



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

AUTOR: MADRIL HEREDIA, CRISTIAN MICHAEL

**TEMA: OFERTA EXPORTABLE DE LOS MAESTROS
ARTESANOS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA Y SU PLAN DE COMERCIALIZACIÓN EN
LA CIUDAD DE MIAMI EN CUMPLIMIENTO A LOS
OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013 –
2017**

DIRECTOR: ING. ROMERO, EDGAR

CODIRECTOR: DR. REALPE, EDDY

QUITO

2015

UNIVERSIDAD DE FUERZAS ARMADAS “ESPE”**INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL****CERTIFICADO**

ING. EDGAR ROMERO y DR. EDY REALPE

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “OFERTA EXPORTABLE DE LOS MAESTROS ARTESANOS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA, PROVINCIA DE SANTA ELENA Y SU PLAN DE COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE MIAMI EN CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013 – 2017” realizado por Cristian Michael Madril Heredia, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de Fuerzas Armadas “ESPE”, en el Reglamento de Estudiantes de la universidad.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Cristian Michael Madril Heredia que lo entregue al Ing. Fabián Guayasamín, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, Enero del 2015

Ing. Edgar Romero
DIRECTOR

Dr. Edy Realpe
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE FUERZAS ARMADAS “ESPE”

**INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

CRISTIAN MICHAEL MADRIL HEREDIA

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “OFERTA EXPORTABLE DE LOS MAESTROS ARTESANOS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA, PROVINCIA DE SANTA ELENA Y SU PLAN DE COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE MIAMI EN CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013 – 2017”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, Enero del 2015

Cristian Michael Madril Heredia

UNIVERSIDAD DE FUERZAS ARMADAS “ESPE”**INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL****AUTORIZACIÓN**

Yo, Cristian Michael Madril Heredia

Autorizo a la Universidad de Fuerzas Armadas “ESPE” la publicación, en el repositorio digital de la Institución del trabajo “OFERTA EXPORTABLE DE LOS MAESTROS ARTESANOS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA, PROVINCIA DE SANTA ELENA Y SU PLAN DE COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE MIAMI EN CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013 – 2017”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Enero del 2015

Cristian Michael Madril Heredia

DEDICATORIA

Para mis hijos Paúl y Damaris, por el tiempo que estuve ausente y no pude brindarles mi cariño.

Para mis padres, porque su sacrificio no fue en vano.

Para mi esposa Yuri, por su paciencia, dedicación, comprensión y por estar siempre a mi lado.

Cristian Madril Heredia

AGRADECIMIENTO

A mí querida familia por no perder la fe y darme fuerzas para culminar lo propuesto.

A mis estimados maestros; Ingeniero Edgar Romero y Doctor Eddy Realpe, por su valiosa dedicación, paciencia, tiempo y empeño, en mi formación como profesional.

Al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa y sus maestros artesanos por su generoso y desinteresado respaldo.

Cristian Madril Heredia

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRACT	XIX
CAPÍTULO 1.....	1
1 ANTECEDENTES.....	1
1.1 Asociatividad, concepto y detalle	2
1.2 Estudio Demográfico.....	3
1.2.1 Estructura de la Población	3
1.2.2 Características generales de la población.....	6
1.2.3 Actividades económicas de la población.....	8
1.2.4 Características de la educación	10
1.2.5 Características del hogar	10
1.2.6 Características de la vivienda	11
1.2.7 Ubicación geográfica	13
1.3 Marco legal.....	15
1.4 Origen de los muebles artesanales en madera.....	19
1.5 Importancia de los muebles artesanales en madera.....	21
1.6 Características de los muebles artesanales en madera, tipo de madera empleada.....	21
1.7 Variedades, estilos, acabados de los muebles artesanales en madera.....	22
1.8 Clasificación arancelaria de los muebles artesanales en madera	28
CAPÍTULO 2.....	29
2 ESTUDIO DE MERCADO	29
2.1 Estudio de producción local muebles artesanales en madera.....	30
2.1.1 Tipo de mueble artesanal en madera.....	31
2.1.2 Tipo de madera empleada en la producción muebles artesanales.....	31
2.1.3 Cantidad de producción muebles artesanales en madera.....	33
2.1.4 Precios referenciales FOB de venta de muebles artesanales en madera	34
2.1.5 Mecanismos utilizados para venta de muebles artesanales en madera.....	35

2.1.6 Predisposición de artesanos ante la propuesta de exportación muebles artesanales en madera	36
2.2 Estudio de demanda internacional	51
2.2.1 Países que demandan muebles artesanales en madera en toneladas y valor FOB	51
2.3 Estudio de competencia internacional.....	60
2.3.1 Empresas extranjeras que comercializan muebles artesanales en madera	64
2.4 Análisis de la oferta y la demanda del mercado de destino.....	65
2.5 Análisis y justificativo del mercado de destino.....	69
2.6 Matriz de Crecimiento - Cuota de Mercado – BCG (Boston Consulting Group)	71
2.7 Balanza comercial (superávit o déficit).....	77
CAPÍTULO 3.....	79
3 PLAN DE MARKETING	79
3.1 Promoción y publicidad.....	84
3.2 Estrategias de mercado	86
3.3 Marketing Mix	86
3.4 Imagen Corporativa	87
3.5 Portafolio de productos	93
3.6 Presupuesto del Plan de Marketing	99
3.7 Estrategia de procesos y planificación de capacidades	101
CAPÍTULO 4.....	103
4 ESTRUCTURA LOGISTICA.....	103
4.1 Análisis de la Normativa Legal Nacional	103
4.1.1 Requisitos para ser Exportador.....	104
4.1.2 Registro del Exportador ante Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.....	106
4.1.3 Normas Técnicas y Normas de Calidad	106
4.1.3.1 Procesos que se deben cumplir en el MIPRO, AGROCALIDAD	109
4.1.3.2 Cubicaje.....	111
4.1.4 Descripción del Proceso de Exportación.....	113
4.1.4.1 Fase de Pre-embarque.....	114
4.1.4.2 Documentos de Transporte Marítimo.....	115
4.1.4.3 Pólizas de Seguros	116
4.1.5 Flujogramas de Exportación	117

4.2 Análisis de la Normativa Legal Internacional.....	119
4.2.1 Importaciones en el país de destino.....	121
4.2.2 Reglamentaciones en Materia de Empaquetado.....	122
4.3 Logística y distribución.....	123
4.3.1 Logística de exportación de la mercancía.....	123
4.3.2 Documentos de Acompañamiento y de soporte.....	124
4.3.2.1 Nota de pedido.....	125
4.3.2.2 Factura proforma.....	126
4.3.2.3 Factura comercial.....	127
4.3.2.4 Incoterm.....	128
4.3.2.5 Embarque (país de origen).....	131
4.3.2.6 Puerto de destino.....	131
4.3.3 Estrategia de canales de distribución.....	131
CAPÍTULO 5.....	134
5 IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL.....	134
5.1 Impacto económico.....	134
5.2 Impacto Social.....	134
5.3 Análisis de los impactos.....	135
5.4 Alternativas.....	135
CAPÍTULO 6.....	137
6 ESTUDIO FINANCIERO.....	137
6.1 Elementos referenciales.....	137
6.2 Inversión inicial.....	137
6.3 Activos corrientes.....	138
6.4 Activos fijos.....	138
6.5 Activos diferidos.....	139
6.6 Gastos presupuestados.....	139
6.7 Costos variables.....	139
6.8 Costos fijos.....	140
6.9 Ingresos presupuestados.....	143
6.10 Margen de contribución.....	143
6.11 Punto de equilibrio.....	144
6.12 Estado de resultados.....	148
6.13 Flujo Neto de fondos.....	149
6.14 Tasa interna de retorno (TIR).....	150

6.15 Valor actual neto (VAN)	151
6.16 Periodo de recuperación de la inversión	152
6.17 Relación costo beneficio	152
CAPÍTULO 7	154
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	154
7.1 Conclusiones	154
7.2 Recomendaciones	155
BIBLIOGRAFIA.....	157

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población, superficie (km ²) y densidad poblacional de la parroquia Atahualpa	4
Tabla 2. Población de la provincia de Santa Elena	4
Tabla 3. Población del cantón Santa Elena.....	5
Tabla 4. Población de la parroquia Atahualpa.....	5
Tabla 5. Población por edades de la parroquia Atahualpa.....	5
Tabla 6. Estado conyugal	6
Tabla 7. Identificación étnica	7
Tabla 8. Población asegurada	8
Tabla 9. PEA	9
Tabla 10. Ocupación de la población.....	9
Tabla 11. Tenencia de la vivienda 2010.....	11
Tabla 12. Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Ecuador (miles de dólares)	30
Tabla 13. Tipo de madera empleada en la elaboración de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa.....	32
Tabla 14. Cantidad, tiempo, número de operarios para producción de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa por taller artesanal	34
Tabla 15. Precios referenciales FOB de venta de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa	35
Tabla 16. Pregunta 1, Frecuencia de Género de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	37
Tabla 17. Pregunta 2, Frecuencia de Edad de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	38
Tabla 18. Pregunta 3, Frecuencia de Grado de Instrucción de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	39
Tabla 19. Pregunta 4, Frecuencia de Años de experiencia en la elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	40
Tabla 20. Pregunta 5, Frecuencia de capacitación en la elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	41
Tabla 21. Pregunta 6, Frecuencia de capacitación sobre elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	42

Tabla 22. Pregunta 7, Frecuencia de disponibilidad de título artesanal por parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa en la elaboración de muebles	43
Tabla 23. Pregunta 8, Frecuencia de tipo de madera utiliza en la elaboración de muebles	44
Tabla 24. Pregunta 9, Frecuencia de tipo de mueble de madera que más venden los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa.....	45
Tabla 25. Pregunta 10, Frecuencia de tipo de estilo de mueble de madera que más venden los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	46
Tabla 26. Pregunta 11, Frecuencia de conocimiento sobre el Plan Nacional del Buen Vivir 213-2017 por parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	47
Tabla 27. Pregunta 12, Frecuencia de tipo de financiamiento para la elaboración de muebles que reciben los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	48
Tabla 28. Pregunta 13, Frecuencia de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que integran una Asociación de Artesanos	49
Tabla 29. Pregunta 14, Frecuencia de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que desean formar parte de una microempresa comunal que oferte y comercialice muebles artesanales de madera a Miami.	50
Tabla 30. Países que demandan los demás muebles de madera partida 940360 (miles de dólares)	52
Tabla 31. Lista de los mercados importadores para producto de la partida 9403600000 muebles de madera exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013 (miles de dólares).....	53
Tabla 32. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en oficina partida 940330 (miles de dólares)	54
Tabla 33. Lista de los mercados importadores para producto 9403500000 Muebles de madera utilizados en oficina exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013 (miles de dólares).	55
Tabla 34. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios partida 940350 (miles de dólares)	56
Tabla 35. Lista de los mercados importadores para producto 9403300000 Muebles de madera utilizados en dormitorios exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013 (miles de dólares).	57

Tabla 36. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas partida 940340 (miles de dólares).....	58
Tabla 37. Lista de los mercados importadores para producto 9403400000 Muebles de madera utilizados en la cocina exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013 (miles de dólares).	59
Tabla 38. Principales proveedores de muebles de madera a Estados Unidos (miles de dólares).....	60
Tabla 39. Principales importadores de los demás muebles de madera (miles de dólares).....	61
Tabla 40. Principales importadores de muebles de madera utilizados en oficina (miles de dólares).....	62
Tabla 41. Principales importadores de muebles de madera utilizados en dormitorios (miles de dólares).....	63
Tabla 42. Principales importadores de muebles de madera utilizados en cocina (miles de dólares).....	64
Tabla 43. Empresas peruanas que exportan muebles de madera	65
Tabla 44. Matriz BCG de venta de muebles artesanales de madera de Ecuador	75
Tabla 45. Análisis de la Matriz BCG de muebles artesanales de madera de la parroquia Atahualpa	76
Tabla 46. Balanza comercial (superávit o déficit) de muebles de madera entre Ecuador y Estados Unidos.....	78
Tabla 47. Dimensiones de los contenedores de transporte internacional.....	97
Tabla 48. Presupuesto Anual del Plan de Marketing.....	100
Tabla 49. Procesos de elaboración de muebles artesanales	102
Tabla 50. Normas de calidad en los Estados Unidos para los principales productos de madera.....	109
Tabla 51. Tipo de contenedor común o DRY VAN	112
Tabla 52. Inversión Inicial	137
Tabla 53. Activos fijos.....	138
Tabla 54. Proyección de costos.....	139
Tabla 55. Costos variables	140
Tabla 56. Depreciación de maquinarias.....	141
Tabla 57. Depreciación de muebles y enseres	141
Tabla 58. Depreciación de equipos de computación.....	141

Tabla 59. Tabla de amortización.....	142
Tabla 60. Otros gastos de operación anual.....	142
Tabla 61. Proyección de ingresos.....	143
Tabla 62. Margen de Contribución.....	144
Tabla 63. Punto de equilibrio de muebles de oficina	145
Tabla 64. Punto de equilibrio de muebles de cocina	146
Tabla 65. Punto de equilibrio de muebles de dormitorio.....	147
Tabla 66. Punto de equilibrio de los demás muebles	148
Tabla 67. Estado de resultados	149
Tabla 68. Flujo de caja proyectado a 5 años.....	150
Tabla 69. TIR.....	150
Tabla 70. VAN	151
Tabla 71. Periodo de recuperación de la inversión	152
Tabla 72. Resumen de la Evaluación Financiera	153

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Estado Conyugal	6
Figura 2. Identificación étnica	7
Figura 3. Población asegurada	8
Figura 4. Ocupación de la población.....	9
Figura 5. Tasa de asistencia neta	10
Figura 6. Tenencia de la vivienda 2010	11
Figura 7. Servicios básicos	12
Figura 8. Consumo de agua en los hogares	12
Figura 9. Tipo de vivienda.....	13
Figura 10. Mapa de la Parroquia Atahualpa.....	13
Figura 11. Plano de la Parroquia Atahualpa.....	14
Figura 12. Ubicación de la Parroquia Atahualpa	14
Figura 13. Mueble artesanal antiguo confesionario.....	20
Figura 14. Estilo Luis XV.....	23
Figura 15. Estilo Reina Ana	23
Figura 16. Estilo Adam.....	24
Figura 17. Diseño Colonial.....	24
Figura 18. Diseño Regencia	25
Figura 19. Diseño Victoriano.....	25
Figura 20. Diseño Imperio.....	26
Figura 21. Diseño Federal Norteamericano	26
Figura 22. Diseño Extremo Oriente.....	27
Figura 23. Estilo Art Deco	27
Figura 24. Pregunta 1, Diagrama de Género de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	37
Figura 25. Pregunta 2, Diagrama de Edad de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	38
Figura 26. Pregunta 3, Diagrama de Grado de Instrucción de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	39
Figura 27. Pregunta 4, Diagrama de Años de experiencia en la elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	40
Figura 28. Pregunta 5, Diagrama de capacitación en la elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	41

Figura 29. Pregunta 6, Diagrama de capacitación sobre elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	42
Figura 30. Pregunta 7, Diagrama de disponibilidad de título artesanal por parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa en la elaboración de muebles	43
Figura 31. Pregunta 8, Diagrama de tipo de madera utiliza en la elaboración de muebles	44
Figura 32. Pregunta 9, Diagrama de tipo de mueble de madera que más venden los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	45
Figura 33. Pregunta 10, Diagrama de tipo de mueble de madera que más venden los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	46
Figura 34. Pregunta 11, Diagrama de conocimiento sobre el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 por parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	47
Figura 35. Pregunta 12, Diagrama de tipo de financiamiento para la elaboración de muebles que reciben los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa	48
Figura 36. Pregunta 13, Diagrama de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que integran una Asociación de Artesanos	49
Figura 37. Pregunta 14, Diagrama de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que desean formar parte de una microempresa comunal que oferte y comercialice muebles artesanales de madera a Miami.	50
Figura 38. Países que demandan los demás muebles de madera de la partida 940360	52
Figura 39. Lista de los mercados importadores para producto de la partida 9403600000 muebles de madera exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013.	53
Figura 40. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en oficina partida 940330.....	54
Figura 41. Lista de los mercados importadores para producto 9403500000 Muebles de madera utilizados en oficina exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013.	55
Figura 42. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios partida 940350	56

Figura 43. Lista de los mercados importadores para producto 9403300000 Muebles de madera utilizados en dormitorios exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013.	57
Figura 44. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas partida 940340.....	58
Figura 45. Lista de los mercados importadores para producto 9403400000 Muebles de madera utilizados en la cocina exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013.	59
Figura 46. Principales importadores los demás muebles de madera	61
Figura 47. Principales importadores de muebles de madera utilizados en oficina	62
Figura 48. Principales importadores de muebles de madera utilizados en dormitorios.....	63
Figura 49. Principales importadores de muebles de madera utilizados en cocina	64
Figura 50. Matriz BCG	72
Figura 51. Matriz BCG Muebles Atahualpa.....	76
Figura 52. Artículos publicitarios.....	89
Figura 53. Logotipo.....	92
Figura 54. Símbolo	92
Figura 55. Embalaje de muebles de madera.....	95
Figura 56. Materiales para embalaje de muebles de madera.....	96
Figura 57. Paletas o Pallets	97
Figura 58. Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias NIMF No. 15	108
Figura 59. Ejemplo de conocimiento de embarque marítimo	116
Figura 60. Flujograma 1 del proceso de exportación de la oferta exportable de la parroquia Atahualpa.....	117
Figura 61. Flujograma 2 del proceso de exportación de la oferta exportable de la parroquia Atahualpa.....	118
Figura 62. Ejemplo de Nota de pedido.....	126
Figura 63. Ejemplo de factura comercial.....	128
Figura 64. Punto de equilibrio de muebles de oficina.....	145
Figura 65. Punto de equilibrio de muebles de cocina.....	146
Figura 66. Punto de equilibrio de muebles de dormitorio	147
Figura 67. Punto de equilibrio de los demás muebles.....	148

RESUMEN

Con la redacción de la nueva carta magna en el Ecuador en el 2008, se pretende incluir la denominada Economía Popular y Solidaria, la misma que busca incentivar la asociatividad en las comunas, parroquias rurales, de esta manera apoyar al cambio de la matriz productiva, mejorando el buen vivir de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena donde existe una mano de obra calificada que ha transmitido sus conocimientos de generación en generación, misma que no está siendo explotada en un cien por ciento, por falta de diversos factores internos y externos, como; carencia de capacitación en la rama artesanal, apoyo de entidades públicas y privadas, financiamiento para la compra de herramientas y materia prima, asociatividad, publicidad que han hecho que los maestros artesanos no surjan, en su mayoría son empíricos y no tienen un título o certificado que les acredite como calificados en la rama artesanal. El principal comprador en el exterior de muebles artesanales de madera es Estados Unidos, la competencia internacional en América del sur es el mercado peruano y la competencia nacional es el mueble cuencano que ya exporta su producción. El mueble de madera artesanal de Atahualpa tiene finos acabados que es su valor agregado, utilizando madera dura apta para trabajos de carpintería, como guayacán, amarillo, laurel, palo de vaca, cedro y bálsamo. Es viable organizar a los maestros artesanos en una asociatividad, realizar un plan de mercadeo, buscar alternativas de financiamiento, cumplir la demanda, normas técnicas, fitosanitarias, nacionales e internacionales.

PALABRAS CLAVES:

OFERTA EXPORTABLE

MUEBLE ARTESANAL

PARROQUIA ATAHUALPA

MATERIA PRIMA

BUEN VIVIR 2013 -2017

ABSTRACT

With the drafting of the new constitution in Ecuador in 2008, is intended to include the so-called People's Solidarity Economy, it seeks to encourage associations in the communes, rural parishes, thus supporting the change of the productive matrix, improving the good life of master craftsmen parish Atahualpa, Santa Elena where skilled labor that transmitted their knowledge from generation to generation, it is not being exploited in one hundred percent, for lack of variety their internal and external factors such as; lack of training in the craft industry, supported by public and private entities, financing for the purchase of tools and raw materials, associativity, advertising that have made the master craftsmen not arise, are mostly empirical and have a degree or certificate certifying them as qualified on the craft. The main buyer outside handcrafted wood furniture is the United States, international competition in South America is the Peruvian market and domestic competition is the cuencano furniture which already exports its production. The handcrafted wood furniture has fine finishes Atahualpa is value added, using hardwood suitable for woodworking, as guayacán, yellow, laurel, stick cow, cedar and balsam. Is it feasible to organize the craftsmen in a partnership, make a marketing plan, seek alternative financing, meet demand, technical standards, plant health, national and international.

KEYWORDS:

EXPORTABLE OFFER

CRAFT FURNITURE

ATAHUALPA PARISH

RAW MATERIAL

GOOD LIVING 2013-2017

CAPÍTULO 1

1 ANTECEDENTES

La Parroquia Atahualpa conocida como la Capital del mueble del Ecuador, es la cuna de excelentes maestros y artesanos, que durante décadas han tenido que enfrentar serios inconvenientes en cuanto a apoyo gubernamental, falta de promoción nacional e internacional del talentoso trabajo que allí se genera, continuas asociaciones que no han perdurado por el desconocimiento de lineamientos legales que favorezcan la comercialización de sus muebles.

La Parroquia Atahualpa es un sector rural de la Provincia de Santa Elena, reconocido en el litoral ecuatoriano por la fabricación de muebles artesanales en madera de todo estilo, calidad, acabado y elaborados por hábiles artesanos que no explotan al cien por ciento su talento.

La Parroquia Atahualpa tiene trayectoria en la fabricación de muebles artesanales en madera, característica que le ha permitido ganarse el nombre de la Capital del mueble del Ecuador. En la actualidad está pasando por tiempos difíciles, debido a la falta de promoción internacional, lo que ha venido a limitar su potencial de comercialización y acceder a nuevos, mejores mercados y por ende a un mejor precio por su producción; otros de los factores que ha coadyuvado de cierta forma a la restricción de este sector artesanal del país es la dificultad de acceder a créditos en condiciones favorables afectando al emprendimiento solidario de los artesanos del sector que tienen un potencial represado y limitado.

Además es importante recalcar una dependencia total del mercado de Guayaquil no ha permitido despuntar en otros sectores comerciales, a estos se suma la falta de promoción, publicidad, una sala de exhibición itinerante y permanente, disponiendo por el momento de una sola sala itinerante en el

sector de Libertad, Provincia de Santa Elena y una Feria Anual para consumo interno, stand en la feria de Durán donde la movilización y el costo del alquiler son los inconvenientes ya que cada expositor se costea los gastos particularmente.

La principal competencia de los muebles artesanales en madera de la Parroquia Atahualpa son los muebles cuencanos con la diferencia que este último ya se proyecta al mercado internacional.

De acuerdo a la Constitución reformada del 2008 y a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, el gobierno nacional está comprometido a motivar el emprendimiento solidario y organizado de los sectores considerados como rurales, fomentado la iniciativa para el progreso de cada sector.

1.1 Asociatividad, concepto y detalle

La globalización a nivel mundial ha generado que las pequeñas y medianas empresas usen este término para asociarse y unir esfuerzos con mecanismos de cooperación.

Según Rosales R. Revista Capítulos, SELA (1997) define a la asociatividad como “un mecanismo de cooperación entre productores, sean personas naturales o empresas micro, pequeñas y medianas, en donde cada unidad productiva participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda del objetivo común que determina la asociación”. (Rosales R. 1997).

La asociatividad voluntariamente permite emplear estrategias de colectividad para competir con empresas grandes, se caracteriza por la independencia jurídica de los participantes y autonomía gerencial de cada

una de las empresas que persiguen un objetivo fundamental uniendo fuerzas para alcanzar el éxito conjunto.

En el Ecuador con la nueva Constitución de 2008 se implementó la economía popular y solidaria como instrumento legal para que las pequeñas y medianas empresas del sector productivo, microempresas, talleres artesanales, comerciantes minoristas, informales e incluso las cooperativas, las asociaciones de microcrédito, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), fundaciones que otorgan microcrédito se organicen y sean reguladas.

Con el cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 se pretende implementar, promover, generar incentivos, fortalecer la asociatividad identificación de segmentos de mercado mundial para muebles artesanales de madera e impulsar las exportaciones de pequeñas empresas en el sistema económico popular solidario organizado con poder de negociación, en los diferentes encadenamientos productivos donde ejerce su actividad la asociatividad.

1.2 Estudio Demográfico

La parroquia rural de Atahualpa pertenece al cantón Santa Elena, provincia del mismo nombre, es una parroquia netamente artesanal dedicada a la elaboración de muebles que cuenta con los siguientes datos demográficos obtenidos del INEC (Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador) que se detalla a continuación:

1.2.1 Estructura de la Población

La población de la parroquia Atahualpa se encuentra concentrada en edades jóvenes, la edad promedio es de 27 años, la edad reproductiva de las mujeres fluctúa entre los 15 a 47 años, por cada cien mujeres existen 99

hombres, la población se considera mestiza, está casada, bebe el agua como llega a los hogares, la PEA está conformada por hombres, la población no aporta ni está afiliada al IESS, los hombres se dedican a labores artesanales mientras que las mujeres a labores comerciales, la tecnología de la información y comunicación más utilizada es el teléfono celular.

La población, superficie (km²) y densidad poblacional de la parroquia Atahualpa, es de 3,532 habitantes, la superficie territorial de 77.81 y la densidad poblacional de la parroquia Atahualpa de 45.39, cifra que es considerable para ser tomada en cuenta como una parroquia rural del cantón Santa Elena, como se aprecia en la tabla 1.

Tabla 1. Población, superficie (km²) y densidad poblacional de la parroquia Atahualpa

PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	POBLACIÓN	SUPERFICIE DE LA PARROQUIA (km ²)	DENSIDAD POBLACIONAL
SANTA ELENA	SANTA ELENA	ATAHUALPA	3,532	77.81	45.39

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

La población de la provincia de Santa Elena, de acuerdo al último censo del 2010 es de hombres es de 156,862 y la de mujeres es de 151,831, sumando un total de 308,693 habitantes, como se aprecia en la tabla 2.

Tabla 2. Población de la provincia de Santa Elena

PROVINCIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
SANTA ELENA	156,862	151,831	308,693

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

La población del cantón Santa Elena, de acuerdo al último censo del 2010 es de hombres es de 73,396 y la de mujeres es de 70,680, sumando un total de 144,076 habitantes, como se aprecia en la tabla 3.

Tabla 3. Población del cantón Santa Elena

CANTON	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
SANTA ELENA	73,396	70,680	144,076

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

La población de la parroquia Atahualpa, de acuerdo al último censo del 2010 es de hombres es de 1,689 y la de mujeres es de 1,843, sumando un total de 3,532 habitantes, como se aprecia en la tabla 4.

Tabla 4. Población de la parroquia Atahualpa

PARROQUIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
ATAHUALPA	1,689	1,843	3,532

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

La población por edades de la parroquia Atahualpa, de acuerdo al último censo del 2010 está fluctuando en los siguientes rangos; de 0 a 18 años de edad con un total de 1353 entre hombre y mujeres, de 19 a 36 años de edad con un total de 11096 entre hombre y mujeres, de 37 a 54 años de edad con un total de 562 entre hombre y mujeres, de 55 a 72 años de edad con un total de 386 entre hombre y mujeres y de 73 a 99 años de edad con un total de 135 entre hombre y mujeres, como se aprecia en la tabla 5.

Tabla 5. Población por edades de la parroquia Atahualpa

EDADES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
0-18 años	710	643	1353
19-36 años	443	653	1096
37-54 años	296	266	562
55-72 años	180	206	386
73-99 años	60	75	135
Total años	1689	1843	3532

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

1.2.2 Características generales de la población

El estado conyugal, de los habitantes hombres y mujeres que prevalece en la provincia de Santa Elena es casado, soltero, unido, separado, viudo y divorciado, debido a que los habitantes formalizan su relación a muy temprana edad, como se observa en la tabla 6 y figura 1.

Tabla 6. Estado conyugal

ESTADO CONYUGAL	TOTAL	HOMBRE	MUJER
CASADO	89,822	39,80%	40,80%
SOLTERO	76,722	38,10%	30,70%
UNIDO	34,834	15,40%	15,80%
SEPARADO	11,840	4,00%	6,60%
VIUDO	7,869	2,00%	5,10%
DIVORCIADO	1,698	0,70%	0,90%

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

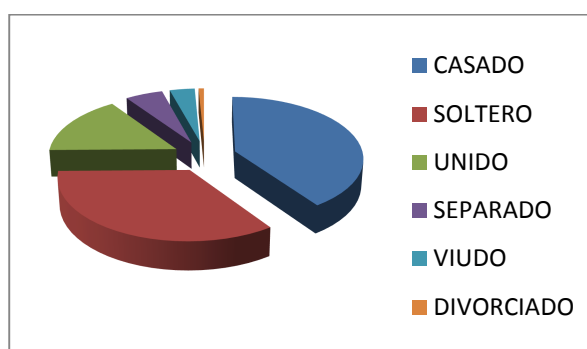


Figura 1. Estado Conyugal

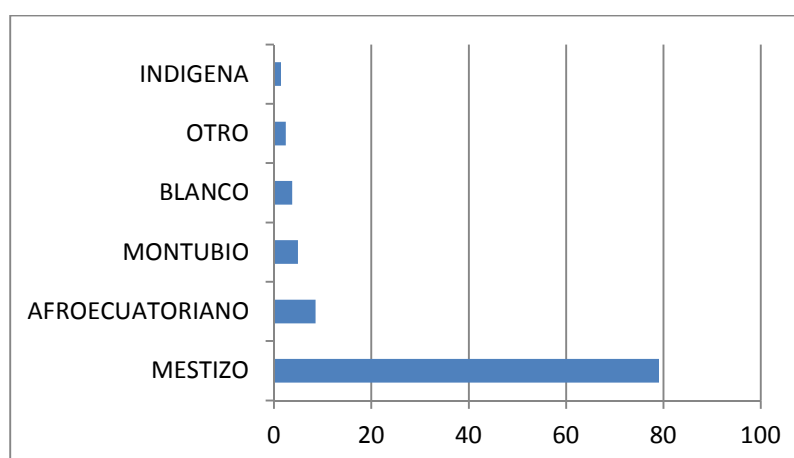
FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

La identificación étnica, con la cual se autoidentifican los habitantes de la provincia de Santa Elena es mestizos, afroecuatorianos, montubios, blancos, otros, indígenas, como se observa en la tabla 7 y figura 2.

Tabla 7. Identificación étnica

IDENTIFICACIÓN ÉTNICA	TOTAL
MESTIZO	79.1
AFROECUATORIANO	8.5
MONTUBIO	4.9
BLANCO	3.7
OTRO	2.4
INDIGENA	1.4

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

**Figura 2. Identificación étnica**

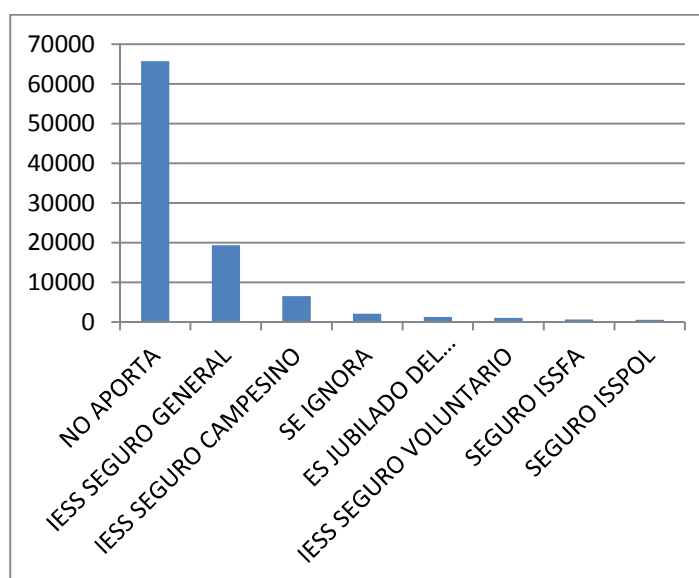
FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

La población asegurada, de los habitantes de la provincia de Santa Elena de acuerdo al censo 2010 es 65.667 que no aportan al IESS, 19.346 seguro general, 6.457 seguro campesino, 2.088 se ignora, 1.282 son jubilados del IESS, ISSFA, ISSPOL, 1.005 tienen seguro voluntario IESS, 581 seguro ISSFA, 529 seguro ISSPOL, como se observa en la tabla 8 y figura 3.

Tabla 8. Población asegurada

POBLACIÓN ASEGURADA	PERSONAS
NO APORTA	65667
IESS SEGURO GENERAL	19346
IESS SEGURO CAMPESINO	6457
SE IGNORA	2088
ES JUBILADO DEL IESS/ISSFA/ISSPOL	1282
IESS SEGURO VOLUNTARIO	1005
SEGURO ISSFA	581
SEGURO ISSPOL	529

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

**Figura 3. Población asegurada**

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

1.2.3 Actividades económicas de la población

La población económicamente activa (PEA), de la provincia de Santa Elena es 80.038 hombres, 28.892 mujeres, población económicamente inactiva (PEI) 40.493 hombres, 88.256 mujeres, población en edad de trabajar (PET) 120.531 hombres, 117.148 mujeres, como se observa en la tabla 9.

