales:** El exportador puede involucrarse en negocios supuestamente "atractivos" que prometen hacerlo rico de la noche a la mañana, sin embargo, estos no siempre son legales.

**b) Riesgos políticos:** Aquellos que pueden darse debido a cambios drásticos en la política de un país. Tales como, movimientos multitudinarios de la población, restricciones a la transferencia de divisas, restricciones sorpresivas a la importación de determinados productos, políticas de proteccionismo a productos locales, etc.

### **2.37. Correo Aéreo**

**Bengoechea (2002).** El correo aéreo es el correo transportado por una aeronave. Generalmente llega a destino más rápido que el correo terrestre, y suele ser más caro el envío. El correo aéreo puede ser la única opción para enviar correo a algunos destinos, tales como ultramar, si el correo no puede esperar el tiempo que demora por barco, que en ocasiones puede llegar a ser semanas.

### **2.38. Costos de Producción**

**Samuelson (2002).** Cuando los costos de producción de un bien son bajos en relación con el precio de mercado, resulta rentable para los productores ofrecer una gran cantidad. Cuando son altos en relación al precio, las empresas producen poco, se dedican a producir bienes o es posible que quiebren.

### **2.39. Plan de Exportación**

**Heras (2008).** Un plan de exportación es la herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecer. Asimismo, provee de los elementos que le permitirán programar las adecuaciones tanto administrativas que deberán concretarse como los apoyos financieros necesarios para garantizar la viabilidad del proyecto.

La elaboración de un Plan de Exportación contempla el realizar un análisis sobre: producto/servicio; mercado objetivo y, su evaluación financiera.

Es útil sobre todo para presentar a agentes externos que puedan tener una influencia importante en el proceso de exportación, por ejemplo a los bancos para obtener apoyo y financiación.

## **III. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **3.1. Localización y duración de la investigación**

La presente investigación se desarrolló principalmente en la Parroquia Nicolás Infante, calle 24 de Mayo y 25 de diciembre # 514 en la ciudad de Quevedo provincia de Los Ríos, cuya ubicación geográfica es de 1° 2' 18" de latitud sur y

de 79°28' 30" longitud oeste, ubicado en el centro de la región a 74 metros de altura sobre el nivel del mar.

También la realización de este proyecto incluyó otros lugares que fueron importante dentro del proceso de exportación, como el lugar donde se obtuvo las artesanías en la provincia de Manabí, cantón Rocafuerte, parroquia Sosote en el taller del señor Johnny Coveña y al lugar donde se envió el producto que es en los EE.U.U., en el Estado de Utah, en las ciudades de Provo y Salt Lake City donde el señor Preston Carl Goold fue el encargado de su respectiva comercialización y venta.

El presente trabajo tuvo una duración de 150 días.

### 3.2. Materiales y equipo

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>
Libros	5
Lápices	3
Lapiceros	3

Agendas	1
Resmas	3
Resaltadores	2
Carpetas	10
Anillados	8
Grapadoras	1
Perforadoras	1
CDs	7
Marcadores	4
<b>Equipos de Oficina</b>	<b>Cantidad</b>
Computadoras	1
Impresora	1
Calculadora	1
Flash Memory	1
Cámara	1

### 3.3. Tipo de investigación

#### 3.3.1. Investigación De Campo

Se ejecutó en el mismo lugar de los hechos, es decir en la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos, teniendo contacto directo con los actores del acontecimiento que, en este caso fueron también los artesanos que elaboran las joyas, radicados en la parroquia Sosote, cantón Rocafuerte, en la provincia de Manabí. Por medio de esto, el objeto del estudio se convirtió en fuente de información para el investigador. La característica básica de esta investigación es la observación directa como técnica para la obtención o recolección de datos.

#### 3.3.2. Investigación Descriptiva

Permitió afirmar cómo es o donde se manifiesta el objeto, fenómeno o problema motivo de estudio. En este caso, se trabajó sobre realidades de exportaciones de joyas o artesanías elaboradas con elementos rústicos y autóctonos como la Tagua, buscando de esta forma su característica fundamental que era la de presentar una interpretación correcta. En la misma se incluyó los siguientes tipos de estudios: Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación ya que facilitaron la descripción del fenómeno

### **3.3.3. Investigación Bibliográfica**

Esta investigación sirvió como iniciación para la elaboración de todo el proceso investigativo por lo que admitía analizar, evaluar y buscar fuentes de consulta para obtener información relevante sobre los procesos de exportación.

También ayudó a la lectura científica para conformar el marco teórico del proyecto investigativo

## **3.4. Métodos**

### **3.4.1 Método Analítico**

Este procedimiento consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado. El método Analítico ayudó a resaltar aquellos elementos del fenómeno de exportar joyas elaboradas en Tagua, procediéndolos a revisar y ordenar individualmente por separado.

### **3.4.2 Método Científico**

La experimentación dependió del grado de conocimiento con el que se empezó la investigación, a la naturaleza, a las circunstancias del objeto y al problema de investigación. La experimentación debió seguir siempre ciertas reglas mientras se analizaba la situación actual de los procesos de exportación de

este tipo de producto final. Para ello este fenómeno se aisló para estudiarlo de una mejor manera. Este método incluyó la alteración controlada de las condiciones naturales, de tal forma que se creó un modelo para reproducir condiciones, del objeto o del problema.

### **3.4.3 Método Sintético**

Se aplicó este proceso al relacionar los hechos aparentemente aislados en las maneras que existen para exportar desde nuestro país hacia el exterior, con teoría que unifico los diversos elementos para su formulación respectiva, es decir, se constituyó en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, en el que este se presente más en el planteamiento de la hipótesis. En la investigación, se sintetizó las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que se sometió a prueba para obtener un resultado final, como por ejemplo si era conveniente o no usar un determinado proceso para realizar nuestra exportación.

## **3.5. Fuentes**

### **3.5.1 Primarias**

.

Preston Carl Goold; fue la persona encargada de recibir y comercializar la mercadería en los EE.UU. en el estado de Utah.

Johnny Coveña; quien es el artesano que elaboró las joyas de tagua para su posterior exportación

### **3.5.2 Secundarias**

Fueron todas aquellas informaciones que se encontraron en libros, revistas, otros y que se recopilaron para obtener diferentes temas que se relacionaran con la investigación dentro de los procesos de exportar desde nuestro país hacia el exterior

### **3.6. Técnicas e instrumentos de evaluación**

En el presente estudio se utilizó diferentes técnicas de investigación, basadas en el levantamiento de la información

#### **3.6.1. Observación Directa y la Indirecta**

Se empleó cuando se entró en contacto personal con el hecho o fenómeno de exportar desde el Ecuador hacia el exterior indagando de los programas que se han creado para incentivar estos procesos. Esta observación se planteó indirecta cuando se entró en contacto con el conocimiento del hecho o fenómeno, a través de las observaciones realizadas anteriormente por otros exportadores y microexportadores que han usado algunos de los métodos de exportación aquí en nuestro país.

#### **3.6.2. Observación Participante y no Participante**

Se aplicó para obtener datos que se incluirían en el grupo, hecho o fenómeno observado, para conseguir la información "desde adentro" como conocer personalmente el procedimiento concreto para exportar de los varios que existen en nuestro país; y la no participante se la empleó para recoger la información desde afuera

#### **3.6.3. Observación Estructurada y no Estructurada**

Esta técnica se basó en la necesidad de elementos técnicos apropiados, tales como: cuadros, tablas, etc., que en si ayudaron a entender la exportación de esta clase de producto desde adentro al utilizar cuadros estadísticos y resultados arrojados por exportaciones anteriores; y la observación no Estructurada, se la ejecutó cuando no se necesitaba la ayuda de elementos técnicos especiales.

### **.3.7. Población y muestra**

Para la presente investigación el señor Preston Carlson Goold facilitó desde los Estados Unidos de Norteamérica información básica e interesante de una encuesta que realizó en las ciudades de Provo y Salt Lake City a 100 mujeres en edades comprendidas de entre 18 a 40 años, haciéndose referencia a algunas de las tendencias del mercado o target al que se desea llegar con las joyas elaboradas en Tagua.

En el mencionado procedimiento se determinó los principales gustos y preferencias; cuál es la población que más tendencia tiene en usar este producto artesanal, logrando de esta manera cumplir con las expectativas que se fueron planteando desde nuestro país y lo que se esperaba de este plan de exportación.

### **3.8. Procedimiento metodológico**

En el presente estudio se desarrolló las siguientes etapas en el diseño de la investigación:

#### **3.8.1. Análisis de la situación**

El estudio de la situación fue el primer paso en la búsqueda de una solución. Esto admitió una definición clara y precisa del problema que se iba a estudiar, así como la enumeración de los objetivos de la investigación. La definición correcta del análisis de las condiciones proporciona un sentido de dirección a la investigación.

#### **3.8.2. Determinación de objetivos**

Una vez que fue explicada la problemática a estudiar y teniendo en cuenta la gran importancia que supone el proceso de exportar, se determinó los objetivos que se plantearon al momento del análisis de las condiciones, para que de esta

manera, se facilitara la consecución del mismo, teniendo muy en cuenta lo que se esperaba lograr al final de la investigación

### **3.8.3. Determinación del diseño de la investigación**

Una vez identificado el problema a investigar y establecidos los objetivos a alcanzar, se determinó el diseño de la investigación. El diseño de la investigación es la especificación de métodos y procedimientos de adquisición de información necesaria para estructurar en este caso, las insuficiencias del conocimiento previo de los procesos de exportaciones de joyas artesanales elaboradas en Tagua con el fin de prever problemas futuros.

Aquí se tomó en cuenta que las estrategias que se fueran a plantear debían ser basadas en los factores externos e internos; sus ventajas y desventajas, oportunidades y amenazas que presentaba la población que se tenía como objetivo final y a la cual llegarían las joyas de Tagua.

### **3.8.4. Definición, clasificación y medida de las variables de estudio**

La definición de las variables fue ejecutante e idóneo, en la medida del problema básico que se iba investigando, para ir mejorando nuestra situación particularmente, en las exportaciones de artesanías desde nuestro país hacia el extranjero, logrando de esta manera, cumplir con los requisitos requeridos para el establecimiento de parámetros acordes a los desafíos que iban surgiendo en el camino de la realización de la presente investigación

## **IV. RESULTADOS**

### **4.1. Análisis FODA**

#### **4.1.1. Fortalezas**

- El Ecuador es un muy fuerte competidor en el ámbito mundial en la exportación de Joyas elaboradas en Tagua
- La tagua ha obedecido siempre a los dictados de la moda en los últimos 20 años
- La tagua no necesita de cultivos porque se da silvestremente y esto beneficia a la producción para su posterior comercialización
- Producto renovable-Ecológico
- Reduce el impacto ambiental
- Ayuda a la conservación de los bosques tropicales
- No produce contaminación ni daños a la piel por el uso de las joyas elaboradas en tagua

#### **4.1.2. Oportunidades**

- La utilización de joyas elaboradas en tagua debido a su cualidades de rusticidad
- Que se aperturen nuevos mercados en otros estados y ciudades en los EE.UU.
- Que el gobierno continúe apoyando al sector de microexportadores
- Buscar nuevos lugares alrededor del mundo con nuevas alternativas para la exportación de las joyas elaboradas en tagua

#### **4.1.3. Amenazas**

- Los joyas de metales y sintéticas.
- Que las mujeres dejen de usar joyas elaboradas en tagua.
- Alto número de microempresas dedicadas ala comercialización de las joyas como consecuencia de su alta rentabilidad
- Que se dé una variación local en los costos de exportación

#### **4.1.4. Debilidades**

- Límites en el peso del envío (30 kg.) impuesto por el correo Nacional en el programa “Exporta Fácil”
- Contar con un solo proveedor para obtener las joyas elaboradas en Tagua
- Depender de una sola persona para la comercialización en los EE.UU.

## **4.2. Estudio de la Tagua (Marfil Vegetal)**

### **4.2.1. Uso Artesanal de la Tagua**

Ecuador ofrece hermosas artesanías realizadas a base de tagua. Esta industria se desarrolla tanto en la costa como en la sierra ecuatoriana. Con habilidad artística y preparación, los artesanos realizan el tallado y la confección de figuras en miniatura de la fauna ecuatoriana, llaveros, vinchas, aretes, pulseras, cadenas, fichas de ajedrez; entre otras.

Estas artesanías elaboradas manualmente son comercializadas y reconocidas en todo el mundo por su encantadora belleza. Además de las plantas de tagua se aprovechan todas sus partes para distintas finalidades. Por ejemplo las raíces son usadas como medicinas por sus propiedades diuréticas, el tallo como madera para piso y las semillas utilizadas como bebidas en estado tierno.

### **4.2.2. Estimaciones de la Producción Local en el Ecuador**

En las montañas tropicales y húmedas del Ecuador existe esta planta, la Tagua, conocida también como Marfil Vegetal, esta planta se asemeja mucho a las palmas por su morfología. Cada planta produce anualmente quince mazorcas (mococho), a partir de las cuales se puede obtener aproximadamente un quintal de semillas con un peso variable de 100 gramos cada una. Las semillas son utilizadas para la fabricación de botones y la confección de artesanías. Adicionalmente, los agricultores aprovechan otras partes de la planta, tales como las raíces para medicinas, el tallo para el piso de las viviendas y las hojas para cubrir las casas.

### **4.2.3. Zonas de cultivo**

La tagua es el fruto de una variedad de palma originaria de Sudamérica. De clima subtropical, se desarrolla generalmente en las estribaciones de la Cordillera Occidental de Los Andes, desde una altura de 1,000 a 1,500 metros sobre el nivel del mar.