Tabla 9. PEA

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA	MUJERES	HOMBRES
POBLACION TOTAL (PT)	151.831	156.862
POBLACION EN EDAD DE TRABAJAR (PET)	117.148	120.531
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)	28.892	80.038
POBLACION ECONOMICAMENTE INACTIVA (PEI)	88.256	40.493

FUENTE: CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010. INEC

ELABORADO: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS. INEC

La ocupación de la población de la provincia de Santa Elena de acuerdo al censo del 2010 entre hombre y mujeres es de empleados privados, trabajan por cuenta propia, jornaleros o peones, empleado u obrero del estado, municipio, o consejo provincial, no declarado, empleada doméstica, patrono, trabajador no remunerado, socio tanto hombres como mujeres, como se observa en la tabla 10 y figura 4.

Tabla 10. Ocupación de la población

OCUPACION	HOMBRE	MUJER
EMPLEADO PRIVADO	21539	6386
CUENTA PROPIA	21433	7588
JORNALERO O PEON	13047	553
EMPLEADO U OBRERO DEL ESTADO, MUNIC. O CONS. PROV.	8379	4259
NO DECLARADO	3475	2043
EMPLEADA DOMESTICA	737	3439
PATRONO	2023	948
TRABAJADOR NO REMUNERADO	2219	650
SOCIO	817	362

FUENTE: CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010. INEC

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

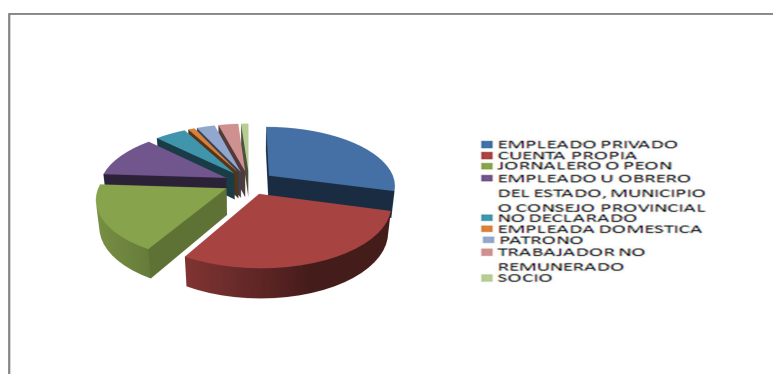


Figura 4. Ocupación de la población

FUENTE: CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

1.2.4 Características de la educación

En la provincia de Santa Elena la tasa de asistencia neta de acuerdo al sistema educativo vigente refleja una diferencia de 67,8 bachillerato, 93,8 educación básica con relación al sistema educativo anterior de 77,7 secundaria, 96,9 primaria, de acuerdo al CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010 del INEC, el analfabetismo a nivel de la provincia de Santa Elena se encuentra en un 5,2 %, existen personas de más de quince años que no saben leer, la edad promedio de población es de 27 años, el promedio de años de escolaridad a nivel provincia de Santa Elena fluctúa en el 7,7% para personas de 24 años y más, como se observa en la figura 5.

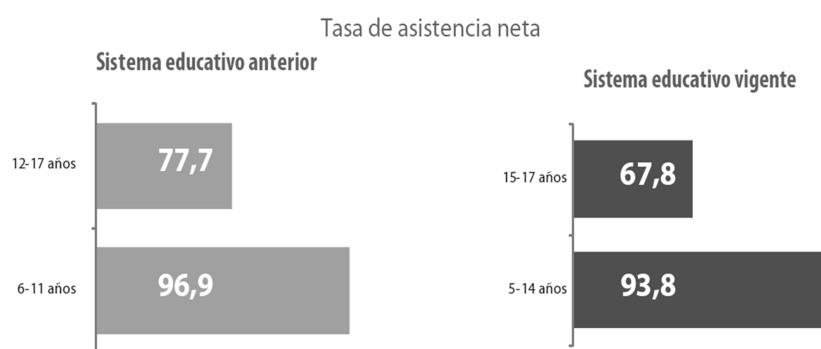


Figura 5. Tasa de asistencia neta

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. INEC

1.2.5 Características del hogar

Los habitantes de la provincia de Santa Elena tienen el 41.30% vivienda propia totalmente pagada, 19.40% propia (regalada, donada, heredada o por posesión), 13.90% prestada, 13.00% propia y la está pagando, 9.90% arrendada, 1.90% por servicios, 0.60% anticresis, de acuerdo al CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010 del INEC, en los hogares de los habitantes de la provincia de Santa Elena utilizan para cocinar el gas de uso doméstico, leña, electricidad. Dentro de la utilización de las tecnologías de información y comunicación la población ocupa el celular, computadora, tv cable e internet,

generando una tendencia para llegar al analfabetismo digital, como se observa en la tabla 11 y figura 6.

Tabla 11. Tenencia de la vivienda 2010

TENENCIA DE VIVIENDA 2010	HOGARES	%
PROPIA Y TOTALMENTE PAGADA	31,451	41.30%
PROPIA (REGALADA, DONADA, HEREDADA O POR POSESIÓN)	14,779	19.40%
PRESTADA O CEDIDA (NO PAGADA)	10,597	13.90%
PROPIA Y LA ESTA PAGANDO	9,928	13.00%
ARRENDADA	7,507	9.90%
POR SERVICIOS	1,448	1.90%
ANTICRESIS	484	0.60%

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

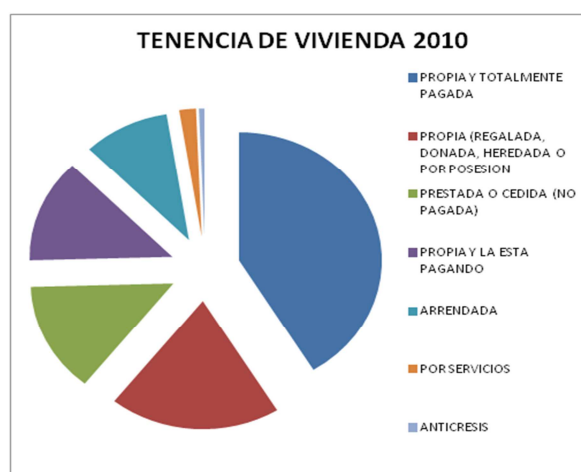


Figura 6. Tenencia de la vivienda 2010

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

1.2.6 Características de la vivienda

La provincia de Santa Elena de reciente creación adolece de ciertos servicios, la parroquia Atahualpa refleja esta carencia de servicios básicos como el alcantarillado y líneas telefónicas, como se observa en la figura 7.

SERVICIO ELÉCTRICO	2010
Con servicio eléctrico público	65.404
Sin servicio eléctrico y otros	8.911
SERVICIO TELEFÓNICO	
Con servicio telefónico	12.488
Sin servicio telefónico	61.827
ABASTECIMIENTO DE AGUA	
De red pública	56.546
Otra fuente	17.769
ELIMINACIÓN DE BASURA	
Por carro recolector	70.193
Otra forma	4.122
CONEXIÓN SERVICIO HIGIÉNICO	
Red pública de alcantarillado	22.777
Otra forma	51.538

Figura 7. Servicios básicos

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. INEC

Los habitantes de la provincia de Santa Elena toman el líquido vital un 41,1 % hervida, 37,9 % agua purificada comprada, 16,4 % tal como llega al hogar la beben, 4,2 % ponen cloro, 0,4 % la filtran, como se observa en la figura 8.

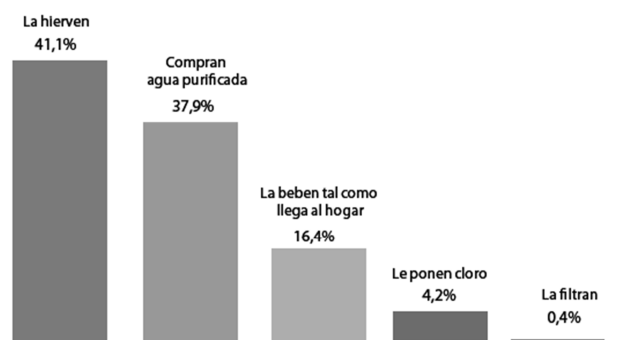


Figura 8. Consumo de agua en los hogares

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. INEC

La población de la provincia de Santa Elena dispone el 77,0 % casa o villa, 7,5 % rancho, 5,5 % mediagua, 5,4 % departamento, 2,6 covacha, 1,0 % cuarto, 0,6 % otra vivienda particular y 0,3 % choza, como se observa en la figura 9.

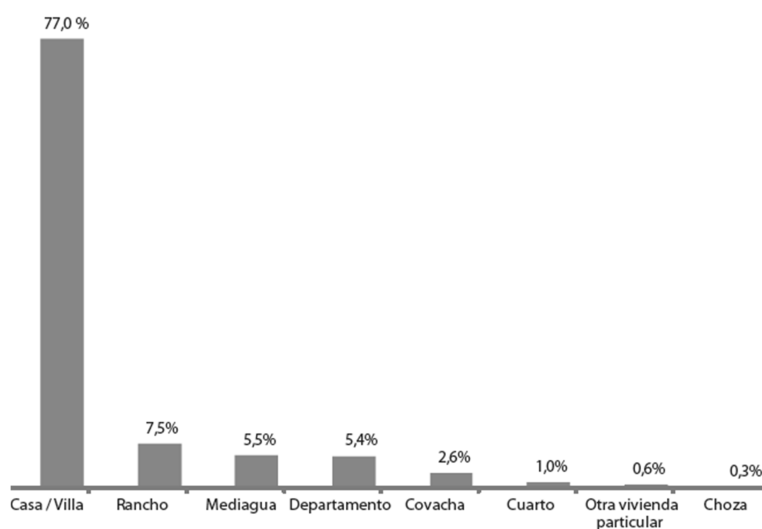


Figura 9. Tipo de vivienda

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010. INEC
ELABORADO: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. INEC

1.2.7 Ubicación geográfica

La parroquia rural de Atahualpa geográficamente pertenece al cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, como se observa en la figura 10.



Figura 10. Mapa de la Parroquia Atahualpa

FUENTE: www.infocentros.gob.ec
ELABORADO: INFOCENTROS

Se encuentra organizada de acuerdo a una planificación estandarizada con sus calles, avenida y señalética, como se observa en la figura 11.



Figura 11. Plano de la Parroquia Atahualpa

FUENTE: www.infocentros.gob.ec
ELABORADO: INFOCENTROS

Pertenece al perfil costanero de la península de Santa Elena a 5 km de distancia de la vía a la costa Salinas - Guayaquil entrando por el km 123, como se observa en la figura 12.



Figura 12. Ubicación de la Parroquia Atahualpa

FUENTE: www.infocentros.gob.ec
ELABORADO: INFOCENTROS

1.3 Marco legal

Ecuador tiene una superficie total de 283.561 kilómetros cuadrados, cuenta con una población de 14.483.499 millones de personas; el territorio se encuentra dividido en 24 provincias, 221 cantones y 1500 parroquias rurales.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales.

La Constitución de la República del Ecuador 2008 es la carta magna del estado por la cual se rigen todas las leyes y reglamentos vigentes, es la que regula, dispone, otorga, delega funciones a ciertos organismos y entidades públicas que conforman el estado ecuatoriano.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

Art. 242.- El Estado se organiza territorialmente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales. Por razones de conservación ambiental, étnico-culturales o de población podrán constituirse regímenes especiales.

Art. 252.- Cada provincia tendrá un consejo provincial con sede en su capital, que estará integrado por una prefecta o prefecto y una viceprefecta o viceprefecto elegidos por votación popular; por alcaldesas o alcaldes, o concejales o concejalas en representación de los cantones; y por representantes elegidos de entre quienes presiden las juntas parroquiales rurales, de acuerdo con la ley.

Art. 255.- Cada parroquia rural tendrá una junta parroquial conformada por vocales de elección popular, cuyo vocal más votado la presidirá. La conformación, las atribuciones y responsabilidades de las juntas parroquiales estarán determinadas en la ley. (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Para las parroquias rurales, se crea un marco normativo más desarrollado, se limita el ejercicio de fiscalización de los órganos legislativos; para la delegación obligatoria de la máxima autoridad ejecutiva se aumentó el plazo para tres días; la máxima autoridad ejecutiva tiene derecho al voto; se realizan modificaciones respecto de las disposiciones sobre los planes, presupuestos, comisiones, legislación, decisiones-votaciones, dietas y remuneraciones.

Según el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización se establece las competencias y funciones asignadas a los GADs (Gobiernos Autónomos descentralizados del Ecuador).

“Artículo 24.- Parroquias rurales.- Las parroquias rurales constituyen circunscripciones territoriales integradas a un cantón a través de ordenanza expedida por el respectivo concejo municipal o metropolitano”. (COOTAD Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, 2011).

Artículo 25.- Creación.- Corresponde al respectivo concejo metropolitano o municipal la creación o modificación de parroquias rurales, mediante ordenanza que contendrá la delimitación territorial y la identificación de la cabecera parroquial. El proyecto contendrá la descripción del territorio que comprende la parroquia rural, sus límites, la designación de la cabecera parroquial y la demostración de la garantía de cumplimiento de sus requisitos. En caso de modificación, el concejo metropolitano o municipal actuará en coordinación con el gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, garantizando la participación ciudadana parroquial para este efecto.

Artículo 66.- Junta Parroquial Rural.- La junta parroquial rural es el órgano de gobierno de la parroquia rural. Estará integrado por los vocales elegidos por votación popular, de entre los cuales el más votado lo presidirá, con voto dirimente, de conformidad con lo previsto en la ley de la materia electoral. El segundo vocal más votado será el vicepresidente de la junta parroquial rural. (COOTAD Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, 2011).

Sus atribuciones son limitadas mantienen una vinculación directa con el órgano político cantonal, si reciben recursos, es potestad la ejecución de obras para la población a través de una priorización adecuada. El Estado asigna del presupuesto general del Estado un 67% para los municipios y el 6% les corresponde a las juntas parroquiales.

Dentro de la estructura de las Juntas Parroquiales, encontramos al Presidente, Vicepresidente y Vocales (su número varía de acuerdo al tamaño de la población). Cuentan con un Secretario y un tesorero designados por el ejecutivo parroquial.

Sin embargo, dadas las atribuciones que le concede la ley, así como para ejecutar su presupuesto y realizar una correcta planificación, tienen un asesor jurídico, un técnico en ingeniería, un contador, así como personal de apoyo de secretaría y logística.

Existen gastos que Influyen en el presupuesto de la Junta Parroquial Rural como el arriendo del local donde funciona la Junta, el transporte (compra de vehículos para el ejecutivo así como para los vocales, y pago de remuneraciones para chóferes, hace que todo el presupuesto se diluya en gastos corrientes, quedando los planes en buenas intenciones y sin que la idea de que la población olvidada normalmente marginal o indígena sea atendida de manera directa por sus propias autoridades.

Los maestros artesanos de Atahualpa tienen la Asociación Interprofesional de Artesanos y el Grupo Red Artesanal.

En el mes de mayo de 1985 en la parroquia Atahualpa, se forma la Asociación Interprofesional de Artesanos de Atahualpa, la misma que fue creada buscando la unidad, bienestar, defender los derechos y capacitar a los maestros artesanos de la parroquia.

En la actualidad se debería incluir dentro de los objetivos de la Asociaciones lo siguiente:

- Fomentar el emprendimiento popular y solidario en la parroquia basándose en los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, la Constitución de la República del Ecuador, y la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector financiero popular y solidario.
- Analizar las diferentes formas de financiar los emprendimientos solidarios en la parroquia Atahualpa.
- Promocionar y exponer los muebles elaborados manualmente en ferias, con el fin de dar a conocer la habilidad de los maestros artesanos de Atahualpa.

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 consta de 12 capítulos, en el capítulo 6 hace referencia a los 12 objetivos nacionales para el buen vivir que están organizados por 3 ejes que son los siguientes: “cambio en las relaciones de poder para la construcción del poder popular; derechos, libertades y capacidades para el Buen Vivir; y transformación económica-productiva a partir del cambio de la matriz productiva”. (SENPLADES Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

El régimen de desarrollo y el sistema económico social y solidario, de acuerdo con la Constitución del Ecuador, tienen como alcanzar el Buen Vivir; la planificación es el medio para alcanzar este fin. Uno de los deberes del Estado es “planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al Buen Vivir”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 se detallan en el anexo:

Dentro de la Constitución de 2008 y el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 se encuentra considerada la Economía popular y solidaria que se manifiesta como:

Una forma de organización económica donde sus integrantes individual y colectivamente, se organizan desarrollando procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento de bienes y servicios satisfaciendo necesidades generando ingresos basados en relación a la solidaridad, cooperación, reciprocidad orientados y encaminados al buen vivir, sin fines de lucro. (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, 2011).

El Art. 6.- de mencionada ley dice:

Las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, deberán inscribirse en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará el acceso a los beneficios de la presente Ley. (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, 2011).

1.4 Origen de los muebles artesanales en madera

La ebanistería es una rama de la carpintería orientada a la construcción de muebles, desde la antigüedad el ébano fue considerado un tipo de madera muy preciosa, dura, pesada de origen africano.

Se caracteriza por desarrollar muebles de mejor calidad y diseños para uso comercial o doméstico, es decir el ebanista es un inventor que explota sus ideas de acuerdo a los caprichos de la moda utilizando las mismas herramientas de un carpintero pero más finas por el tipo de acabado que realiza en el tallado y torneado, así como el chapeado, barnizado, la

embutida y tenida de las maderas, requiriendo sierras y hierros de dentadura sumamente fina.

Antiguamente tuvo sus inicios con el ébano que era rara y costosa y provenía de Córcega y el Norte de África, llegando la confección de este tipo de muebles a convertirse en un oficio artesanal, la misma que fue reemplazada con madera teñida a partir del siglo XVII se empleó maderas valiosas recubiertos de paneles lacados como se puede apreciar en el mueble artesanal antiguo confesionario de la figura 13.



Figura 13. Mueble artesanal antiguo confesionario

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

La producción de muebles artesanales en la parroquia Atahualpa conocida como la “Capital del mueble del Ecuador” se remonta desde hace 64 años antes de su parroquialización que se celebra el 15 de marzo anualmente, la Sociedad Interprofesional de Artesanos de la parroquia Atahualpa, realiza desde hace 21 años la FERIA DEL MUEBLE, desde el 1ero hasta el 5 de Noviembre de cada año, hace 10 años una Exposición de Muebles con el apoyo del municipio de Durán, donde ofrecen sus muebles artesanales con diversos tallados y finos acabados elaborados por maestros artesanos de mencionada comunidad.

1.5 Importancia de los muebles artesanales en madera

La actividad de los maestros artesanos de Atahualpa es de gran importancia porque la mayoría de los habitantes de Atahualpa tiene como sustento de vida la ebanistería que fue heredada de sus padres, tíos y abuelos por generaciones.

Por lo tanto es de vital trascendencia cultivar y fortalecer esta actividad en el sector haciendo énfasis al Plan Nacional del Vivir 2013-2017 en el cual dentro de sus objetivos plantea mejorar la calidad de vida de sus habitantes guiándoles a una organización, asociatividad, mejoramiento de la matriz productiva que les permita incursionar en el mercado nacional y en el mercado internacional.

1.6 Características de los muebles artesanales en madera, tipo de madera empleada

La fabricación de muebles artesanales en madera requiere tiempo y dedicación de unas o dos a tres semanas con un grupo de cuatro a seis personas para alcanzar un producto terminado, dependiendo del tipo de mueble que se realice, actualmente la parroquia Atahualpa cuenta con varios talleres artesanales donde se elabora el mueble parcialmente a mano apoyado por maquinaria electromecánica (cepillo, sierra, torno), los locales que se encuentran en el interior de las propias viviendas de los habitantes de la parroquia, siendo una población netamente artesanal.

Las técnicas de moldeado, tallado, resanado, barnizado, lijado, decorado altamente competitivo de la madera hace la diferencia y el valor agregado de esta población dedicada a este arte de la elaboración de muebles, el valor en el mercado accesible a todo bolsillo, el estilo es estandarizado por moldes y plantillas netamente exigidas por la demanda.

El mueble artesanal en madera de Atahualpa utiliza madera resistente como el guayacán blanco, roble, palo de vaca, bálsamo, morocho y hasta el chanul considerado de exportación.

Dentro de materiales utilizados podemos encontrar cola, clavos, tornillos, masilla, laca, diluyente, retardador, herramientas de trabajo, máquina de banco, cierra de cinta rebajadora, lijadora, taladro, mesa.

La madera es conseguida en Pedro Carbo provincia del Guayas, Manabí y Esmeraldas llevada al aserradero, cortada sobre la mesa, con la plantilla se dibuja el diseño, luego se corta, se lija, se acopla las partes para armar el mueble y el acabado final (lacado natural o con color) quedando el mueble para exhibición y comercialización.

1.7 Variedades, estilos, acabados de los muebles artesanales en madera

Los muebles artesanales que se fabrican en Atahualpa, tienen varias tendencias que dependen principalmente de la demanda de los clientes, estilo, acabado, el tipo de madera a emplearse que se requiera para una oficina, dormitorio, comedor, sala o cocina.

El estilo del mueble artesanal en madera depende del pedido y del detalle o el valor agregado que le ponga el artesano.

De acuerdo al estilo algunos muebles en madera son considerados obras de arte, describiendo los importantes estilos del diseño del mueble conocidos en Ecuador se encuentran el estilo Luis XIV, el Reina Ana, el Adam, el Provenzal, el Diseño Colonial, el Regencia, el Victoriano, el Imperio, el Federal Americano, el Extremo Oriente, y el Art Deco, que encontramos en la mayoría locales de la parroquia Atahualpa que se caracteriza por ser un mueble de calidad con variedad de acabados.

El estilo Luis XV y el estilo colonial son los más solicitados por los demandantes que llegan de visita a la parroquia Atahualpa Capital del Mueble del Ecuador, atraídos por los diseños, las variedades el estilo, el valor agregado, el tipo de madera y sobre todo el precio que está al alcance de todo bolsillo.

Estilo Luis XV, muebles robustos y de grandes escalas empleando el roble, el peral, el ébano, el nogal tallado y dorado, los colores más utilizados verdes, rojos, azules, dorados, beige y rosas, el estilo barroco fue sustituido por el rococó que utilizaba la madera caoba, como se aprecia en la figura 14.



Figura 14. Estilo Luis XV

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Estilo Reina Ana, decoración de mesas con cajones, sillones para cortejar, sillas de respaldo redondo, mesas para escribir, empleando el nogal, acabado con laqueado especial, como se aprecia en la figura 15.



Figura 15. Estilo Reina Ana

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Estilo Adam, se distingue por su elegancia en la decoración de muebles, habitaciones pintadas en forma de paneles, basándose en formas de origen griego, romano y etrusco, como se aprecia en la figura 16.



Figura 16. Estilo Adam

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Estilo Colonial, estudio de ornamentación excesiva, estilos realizados en madera sólida roble castaño o árboles frutales, alacenas, aparadores, roperos, mesas, sillas y armarios con motivos regionales siendo una copia de diseños cortesanos originales, como se aprecia en la figura 17.



Figura 17. Diseño Colonial

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Diseño Regencia, son paralelos al estilo Imperio, son diseños de extrema sencillez, con decorados tomados de fuentes griegas, romanas y egipcias. Las formas fueron masculinas debido a que sus creadores fueron Arquitectos, posteriormente estuvieron adornados con animales y finalmente estuvieron constituidas por una extraña mezcla de fantasía oriental y formas grotescas, como se aprecia en la figura 18.



Figura 18. Diseño Regencia

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Diseño Victoriano, inspirado en fuentes según la época como isabelinas, góticas, venecianas, turcas y japonesas, fueron muebles voluptuosos y pesados siendo sus maderas preferidas el palo de rosa, la caoba, el nogal negro y el roble. Se caracterizó por incrustaciones de calcomanías, flores de concha, el bordado que gozo de gran aceptación, como se aprecia en la figura 19.



Figura 19. Diseño Victoriano

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Diseño Imperio, pomposo e incómodo creado en los tiempos de Napoleón, motivos tomados de la antigüedad; fuentes griegas, romanas, etruscas y egipcias con temas militares, mitológicos y diseños clásicos como el loto, acanto, manzanilla y el laurel. Prevalece como madera preferida la caoba roja, color preferido un broce dorado, como se aprecia en la figura 20.



Figura 20. Diseño Imperio

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Diseño Federal Norteamericano, influido por el Imperio Francés, toma motivos griegos y romanos, con una forma de renacimiento clásico empleando la coba, palo de rosa y el cerezo, madera satinada, los motivos preferidos trompetas, liras, águilas rayos, lazos y rosetas. El bronce se empleó para tiradores de cajones y los pies, como se aprecia en la figura 21.



Figura 21. Diseño Federal Norteamericano

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Diseño Extremo Oriente, distinguidos por su distinción y belleza, buscando durabilidad las piezas fueron realizadas en madera solida siendo las maderas preferidas sándalo, palo de rosa, cedro, alcanfor, teca y ébano más para incrustaciones con una capa de cera para dejarlos envejecer naturalmente. Los muebles no ha sido superados en calidad y belleza, los armarios, los biombos laqueados, los cofres se encontraban en familias pudientes, como se aprecia en la figura 22.



Figura 22. Diseño Extremo Oriente

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

Estilo Art Deco, denominado también como estilo moderno por su apego en las dos guerras mundiales, influencia del arte griego, romano y el medio oriente, encontrándose presente en diseños actuales, como se aprecia en la figura 23.



Figura 23. Estilo Art Deco

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ebanister>
ELABORADO: WIKIPEDIA

1.8 Clasificación arancelaria de los muebles artesanales en madera

Según el Arancel Nacional de Importaciones (NANDINA, 2007), los muebles de madera se clasifican de la siguiente manera:

94.03	Los demás muebles y sus partes.	U 20
9403.30.00.00	Muebles de madera de los tipos utilizados en oficinas	U 20
9403.40.00.00	Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas	U 20
9403.50.00.00	Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios	U 20
9403.60.00.00	Los demás muebles de madera	U 20

La clasificación arancelaria de los muebles artesanales está contemplada en las notas explicativas del sistema armonizado que se detalla en el anexo.

CAPÍTULO 2

2 ESTUDIO DE MERCADO

Para la obtención de la información de la oferta exportable y el plan de comercialización a la ciudad de Miami de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, en base a métodos de estudio tipo exploratorio y concluyente, métodos de investigación inductivos y analíticos, para determinar si se cumple con los estándares de calidad requeridos y necesarios para satisfacer la demanda internacional.

El estudio de mercado realizado a los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa conocida como la Capital del Mueble del Ecuador, en base a técnicas de información cuantitativa y cualitativa, fuentes de datos secundarios, usando plataformas de información, instrumentos como la encuesta, tratamiento, interpretación y presentación de la información.

El instrumento a utilizarse es la encuesta la cual permitirá tener acceso a información real, que permita establecer la problemática y posibles soluciones que aquejan a los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, se empleará preguntas cerradas y abiertas para obtener la información requerida.

Para la toma de la muestra de estudio, se consideró a la población económicamente activa de la parroquia Atahualpa, a partir de 18 años hasta los 72 años que es un total de 1658 habitantes incluyendo a hombres y mujeres.

2.1 Estudio de producción local muebles artesanales en madera

El comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Ecuador ha presentado un crecimiento de las importaciones en el grupo 94 muebles; mobiliario médico quirúrgico, artículos de cama y similares, durante los 3 últimos años y con relación a las exportaciones que realiza Ecuador al mundo las cifras son favorables, como se aprecia en la tabla 12.

Tabla 12. Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Ecuador (miles de dólares)

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Ecuador			Ecuador exporta hacia el mundo		
		Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013	Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2013
94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	2081	2468	2556	13206	17178	15195
9403600000	Muebles de madera (exc. de los tipos utilizados en oficinas, cocinas o dormitorios, así como asientos)	616	724	673	2669	3774	3010
9403500000	Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios (exc. asientos)	200	249	230	919	1061	944
9403400000	Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas (exc. asientos)	51	75	182	274	172	826
9403300000	Muebles de madera de los tipos utilizados en oficinas (exc. asientos)	56	127	32	447	555	558

**FUENTE: TRADEMAP
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA**

2.1.1 Tipo de mueble artesanal en madera

Los muebles producidos en la parroquia Atahualpa se clasifican en las siguientes partidas de acuerdo al arancel nacional de importaciones NANDINA 2007 de la siguiente manera:

- Partida 940330 muebles de maderada los tipos utilizados en oficinas, están considerados los escritorios para la oficina, estudios en el hogar, mesas para salas de reuniones, modulares y anaqueles.
- Partida 940340 muebles de maderada los tipos utilizados en cocinas, están considerados los juegos de comedor y aparador.
- Partida 940350 muebles de maderada los tipos utilizados en dormitorios, están considerados las camas de plaza, plaza y media, dos o tres plazas, con su respectivo velador, la peinadora.
- Partida 940360 los demás muebles de madera, están considerados los muebles para bar, mesas de centro, televisor, equipo de sonido, esquineros.

2.1.2 Tipo de madera empleada en la producción muebles artesanales

El tipo de madera empleada en la elaboración de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa que es escogida por su resistencia, durabilidad, dureza, color, para pulir, tornear, dar forma a la madera, lacar y tener un producto terminado de calidad. De la madera que se emplee va a depender la vida útil del mueble, como se aprecia en la tabla 13.

Tabla 13. Tipo de madera empleada en la elaboración de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa

MADERA UTILIZADA PARA ELABORACIÓN DE MUEBLES	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA MADERA UTILIZADA	
GUAYACAN	<p><i>Tabebuia billbergii</i> (Bureau & K. Schum) Standley., común en la geografía ecuatoriana preferentemente en regiones cálidas, llega a medir de 12 a 15 metros de altura, tronco fuerte, compacto, recto y cilíndrico con aproximadamente 60 centímetros de diámetro. Es considerada una madera dura en todo el continente americano, la madera es apreciada para trabajos de carpintería, fabricación de muebles, decoraciones de interiores y construcciones</p>	
AMARILLO	<p><i>Centrolobium ochroxylum</i> Rose ex Rudd., es una especie que crece en zonas montañosas de bosque seco, llega a medir hasta 25 metros de altura, utilizado para la fabricación de muebles, construcciones rurales y para carbón.</p>	
LAUREL	<p><i>Cordia alliodora</i> (Ruiz & Pav) Oken., especie que crece en el litoral y amazonia ecuatoriana, llega a medir de 18 a 25 metros, cilíndrico y recto, utilizada en la construcción de muebles, vigas, puentes, cubiertas de barcos, construcción de interiores y exteriores, contrachapados, producción de pulpa de papel.</p>	
PALO DE VACA	<p><i>Brosimum utile</i> (H.B.K) Pittier, crece en el bosque húmedo tropical, alcanza hasta 35 metros de altura y 1.50 metros de diámetro, tiene raíces tablares bien desarrolladas, tronco recto y cilíndrico, se seca rápidamente al aire libre, utilizado para fabricación de muebles, construcciones, artículos deportivos, agrícolas.</p>	
CEDRO	<p><i>Cedrela odorata</i> L., crece en el bosque seco andino y en el bosque seco pluvioestacional, llega a medir de 20 a 25 metros de altura, la madera es apreciada por la calidad, apta para la industria del mueble, es escaso en los bosques secos.</p>	

CONTINUA →

BÁLSAMO

MyroxylonperuiferumL. f., crece en los bosques secos pluvioestacional, bosque seco andino, su altura es de 15 a 18 metros de altura, la madera es dura, pesada, fuerte, usada para la construcción, fabricación de muebles, pisos, carpintería.



**FUENTE: MAESTROS ARTESANOS PARROQUIA ATAHUALPA, MINISTERIO DE TURISMO, MINISTERIO DEL AMBIENTE, UNALMED.
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA**

2.1.3 Cantidad de producción muebles artesanales en madera

La cantidad, tiempo, número de operarios para la producción de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa que depende de recursos para financiar el pago de la mano de obra de los operarios, la compra de materiales y la renovación de herramientas. Para el financiamiento de una obra requieren un anticipo que va desde el 40% al 50% del valor del mueble.

También carecen de actualización de diseños y estilos, sumado a esto una falta de capacitación artesanal, ya que los operarios son empíricos y los necesarios para cada obra por taller artesanal, por tal motivo cada taller presentara una cantidad de 8 muebles mensuales de madera por taller artesanal, para cada envío de la oferta exportable al mercado de destino se empezará con 5 talleres artesanales con un promedio de 11 operarios por obra y por taller, como se aprecia en la tabla 14.

Tabla 14. Cantidad, tiempo, número de operarios para producción de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa por taller artesanal

MUEBLES ARTESANALES EN MADERA	TIEMPO DE PRODUCCION	NUMERO DE OPERARIOS POR TALLER ARTESANAL	CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL POR TALLER ARTESANAL	CANTIDAD DE PRODUCCION ANUAL POR TALLER ARTESANAL	NUMERO DE OPERARIOS POR 5 TALLERES ARTESANALES	CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL POR 5 TALLERES ARTESANALES	CANTIDAD DE PRODUCCION ANUAL POR 5 TALLERES
9403300000 Muebles de madera de los tipos utilizados en oficinas							
ESCRITORIO	2 SEMANAS	2	2	24	10	10	120
9403400000 Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas							
JUEGO DE COMEDOR MESA SILLAS (6) APARADOR	2 SEMANAS	3	2	24	15	10	120
9403500000 Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios							
JUEGO DE DORMITORIO CAMA VELADOR	2 SEMANAS	3	2	24	15	10	120
9403600000 Los demás muebles de madera							
JUEGO DE SALA SOFA DE 2 SOFA DE 1 (2) MESA DE CENTRO	2 SEMANAS	3	2	24	15	10	120
TOTAL		11	8	96	55	40	480

FUENTE: MAESTROS ARTESANOS PARROQUIA ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

2.1.4 Precios referenciales FOB de venta de muebles artesanales en madera

Los precios referenciales de venta de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa que pueden variar de acuerdo al local que se visite y al tipo de madera, estilo y acabado que se utilice al gusto del cliente, como se aprecia en la tabla 15.

Tabla 15. Precios referenciales FOB de venta de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa

MUEBLES ARTESANALES OFERTADOS	PRECIO REFERENCIALFOB
9403300000 Muebles de madera para oficinas	
ESCRITORIO	\$1,500.00
9403400000 Muebles de madera para cocinas	
JUEGO DE COMEDOR	\$4,000.00
MESA	\$1,000.00
SILLAS (6)	\$1,000.00
APARADOR	\$2,000.00
9403500000 Muebles de madera para dormitorios	
JUEGO DE DORMITORIO	\$2,400.00
CAMA	\$1,600.00
VELADOR (2)	\$800.00
9403600000 Los demás muebles de madera	
JUEGO DE SALA	\$3,000.00
SOFA DE 2	\$1,500.00
SOFA DE 1 (2)	\$1,000.00
MESA DE CENTRO	\$500.00

**FUENTE: MAESTROS ARTESANOS PARROQUIA ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA**

2.1.5 Mecanismos utilizados para venta de muebles artesanales en madera

Los artesanos de la parroquia Atahualpa se han organizado en dos Asociaciones: la Interprofesional de Artesanos y Red de Artesanos las cuales trabajan por el bienestar de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, pero sus socios muestran un malestar por las gestiones realizadas por sus directivos, porque no cuentan con capacitaciones, formas de financiamiento, principios de asociatividad, para el mejoramiento de la calidad de vida, cambio de matriz productiva, compra de herramientas, maquinarias, pago de operarios.

A pesar de la falta de gestión por parte de los directivos en lo que concierne a promoción comercial, mantienen mecanismos para dar conocer los muebles artesanales en madera elaborados en la parroquia Atahualpa como es la feria anual desde el 1ero al 5 de noviembre, donde exponen a los visitantes sus trabajos, participación en la feria de Duran en convenio con la ilustre municipalidad de ese cantón, salas itinerantes de exhibición en el cantón Santa Elena.

Es necesario implementar un plan de marketing para los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, participación con más stands en ferias conocidas del país, promoción comercial a nivel local, nacional e internacional, exponer los muebles artesanales de madera en salas permanentes e itinerantes en las principales ciudades del país.

Otro déficit que tiene la dirección de las Asociaciones de Artesanos de la parroquia Atahualpa es la falta de una planificación adecuada para capacitar a sus miembros en Estilos de acabado, tallado, lacado, nuevas tendencias ya que dependen mucho de los gustos de los clientes a la hora de elegir el tipo de mueble y el estilo.

Las Asociaciones de Artesanos de la parroquia Atahualpa carecen de gestión administrativa para la búsqueda de apoyo de entidades públicas y privadas para la asesoría en la obtención de requisitos necesarios para la comercialización en el exterior como el certificado de origen, preferencias arancelarias, acuerdos comerciales vigentes y normas fitosanitarias.

2.1.6 Predisposición de artesanos ante la propuesta de exportación muebles artesanales en madera

La información obtenida de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, refleja la predisposición que tienen ante la propuesta de ofertar sus muebles artesanales en madera y la comercialización a la ciudad de Miami, utilizando la herramienta de la encuesta.

Encuesta de oferta exportable, realizada a los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, con el fin de analizar la predisposición y viabilidad de la oferta exportable y la comercialización a la ciudad de Miami de muebles de madera elaborados por mencionados maestros artesanos, de acuerdo al siguiente formato que se encuentra en el anexo.

Tabulaciones, Cuestionario de Oferta exportable

Muestra: 92 Maestros Artesanos de la parroquia Atahualpa encuestados

Pregunta 1: GÉNERO

Tabla 16. Pregunta 1, Frecuencia de Género de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

GÉNERO	F	%
MASCULINO	92	100%
FEMENINO	0	0%
TOTAL	92	100%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

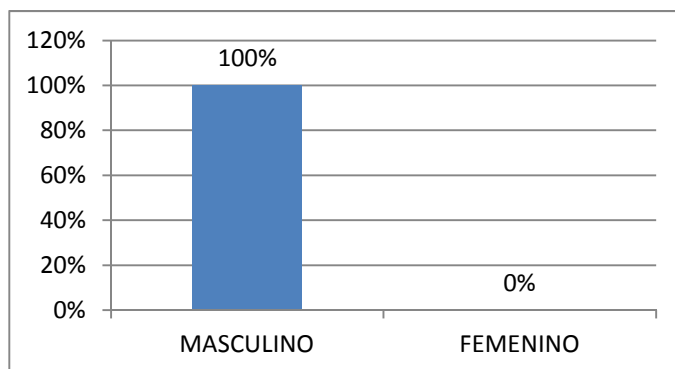


Figura 24. Pregunta 1, Diagrama de Género de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Durante la toma de información sobre la oferta exportable se realizó las encuestas a los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa estando más prestos a colaborar con el cuestionario 92 hombres quienes ejercen la rama artesanal y 0 mujeres que administran locales de venta de muebles teniendo un total de 92 encuestados.

Pregunta 2: EDAD

Tabla 17. Pregunta 2, Frecuencia de Edad de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

EDAD	F	%
18-23 años	10	10.87%
24-29 años	12	13.04%
30-34 años	25	27.17%
35-40 años	13	14.13%
41 a más	32	34.78%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

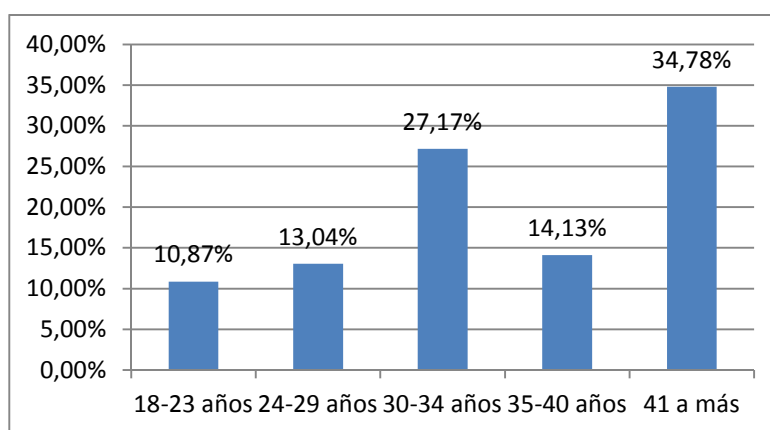


Figura 25. Pregunta 2, Diagrama de Edad de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la parroquia Atahualpa el maestro artesano se inicia muy joven en la fabricación de muebles a partir de los 18 años hasta los 65 años, apreciando un gran porcentaje que fluctúa en esa edad.

Pregunta 3: GRADO DE INSTRUCCIÓN

Tabla 18. Pregunta 3, Frecuencia de Grado de Instrucción de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

GRADO DE INSTRUCCIÓN	F	%
PRIMARIA	20	16.67%
SECUNDARIA	56	46.67%
SUPERIOR	4	3.33%
OTROS	12	10.00%
TOTAL	92	76.67%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

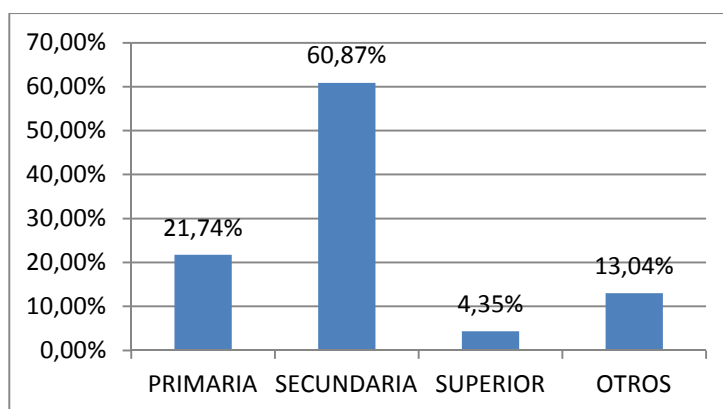


Figura 26. Pregunta 3, Diagrama de Grado de Instrucción de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

De la población artesanal encuestada 56 han cursado la secundaria, 20 han terminado la primaria, apenas 4 se preparan en la universidad, 12 tienen otro tipo de capacitación, dando a notar el grado de preparación de los habitantes en lo referente a administración financiera, talento humano.

Pregunta 4: ¿CUÁNTOS AÑOS DE EXPERIENCIA TIENE EN LA ELABORACIÓN DE MUEBLES?

Tabla 19. Pregunta 4, Frecuencia de Años de experiencia en la elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA ELABORACIÓN DE MUEBLES	F	%
1-5 años	13	14.13%
6-10 años	33	35.87%
11-15 años	21	22.83%
16-20 años	12	13.04%
21-25 años	7	7.61%
26-30 años	6	6.52%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

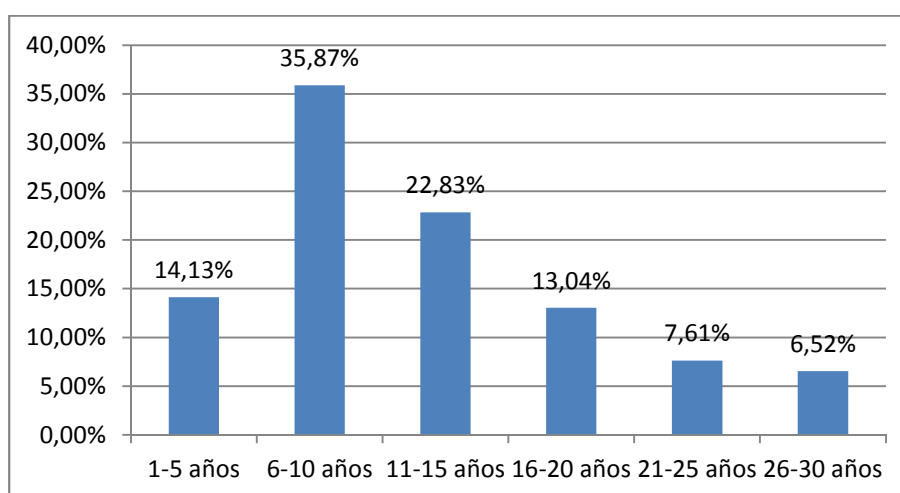


Figura 27. Pregunta 4, Diagrama de Años de experiencia en la elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

De la población artesanal encuestada 33 tienen de 6 a 10 años de experiencia en la elaboración de muebles, 21 tienen de 11 a 15 años, 13 tienen de 1 a 5 años, 12 tienen de 16 a 20 años, 7 tienen de 21 a 25 años y 6 tienen de 26 a 30 años. Al no existir muchas oportunidades de empleo o de estudio la población se encamina a elegir la fabricación de muebles artesanales como medio de ingreso.

Pregunta 5: ¿TIENE CAPACITACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE MUEBLES?

Tabla 20. Pregunta 5, Frecuencia de capacitación en la elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

CAPACITACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE MUEBLES	F	%
SI	10	10.87%
NO	82	89.13%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

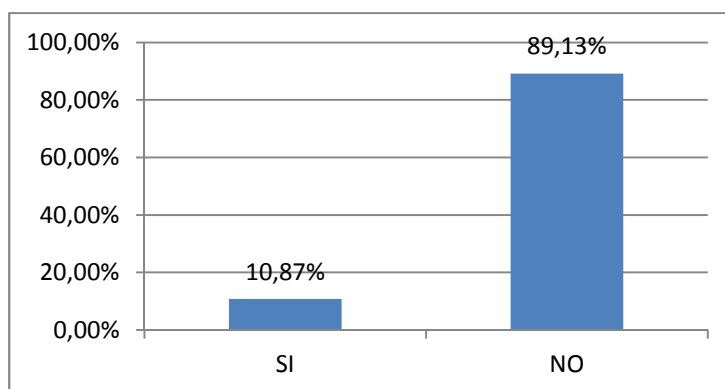


Figura 28. Pregunta 5, Diagrama de capacitación en la elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

De 92 maestros artesanos encuestados, 82 no tienen capacitación en la elaboración de muebles y 10 si tienen capacitación, la mayor parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa aprenden su oficio empíricamente, de sus familiares, otros empezando como operarios. No se han capacitado por la falta de recursos económicos ya que indican que no es conveniente por el costo.

Pregunta 6: ¿CREE USTED QUE ES NECESARIO RECIBIR CAPACITACIÓN SOBRE ELABORACIÓN DE MUEBLES?

Tabla 21. Pregunta 6, Frecuencia de capacitación sobre elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

RECIBIR CAPACITACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE MUEBLES	F	%
SI	92	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

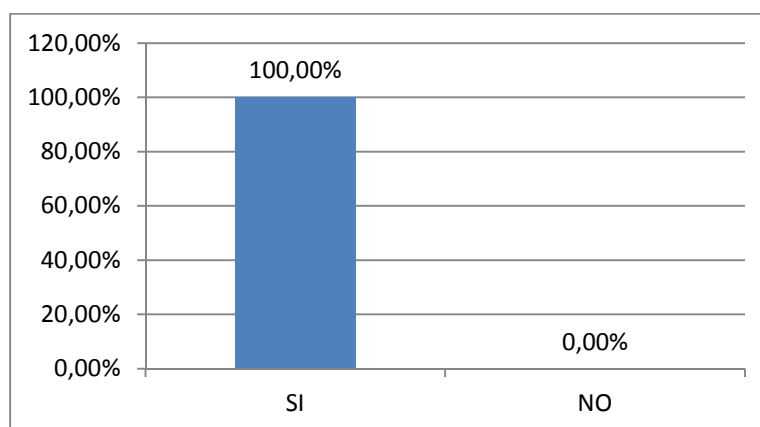


Figura 29. Pregunta 6, Diagrama de capacitación sobre elaboración de muebles de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la parroquia Atahualpa de 92 maestros artesanos en elaboración de muebles encuestados 92 manifiestan que es necesario, urgente gestionar capacitación en diseños, acabados, lacados y nuevas tendencias. Muchos maestros artesanos adquieren nuevos conocimientos en nuevos estilos del internet.

Pregunta 7: ¿TIENE ALGÚN TÍTULO ARTESANAL?

Tabla 22. Pregunta 7, Frecuencia de disponibilidad de título artesanal por parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa en la elaboración de muebles

DISPONIBILIDAD DE TITULO ARTESANAL EN ELABORACIÓN DE MUEBLES	F	%
SI	8	8.70%
NO	84	91.30%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

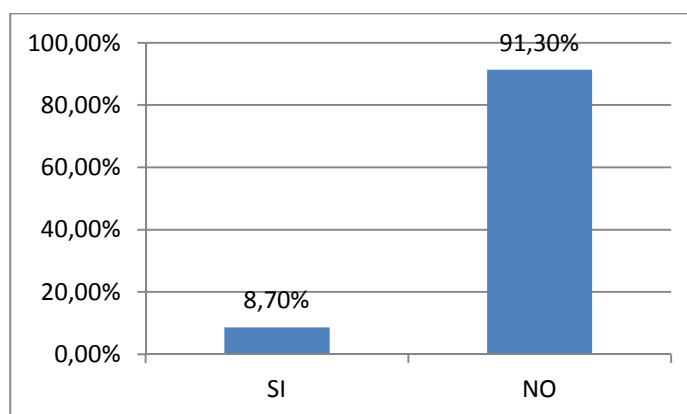


Figura 30. Pregunta 7, Diagrama de disponibilidad de título artesanal por parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa en la elaboración de muebles

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la parroquia Atahualpa de 92 maestros artesanos en elaboración de muebles encuestados 84 no dispone de título artesanal y apenas 8 si disponen. Los maestros artesanos en la elaboración de muebles manifiestan que por el costo no han puesto empeño en obtener mencionado título por el costo que implica, inclusive el presidente actual de la Asociación de Artesanos de la parroquia Atahualpa no dispone de título artesanal.

Pregunta 8: ¿QUÉ TIPO DE MADERA UTILIZA EN LA ELABORACIÓN DE MUEBLES?

Tabla 23. Pregunta 8, Frecuencia de tipo de madera utiliza en la elaboración de muebles

TIPO DE MADERA UTILIZA EN LA ELABORACIÓN DE MUEBLES	F	%
GUAYACAN	32	34.78%
AMARILLO	21	22.83%
LAUREL	11	11.96%
PALO DE VACA	3	14.13%
CEDRO	10	10.87%
BÁLSAMO	5	5.43%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

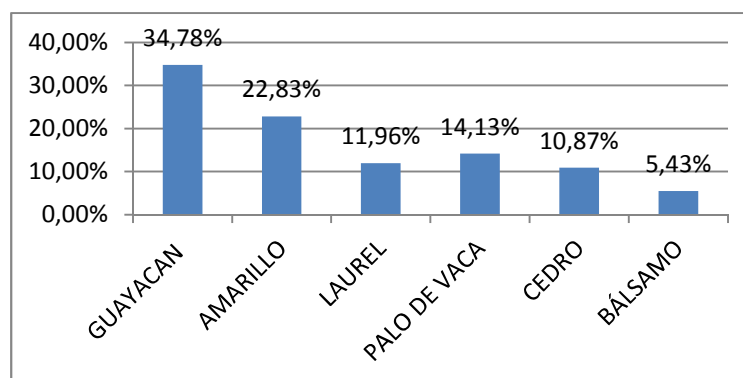


Figura 31. Pregunta 8, Diagrama de tipo de madera utiliza en la elaboración de muebles

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la parroquia Atahualpa de 92 maestros artesanos en elaboración de muebles encuestados el 32 prefiere guayacán, 21 madera amarillo por su durabilidad y resistencia, los muebles elaborados con estas maderas tienen un costo elevado, 11 laurel, 13% palo de vaca que también son maderas resistentes pero sus muebles de menor costo que el guayacán, 10 cedro y 5 bálsamo que son maderas con menos durabilidad, resistencia.

Pregunta 9: ¿QUÉ TIPO DE MUEBLE DE MADERA ES EL QUE MÁS VENDE?

Tabla 24. Pregunta 9, Frecuencia de tipo de mueble de madera que más venden los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

TIPO DE MUEBLE QUE MAS SE VENDE	F	%
DORMITORIO	3	35.87%
LOS DEMAS MUEBLES	9	31.52%
COCINA	7	18.48%
OFICINA	3	14.13%
TOTAL	2	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

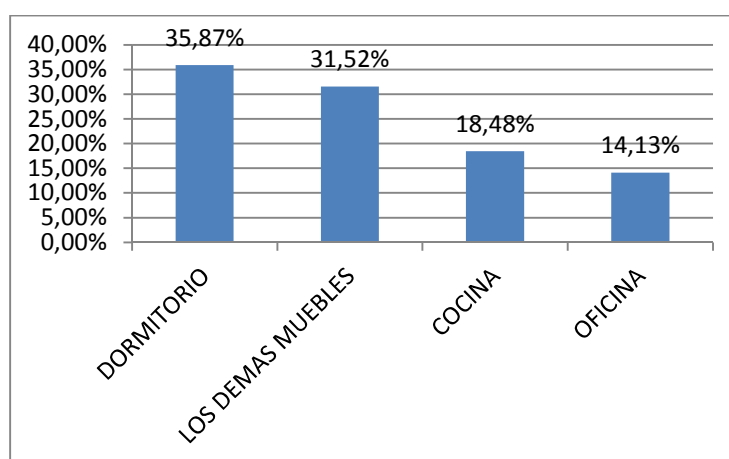


Figura 32. Pregunta 9, Diagrama de tipo de mueble de madera que más venden los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Los muebles elaborados por los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que más se vende es 35.87% dormitorio (camas, veladores, armarios), 31.52% los demás muebles de madera (anaqueles, muebles para tv, bar, repisas, mesas de centro, juego de sala), 18.48% cocina (juegos de comedor, sillas para desayunador) y 14.13% oficina (escritorio, repisas, libreros).

Pregunta 10: ¿QUÉ TIPO DE ESTILO DE MUEBLE DE MADERA ES EL QUE MÁS VENDE?

Tabla 25. Pregunta 10, Frecuencia de tipo de estilo de mueble de madera que más venden los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

TIPO DE ESTILO DE MUEBLE QUE MAS SE VENDE	F	%
LUIS XV	50	54.35%
COLINEAL	33	35.87%
OTROS	9	9.78%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

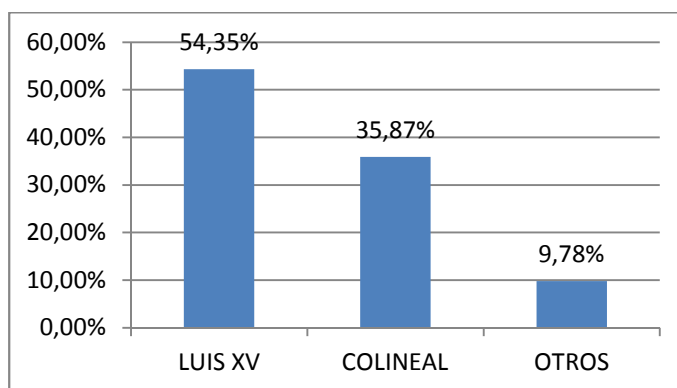


Figura 33. Pregunta 10, Diagrama de tipo de mueble de madera que más venden los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Los muebles elaborados por los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que más se vende de acuerdo al estilo son 54.35% Luis XV, 35.87% Colineal y 9.78% que corresponde a otros estilos. El estilo Luis XV es el más conocido, de mayor acogida por los clientes.

Pregunta 11: ¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017?

Tabla 26. Pregunta 11, Frecuencia de conocimiento sobre el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 por parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

CONOCIMIENTO SOBRE EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017	F	%
SI	2	2.17%
NO	90	97.83%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

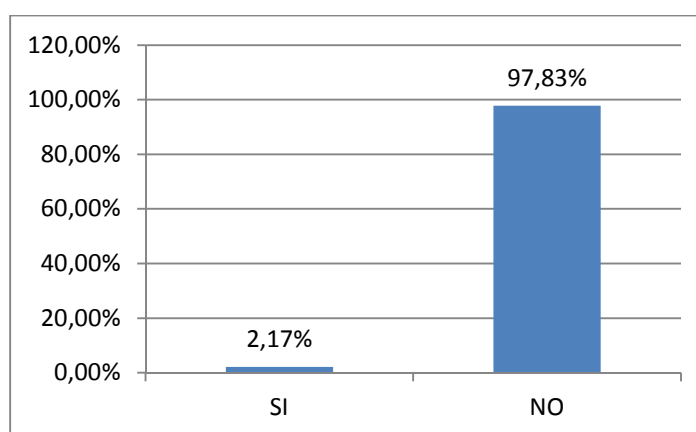


Figura 34. Pregunta 11, Diagrama de conocimiento sobre el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 por parte de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El 98.33% de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa tienen un desconocimiento sobre el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, mientras apenas el 2.17% tiene un leve conocimiento o escucho algo sobre el Plan, no mencionan nada sobre los objetivos nacionales.

Pregunta 12: ¿RECIBE ALGÚN TIPO DE FINANCIAMIENTO PARA ELABORAR LOS MUEBLES?

Tabla 27. Pregunta 12, Frecuencia de tipo de financiamiento para la elaboración de muebles que reciben los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

TIPO DE FINANCIAMIENTO PARA ELABORAR MUEBLES	F	%
SI	0	0.00%
NO	92	100.00%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

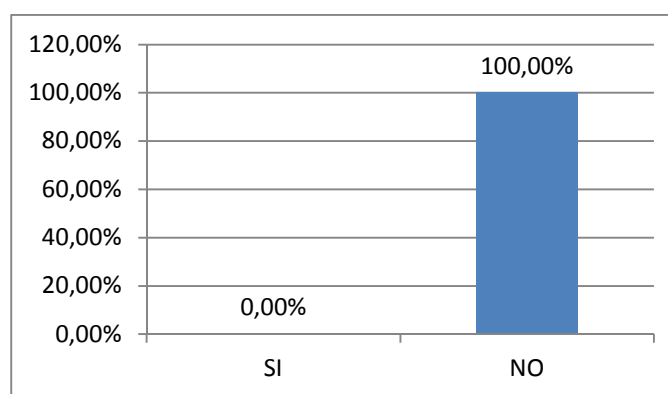


Figura 35. Pregunta 12, Diagrama de tipo de financiamiento para la elaboración de muebles que reciben los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El 100% de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa no reciben financiamiento para elaborar sus muebles, para empezar el trabajo piden el 50% del valor del mueble para comprar los materiales necesarios en la elaboración del mueble.

Pregunta 13: ¿PERTENECE A ALGUNA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DEL SECTOR?

Tabla 28. Pregunta 13, Frecuencia de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que integran una Asociación de Artesanos

MAESTROS ARTESANOS QUE INTEGRAN UNA SOCIEDAD DE F ARTESANOS	F	%
SI	80	86.96%
NO	12	13.04%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

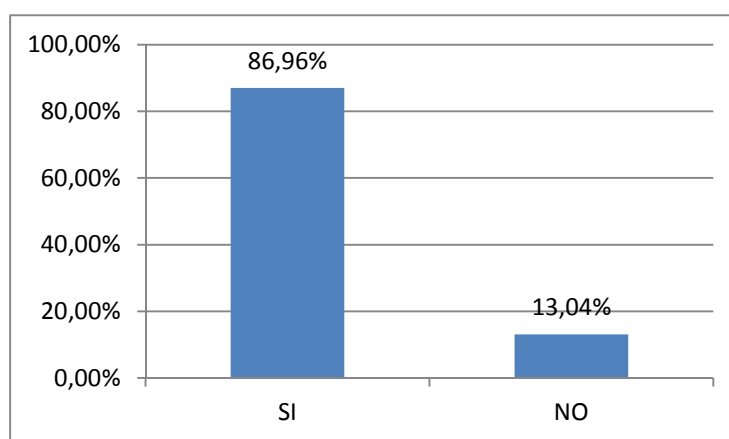


Figura 36. Pregunta 13, Diagrama de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que integran una Asociación de Artesanos

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El 13.04% de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa no forman parte de una Asociación de Artesanos dentro y fuera del sector, porque indican que no tienen ningún beneficio, mientras que el 86.96% forman parte de una Asociación, pero están inconformes con la administración de la misma ya que no se preocupan buscar formas de financiamiento para capacitar a sus miembros.

Pregunta 14: ¿LE GUSTARIA FORMAR PARTE DE UNA MICROEMPRESA COMUNAL QUE OFERTE Y COMERCIALICE MUEBLES ARTESANALES A MIAMI, CUMPLIENDO CON ESTANDANDARES DE CALIDAD Y LA DEMANDA EXIGIDA?

Tabla 29. Pregunta 14, Frecuencia de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que desean formar parte de una microempresa comunal que oferte y comercialice muebles artesanales de madera a Miami.

MAESTROS ARTESANOS QUE DESEAN FORMAR PARTE DE UNA MICROEMPRESA COMUNAL	F	%
SI	89	96.74%
NO	3	3.26%
TOTAL	92	100.00%

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

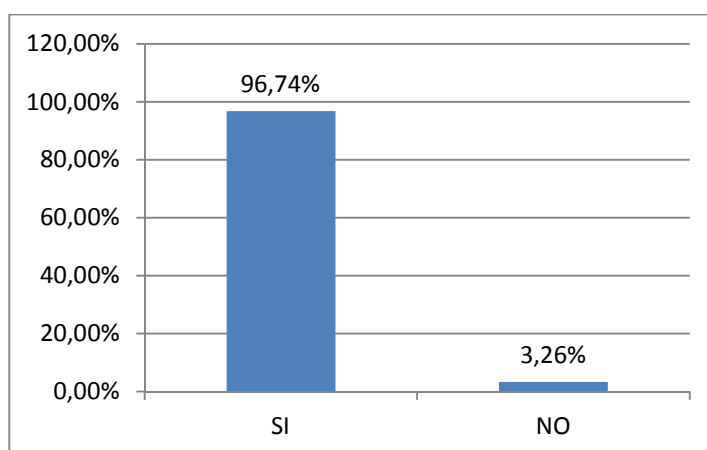


Figura 37. Pregunta 14, Diagrama de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa que desean formar parte de una microempresa comunal que oferte y comercialice muebles artesanales de madera a Miami.

FUENTE: ENCUESTA OFERTA EXPORTABLE A MAESTROS ARTESANOS P. ATAHUALPA
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El 96.74% de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa encuestados les gustaría formar parte de una microempresa comunal para ofertar y comercializar muebles artesanales de madera a Miami y apenas el 3.26% no le interesa, la mayor parte considera que es formidable el dar a conocer sus trabajos no solo a Norteamérica, sino Europa y Asia, esto les va

a traer mejor calidad de vida, dar a conocer al mundo sobre la calidad de mueble que se elabora en la parroquia Atahualpa.

2.2 Estudio de demanda internacional

Para determinar la viabilidad de la oferta exportable y la comercialización a la ciudad de Miami de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, es necesario conocer a los países que demandan muebles artesanales en madera a nivel mundial, de acuerdo a estadísticas del Banco Central del Ecuador se observa la demanda de muebles de madera de países por partidas clasificados en los 940360 demás muebles de madera, 940330 muebles de madera utilizados en oficina y 940350 muebles de madera utilizados en dormitorios.

2.2.1 Países que demandan muebles artesanales en madera en toneladas y valor FOB

Los países que demandan los demás muebles de madera de la partida 940360 siendo Estados Unidos el segundo país que demanda los demás muebles de madera, en el periodo comprendido desde enero de 2010 hasta febrero 2014 se han exportado 194.93 toneladas con un valor FOB de 2,527.93 dólares, como se aprecia en la tabla 30 y figura 38.

Tabla 30. Países que demandan los demás muebles de madera partida 940360 (miles de dólares)

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB DOLAR	% /TOTAL FOB DÓLAR
9403600000	LOS DEMAS MUEBLES DE MADERA	PANAMA	586.67	3,347.87	27.21
		ESTADOS UNIDOS	194.93	2,527.93	20.55
		PERU	152.08	957.15	7.78
		MARTINICA	177.26	858.40	6.98
		VENEZUELA	61.39	809.71	6.59
		COLOMBIA	46.73	715.37	5.82
		FRANCIA	105.90	478.19	3.89
		CHILE	37.87	395.38	3.22
		REPUBLICA DOMINICANA	27.25	297.40	2.42
		CANADA	16.84	238.81	1.95
		MEXICO	27.78	206.08	1.68
		NUEVA ZELANDA	15.60	194.85	1.59

FUENTE: BCE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

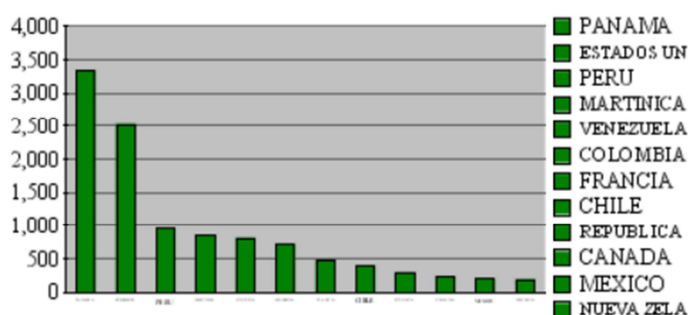


Figura 38. Países que demandan los demás muebles de madera de la partida 940360

FUENTE: BCE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la lista de los mercados importadores para producto de la partida 9403600000 muebles de madera, Estados Unidos es el primer importador en el año 2013, valor máximo exportado alcanzado en el año 2012 de 724, como se aprecia en la tabla 31 y figura 39.

Tabla 31. Lista de los mercados importadores para producto de la partida 9403600000 muebles de madera exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013 (miles de dólares).

IMPORTADORES	VALOR EXPORT. EN 2009	VALOR EXPORT. EN 2010	VALOR EXPORT. EN 2011	VALOR EXPORT. EN 2012	VALOR EXPORT. EN 2013
Mundo	2156	2568	2669	3774	3010
Estados Unidos de América	690	616	616	724	673
Panamá	335	722	789	1147	561
Francia	134	366	252	371	421
Chile	20	19	30	7	336
Venezuela	274	96	178	263	272
Perú	5	221	195	342	162
Colombia	14	8	233	314	161
República Dominicana	113	107	52	53	85
Uruguay	0	0	0	0	82
Nueva Zelandia	42	39	50	53	54

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

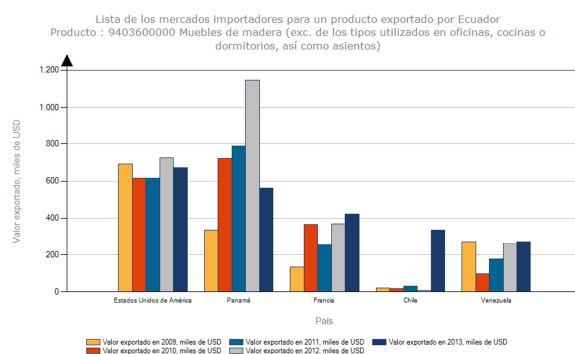


Figura 39. Lista de los mercados importadores para producto de la partida 9403600000 muebles de madera exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013.