### **4.2.4. Superficie, producción y rendimiento**

Las plantaciones de tagua no fueron sembradas ni programadas por la mano del hombre, ya que crecen silvestremente en zonas montañosas y húmedas. Se calcula que un ejemplar de dos metros de alto no tiene menos de 35 a 40 años de edad. Las ciclantáceas bien desarrolladas producen anualmente de 15 a 16 cabezas, también conocidas como mocochoas. En cada mocochoa se reúnen aproximadamente 20 pepas.

La producción mensual de animelas (discos para elaborar botones) comprende aproximadamente 450,000 gruesas (cada gruesa equivale a 150 discos de marfil vegetal). Para elaborar los discos de tagua, una obrera requiere aproximadamente de 3 a 4 segundos por unidad, llegando a producir 60 gruesas o fundas de 150 animelas cada una en un día normal de trabajo.

### **4.2.5. Época de Cosecha**

La planta tarda 10 años desde que se la siembra hasta coleccionar los primeros frutos y no se interrumpe la producción anual nunca. Ofrece 3 cosechas al año aproximadamente.

El trópico ecuatoriano favorece el desarrollo de la palma, de donde se obtiene los frutos o semillas de tagua. Para elaborar las artesanías, los frutos deben secarse al sol por un período de 1 a 3 meses, luego del cual habrán endurecido lo suficiente para ser trabajados. En la actualidad se trabaja en un proyecto de reforestación que permita a los artesanos asegurar una permanente provisión de materia prima en las localidades especialmente de la provincia de Manabí.

### **4.3. Estudio de mercado**

#### **4.3.1. Generalidades**

Los países desarrollados como EE.UU., son los mayores consumidores de las artesanías de Tagua por la manifestación de admiración y valoración de la combinación entre cultura y moda dentro de la infinidad de modelos y diseños de las mismas. Esto ha determinado que tanto productores como comerciantes vean en esos países nuevos nichos de mercado para este tipo de productos que sin mucha publicidad logran establecerse en mercados jamás imaginados.

En los últimos años en nuestro país se ha venido estimulando la creación de pequeñas microempresas exportadoras en las que se combine el trabajo en conjunto entre productores y comerciantes con el propósito de que estas artesanías continúen su proceso de acaparar mercados del primer mundo, especialmente de las ciudades más conocidas en los Estados Unidos.

#### **4.3.2. Análisis del mercado local**

Las Joyas elaboradas en Tagua se procesan en pequeños talleres de diversos tipos de souvenirs (recuerdos), las mismas que se utilizan en las tendencias de modas internacionales. Las fuentes naturales de tagua son pocas y de difícil acceso en la actualidad, pero debido a la importancia, la especie está siendo progresivamente introducida en los cultivos campesinos, en asociaciones agroforestales y silvopastoriles de la Costa, entre los 1000 y 1500 m s.n.m., donde toma cerca de 10 años para empezar la producción de frutos.

En la Provincia de Manabí, Rocafuerte es un cantón eminentemente agrícola, su desarrollo productivo se sustenta en actividades artesanales tales como la elaboración de sillas de tijera y perezosas, confecciones de Tagua y elaboración de dulces, en menor cantidad se dedica también a la producción de ropa, bordados y objetos de barro.

Alrededor de 600 artesanos de la población trabajan en los talleres. Antes se dedicaban a la agricultura. Hace 15 años la vida cambió en Sosote, una pequeña comunidad ubicada en el cantón Rocafuerte, provincia de Manabí, pues sus habitantes mejoraron sus ingresos económicos con el procesamiento de la tagua.

Esta actividad productiva surgió cuando los recursos que recibían los habitantes de esta población por la venta de sus productos agrícolas ya no eran suficientes para cubrir los gastos familiares. Por ello, el marfil vegetal, como también se conoce a la tagua, se convirtió en el principal ingreso de más de 600 artesanos, los cuales trabajan en grupos de ocho o quince personas en cada taller que existe en la localidad.

Para tener una idea precisa de la capacidad de trabajo y producción de las Microempresas Tagueras del Cantón Rocafuerte, en donde existen aproximadamente 15 talleres que elaboran artesanías de tagua; se trató de aproximar o cuantificar los recursos con que cuentan, es decir, su capacidad instalada, puesto que es el medio para el desarrollo de estos negocios artesanales.

Los sistemas o métodos de medición, son diferentes según la naturaleza de la Microempresa, en donde es imprescindible determinar el acondicionamiento según el tamaño de la misma y sus instalaciones en activos fijos (maquinarias), tomando en cuenta que estos intervienen directamente en el proceso productivo y que determina su capacidad de producción. El tamaño de sus instalaciones que poseen es de reducidas medidas que no van más allá de los 100 m<sup>2</sup>.

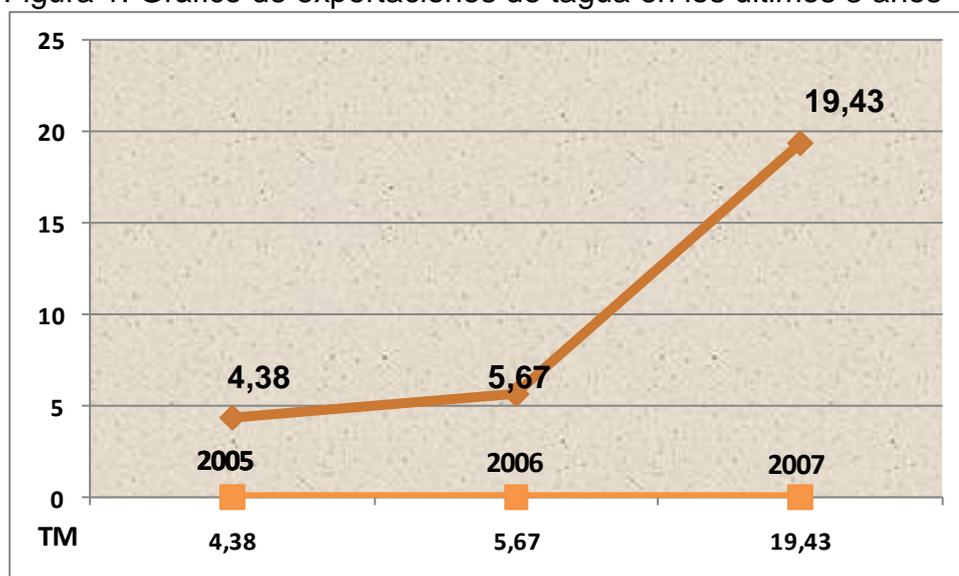
#### **4.3.3. Análisis de las Exportaciones de Artesanías de Tagua durante los últimos 3 años**

Cuadro1. Exportaciones de Artesanías de Tagua en Toneladas Métricas  
Periodo 2005-2007

Año	Total Exportaciones en TM
2005	4,38
2006	5,67
2007	19,43

FUENTE: Banco Central del Ecuador<sup>1</sup>  
ELABORACIÓN: El autor

Figura 1. Gráfico de exportaciones de tagua en los últimos 3 años



FUENTE: Banco Central del Ecuador  
ELABORACIÓN: El autor

En los últimos 3 años las exportaciones ecuatorianas de artesanías de tagua han presentado una tendencia al alza. Durante el periodo 2005-2009 el crecimiento no fue muy notorio, varió de 4.38 Toneladas Métricas en el 2005 a 5.67 Toneladas Métricas en el 2006. Esto representa una variación positiva del 29%. En el 2007 las exportaciones de este producto alcanzaron las 19.43 Toneladas Métricas y si las comparamos con las del año anterior (2006) éstas variaron en un 243% dando como resultado un aumento considerable en las exportaciones ecuatorianas de las artesanías de tagua.

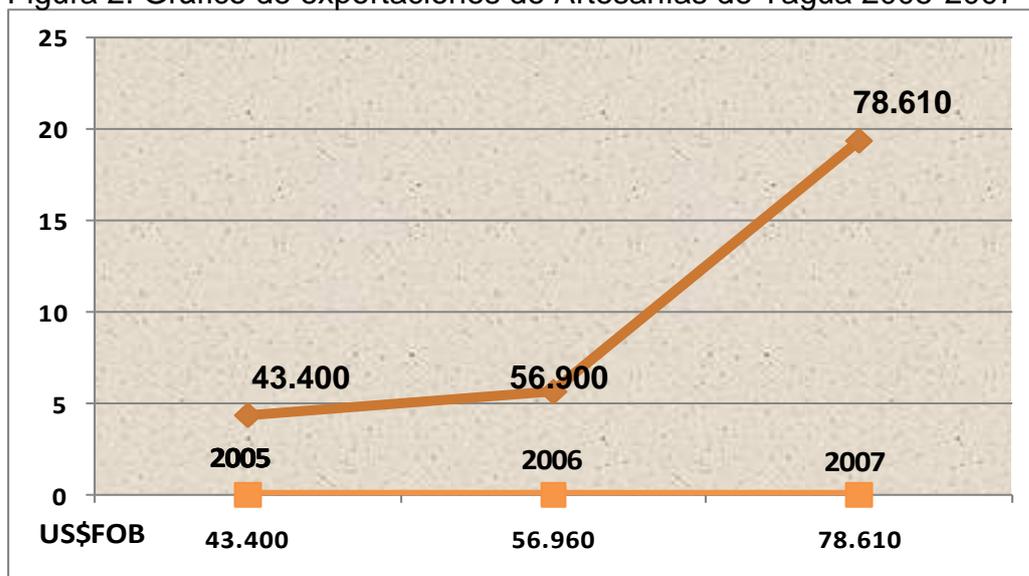
Cuadro 2. Exportaciones de Artesanías de Tagua en Miles de Dólares Periodo  
2005-2007

<sup>1</sup> www.bce.fin.ec

<b>Año</b>	<b>Total exportaciones en miles de dólares</b>
2005	43.400
2006	56.960
2007	78.610

FUENTE: Banco Central del Ecuador  
ELABORACIÓN: El autor

Figura 2. Gráfico de exportaciones de Artesanías de Tagua 2005-2007



FUENTE: Banco Central del Ecuador  
ELABORACIÓN: El autor

Con relación a los valores en dólares FOB de las exportaciones de artesanías de tagua podemos concluir que desde el 2002 hasta el 2004 han tenido un crecimiento constante, variando aproximadamente un 34% entre cada periodo, alcanzando en el último año los US\$ 78,610.

Cuadro 3. Exportaciones a Países desde el Ecuador

<b>País</b>	<b>Total Exportaciones en TM</b>	<b>Porcentaje %</b>
Colombia	11.17	57%
Corea del Norte	3.13	19%
EE.UU.	2.11	10%
España	1.15	8%
Francia	0.95	3%
Italia	0.95	3%
<b>Total</b>	<b>19.46 TM</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Banco Central del Ecuador  
ELABORACIÓN: El autor

El 57% de las exportaciones ecuatorianas de artesanías de tagua durante los últimos años fueron dirigidas a Colombia, este porcentaje representa 11.17 Toneladas Métricas y US\$ FOB 1,700. El siguiente país importador de este tipo de artesanías fue Corea del Norte con el 16% (3.13 TM) del total de las exportaciones de este producto. Luego tenemos a países como Estados Unidos, España, Francia, Italia, entre otros que también importan esta presentación de la tagua.

#### **4.4. Oportunidades de Comercialización en las ciudades de Provo y Salt Lake estado de Utah en los Estados Unidos de Norteamérica**

##### **4.4.1. Aspectos a considerar del Estado de Utah**

###### **4.4.1.1. Situación Geográfica**

Utah limita al norte con los estados de Wyoming e Idaho, al sur con Arizona y en un único punto en el sudeste con Nuevo México, al este con Colorado y al oeste con Nevada. La esquina sudeste de Utah se une a las esquinas de Arizona, Nuevo México y Colorado en lo que se conoce como "las cuatro esquinas" y es el único lugar en los Estados Unidos donde cuatro estados se encuentran.

###### **4.4.1.2. Relieve**

Utah se divide en tres grandes zonas geomorfológicas bien definidas: Las Montañas Rocosas ocupan el noreste del estado. Se caracteriza por su terreno montañoso, accidentado, y de gran altitud, y por ser la única cadena montañosa que discurre en sentido este-oeste. Las Montañas Rocosas son la zona donde se sitúa el punto más alto del estado, el Kings Peak, con 4.123 metros de altitud.<sup>2</sup> Diversos picos de las Montañas Rocosas superan los 3 mil metros de altitud en el estado. Aquí se sitúan gran parte de los bosques y de las estaciones turísticas de esquí de Utah.

#### **4.4.1.3. Clima**

El clima en la mayor parte de Utah —especialmente en el oeste— es desértico o semiárido. En invierno, la temperatura disminuye a medida en que se viaja al norte, y a medida en que la altitud de la región aumenta. En el general, la temperatura media está por debajo de 0 °C en la mayor parte de Utah. Solamente el extremo sur del estado posee temperaturas medias en los inviernos superiores a 0 °C.

En verano, las temperaturas más altas se registran en el este y en el norte de Utah. La media es de 27 °C en Salt Lake City y de 20 °C en el centro-sur del estado. La media de las mínimas es de 15 °C, y la media de las máximas es de 31 °C. A causa del clima desértico, los extremos son habituales en los veranos del estado —las máximas fácilmente superan los 40 °C y las mínimas fácilmente caen por debajo de 10 °C. La temperatura más alta registrada en Utah fue de 47 °C, en St. George, el 5 de julio de 1985.<sup>20</sup>

La mayor parte de Utah es árido y elevado. La mayor parte del este y del sur del estado recibe menos de 30 centímetros de precipitación media anual de lluvia por año, mientras que muchas áreas montañosas reciben más de 100 centímetros de precipitación media anual de lluvia. La mayor parte del oeste del estado recibe menos de 25 centímetros. La región del Gran Lago Salado es especialmente seca, recibiendo menos de 13 centímetros de lluvia por año.