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Los países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en oficina partida 940330 siendo Estados Unidos el segundo país que demanda muebles de madera utilizados en oficina, en el periodo comprendido desde enero de 2010 hasta febrero 2014 se han exportado 40.82 toneladas con un valor FOB de 302.56 dólares. Panamá es el primer país que demanda muebles de madera por su ubicación geográfica, como se aprecia en la tabla 32 y figura 40.

Tabla 32. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en oficina partida 940330 (miles de dólares)

SUBPARTIDA A NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
9403300000	MUEBLES DE MADERA DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN OFICINAS	VENEZUELA	138.08	903.73	40.09
		ESTADOS UNIDOS	40.82	302.56	13.42
		CHILE	43.95	295.09	13.09
		BOLIVIA	29.30	151.70	6.73
		COSTA RICA	11.22	125.74	5.58
		PANAMA	20.67	118.95	5.28
		NICARAGUA	4.17	81.01	3.60
		COLOMBIA	10.20	75.97	3.37
		PUERTO RICO	16.19	75.91	3.37
		PERU	7.45	47.54	2.11
		ANTILLAS HOLANDESAS	2.48	20.89	0.93
		REPUBLICA DOMINICANA	1.53	16.31	0.73

FUENTE: BCE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

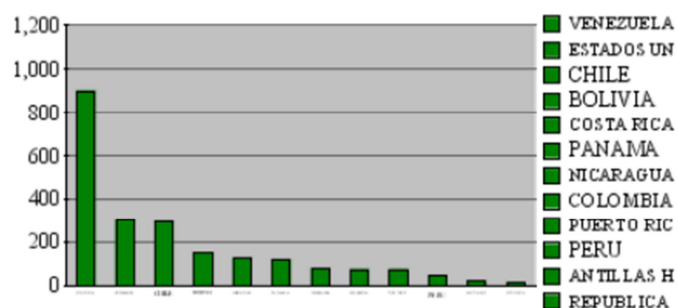


Figura 40. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en oficina partida 940330

FUENTE: BCE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la lista de los mercados importadores para producto de la partida 9403500000 muebles de madera utilizados en oficina, Estados Unidos es el tercer importador en el año 2013, como se aprecia en la tabla 33 y figura 41.

Tabla 33. Lista de los mercados importadores para producto 9403500000 Muebles de madera utilizados en oficina exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013 (miles de dólares).

IMPORTADORES	VALOR EXPORT. EN 2009	VALOR EXPORT. EN 2010	VALOR EXPORT. EN 2011	VALOR EXPORT. EN 2012	VALOR EXPORT. EN 2013
Mundo	566	1121	919	1061	944
Panamá	240	680	298	315	367
Estados Unidos de América	178	203	200	249	230
Perú	30	160	238	319	205
Venezuela	16	12	42	137	100
República Dominicana	9	24	15	24	16
Chile	1	0	0	0	9
Guatemala	6	12	7	0	8
Reino Unido	0	0	0	0	7
Costa Rica	2	0	0	0	1
Bolivia	0	0	0	0	1

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

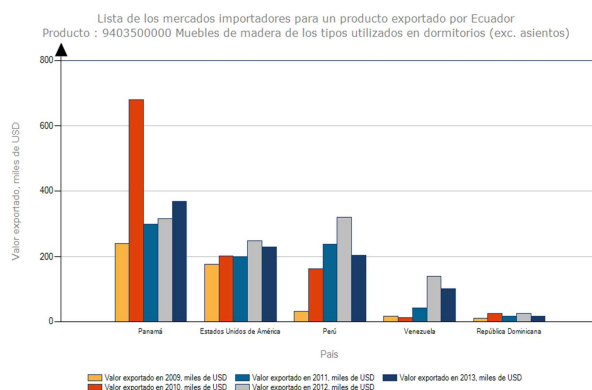


Figura 41. Lista de los mercados importadores para producto 9403500000 Muebles de madera utilizados en oficina exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013.

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Los países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios partida 940350 siendo Estados Unidos el tercer país que demanda muebles de madera utilizados en dormitorios, en el periodo comprendido desde enero de 2010 hasta febrero 2014 se han exportado 56.60 toneladas con un valor FOB de 772.63 dólares, como se aprecia en la tabla 34 y figura 42.

Tabla 34. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios partida 940350 (miles de dólares)

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAIS	TON ELAD AS	FOB - DOLAR	%/ TOTAL FOB – DÓLAR
940350000	MUEBLES DE MADERA DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN DORMITORIO S	PANAMA	2	1,687.30	40.78
		PERU	189.1	960.33	23.21
		ESTADOS UNIDOS	56.60	772.63	18.67
		VENEZUELA	13.14	290.94	7.04
		PUERTO RICO	10.14	133.92	3.24
		COLOMBIA	34.41	109.79	2.66
		REPUBLICA DOMINICANA	5.01	78.99	1.91
		GUATEMALA	2.18	26.30	0.64
		JAMAICA	1.15	14.18	0.35
		CHILE	2.69	11.47	0.28
		MEXICO	0.44	10.58	0.26
		MOLDAVIA	1.16	7.94	0.20

FUENTE: BCE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

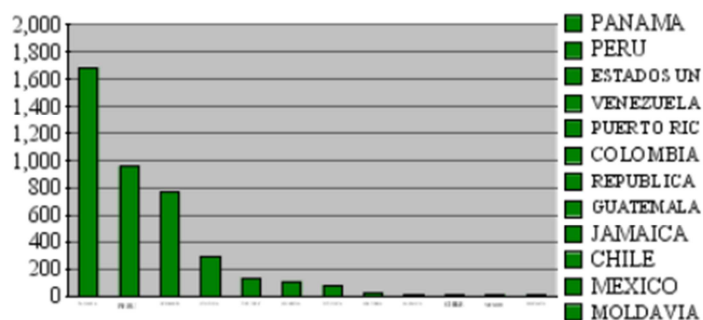


Figura 42. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios partida 940350

FUENTE: BCE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la lista de los mercados importadores para producto de la partida 9403300000 muebles de madera utilizados en dormitorios, Estados Unidos es el cuarto importador en el año 2013, como se aprecia en la tabla 35 y figura 43.

Tabla 35. Lista de los mercados importadores para producto 9403300000 Muebles de madera utilizados en dormitorios exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013 (miles de dólares).

IMPORTADORES	VALOR EXPORT. EN 2009	VALOR EXPORT. EN 2010	VALOR EXPORT. EN 2011	VALOR EXPORT. EN 2012	VALOR EXPORT. EN 2013
Mundo	584	453	447	555	558
Venezuela	109	77	92	189	381
Colombia	14	10	12	3	51
Bolivia	20	5	37	68	33
Estados Unidos de América	65	156	56	127	32
Costa Rica	6	2	8	18	31
Chile	9	26	137	114	18
Alemania	6	0	5	0	8
Panamá	66	52	27	28	2
Perú	84	32	15	0	1
Guatemala	1	1	1	0	1

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

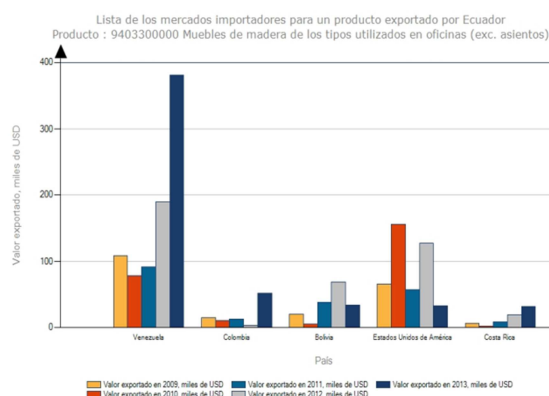


Figura 43. Lista de los mercados importadores para producto 9403300000 Muebles de madera utilizados en dormitorios exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013.

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Los países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas partida 940340 siendo Estados Unidos el tercer país que demanda muebles de madera utilizados en cocinas, en el periodo comprendido desde enero de 2010 hasta febrero 2014 se han exportado 65.45 toneladas con un valor FOB de 327.11 dólares, como se aprecia en la tabla 36 y figura 44.

Tabla 36. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas partida 940340 (miles de dólares)

SUBPARTIDA A NANDINA	DESCRIPCIÓN N NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
9403400000	MUEBLES DE MADERA DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN COCINAS	PANAMA	182.38	917.27	49.28
		PERU	69.70	336.48	18.08
		ESTADOS UNIDOS	65.45	327.11	17.58
		REPUBLICA DOMINICANA	69.55	174.56	9.38
		COLOMBIA	31.15	94.35	5.07
		VENEZUELA	0.11	6.48	0.35
		ITALIA	0.47	5.00	0.27
		CAIMAN, ISLAS	0.09	0.20	0.02
		CUBA	0.07	0.08	0.01

FUENTE: BCE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

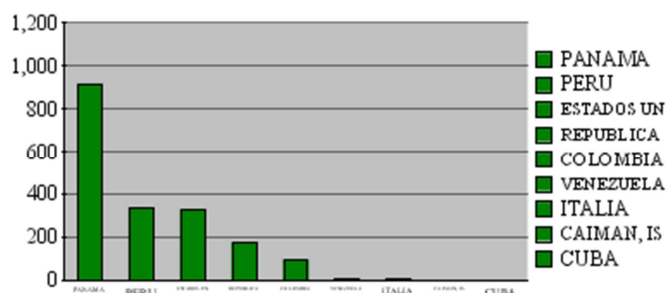


Figura 44. Países que demandan muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas partida 940340

FUENTE: BCE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la lista de los mercados importadores para producto de la partida 9403400000 muebles de madera utilizados en la cocina, Estados Unidos es el segundo importador en el año 2013, como se aprecia en la tabla 37 y figura 45.

Tabla 37. Lista de los mercados importadores para producto 9403400000 Muebles de madera utilizados en la cocina exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013 (miles de dólares).

IMPORTADORES	VALOR EXPORT. EN 2009	VALOR EXPORT. EN 2010	VALOR EXPORT. EN 2011	VALOR EXPORT. EN 2012	VALOR EXPORT. EN 2013
Mundo	343	523	274	172	826
Panamá	2	145	78	0	644
Estados Unidos de América	30	5	51	75	182
Venezuela	0	0	0	6	0
Perú	18	151	102	84	0
Bahamas	31	0	0	0	0
Colombia	183	72	15	7	0
República Dominicana	79	146	28	0	0
Alemania	1	0	0	0	0
Italia	0	5	0	0	0

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

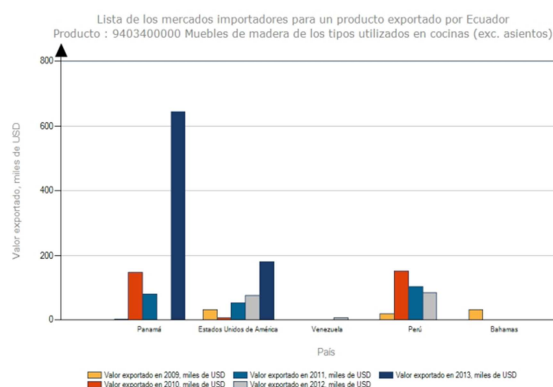


Figura 45. Lista de los mercados importadores para producto 9403400000 Muebles de madera utilizados en la cocina exportado por Ecuador desde el año 2009 hasta el 2013.

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

2.3 Estudio de competencia internacional

Dentro de los principales proveedores de muebles de madera a Estados Unidos tenemos los siguientes países y los valores importados durante el periodo 2010 al 2013. Los principales proveedores de muebles de madera a Estados Unidos son: China, Canadá, Vietnam, Malasia, Indonesia, Italia, Tailandia, México, Polonia y Filipinas, que vendrían a hacer la competencia internacional de Ecuador, donde China ocupa el primer lugar con un valor importando durante el periodo 2010 al 2013 de \$ 14,367,092, como se aprecia en la tabla 38.

Tabla 38. Principales proveedores de muebles de madera a Estados Unidos (miles de dólares)

Exportadores	Valor Importado en 2010	Valor Importado en 2011	Valor Importado en 2012	Valor Importado en 2013	Valor Total Importado 2010-2013
China	3,301,300	3,229,368	2,907,785	2,196,396	14,367,092
Canadá	694,084	632,114	496,673	284,477	2,391,212
Vietnam	237,829	305,973	365,974	365,021	1,732,360
Malasia	320,724	311,554	271,925	198,714	1,304,632
Indonesia	214,033	217,164	188,327	147,804	943,234
Italia	172,455	187,868	164,735	114,184	748,102
Tailandia	191,470	156,027	126,040	106,161	697,690
México	129,316	124,635	116,167	114,417	616,588
Polonia	43,212	73,119	111,672	97,677	428,373
Filipinas	109,887	96,017	77,409	34,802	360,469

FUENTE: PRO ECUADOR

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El porcentaje de participación de los principales países importadores de los demás muebles de madera que son: Estados Unidos 19 %, Alemania 9.51 %, Francia 6.43 %, Japón 5.71 %, Reino Unido 5.39 %, Canadá 3.06 %, Suiza 3.04 %, Países Bajos 2.93 %, Austria 2.86 %, Bélgica 2.43 %, donde Estados Unidos el que ocupa el primer lugar a nivel mundial, como se aprecia en la tabla 39 y figura 46.

Tabla 39. Principales importadores de los demás muebles de madera (miles de dólares)

Países Import.	valor import. 2010	valor import. 2011	valor import. 2012	valor import. 2013	%2013/2012	%2009/2013	% Participación mundial
Estados Unidos	5.468.469	4.073.299	4.787.522	4.665.898	-2,54	-14,68	19,84
Alemania	1.756.800	1.784.439	2.029.942	2.236.730	10,19	27,32	9,51
Francia	1.870.778	1.526.011	1.577.587	1.512.757	-4,11	-19,14	6,43
Japón	1.176.383	1.150.955	1.259.313	1.343.856	6,71	14,24	5,71
Reino Unido	1.755.360	1.312.226	1.387.890	1.266.778	-8,73	-27,83	5,39
Canadá	751.602	589.022	703.407	720.377	2,41	-4,15	3,06
Suiza	651.738	568.953	598.491	714.967	19,46	9,70	3,04
Países Bajos	749.174	604.724	642.371	688.968	7,25	-8,04	2,93
Austria	691.129	612.052	591.398	673.417	13,87	-2,56	2,86
Bélgica	725.522	584.736	561.055	572.405	2,02	-	2,43

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

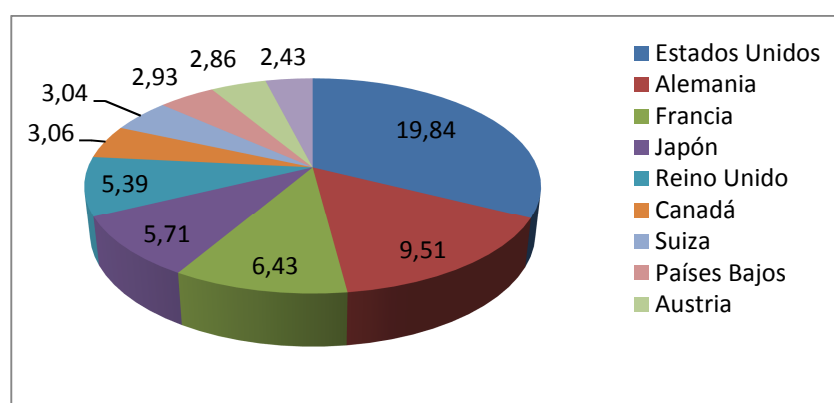


Figura 46. Principales importadores los demás muebles de madera

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El porcentaje de participación de los principales importadores de muebles de madera utilizados en oficina que son: Estados Unidos 25.82 %, Francia 5.07 %, Alemania 4.31 %, Reino Unido 3.72 %, Canadá 3.65 %, Suiza 3.34 %, Arabia Saudita 3.05 %, Noruega 2.85 %, India 2.84 %, Federación de Rusia 2.72 %, donde Estados Unidos ocupa el primer lugar a nivel mundial, como se aprecia en la tabla 40 y figura 47.

Tabla 40. Principales importadores de muebles de madera utilizados en oficina (miles de dólares).

Países Import.	valor import. 2010	valor import. 2011	valor import. 2012	valor import. 2013	%2013/2012	%2009/2013	% Participación mundial
Estados Unidos	968.662	694.119	752.148	810.219	7,72	-16,36	25,82
Francia	212.180	152.861	162.059	158.986	-1,90	-25,07	5,07
Alemania	142.963	115.522	109.073	135.227	23,98	-5,41	4,31
Reino Unido	185.942	105.130	96.501	116.719	20,95	-37,23	3,72
Canadá	125.801	86.991	98.261	114.507	16,53	-8,98	3,65
Suiza	120.915	89.709	90.157	104.735	16,17	-13,38	3,34
Arabia Saudita	0	84	103.823	95.624	-7,90		3,05
Noruega	127.332	92.122	77.512	89.390	15,32	-29,80	2,85
India	73.273	46.779	66.378	89.121	34,26	21,63	2,84
Federación de Rusia	99.314	62.824	69.908	85.478	22,27	-13,93	2,72

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

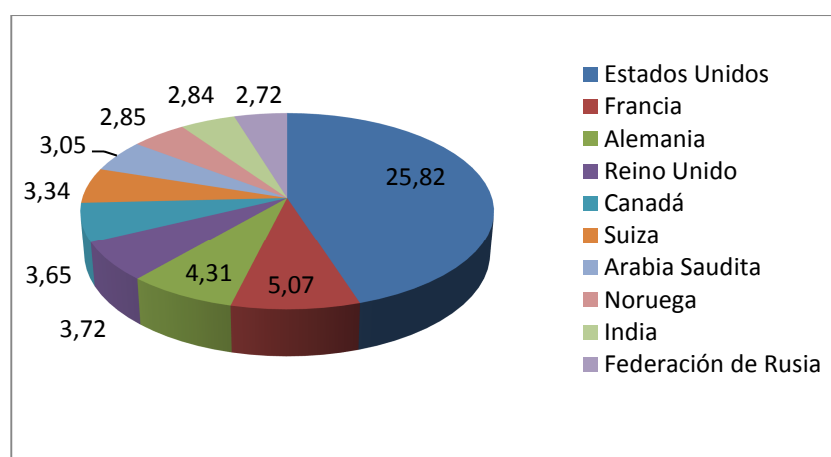


Figura 47. Principales importadores de muebles de madera utilizados en oficina

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El porcentaje de participación de los principales importadores de muebles de madera utilizados en dormitorios que son: Estados Unidos 33.50 %, Reino Unido 6.99 %, Alemania 5.54 %, Canadá 3.90 %, Francia 3.67 %, Suiza 3.22 %, Australia 2.85 %, Austria 2.75 %, Arabia Saudita 2.54 % y Países Bajos 2.27 %, donde Estados Unidos ocupa el primer lugar a nivel mundial, como se aprecia en la tabla 41 y figura 48.

Tabla 41. Principales importadores de muebles de madera utilizados en dormitorios (miles de dólares)

Países Import.	valor import. 2010	valor import. 2011	valor import. 2012	valor import. 2013	%2013/2012	%2009/2013	% Participación mundial
Estados Unidos	3.195.652	2.658.205	3.207.826	3.050.362	-4,91	-4,55	33,50
Reino Unido	771.920	651.271	667.366	636.547	-4,62	-17,54	6,99
Alemania	415.752	421.778	415.458	504.681	21,48	21,39	5,54
Canadá	327.246	285.554	340.622	355.485	4,36	8,63	3,90
Francia	400.330	337.962	323.756	333.966	3,15	-16,58	3,67
Suiza	257.196	230.780	237.019	293.370	23,77	14,06	3,22
Australia	209.799	187.851	204.447	259.498	26,93	23,69	2,85
Austria	225.856	221.965	208.502	250.071	19,94	10,72	2,75
Arabia Saudita	1.060	73.252	168.266	230.921	37,24	21.685,00	2,54
Países Bajos	225.922	182.455	186.780	206.363	10,48	-8,66	2,27

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

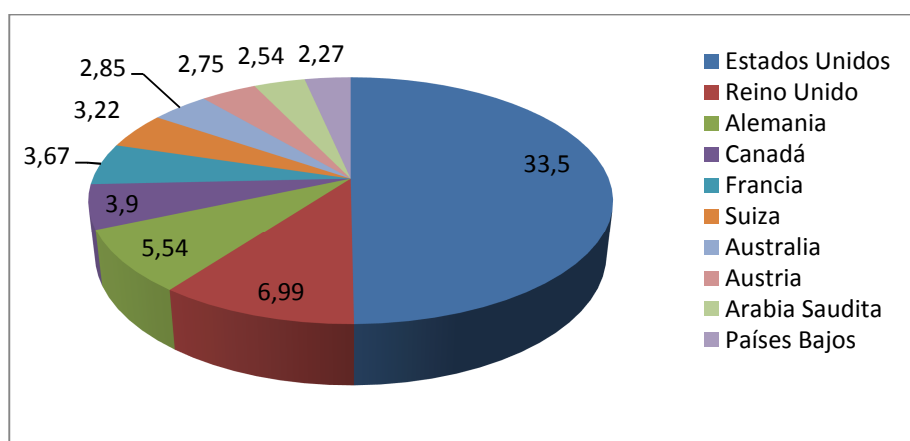


Figura 48. Principales importadores de muebles de madera utilizados en dormitorios

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El porcentaje de participación mundial de los principales importadores de muebles de madera utilizados en cocina que son: Estados Unidos 17.08 %, Francia 12.58 %, Suiza 7.87 %, Países Bajos 5.46 %, Austria 5.07 %, Bélgica 4.52 %, Noruega 3.58 %, Reino Unido 3.57 %, Alemania 3.25 % y Canadá 2.86 %, donde Estados Unidos ocupa el primer lugar a nivel mundial, como se aprecia en la tabla 42 y figura 49.

Tabla 42. Principales importadores de muebles de madera utilizados en cocina (miles de dólares)

Países Import.	valor import. 2010	valor import. 2011	valor import. 2012	valor import. 2013	%2013/2012	%2009/2013	% Participación mundial
Estados Unidos	951.631	659.867	686.535	752.279	9,58	-20,95	17,08
Francia	557.964	527.986	562.791	554.007	-1,56	-0,71	12,58
Suiza	298.300	270.080	285.848	346.520	21,23	16,16	7,87
Países Bajos	323.984	225.594	194.191	240.640	23,92	-25,72	5,46
Austria	193.159	192.370	163.956	223.243	36,16	15,57	5,07
Bélgica	251.562	236.183	181.578	199.184	9,70	-20,82	4,52
Noruega	128.753	104.248	106.695	157.832	47,93		3,58
Reino Unido	353.297	242.592	201.442	157.462	-21,83	-55,43	3,57
Alemania	115.540	101.725	105.246	143.056	35,93	23,82	3,25
Canadá	156.976	108.317	126.634	126.197	-0,35	-19,61	2,86

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

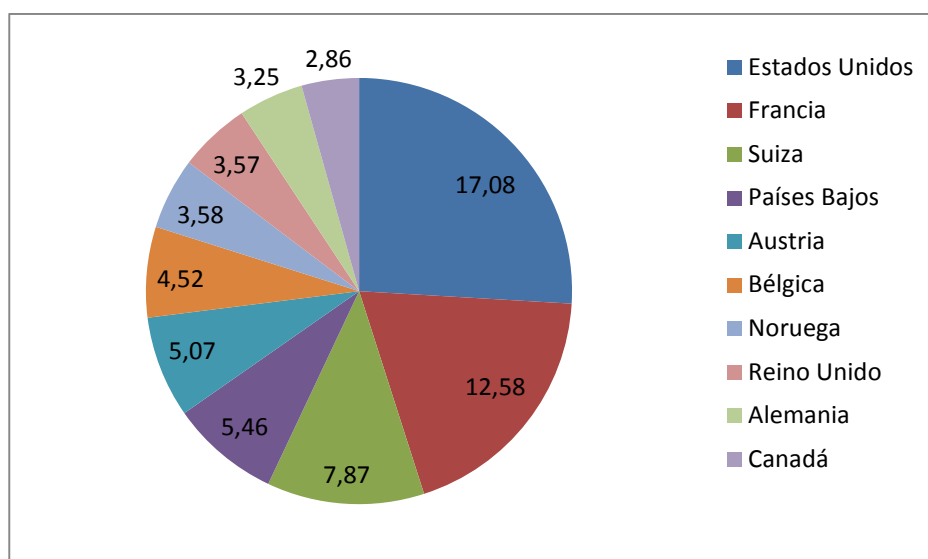


Figura 49. Principales importadores de muebles de madera utilizados en cocina

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

2.3.1 Empresas extranjeras que comercializan muebles artesanales en madera

Las principales empresas exportadoras de muebles de madera en Perú que tienen la siguiente participación en el mercado internacional en el 2013 y una variación de participación entre el 2012 y 2013 respectivamente que son: Flores Rojas Artesanías Sociedad 8%, 7%, Artes del Sur S.A.C. 7%,

14.3%, Asociación de Artesanos Cordiller6%, -20%, Padre Daniel Asociación de Artesanos6%, -15%, Romero / Torres S.A.C.5%, -4%, Mobiliario & Accesorios S.A.C.4%, 0%, Artesanías San José Sociedad Anon 4%, 27%, Aawood Furniture. Perú S.A.C4%, 53%y Arts Munay Colonial Jw S.A.C. 4%, 21%, Como se aprecia en la tabla 43.

Perú tiene una atractiva participación en el mercado internacional en las exportaciones de muebles de madera artesanales, son organizados y están asociados estratégicamente en todo el Perú.

Tabla 43. Empresas peruanas que exportan muebles de madera

EMPRESAS PERUANAS QUE EXPORTAN MUEBLES DE MADERA	%Var 13-12	%Part. 13
FLORES ROJAS ARTESANIAS SOCIEDAD	7%	8%
ARTES DEL SUR S.A.C.	14.3%	7%
ASOCIACION DE ARTESANOS CORDILLER	-20%	6%
PADRE DANIEL ASOCIACION DE ARTESANOS	-15%	6%
ROMERO / TORRES S.A.C.	-4%	5%
MOBILIARIO & ACCESORIOS S.A.C.		4%
ARTESANIAS SAN JOSE SOCIEDAD ANON	27%	4%
AAWOOD FURNITURE.PERU S.A.C	53%	4%
ARTS MUNAY COLONIAL JW S.A.C.	21%	4%

FUENTE: SUNAT-PERU

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

2.4 Análisis de la oferta y la demanda del mercado de destino

Oferta

Una vez realizado el estudio de mercado se puede determinar que los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, estarían en condiciones de elaborar su oferta exportable de muebles artesanales a la ciudad de Miami, cumpliendo estándares de calidad y a un plazo conveniente para la entrega.

Ejemplo, 1 juego de sala, el tiempo estimado de elaboración 2 semanas trabajando con 3 operarios, a un costo que fluctuó en los \$ 3,000.00 dólares americanos.

Trabajar en un valor agregado que satisfaga las necesidades de los clientes extranjeros, algo que guste, llame la atención, sea bien elaborado, todo esto es posible si los maestros artesanos se organizan, planifican, busquen alternativas en cuanto a selección de la madera, principal materia prima que permita realizar trabajos de carpintería.

La cantidad, tiempo, número de operarios para producción de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa depende de recursos para financiar el pago de la mano de obra de los operarios, la compra de materiales y la renovación de herramientas. Para el financiamiento de una obra se requiere un anticipo que va desde el 40% al 50% del valor del mueble.

También carecen de actualización de diseños y estilos, sumado a esto una falta de capacitación artesanal, ya que los operarios son empíricos.

Los precios referenciales de venta de muebles artesanales de la parroquia Atahualpa pueden variar de acuerdo al local que se visite y al tipo de madera, estilo y acabado que se utilice al gusto del cliente.

Los artesanos de la parroquia Atahualpa se han organizado en dos Asociaciones de artesanos la Interprofesional de Artesanos y Red de Artesanos, pero sus socios muestran un malestar por las gestiones realizadas por sus directivos, porque carecen de formas de financiamiento para adquirir materia prima, herramientas, maquinaria, pago de mano de obra de operarios.

A pesar de la falta de gestión por parte de los directivos en lo que concierne a promoción comercial, mantienen mecanismos para dar conocer los muebles artesanales en madera elaborados en la parroquia Atahualpa como es la feria anual el 1, 2, 3, 4 y 5 de noviembre donde exponen a los visitantes sus trabajos, participación en la feria de Duran en convenio con la

ilustre municipalidad de ese cantón, salas itinerantes de exhibición en el cantón Santa Elena.

Es necesario implementar un plan de marketing para los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, participación con más stands en ferias conocidas del país, promoción comercial a nivel local, nacional e internacional, exponer los muebles artesanales de madera en salas permanentes e itinerantes en las principales ciudades del país.

Otro déficit que tiene la dirección de las Asociaciones de Artesanos de la parroquia Atahualpa es la falta de una planificación adecuada para capacitar a sus miembros en Estilos de acabado, tallado, lacado, nuevas tendencias ya que dependen mucho de los gustos de los clientes a la hora de elegir el tipo de mueble y el estilo.

Las Asociaciones de Artesanos de la parroquia Atahualpa carecen de gestión administrativa para la búsqueda de apoyo de entidades públicas y privadas para la asesoría en la obtención de requisitos necesarios para la comercialización en el exterior como el certificado de origen, preferencias arancelarias, acuerdos comerciales vigentes y normas fitosanitarias.

Todo esto se puede mejorar con organización, planificación, implementación de estrategias marketing para los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, basadas en los principios de asociatividad, enmarcados en la economía popular y solidaria, cumpliendo los objetivos nacionales del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.

A nivel mundial los principales proveedores de muebles de madera a Estados Unidos que son: China, Canadá, Vietnam, Malasia, Indonesia, Italia, Tailandia, México, Polonia y Filipinas, que vendrían a hacer la competencia internacional de Ecuador, donde China ocupa el primer lugar con un valor importando durante el periodo 2010 al 2013 de \$ 14,367,092.

Los principales países importadores de los demás muebles de madera son: Estados Unidos 19 %, Alemania 9.51 %, Francia 6.43 %, Japón 5.71 %, Reino Unido 5.39 %, Canadá 3.06 %, Suiza 3.04 %, Países Bajos 2.93 %, Austria 2.86 %, Bélgica 2.43 %, donde Estados Unidos el que ocupa el primer lugar a nivel mundial.

Los principales importadores de muebles de madera utilizados en oficina son: Estados Unidos 25.82 %, Francia 5.07 %, Alemania 4.31 %, Reino Unido 3.72 %, Canadá 3.65 %, Suiza 3.34 %, Arabia Saudita 3.05 %, Noruega 2.85 %, India 2.84 %, Federación de Rusia 2.72 %, donde Estados Unidos ocupa el primer lugar a nivel mundial.

Los principales importadores de muebles de madera utilizados en dormitorios son: Estados Unidos 33.50 %, Reino Unido 6.99 %, Alemania 5.54 %, Canadá 3.90 %, Francia 3.67 %, Suiza 3.22 %, Australia 2.85 %, Austria 2.75 %, Arabia Saudita 2.54 % y Países Bajos 2.27 %, donde Estados Unidos ocupa el primer lugar a nivel mundial.

Los principales importadores de muebles de madera utilizados en cocina que son: Estados Unidos 17.08 %, Francia 12.58 %, Suiza 7.87 %, Países Bajos 5.46 %, Austria 5.07 %, Bélgica 4.52 %, Noruega 3.58 %, Reino Unido 3.57 %, Alemania 3.25 % y Canadá 2.86 %, donde Estados Unidos ocupa el primer lugar a nivel mundial.

Demanda

Estados Unidos tiene un riguroso procedimiento aduanero para el ingreso de mercancías, cumplimiento de normas de calidad, controles fitosanitarios, sometimiento a barreras arancelarias, acuerdos comerciales y barreras no arancelarias. El objetivo a plantearse por los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, es cumplir la demanda y mantenerla, de esta

manera asegurar la prolongación del negocio, el inconveniente más común que afrontan en la actualidad la clase artesanal de la parroquia Atahualpa es la carencia de financiamiento para emprendimiento solidario, esto es la adquisición de materiales, herramientas, maquinarias, capacitarse en nuevas tendencias, estilos, acabados, lacados, pintados que atraigan al cliente extranjero.

2.5 Análisis y justificativo del mercado de destino

El comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Ecuador tiene un crecimiento de las importaciones en el grupo 94 muebles; mobiliario médico quirúrgico, artículos de cama y similares.

Durante los 3 últimos años y con relación a las exportaciones que realiza Ecuador al mundo, Estados Unidos tiene una aceptable participación.

Estados Unidos es el segundo país que demanda los demás muebles de madera, en el periodo comprendido desde enero de 2010 hasta febrero 2014 se han exportado 194.93 toneladas con un valor FOB de 2,527.93 dólares, segundo país que demanda muebles de madera utilizados en oficina, en el periodo comprendido desde enero de 2010 hasta febrero 2014 se han exportado 40.82 toneladas con un valor FOB de 302.56 dólares. Panamá es el primer país que demanda muebles de madera por su ubicación geográfica, tercer país que demanda muebles de madera utilizados en dormitorios, en el periodo comprendido desde enero de 2010 hasta febrero 2014 se han exportado 56.60 toneladas con un valor FOB de 772.63 dólares, tercer país que demanda muebles de madera utilizados en cocinas, en el periodo comprendido desde enero de 2010 hasta febrero 2014 se han exportado 65.45 toneladas con un valor FOB de 327.11 dólares.

La ciudad de Miami tiene un clima cálido por encontrarse en las orillas del océano Atlántico y necesariamente requiere de muebles de madera

artesanales resistentes a las polillas, termitas, sobre todo duraderos, elaborados con madera apta para las inclemencias del habitat, detalles y acabados únicos, requisitos que cumplen a cabalidad los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa de Ecuador, porque son reconocidos por sus trabajos artesanales a nivel nacional.

Actualmente los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, carecen de asociatividad, orientación brindada por alguna institución sea pública o privada que los apoye, las Asociaciones que tienen actualmente no abastecen a satisfacer las necesidades que tienen sus miembros, como es la falta de capacitación en actualización de estilos, diseños, obtención del título de artesano en la rama de elaboración muebles, conocimiento de promoción, publicidad tanto local como internacional, financiamiento adecuado para la compra de herramientas, maquinarias con el fin de que su oferta exportable sea comercializada a la ciudad de Miami como objetivo meta.

La presente oferta exportable y el plan de comercialización a la ciudad de Miami en cumplimiento a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 es una herramienta que servirá de guía, orientación que será difundida y socializada por el GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA a los maestros artesanos de la parroquia, colaborando al desarrollo de la comunidad, mejorando la calidad de vida de los habitantes encaminándolos a que sean exportadores y den a conocer al mercado internacional sus muebles artesanales de madera.

Se busca optimizar la mano de obra de calificada de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, que no está siendo aprovechada al cien por ciento.

Influir en el emprendimiento en un sistema económico, social y solidario para obtener la autogestión de recursos necesarios para la compra de materia prima, herramientas, maquinarias y pago de operarios.

2.6 Matriz de Crecimiento - Cuota de Mercado – BCG (Boston Consulting Group)

Según el sitio web Economía-Excel sobre la matriz BCG dice que “el propósito es analizar el mercado mediante una matriz bidimensional que relaciona la tasa de mercado y la cuota de mercado relativo para cada producto, unidad o división estratégica de mercado”. (Economía-Excel, 2010)

En el eje horizontal se representa la participación relativa que tiene que tiene cada producto o negocio, frente al líder o mayor competidor que tienen los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa. En el eje vertical se representa el crecimiento del mercado. (Economía-Excel, 2010)

La participación relativa del mercado es un indicador que permite ver el desempeño de una marca frente a la competencia que se calcula: $(\text{Compradores}/\text{mercado meta}) \times 100$.

Se calcula la tasa de crecimiento del volumen de ventas totales del mercado en los dos últimos períodos: $\text{Tasa crecimiento de mercado} = [(\text{Ventas año actual} - \text{Ventas año anterior}) / \text{Ventas año anterior}] \times 100$.

Se calcula el dato de participación relativa o cuota del mercado que parte de 1 o 1.5, por encima de este nivel la cuota de mercado es fuerte, por debajo la participación es baja, la escala es decreciente de 5 a 0 y una media que va de 1 o 1.5, que son datos estándares que permiten realizar un análisis confiable de cartera de productos: unidades vendidas /unidades vendidas líder.

Los conceptos de tasa de crecimiento y cuota de participación combinados permitieron al BCG, clasificar a los productos, según el posicionamiento de ellos para el análisis de la cartera de acuerdo a la generación o consumo de ingresos, estableciendo diferentes estrategias, para su representación gráfica utilizamos el eje de abscisas donde se ubica la cuota de mercado y en el eje de las ordenadas se ubica la tasa de crecimiento con respecto a su mercado, obteniendo un tablero dividido en cuatro cuadrantes. En cada cuadrante se representa la posición de un producto conforme a su capacidad de generación de flujos y necesidades monetarias, como se puede apreciar en la figura 50.



Figura 50. Matriz BCG

FUENTE: economía-excel

Productos dilema, es un mercado de gran crecimiento con reducidas cuotas de mercado relativas, implicando beneficios reducidos con grandes inversiones para mantener sus cuotas de mercado en aumento. Pueden ser productos que se introducen en el mercado existente u otros que no alcanzaron mercado con alta cuota del mismo pero la perdieron.

Productos estrella, es un mercado de crecimiento elevado u cuota de mercado alta, los grandes beneficios obtenidos se compensan con grandes necesidades para financiar el crecimiento y mantener la cuota de mercado, presentan mejores posibilidades para invertir como para obtener beneficios.

Productos vaca, es un mercado de crecimiento bajo y cuota de mercado alta, generan liquidez, no necesitan de grandes inversiones, sirven para financiar el crecimiento de otras unidades de investigación y desarrollo de productos con gran experiencia acumulada, costes menores que al competencia y mejores ingresos. Son la base fundamental para financiar los productos interrogantes, la investigación y desarrollo compensan sacrificios de ingresos exigidos a los productos estrella.

Se debe tener presente las expectativas de crecimiento que son nulas que no precisan fondos adicionales que la llevan a una etapa de declive, cuyas inversiones deben estar orientadas a mantener la cuota alcanzada, para conseguir sustitución por productos estrella.

Productos perros, son productos con reducidas cuotas de mercado, bajo crecimiento, son verdaderas trampas de liquidez, debido a una cuota baja de mercado, viabilidad pequeña, difícil que lleguen a ser una fuerte fuente de liquidez, inmovilizan recursos de la empresa para invertirlos en otro giro de negocio y son:

- Productos que no tuvieron éxito en alcanzar una aposición de liderazgo durante la etapa de crecimiento.
- Marcas nuevas introducidas en el mercado para competir con productos vacas.
- Productos que pasaron de ser vacas a ser perros.

La tasa de mercado y cuota de mercado son mínimas, siendo difícilmente viables, para competidores con mejores costes, mayor experiencia, cuota e ingresos.

Absorben muchas horas de dedicación, siendo difíciles de posicionar, reposicionar no es lógico invertir en ellos. La estrategia a utilizar con estos productos es como generadores de caja para tratar de encontrar un

segmento, nicho de mercado, en donde puedan marcar una participación alta y defenderla.

Para obtener una buena cartera de productos, se debe introducir en el mercado productos con proyección al futuro en categorías de productos interrogantes, estrellas y vacas que proporcionen ingresos que generen inversiones, acciones de investigación y marketing en los anteriores. Los productos perros bien diferenciados, con ciclo concreto de mercado.

La representación gráfica de la cartera es mediante una nube de puntos ubicados en uno de los cuadrantes correspondientes de acuerdo a la participación en el mercado y tasa de crecimiento.

Dentro de las cuatro estrategias que propone el enfoque de la matriz BCG se puede mencionar que va a depender del mercado actual del producto, ciclo de vida, recursos de la empresa y posibles reacciones de la competencia:

- Aumentar la cuota de mercado, si se busca un incremento de la viabilidad, o de la cuota crítica que le permita sobrevivir en el mercado.
- Conservar la cuota de mercado, para productos que están en la etapa de madurez, con grandes cuotas de mercado relativas, debido a que en dicha etapa los hábitos de compra suelen ser más viables, difíciles de cambiar.
- Cosechar, consiste en tener los beneficios a corto plazo, dejando que la cuota de mercado disminuya y necesariamente reduciendo los costes al máximo en mercados de poco crecimiento.
- Retirarse, liquidando el producto, reutilizando recursos en otra parte, aplicando productos de estrategia con una cuota de mercado inferior a la crítica.

En el caso de los muebles de madera elaborados por los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa durante el periodo 2012 – 2013

presenta una tasa de crecimiento significativa de acuerdo al siguiente detalle que se puede apreciar en la tabla 44, decrecimiento en los demás muebles - 14.26%, muebles de oficinas -1.58% y, crecimiento en los muebles de dormitorio 2.01%, muebles de cocina 380.23%. La participación de mercado de los muebles de oficina 1.03, dormitorios 1.21 y cocina 1.64 están dentro de los estándares en muebles de participación, incluso el último tiene una fuerte participación, mientras que los demás muebles están por debajo de los estándares de participación con relación a la competencia con 0.92. Pese a que los demás muebles tiene un gran porcentaje de presencia en el mercado tiene un desfase, que las ventas actuales en relación a la venta anterior es menor incidiendo negativamente en la cuota relativa de participación y tasa de crecimiento.

Tabla 44. Matriz BCG de venta de muebles artesanales de madera de Ecuador

PRODUCTOS	VENTAS AÑO 2012	VENTAS AÑO 2013	%	CUOTA MERCADO RELATIVA	TASA CRECIMIENTO MERCADO
OFICINAS	\$1,044.00	944.00	18%	0.92	-9.58%
COCINAS	\$172.00	826.00	16%	1.03	380.23%
DORMITORIOS	\$ 547.00	558.00	11%	1.21	2.01%
DEMÁS MUEBLES	\$ 3,274.00	2,807.00	55%	1.64	-14.26%
FUENTE:BCE	\$ 5,037.00	\$ 5,135.00	100.00%		358.40%

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Como imagen de empresa o de marca hay que mantener estos productos en esta categoría para tener una gama completa, con una excepción expuesta siendo todos los productos realizados artesanalmente cuyos ingresos son positivos, pero que la propia filosofía de elaboración no permite fabricar en serie, a eso se debe su crecimiento como indica la figura 51.

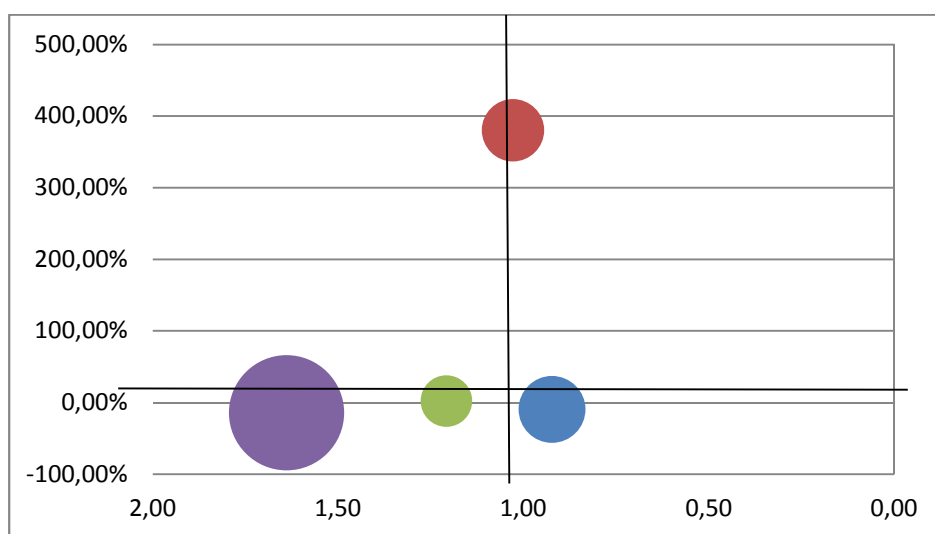


Figura 51. Matriz BCG Muebles Atahualpa

FUENTE: BCE
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

De la nube obtenida en la matriz BCG se puede determinar el siguiente análisis de los productos muebles artesanales de la parroquia Atahualpa que se puede apreciar en la tabla 45.

Tabla 45. Análisis de la Matriz BCG de muebles artesanales de madera de la parroquia Atahualpa

UNIDAD ESTRATÉGICA	ZONA	VIABILIDAD	INVERSION	FLUJO CAJA	ESTRATEGIA
OFICINAS	PERROS	BAJA	NULA	BAJO	DESINVERTIR
COCINAS	ESTRELLA	ALTA	ALTA	POSITIVO	MANTENER
DORMITORIOS	ESTRELLA	ALTA	ALTA	POSITIVO	MANTENER
DEMÁS MUEBLES	VACAS	ALTA	BAJA	ALTAMENTE POSITIVO	MANTENER

FUENTE: BCE
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Los muebles artesanales tienen una característica filosófica por su elaboración manual no pueden elaborados en serie, por lo tanto los muebles tipo oficina ubicados en los productos perros no generan mayores problemas pese a estar ubicados en esa categoría.

2.7 Balanza comercial (superávit o déficit)

La balanza comercial es la diferencia sobre el total de cuanto se exporta o se importa, siendo positiva cuando existe un superávit y negativa cuando existe un déficit, como se puede apreciar en la TABLA No. 46 con relación al mercado de muebles de madera entre Ecuador y Estados Unidos existe un superávit de 149 (miles de USD) en muebles de madera para cocina, 75 (miles de USD) en muebles de madera para dormitorios, como déficit se puede señalar y un déficit de -43 (miles de USD) en muebles de madera para oficina, -131 (miles de USD) en los demás muebles de madera, que son considerados para buscar estrategias con el fin de no perder mercado y colocar un valor agregado.

Haciendo referencia a la Matriz BCG estos productos por ser artesanales no pueden ser fabricados en serie, por lo tanto se deben mantener con el fin de conservar una gama completa de productos por categorías y la marca.

Tabla 46. Balanza comercial (superávit o déficit) de muebles de madera entre Ecuador y Estados Unidos.

Especie	Valor exportado por Ecuador a EEUU en 2013 (miles de USD)				Valor importado por Ecuador a EEUU en 2013 (miles de USD)				Saldo comercial en 2013 (miles de USD)	Condición comercial en 2013
	Participación de las exportaciones para Ecuador en 2013 (miles de USD)	Cantidad exportada por Ecuador en 2013 (ton.)	Valor unitario (USD/ unidad)	Participación de las importaciones para Ecuador	Cantidad importada por Ecuador en 2013 (ton.)	Valor unitario (USD/ unidad)				
muebles de madera para oficina	\$ 32	5,7	3	\$10667	\$ 75	3,6	21	\$ 3571	-43	déficit
muebles de madera para cocina	\$ 182	22	31	\$ 5871	\$ 33	11	4	\$ 8250	149	superávit
muebles de madera para dormitorios	\$ 230	24,4	16	\$14375	\$ 155	2,4	18	\$ 86,11	75	superávit
los demás muebles de madera	\$ 770	25,6	65	\$11846	\$ 901	7,8	98	\$ 9194	-131	déficit

FUENTE: TRADEMAP

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

CAPÍTULO 3

3 PLAN DE MARKETING

El marketing es una herramienta que permite a las empresas utilizar estrategias para conservar a sus clientes y mantener un mercado, para muchos autores el marketing “es un conjunto de actividades que permiten satisfacer la demanda y necesidades del consumidor final posesionándose en su mente, con el fin de obtener beneficio propio e institucional del ofertante en el mercado nacional como el internacional”. (Wikipedia, 2014), para este autor “es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”. (Kotler P. 1969), según la American Marketing Association (AMA) la mercadotecnia “es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones”. (AMA, 1985), “es una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar y distribuir valor a los consumidores y para gestionar las relaciones con los clientes de forma que beneficie a la organización y a sus grupos de interés. (AMA, 2004), “es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, distribuir e intercambiar ofertas que tengan valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general”. (AMA, 2007), para este autor “el marketing tiene como objetivo el conocer y comprender tan bien al consumidor que el producto se ajuste perfectamente a sus necesidades”. (Drucker P. 1973) y con una definición más actualizada el “marketing es aquel conjunto de actividades técnicas y humanas realizadas por las empresas que tratan de dar respuestas satisfactorias a las demandas del mercado”. (Muñiz R. 2010).

El presente plan de Marketing pretende ser una herramienta que será difundida por el Gobierno Rural Autónomo Descentralizado de la parroquia

Atahualpa, que sirva de guía para comercializar en la ciudad de Miami la oferta exportable elaborada en el sector.

Siendo necesario desarrollar el Plan de Marketing de la microempresa comunal de cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 formada por los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, provincia de Santa Elena, que se encargará de la promoción, negociación, venta, comercialización de la oferta exportable de muebles artesanales en madera elaborados en el sector a la ciudad de Miami, mejorando la calidad de vida de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, consolidando un sistema económico, social y solidario, de forma sostenible, garantizando el trabajo digno en todas sus formas e impulsando la transformación de matriz productiva, para ofertar muebles artesanales de madera y el plan de comercialización en la ciudad de Miami de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa de acuerdo a la demanda.

La elaboración de muebles artesanales de madera, será encuadrada en el sector primario (utiliza materia prima madera). La oferta exportable de muebles de madera está ubicada en las siguientes subpartidas arancelarias:

- Partida 940330 muebles de maderada los tipos utilizados en oficinas.
- Partida 940340 muebles de maderada los tipos utilizados en cocinas.
- Partida 940350 muebles de maderada los tipos utilizados en dormitorios.
- Partida 940360 los demás muebles de madera.

Ámbito geográfico de actuación, mercado local e internacional fijando al mercado estadounidense de Miami, donde existen hispanos que requieren muebles de madera acorde al tipo de clima que se asemeja al del litoral ecuatoriano.

Segmento de mercado o clientela potencial, la oferta exportable se comercializará a hispanos de edad adulta de 30 a 50 años de poder adquisitivo medio – alto, que habitan en la ciudad de Miami, que requieren

muebles artesanales duraderos, con finos acabados, con estilo, lacado con su respectivo valor agregado, que se adapte al hábitat y condiciones climáticas del sector.

Definición del producto bien o servicio, ofertar muebles artesanales de madera elaborados por los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa y comercializarlos a la ciudad de Miami con su valor agregado destacado en diseño, pulido, lacado, estilo, acabado, embalado y promoción.

Características comerciales de los muebles, la oferta exportable consta de muebles de cocina, oficina, dormitorio y los demás muebles de madera, de acuerdo a la demanda del cliente.

Algunos atributos o características básicas de los muebles artesanales de la parroquia Atahualpa son:

Composición; son elaborados con madera de guayacán, roble, palo de vaca, amarillo, laurel, bálsamo, a mano, el valor agregado está en los acabados, pulido, lacado y pintado.

Tamaño de los muebles de madera, son estándar para todos los gustos y diferentes segmentos de mercado.

Presentación de los muebles de madera, se colocará una etiqueta adecuada que indique hecho en Ecuador, especificar el tipo de madera utilizada en la elaboración, tipo de tratamiento, pulido, lacado, acabado, pintado, lugar de procedencia Atahualpa - Santa Elena - Ecuador.

Marca, es lo más importante y visible para los ojos del consumidor, lo primera impresión que tenemos al ver un producto, "Muebles de Atahualpa" Capital del mueble del Ecuador, sería una opción recomendada como marca del mueble a elaborarse en el sector.

Precio, se toma en cuenta a la competencia local e internacional, sin perder con esto la calidad del mueble a ofertar.

Forma de uso, dar a conocer las cualidades del mueble artesanal de Atahualpa como la durabilidad, resistencia a polillas, tipo de clima cálido de la ciudad de Miami.

Valor agregado, es el punto que le da el realce a la mueble artesanal de madera, atribuido el tipo de pulido a mano, secado, lacado, barnizado y acabado, que le da ese toque único diferenciándolo de la competencia.

Proceso productivo de la microempresa de sistema económico social y solidario dedicada a la elaboración de muebles artesanales de madera de la parroquia Atahualpa, determinar la viabilidad técnica de la oferta exportable, analizando las formas de financiamiento previstas para el efecto dentro del sistema mencionado.

Sistema productivo, proceso donde la tecnología transforma la materia prima en un producto terminado, utilizando mano de obra, herramientas, maquinaria y capital. Se produce un impacto notable en la cantidad, calidad y costo de la oferta exportable, necesarios para la elaboración de muebles artesanales, cantidad, tiempo, coste del volumen demandado.

Localización, necesidad de un local para actividades administrativas y bodegaje de la oferta exportable, para la comercialización a la ciudad de Miami.

Contar con el espacio suficiente para mencionadas actividades gestionando:

- Donación o comodato de predios, instalaciones de la Junta Parroquial.

- Realizando autogestión a través de una cooperativa de emprendimiento económico, social y solidario perteneciente a los maestros artesanos del sector.
- Buscando formas de financiamiento a través de entidades públicas y privadas.

La elaboración de la oferta exportable será en los talleres de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa bajo supervisión sorpresiva por parte de los socios de la Microempresa, controlando el estricto cumplimiento de normas de calidad requeridas por la demanda.

Infraestructura, para la satisfacción de la demanda, los maestros artesanos que están inmersos en la asociatividad deberán presentar un informe donde expongan sus necesidades en cuanto a número de operarios, herramientas adecuadas, maquinaria requerida y presupuesto inicial para elaborar la oferta exportable solicitada y distribuida a cada socio en sus propios talleres artesanales.

Proceso Productivo, como materia prima madera guayacán, amarillo, laurel, palo de vaca, cedro, bálsamo, acordes para la elaboración de muebles artesanales, mano de obra u operarios, herramientas para dar forma a la iniciativa del maestro artesano de Atahualpa, maquinarias a emplearse, fuentes de financiamiento para costes de producción de la oferta exportable.

Recurso Humano, es importante contar operarios con experiencia y más cuando hablamos de oferta exportable, donde no se debe descuidar ni el más mínimo detalle, sea calificado o no, empírico, lo que hará la diferencia el tiempo dedicado a esta afición, influyendo el grado de madurez, y el aspecto económico. Dependiendo del volumen de oferta exportable será el número de operarios.

3.1 Promoción y publicidad

La comunicación entre el ofertante y el demandante es importante a la hora de realizar una negociación sea esta local o internacional, lo primero es como dar a conocer la oferta exportable, como llegar hacia el demandante, mantener ese mensaje, imagen, posicionarse.

Promoción, encargada de incentivar las ventas por un tiempo no indefinido, busca impactar y permanecer en la mente del comprador, requiere una duración limitada para no causar pérdida de interés en el comprador, contar con algo innovador que sirva para llamar la atención.

Dentro de los objetivos que busca una promoción tenemos los siguientes:

- Aumentar ventas no solo mantenerse en el mercado sino elevar el volumen de oferta exportable, generar más ingresos.
- Fidelizar y mantener al cliente.
- Responder inteligentemente a la competencia, evitando pérdida de mercado.
- Resaltar una fecha especial como los primeros días del mes de noviembre de cada año donde se realiza la feria del mueble en la parroquia Atahualpa aplicando un descuento especial mientras dure la feria.

Tipos de promociones, se tiene dos tipos de promociones que son dirigidas al consumidor final y canales de distribución. Lo aconsejable para un sistema de economía social y solidaria, es promocionar algo adicional por el volumen de oferta exportable que se demande.

Publicidad, es una forma de comunicación que se encuentra a disposición de quien la requiera, que tiene por finalidad influir en la compra.

Dentro de los objetivos de la publicidad tenemos los siguientes:

- Dar a conocer los muebles artesanales de Atahualpa al mercado local e internacional.
- Formar, mantener e innovar la imagen corporativa.
- Muebles de madera elaborados en su mayoría a mano, cuidando estilo, pulido, lacado, pintado y acabado.
- Promocionar los muebles artesanales de madera la parroquia Atahualpa.
- Influir en los hábitos de los compradores.
- Reacción inmediata sobre algún movimiento de la competencia.

Como mensaje: “muebles de calidad, para un buen vivir con estilo”

Medios Publicitarios, son los canales por donde se puede realizar publicidad pagada y estos pueden ser:

- Marketing directo, distribución de folletos, dípticos, trípticos
- Páginas amarillas
- Internet, páginas web, redes sociales (facebook, twitter), solicitar a través del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa, publicidad en la página web institucional de la Prefectura de la Provincia y el Cantón Santa Elena, Ministerio de Turismo.
- Radio, Transmisión de mensajes claros, entonados, que posesionen en la mente del comprador.
- Televisión, existe programación en televisión pública y televisión por cable.
- Publicidad exterior, valla publicitaria en la entrada de la parroquia Atahualpa ubicada en la vía a la costa, marquesinas en paradas y transportes, carteles de difusión de promociones durante la feria de noviembre, salas de exhibición permanentes e itinerantes en todas las regiones del país.

3.2 Estrategias de mercado

La oferta exportable de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa para la comercialización a la ciudad de Miami en cumplimiento a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, tiende a presentar las siguientes estrategias:

- Buscar nuevos mercados, en Europa, Asia.
- Valor agregado en la elaboración de un producto terminado bien elaborado, con detalles artísticos, definidos en el pulido, lacado, pintado, acabado y la selección de la materia prima, que se diferencie de la competencia.
- Posicionarse, mantenerse en la mente del comprador.
- Comercializar la oferta exportable a la ciudad de Miami como nicho de mercado.

3.3 Marketing Mix

El Marketing Mix es la suma del precio, producto, promoción y plaza, para su análisis cada uno encierra opciones para el cumplimiento de los objetivos planteados por la presente oferta exportable y son los siguientes:

Precio, es la cantidad de dinero que se cobra o se paga, por el beneficio y uso del producto terminado, debe ser acorde a la calidad del mueble artesanal de madera ofertado, sin descuidar a la competencia local e internacional. En el cual se define el tipo de descuentos, bonificaciones, plazos y términos de crédito, los factores que se consideran para fijar un precio son los siguientes:

- Factores internos por objetivos: la supervivencia en el mercado, maximización de ingresos, liderar el segmento de mercado y calidad del producto.
- Factores internos por mezcla de marketing: costos, consideración de la asociatividad, mix de mercadotecnia en diseño, promoción y distribución.

- Factores externos: de acuerdo al mercado y la demanda.

Producto, cualquier cosa que pueda ofrecerse al mercado para su adquisición, uso o consumo y satisfaga una necesidad. En el cual se definen como atributos, opciones, estilo, tamaño, servicios, los tipos de productos son los siguientes:

- Producto esencial: beneficio o servicio básico
- Producto real: atributos, marca, empaque.
- Producto aumentado: servicios adicionales brindados al cliente

Promoción, que se definió anteriormente permite planificar estrategias encaminadas a obtener un beneficio que se adquiere promocionando las ventas, anunciando, realizando venta personal y publicidad.

Plaza, se define la ubicación en la cual se da forma a la materia prima, pasando por un proceso de producción, para transporte, comercialización y cobertura a través de un canal de distribución, del producto terminado es decir la logística.

3.4 Imagen Corporativa

Es importante porque permite identificar al producto en el mercado, causar en el consumidor un impacto y un efecto de fidelidad, posesionándose en la mente de los consumidores de todos los segmentos.

El servicio al cliente es muy importante porque de eso depende si el cliente regrese o no, entonces la propuesta de la empresa es conservarlo y mantenerlo, para este se han establecido procesos estandarizados para las dos alternativas para servir al cliente:

Vía telefónica

- Buenos días, tardes, noches *MUEBLES ATAHUALPA* (nombre de la persona quien recibe la llamada) le atiende, en que le podemos servir.
- Piden cotización
- La respuesta es rápida ingresa los datos al sistema y se demora 1 minuto
- Algo más en lo que pueda ayudarle
- De solicitarlo
- La respuesta también es inmediata

Vía mail

- Se recibe el mail, dependiendo de lo que solicite el cliente, la respuesta tarda hasta 24 horas en ser remitida.
- Cuando se remite la respuesta en el mail va con el pie de firma de quien remite, cargo ejemplo:

De: Madril, Cristian, cmmadrilh@mueblesatahualpa.com

Enviado el: jueves, 17 de mayo de 2014 03:44 p.m.

Para:.....

Asunto:

ATENTAMENTE,

CRISTIAN MADRIL HEREDIA

JEFE DE OPERACIONES LOGISTICAS

Nombre de la empresa: *MUEBLES ATAHUALPA*

Dirección de la empresa: AV. PRINCIPAL JUNTO A PARQUE CENTRAL.

Email: cmmadrilh@mueblesatahualpa.com

Teléfonos: 042 261308

Fax: 042 121931

- En el caso de cotizaciones la respuesta es casi inmediata ya que se la carga al sistema y se le remite un archivo en pdf para descargarlo con todas las seguridades del caso.

Papelería, para identificar a la empresa el membrete de la misma ira ubicado en la parte superior izquierda de todo documento como en el ejemplo.

Anexo: HOJA, SOBRE, TARJETA DE PRESENTACIÓN.



Figura 52. Artículos publicitarios

FUENTE: Imágenes google
AUTOR: CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Gama cromática, los colores utilizados en por la empresa representan lo siguiente:

Amarillo: código FFFF00 en cada sociedad, el amarillo está asociado con el sol. Por ese motivo, este color comunica optimismo, positivismo, luz y calidez. Ciertas formas parecen motivar y estimular el pensamiento y la energía creativa. El ojo ve los amarillos brillosos antes que cualquier otro color, haciéndolos ideales para exhibidores del punto de venta.

El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Con frecuencia se le asocia a la comida.

Es recomendable utilizar amarillo para provocar sensaciones agradables, alegres. Es muy adecuado para promocionar productos para los niños y para el ocio.

Por su eficacia para atraer la atención, es muy útil para destacar los aspectos más importantes de una página web.

Los hombres normalmente encuentran el amarillo como muy desenfadado, por lo que no es muy recomendable para promocionar productos caros, prestigiosos o específicos para hombres. Ningún hombre de negocios compraría un reloj caro con correa amarilla.

El amarillo es un color espontáneo, variable, por lo que no es adecuado para sugerir seguridad o estabilidad.

Cuando se sitúan varios colores en contraposición al negro, el amarillo es en el que primero se fija la atención. Por eso, la combinación amarillo y negro es usada para resaltar avisos o reclamos de atención.

El amarillo es un color cálido se asocia psicológicamente al fuego y al calor, es utilizado para temas energéticos, además es un color primario del cual con su mezcla nacen otros colores.

Negro: código 333300 el negro es serio, valiente, poderoso y clásico. Crea drama y connota sofisticación. El negro va bien con los productos caros, pero también puede hacer que un producto parezca pesado.

- Es típico su uso en museos, galerías o colecciones de fotos on-line, debido a que hace resaltar mucho el resto de colores. Contrasta muy bien con colores brillantes.
- Combinado con colores vivos y poderosos como el naranja o el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso.

Blanco: código FFFFFFFF el blanco connota simplicidad, limpieza y pureza. El ojo humano ve el blanco como un color brillante, por lo que inmediatamente capta la atención del mismo. El blanco es utilizado a menudo en productos infantiles o relacionados con la salud.

- En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve. En la promoción de productos de alta tecnología, el blanco puede utilizarse para comunicar simplicidad.
- Es un color apropiado para organizaciones caritativas. Por asociación indirecta, a los ángeles se les suele representar como imágenes vestidas con ropas blancas.
- El blanco se le asocia con hospitales, médicos y esterilidad. Puede usarse por tanto para sugerir para anunciar productos médicos o que estén directamente relacionados con la salud.
- A menudo se asocia a con la pérdida de peso, productos bajos en calorías y los productos lácteos.

Todos los colores mencionados pueden ser separados en dos categorías básicas: los cálidos y los fríos. En general, los colores cálidos, como el rojo y el amarillo, transmiten un mensaje sociable y energético, mientras que los colores fríos, como el azul, son más calmos y más reservados. Sin embargo, al incrementar el brillo de un color frío se incrementa su vibración y se reduce su reserva.

Tipografía corporativa, se escogió el tipo de letra Arial, concuerda más con las industrias modernas o con aquellas en las que se valora el sentido de la actualidad, el tamaño de la letra es adecuado y su inclinación es para diferenciarse y la vertical demuestra seriedad.

Logotipo, identidad y calidad son solo algunas de las ventajas que le proporciona un logotipo para *MUEBLES ATAHUALPA*, como se aprecia en la figura 53.



Figura 53. Logotipo

FUENTE: Imágenes google
AUTOR: CRISTIAN MADRIL HEREDIA

- Humanización y Modernidad
- Visión, Proyección y Crecimiento
- Control y Seguridad
- Apertura y Servicio
- Institucionalidad.

El cuadrado produce una sensación de estabilidad, seguridad y confianza. El nombre de la empresa inclinado y un poco elevado al tipo de sociedad al cual pertenece representa el posicionamiento de la misma, en la parte de abajo el eslogan “muebles de calidad, para un buen vivir con estilo”.

Símbolo, sobresale la marca de los muebles MA con un fondo de color amarillo, en la parte central izquierda, se identifica el logo de la empresa Mueble Atahualpa en la parte central derecha, en la parte inferior una frase característica de la parroquia Atahualpa conocida como la “*LA CAPITAL DEL MUEBLE DEL ECUADOR*”, como se aprecia en la figura 54.



Figura 54. Símbolo

FUENTE: Imágenes google
AUTOR: CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Slogan, es mentalizar en el consumidor la frase “muebles de calidad, para un buen vivir con estilo”

Marca, es MA

3.5 Portafolio de productos

Características físicas, los *MUEBLES ATAHUALPA*, comercializará en el mercado estadounidense muebles de madera elaborados artesanalmente con el diseño, lacado, pintado, acabado característico del sector como valor agregado que son:

- Juego de dormitorio, formado por la cama, velador, con su valor agregado
- Juego de comedor, formado por la mesa, 06 sillas, aparador, con su valor agregado
- Juego de sala, 01 sofá de 02, 02 sofá de 01, mesa de centro, con su valor agregado
- Escritorio, con su valor agregado

Los beneficios para el consumidor son los siguientes:

Beneficio básico, al adquirir muebles artesanales de madera elaborados artesanalmente, el cliente final se beneficia de la calidad, diseño, estilo, acabado y durabilidad.

- Precio más accesible que la competencia
- Por su valor agregado que es inigualable frente a la competencia.
- Se venderá un producto durable, de calidad.
- Comunicación, coordinación directa y constante empresa- cliente vía telefónica o internet antes, durante y después de cada negociación.
- Atención al cliente personalizada.