#### **4.4.1.4. Demografía**

Cuadro 4. Crecimiento de la población

<b>Año</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Año</b>	<b>Habitantes</b>
1850	11.380	1930	507.847
1860	40.273	1940	550.310
1870	86.786	1950	688.862
1880	143.693	1960	890.627
1890	210.779	1970	1.059.273
1900	276.749	1980	1.461.037
1910	373.351	1990	1.722.850
1920	449.396	2000	2.233.169
		2007*	2.645.330
<b>(*) Estimación</b>			

FUENTE: Oficina del Censo de los Estados Unidos, *state population estimates- characteristics*, 1 de julio del 2007.  
ELABORACIÓN: Wikipedia<sup>2</sup>

El centro de la población (punto geográfico más cercano a todos los habitantes, por término medio) de Utah está localizado en el condado de Utah en la ciudad de Lehi.<sup>35</sup> A 1 de julio de 2007 la Oficina del Censo de los Estados Unidos estimó la población del estado en 2.645.300 habitantes, un incremento de 65.795 habitantes con respecto a la misma fecha del 2006.<sup>34</sup>

La mayor parte de la población vive en villas y ciudades a lo largo del Wasatch Front, una región metropolitana que discurre de norte a sur con la cordillera Wasatch que se eleva en el lado Este. El resto del estado es sobre todo rural y páramo. Utah tiene el porcentaje más alto de población que comparte una única afiliación religiosa que cualquier otro estado del país.

Cuadro 5. Raza y Ascendencia

<sup>2</sup> [www.es.wikipedia.org](http://www.es.wikipedia.org)

<b>Demografía de Utah</b>					
<b>Por raza</b>	<b>Blanca</b>	<b>Negra</b>	<b>AIAN*</b>	<b>Asiática</b>	<b>NHPI*</b>
<b>2000 (población total)</b>	95,20%	1,14%	1,84%	2,20%	0,97%
<b>2000 (Sólo hispana)</b>	8,62%	0,16%	0,26%	0,08%	0,05%
<b>2005 (población total)</b>	95,01%	1,32%	1,69%	2,40%	0,95%
<b>2005 (Sólo hispana)</b>	10,39%	0,23%	0,26%	0,10%	0,05%
<b>Incremento 2000–05 (población total)</b>	10,37%	28,78%	2,04%	21,00%	8,53%
<b>Incremento 2000–05 (sólo no hispana)</b>	8,09%	23,37%	0,78%	20,69%	8,43%
<b>Incremento 2000–05 (sólo hispana)</b>	33,30%	61,74%	9,53%	28,88%	10,45%
* AIAN es Nativo Americano o Nativo de Alaska; NHPI es Nativ Hawaiano o Isleño del Pacífico					

FUENTE: Oficina del Censo de los Estados Unidos, *state population estimates- characteristics*, 1 de julio del 2007.  
ELABORACIÓN: Wikipedia

Los mayores grupos de ascendencia del estado son:

9,0% Ingleses

11,5% Alemanes

6,8% Estadounidenses (la mayoría de ascendencia británica)

6,5% Daneses

5,9% Irlandeses

4,4% Escoceses

4,3% Suecos

Cuadro 6. Edad y sexo

<b>Edad</b>	<b>Población EE. UU.</b>	<b>% población EE. UU.</b>	<b>Población Utah</b>	<b>% población Utah</b>
<b>&lt; 5 años</b>	20.724.125	6,87	255.708	9,67
<b>de 5 a 13</b>	35.970.646	5,7	395.605	14,95
<b>de 14 a 17</b>	17.206.962	5,7	165.509	6,26
<b>de 18 a 24</b>	29.492.415	9,78	327.682	12,39
<b>16 años o &gt;</b>	236.468.212	78,4	1.912.595	72,3
<b>18 años o &gt;</b>	227.719.424	75,5	1.828.508	69,12
<b>de 15 a 44</b>	126.258.301	41,86	1.201.809	45,43
<b>de 45 a 64</b>	76.586.836	25,39	517.603	19,57
<b>&gt; 65 años</b>	37.887.958	12,56	233.982	8,85
<b>&gt; 85 años</b>	5.512.298	1,83	31.032	1,17
<b>Total</b>	301.621.157		2.645.330	

FUENTE: Oficina del Censo de los Estados Unidos, *state population estimates- characteristics*, 1 de julio del 2007.  
ELABORACIÓN: Wikipedia

Debido a su alto índice de natalidad total, Utah tiene la población más joven del país. El 49,9% de la población son mujeres y el 50,1% hombres.

#### 4.5. Principales ciudades

El gobierno de Utah divide las ciudades del estado en clases, que varían de acuerdo con la población de la ciudad en cuestión. Las de primera clase poseen más de 100 mil habitantes, las de segunda clase de 65 a 100 mil, las de tercera de 30 a 65 mil, las de cuarta de 10 a 30 mil, las de quinta de mil a 10 mil y las ciudades secundarias (towns), menos de mil habitantes.

Cuadro 7. Principales Ciudades

Posición	Ciudad	Población (2006)	Superficie terrestre (km <sup>2</sup> )	Densidad de población (/km <sup>2</sup> )	Condado
1	<u>Salt Lake City</u>	<b>178.858</b>	283	630	<u>Salt Lake</u>
2	<u>West Valley</u>	<b>118.917</b>	92	1.236	<u>Salt Lake</u>
3	<u>Provo</u>	<b>115.135</b>	103	1.106	<u>Utah</u>
4	<u>West Jordan</u>	<b>101.638</b>	80	1.143	<u>Salt Lake</u>
5	<u>Sandy</u>	<b>94.203</b>	58	1.551	<u>Salt Lake</u>
6	<u>Orem</u>	<b>92.176</b>	48	1.881	<u>Utah</u>
7	<u>Ogden</u>	<b>78.086</b>	69	1.137	<u>Weber</u>
8	<u>Layton</u>	<b>68.017</b>	54	1.153	<u>Davis</u>
9	<u>St. George</u>	<b>67.614</b>	167	385	<u>Washington</u>
10	<u>Taylorsville</u>	<b>60.100</b>	28	2.094	<u>Salt Lake</u>

FUENTE: Oficina del Censo de los Estados Unidos, *state population estimates- characteristics*, 1 de julio del 2007.  
ELABORACIÓN: Wikipedia

#### 4.6. Economía

Las grandes y elevadas cadenas montañosas, y la gran cantidad de precipitación de nieve por año, son una de las principales atracciones turísticas del estado.

Según datos de la Universidad de Utah el producto estatal bruto en 2005 fue de 92 mil millones de dólares o el 0,74% del Producto Interno Bruto de los Estados Unidos, que fue de 12,4 billones de dólares en ese año. La renta per cápita fue de 36.457 dólares en 2005.<sup>43</sup> La tasa de desempleo en 2008 fue del 4,3%.<sup>44</sup>

#### Sector primario

El comercio al por mayor y al por menor responde por el 16% del PIB del estado, y emplea aproximadamente a 293 mil personas. El turismo contribuye en gran medida en el sector comercial del estado, y es la principal fuente de renta de Utah. Una de las principales atracciones turísticas son las grandes cadenas de montañas propicias para la práctica del esquí, hecho que generó la construcción de diversos resorts de este deporte; otra gran atracción turística son las rocas que, debido a la acción de la erosión, fueron excavadas formando "puentes" rocosos, y el Gran Lago Salado —el mayor lago al oeste del río Misisipi, y que es más salado que el agua del mar.

### **4.7. Análisis y Resultados Estadísticos de la encuesta**

El señor Preston Carlson Goold facilitó desde los Estados Unidos de Norteamérica información muy básica sobre algunas de las tendencias y agrados del mercado o target al que se desea llegar con las joyas elaboradas en Tagua. A continuación se detalla el resultado de una encuesta realizada por el mencionado señor en los Estados Unidos de Norteamérica, en las ciudades de Provo y Salt Lake City a 100 mujeres en edades comprendidas de entre 18 a 40 años.

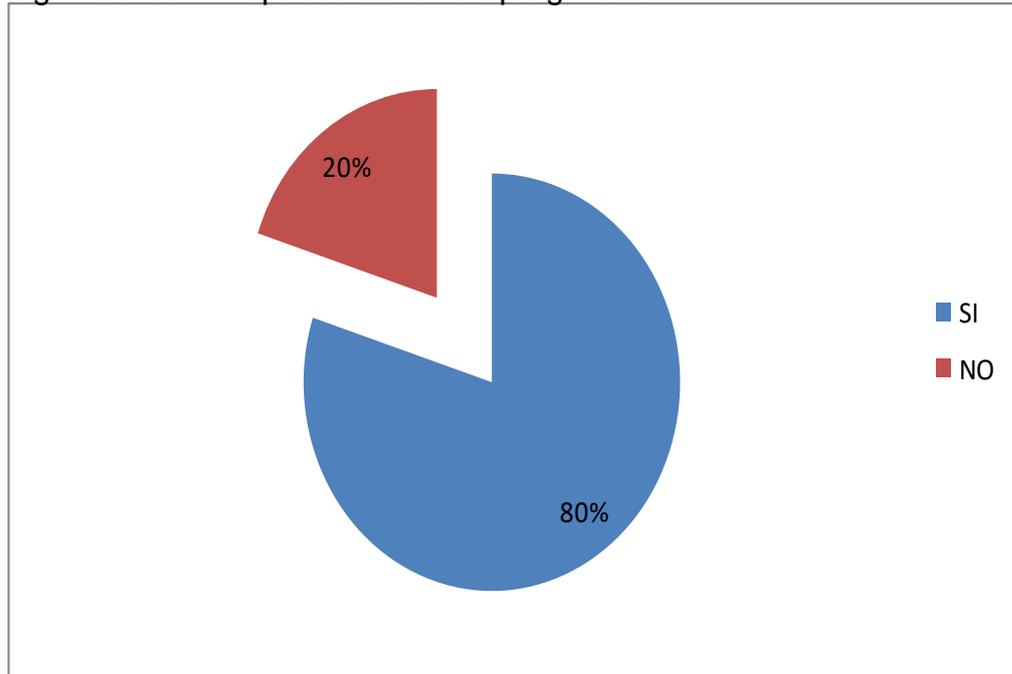
#### **4.7.1. Aceptación de Nuestros Productos**

Pregunta 1. ¿Le gustan los artículos importados del Ecuador?

Cuadro 8. Aceptación de Nuestros Productos

<b>INDICADORES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	80	80%
NO	20	20%

Figura 3. Análisis porcentual de la pregunta 1



FUENTE: Encuesta realizada por Preston Goold a 100 mujeres en Provo y Salt Lake City (UT, U.S.A.)  
ELABORACIÓN: El Autor

De las 100 mujeres encuestadas 80 contestaron que inclinan sus gustos por los productos ecuatorianos. Hay que destacar obviamente que todas las encuestadas conocen, han probado o usado por lo menos un producto originario del país lo que revela una gran aceptación por consumir lo nuestro

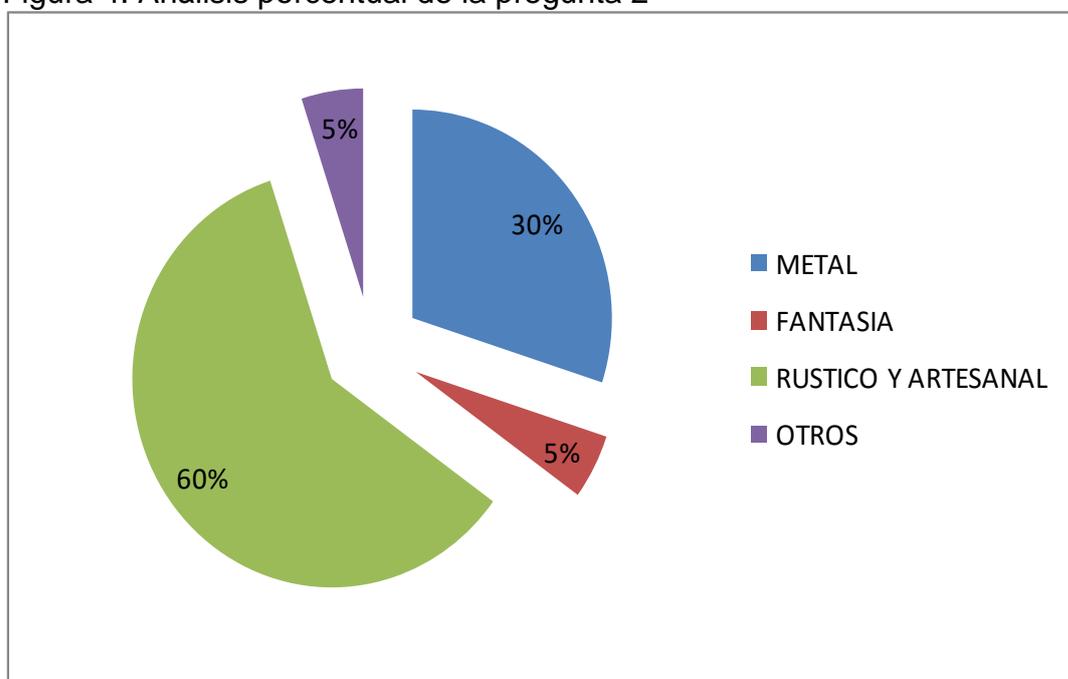
Pregunta 2. De la siguiente lista elija el material de la joya que usted podría estar dispuesta a adquirir:

Metal (oro, plata, etc.); Fantasía, Origen rustico e artesanal y Otros

Cuadro 9. Gustos por el material de la Joya

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Metal	30	30%
Fantasía	5	5%
Rustico y Artesanal	60	60%
OTROS	5	5%

Figura 4. Análisis porcentual de la pregunta 2



FUENTE: Encuesta realizada por Preston Goold a 100 mujeres en Provo y Salt Lake City (UT, U.S.A.)  
ELABORACIÓN: El Autor