Los servicios y garantías son los siguientes:

- Entrega a tiempo de los muebles para su envío.
- Producto debidamente seleccionado al momento de su embalaje cumpliendo con estándares de calidad.
- Comprometimiento total de la empresa en los envíos
- Certificados de calidad de los muebles otorgados en Ecuador (el Análisis de Riesgo de Plagas (ARP), que contiene la identificación de las plagas que afectan la madera. (el APHIS (Animal and Plant Health Inspection) del Departamento de Agricultura, exige que las maderas importadas sean sometidas a un proceso de desinfección antes de ser introducidas, para prevenir el contagio de plagas en la madera, para lo cual se requiere que el Ecuador disponga la aprobación del documento.)
- El proceso de contratación es rápido, enviando cotización a quien la solicita, aceptando los términos se procede a contactar al cliente para coordinar fecha, hora de envío, puerto de destino, tipo de embalaje de acuerdo a las exigencias del cliente.

Las formas de uso y cuidado de los muebles de madera artesanales son las siguientes:

- Los muebles de madera son muy resistentes a las condiciones climáticas tropicales.
- La madera por ser un producto vivo, pueden sufrir alteraciones durante su obtención, fabricación o transporte que le hagan perder su calidad.
- Es importante adquirir muebles de madera donde le ofrezcan garantía en la calidad final del producto
- Procurar almacenar los muebles de madera en un lugar seco, sin humedad.
- No todas las maderas sirven para la carpintería, siendo importante elegir el tipo de madera adecuada para elaborar el mueble.
- En función del uso también hay que tomar en cuenta el mantenimiento correcto.
- No usar productos abrasivos, pueden dañar irreparablemente la madera.

- Limpieza habitual con un paño seco, sin necesidad de usar ningún tipo de producto adicional.
- Para quitar manchas usando un paño húmedo con jabón neutro y luego secar.
- Utilizar aceite de linaza que cuida la madera.
- Utilizar leche para limpiar determinadas maderas como la de nogal, con un paño empapado de leche y con un paño seco se le saca brillo.
- Evitar la luz directa del sol, la falta o exceso de humedad, para nutrirla basta con cera o aceite.
- Para el embalaje utilizar proporcionalmente el material el efecto y la estiba normal.
- La carga se transporta en contenedores adecuados, ubicando los muebles correctamente, evitando el apilamiento.

Empaques y Embalajes, todos los muebles son protegidos individualmente en las esquinas y empacados con plásticos y cartón corrugado, preservando el grado de humedad requerido, como podemos apreciar en las figuras 55 y 56.



Figura 55. Embalaje de muebles de madera

FUENTE: G.E.E (Grupo de embalajes especializados)
AUTOR: CRISTIAN MADRIL HEREDIA



Figura 56. Materiales para embalaje de muebles de madera

FUENTE: CITY SELF-STORAGE
AUTOR: CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Características del embalaje

- El embalaje protege la mercadería en el exterior, para que sea entregada en condiciones óptimas hasta que llegue al consumidor final, para lograr el pago en términos pactados, construyendo una buena reputación, creando lealtad del cliente, repitiendo la compra.
- Las dimensiones del embalaje determinan la cantidad de muebles que entran en un contenedor estándar afectando al costo unitario, las dimensiones del contenedor deben tomarse en cuenta cuando se diseña el mueble.
- Es importante señalar que las paletas y contenedores son unidades estándar de transporte en comercio exterior, las paletas se definen por la norma UNE 49900 y por ISO/R-445 como un dispositivo móvil constituido por dos pisos entre sí, diseñado para ser manipulado con carretillas, elevadores, colocando sobre el primer piso una cantidad de muebles.
- Según normas ISO las paletas tienen las siguientes superficies:
 - 800x1200mm
 - 1000x1200mm
 - 800x1000mm
- Hay diversos tipos de paletas:
 - Reversibles
 - De caja, con paredes laterales

- Con alas para facilitar su suspensión con cuerdas
- Recuperables o desechables
- Con una o varias entradas para la carretilla.

Las paletas o pallets son de gran utilidad a la hora de estibar las mercancías para su traslado, carga, descarga por su acople para todo tipo de vehículo de apoyo para estas actividades, como se puede apreciar en la figura 57.



Figura 57. Paletas o Pallets

FUENTE: ALAMAULA
AUTOR: CRISTIAN MADRIL HEREDIA

- El contenedor se define por la norma UNEI e ISO/TC n138 como instrumento diseñado para transportar mercancías que será utilizado más de una vez, siendo resistente, provisto de dispositivos que faciliten la manipulación para trasbordo de un medio a otro. Sus dimensiones se miden en longitud en pies, ancho y ancho como se puede apreciar en la tabla 47.

Tabla 47. Dimensiones de los contenedores de transporte internacional

DIMENSIÓN EXTERNA EN PIES Y PULGADAS	DIMENSIONES INTERNAS MÍNIMAS EN MM (LARGO X ANCHO X ALTO)	ANCHO Y ALTO DE LA PUERTA	CARGA MÁXIMA EN KG
20 X 8 X 8´	6.058 X 2.330 X 2.197	2.286 X 2.134	20.32
20 X 8 X 8´6"	6.058 X 2.330 X 2.350	2.286 X 2.261	20.32
40 X 8 X 8´	11.998 X 2.330 X 2.197	2.286 X 2.134	30.48
40 X 8 X 8´6"	11.998 X 2.330 X 2.350	2.286 X 2.261	30.48

FUENTE: ICEX. Curso de especialistas en comercio exterior ISBN 84-7811-224-3
AUTOR: CRISTIAN MADRIL HEREDIA

- El tamaño de los contenedores puede variar en su tamaño y se les encuentra en diseño estándar o con aditamentos especiales para ciertos productos como contenedores graneros con tapas en el techo y puertas en el piso para carga o descarga de granos, con puertas laterales para muebles, refrigerados, para líquidos.
- Hay que analizar la cadena de transporte habitual desde el lugar de origen hasta el mercado destino.
- Verificar las condiciones idóneas del contenedor, que ni tenga agujeros que faciliten la entrada de agua y otro elemento que pueda afectar la mercadería, sin golpes internos que afecten su capacidad de carga o de volumen.
- No sobrepasar la capacidad de resistencia del embalaje ni la del contenedor
- Aprovechar el espacio de forma eficiente, de tal manera que se evite el desplazamiento e impactos internos de la mercancía.
- Distribuir la carga en forma uniforme y asegurar aquella mercadería que queda cerca de la puerta para evitar accidentes al abrirla.
- Verificar que las mercancías que se estiben sean compatibles por naturaleza y por tipo de embalaje.

Tipo de rotulado del embalaje, el etiquetado a utilizarse en los contenedores para la exportación se coloca para cumplir con las reglamentaciones de embarque, garantizando un manejo adecuado para ayudar a quienes reciben la mercancía siempre y cuando sea discreto.

La información que debe tener el marcado de un envío embalado es fundamental para facilitar su identificación, misma que se detalla a continuación:

- Marca del embarcador
- Marca del importador, conforme a la carta de crédito
- Destino y puerto de entrada
- Numero de pedido

- País de origen
- Puerto de salida y lugares de despacho
- Peso bruto, neto y volumen
- Numero de paquetes y tamaño de las cajas
- Instrucciones de manipulación especial, con sus respectivos símbolos

3.6 Presupuesto del Plan de Marketing

Gestión por parte del GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA, para la promoción y publicidad de la oferta exportable de los maestros artesanos.

Canalizar a través de instituciones, organismos públicos y privados los medios publicitarios, para la oferta exportable de los maestros artesanos y el plan de comercialización a la ciudad de Miami como se puede apreciar en la tabla 48.

Tabla 48. Presupuesto Anual del Plan de Marketing

MEDIOS PUBLICITARIOS	ACCION	COSTO	RESPONSABLE
Marketing directo	Distribución de folletos, dípticos, trípticos a todos los visitantes a la parroquia Atahualpa	\$ 500.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
Prensa escrita, páginas amarillas	Propaganda, publicidad en guías telefónicas de todas las provincias.	\$ 200.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
Internet	Creación de página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa.	\$ 200.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
	Crear página en redes sociales (facebook, twitter).	\$ 0.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
	Solicitar publicidad en la página web institucional de la Prefectura de la Provincia y el Cantón Santa Elena, Ministerio de Turismo.	\$ 0.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
Radio	Transmisión de mensajes claros, entonados, que posesionen en la mente del comprador.	\$ 150.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
Televisión	Programación en televisión pública y televisión por cable.	\$ 600.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
Publicidad exterior	Arrendamiento de valla publicitaria en la entrada de la parroquia Atahualpa ubicada en la vía a la costa,	\$ 200.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
	Colocación de marquesinas en paradas y transportes.	\$ 700.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
	Colocación de carteles de difusión de promociones durante la feria de noviembre	\$ 500.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
	Arrendamiento de salas de exhibiciones permanentes en las principales ciudades del país, costo unitario por 6 meses \$ 450.00.	\$ 7,750.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
	Arrendamiento de salas de exhibiciones itinerantes en las principales ciudades del país, cada 4 meses costo unitario \$ 600.00.	\$ 6,200.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
	Colocación de un stand en la feria de Duran una vez por año, solicitada y gestionada por el Gobierno Autónomo.	\$ 500.00	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa
TOTAL: Presupuesto Anual del Plan de Marketing		\$ 17,500.00	

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

3.7 Estrategia de procesos y planificación de capacidades

En la tabla 49, referente a los procesos para la elaboración de muebles artesanales de madera de dormitorio, oficina, cocina y los demás, se puede observar que se utiliza varias actividades que son el valor agregado que se necesita para determinar si un producto tiene un porcentaje considerable de valor añadido que es de 89.53%, que ayuda a distinguir de las actividades consideradas pérdidas de tiempo, la función de la parte administrativa es la de reducir las pérdidas y aumentar el valor añadido o agregado en los productos.

Las operaciones son consideradas como valores añadidos mientras que el transporte, inspección, entrega y almacenamiento no añaden ningún valor suponen una pérdida para la empresa.

Sistema propuesto: x

Asunto: Proceso de elaboración de muebles artesanales en madera de dormitorio, oficina, cocina y los demás.

Tabla 49. Procesos de elaboración de muebles artesanales

DIST. METROS	EN TIEMPO MIN.	EN SIMBOLOS	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO
5	60		RECEPCION DE LA MADERA
	30		TRASLADO PARA EL SECADO
	2880		SECAR LA MADERA
	60		INSPECCIONAR LA MADERA
	1440		CLASIFICAR LA MADERA
	1440		PLANIFICAR DISEÑO DEL MUEBLE
	4320		CORTAR LA MADERA
	4320		CEPILLAR LA MADERA
	1440		ENSAMBLAR LA MADERA
	1440		PULIR LA MADERA
	1440		PINTAR LA MADERA
	770		DECORAR LA MADERA
	260		TRANSPORTAR EN LA BODEGA
	260		COLOCAR EN LA BODEGA
	5	20160	8 2 2 1 1

VALOR DE TIEMPO AÑADIDO= TIEMPO DE OPERACIÓN/TIEMPO TOTAL=

(2880+1440+4320+4320+1440+1440+1440+770)/20160= 89.53%

OPERACIÓN

TRANSPORTE

INSPECCION

ENTREGA

ALMACENAMIENTO



CAPÍTULO 4

4 ESTRUCTURA LOGISTICA

4.1 Análisis de la Normativa Legal Nacional

Ecuador dispone de una gran variedad de especies o tipos de madera, lo que hace posible que la oferta para exportación de muebles artesanales elaborados en madera se incremente cada año, países como Estados Unidos, Venezuela y México tienen una relación comercial aceptable estadísticamente con el Ecuador.

La seguridad jurídica preocupa al exportador por el ingreso a nuevos mercados, cambios, restricciones a la importación para salvaguardar la producción nacional, aplicación de otras cuotas de mercado. Existen organismos internacionales que se encargan de estabilizar los mercados mediante instrumentos legales, controlar la legitimidad de las acciones tomadas por las naciones en materia comercial.

El GATT (General Agreement on Tariffs and Trade), “es un acuerdo multilateral que permite establecer normas comerciales, concesiones arancelarias, medidas antidumping”. (GATT General Agreement on Tariffs and Trade, 2014)

La OMC (Organización Mundial de Comercio), adiciona acuerdos que dota al exportador de conocimientos sobre acuerdos de Comercio y Aranceles, acuerdos sobre obstáculos técnicos al comercio, vigilar y administrar el cumplimiento de los compromisos adquiridos por los países en materia de comercio exterior.

La normativa internacional, que debe cumplir todo exportador para la comercialización de su oferta exportable al mercado de destino es el conocimiento de:

- *Restricciones arancelarias*
- *Precios internacionales*
- *Restricciones no arancelarias*
- *Regulaciones de importación*
- *Beneficios de ciertos regímenes*
- *Stock disponible para la entrega.*
- *Líneas de crédito a nivel nacional e internacional conocer perfectamente las bondades de su producto*
- *Forma y plazo de pago más ventajoso para ambas partes.* (OMC Organización Mundial de Comercio, 2014)

El arancel de aduanas es el impuesto o gravamen que se debe pagar por concepto de la importación de mercancías, tenemos dos tipos de arancel de aduanas:

Ad valorem, es un porcentaje cobrado al valor de los bienes.

Los aranceles son empleados para obtener un ingreso gubernamental y para proteger a la industria nacional de la competencia de las importaciones.

La preferencia arancelaria, es la reducción de aranceles al ingreso en el mercado destino de la oferta exportable, se obtiene presentando el Certificado de Origen de un producto cuyo país tiene un Acuerdo Comercial con otro. Este beneficio otorga una ventaja de precio por lo que el producto se vuelve más competitivo en el mercado destino.

4.1.1 Requisitos para ser Exportador

La exportación es una o varias operaciones logísticas que consiste en la salida de la oferta exportable de muebles artesanales de madera ecuatorianos al mercado internacional.

Todo ecuatoriano residente o no residente en el país, sea persona natural o jurídica puede ser exportador siempre y cuando su oferta exportable sea una salida de productos de calidad.

Las exportaciones de origen ecuatoriano deben estar acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Documento de Transporte.

El exportador debe hacer un análisis del entorno, a nivel nacional e internacional, para poder seleccionar su mercado objetivo, definir si actúa solo o busca intermediarios o representantes en el exterior para poder promocionar e introducir su oferta exportable.

El entorno es la suma de todas las fuerzas que rodean e influyen en la vida y desarrollo de la empresa, estas se llaman también no controlables, además la administración carece de un control directo sobre ellas, aunque puede influirlas.

El exportador en la búsqueda y conquista de nuevos mercados debe ser cuidadoso, midiendo siempre los beneficios o desventajas que nos ofrece la investigación realizada al respecto. El entorno empresarial y del mercado, nos dará la pauta necesaria en la toma de decisiones, para lo cual debemos tener presentes los siguientes puntos:

- Determinar el precio de exportación atractivo para ambas partes.
- Tener una página en web sites.
- Promocionar el producto a través de folletos, catálogos, etc.
- Enviar de acuerdo a la situación, muestras del producto.
- Realizar viajes oportunos y mantener siempre contacto directo con clientes.

- Participación en ferias, misiones comerciales, citas de negocios, etc.
- En lo posible buscar y mantener representantes o distribuidores de su producto.
- Elegir el embalaje más adecuado de exportación.
- En lo posible disminuir los costos operativos sin dañar la calidad.
- Analizar el entorno nacional e internacional para la toma de decisiones oportunas y acertadas.

4.1.2 Registro del Exportador ante Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

Los requisitos para ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) son los siguientes:

Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1, adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- *Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/quest/>*
- *Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>*

Paso 2, registrarse en el portal de ECUAPASS: (<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>), aquí se podrá:

- *Actualizar base de datos*
- *Crear usuario y contraseña*
- *Aceptar las políticas de uso*
- *Registrar firma electrónica (SENAE Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2014)*

4.1.3 Normas Técnicas y Normas de Calidad

Los futuros exportadores deben tener conocimiento de los requerimientos y procesos que solicita el país de destino Estados Unidos

para el ingreso de la oferta exportable de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa.

Los aranceles son calculados sobre el valor de la mercancía, no del flete ni del seguro, el arancel únicamente lo determina el USCBP (US Customs and Border Protection) que en su traducción en español quiere decir Oficina de aduanas y protección fronteriza de Estados Unidos en función del precio pagado o a ser pagado por la mercancía que suele estar en la factura o en el conocimiento de embarque como precio FOB puerto de exportación.

Hazard Analysis & Critical Points – HACCP, tiene una gran cantidad de normativas relacionadas con la higiene e inocuidad de los alimentos exportados y aplica el sistema de administración a través del cual la seguridad de los alimentos es resguardada con análisis y control del proceso productivo, se realizan análisis biológicos, químicos y físicos en cada etapa del proceso de producción desde el suministro de insumos, manejo de materia prima, fabricación, distribución y finalmente la etapa de consumo del producto.

Se han adoptado normas ISPM 15, de la Convención Internacional de Protección de Planta (International Plant Protection, IPPC), que cubre todos los materiales de madera para empaque y que se aplica a las importaciones provenientes de todos los países del mundo. (CITIES Convention on International Trade in Endangered Species, 2004).

Con esta norma, se requiere que los materiales de empaque de madera, sustenten la marca estandarizada que muestre que han sido secados a una humedad por debajo de 19%; tratados al calor para alcanzar una temperatura de 56 grados Celsius, o fumigados con bromuro de metilo (methylbromide). Esta es una norma técnica que afecta tanto a los productos de madera producidos dentro de los Estados Unidos, como a los importados. Una exportación de productos de madera a los Estados Unidos es regulada de acuerdo a la Convención Internacional de Comercio (CITIES Convention on International Trade in Endangered Species), el permiso de

entrada de productos de madera es emitido por el Servicio de Salud Animal y Vegetal de los Estados Unidos (Animal and Plant Health Inspection Service, USDA-APHIS-PPQ) como se puede apreciar en la figura 58 la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias NIMF No. 15.



Figura 58. Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias NIMF No. 15

FUENTE: SAG (SERVICIO AGRICOLA Y GANADERO), CHILE

Para certificar la aplicación de estos tratamientos, los embalajes deben llevar impresa una marca gráfica, la cual tiene que ser legible, permanente y no transferible, de color negro, azul o café oscuro, debe ser estampada en las dos caras externas visibles de cada unidad de embalaje y encada unidad de madera de estiba de carga.

No existen barreras al comercio con madera para entrar al mercado de los Estados Unidos. La entrada de productos de madera se afecta directamente debido al estándar solicitado por producto, grados de calidad, códigos de construcción y regulaciones técnicas. La normas de calidad, no son un requerimiento de entrada a los Estados Unidos propiamente, sino requisitos para poder participar con éxito en el mercado de productos de madera, como se puede apreciar en la tabla 50.

Tabla 50. Normas de calidad en los Estados Unidos para los principales productos de madera.

Producto	Product	Asociación de Productores	Código de producto
Madera dura y plywood decorativo.	Hardwood and Decorative Plywood www.hpva.org.	Hardwood Plywood & Veneer Association.	ANSI/HPVA HP-1
Madera dura aserrada.	Hardwood Lumber www.nathardwood.org.	The National Hardwood Lumber Association.	NHLA se aplica para la medición e inspección de madera dura y Creips.
Pisos laminados de madera (parqué).	Laminated Wood Flooring www.hpva.org.	Hardwood Plywood & Veneer Association.	ANSI/HPVA LF
Ventanas y puertas.	Window and Doors. www.wdma.com	Window and Doors Manufacturers Association.	ANSI /WDMA I.S.1A-97 (Architectural wood flush doors). ANSI /WDMA I.S.6-A-01 (Architectural wood stile & Rail doors). WDMA I.S. 6-97 (Wood stile & rail doors). ANSI/AAMA/NWDA 101/IS. 2-97 (Wood windows).
Madera aglomerada.	Medium Density Fiberboard & Particleboard www.pbmdf.com.	Composite Panel Association.	ANSI A208.2 (MDF) ANSI A208.1 (Particleboard).
Gabinetes de cocina.	Kitchen & Vanity Cabinets www.kcma.org.	Kitchen Cabinet Manufacturers Association.	ANSI/KCMA A161.1 (Cabinets and vanities).

FUENTE: INTERNATIONAL WOOD PRODUCT ASSOCIATION, USA. (IWPA).

Las empresas madereras ecuatorianas cuentan con el respaldo de las principales certificaciones, como Forest Stewardship Council (FSC) y las normas ISO, entre ellas la ISO 9000:2008.

4.1.3.1 Procesos que se deben cumplir en el MIPRO, AGROCALIDAD

ECUAPASS es el sistema con el cual el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador que facilita los procesos de comercio exterior, refuerza y asegura el control aduanero de nuestro país ahorrando tiempo en los trámites de importación y exportación.

Sirve para que los procesos aduaneros sean más fáciles y seguros, ya que con la firma electrónica se pueden realizar los trámites desde cualquier lugar por medio de un dispositivo que permite operar de manera segura.

Lo utilizan las Instituciones Públicas y Operadores que intervienen en el comercio exterior del Ecuador, en virtud de las normas contenidas en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI) y sus reglamentos.

El portal de la ventanilla única ecuatoriana, contiene otras funciones adicionales que permite acceder a páginas web de entidades vinculadas, para verificar fecha hora de la consulta, lista desplegable con el fin de obtener el documento de control previo en la pantalla de control, que permitirá saber si el documento es necesario, condicional u opcional y otras aplicaciones que se detallan a continuación:

- Registro de Apoderado
- Registro de Comercializador
- Elaboración de la DJO
- Elaboración del CO
- Solicitud de documentos de control previo

El proceso para ejecutar tramitaciones, elaboración de solicitud en el sistema VUE, emisión del certificado, modificación después de su aprobación, solicitud de anulación, rectificación por parte de la entidad se lo realiza con el siguiente proceso que se detalla en el anexo.

La Agencia de Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), presenta una solicitud al Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal o Animal and Plant Health Inspection Service APHIS del Departamento de Agricultura de Estados Unidos o United States Department of Agriculture USDA. Una vez recibida la solicitud oficial, APHIS colabora con AGROCALIDAD para completar una Evaluación de Riesgo de Plagas o Pest Risk Assesment PRA. (AGROCALIDAD Agencia de Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro, 2014)

4.1.3.2 Cubicaje

Se entiende por cubicaje a la manera de embalar y arrimar las tarimas, con el fin de ocupar el menor espacio posible para el transporte de acuerdo al peso y el volumen de la oferta exportable debidamente declarada en los documentos de embarque.

Dos de los conceptos "básicos" en relación con la exportación de mercancías son el acondicionamiento y el cubicaje. En palabras sencillas el acondicionamiento de carga es la forma en que ésta va a ser preparada para la distribución e incluye la selección de envases, embalajes, materiales de amortiguamiento y de unitarización de carga, tales como las tarimas de madera. El cubicaje es el acomodo espacial óptimo de los embalajes (en el caso de carga suelta) o de las tarimas (en el caso de carga unitarizada), para maximizar el espacio utilizado en el transporte. Un buen proceso de cubicaje ayuda a optimizar el monto de los fletes.

En transporte internacional, existen dos restricciones que afectan a los embarques, independientemente del tipo de transporte utilizado (avión, camión, barco o ferrocarril): el peso máximo que soporta el medio de locomoción y la altura máxima a la que pueden prepararse los bultos.

El proceso de acondicionamiento y cubicaje de mercancías se realiza partiendo de una pregunta básica: ¿la carga se puede manipular?, es decir, ¿la carga se puede rotar o girar? En caso de que la respuesta sea afirmativa y dependiendo de la "forma" de los bultos, podemos tener desde un sólo acomodo posible (vgr. tambores conteniendo líquidos), hasta seis (vgr. cajas rectangulares):


- 1) L A H
- 2) L H A en donde L = largo
- 3) A L H A = ancho
- 4) A H L H = alto
- 5) H L A
- 6) H A L

Cada embarque de exportación plantea un proceso de decisión de dos etapas:

- ¿Cómo acomodar los bultos sueltos o sobre tarimas?,
- En caso de estar utilizando tarimas, ¿qué medida deben tener éstas? (VEGA E, 2004)

Conocer el tipo de contenedor es necesario para reducir costos en el envío con la correcta ubicación de las mercancías, la cantidad adecuada y espacio respectivo, determinando el embalaje adecuado para la conservación de la mercancía, aislamiento y temperatura requerida, herméticamente sellado sin refrigeración, de gran volumen de capacidad, para contener carga seca normal, bolsas, cajas, pallets y tambores, que cumpla con las siguientes características como se puede apreciar en la tabla 51.

Tabla 51. Tipo de contenedor común o DRY VAN

40 Pies Standard 40' x 8' x 8'6"		Descripción					
Tara	3750 kg / 8265 lb.	Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.					
Carga Max.	28750 kg / 63385 lb.						
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb.						
Medidas:	Internas			Apertura			
Largo:	12.01m / 39'6"			puerta			
Ancho:	2.34m / 7'9"			-			
Altura:	2.36m / 7'10"	2.34m / 7'8"	2.28m / 7'6"				
Capacidad Cub.	10 m3	Numero de pallet	5	5 Escritorio			
Capacidad Cub.	20 m3	Numero de pallet	5	5 Comedor			
Capacidad Cub.	20 m3	Numero de pallet	5	5 Dormitorio			
Capacidad Cub.	20 m3	Numero de pallet	6	5 Demás muebles			
Capacidad Cub.	70 m3 aprox.	Numero de pallet	21	TOTAL DE CUBICAJE			
Medidas							
Pallets	1.2	Escritorio	Comedor	Dormitorio:	Sala:		
Largo:	m	Largo:	1.5	Largo:	1.7m	Largo	1.65m
Ancho:	1m	Ancho:	0.9	Ancho:	1.65	Ancho	1.45m
Altura:	0.1	Altura:	m	Altura:	m	Altura	1.4m
	5m		1m		1.1m		

FUENTE: AFFARI
ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En un contenedor de 40 pies estándar pueden ingresar hasta 21 pallets de 1,2mX1mX0, 15m, siendo este tipo de contenedor el adecuado para el transporte de los muebles artesanales de la parroquia Atahualpa, porque satisface todas las necesidades requeridas para su empleo.

4.1.4 Descripción del Proceso de Exportación

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales o físicos que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca la mercancía, luego en el depósito temporal se la registra y almacena previamente a su exportación.

El exportar será notificado, debiendo seguir el canal de aforo asignado que puede ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

En el Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, es la autorización para que se embarque, es automático al momento de ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el Canal de Aforo Documental se designa al funcionario a cargo del trámite, para el ingreso de la carga, luego se procede a la revisión de datos electrónicos y documentación digitalizada, procediendo al cierre de no existir novedades. Cualquier observación será registrada con una notificación electrónica prevista en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará el estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede a la inspección física de la carga con la documentación electrónica y digitalizada.

4.1.4.1 Fase de Pre-embarque

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original
- Lista de empaque
- Autorizaciones previas

Cabe indicar que dependiendo del tamaño de la empresa y de la actividad económica de la misma, donde se involucren más de un encadenamiento productivo, se sugiere contratar los servicios de un Agente de Aduanas para que lo asesore en la apertura y cierre de la exportación, que no es obligatorio.

4.1.4.2 Documentos de Transporte Marítimo

El conocimiento de embarque marítimo conocido como B/L, (Bill of Lading), es un documento con que la naviera se hace cargo de la mercancía para su transporte del puerto de origen al puerto de destino, como se puede apreciar en el ejemplo de la figura 59. El transporte marítimo es lento y económico, se adapta bien para el envío de grandes volúmenes.

Date: 28-MAR-014		BILL OF LADING		Page	
SHIP FROM			Bill of Lading Number: 17006889755332		
Name: Muebles Atahualpa Address: Parroquia Atahualpa, Principal s/n City/State/Zip: Santa Elena - Ecuador SID#: _____ FOB: <input checked="" type="checkbox"/>			CARRIER NAME: EVERGREEN LINE Trailer Number (s): 76040B Seal Number(s): 80720608		
SHIP TO			SCAC: EGLV Pro Number: 49-40-237080 / 49-40-23514792		
Name: Crescent Enterprises, Inc. Location #: _____ Address: P.O. Box 1438 Gallatin, TN 37066 City/State/Zip: Gallatin, Estados Unidos de America CID#: _____ FOB: <input checked="" type="checkbox"/>			Freight Charge Terms: (freight charges are prepaid unless marked otherwise) Prepaid _____ Collect _____ 3rd Party _____		
THIRD PARTY FREIGHT CHARGES BILL TO:			Master Bill of Lading: with attached underlying Bills of Lading		
Name: Crescent Enterprises, Inc. Address: P.O. Box 1438 Gallatin, TN 37066 City/State/Zip: Gallatin, Estados Unidos de America			<input checked="" type="checkbox"/> (check box)		
SPECIAL INSTRUCTIONS:					
CUSTOMER ORDER INFORMATION					
CUSTOMER ORDER NUMBER	# PKGS	WEIGHT	PALLET(S) S/U Y/N	ADDITIONAL SHIPPER INFO	
Wood Office Furniture	10	32500 kg	20	Miami	
Wooden furniture for dining	10			Miami	
Wooden furniture for living	10			Miami	
Wooden furniture for bedroom	10			Miami	
GRAND TOTAL	40	32500 kg			
CARRIER INFORMATION					
HANDLING UNIT	PACKAGE	WEIGHT	COMMODITY DESCRIPTION	LTL ONLY	
QTY	TYPE	QTY	TYPE	NMFC#	CLASS
		7000 kg			
		9000 kg			
		8250 kg			
		8125 kg			
GRAND TOTAL					
Where the rate is dependent on value, shippers are required to state specifically in writing the agreed or declared value of the property as follows: The agreed or declared value of the property is specifically stated by the shipper to be not exceeding _____ per _____.				COD Amount: \$ 109,000.00 Fee Terms Collect: <input type="checkbox"/> Customer check acceptable: <input type="checkbox"/>	
NOTE Liability Limitation for loss or damage in this shipment may be applicable. See 49 U.S.C. 14706(c)(1)(A) and (B).					
RECEIVED, subject to individually determined rates or contracts that have been agreed upon in writing between the carrier and shipper, if applicable, otherwise to the rates, classifications and rules that have been established by the carrier and are available to the shipper, on request, and to all applicable state and federal regulations.			The carrier shall not make delivery of this shipment without payment of freight and all other lawful charges.		
SHIPPER SIGNATURE / DATE This is to certify that the above named materials are properly classified, packaged, marked and labeled, and are in proper condition for transportation according to the applicable regulations of the DOT.		Trailer Loaded: <input type="checkbox"/> By Shipper <input type="checkbox"/> By Driver		Freight Counted: <input type="checkbox"/> By Shipper <input type="checkbox"/> By Driver/pallets said to contain <input type="checkbox"/> By Driver/Pieces	
				CARRIER SIGNATURE / PICKUP DATE Carrier acknowledges receipt of packages and required placards. Carrier certifies emergency response information was made available and/or carrier has the DOT emergency response guidebook or equivalent documentation in the vehicle. 28-MAR-014 Property described above is received in good order, except as noted	

Figura 59. Ejemplo de conocimiento de embarque marítimo

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

4.1.4.3 Pólizas de Seguros

La póliza de seguros es un contrato mediante el cual una de las partes llamada aseguradora se obliga por el pago de una prima a indemnizar a la otra parte en todo o en parte, según la extensión del siniestro: libre avería particular, con avería particular y contra todo riesgo dependiendo del Incoterm que se aplique en el transporte de la oferta exportable al lugar de destino.

4.1.5 Flujogramas de Exportación

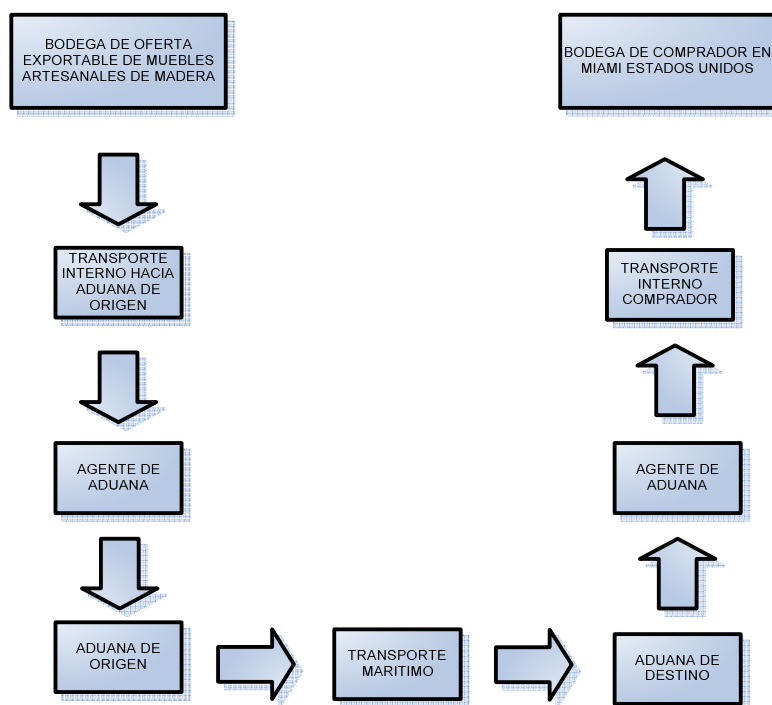


Figura 60. Flujograma 1 del proceso de exportación de la oferta exportable de la parroquia Atahualpa

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El proceso para la exportación de la oferta exportable desde la parroquia Atahualpa al puerto de destino en Miami empieza con el almacenaje de la producción realizada por los 5 talleres en la bodega de oferta exportable de muebles artesanales de madera de los maestros de Atahualpa.

Se procede a contratar el transporte interno en la ruta Atahualpa – puerto de Guayaquil llevando la oferta exportable hacia la aduana de origen, donde permanece la mercancía hasta realizar los trámites pertinentes para su posterior embarque en la naviera escogida para el transporte marítimo hacia aduana de destino, asumiendo los costos de los estibadores al momento de colocar la mercancía en la nave.

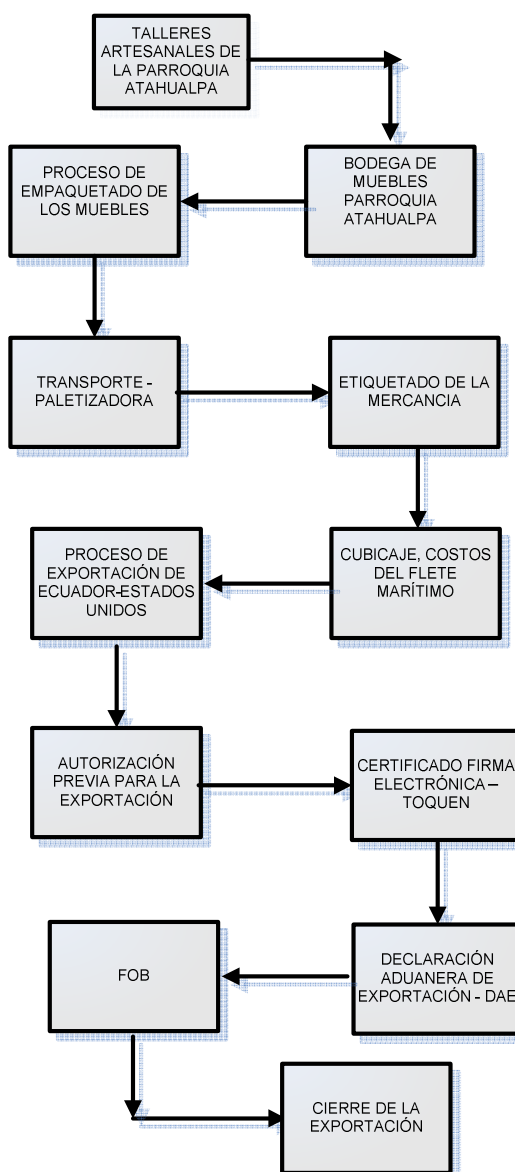


Figura 61. Flujograma 2 del proceso de exportación de la oferta exportable de la parroquia Atahualpa

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Una vez que la oferta exportable sale de los talleres como producto terminado, es trasladada a la bodega de muebles de la parroquia Atahualpa, donde luego se procede a realizar el proceso de empaquetado de los muebles, en la aduana de destino se procede al paletizado y etiquetado de la mercancía, que es colocada en los contenedores de acuerdo al cubicaje respectivo, el contenedor es embarcado en la naviera para el transporte marítimo realizando el tramite respectivo, obteniendo la autorización previa,

el certificado legalizado con la firma electrónica – toquen, se realiza la declaración aduanera de exportación (DAE), se calcula el valor FOB y finalmente se cierra la exportación.

4.2 Análisis de la Normativa Legal Internacional

Todos los países suelen imponer al comercio exterior 2 clases de barreras, que en función de su naturaleza pueden ser:

Las barreras arancelarias (aranceles), se utilizan con más frecuencia en los países son las “arancelarias”, que tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país dado, por medio del establecimiento de impuestos a la importación, ya que cuanto más alto sea el monto de los aranceles más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local las mercancías de otros países, porque este valor que incide en los “costos” de importación, se traslada a los precios de los productos de importación y los eleva.

Las barreras no arancelarias, se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso de mercancías a un país determinado poniendo como requisito para dejarlos entrar que los productos y servicios cumplan con las determinadas reglas o que reúnan ciertas características.

Los problemas más frecuentes que puede enfrentar un proyecto de desarrollo exportador son:

Problemas Operativos

- No contar con las capacidades suficientes para poder abastecer la demanda externa.
- Falta de abastecimiento de materias primas (cantidad y calidad).
- Incumplimiento de normas y trámites administrativos locales.

- No cumplir con las especificaciones técnicas y estándares que demandan los clientes en el extranjero.
- No calcular adecuadamente los precios de exportación, omitiendo partidas de gastos y costos asociados a la operación.
- Ejecución de programas y planes comerciales sin la adecuada planificación y diseño.

Problemas Legales

- No considerar las normas y obligaciones asociadas a la internación del bien o servicio en el mercado de destino.
- Vender sin respaldo legal que permita asegurar la recuperación de los recursos invertidos.
- Enfrentar demandas por incumplimiento de contratos y/o acuerdos.

Problemas Logísticos

- Lejanía de los mercados.
- Altos costos de los medios de transporte disponibles.
- Altos costos de los servicios de suministro y abastecimiento.
- Dificultades de adaptación a la cadena de distribución de los mercados de destino.

Problemas Financieros

- No cumplir con los pedidos debido a falta de capital de trabajo.
- No conocer el real nivel de confiabilidad de los clientes y tener que soportar pérdidas por incobrabilidad.
- No utilizar una mezcla apropiada de medios de pago, garantías o seguros comerciales.

.

SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS (SGP), es un esquema preferencial mediante el cual cierta cantidad de productos provenientes de países en desarrollo perciben la reducción parcial o total de

los derechos arancelarios aduaneros. Los países que bajo el marco de la OMC otorgan preferencias del SGP son:

- Australia
- Bulgaria
- Canadá
- Estados Unidos
- Japón
- Nueva Zelanda
- Noruega
- Suiza
- Rusia
- Comunidad Europea

4.2.1 Importaciones en el país de destino

Las importaciones de muebles de madera artesanales realizadas por Estados Unidos a Ecuador en el año 2013 lo ubican en las siguientes ubicaciones:

- En el primer lugar en la partida 9403600000 muebles de madera,
- Segundo lugar en la partida 9403400000 muebles de madera utilizados en la cocina, cuarto lugar en la partida 9403300000 muebles de madera utilizados en dormitorios, como se aprecia en el capítulo II de la presente oferta exportable.
- Tercer lugar en la partida 9403500000 muebles de madera utilizados en oficina,

Estados Unidos es un importador potencial de mercancías por su vasta extensión territorial es un país que requiere mercancías de todo tipo para satisfacer las necesidades de sus pobladores, haciéndole atractivo para el resto del mundo para introducir sus mercancías en mencionado mercado.

4.2.2 Reglamentaciones en Materia de Empaquetado

El empaque de la oferta exportable de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa se lo realiza de acuerdo a las normas de calidad INEN utilizando cartones y plástico stretch.

Importancia del empaque, es considerado como una herramienta logística y de mercadeo, cumpliendo exigencias del mercado de destino.

El empaque debe cumplir cuatro funciones básicas:

- Contener lo necesario y cuantificable, es recomendable que sea ajustable, al minimizar espacio vacío se consigue resistencia a golpes, se reduce costos al requerir menos materiales, se máxima la cantidad producto embalado en cada contenedor, se reduce el material reciclado que es importante en países con normativas ambientales.
- El objetivo del empaque es preservar que el producto llegue en buenas condiciones al mercado de destino. Conserve temperatura, humedad, daños que pueda sufrir durante el transporte.
- Se debe considerar que el empaque de facilidades de manipulación, almacenamiento y estiba, hasta que llegue al mercado de destino, utilizando la señalética universal para apilamiento, ubicando el lado correcto hacia arriba.
- El diseño gráfico del empaque es un factor decisivo tomando en cuenta requerimientos legales de etiquetado, instrucciones de uso, idioma, reglas para almacenamiento o manipulación.

4.3 Logística y distribución

La logística es la manera en base a estrategias que utiliza la empresa para llevar a cabo su operación, especialmente la distribución.

Para la oferta exportable de muebles artesanales de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, es necesario dos tipos de logística; una que se encargue del abastecimiento, inventario, selección de proveedores, formalizar tratos, plan de marketing, formalizar venta, conocida como logística de entrada y otra que utiliza servicios de un Broker(Corredor) para la comercialización de la oferta exportable en el mercado estadounidense, es un medio adecuado ya que conoce el mercado, busca potenciales clientes distribuidores de la mercancía, promociona y busca presencia en ferias conocida como logística de salida.

4.3.1 Logística de exportación de la mercancía

La logística abarca sistemas adecuados de control en procesos de producción, logística en la entrega de los muebles de madera artesanales a tiempo en condiciones óptimas con acceso al mercado estadounidense con preferencias arancelarias.

Ecuador tiene una posición logística envidiable porque se encuentra ubicado al noroeste de América del Sur, paralelo 0°, posición estratégica excepcional, centro de América y por ende, es eje equidistante con mercados como Brasil, Chile, Argentina, Colombia, Perú, México, Estados Unidos y Canadá, tiene cercanía con el Canal de Panamá, Ecuador es una escala para acceder a mercados europeos y de medio oriente. El puerto de Manta es el punto más cercano a los puertos asiáticos.

Un proceso de logística de exportaciones tiene su inicio a partir del cierre de la negociación entre el vendedor y el comprador sumado a esto todos los documentos legalizados.

Los muebles artesanales de madera son consolidados de los talleres artesanales de la parroquia Atahualpa en una bodega en la cual personal capacitado se encarga del control de calidad y del embalaje de los mismos cumpliendo todos los requerimientos.

Concluida la declaración de exportación, viene la entrega de la carga a la naviera para la transportación de la carga al lugar de destino.

El buque llega al lugar de destino, se notifica al importador o su representante para que pueda empezar los trámites de desaduanización.

El importador también contrata los servicios de un Agente de Aduana para realizar los trámites de importación en el lugar de destino, libera la carga cumpliendo requisitos legales y proceder a la entrega de la mercancía al comprador importador.

4.3.2 Documentos de Acompañamiento y de soporte

Los documentos de soporte constituyen la base de información en la declaración aduanera en cualquier régimen, son documentos originales en esta físico o electrónico, que reposan en el los archivos del declarante o su agente de aduanas cuando se presenta o se transmite la declaración aduanera.

4.3.2.1 Nota de pedido

La nota de pedido es un documento utilizado, por empresas y comercios para que los clientes puedan hacer solicitudes y pedidos de distinta índole, como productos o servicios especializados. Las notas de pedido se expiden (extienden) por duplicado o triplicado, del cual el original se queda en manos de la empresa, una copia es entregada al cliente y otra copia es enviada al encargado de surtir la mercancía o proporcionar el servicio. En este documento se indican; la descripción, cantidad, tipo, condiciones y el precio por unidad de la mercancía solicitada. Una nota de pedido tiene algunos puntos fundamentales comunes, pero que pueden variar según el tipo de nota usada por cada empresa en particular como se puede apreciar en el ejemplo de la figura 62.

- Nombre de la empresa que presta el servicio o provee el producto.
- Fecha de emisión de la nota.
- Nombre del cliente.
- Numero de orden.
- Lugar del pedido.
- Características del producto.
- Forma de pago.
- Firma del empleado autorizado de la empresa proveedora.
- Nombre del comprador.
- Domicilio del comprador.
- Domicilio de la empresa.
- Cantidad del pedido.
- Precio por unidad de la mercancía.
- Precio total.
- Nombre y firma del solicitante del pedido (persona o empresa).


		NOTA DE PEDIDO 0002	
		FECHA	
		18	FEB 2014
Sr. (es): Cresent Enterprises, Inc.			
Dirección: P.O. Box 1438 Gallatin, TN 37066			
Nº	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	TOTAL
10	Wood office furniture	2,400.00	24,000.00
10	Wooden furniture for dining	4,000.00	40,000.00
10	Wooden furniture for living	3,000.00	30,000.00
10	Wooden furniture for bedroom	1,500.00	15,000.00
			109,000.00

Figura 62. Ejemplo de Nota de pedido

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

4.3.2.2 Factura proforma

Se trata de un documento de oferta e información expedido por el Exportador en el que se detallan las condiciones en las que el mismo estaría dispuesto a vender una mercancía. Hace, también, las veces de contrato, en especial cuando el vendedor exige pagos anticipados a la entrega de la mercadería, sirviendo asimismo de apoyo para solicitar determinados documentos administrativos.

La Factura Proforma es un reflejo de los que será la factura definitiva (salvo contratiempos), y que sirve al cliente para que al presentarla al banco en su país, formalizar la Apertura del Crédito Documentario, así como solicitar sus correspondientes Autorizaciones de Importación.

La Factura Proforma permite el cliente potencial conocer cómo comprar el producto y pagarlo y, además, iniciar la tramitación administrativa para su información, así como la determinación del precio definitivo del producto tanto si lo adquiere para autoconsumo como para reventa.

En el aspecto práctico, es una factura normal en la que se hace constar visiblemente la palabra "Proforma".

Lo solicita el Comprador (Importador) y lo emite el vendedor (Exportador). La Factura Proforma es una oferta del vendedor y como tal oferta está sujeta a la aceptación del destinatario de la misma, a no ser que haya establecido un plazo para dicha aceptación, expirado el cual, la oferta se extingue.

Los datos a consignar en una factura proforma son básicamente:

- Fecha, nombres y razones comerciales de vendedor y comprador.
- Unidad de medida de la mercancía y cantidad de mercancía.
- Precio unitario y valor total de la mercancía.
- Forma y condiciones de pago.
- Tipo de embalaje.
- Términos de entrega de la mercancía (hace referencia a los INCOTERMS 2010)
- No es necesario que esté firmada la factura proforma.

Estos datos serán los que posteriormente se consignen en la factura comercial definitiva una vez confirmado el pedido por parte del comprador.

En el ejemplo de una factura proforma o cotización enviada por el exportador ecuatoriano hacia el importador extranjero que describe todos los datos que lleva una factura comercial.

4.3.2.3 Factura comercial

Es un documento mercantil, que tiene los datos del vendedor, ya sea esta sociedad anónima, sociedad limitada, persona natural, persona jurídica, se puede apreciar el domicilio fiscal, los datos deben estar especificados

Son términos definidos y elaborados por la Cámara Internacional de Comercio (CIC), con la finalidad de establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado por los compradores y vendedores que participan en negocios internacionales a nivel mundial.

A continuación podemos observar gráficamente las responsabilidades de las partes involucradas en el embarque de las mercancías:

Para elegir el Incoterm adecuado debemos seguir los siguientes pasos:

- Verificar que no existan restricciones o diferente interpretación en su país.
- Valorar las ventajas competitivas que ofrece cada Incoterm.
- Considerar en donde es más barato o más conveniente contratarlo, en el país del vendedor o en el del comprador.
- Establecer quien está dispuesto a llevar a cabo los trámites y gastos de exportación e importación.
- Evaluar hasta qué punto el vendedor puede estar dispuesto a asumir además la financiación por el transporte, seguro y transferir el riesgo.
- En los Incoterms EXW, FAS, FCA, FOB, CFR, CIF, CPT y CIP, la responsabilidad de entrega para el vendedor termina en su país. Por el contrario en el Incoterm DDP la responsabilidad de entrega termina en el país del comprador.

Para el presente proyecto se utilizará el FOB (franco a bordo) que no aplica seguro, porque los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa se responsabilizaran en colocar los muebles de madera a bordo de una naviera en el puerto indicado en el respectivo contrato de venta.

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

4.3.2.5 Embarque (país de origen)

Se utilizará transporte terrestre para llevar la mercancía desde la bodega de almacenamiento ubicada en la parroquia Atahualpa hasta el puerto de Guayaquil, requiriendo estibas para introducir los muebles en los contenedores que se embarcarán en la naviera que llevará la mercancía al lugar de destino.

4.3.2.6 Puerto de destino

El puerto de Miami es uno de los activos y reconocidos de Estados Unidos, existen 140 puertos marítimos con guías, para cargar, descargar contenedores de un buque, en forma eficiente a la hora embarcar y desembarcar las navieras. El puerto de destino será el puerto de Miami, además Estados Unidos cuenta con los puertos de entrada de Los Ángeles, San Francisco, Houston, New York, Miami, San Diego, Mobile, Filadelfia, Savannah, Port Arthur.

4.3.3 Estrategia de canales de distribución

Los canales de distribución dependen del lugar de destino a donde se pretende llegar con la mercancía, se debe tomar en cuenta la logística a emplearse, los intermediarios, la venta, post venta.

La estrategia adecuada para el canal de distribución es el tipo de transporte por el cual va llegar la mercancía al lugar de destino desde el sitio de origen.

Existen 140 puertos navieros en Estados Unidos, el mercado de Miami cuenta con puertos adecuados para guías especiales para carga y descarga de contenedores simultáneamente de una naviera mejorando los tiempos para embarque y desembarque.

Los canales de distribución principales para venta de mercancías Ecuatorianas a Estados Unidos son los siguientes:

- Agentes, que resida en Estados Unidos mediante un contrato de representación, pueden vender directamente a los distribuidores. También hay contratos verbales que no es recomendable, ya que el Agente es el representante del exportador en el país de destino, encargándose de todos los trámites administrativos a realizarse, el Agente de acuerdo al volumen de la mercancía fijará la comisión a recibir que no tiene que ser exagerada ya que restaría competitividad de la mercancía a la hora de elevar el costo de la misma. Son llamados también intermediarios entre compradores y vendedores.
- No siempre el Distribuidor es el importador, el margen de ganancia que oscila es del 40% al 50% sobre las ventas incluyendo almacenaje y el debido mantenimiento de las mercancías de preferencia debe ser un distribuidor regional, se debe realizar un contrato de distribución y para exclusividad.
- Los fabricantes de muebles en Estados Unidos se convierten en importadores, con el fin de complementar su oferta y ser más competitivos en el mercado local, muchas veces lo importado cambia de nombre.
- La organización del mercado estadounidense es clave porque permite obtener grandes ganancias, para costear gastos de marketing necesarios para introducir la mercancía al mercado indicado.
- Negociar directamente con los minoristas sin intermediarios con el fin de obtener mejores ganancias.
- Otra manera es vender directamente al consumidor final a través de catálogos, páginas web, contactos telefónicos, para evitar intermediarios o minoristas.
- Asociación de grupos de minoristas que adquieren muebles mediante fabricantes nacionales y extranjeros en grandes volúmenes a menores

precios para mejorar la competitividad con grandes cadenas comercializadoras.

- Contactar a diseñadores de interiores que buscan cantidades pequeñas pero permanentes de muebles de calidad, a buen precio.

En este negocio a los distribuidores, fabricantes, importadores mayoristas les interesa hacer negocios a largo plazo, tener fabricantes confiables y cumplidos que entreguen muebles de calidad a buen precio y a tiempo.

CAPÍTULO 5

5 IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL

El impacto que genera perder las preferencias arancelarias de Ecuador con el comercio de Estados Unidos, es grande, la no renovación del ATPDEA preocupa a los exportadores porque los productos no recibirán este beneficio, perdiendo competitividad.

Esto va a generar que se tenga impactos económicos y sociales de trascendencia que obliga a desarrollar medidas compensatorias emergentes.

5.1 Impacto económico

Ecuador está cambiando su matriz productiva, busca atraer más inversión extranjera, reducir las importaciones y aumentar las exportaciones, ingresar nuevos productos en otros mercados, para esto hay que reducir la balanza comercial deficitaria.

El impacto económico será notable porque va a mejorar el buen vivir de los habitantes de la parroquia Atahualpa, generando fuentes de trabajo, ingreso de divisas.

5.2 Impacto Social

Se pretende que la mano de obra de la parroquia Atahualpa se explote al cien por ciento, de esta manera acabar con el fenómeno migratorio y acabar con el índice de pobladores que se encuentran en la desocupación.

Incentivar la búsqueda de nuevos ideales, capacitar continuamente a los maestros artesanos en nuevas tendencias, diseños, estilos, acabados, fomentando la asociatividad de los pobladores de la parroquia Atahualpa con

el fin de consolidar una empresa exportadora de muebles artesanales de madera.

5.3 Análisis de los impactos

- El impacto económico es positivo porque se generará un plan de comercialización para garantizar el crecimiento de la oferta exportable hacia Miami, incluyendo control de calidad, control de costos de materia prima, mano de obra, contratos con los brokers que aseguren la transparencia de la negociación de la mercancía y la promoción.
- Con esto se despertará la asociatividad en los maestros artesanos, de tal manera que se organicen, en búsqueda de nuevos ideales para mejorar la calidad del diseño de los muebles, innovar de acuerdo a nuevas tendencias, exigencias de los clientes, contar con un catálogo en el cual se dé a conocer la oferta exportable.
- El impacto social es positivo porque se capacitará a los maestros artesanos en procesos de tratamiento de la madera, procedimientos, controles de calidad, conocimientos administrativos, para el buen manejo de las operaciones de comercialización, canales de distribución.
- Eliminar la migración y la desocupación, con la demanda de la oferta exportable se va a requerir de mano de obra, generando fuentes de trabajo.

5.4 Alternativas

Buscar nuevos mercados de tal manera que estos permitan seguir proporcionando a los maestros artesanos beneficios, servicios tales como: capacitación, tecnología, créditos, para elevar el volumen de la oferta, cumpliendo con la demanda requerida y disminuir costos de operación.

Mantener la comercialización actual permanente, con el fin de brindar estabilidad a los maestros artesanos y sus operarios, proporcionarles ingresos, bienestar para la familia, se encuentran ubicados en un sector rural de la provincia de Santa Elena.

CAPÍTULO 6

6 ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Elementos referenciales

El estudio financiero permitirá establecer que tan factible es la oferta exportable que considerar la inversión que se realiza y el financiamiento necesario para establecer estrategias de inversión y comercialización. Se determinará la capacidad para cumplir con obligaciones a corto, mediano y largo plazo, de manera que sea viable. Para el análisis financiero se necesita conocer la cantidad de mercancía que se venderá el transporte a utilizar, definiendo el Incoterm para fijar el precio de venta.

6.2 Inversión inicial

Es la cantidad de dinero necesaria para poner en marcha la oferta exportable de los maestros artesanos, se considera también una planificación para conocerla inversión que se realiza en activos fijos y en capital de trabajo. Se puede determinar a largo plazo, cuanto se ha obtenido en ganancias e incremento del patrimonio, como se detalla en la tabla 52.

Tabla 52. Inversión Inicial

MUEBLES Y ENSERES	\$2,000.00
ESCRITORIO	\$1,000.00
SILLA	\$120.00
TELEFONO FAX PANOSONIC	\$280.00
ARCHIVADOR	\$600.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$900.00
COMPUTADOR LAPTOP HP COREI3	\$690.00
IMPRESORA EPSON LX350	\$210.00
MAQUINARIAS	\$17,100.00
HERRAMIENTAS DE MANO	\$4,000.00
MAQUINAS PORTATILES CON MOTOR	\$10,100.00
MAQUINAS FIJAS CON MOTOR	\$3,000.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$20,000.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$2,000.00
CAPITAL DE TRABAJO	\$85,609.04
TOTAL DE LA INVERSION INICIAL	\$127,609.04

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El capital de trabajo se lo obtiene multiplicando el número de días del ciclo productivo por el costo de operación promedio diario, dando como resultado \$ 85,609.04.

6.3 Activos corrientes

Están involucrado el ingreso por la venta de los muebles artesanales de madera que se venden dentro de un periodo inferior a un año, cuentas por cobrar y dinero en efectivo de disponerlos, se necesitará unos \$ 10,000.00 en efectivo.

6.4 Activos fijos

Son bienes adquiridos por la asociación para actividades administrativas dedicados a la producción y comercialización de los muebles artesanales de madera, como se puede apreciar en la tabla 53.

Tabla 53. Activos fijos

MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,000.00
ESCRITORIO	\$ 1,000.00
SILLA	\$ 120.00
TELEFONO FAX PANASONIC	\$ 280.00
ARCHIVADOR	\$ 600.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 900.00
COMPUTADOR LAPTOP HP COREI3	\$ 690.00
IMPRESORA EPSON LX350	\$ 210.00
MAQUINARIAS	\$ 17,100.00
HERRAMIENTAS DE MANO	\$ 4,000.00
MAQUINAS PORTATILES CON MOTOR	\$ 10,100.00
MAQUINAS FIJAS CON MOTOR	\$ 3,000.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 20,000.00

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.5 Activos diferidos

Son gastos que se realiza para constituir a una empresa no son reembolsables, con esta se la organiza administrativamente. Son gastos generados en el proceso de puesta en marcha de la asociatividad que llegan a \$ 2,000.00.

6.6 Gastos presupuestados

Dentro de los gastos presupuestados tenemos los costos variables y los costos fijos para determinar la viabilidad de la oferta exportable que se detalla a continuación en la tabla 54.

Tabla 54. Proyección de costos

ESPECIE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	\$59,860.00	\$59,860.00	\$59,860.00	\$59,860.00	\$59,860.00
COSTOS VARIABLES	\$981.716,70	\$1.030.802,53	\$1.082.342,66	\$1.136.459,79	\$1.193.282,78
TOTAL COSTOS	\$1,041,576.70	\$1,090,662.53	\$1,142,202.66	\$1,196,319.79	\$1,253,142.78

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.7 Costos variables

Son los que varían de acuerdo al volumen de producción, el costo variable del mueble de artesanal de madera para la exportación será en valor FOB sumados los costos administrativos de exportación, como se puede apreciar en la tabla 55.

Tabla 55. Costos variables

ESPECIE	CANTIDAD POR MES	COSTO MP	COSTO EMBALAJE-PALLETS	COSTO TRANSPORTE ATAHUALPA-GUAYAQUIL	COSTO ADMINISTRATIVOS	VALOR COSTO	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO ANUAL
MUEBLES DE OFICINA	10	\$750,00	\$163,76	\$202,39	\$303,71	\$1.419,87	\$14.198,70	\$170.384,35
MUEBLES DE COCINA	10	\$2.000,00	\$186,70	\$205,67	\$303,77	\$2.696,14	\$26.961,42	\$323.537,05
MUEBLES DE DORMITORIO	10	\$1.200,00	\$172,02	\$203,57	\$303,74	\$1.879,33	\$18.793,28	\$225.519,32
LOS DEMAS MUEBLES	10	\$1.500,00	\$177,52	\$204,36	\$303,75	\$2.185,63	\$21.856,33	\$262.275,97
							\$81.809,72	\$981.716,70

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.8 Costos fijos

Son aquellos que no varían sin importar el volumen de producción, permaneciendo constantes y estos son:

- Amortizaciones
- Servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet)
- Sueldos administrativos
- Suministros de oficina
- Plan de marketing
- Amortizaciones
- Depreciaciones de maquinarias, equipos de oficina, muebles y enseres

Para depreciar las maquinarias, muebles, enseres y equipos de computación utilizamos las siguientes variables 20 años=0,05, 10 años=0,10, 10 años=0,10, 3 años=0,3 respectivamente como podemos apreciar en las tablas 56, 57 y 58.

No se depreciará instalaciones ni edificios por que las oficinas funcionaran en instalaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de la parroquia Atahualpa donde sí se pagará servicios básicos, que serán prestadas en Comodato por 3 años.

Tabla 56. Depreciación de maquinarias

MAQUINARIAS		10 años=0,10
VALOR HISTORICO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
\$ 17,100.00	\$ 1,710.00	\$ 142.50

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Tabla 57. Depreciación de muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES		10 años=0,10
VALOR HISTORICO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
\$ 2,000.00	\$ 200.00	\$ 16.67

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Tabla 58. Depreciación de equipos de computación

EQUIPO DE COMPUTACION		3 años=0,3
VALOR HISTORICO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
\$ 900	\$ 297	\$ 24.75

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

La amortización del crédito obtenido para la compra de herramientas, maquinarias, necesarias para la elaboración de la oferta exportable como se puede apreciar en la tabla 59.

Tabla 59. Tabla de amortización

CREDITO RECIBIDO	\$ 20,000.00				
TASA DE INTERES ANUAL	10%				
NUMERO PERIODOS	DE 12				
CUOTA	\$ 2,935.27				
R=VALOR ACTUAL DEL CREDITO X TASA DE INTERES(1-1/(1+i)^n)					
TABLA DE AMORTIZACION					
PERIODO	CAPITAL INICIAL	INTERES	AMORTIZACION DE CAPITAL	CUOTA	CAPITAL FINAL
1	\$ 20,000.00	\$ 2,000	\$ 935.27	\$ 2,935.27	\$ 19,064.73
2	\$ 19,064.73	\$ 1,906.47337	\$ 1,028.79	\$ 2,935.27	\$ 18,035.94
3	\$ 18,035.94	\$ 1,803.594077	\$ 1,131.67	\$ 2,935.27	\$ 16,904.27
4	\$ 16,904.27	\$ 1,690.426854	\$ 1,244.84	\$ 2,935.27	\$ 15,659.43
5	\$ 15,659.43	\$ 1,565.942909	\$ 1,369.32	\$ 2,935.27	\$ 14,290.11
6	\$ 14,290.11	\$ 1,429.01057	\$ 1,506.26	\$ 2,935.27	\$ 12,783.85
7	\$ 12,783.85	\$ 1,278.384997	\$ 1,656.88	\$ 2,935.27	\$ 11,126.97
8	\$ 11,126.97	\$ 1,112.696866	\$ 1,822.57	\$ 2,935.27	\$ 9,304.40
9	\$ 9,304.40	\$ 930.4399227	\$ 2,004.83	\$ 2,935.27	\$ 7,299.57
10	\$ 7,299.57	\$ 729.9572847	\$ 2,205.31	\$ 2,935.27	\$ 5,094.26
11	\$ 5,094.26	\$ 509.426383	\$ 2,425.84	\$ 2,935.27	\$ 2,668.42
12	\$ 2,668.42	\$ 266.8423911	\$ 2,668.42	\$ 2,935.27	\$ 0.00

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

Tenemos gastos de operación que se detalla en la tabla 60 que son necesarios para el funcionamiento de la asociatividad de los maestros artesanos.

Tabla 60. Otros gastos de operación anual

ENERGIA ELECTRICA	\$300
AGUA POTABLE	\$300
TELEFONO	\$360
INTERNET	\$9,600
SUMINISTROS DE OFICINA	\$3,600
PLAN DE MARKETING	\$17,500.00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$27,000.00
OTROS COSTOS DE OPERACION	\$58,660.00

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.9 Ingresos presupuestados

De acuerdo al ingreso presupuestado por la venta de los muebles artesanales de madera tenemos el siguiente ingreso mensual como podemos apreciar en la tabla 61.

Tabla 61. Proyección de ingresos

ESPECIE	1er AÑO	2do AÑO	3er AÑO	4to AÑO	5to AÑO
MUEBLES DE OFICINA	\$ 180,000.00	\$ 189,000.00	\$ 198,450.00	\$ 208,372.50	\$ 218,791.13
MUEBLES DE COCINA	\$ 480,000.00	\$ 504,000.00	\$ 529,200.00	\$ 555,660.00	\$ 583,443.00
MUEBLES DE DORMITORIO	\$ 288,000.00	\$ 302,400.00	\$ 317,520.00	\$ 333,396.00	\$ 350,065.80
LOS DEMAS MUEBLES	\$ 360,000.00	\$ 378,000.00	\$ 396,900.00	\$ 416,745.00	\$ 437,582.25
TOTAL	\$ 1,308,000.00	\$ 1,373,400.00	\$ 1,442,070.00	\$ 1,514,173.50	\$ 1,589,882.18

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.10 Margen de contribución

El margen de contribución es la diferencia entre el precio de venta y el costo variable, es un exceso de ingresos con relación a los costos variables, este exceso debe ser cubierto por los costos fijos. Es importante porque permite determinar cuánto contribuye el producto al desarrollo de la empresa e identificar la viabilidad del producto de la siguiente manera:

- Si el margen de contribución es positivo esta absorbe al costo fijo, mayor será la utilidad.
- Si el margen de contribución es igual al costo fijo no deja margen de ganancia, ni utilidad, ni viabilidad.
- Si el margen de contribución no alcanza a cubrir los costos fijos, la empresa corre el riesgo de quedarse sin capital de trabajo suficiente y trabajar a pérdida.
- Si el margen de contribución es negativo, los costos variables son superiores al precio de venta se debe suspender la producción del producto.

El margen de contribución permite determinar cuánto contribuye la oferta exportable de muebles de madera a la asociatividad de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, que se detalla a continuación en la tabla 62.

Tabla 62. Margen de Contribución

ESPECIE	CANTIDAD	COSTO MES	VENTA MES	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
MUEBLES DE OFICINA	10	\$1,419.87	\$1,500.00	\$80.13
MUEBLES DE COCINA	10	\$2,696.14	\$4,000.00	\$1,303.86
MUEBLES DE DORMITORIO	10	\$1,879.33	\$2,400.00	\$520.67
LOS DEMAS MUEBLES	10	\$2,185.63	\$3,000.00	\$814.37
TOTAL		\$8,180.97	\$10,900.00	\$2,719.03

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.11 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es utilizado por las empresas para determinar la viabilidad de la oferta exportable de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, es el punto donde no se obtiene ni utilidades, ni pérdidas.