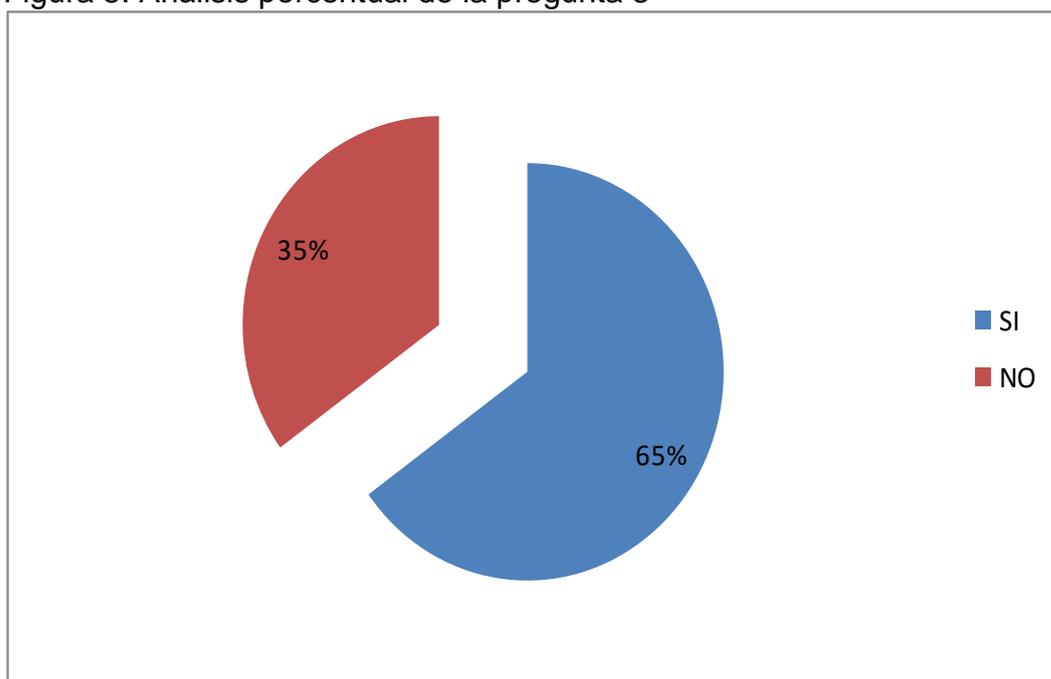
El 60% de las mujeres que participaron de la encuesta respondió que a la hora de elegir una joya se inclinan mucho por las de artesanías o estilo rustico. En segundo lugar las hechas de metal con un 30%. En conclusión se puede advertir, que a pesar de no tener valores exorbitantes las joyas elaboradas con material rustico y artesanal gozan de una gran aceptación en el mercado femenino-anglosajón

Pregunta 3. ¿Conoce o ha usado alguna vez artesanías o joyas elaboradas de tagua provenientes del Ecuador?

Cuadro 10. Conocimiento sobre las joyas hechas en Ecuador

<b>INDICADORES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	65	65%
NO	35	35%

Figura 5. Análisis porcentual de la pregunta 3



FUENTE: Encuesta realizada por Preston Goold a 100 mujeres en Provo y Salt Lake City (UT, U.S.A.)  
ELABORACIÓN: El Autor

Sobre el conocimiento que poseían las mujeres a la hora de realizar la encuesta por el señor Preston Goold, el 65% de ellas manifestaron que habían usado o por lo menos escuchado sobre las joyas elaboradas de Tagua proveniente de Ecuador, y el 35% contestaron que no conocían de las mismas

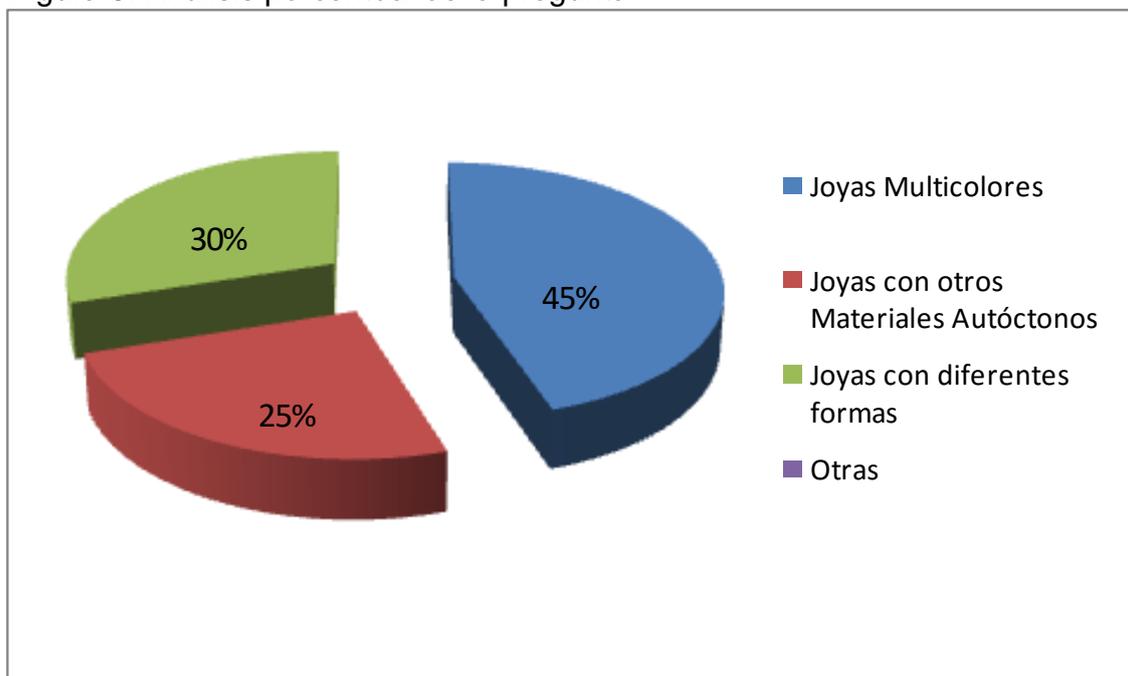
Pregunta 4. Subraye cuales son las tendencias y agrados de su preferencia al comprar joyas elaboradas en Tagua:

Joyas Multicolores; Joyas con otros materiales autóctonos, Joyas con diferentes formas y Otras

Cuadro 11. Gustos por las tendencias de joyas elaboradas en Tagua

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Joyas Multicolores	45	45%
Joyas con otros Materiales Autóctonos	25	25%
Joyas con diferentes formas	30	30%
Otras	0	0%

Figura 6. Análisis porcentual de la pregunta 4



FUENTE: Encuesta realizada por Preston Goold a 100 mujeres en Provo y Salt Lake City (UT, U.S.A.)  
ELABORACIÓN: El Autor

Las tendencias de las 100 mujeres encuestadas fueron el 45% por las tendencias multicolores; el 25% por los materiales autóctonos, el 30% por las diferentes formas. Esto indica que los gustos de las encuestadas se apegan mucho a los estilos que generalmente poseen las joyas elaboradas en tagua, por lo que se asume que estas tendrán una gran acogida

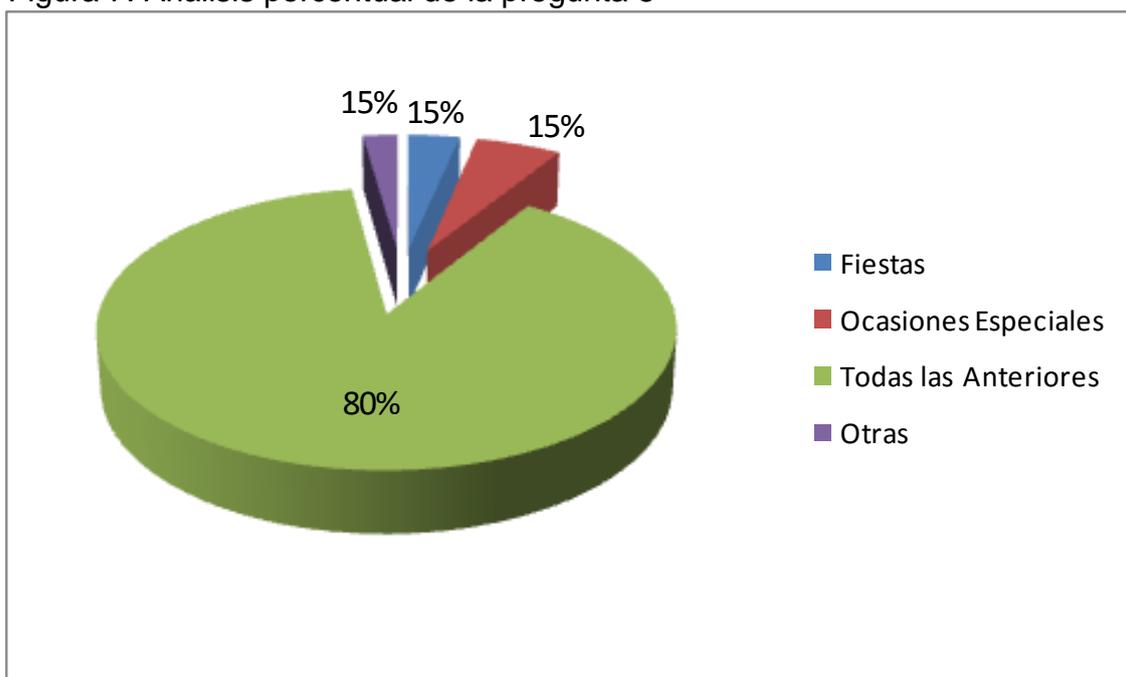
Pregunta 5. ¿En qué ocasiones usaría Ud. un trío (collar, pulsera y aretes) de Joyas elaboradas en Tagua?

Reuniones Familiares; Reuniones de amigos; Fiestas, Ocasiones especiales, Todas las anteriores y Otras

Cuadro 12. Ocasiones para lucir una joya elaborada en Tagua

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Reuniones Familiares	5	18%
Reuniones de Amigos	5	67%
Fiestas	3	15%
Ocasiones Especiales	5	15%
Todas las Anteriores	80	15%
Otras	2	15%

Figura 7. Análisis porcentual de la pregunta 5



FUENTE: Encuesta realizada por Preston Goold a 100 mujeres en Provo y Salt Lake City (UT, U.S.A.)  
ELABORACIÓN: El Autor

Las ocasiones en que las encuestadas usarían las joyas elaboradas en tagua tienen un resultado porcentual de que las usarían en fiestas, ocasiones especiales y otras un 15%. Y en forma general el 85% contestó que las usarían en cualquier ocasión al seleccionar la opción de todas las anteriores.

Pregunta 6. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar dependiendo el diseño por un trío de collar, aretes y pulseras de joyas elaboradas en tagua?

a) 25

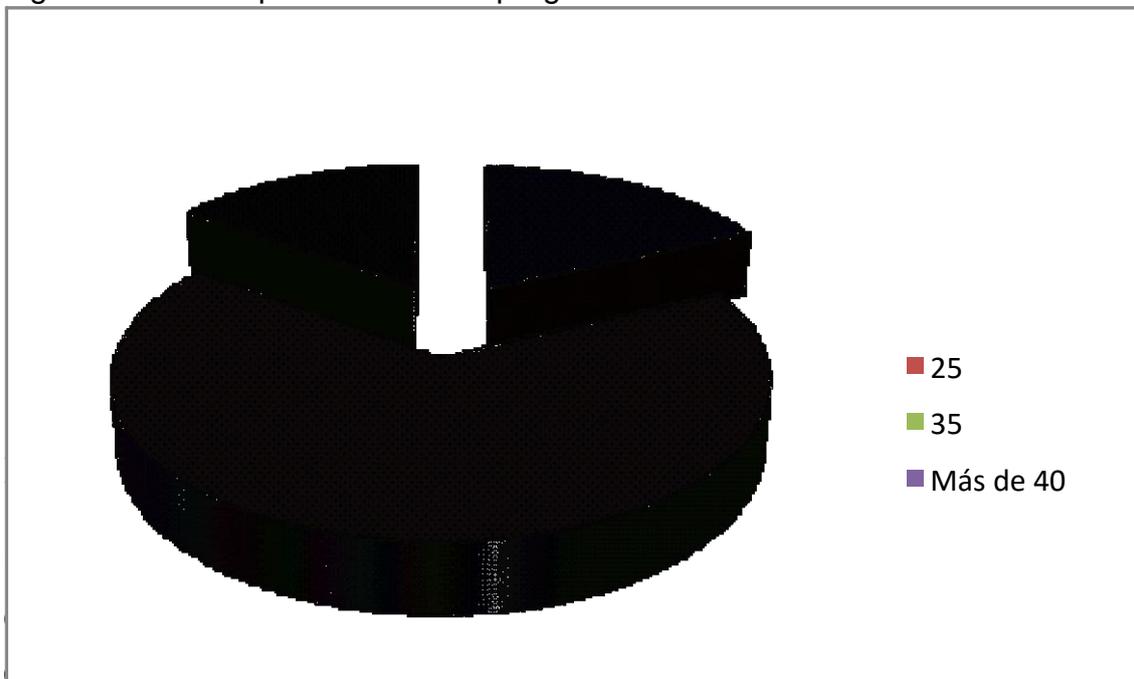
b) 35

c) Más de 40

Cuadro 13. Costo prevenido a pagar por las joyas elaboradas en Tagua

<b>INDICADORES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$25	18	18%
\$35	67	67%
Más de \$40	15	15%

Figura 8. Análisis porcentual de la pregunta 6



15% están de acuerdo en que el costo sea de \$40

#### 4.7.2. Interpretación de los datos

El siguiente extracto es la interpretación de los resultados por parte del señor Preston Carlson Gool. En Utah los costumbres son muchas, en el invierno

mucha gente va a esquiar en la nieve, van a campar y hacen fuegos pero por lo general quiere estar dentro de sus hogares porque hace bastante frio. En verano igual se puede acampar, escalar montañas, montar bicicletas e ir a las montañas, ir al lago para esquiar en el agua y muchas otras cosas. Los deportes son muy populares especialmente el futbol soccer, futbol americano y baloncesto. En el estado habitan 2´784.572 personas de los cuales 3.200 son hombres y más de 1´000.000 son mujeres

Están establecidos 30 condados y muchas ciudades. La comida por lo general es comida americana. Dentro del estudio se destaca que para llegar a las mujeres con el producto no es necesario tanto detalle del mismo, ya que muchas de las que fueron entrevistadas (entre ellas madres de mis amigas) demostraron conocer algo de las joyas elaboradas en Tagua.

Dentro de las estrategias de posicionamiento del producto en mi mercado se tiene como meta contar también con una página web para dar a conocer las características, modelos y detalles del producto no solamente en este estado, sino lograr extender el mercado meta ya que esta información ira de boca en boca (propaganda, publicidad no pagada)

## **4.8. Formas de exportar**

### **4.8.1. Procedimiento para exportar desde Ecuador**

#### **Declaración de Exportación**

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite y tramita la exportación.

#### **Documentos a presentar**

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte.

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

#### **Fase de Pre-embarque**

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

El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

#### **Fase Post-Embarque**

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque. Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque. Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI.

#### **4.8.1.2. Agente Afianzado de Aduana**

Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.

- Para los regímenes especiales.

#### **4.8.1.3. Requisitos para ser Exportador en la Aduana**

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web de la Corporación Aduanera (CAE).
- El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:
  - Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
  - Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

#### **4.8.2. Proceso de exportación usando el servicio de Los Correos Nacionales del Ecuador, programa “Exporta Fácil”**

##### **Requisitos**

- Estar registrado como exportador ante el Ministerio de Industrias y Competitividad MIPRO.
- El valor FOB no deberá exceder los USD 5.000 (cinco mil dólares americanos).
- El peso máximo deberá ser de 30 kilogramos (kg).
- Se podrá enviar cualquier producto a excepción de aquellos que se exporten vía aérea y sean clasificados en el Arancel Nacional como productos perecibles en estado fresco.

##### **Pasos para exportar**

- Llenar la solicitud de Declaración Aduanera Simplificada o DAS debe estar firmado por el remitente o exportador.
- El exportador deberá entregar la declaración simplificada Exporta Fácil junto con la mercadería a exportar en las oficinas de Correos del Ecuador, añadiendo la documentación reglamentaria necesaria.
- La persona en ventanilla se encargará de verificar y validar la información, y que toda la documentación se encuentre en regla y completa.

### **Documentos de acompañamiento**

1. Factura comercial, que contenga las debidas autorizaciones emitidas por el Servicio de Rentas Internas.
2. Formulario DAS Exporta Fácil y sus respectivas copias.
3. Autorizaciones previas en caso de que la mercadería lo requiera.
4. Certificado de origen si el importador desea sujetarse algún régimen liberatorio.
5. Cupón CORPEI.

### **4.9. Comprobación de la Hipótesis**

La Hipótesis planteada sobre la ejecución de un Plan de Exportación para el envío de joyas elaboradas en tagua desde nuestro país hacia el estado de Utah en los EE.UU., permite señalar lo posible, económico y rentable que es exportar estas artesanías al mercado internacional. A continuación en el cuadro #14 se detalla el pedido que se realizó en Noviembre del 2009. Por ello se consideró la ejecución de esta propuesta, usando el programa “Exporta Fácil” del Correo Nacional

Cuadro 14. Pedido de Tagua enviado a los EE.UU. al señor Preston Goold

<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
COLLARES DE MUJERES	430
ANILLOS	50
NACIMIENTOS	50
NACIMIENTOS 3 PIEZAS	40
DIJES COLGANTES	25
CALADOS NAVIDEÑOS	40
MASAJEADORES TRIPODES	12
COLLARES UNISEX	12
LLAVEROS TORTUGAS	6.50
MUÑEQUITOS PARA CELULARES	7
HAMACAS	54
ENVIO	176
PASAJES A PORTOVIEJO Y TAXIS	47
<b>TOTAL</b>	<b>949.50</b>

FUENTE: El Autor  
ELABORACIÓN: El Autor

Con este programa se prevé ejecutar de una mejor manera esta microexportación con todas las facilidades y accesos del Correo Nacional que está dando en la actualidad junto al Ministerio de la Producción y otras entidades gubernamentales que hacen posible que pequeños comercializadores como yo, crucemos las fronteras e introduzcamos estos productos artesanales en los mercados extranjeros.

En conclusión la Hipótesis es comprobada por las condiciones y beneficios que se han detallado, resaltando que se lograra aprovechar todos los recursos con los que se cuenten para ejecutar este proyecto de exportación

## V. DISCUSIÓN

Uno de los aspectos importantes del presente trabajo investigativo, era encontrar asociaciones entre los requerimientos actuales de exportación en el Ecuador y como podrían influir estos en el planteamiento de un plan de exportación de joyas elaboradas en Tagua. El trabajo de campo demuestra que efectivamente dichos procesos han entrado en una etapa de mejoramiento en nuestro país, con la finalidad de incluir en estos procesos de exportación a aquellos artesanos, productores y comercializadores de productos no perecibles en pequeña y mediana escala

Para Bengoechea(2002) las exportaciones son las Venta de bienes y servicios de un país al extranjero, denominando las visibles, cuando se refieren a bienes, e invisibles cuando dan lugar a pagos de personas de otros países a los residentes ampliándola a veces para designar los intereses sobre préstamos, movimientos bancarios, dividendos, fondos de emigrantes, legados y donaciones e inclusive también al turismo, pues esta actividad puede considerarse como la exportación de un servicio a residentes en el extranjero que ocasiona un pago por parte de éstos.

De acuerdo con esta concepción, existen dos denominaciones de exportación, visibles e invisibles. En ambas se debe tomar en consideración que para el Ecuador, debería ser importante exportar tanto bienes (artesanías, alimentos, etc.) como también servicios como el Turismo que actualmente es una de las áreas con más tendencia a seguir en aumento ya que con el fenómeno de la Globalización la cultura se ha convertido en un producto

Muñiz (2007) sostiene que en el intercambio de bienes o servicios entre personas de distintos países se benefician tanto la nación que vende, o exporta, como la que compra, o importa, al igual que en el comercio interno, porque cada una posee ventajas comparativas particulares que se traducen en costos comparativos diferentes. Por ello es importante que se genere entre los pequeños productores y microempresarios ecuatorianos un espíritu activo de

llevar a la práctica el comercio exterior, ya que a estese le atribuye una buena parte del crecimiento económico contemporáneo.

Rivadeneira (2003) mantiene en términos generales, que los procesos necesarios para llevar los bienes o servicios del productor al consumidor necesitan imperiosamente que se lleven a cabo antes de su comercialización actividades como la investigación de mercados para conocer las necesidades de los individuos, sus hábitos de consumo y la posible aceptación de nuevos productos; publicidad, para difundir y estimular las ventas.

Por esto dentro de la investigación de campo se ratificó la necesidad de crear un Plan de Exportación que cumpla con todos los requerimientos establecidos en las leyes del nuevo programa de Exporta Fácil instituido por el gobierno logrando ejecutar en un corto plazo la meta de llevar artesanías de Tagua desde nuestro país a los EE.UU., sin considerar si esta actividad se producirá en pequeña o gran escala

Para Ferrell y Hartline (2006) los gobiernos deben aplicar controles por lo general a la calidad técnica o sanitaria de los bienes que se exporten y no deben limitar las exportaciones con controles que no tengan la finalidad de facilitar dichas actividades. Las barreras arancelarias reducen las oportunidades que podamos tener los microexportadores a la hora de planificar el envío de un producto al extranjero

Los beneficios para quienes usemos el novedoso servicio del Correo del Ecuador llamado "Exporta Fácil" serán tarifas competitivas ya que los precios establecidos por la exportación de mercadería son muy convenientes; empaques gratuitos abaratando costos de presentación; seguro para que el envío llegue sin complicaciones; mercadería en el domicilio de la persona en el país extranjero (en este caso el señor Preston Carlson Goold en los EE.UU.), créditos, descuentos corporativos, seguimiento de los envíos hasta su destino final y entrega de paquetes cerrados

Heras Del Rosario (2008) afirma que un plan de exportación es la herramienta apropiada para equilibrar las exigencias vinculadas a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características esenciales al producto o servicio que una empresa desea ofrecer

El Plan de exportación provee de elementos que permiten programar las adecuaciones tanto administrativas como el análisis sobre: producto/servicio; mercado objetivo y su evaluación financiera para garantizar la viabilidad del proyecto.

Entonces, esta herramienta se hace fundamental en la presente investigación, ya que al ser la hipótesis misma planteada al principio, los resultados han demostrado que exportar en una forma planificada y organizada genera más competitividad, acelera la apertura de nuevos mercados y dinamiza la comercialización de los productos en este caso nuestras joyas elaboradas de Tagua.

La hipótesis que se planteó, durante todo el proceso investigativo, fue justificada, sustentada y verificada, en virtud de que la ejecución de un Plan de Exportación para el envío de joyas elaboradas en tagua desde nuestro país hacia el estado de Utah en los EE.UU., es posible en un corto plazo utilizando el programa de “Exporta Fácil” que ha sido planteado y diseñado por las autoridades de turno, para evitarnos trámites burocráticos a los futuros microexportadores, demostrando de este modo la perspectiva económica que genera exportar las mencionadas artesanías al mercado internacional. En conclusión la hipótesis se acepta.

## VI. CONCLUSIONES

- La opción “Exporta Fácil” de los Correos Nacionales del Ecuador es un conjunto de soluciones que ha sido creada con el fin de ayudar a que los pequeños y medianos exportadores que deseen exportar sus mercaderías utilicen un sistema simplificado de exportaciones por medio de envíos postales a través del Correo
- Las políticas establecidas en el programa “Exporta Fácil” facilitan los procesos logísticos de comercio internacional logrando aumentar de esta manera el ingreso de divisas por las exportaciones a nuestro país y formalizando e incrementando las pequeñas y medianas empresas exportadoras en el mercado internacional
- La estrategia fundamental dentro del Plan de Exportación es la comercialización y venta de las joyas elaboradas en Tagua enviadas desde Ecuador a los EE.UU. por el señor Preston Carlson Goold en el estado de Utah en las ciudades de Provo y Salt Lake City por ser sus lugares de residencia actualmente
- Los costos de exportación usando el programa “Exporta Fácil” del Correo Nacional son muy beneficiosos y rentables para los pequeños y medianos exportadores ya que uno de los objetivos principales de este programa es favorecer a ese sector minoritario con la oportunidad de enviar sus productos al exterior
- Los pequeños y medianos exportadores pueden hacer uso de los beneficios de este programa mientras sus envíos no excedan el valor FOB que son \$5.000 (cinco mil dólares americanos) y el peso máximo que no debe ser más de 30 kilogramos.

## VII. RECOMENDACIONES

- Utilizar el programa “Exporta Fácil” del Correo Nacional por ser una solución que el gobierno ecuatoriano ha implementado en estos últimos meses para implantar en los comerciantes minoristas una visión de pequeños exportadores que logren beneficios personales y ayudan a que su país también sea favorecido de sus actividades.
- Aplicar eficazmente cada uno de los pasos requeridos dentro de este programa del Correo Nacional que favorece con tarifas competitivas, empaques gratuitos, seguros, mercadería en el domicilio, créditos, descuentos corporativos, seguimiento de los envíos y entrega de paquetes cerrados a cada uno de los futuros microexportadores que lo usen.
- Planificar junto al señor Preston Carlson Goold la expansión de la comercialización de las joyas elaboradas en Tagua en un corto plazo a otras ciudades dentro del estado de Utah y a otros estados de los EE.UU. con el propósito de acrecentar nuestro mercado meta y maximizar ingresos
- Obtener el registro como exportador ante el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIPRO) e información acerca del Régimen Impositivo Simplificado (RISE) para aprovechar las ventajas del mismo como microexportador y cumplir la leyes que están establecidas en este campo
- Planificar estratégicamente los pedidos que se le enviaran en el futuro al señor Preston Carlson Goold a los EE.UU. para que siempre coincidan con el valor y el peso que están establecidos dentro de este programa del Correo Nacional a fin de evitar problemas y contratiempos

## **VIII. PROPUESTA**

### **8.1. Título**

“Plan de Exportación de Joyas elaboradas en Tagua a las ciudades de Provo y Salt Lake City, Estado de Utah en los Estados Unidos de Norteamérica año 2001”

### **8.2. Alternativa de Exportación**

Para el presente plan de exportación se ha optado por la alternativa de los Correos Nacionales en el Ecuador llamada Exporta Fácil la cual es un conjunto de soluciones dirigidas a las pequeñas y medianas empresas que desean exportar sus mercaderías utilizando un sistema simplificado de exportaciones por medio de envíos postales a través de Correos del Ecuador. Todo esto ayuda a que se pueda reducir el tiempo y los trámites que debo realizar actualmente para la exportación de productos.

Dentro de este servicio solamente se podrá exportar mercaderías con un peso máximo de 30 kilogramos y un valor FOB (franco a bordo o puerto de carga convenido) declarado por envío de hasta \$5000

#### **8.2.1. Beneficios**

Las características adicionales o beneficios para quienes exporten con este servicio son las siguientes:

- Tarifas competitivas
- Empaques
- Seguro
- Crédito para clientes empresarial
- Descuentos corporativos
- Seguimiento en línea de los envío

- El paquete o envío se recibe cerrado

Adicionalmente, el país obtiene beneficios en general como los que se detallan a continuación:

- Simplificación de procesos logísticos de comercio internacional.
- Simplificación en el trámite de documentación y pago de impuestos necesarios
- Ingreso de divisas por el aumento de las exportaciones.
- Motivación para la formalización de empresas exportadoras.
- Mayor participación de las micro, pequeñas y medianas empresas en el mercado internacional.
- Crecimiento del número de mercados de destino de las exportaciones de cada región.
- Incremento del número de productos exportados de cada región.
- Posibilidad de realizar exportaciones desde cualquier parte del país.

Por todo lo detallado, este procedimiento se considera el más factible y conveniente para enviar las joyas elaboradas de tagua, ya que representa una alternativa con la que se puede contar a la hora de evitar tantos procedimientos burocráticos y consolidarse como un micro empresario con visión a crecer y obtener beneficios y rentabilidad económica

### **8.3. Justificación**

Al realizar este trabajo se a tomado en consideración que el mercado de artesanía de tagua, tanto en nuestro país como en el resto del mundo tiene una gran aceptación debido a la habilidad y a la gran variedad de figuras y joyas elaboradas en tagua, lo que ha permitido colocarnos, basándome en algunas estadísticas como uno de los países que ocupa los primeros lugares en exportaciones de artesanías de tagua.

El plan de exportaciones “Exporta Fácil”, de los Correos Nacionales del Ecuador, es una iniciativa del gobierno para favorecer con un conjunto de

soluciones orientadas a las pequeñas y medianas empresas artesanales que desean exportar sus mercaderías, utilizando un sistema simplificado de exportaciones por medio de envíos postales a través de Correos del Ecuador

Con “Exporta Fácil”, el país simplifica los procesos logísticos de comercio internacional, aumenta el ingreso de divisas por las exportaciones, formaliza las empresas exportadoras e incrementa la participación de las pequeñas y medianas empresas en el mercado internacional

Se aspira en un futuro no solo ser exportador de artesanía de tagua sino de una gama de productos producidos y elaborados en el Ecuador y así mejorar la posición económica del país y brindar posibilidades de fuente de empleo para otras personas, ya que con esfuerzo y buena voluntad siempre se alcanza todos los objetivos propuestos.

#### **8.4. Fundamentación**

El fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal y microempresarial del Ecuador se van a proyectar en el exterior a través del sistema Exporta Fácil. La meta del proyecto es sacar este nuevo servicio, al mercado internacional de las exportaciones, cumpliendo los plazos establecidos en los procesos y subprocesos, considerando que este plan va en la línea de generación de nuevas plazas de empleo y combate a la pobreza.

Esta iniciativa se remonta en el año 2004, cuando en el marco de la Iniciativa de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA), entidad creada en el año 2000 en la Primera Cumbre de Presidentes de América del Sur, se incluyó “Exporta Fácil” en una cartera de 31 proyectos de alto impacto para el proceso de construcción de la integración suramericana. El proyecto, impulsado por Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA) y constituido en el Brasil desde hace ocho años, apunta a simplificar las exportaciones por envíos postales para pequeñas y medianas empresas.

Según los registros de la Federación de Cámaras de la Pequeña Industrial, en el país existen 50 mil empresas entre pequeñas y medianas, de las cuales 600 serían beneficiadas con este proyecto, cuyo objetivo es mejorar la productividad y competitividad mediante la inserción a los mercados internacionales.

Además del Ecuador, en el proyecto intervienen Perú y Uruguay al aportar cada país un monto de \$300 mil, mientras que el lirsá hará una inversión de \$2,7 millones (\$900 mil para cada país) favoreciendo a infinidad de microempresas y microempresarios a nivel nacional. Los artesanales, los añorados por los ecuatorianos fuera del país.

Este plan permite el crecimiento del número de destinos en varias regiones del mundo, agrega el número de productos exportados, posibilita la realización de exportaciones desde cualquier parte del país y generación de empleo. Por ejemplo, se espera que los montos individuales de las empresas exportadoras sumen de \$2 000 a \$20 mil.

En Ecuador este plan de exportaciones para microempresarios cuenta con el respaldo del Ministerio de Industrias, Correos del Ecuador, la Corporación Aduanera Ecuatoriana, Federación Nacional de Pequeñas Industrias, entre otros organismos

El servicio de “Exporta Fácil” establece que podamos exportar mercaderías con un peso máximo de 30 kilogramos con un valor FOB (franco a bordo o puerto de carga convenido) de envío hasta de \$2.000, además, los trámites para las exportaciones serán reducidos. La parte operativa del proyecto la asume Correos del Ecuador, conjuntamente con la Corporación Aduanera Ecuatoriana, y la Policía Antinarcóticos.

En resumen, la logística de este plan de los Correos Nacionales del Ecuador esta muy bien organizada logrando de esta forma cumplir con su meta inicial, que es de ayudarnos a crecer como microempresarios con una visión de

pequeños exportadores que ayudan a que su país también sea favorecido indirecto de sus actividades.

## **8.5. Objetivos**

### **8.5.1. Objetivo General**

Recomendar la aplicación el Plan de Exportación de Joyas elaboradas en Tagua a las ciudades de Provo y Salt Lake City, Estado de Utah en los Estados Unidos de Norteamérica año 2011, usando el servicio de correos nacionales con su programa Exporta Fácil para lograr un incremento porcentual en los envíos

### **8.5.2. Objetivos Específicos**

- Establecer la importancia del mercado de los Estados Unidos de Norteamérica como un mercado anglosajón que tiene una gran aceptación de artesanías autóctonas de países como Ecuador
- Diseñar los lineamientos estratégicos del plan de exportación de Joyas elaboradas en Tagua al mercado Norteamericano para determinar su rentabilidad económica del 200% en un corto plazo
- Plantear la posibilidad en aumentar la rentabilidad de los ingresos en un 200% y mantener los costos al usar el servicio de correos nacionales con su programa Exporta Fácil

## **8.6. Importancia**

Los estudios de mercados señalan que Estados Unidos es el primer importador de joyas del mundo con el 23% de participación al 2008 siendo el mayor mercado de productos del mundo y el país que más gasta en artículos de joyería y artesanías, convirtiéndose en destino prioritario para nosotros los

microexportadores y los artesanos ecuatorianos del cantón Rocafuerte, parroquia Sosote, provincia de Manabí

Esta tendencia supone una oportunidad para este proyecto ya que en los últimos tiempos se ha venido intensificando el ingreso con nuevas propuestas de joyería artesanales elaboradas en materiales como la Tagua. Por ello se hace muy elemental tener un representante en el país, por cuanto la comercialización en menudeo y de persona a persona garantiza mucho más el producto, que en este caso ya cuenta con muchas propiedades a su favor como la del contacto visual con el cliente mismo.

### 8.7. Posibilidad

Cuadro 15. Total de exportaciones años 2009-2010

<b>AÑO DE EXPORTACIONES</b>	<b>TOTAL TM</b>	<b>TOTAL MILONES DE DOLARES</b>
2008	1,3	7,6
2009	1,45	8,1

FUENTE: Banco Central del Ecuador<sup>3</sup>  
ELABORACIÓN: El autor

Cuadro 16. Total de exportaciones años 2009-2010

<b>PRINCIPALES DESTINOS</b>	<b>PRINCIPALES OBJETOS DE EXPORTACION</b>
EE.UU.-España	Joyas (Collares, Aretes, Pulseras)
China-Colombia	Animelas, Botones, etc.

FUENTE: Banco Central del Ecuador  
ELABORACIÓN: El autor

La posibilidad de este Plan de Exportación se ve reflejada en los últimos años ya que las joyas elaboradas en Tagua han logrado una incidencia en su evolución, desarrollado un papel importante en el plano social y cultural de nuestro país, por generar ingresos a miles de familias, al mismo tiempo que la artesanía contribuye a la conservación y revitalización de la cultura autóctona.

Existe una demanda de bisuterías elaboradas en tagua del 80%según resultados de la encuesta realizada por el señor Preston Goold por lo que se

<sup>3</sup> www.bce.fin.ec

concluye que es factible desde el análisis de mercado en donde un porcentaje significativo del target (sólo mujeres se encuestaron) están dispuestas a adquirir las bisuterías, demostrando absoluto interés en adquirir las bisuterías

### **8.8. Antecedentes**

La ideas de enviar joyas elaboradas en tagua a los EE.UU. empezó hace un año en el mes de Agosto cuando mi amigo el señor Preston Carl Goold que vivió por 2 años en el Ecuador me contacto para comentarme de sus deseos de adquirir los productos elaborados en Tagua, ya que no había tenido la oportunidad de adquirirlos durante su permanencia en el país.

Después de explicarme sus gustos por estas artesanías, empezamos a desarrollar la idea de hacer de este plan un negocio en el que se pueda enviar desde nuestro país a los EE.UU. collares, que mi migo Preston se encargaría de comercializarlos entre sus amistades en su lugar de residencia que en se entonces era en el estado de California en la ciudad de Sacramento

En esta etapa, empecé a buscar contactos que me guíen hacia los mismos productores y artesanos para conocer precios y estudiar los más convenientes para ambas partes. Cuando logre obtener la mercadería, mi amigo me envió unos 1000 dólares por la empresa DHL y viaje a la parroquia Sosote en la provincia de Manabí. Ahí conocí al señor Johnny Coveña que me ofreció joyas muy bien elaboradas y de buena calidad. Llegamos a un acuerdo de adquirir las joyas en trío, es decir colares, pulseras y aretes.

Este envío lo realice por el Correo Nacional teniendo ciertas dificultades por ser la primera vez. Los empleados del Correo me informaron sobre un programa que el gobierno estaba impulsando para ayudar a microexportadores a enviar productos desde nuestro país, que tengan ciertas características.

Al final, luego de averiguar aquellas características, estudiamos con mi amigo la posibilidad de empezar este negocio, que después de un análisis y estudio

se llegó a la conclusión que era muy factible y beneficioso en todo aspecto, por que existían las posibilidades de exportarlo sin cumplir con muchos trámites burocráticos.

## **8.9. Plan de trabajo**

En esta parte se detalla cada uno de los pasos desde el momento en que se realizan los pedidos hasta su llegada de los mismos a los Estados Unidos.

### **8.9.1. Localización**

El presente Plan de Exportación se desarrolla principalmente en la Parroquia Nicolás Infante, calle 24 de Mayo y 25 de diciembre # 514 en la ciudad de Quevedo provincia de Los Ríos.

En el proceso del negocio también se incluyen otros lugares. Primero la parroquia Sosote Km. 10,5 vía a Crucita, en el cantón Rocafuerte en la provincia de Manabí, desde donde se producen las joyas en los talleres del señor Johnny Coveña, principal y único proveedor, y en segundo lugar donde se envía el producto que es en los EE.UU., en el Estado de Utah, en las ciudades de Provo y Salt Lake City donde el señor Preston Carl Goold es el encargado de su respectiva comercialización y venta al mercado en donde se colocaran las joyas.

### **8.9.2. Datos generales**

Con el objetivo de apoyar a las micros, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), para que accedan a mercados internacionales, empezó a funcionar Exporta Fácil, que consiste en la transferencia de conocimientos para facilitar la exportación de los productos elaborados por pequeños comerciantes que no manejan grandes volúmenes.

En este Plan de Exportación, están vinculadas entidades como el Mipro, Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), Policía Nacional, Correos del Ecuador, Servicio de Rentas Internas(SRI), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).Una de las ventajas es que se elimina la tramitología ya que el microexportador o el artesano antes tenían que realizar los trámites en el SRI, la CAE y otras instituciones; hoy, simplemente, deben dejar sus productos en Correos del Ecuador y la empresa se encarga de todo

Este programa de correos nacionales ha logrado sistematizar el proceso para llevar un control electrónico del trámite. Este nuevo servicio es parte de la modernización de la entidad, que ahora es una entidad adscrita al Ministerio de Telecomunicaciones

### **8.9.3. Identidad Microempresarial**

#### **8.9.3.1. Misión**

Entregar productos artesanales de calidad y ser responsables en cumplir con nuestros socios, para satisfacer necesidades a todos los clientes.

#### **8.9.3.2. Visión**

Ser uno de los principales microexportadores de artesanías del país, propósito que se alcanzará con responsabilidad, esmero y esfuerzo basándonos en nuestra eficiencia y eficacia a la hora de cumplir con nuestro trabajo

#### **8.9.3.3. Valores Institucionales**

Algunos de los valores que se tomaran en consideración para la ejecución y consolidación definitiva de este Plan de exportación serán:

**La Responsabilidad social** abarcando aspectos internos y externos. Los internos como mis colaboradores (productor y comercializador) y los externos, con nuestros clientes en el entorno donde se comercializaran las joyas

**La Predisposición** para atender los procesos del trabajo personalmente y lograr acrecentar el negocio de exportaciones de joyas elaboradas en Tagua respetando los plazos establecidos para llegar a nuevos mercados

**La Creatividad** como un valor que se necesita para la resolución de problemas que vayan surgiendo en los procesos del plan de exportación

**La Innovación** que logra darnos la capacidad para realizar cosas distintas, que generen mayor valor económico ya como la de estar en condiciones de lanzar otras novedades, manteniéndose a la vanguardia.

**La Honestidad** porque si la incluimos en las decisiones y acciones que tomamos día a día resultaran en beneficios propios y directos (clientes, empleados, accionistas y familia) en el corto o mediano plazo, obteniendo toda una ganancia justa.

#### **8.9.4. Caracterización del producto**

Lo que se exporta es todo lo imaginable en Joyas y Bisutería de Tagua, desde piezas y partes para armar su propia joyería artesanal, hasta una completa línea de hermosos collares y aretes de tagua, anillos de tagua, pulseras de tagua y demás joyas, elaboradas por las manos de un grupo de habilidosas artesanas ecuatorianas. Las joyas son de excelente calidad en acabados, tinturados y pulidos de una gran variedad de colores, en diversas formas, excelentes piezas ecológicas para joyas ecológicas

#### **8.9.5. Aspectos legales para su funcionamiento**

##### **8.9.5.1. Registro como exportador ante el Ministerio de Industrias y Competitividad MIPRO**

El Ministerio de Industrias y la Producción (MIPRO), a mediados de Diciembre abrirá una página web para establecer los mecanismos y lineamientos que deberán cumplir los interesados en registrarse como microexportadores y cumplir con uno de los requisitos para beneficiarse del programa “Exporta Fácil” del correo Nacional

Me logre contactar con la señorita Andrea Cisnero, encargada de coordinar este programa y me confirmó que mi nombre estaba incluido en la lista para contactarme con anticipación para registrarme y poder exportar artesanías al exterior como microexportador

#### **8.9.5.2. Régimen Impositivo Simplificado**

Las autoridades del Ministerio de Producción del Ecuador (MIPRO), están en negociaciones actualmente con el SRI para incluir en el programa del RISE a los microexportadores que se acojan al proyecto de exportación “Exporta Fácil” del Correo Nacional. Este Régimen Simplificado se incorporó a partir del 1 de agosto de 2008. Para inscribirse se lo hace en cualquier oficina del SRI a nivel nacional o a través de brigadas móviles, adicionalmente se dispone del servicio de preinscripción vía Internet, luego se deberá acercarse a una ventanilla exclusiva para culminar el proceso de inscripción al RISE

Las condiciones y requisitos que deberé cumplir para acogernos al RISE son:

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2010 equivale a 8910 USD
- No dedicarme a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

#### **Requisitos:**

- Presentar el original y copia de mi cédula de identidad o ciudadanía
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses)

### 8.9.5.3. Estructura organizacional

Figura 9. Esquema de Organización



#### **8.9.5.4. Recursos tecnológicos, humanos y financieros**

Los recursos son los siguientes para llevar a cabo este Plan de Exportación

##### **a) Humanos**

El señor Johnny Coveña artesano-productor de las joyas elaboradas de tagua en la parroquia Sosote, cantón Rocafuerte provincia de Manabí

Mi persona, Máximo Fernando Tubay Moreira, encargado de la compra, embalaje y envío del producto a las ciudades de Provo y Salt Lake city, estado de Utah en los EE.UU. y

Preston Carlson Goold en los EE.UU. que será la única persona encargada de recibir el pedido y luego de su comercialización en los mercados de las ciudades

##### **b) Tecnológicos**

Celular, Internet, Redes sociales, teléfono convencional, etc.

##### **c) Financieros**

Los recursos Financieros que se usan en el proceso de exportar es el giro que se recibe por el señor Preston Carlson Goold desde los EE.UU., es decir el negocio se lo desarrollará bajo el sistema de bajo pedido

#### **8.9.6. Proceso de pedido a los productores**

Este proceso lo realizo directamente sin uso de intermediario. Primero coordino una reunión con el señor Johnny Coveña en su taller en la parroquia Sosote. Luego realizo el viaje al sector mencionado, en donde selecciono de una variedad de modelos las joyas exactas que satisfagan los gustos del consumidor final en EE.UU.

#### **8.9.7. Pedido del producto**

El pedido se lo realiza y se lo cierra con el dueño de los talleres que es el señor Coveña. En el pedido, las joyas son elaboradas según las variedades de colores, modelos y diseños de lo que desean en EE.UU. Después de esto, se espera un lapso de tiempo de máximo una semana para que el pedido este listo sin demora y contra tiempo.

#### **8.9.8. Forma de Presentación**

Luego de que la tagua ha pasado por diversos procesos de rutina, como saneamiento, secado, trocado y pulimento, se logra obtener el marfil, que, por lo regular, es de color blanco hueso. Las anímelas de tagua (formas circulares para producir las artesanías) tienen diversos tamaños: las pequeñas pesan 1,6 onzas, aproximadamente; las medianas oscilan alrededor de 2,0 onzas y, finalmente, las grandes pesan unas 2,4 onzas.

Las joyas, de muy variadas formas y tamaños, cotizadas en el mercado nacional e internacional se las comercializa en presentación de trío, es decir collar, pulsera y aretes. Este trabajo es realizado por los operarios del taller. Y de ahí es la forma en que son enviados a los EE.UU., en fundas de material plástico transparente donde son manejadas cuidadosamente.

#### **8.9.9. Formas de pago**

La forma de cancelación del pedido que se realiza a los artesanos es en efectivo. Primero al realizar el pedido se paga en efectivo el 50% del valor total y luego al recoger el pedido se cancela el otro 50% restante.

Cabe señalar también, el señor Johnny Coveña puede proveer de crédito a corto plazo, ya que se goza de una buena reputación por cancelar a tiempo siempre el pedido que se ha realizado.

### 8.9.10. Precio de los productos

En el siguiente cuadro se detallan los precios reales de las joyas elaboradas en Tagua que han sido fijados por el señor Johnny Coveña, proveedor del producto para su respectiva comercialización

Cuadro 17. Lista de precio de los productos a Exportarse

TIPO	CARACTERISTICA	PRECIO
Collar	Tagua Relleno	2,70
Collar	Tagua y Coco	2,10
Collar	Tagua Sencillo	1,70
Anillo	Hombre y Mujer	0,70
Pulsera	Sencilla-Pequeña	1,50
Pulsera	Labrada-Grande	2,20
Pulsera	Formas-Grande	2,50
Aretes	Sencillos	0,70
Aretes	Formas y Colores	1,00

FUENTE: Taller del señor Johnny Coveña  
ELABORACIÓN: El Autor

Cabe recalcar que en el presente cuadro solo se presentan los productos que se exportaran únicamente, ya que con el material de la Tagua se puede realizar una infinidad de objetos muy novedosos y con diseños originales

### 8.9.11. Trabajo sólo bajo pedido

El Sistema del plan de Exportación de las joyas elaboradas en tagua será netamente bajo pedido.

El señor Preston Carlson Goold usará el método de envío más conveniente para realizar su pedido. Generalmente empleará el giro por el Banco de Guayaquil, aprovechando los convenios que tiene este banco con una entidad financiera donde labora actualmente el señor Goold.

#### **8.9.12. Traslado del producto de Sosote a Quevedo**

Después de unos 8 a 10 días desde la realización del pedido, el mismo está listo en el taller del señor Coveña. El proceso de traslado lo realizo yo mismo. Mi viaje lo efecto en la cooperativa de transporte provincial “Reales Tamarindos” y consiste en la ruta de Quevedo-El empalme-Pichincha Portoviejo-Sosote, en el mismo que se recorren 3 provincias del Ecuador.

Luego de recoger el producto que se encuentra en fundas plásticos resistentes en trío (collar, pulsera y aretes), en el mismo día recorro la misma ruta de retorno a mi domicilio sin recarga en mi pasaje por el producto que transporto.

#### **8.9.13. Arreglo y embalaje final**

El proceso de embalaje final se lo realiza en presencia de los empleados de las oficinas de Correos Nacionales del Ecuador. Las joyas son colocadas en una caja que tenga el tamaño suficiente para poder acomodarlas según su tamaño ya que las mismas están divididas en trío con fundas plásticos transparentes para guardar el orden y combinación.

A continuación se llenan y se presentan los papeles correspondientes, cerciorándose que todo este orden, para que al final luego de pasar por estos trámites necesarios, se cierre y se selle compactamente la mercadería que tendrá como destino final los EE.UU., en las ciudades de Provo y Salt Lake City en el estado de Utah.

#### **8.9.14. Envío desde Quevedo a EE.UU**

Para el envío de la mercadería se usa el servicio de EMS que Constituye el más rápido de los servicios postales por medios físicos, ya que tiene un trato prioritario, tras la asignación de un código de barras que se encuentra en la guía del envío, que garantiza su rastreo y seguimiento en cualquier lugar del país y del mundo hasta su entrega final.

Los Objetos Postales que pueden ser enviados son: Cartas, Tarjetas, Impresos, Cecogramas, Paquetes

Las características son que no nos genera reporte de entrega, posee acuse de recibo, existe el Tracking (Rastreo en la Página Web) y se tiene derecho a indemnización.

La paquetería a nivel nacional en el servicio EMS no tiene límite de peso y a nivel internacional depende del peso aceptado por cada país de destino. Dentro del programa Exporta Fácil está permitido hasta 30Kg.

#### **8.9.15. Rastreo del producto**

Este proceso de rastrear y conocer todos los movimientos de los lugares exactos donde se encuentra el envío antes de su llegada al destino final se lo aplica al usar el código de registro (número de guía), como en el caso del Envíos express (EMS)

Esta parte se la realiza ingresando a la página de los correos nacionales, <http://www.correosdelecuador.com.ec>. Después se da clic en el link rastree sus envíos por el servicio EMS. Ahí se presentara la opción en donde se tendrá que ingresar escribiendo el código de registro que está compuesto con números y letras de barras que permite su rastreo y seguimiento en la página web, desde su entrega hasta su destino final. Este proceso lo llevara hasta la página de

Correos de los EE.UU. en donde se podrá continuar con el rastreo hasta su entrega final.

#### **8.9.16. Entrega final**

El servicio postal EMS del Correo Nacional del Ecuador es el proceso más rápido de envío de documentos y mercadería, con tiempos muy cortos de tránsito a nivel nacional e internacional, que además está sujeto a indemnización.

Por ello Preston Carl Goold siempre recibe y recibirá en un lapso de tiempo de nomas de una semana el pedido en la puerta de su casa. En general el servicio no debe demorar más de 3 días, pero siempre se considera el tiempo que puede prolongarse en su traslado que en la mayoría de los casos es el siguiente:

Quevedo-Quito-New York-Provo o Salt Lake City

#### **8.9.17. Canales de comercialización en EE.UU**

La gestión estratégica de comercialización es un proceso que se puede describir como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones, compuesto por tres etapas fundamentales: formulación, implementación y control de estrategias.

Cumpliendo con el objetivo primordial de este Plan de Exportación, el único canal de comercialización con el que se empezara el negocio es el señor Preston Carl Goold quien se dedicara a la venta a menudeo, con sus familiares, amigos, vecinos, etc., a los que se les convocara a reuniones llamadas “Las Noches de Tagua” en el domicilio de él.

Una de las siguientes estrategias será ir posesionándose del mercado de las dos ciudades aumentando las ventas y las entregas al ofertar el producto en locales comerciales que están situados en los llamados Malls o Shopping, en

donde hay mucha concurrencia de personas que pueden llegar a ser clientes muy potenciales para adquirir las joyas.

### 8.9.18. Presentación del Producto

El mercado de los Estados Unidos es el más importante del mundo: 280 millones de personas y un ingreso per cápita de 30.000 dólares, que demuestra su potencial de compra. La variedad de climas, geografía y cultura, así como la estructura productiva diferenciada por regiones, posibilita la colocación de una innumerable cantidad de productos. La presentación de las joyas elaboradas en tagua será en trío, es decir collar, pulsera y aretes que básicamente conformara el producto principal a exportar.

Se usará esta etiqueta impresa en la funda plástico para su mejor promoción.

Figura 10. Imagen del Sticker



### 8.9.19. Importancia Económica

Se analizaron los precios en el mercado de las bisuterías de tagua en nuestro medio tanto en el sitio Sosote y Rocafuerte y otros productores como medios de producción en mayores cantidades para la exportación. Los siguientes precios son para la venta local y distribución al por mayor para nuestro comercializador en los EE.UU.

Cuadro 18. Precios del producto Interno y Final

TIPO	CARACTERISTICAS	PRECIO INTERNO	PRECIO FINAL
------	-----------------	----------------	--------------

Trío Collar, Pulsera y Aretes	Tagua Relleno	4,80	8,50
Trío Collar, Pulsera y Aretes	Tagua y Coco	4,00	7,50
Trío Collar, Pulsera y Aretes	Tagua Sencillo	3,70	6,50
Anillo	Hombre y Mujer	0,70	1,50
Aretes	Formas y Colores	0,70	2,00
Pulseras	Formas y Colores	2,20	4,00

FUENTE: Taller del señor Johnny Coveña  
ELABORACIÓN: El Autor

## IX. RESUMEN

El presente proyecto consiste en la exportación de Joyas elaboradas en tagua a las ciudades de Provo y Salt Lake City estado de Utah en los EE.UU. En los procesos de este plan de exportación las funciones van a estar ejercidas por tres personas, cuyos nombres son Johnny Coveña artesano, productor y proveedor del producto; Preston Carlson Goold inversionista y único comercializador de las joyas que se enviarán a los EE.UU. y mi persona Máximo Tubay Moreira encargado de cumplir con todos los trámites de ley. La oficina principal será mi domicilio ubicado en la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos en la Parroquia Nicolás Infante, calle Quinta #514 y 24 de Mayo.

El mercado de exportación será Estados Unidos específicamente en las ciudades de Provo y Salt Lake City estado de Utah, ciudades que cuentan con mucho potencial de compra y con una infraestructura muy buena, con grandes centros comerciales y sobre todo mujeres que conocen las joyas artesanales.

Para realizar la evaluación financiera del proyecto se tomó en cuenta los ingresos que se obtuvieron en los 3 pedidos que me ha hecho mi amigo Goold, en el que el mismo ha invertido el 100% del capital haciendo que el proyecto sea rentable.

En el proceso de este plan de Exportación se determinó cuáles son los pasos requeridos para ejecutar una exportación de un producto desde nuestro país hacia los EE.UU. utilizando el programa “Exporta Fácil” del Correo Nacional del Ecuador para pequeñas y medianas exportaciones se estima que el peso máximo deberá ser de 30 kilogramos (kg) y su precio en dólares no deberá exceder los USD 5.000

Dentro de este programa también se puede utilizar el servicio de EMS que es una entrega *express* o inmediata en la que se asegura la llegada del producto a su destino final en un tiempo de no más de 5 días y con todas las seguridades del caso. Para esto el servicio de EMS garantiza el rastreo del producto desde que sale de Quevedo (ciudad de origen), hasta su destino final en Provo o Salt Lake City, estado de Utah en los EE.UU.

Las joyas elaboradas en Tagua, serán comercializadas al menudeo en los EE.UU. únicamente por el señor Preston Carlson Goold, entre sus amigos, y recomendadas. La adquisición de las joyas se hará, por parte de él por medio de un giro usando los servicios de envío de dinero de la empresa DHL o un giro utilizando uno de los servicios del Banco de Guayaquil (que no tendrá ningún costo por ser un servicio gratuito entre la empresa donde Goold labora y el banco nacional) únicamente bajo el sistema bajo pedido

Este plan estratégico abarca también, las oportunidades de expansión que surjan en el proceso de comercialización de las joyas. La idea central es trabajar directamente con el señor Goold y aplicar las estrategias de dinamismo de mercado según y cómo se vaya comportado el *target* o mercado meta.

Los costos que están establecidos en el proceso de exportación “Exporta Fácil”, son determinados según el peso del producto final que se envíe. Dicho costo, será asumido totalmente por el señor Goold, ya que las joyas en trío (collar, pulsera y arete), tienen un valor neto, que incluye mi ganancia dentro del negocio

Al final, se resalta la muy buena oportunidad que brinda el gobierno al crear el programa "Exporta Fácil", ya que libra de muchos trámites a los pequeños microexportadores como mi persona, que ven en este negocio la oportunidad de traspasar fronteras ofertando productos autóctonos de calidad y que hacen posible que este crecimiento empresarial incluya también a pequeños artesanos-productores que realmente juegan un papel fundamental en este proceso de exportación

## **X. SUMMARY**

This project involves the export of tagua jewelry made in the cities of Provo and Salt Lake City Utah in the U.S. In the process of this plan will export the functions to be performed by three persons, whose names are Johnny Coveña artisan producer and supplier of the product, Preston Carlson Goold single investor and marketer of jewelry to be sent to the U.S. and me Máximo Tubay Moreira entrusted with fulfilling all the formalities of law. The main office is my home located in the city of Quevedo, province of Los Rios in the parish of Prince Nicholas, Fifth Street # 514 and May 24.

The export market is the U.S. specifically in the cities of Provo and Salt Lake City Utah cities that have much buying power and a very good infrastructure, with great shopping and above all women who know the jewelry.

To make the financial evaluation of the project took into account the income earned in the 3 orders I have made my friend Goold, in which it has invested 100% of the capital, making the project profitable.

In the process of this plan which was determined Export are the steps required to run an export of a product from our country to the U.S. using the "Easy Export" of Ecuador's National Post for small and medium export is estimated

that the maximum weight should be 30 kilograms (kg) and the dollar price will not exceed \$ 5,000

Within this program you can also use EMS service which is an express or immediate delivery which ensures your product to its final destination in a time of no more than 5 days and with all the assurances of the case. For this, the EMS service ensures product traceability from leaving Quevedo (home town), to its final destination in Provo or Salt Lake City, Utah in the U.S.A.

Tagua jewelry made, will be sold at retail in the U.S. only Mr. Preston Carlson Goold, among his friends, and recommended. The acquisition of the jewels will be done, by him through a money using money transfer services by DHL or money using one of the services of Banco de Guayaquil (which have no charge for a service free from the company where he works Goold and the national bank) only under the system request

This strategic plan also includes the expansion opportunities that arise in the process of marketing of jewelry. The central idea is to work directly with Mr. Goold and implement strategies according to market dynamics and how they will market behaved target or goal.

The costs are set in the export process "Easy Export", are determined by the weight of the final product is shipped. This cost will be borne entirely by Mr. Goold, as the trio jewelry (necklace, bracelet and earring), have a net worth, which includes my business gain within

In the end, we emphasize the excellent opportunity provided by the government to create "Easy Export" as many formalities pound small microexporters like myself, who see in this business the opportunity to cross borders offering native products quality and enable business growth that also includes small artisans producing really play a role in this export process

## **XI. BIBLIOGRAFIA**

**BENGOECHEA, B. (2002).** Investigación de mercado; Mercadotecnia, Conceptos y estrategias Barcelona, España pág. 81

**CORIAT, BENJAMÍN. (2002).** El taller y el cronómetro. Ensayo sobre el taylorismo, el fordismo y la producción en masa, Madrid: Siglo XXI ISBN 968-23-1571-9

**ESTRADA RAÚL, ESTRADA PATRICIO, (2003).**Lo que se debe conocer para exportar: "EXPORTAR ES EL RETO". Editorial: Impresoras MYL. Edición Primera

**FERREL, O.; HARTLINE, M.; (2006).** Estrategias de marketing. Tercera edición. Thompson. México. Pp. 25-57

**GIL TEJEDA, JORGE. (2004).**Tesis. Universidad politécnica de Catalunya. El nuevo diseño artesanal. Análisis y prospectiva en México. Capitulo 13. Calidad en el producto artesana

**GONZÁLES, CARLOS. (2002).** "Conceptos generales de calidad total." 2002

**HERAS DEL ROSARIO, LUIS. (2008).** Recopilación de información de mi tesis de Licenciado en Comercio Exterior. Guayaquil, Ecuador

**KOONTZ, H.; WEHRICH, H.; (2004).** Administración. Doceava edición. McGraw Hill. México. Pp. 5- 200

**KOTABLE HEL, HELSEN. (2001).** Marketing Global.Séptima Edición. Editorial LIMUSA

**KOTLER P.; KELLER, K. (2006).** Dirección de Marketing. Duodécima edición. México

**MILL, J. (2000).** Mico economía. Tomo 1. Ediciones Graham. Toronto-Canadá. Traducido por Alex Verdezoto. Pp. 50-85

**MORALES TRONCOSO, CARLOS. (2007).** Manual de Exportación: Elabore Usted mismo su Plan de Negocio. /Carlos Morales Troncoso, Jorge Alberto Moreno Castellanos. Tax Editores Unidos. México. 288p. (HF1009.5.M592).

**MUNIZ, R. (2007).** El Plan de Marketing en la Empresa. Marketing en el siglo XXI. Disponible en [marketing-xxi.com](http://marketing-xxi.com). 560 p.

**RIVADENEIRA RICARDO. (2003).** "El Balanced Scorecard aplicado en áreas de logística", [en línea] [5campus.com](http://5campus.com), Control de gestión

**SALLENAVE, JEAN-PAUL. (2003).** Gerencia y Planificación Estratégica. Editorial Norma. Barcelona-España. 360 p.

**SAMUELSON, (2002).** Economía. El pilar fundamental de la demanda son las preferencias de los individuos. Décimo Séptima Edición, página 41.

**VOLLMAN, T. (2005).** Programación y control de la producción. Quinta edición. Mc Graw Hill. 2005

**ZAMBRANO MISAEL, MARTÍNEZ CYNTHIA, (2005).**“Proyecto de Inversión agro artesanal para la producción y exportación de joyas de fantasía a base de Tagua”. (Tesis, Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas, ESPOL. 2005)

## **XII. ANEXOS**

### **¿Qué son las PYMES?**

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

### **Importancia de las PYMES**

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

### **Tratamiento tributario de las PYMES**

Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades.

#### **¿Quiénes son las personas naturales?**

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

El registro de ventas y compras puede ser realizado bajo el siguiente formato:

Fecha	No. de Comprobante de venta (sea de su venta o de su compra)	Concepto	Subtotal	IVA	Total
15/12/2009	001-001-1234567	Compra gaseosas	100,00	12,00	112,00
02/01/2010	001-001-6581269	Compra de frutas	50,00	-	50,00
01/02/2010	001-001-0000026	Venta de mercadería	150,00	18,00	168,00

Nota: En el casillero de "IVA" debe identificar el valor del impuesto para los casos que generen 12% de IVA.

Los plazos para presentar las declaraciones y pagar los impuestos se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

NOVENO DÍGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

El incumplimiento de las normas vigentes establecidas podrá ser sancionado de conformidad a lo establecido en el Código Tributario.

## **Régimen Impositivo Simplificado**

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

### **¿Cuándo y dónde se puede incorporar al RISE?**

Se pueden incorporar al Régimen Simplificado a partir del 1 de agosto de 2008. Para inscribirse pueden hacerlo en cualquier oficina del SRI a nivel nacional o a través de brigadas móviles, adicionalmente se dispone del servicio de preinscripción vía Internet, luego deberá acercarse a una ventanilla exclusiva para culminar el proceso de inscripción al RISE, de esta manera disminuirá el tiempo de espera.

Recuerde: las cuotas RISE empiezan a ser pagadas desde el mes siguiente al de la inscripción.

Conozca el procedimiento para el manejo adecuado de la opción preinscripción.

### **¿Cuáles son las condiciones y requisitos que debe cumplir una persona que quiera acogerse al RISE?**

#### **Condiciones:**

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2010 equivale a 8910 USD
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas

- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

#### **Requisitos:**

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).

#### **¿Qué beneficios ofrece el RISE?**

- No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y por la contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos
- Se evita que le hagan retenciones de impuestos
- Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- No tendrá obligación de llevar contabilidad
- Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, Ud. podrá solicitar un descuento de hasta un máximo del 50% de descuento

#### **¿Quiénes pueden acogerse al Rise?**

- Pequeños negocios con ventas al año inferiores a \$60.000 y con menos de 10 empleados.
- Pequeños negocios cuyos propietarios además, perciban ingresos en relación de dependencia anuales menores a la fracción básica del Impuesto a la Renta (\$8570) y en conjunto con las ventas del negocio no superen los \$60.000 anuales.

### **Actividades que se pueden inscribirse:**

- Agricultores
- Pescadores
- Ganaderos
- Avicultores
- Mineros
- Transportistas
- Microindustriales
- Microindustriales
- Restaurantes y Hoteles
- Servicios de construcción
- Trabajadores autónomos
- Comerciantes minoristas
- Otros servicios en general
- Otros microempresarios en general

### **Quienes no pueden ingresar al Rise?**

- Personas Jurídicas-Sociedades
- Personas que fueron agentes de retención en los últimos 3 años
- Quienes desarrollen actividades de:
  - Agencia de bolsas.
  - Almacenamiento de Productos de Terceros.
  - Agentes de aduana.
  - Comercialización y distribución de combustibles.
  - Casinos , bingos, salas de juego
  - Publicidad y Propaganda.
  - Organización de espectáculos.
  - Libre Ejercicio Profesional.
  - Producción de bienes gravados con ICE.

- Imprentas autorizadas por el SRI.
- Corretaje de bienes raíces.

Un contribuyente RISE entregará comprobantes de venta simplificados, es decir notas de venta o ticket de máquina registradora autorizada por el SRI, para los requisitos de llenado solo deberá registrarse la fecha de la transacción y el monto total de la venta (no se desglosará el 12% del IVA).

Los documentos emitidos sustentarán costos y gastos siempre que identifiquen al consumidor y se detalle el bien y/o servicio transferido. Un contribuyente inscrito en el RISE tiene la obligación de emitir y entregar comprobantes de venta por transacciones superiores a US\$ 12,00, sin embargo a petición del comprador, estará en la obligación de entregar el comprobante por cualquier valor.

Al final de las operaciones de cada día, se deberá emitir una nota de venta resumen por las transacciones realizadas por montos inferiores o iguales a US\$ 12,00 por lo que no se emitió un comprobante.

## **El Mipro**

### **Misión**

Impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

### **Visión**

Ser la institución pública referente en la definición y ejecución de políticas industriales y artesanales, por la aplicación de un modelo exitoso de desarrollo productivo integral.

### **Estructura Administrativa**

#### **Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador (MIPRO)**

##### ***Subsecretarías con sus respectivas Direcciones.***

#### **Unidades Asesoras**

- Dirección de Comunicación Social.
- Dirección de Auditoría Interna.

#### **Subsecretaría de Industrias, Productividad e Innovación Tecnológica.**

- Dirección de Productividad de la Industria.
- Dirección de Infraestructura logística y servicios para la industria.
- Dirección de reducción de costos para la industria.
- Dirección de observatorio tecnológico para la industria y manufactura.
- Dirección de innovación, parques tecnológicos y protección ambiental.

#### **Subsecretaría de Micro, Pequeñas, Medianas Empresas y Artesanías (MIPYMES).**

- Dirección de Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES).
- Dirección de Desarrollo de las Artesanías.
- Dirección de Desarrollo del Emprendimiento.
- Dirección de acceso a Financiamiento para MIPYMES y Artesanías.

#### **Subsecretaría de Comercio e Inversiones.**

- Dirección de desarrollo comercial de bienes y servicio.

- Dirección de Operaciones Comerciales.
- Dirección de inversiones.

### **Subsecretaría de Competencia y Defensa del Consumidor.**

- Dirección de competencia.
- Dirección de defensa del consumidor.

### **Coordinación General Jurídica.**

- Dirección de patrocinio y contratos.
- Dirección de asesoría jurídica.

### **Coordinación General de Planificación.**

- Dirección de programación estratégica.
- Dirección de control y seguimiento.

### **Coordinación General Administrativa - Financiera.**

- Dirección Financiera.
- Dirección Tecnológica.
- Dirección de Servicios Institucionales.
- Dirección de Recursos Humanos.

### **Coordinaciones Regionales.**

- Coordinación Regional del Litoral (Guayaquil).
- Coordinación Regional del Austro (Cuenca).
- Coordinación Regional Centro (Ambato).
- Coordinación Regional Pacífico (Manta).

- Coordinación Regional Sur (Loja).

# Tarifas de Costos de Envío usando los

# servicios del Correo Nacional del Ecuador

# Fotos