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS}}$$

El volumen de producción genera mayores ganancias, siendo necesariamente cubrir el mínimo de producción, fin cubrir costos y variables, el objetivo es encontrar un parámetro de medición y proyección a futuro, mediante la utilización de presupuestos de costos y gastos, el punto de equilibrio mensual de la oferta exportable es igual a las ventas de equilibrio mensuales, para que el margen de utilidad sea cero, como se detalla a continuación en la tablas 63, 64, 65, 66 y figuras 64, 65, 66, 67:

En la tabla 63 y figura 52, el cálculo del punto de equilibrio de muebles de oficina fue realizado utilizando los costos fijos, variables para las

unidades que se van vender y los precios de cada producto siendo en 64 unidades aproximadamente lo que determina que las utilidades lleguen a cero.

Tabla 63. Punto de equilibrio de muebles de oficina

Costos fijos:	\$5,138		
Precio:	\$1,500		
Costos variables:	\$1,420		
P.E.:	64.120804		
Utilidades:	\$0		
Unidades	Ventas	Costos	Utilidades
20	\$30,000	\$33,535	-\$3,535
30	\$45,000	\$47,734	-\$2,734
40	\$60,000	\$61,933	-\$1,933
50	\$75,000	\$76,132	-\$1,132
64.120804	\$96,181	\$96,181	\$0
70	\$105,000	\$104,529	\$471
80	\$120,000	\$118,728	\$1,272
90	\$135,000	\$132,926	\$2,074
100	\$150,000	\$147,125	\$2,875
110	\$165,000	\$161,324	\$3,676
120	\$180,000	\$175,522	\$4,478
130	\$195,000	\$189,721	\$5,279
140	\$210,000	\$203,920	\$6,080

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

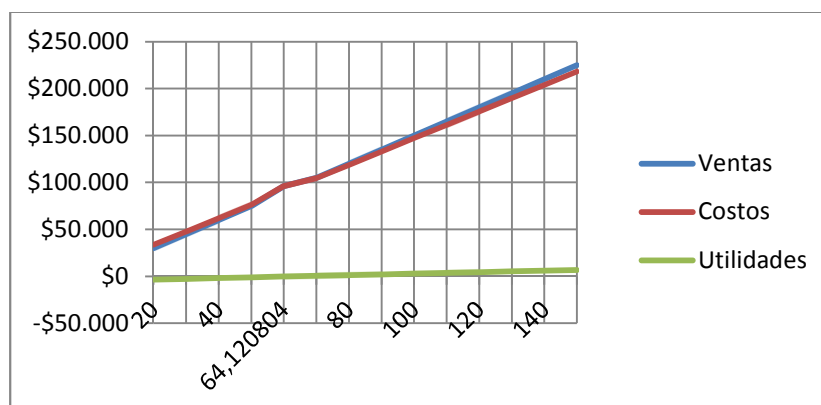


Figura 64. Punto de equilibrio de muebles de oficina

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la tabla 64 y figura 53, el cálculo del punto de equilibrio de muebles de cocina fue realizado utilizando los costos fijos, variables para las unidades que se van vender y los precios de cada producto siendo en 3 unidades aproximadamente lo que determina que las utilidades lleguen a cero.

Tabla 64. Punto de equilibrio de muebles de cocina

Costos fijos:	\$5,138
Precio:	\$4,000
Costos variables:	\$2,696
P.E.:	3.9406071
Utilidades:	\$0

Unidades	Ventas	Costos	Utilidades
3.9406071	\$15,762	\$15,762	\$0
10	\$40,000	\$32,099	\$7,901
15	\$60,000	\$45,580	\$14,420
20	\$80,000	\$59,061	\$20,939
25	\$100,000	\$72,542	\$27,459
30	\$120,000	\$86,022	\$33,978
35	\$140,000	\$99,503	\$40,497
40	\$160,000	\$112,984	\$47,016
45	\$180,000	\$126,464	\$53,536
50	\$200,000	\$139,945	\$60,055
55	\$220,000	\$153,426	\$66,574
60	\$240,000	\$166,906	\$73,094
65	\$260,000	\$180,387	\$79,613

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

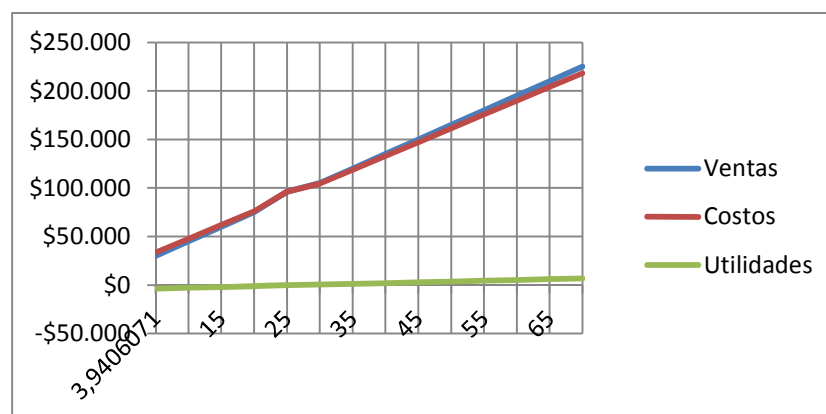


Figura 65. Punto de equilibrio de muebles de cocina

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la tabla 65 y figura 54, el cálculo del punto de equilibrio de muebles de dormitorio fue realizado utilizando los costos fijos, variables para las unidades que se van vender y los precios de cada producto siendo en 9 unidades aproximadamente lo que determina que las utilidades lleguen a cero.

Tabla 65. Punto de equilibrio de muebles de dormitorio

Costos fijos:	\$5,138		
Precio:	\$2,400		
Costos variables:	\$1,879		
P.E.:	9.8680546		
Utilidades:	\$0		
Unidades	Ventas	Costos	Utilidades
5	\$12,000	\$14,535	-\$2,535
9.8680546	\$23,683	\$23,683	\$0
15	\$36,000	\$33,328	\$2,672
20	\$48,000	\$42,725	\$5,275
25	\$60,000	\$52,121	\$7,879
30	\$72,000	\$61,518	\$10,482
35	\$84,000	\$70,915	\$13,085
40	\$96,000	\$80,311	\$15,689
45	\$108,000	\$89,708	\$18,292
50	\$120,000	\$99,105	\$20,896
55	\$132,000	\$108,501	\$23,499
60	\$144,000	\$117,898	\$26,102
65	\$156,000	\$127,294	\$28,706
70	\$168,000	\$136,691	\$31,309

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

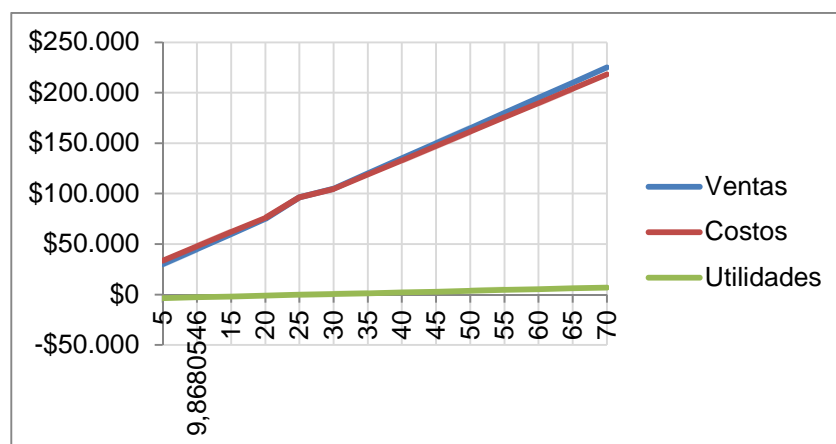


Figura 66. Punto de equilibrio de muebles de dormitorio

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

En la tabla 66 y figura 55, el cálculo del punto de equilibrio de muebles de dormitorio fue realizado utilizando los costos fijos, variables para las unidades que se van vender y los precios de cada producto siendo en 6 unidades aproximadamente lo que determina que las utilidades lleguen a cero.

Tabla 66. Punto de equilibrio de los demás muebles

Costos fijos:	\$5,138		
Precio:	\$3,000		
Costos variables:	\$2,186		
P.E.:	6.30919543		
Utilidades:	\$0		
Unidades	Ventas	Costos	Utilidades
6.3091	\$18,927	\$18,927	\$0
10	\$30,000	\$26,994	\$3,006
15	\$45,000	\$37,922	\$7,078
20	\$60,000	\$48,851	\$11,149
25	\$75,000	\$59,779	\$15,221
30	\$90,000	\$70,707	\$19,293
35	\$105,000	\$81,635	\$23,365
40	\$120,000	\$92,563	\$27,437
45	\$135,000	\$103,491	\$31,509
50	\$150,000	\$114,420	\$35,580
55	\$165,000	\$125,348	\$39,652
60	\$180,000	\$136,276	\$43,724
65	\$195,000	\$147,204	\$47,796

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

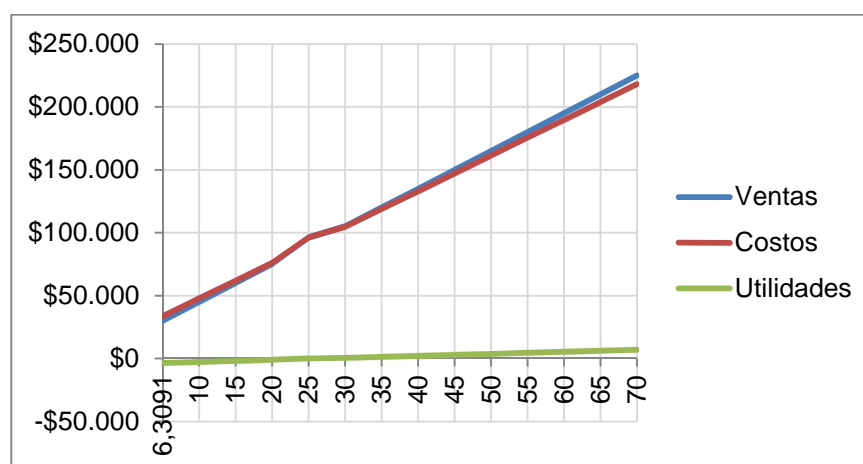


Figura 67. Punto de equilibrio de los demás muebles

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.12 Estado de resultados

Es un estado financiero donde se identifica claramente costos y gastos que quedan origen al ingreso utilizando información útil y confiable para la toma de decisiones, en la tabla 67 constan todos los ingresos y egresos anuales de la oferta exportable para determinar si es o no viable proyectados a 5 años, calculando la utilidad neta anual.

Tabla 67. Estado de resultados

	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
VENTAS TOTALES	\$1,308,000.00	\$1,373,400.00	\$1,442,070.00	\$1,514,173.50	\$1,589,882.18
TOTAL INGRESOS	\$1,308,000.00	\$1,373,400.00	\$1,442,070.00	\$1,514,173.50	\$1,589,882.18
TOTAL COSTOS	\$1,041,577.50	\$1,090,662.53	\$1,142,252.83	\$1,196,851.04	\$1,253,142.78
(=) UTILIDAD BRUTA	\$266,422.50	\$282,737.47	\$299,817.17	\$317,322.46	\$336,739.39
GASTOS NO OPERATIVOS	\$208,315.34	\$218,132.51	\$228,440.53	\$239,263.96	\$250,628.56
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	\$58,107.16	\$64,604.96	\$71,376.63	\$78,058.51	\$86,110.84
15 % PARTICIPACIÓN UTILIDADES	\$8,716.07	\$9,690.74	\$10,706.50	\$11,708.78	\$12,916.63
(=) UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	\$49,391.09	\$54,914.22	\$60,670.14	\$66,349.73	\$73,194.21
25% IMPUESTOS A LA RENTA	\$12,347.77	\$13,728.55	\$15,167.53	\$16,587.43	\$18,298.55
(=) UTILIDAD NETA	\$61,738.86	\$68,642.77	\$75,837.67	\$82,937.16	\$91,492.76

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.13 Flujo Neto de fondos

El flujo neto de fondos en un periodo dado es utilizado para determinar problemas de liquidez ya que la viabilidad no significa necesariamente que posee liquidez, analizar la viabilidad de la oferta exportable siendo los flujos de fondos la base para el cálculo del VAN (valor actual neto) y el TIR (tasa interna de retorno) y para medir la viabilidad o crecimiento de la oferta, en la tabla 68 constan todos los ingresos y egresos anuales proyectados 5 años para analizar si es o no viable la oferta exportable, los ingresos, costos y la utilidad neta anual, considerando un incremento del 5% anual a partir del segundo año proyectado.

Tabla 68. Flujo de caja proyectado a 5 años

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES		\$1,308,000.00	\$1,373,400.00	\$1,442,070.00	\$1,514,173.50	\$1,589,882.18
TOTAL INGRESOS		\$1,308,000.00	\$1,373,400.00	\$1,442,070.00	\$1,514,173.50	\$1,589,882.18
TOTAL COSTOS		\$1,041,577.50	\$1,090,662.53	\$1,142,252.83	\$1,196,851.04	\$1,253,142.78
(=) UTILIDAD BRUTA		\$266,422.50	\$282,737.47	\$299,817.17	\$317,322.46	\$336,739.39
GASTOS NO OPERATIVOS		\$208,315.34	\$218,132.51	\$228,440.53	\$239,263.96	\$250,628.56
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$0.00	\$1.00	\$2.00	\$3.00	\$4.00
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION		\$58,107.16	\$64,604.96	\$71,376.63	\$78,058.51	\$86,110.84
15 % PARTICIPACIÓN UTILIDADES		\$8,716.07	\$9,690.74	\$10,706.50	\$11,708.78	\$12,916.63
(=) UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS		\$49,391.09	\$54,914.22	\$60,670.14	\$66,349.73	\$73,194.21
25% IMPUESTOS A LA RENTA		\$12,347.77	\$13,728.55	\$15,167.53	\$16,587.43	\$18,298.55
(=) UTILIDAD NETA		\$61,738.86	\$68,642.77	\$75,837.67	\$82,937.16	\$91,492.76
(+) DEPRECIACIÓN		\$2,207.00	\$2,207.00	\$2,207.00	\$2,207.00	\$2,207.00
(+) VALOR EN LIBROS POR DEPRECIAR						
(+) AMORTIZACIONES INTANGIBLES		\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00
(+) REINVERSIONES						
(-) INVERSION INICIAL	\$127,609.04					
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						
FLUJO DE CAJA	\$127,609.04	\$65,945.86	\$72,849.77	\$80,044.67	\$87,144.16	\$95,699.76

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

6.14 Tasa interna de retorno (TIR)

Se la llama también tasa financiera de rendimiento o tasa de rendimiento real o tasa de retorno efectiva, que consiste en encontrar el interés adecuado para igualar al valor actual neto. La TIR expresa la viabilidad en términos porcentuales, para lo cual se utilizara una tabla para cálculo de Excel.

Tabla 69. TIR

PERÍODO	FLUJO DE FONDOS
0	-127,609.04
1	65,945.86
2	72,849.77
3	80,044.67
4	87,144.16
5	95,699.76
TIR	51.11%

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El TIR de 51.11% obtenido es considerado positivo siendo viable la oferta exportable de los maestros artesanos de Atahualpa porque es mayor a la tasa de interés anual del 10%, como se aprecia en la tabla 69.

6.15 Valor actual neto (VAN)

El VAN es una diferencia de flujos, en la que se generan resultados que son favorables y no favorables para el oferta exportable de los maestros artesanos de Atahualpa, cuando su resultado es positivo o negativo respectivamente. El VAN expresa sus resultados en términos absolutos, para lo cual se utilizara una tabla para cálculo de Excel.

Para el cálculo se tomó en cuenta una tasa de interés del 12% que representa al costo de oportunidad.

Tabla 70. VAN

PERÍODO	FLUJO DE FONDOS
0	-127,609.04
1	65,945.86
2	72,849.77
3	80,044.67
4	87,144.16
5	95,699.76
VAN	\$ 156,005.11

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El VAN obtenido de \$ 156,005.11 es considerado positivo siendo viable la oferta exportable de los maestros artesanos de Atahualpa porque es superior a cero, como se aprecia en la tabla 70.

6.16 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la oferta exportable se determina contando el número de años que transcurren para que la acumulación de los flujos de caja proyectados sean igual a la inversión inicial.

Cuando el valor acumulado es cero o positivo al final de un periodo significa que la inversión inicial se ha recuperado. Cuando es cero significa que se ha recuperado al final de ese periodo; en cambio cuando es positivo significa que se recuperó entre el periodo anterior y aquel en el cual el acumulado es positivo, como se puede apreciar en la tabla 71.

Tabla 71. Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO (AÑO)	TOTAL ANUAL	ACUMULADO
0	-\$127,609.04	-\$127,609.04
1	\$65,945.86	-\$61,663.18
2	\$72,849.77	\$11,186.59
3	\$80,044.67	\$91,231.26
4	\$87,144.16	\$178,375.42
5	\$95,699.76	\$274,075.19

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

El periodo de recuperación de la inversión de la oferta exportable de los maestros artesanos de Atahualpa es el cuarto año, donde se recupera el capital invertido.

6.17 Relación costo beneficio

Es un intercambio entre beneficios y costos, requiriendo toda inversión la reducción de un beneficio tomando en cuenta un determinado tiempo para evaluar la viabilidad. Este indicador indica la viabilidad en términos relativos, su resultado es expresado en centavos por cada dólar invertido teniendo un VAN (valor actual neto) de \$ 156,005.11 y un VAP (valor actual de la inversión) de \$ 127,609.04 aplicando la fórmula de la relación costo beneficio

tenemos que por cada dólar invertido la empresa tiene un beneficio de 22 centavos y como es positivo debe aceptarse.

$$B/C = \frac{VAN}{VAP} \quad B/C = \frac{\$ 156,005.11}{\$ 127,609.04} \quad B/C = 1.22$$

De acuerdo a la evaluación financiera se puede determinar la viabilidad de la oferta exportable de muebles artesanales de madera de los maestros artesanos de Atahualpa como positiva y aceptable, descrita en el siguiente resumen en la tabla 72.

Tabla 72. Resumen de la Evaluación Financiera

INDICADORES	SITUACIÓN	NOVEDAD
Valor actual neto (VAN)	\$ 156,005.11	VIABLE
Tasa interna de retorno (TIR)	51.11%	VIABLE
Relación costo beneficio B/C	0.22	VIABLE

ELABORADO POR CRISTIAN MADRIL HEREDIA

CAPÍTULO 7

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- La oferta exportable de los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa aspira generar ingresos para este gremio, buscando atractivos mercados donde puedan competir, mantenerse e ir innovando su oferta, con nuevos diseños, mejorando las técnicas de acabado, lacado, pintado, generando fuentes de trabajo en el sector, una vez que se pase la voz que los maestros artesanos con la ayuda del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Atahualpa realicen su primera exportación, se contará con el apoyo de entidades públicas como privadas que inviertan en este sector que actualmente se encuentra descuidado por el gobierno central.
- Los maestros artesanos de la parroquia Atahualpa, carecen de una organización y conocimientos administrativos para emprender en una asociatividad la cual les va a permitir emprender en un sistema de economía popular y solidaria.
- A través del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa buscar el apoyo para promocionar la oferta exportable de los maestros artesanos, gestionando publicidad, auspicio en las páginas web de la Prefectura y Alcaldía de Santa Elena.
- Gestionar la creación de un sistema de economía popular y solidaria que permita ayudar a mejorar las condiciones de vida de los pobladores de la parroquia Atahualpa basados en los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.
- Coordinar con instituciones públicas y/o privadas el financiamiento, crédito respectivo para la compra de herramientas, maquinarias, materia prima, mano de obra (operarios), normalmente los maestros trabajan con

el anticipo del valor de mueble, en cada contrato solicitado por el cliente, quedando un margen de utilidad bajo.

- Es factible negociar en el exterior la oferta exportable de la parroquia Atahualpa aplicando estrategias de mercadeo que permitan mantenerse en el mercado.
- El margen de utilidad es viable.

7.2 Recomendaciones

- Que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa, asesore y oriente a los maestros artesanos en los sistemas de economía popular y solidaria para de esta manera puedan asociarse, capacitarse, actualizarse en conocimientos de diseño de nueva tendencias, fomentar la unión entre los maestros buscando el mejoramiento de la calidad de vida.
- Se recomienda que se gestione la publicidad a realizarse en internet en la páginas del Ministerio de Turismo, Comercio Exterior, Prefectura de Santa Elena, en sitios que den a conocer la calidad de oferta exportable que genera la mano de obra calificada de los maestros artesanos, es necesario que se promoció el trabajo con ferias permanentes en todo el país, empezando con el cambio de la malla publicitaria ubicada en la entrada de la parroquia Atahualpa.
- Se realice las coordinaciones con las organizaciones públicas y privadas para obtener el financiamiento, créditos para adquirir herramientas, maquinarias necesarias para el emprendimiento para la oferta exportable.
- En la oferta exportable es necesario innovar la creatividad en cada diseño con el fin de tener un valor agregado en cada envió para ganar aceptación y confianza del comprador.
- Conforme se vaya incrementando ventas es necesario mantener ese estatus y buscar otros mercados para no depender de solo un mercado.
- Es viable la oferta exportable porque genera ganancias y el incremento de las utilidades va a depender directo del trabajo tesonero que realicen

los maestros artesanos con dedicación, buena organización buscando el bienestar, buen vivir de toda la parroquia Atahualpa.

BIBLIOGRAFIA

- IEPS. (2015). *IEPS Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 15 de enero de 2015, de [economiasolidaria.gob.ec](http://www.economiasolidaria.gob.ec/):
<http://www.economiasolidaria.gob.ec/>
- Constitución de la Republica del Ecuador*. (2008). Montecristi: Registro Oficial.
- Constitución del Ecuador 2008 - Organización Territorial del Estado* . (2008). Montecristi: Registro oficial.
- Arancel Integrado de Importaciones*. (2010). Ecuador: PUDELECO.
- Código de la producción Comercio e Inversión, Decreto No 351* . (2010). Registro oficial .
- Censo por parroquias ecuador 2010*. (2014). Recuperado el 07 de marzo de 2014, de www.eruditos.net:
http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Ecuador_por_Parroquia
- Alamaula. (2014). *Paletas*. Recuperado el 20 de julio de 2014, de www.alamaula.pe:
<http://www.alamaula.pe/lima/muebles-para-oficinas/parihuela-de-madera-para-exportacion-certificado/9532064>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Países que demandan muebles de madera*. Recuperado el 23 de abril de 2014, de www.portal.bce.fin.ec:
http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/segurid (Empresas exportadoras de muebles de madera, 2014)ad/ComercioExteriorEst.jsp
- Bernal, C.A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Blogia. (2014). *Matriz BCG*. Recuperado el 11 de julio de 2014, de gestioncomerciallerena.blogia.com:
<http://gestioncomerciallerena.blogia.com/2011/120101-pasos-para-elaborar-la-matriz-bcg.php>
- Cornejo . (2014). *Teorías de Comercio Internacional Ambiente de Negocios Internacionales*. Recuperado el 04 de enero de 2014, de ocw.udem.edu.mx:
http://ocw.udem.edu.mx/cursos-de-profesional/ambiente-de-negocios-internacionales/Ambiente%20de%20Negocios%20Internacionales%20-%20jcornejo/Unidad3_1.pdf
- Empre red - ESPOCH. (2014). *Manual para la elaboración del Plan de Marketing ESPOCH Escuela Politecnica del Chimborazo*. Recuperado el 10 de mayo de 2014, de www.esPOCH.edu.ec:
http://www.esPOCH.edu.ec/Descargas/.../4dcc08_01ManualPMk1.pdf
- Enciclopedia virtual eumed.net. (2013). *Exportación*. Recuperado el 28 de septiembre de 2013, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/coursecon/dic/bzm/e/exporta.htm>

- Eruditowski. (2014). *Parroquia Atahualpa*. Recuperado el 07 de marzo de 2014, de www.eruditos.net:
http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Parroquia_Atahualpa_-_Santa_Elena#La_Noticia_del_D.C3.ADA_de_la__Parroquia_Atahualpa_-_Santa_Elena
- Gerencie. (2014). *Margen de contribución*. Recuperado el 30 de junio de 2014, de www.gerencie.com: <http://www.gerencie.com/margen-de-contribucion.html>
- INEC. (2014). *Población y demografía INEC Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 23 de febrero de 2014, de www.ecuadorencifras.gob.ec:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda>
- Infocentros. (2014). *Mapa, Plano, Ubicación de la Parroquia Atahualpa*. Recuperado el 23 de febrero de 2014, de www.infocentros.gob.ec:
http://www.infocentros.gob.ec/atahualpa_staelena/comunidades.php?idn=9
- Jessicas Furniture. (2014). *Empaque de muebles*. Recuperado el 15 de junio de 2014, de www.jessicasfurniture.com: <http://www.jessicasfurniture.com/espanol/producto-empaque.html>
- Jumbo blogspot. (2014). *Punto de equilibrio*. Recuperado el 30 de junio de 2014, de lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com:
<http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-Punto-de-equilibrio.html>
- Marketing-xxi. (2014). *Análisis de la cartera producto mercado análisis portafolio o Matriz BCG*. Recuperado el 11 de julio de 2014, de www.marketing-xxi.com:
<http://www.marketing-xxi.com/analisis-de-la-cartera-producto-mercado-analisis-portfolio-o-bcg-20.htm>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *Fase de pre embarque*. Recuperado el 15 de junio de 2014, de www.proecuador.gob.ec: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/GuiaExportador.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *Producción local de muebles en Ecuador*. Recuperado el 13 de febrero de 2014, de www.proecuador.gob.ec: <http://www.proecuador.gob.ec/exportapais/como-acceder.htm>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *Proecuador*. Recuperado el 26 de julio de 2014, de www.proecuador.gob.ec:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/madera>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2014). *Preguntas frecuentes*. Recuperado el 15 de agosto de 2014, de www.exportafacil.gob.ec:
<http://www.exportafacil.gob.ec/ayuda/preguntas-frecuentes>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Guayacán*. Recuperado el 23 de abril de 2014, de www.turismo.gob.ec: <http://www.turismo.gob.ec/el-guayacan-el-arbol-que-despierta-a-la-vida/>

- Ministerio del Ambiente. (2014). *Bosques Secos - Madera Amarillo*. Recuperado el 23 de abril de 2014, de [www.ambiente.gob.ec: http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/Bosques-Secos4.pdf](http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/Bosques-Secos4.pdf)
- Miranda, Zambrano, Yaguana, Valdiviezo. (2014). *Matriz BCG de Implementación de una fábrica comercializadora de muebles ESPOL Escuela Politecnica del Litoral*. Recuperado el 11 de julio de 2014, de [www.dspace.espol.edu.ec: http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14815/1/Implementacion%20de%20una%20f%C3%A1brica%20comercializadora%20de%20muebles.pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14815/1/Implementacion%20de%20una%20f%C3%A1brica%20comercializadora%20de%20muebles.pdf)
- Mora. (2014). *Matriz BCG*. Recuperado el 11 de JULIO de 2014, de [dspace.ups.edu.ec: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4486/1/UPS-CT001918.pdf](http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4486/1/UPS-CT001918.pdf)
- Naghi, M. (2000). *Metodología de la Investigación, Namakforoosh*. México: Limusa.
- Página web distfisica.blogspot. (2014). *Cubicaje* . Recuperado el 26 de julio de 2014, de [distfisica.blogspot.com: http://distfisica.blogspot.com/](http://distfisica.blogspot.com/)
- Página web ecuador y el mundo. (2014). *Junta Parroquial Rural*. Recuperado el 07 de marzo de 2014, de [ecuadoryelmundo.wordpress.com: https://ecuadoryelmundo.wordpress.com/2013/01/24/la-estructura-de-las-juntas-parroquiales-rurales-en-el-ecuador/comment-page-1/](https://ecuadoryelmundo.wordpress.com/2013/01/24/la-estructura-de-las-juntas-parroquiales-rurales-en-el-ecuador/comment-page-1/)
- Página web ejemplo de. (2014). *Nota de pedido*. Recuperado el 15 de junio de 2014, de [www.ejemplode.com: http://www.ejemplode.com/46-contabilidad/2900-ejemplo_de_notade_pedido.html](http://www.ejemplode.com/46-contabilidad/2900-ejemplo_de_notade_pedido.html)
- Página web ferias internacionales. (2014). *Certificado de origen*. Recuperado el 26 de julio de 2014, de [ferias-internacionales.com: http://ferias-internacionales.com/blog/certificado-de-origen/](http://ferias-internacionales.com/blog/certificado-de-origen/)
- Página web materiales de embalaje. (2014). *Materiales para embalar*. Recuperado el 20 de julio de 2014, de [www.materialesdeembalaje.es: http://www.materialesdeembalaje.es](http://www.materialesdeembalaje.es)
- Página web negociosgt. (2014). *Normas de Calidad*. Recuperado el 16 de junio de 2014, de [www.negociosgt.com: http://www.negociosgt.com/main.php?id=53&show_item=1&id_area=105](http://www.negociosgt.com/main.php?id=53&show_item=1&id_area=105)
- Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. (2013). *buenvivir.gob.ec*. Recuperado el 15 de enero de 2015, de [buenvivir.gob.ec: http://www.buenvivir.gob.ec/](http://www.buenvivir.gob.ec/)
- PRO ECUADOR. (2014). *Normas de Calidad PRO ECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 16 de junio de 2014, de [www.proecuador.gob.ec: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-GCE2011-EEUU.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-GCE2011-EEUU.pdf)
- PROCOMER. (2014). *Importancia del empaque*. Recuperado el 15 de junio de 2014, de [www.procomer.com: http://www.procomer.com/contenido/descargables/clavecomercio/Capitulo_V.pdf](http://www.procomer.com/contenido/descargables/clavecomercio/Capitulo_V.pdf)

- Ramirez, R. (2014). *Matriz BCG*. Recuperado el 11 de JULIO de 2014, de catarina.udlap.mx:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/sanchez_r_da/capitulo3.pdf
- REDCAME. (2014). *Oferta exportable*. Recuperado el 20 de enero de 2014, de redcame.org.ar: <http://redcame.org.ar/comex/factores.php3>
- Rincon del Vago-Salamanca. (2014). *Índice de apalancamiento*. Recuperado el 30 de junio de 2014, de html.rincondelvago.com:
http://html.rincondelvago.com/apalancamiento-financiero_1.html
- SANDE. (2014). *Palo de vaca Universidad Nacional de Colombia*. Recuperado el 23 de abril de 2014, de www.unalmed.edu.co:
<http://www.unalmed.edu.co/~lpforest/PDF/Sande.pdf>
- Scribd Inc. (2014). *Indicadores financieros*. Recuperado el 30 de junio de 2014, de es.scribd.com: <http://es.scribd.com/doc/35564099/Formulas-Indicadores-Financieros>
- SENAE . (2013). *sice SENAE Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Recuperado el 28 de septiembre de 2013, de Aduana del Ecuador:
<http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>
- SENAE . (2014). *Registro de exportación SENAE Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Recuperado el 15 de junio de 2014, de www.aduana.gob.ec:
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- SENAE. (2014). *Manual VUE para OCEs SENAE Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Recuperado el 26 de julio de 2014, de portal.aduana.gob.ec:
<https://portal.aduana.gob.ec/>
- SENAE. (2014). *Proceso de exportación SENAE Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Recuperado el 10 de junio de 2014, de www.aduana.gob.ec:
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 SENPLADES Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Quito: Registro oficial.
- SENPLADES. (2014). *Cambio de matriz productiva SENPLADES Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Recuperado el 04 de enero de 2014, de www.planificacion.gob.ec: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Servicios Affari Group. (2014). *Tipos de contenedores*. Recuperado el 15 de junio de 2014, de www.affari.com.ar: <http://www.affari.com.ar/conttt.htm>
- SIICEX. (2014). *Empresas exportadoras de muebles de madera SIICEX Sistema Integrado de la Información de Comercio Exterior*. Recuperado el 23 de abril de 2014, de www.siicex.gob.pe:
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfi_chaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=128&pnomproducto=Mueble

- Slideshare. (2014). *Calculo de indicadores financieros*. Recuperado el 30 de junio de 2014, de [www.slideshare.net: http://www.slideshare.net/Solfin/tablas-formulas-y-conceptos-financieros](http://www.slideshare.net/Solfin/tablas-formulas-y-conceptos-financieros)
- Vega, E. (2014). *Diagnostico del sector de la madera y muebles MERCOSUR (Producción local de muebles en Ecuador)*. Recuperado el 23 de abril de 2014, de www.mercosur.int:
http://www.mercosur.int/msweb/00.../FCM/.../Diagnóstico_SM-DT.011-04
- Wikipedia. (2013). *Muebles artesanales de madera*. Recuperado el 27 de septiembre de 2013, de Wikipedia: [http://es.wikipedia.org/wiki/Muebles artesanales de madera](http://es.wikipedia.org/wiki/Muebles_artesanales_de_madera)
- Wikipedia. (2014). *Cambio de matriz productiva, Comercio internacional*. Recuperado el 04 de enero de 2014, de wikipedia:
http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_internacional
- Wikipedia. (2014). *Estadística*. Recuperado el 04 de enero de 2014, de wikipedia:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Estad%C3%ADstica>
- Wikipedia. (2014). *Finanzas*. Recuperado el 04 de enero de 2014, de wikipedia:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Finanzas>
- Wikipedia. (2014). *Índice financiero*. Recuperado el 30 de junio de 2014, de wikipedia:
http://es.wikipedia.org/wiki/Indicador_financiero
- Wikipedia. (2014). *Marketing*. Recuperado el 04 de enero de 2014, de wikipedia:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia>