

Introducción

Los artesanos textiles de Gualaceo, ven con buenos ojos la denominación de la macana como patrimonio cultural, puesto que promete mejorar el nivel de su demanda. El presente trabajo de investigación está orientado a avizorar la una nueva era en la producción artesanal, en tal virtud, la estructura del mismo está constituida por el primer capítulo que es el soporte fundamental de la investigación, ya que en el se detalla todo el diseño de la investigación, partiendo desde los antecedentes, planteamiento del problema, objetivos, hipótesis, justificación y resultados a obtener con este trabajo.

En el segundo capítulo, en cambio se trabaja en la recolección de información, aspecto que se centra en el análisis de la situación actual, análisis comparativo, interpretación de resultados y la triangulación de la información con la validación de la hipótesis.

En el tercer capítulo se plantea ya el sistema logístico para la cadena productiva artesanal textil de macanas, en donde se detalla los procesos que se deben seguir para optimizar recursos, potenciar la producción e incrementar las ventas. En esta parte se da a conocer dentro de sus estrategias, la capacitación del sector en temas tributarios, con la finalidad de crear una cultura emprendedora y motivar a importar directamente su materia prima y a su vez, buscar mercados para exportar sus productos.

Finalmente se lista un conjunto de conclusiones y recomendaciones sustentadas en la investigación, dejando una puerta abierta para futuras investigaciones que permitirán dotar de soluciones al cantón Gualaceo, cuyo desarrollo comercial está en auge. Por tanto, la investigación realizada lo que pretende es dar solución a problemas que se contemplan como prioridad dentro del Plan Nacional de Buen Vivir, como lo reflejan los objetivos 4, 5 y 10, que hablan principalmente sobre el rescate de la cultura, potencializar y fortalecer de las personas, así como orientar hacia el cambio de la matriz productiva.

1. Diseño de la investigación

1.1 Antecedentes de la investigación

Desde los inicios de la humanidad se ha producido el intercambio de bienes y servicios entre países para solventar necesidades mutuas, ya sea por características propias, cultura o recursos naturales se producen determinados bienes que sirven no solo para abastecer a su población, sino que generan remanentes o excedentes destinados a satisfacer las necesidades de consumidores externos, dando así origen a lo que se conoce como el intercambio comercial, el mismo que genera desarrollo económico de pueblos, regiones y naciones.

Este desarrollo económico se refleja en varias aristas que administran y gestionan recursos como: el medio ambiente, tecnológico, cultural y social; así como la efectividad con que cada nación administra los mismos. Es aquí donde se abre una puerta hacia el campo de los recursos culturales, y dentro de esto la producción artesanal de los pueblos que forman parte del patrimonio de cada uno de los países de mundo.

La República del Ecuador es un territorio único en el mundo por atractivos como su clima, la arquitectura de sus ciudades, su historia y a nivel económico por su gran variedad de materias primas naturales. En cada región es posible hallar fibras animales y/o vegetales características, siendo la lana, la fibra natural de uso más extensivo en el país. Los vocablos “artesanal” y “teñido con colorantes naturales” se asocian inmediatamente a procesos manuales y únicos, cotizados a nivel mundial hoy en día por representar verdaderas obras de arte. Por otra parte, los productos textiles artesanales poseen gran valor cultural, que a través de su bagaje de técnicas de producción, diseños únicos, acabados de

gran calidad y coloridos, identifican acertadamente a nuestro país y le dan el valor agregado a cada rincón del Ecuador.

Dentro de este sector productivo nacional, se generan necesidades propias de producción y comercialización a nivel local, regional y nacional; puesto que dichos procesos se los ha venido realizando de una manera artesanal, a través de una manufactura rudimentaria, asociándose entre familiares para poder realizar dichos procesos, culminado en pequeños emprendimientos, donde la administración y la comercialización generalmente es unipersonal o se encuentra vinculada a un número muy reducido de personas (generalmente no más de 10).

Para lograr un buen funcionamiento de estas empresas familiares, a través de la consecución de los objetivos y metas planteados, es importante considerar aspectos relevantes como: empoderamiento de la empresa como tal y contar con una planificación definida de trabajo para cada una de las etapas de producción, incorporando conceptos de logística a sus procesos.

La Logística como bien se conoce, comprende desde el suministro de materiales hasta la distribución del producto terminado, es una guía que ayuda a la empresa a planear la producción, haciendo un presupuesto de compras, llevando controles de inventarios tanto de materia prima y materiales como de producto terminado, de tal forma que siempre se cuente con un nivel en el cual se puedan satisfacer las necesidades del cliente. Ballou (2004) afirma que: “La novedad de este campo estriba en el concepto de dirección coordinada de las actividades relacionadas, en vez de la práctica histórica de manejarlas de manera separada, además del concepto de que la logística añade valor a los productos o servicios esenciales para la satisfacción del cliente y para las ventas” (p.3). Cuando se brinda un valor agregado a un producto cualquiera, éste adquiere cualidades que lo posicionan en el mercado de mejor manera.

Los artesanos del Cantón Gualaceo, provincia del Azuay, son reconocidos a nivel nacional, por sus macanas, chales, entre otras artesanías, que reflejan arte, colorido y elegancia a quienes visten dichas prendas. Sin

embargo, debido a que todos ellos no cuentan con formación profesional, peor aún con estudios de artesano, ocasiona que no cuenten con una organización definida, es decir, la forma de llevar sus pequeños negocios lo hacen de manera empírica y si alguno de los artesanos han recibido capacitación, esta no ha germinado de manera satisfactoria en el sector, ya que sus procesos los realizan de acuerdo a cada criterio de los artesanos, sus precios los hacen en base a su competencia y generalmente esta competencia es desleal, ya que “*quiebran*” el precio, en otras palabras, lo a montos irrisorios que no cubren ni los costos de fabricación; dañando el mercado, tanto para la lograr un posicionamiento en el mercado local y buscar consolidar sus procesos de producción con estándares de calidad y precios competitivos con fines de exportación.

1.2 Diseño de la investigación

1.2.1 Problema de investigación.

La industria textil ecuatoriana tiene sus inicios en la época de la colonia, cuando nuestros indios utilizaban la lana de oveja y unos telares denominados obrajes para fabricar tejidos que emplearían como vestimenta, fundamentalmente.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron estuvieron dedicadas al procesamiento de la lana; hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas

a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas, como lo evidencias manuscritos y vestigios del Museo del Banco Central del Ecuador, sede Cuenca.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

Destacando un aspecto que da relevancia a la presente investigación, se mencionará que el sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente. Al realizar la base de datos de los artesanos textiles de Gualaceo, le determinó que son 25 personas entre hombres y mujeres que se encuentran dedicados a este sector.

1.2.1.1 Planteamiento de la situación problemática.

Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de fibras como el algodón, hilo, poliéster, nylon, lana y seda. A pesar de que somos mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años la empresa ecuatoriana ha ido ganado un espacio dentro de este mercado, convirtiéndose en una de las actividades más importantes, lo que genera plazas de trabajo a más de 46,240 artesanos del país (AITE, 2015). En este escenario ubicamos a los

artesanos del cantón Gualaceo, que tienen como medio de subsistencia la producción y venta de prendas de vestir artesanales, cuyos procesos de producción carecen de una logística adecuada que permita administrar eficientemente su cadena de suministros.

1.2.1.2 Formulación del problema de investigación

¿Qué está incidiendo en la producción del sector textil artesanal del cantón Gualaceo – provincia del Azuay, para que no se apliquen estrategias que potencialicen su cadena productiva y así puedan posicionarse en el mercado con miras hacia la exportación?

1.2.1.3 Sistematización del problema de investigación

¿Qué factores están influyendo en los artesanos textiles gualaceños para que exista un bajo nivel de producción?

¿Por qué existe escasa mano de obra calificada para elaborar textiles artesanales en el cantón Gualaceo?

¿Qué factores están ocasionando la mala administración de compras para los procesos de producción?

¿Qué elementos están influenciando para que exista una carente gestión de clientes a nivel local, regional y nacional?

¿Por qué los artesanos textiles gualaceños desconocen los estándares internacionales textiles?

¿Qué está generando el desinterés por conocer los procesos de exportación?

¿Cuáles son las causas que generan el incumplimiento de la ejecución de los programas de promoción turística-artesanal?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

“Proponer una estrategia para potenciar la cadena productiva del sector textil de las Mipymes del cantón Gualaceo, provincia del Azuay con la finalidad de incrementar su exportación”

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar los factores que están influyendo en los artesanos textiles gualaceños para que exista un bajo nivel de producción.
- Establecer los factores que inciden para que exista escasa mano de obra calificada que elabore los textiles artesanales en el cantón Gualaceo.
- Determinar los factores que están ocasionando la mala administración de compras para los procesos de producción.
- Precisar los elementos que están influenciando para que exista una carente gestión de clientes a nivel local, regional y nacional.
- Determinar las causas que generan el desinterés por conocer los procesos de exportación.

1.4 Justificación de la investigación

La cadena de suministro dentro del ámbito de la internacionalización de una empresa o producto, integra áreas funcionales tanto internas como externas, estas pueden ser clientes, proveedores o incluso los proveedores de proveedores.

Actualmente, en América Latina el uso adecuado de la logística en el área productiva y comercial ha permitido mejorar los ingresos y apalancar de mejor manera las utilidades, por lo que implementarla en cada uno de sus sistemas de producción representa a corto plazo: retrasos, resistencia al cambio, entre otros. Pero a largo plazo, representa que el producto se encuentre en la cantidad solicitada, en el lugar demandado, con un tiempo definido y al mínimo costo. El Ecuador no es la excepción, por lo que se encuentra en una etapa de transición: de hacer bien las cosas a optimizar los recursos a través de la logística aplicada a los negocios.

Pero estos conceptos quedan guardados en las grandes, medianas y tal vez pequeñas industrias, dejando de lado al sector artesanal, ya que por ser productores de cantidades pequeñas, estos no tienen claros los conceptos de logística aplicada a la cadena productiva, originando como consecuencia el bajo nivel de producción; lo que ocasiona el desempleo y estancamiento económico.

El realizar un estudio de la cadena productiva artesanal textil de macanas en el cantón Gualaceo, provincia del Azuay, permitirá determinar mecanismos que mejoren los canales de producción, distribución y ventas; con visión a renovar el sector productivo y motivar su producción con miras a exportar.

1.4.1 Formulación de la Hipótesis y variables

1.4.1.1 Hipótesis general

“Si se analiza la gestión logística de la cadena productiva del sector textil de la Mipymes del cantón Gualeceo, entonces se podrá desarrollar una estrategia para potenciar la cadena productiva e incrementar la exportación en este sector”

1.4.1.2 Hipótesis particulares.

- Si se conoce los factores que influyen en los artesanos textiles gualaceños, entonces se determina cuando existe bajo nivel de producción.
- Si se analiza que factores inciden en la mano de obra que elaboran los textiles artesanales en el Ecuador, entonces se conoce el nivel de producción.
- Si se identifica que está afectando en la administración de compras para los procesos de producción, entonces se establece el nivel de producción y salida de inventarios.
- Si se reconocen los elementos que están influenciando para que exista una carente gestión de clientes a nivel local, regional y nacional, entonces se establece estrategias de ventas
- Si se identifica las causas que generan el desinterés por conocer los procesos de exportación, entonces se estructuran planes de mejora para su incentivo.

1.4.1.3 Variables

En la presente investigación se trabajará con variables de tipo cualitativo y cuantitativo.

- La variable independiente será (V.I.): Gestión logística de la cadena productiva.
- La variable dependiente será (V.D.): Estrategia para incrementar la exportación en el sector textil.

1.4.1.3.1 Operacionalización de las Variables

Tabla 1-1: Operacionalización de la variable general

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES
Si se analiza la gestión logística de la cadena productiva del sector textil de la Mipymes del cantón Gualececo, entonces se podrá desarrollar una estrategia para potenciar la cadena productiva e incrementar la exportación en este sector	Gestión logística de la cadena productiva	Estrategia para incrementar la exportación en el sector textil.	Porcentaje de compras Porcentaje de ventas Porcentaje de inventarios

Fuente: Aura Guerrero

Tabla 1-2: Operacionalización de las variables específicas

HIPOTESIS PARTICULAR	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES
<p>· Si se conoce los factores que influyen en los artesanos textiles gualaceños, entonces se determina cuando existe bajo nivel de producción.</p>	Factores que influyen en los artesanos textiles	Bajo nivel de producción	Porcentaje de ventas
<p>· Si se analiza que factores inciden en la mano de obra que elaboran los textiles artesanales en el Ecuador, entonces se conoce el nivel de producción.</p>	Factores que inciden en la mano de obra	Nivel de producción	Nivel de ingresos
<p>· Si se identifica que está afectando en la administración de compras para los procesos de producción, entonces se establece el nivel de producción y salida de inventarios.</p>	Procesos de producción	Salida de inventarios	Número de procesos que realiza Nombre de los procesos
<p>· Si se reconocen los elementos que están influenciando para que exista una carente gestión de clientes a nivel local, regional y nacional, entonces se establece estrategias de ventas</p>	Elementos de la gestión de clientes	estrategia de ventas	Calidad Precio
<p>· Si se identifica las causas que generan el desinterés por conocer los procesos de exportación, entonces se estructuran planes de mejora para su incentivo.</p>	Procesos de exportación	planes de mejora - incentivos	Conocimiento de procesos de exportación

Fuente: Aura Guerrero

1.4.2 Aspectos metodológicos de la Investigación

Para el desarrollo asertivo del presente proceso de investigación, se debe identificar con claridad todos aquellos aspectos que permitirán fortalecer el resultado del mismo, a través del análisis de los instrumentos de recolección de información, basada en una metodología que coadyuven a demostrar científicamente las hipótesis planteadas en este trabajo.

1.4.2.1 Tipo de diseño, estudio y enfoque de la investigación

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó la investigación acción participativa, misma que permitió trabajar con todos los miembros de la población de estudio; realizar el trabajo de campo con todos los involucrados, permite interpretar de mejor manera la información recopilada y a la vez, establecer soluciones a situaciones, problemas o necesidades en un momento determinado, relacionando las variables que interactúan. Los trabajos de investigación bajo este tipo son trabajados en un ambiente natural; en donde interactúan personas, grupos y organizaciones científicas, las cuales son la fuente de datos que se pretende analizar; generando aportes significativos al conocimiento, de ser el caso.

1.4.2.2 Método de investigación

El desarrollo efectivo de esta investigación, estará determinado por el uso y fusión de investigaciones tale como:

INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA < strong >: este tipo de investigación permitirá dar una visión general de tipo general, respecto a la realidad de la cadena productiva artesanal macanas.

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA: su propósito es describir la situación actual que se vive en el cantón Gualaceo, directamente en los artesanos de

macanas. Es, decir cómo es y cómo se manifiesta la gestión de la cadena productiva artesanal de macanas; buscando especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, para medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar.

INVESTIGACIÓN EXPLICATIVA: a través de esta investigación se podrá interpretar la realidad a través de un conjunto organizado de argumentaciones debidamente sustentadas para generar un lenguaje claro y explícito de lo que se pretende investigar.

INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL: empleando la triangulación de información y su correcta relación entre variables, pondremos de manifiesto este tipo de investigación.

1.4.2.3 Fuentes y técnicas para la recolección de información

Para el desarrollo de la presente investigación, es necesario apreciar varios puntos de vista, los cuales permitirán validar de mejor manera información que se maneje, permitiendo así un mayor bagaje de casos de estudio de los diferentes actores que intervienen en la misma. Por tanto la *triangulación de datos* (Hernández Sampieri, Carlos, & Pilar, 2010, pág. 439) es fundamental al momento de probar las hipótesis planteadas, dichas fuentes se irán robusteciendo a medida que la investigación avance, considerando por tanto a dos grupos como son los medios impresos y los medios electrónicos (Reza Becerril, 1997, pág. 263), como sustento teórico y actual de la temática abordada en este trabajo.

Otra parte neurálgica dentro de la investigación es la recolección de datos, dicha actividad debe permitir triangular la hipótesis con las fuentes primarias y la información registrada, por tanto, se ha seleccionado como técnica a la encuesta, ya que se caracteriza por recolectar información sea verbal o escrita a través de un cuestionario estructurado, empleando una muestra de la población (Alvira Martín, 2011, pág. 6); considerando que esta actividad es parte fundamental de la investigación, se debe validar el instrumento, con el fin de identificar los factores que afectan la validez y la confiabilidad de la información (Bernal, 2009), como la improvisación, documentos aplicados en el extranjero que no se ajustan a la realidad de la población e idoneidad del documento para la aplicación a un determinado sector.

1.4.2.4 Población y Muestra

1.4.2.4.1 Población

La población que se estima a emplearse en las encuestas a realizarse en la investigación, serán:

- Los artesanos textiles de Gualaceo, que hacen un total de 25.
- Clientes: 50, los cuales fueron elegidos al azar.

1.4.2.4.2 *Muestra*

Para poder realizar inferencias sustentables y valederas se trabajará con el cien por ciento de la población de artesanos. Y una parte de los clientes que visitan a los artesanos.

1.4.2.4.3 *Características de la muestra*

La investigadora cree pertinente el manejo de la muestra propuesta para tener datos lo más reales posibles.

1.5 Resultados e impactos esperados

Con los resultados que se obtengan, se espera que la investigación contribuya al conocimiento sobre el problema investigado, identificando los inconvenientes que suceden durante el flujo entre los eslabones de la cadena productiva artesanal de macanas, permitirá plantear una propuesta de un sistema para gestionar y potenciar las exportaciones del sector.

Para establecer con claridad los resultados esperados, se listará en detalle las metas que se obtendrán luego del análisis de las preguntas que se realizaron a los diferentes sectores.

Artesanos:

- Conocer el porcentaje de miembros de la asociación que tiene una visión clara de la fortaleza que se tiene de aunar esfuerzos en busca del bien común.
- Conocer el porcentaje de los miembros de la asociación que sabe cuáles son los puntos frágiles de la asociación.

- Conocer el número de personas con que cuenta la producción y que aportan horas laborales para la realización de los trabajos.
- Conocer cuál es el hecho determinante para la toma de decisión de las compras de materia prima.
- Conocer la transparencia con que se efectúa la adquisición de materia prima.
- Conocer en qué procedimiento se basan para hacer la planificación de producción.
- Conocer según cada uno de los encuestados, la frecuencia con que se elaboran los planes de producción.
- Conocer si los miembros de la asociación piden cotización a varios proveedores antes de hacer un pedido de materia prima y materiales.
- Conocer el porcentaje de los miembros de la asociación que saben qué condiciones de pago tienen con los proveedores.
- Conocer cómo está distribuido el espacio en las bodegas de almacenaje.
- Conocer si los artesanos llevan un control del inventario tanto de materia prima y materiales como de producto terminado.
- Conocer el porcentaje de los miembros de la asociación que sabe con qué frecuencia se realiza este control de inventarios.
- Conocer cuáles son los principales canales de distribución que utilizan para comercializar sus productos.
- Conocer el porcentaje de los miembros de la asociación que sabe cómo se establecen los precios de sus productos.
- Conocer el medio por el cual los artesanos trasladan los productos a los clientes.

Cientes:

- Conocer qué canal de distribución está al alcance de los artesanos gualaceños en el presente para tener opciones en el futuro.

- Tener una idea de la estabilidad del cliente para poder contar con él en contratos futuros.
- Conocer el aporte económico del cliente para los artesanos gualaceños.
- Conocer lo que más le gusta al cliente del servicio que le ofrece los artesanos gualaceños.
- Conocer las necesidades de compra del cliente para hacer una planificación realista.
- Conocer las debilidades o fortalezas de los artesanos gualaceños en cuanto al servicio que se le ofrece al cliente.
- Conocer el potencial del cliente en cuanto a su estabilidad y lealtad.
- Conocer si el cliente compra a los artesanos por el precio de sus productos y al mismo tiempo tener una idea de los precios de la competencia.
- Conocer qué procedimiento le gusta más al cliente en relación a la compra de los productos de la asociación.
- Conocer más sobre el potencial de los productos de la asociación para una futura ampliación del mercado.
- Tener información específica de lo que el cliente espera del servicio de la asociación

1.5.1 Validación de hipótesis

La hipótesis general planteada en la presente investigación se da por aceptada, ya que al analizar la gestión logística de la cadena productiva del sector textil del cantón Gualeceo, a través de las preguntas realizadas a los artesanos (4, 5 y 10), dieron como resultado que en su mayoría no lleva un proceso para realizar sus compras, menos una supervisión de la mismas, tampoco poseen planes de producción , ni mucho menos una gestión de su inventario ni de la distribución de sus artesanías, concluyendo que es relevante proponer un sistema de gestión

logístico que permita administrar eficientemente su cadena productiva para por incrementar la producción y así avizorar un futuro en la exportación de sector.

Para validar de igual manera las hipótesis específicas, destallamos a continuación cada una:

Para determinar los factores que influyen en los artesanos textiles gualaceños, se puedo observar que el 56% de los artesanos elaboran planes de producción. En la primera pregunta dirigida a los artesanos, ellos manifiestan en un 48% que no tienen acceso a capacitaciones ni asesorías, por no estar debidamente organizados bajo una asociación o mancomunidad.

En la pregunta dos de la misma encuesta manifiestan el 60% que por falta de trabajo en equipo, no pueden cubrir cuotas de producción para venderlos a mercados más grandes.

En la pregunta cuatro dirigida a los artesanos, manifiesta el 60% que su producción la realizan en base a los pedidos de los clientes. En este mismo sentido la pregunta cinco destaca que los artesanos realizan el seguimiento y control de las compras de materia prima en un 100%. En la pregunta seis, los artesanos se encuentran divididos equitativamente al momento de manifestar que tienen planes de producción, dando como resultado una producción a la deriva, puesto que no existe tendencia al momento de generar un histórico de producción.

Con la información recolectada, se puede concluir que efectivamente factores como capacitación, trabajo en equipo, precio, calidad, servicio y competitividad, influyen de manera directa en su producción y que de no manejar dichos factores de manera adecuada, determinan su nivel de producción.

En la segunda hipótesis, se plantea que: si se analizan los factores que inciden en la mano de obra que elaboran los textiles artesanales en el Ecuador, entonces se conoce el nivel de producción; para lo cual recurrimos a la encuesta realizada a los artesanos, en donde manifiestan en la pregunta tres que el personal que laboran

dentro de los talleres no excede de cuatro, así lo confirma el 78% de los encuestados.

En la pregunta siete dirigida a los artesanos, estos responden que la periodicidad con que se capacitan es del 7%, cada trimestre, el 64%, manifestaron que lo hacen semestralmente pues ellos toman en cuenta los periodos en donde no existe mucho trabajo. Finalmente el 29% se capacita anualmente, por la necesidad de ir perfeccionando sus técnicas.

Bajo este marco, se puede concluir que la mano de obra artesanal calificada es reducida, ya que los y las jóvenes no se interesan por este tipo de oficio, pues como manifiestan es muy sacrificado y de baja rentabilidad.

En la tercera hipótesis, se plantea: si se identifica que está afectando en la administración de compras para los procesos de producción, entonces se establece el nivel de producción y salida de inventarios; con este enfoque se procedió a preguntar a los artesanos si solicitan cotizaciones a sus proveedores, respondiendo el 16% que si piden cotización a otros proveedores antes de hacer un pedido, lo hacen para estar monitoreando si el precio del proveedor actual es el mejor. El 84%, expusieron que no se pedían cotizaciones a otros proveedores, pues con la experiencia que se tiene en cuanto a saber los precios y lo informados que se mantienen tanto de los precios en plaza como de los precios de la ciudad, es bien conocido en todo el pueblo quién es el proveedor que les da el mejor precio.

Así mismo se preguntó bajo qué condiciones de pago adquieren sus productos, observando: el 24% manifestaron que hacen el pago únicamente en efectivo, ya que aunque les dieran crédito, no tienen la seguridad que van a tener el tiempo suficiente para producir, vender y recaudar el dinero; así que llegaron a la conclusión que era mejor tener el dinero en efectivo para pagar a los proveedores. El 56% en cambio opina que es mejor comprar a crédito de treinta días, así podrán recapitalizarse para volver a invertir. El 20% restante en cambio opina que si se saca a crédito, es mejor liquidarlo a corto plazo, es decir a los quince días.

En cuanto a la distribución de bodegas, se conoció que el 48%, lo hacen de acuerdo a las diferentes clases de productos que elaboran, es decir, en un lado están las macanas, existe otro espacio para los chales, bufandas y otros. El 28% menciona que la bodega la organiza de acuerdo a la materia prima a utilizar. Finalmente, los artesanos que no organizan su bodega está representado por el 24%. En este mismo sentido, se preguntó si llevan control del inventario, a lo que respondieron el 100% que si lo hacen. El tiempo que tardan en hacer dicho control está representado por: el 8% de la población, que lo lleva a cabo semanalmente pues normalmente los lunes determinan lo que se ha terminado para adicionarlo a los planes de producción que ya tienen; el 28% lo realiza quincenalmente; el 60%, expusieron que el control se hace cada mes sobre todo en época de poco movimiento y que las ventas disminuyen; el 4%, manifestó que el control de inventarios se hace semestralmente.

También se conoció que los canales de distribución son directos, ya que sus ventas la realizan a los turistas directamente en un 68%, el 16%, expuso que su canal de distribución son los minoristas, refiriéndose a los que llegan de los pueblos cercanos a comprar directamente donde tienen su bodega. El 8% lo hacen a distribuidores, que es el mismo porcentaje asignado a la venta a mayoristas. En este mismo sentido se preguntó sobre quiénes trasladan sus artesanías, obteniendo que el 20%, son llevados a los clientes por medios propios, normalmente usan el transporte público. No usan alquiler de transporte; el 56%, manifestó que el cliente los viene a traer, refiriéndose sobre todo cuando se trata de un pedido. El 24% restante no respondió.

Con todo lo expuesto, se puede concluir que el nivel de producción depende en gran medida de sus procesos de compra y manejo de inventarios.

La cuarta hipótesis manifiesta: si se reconocen los elementos que están influenciando para que exista una carente gestión de clientes a nivel local, regional y nacional, entonces se establece estrategias de ventas, para lo cual se preguntó a los clientes cómo se consideran respecto a un tipo, contestando el 100% que son

minoristas (aquí se clasifican también los turista, ya que no compran en volumen, sino en gusto y preferencia), es decir que venden al detalle los productos que adquieren de los artesanos gualaceños. No hay mayoristas ni distribuidores en el periodo de investigación de campo, el cual fue durante dos semanas seguidas

Se conoció también que el tiempo de comprar a estos artesanos es el 70% tienen más de cinco años de hacer negocios con los artesanos gualaceños. El 20% de los encuestados, les han comprado desde menos de un año; el 10% restante tiene de 1 a 5 años de adquirir productos.

La frecuencia de compra es del 90%, adquieren productos de los artesanos gualaceños de una a tres veces al año y lo hacen en temporadas de gran demanda en el mercado. El 10% de los clientes dicen que lo hacen mensualmente.

En la pregunta cuatro dirigida a los clientes, estos señalan que su preferencia de compra se da en un 80% por el precio, por el servicio que brindan y por la calidad en un 80%, respectivamente. Por la variedad y calidad de sus productos en un 100%.

En la pregunta cinco de este mismo cuestionario, en cambio dicen el 100% que se conforman con la producción artesanal, y de ello desprende su calidad y precio, sugiriendo que el sector podría ser más competitivo si tuviera mejores controles en sus costos.

Se determina también que el servicio brindado por los artesanos es del 52% regular y manifestaron que una de las razones de esto se debe a que sus miembros no están dispuestos a negociar precios cuando les compran en grandes cantidades. El 40% considera que recibe un buen servicio por parte de los artesanos. Y solo el 8% opina que es malo el servicio.

En cuanto a seguir un plan de compras de las artesanías, el 100% de los clientes contestaron que no tienen, pero se determinó también que estos son sus únicos proveedores de artesanías.

Los clientes encuestados determinaron que los precios en general son considerados en un 60% como bajos y el 40% los considera altos. Destacando así mismo que no su proceso de compras es ir directamente a los artesanos en un 100%.

Los clientes que compran para darlos como regalo o recuerdo contesta que el 70% no comercializa las artesanías; un 30% restante exporta dichos productos a algunas ciudades de Estados Unidos y Canadá.

Esta información registrada en la encuesta a los clientes, nos permite concluir que la gestión de clientes debe ser influenciada directamente por estrategias de venta.

En la quinta hipótesis, se dice: si se identifica las causas que generan el desinterés por conocer los procesos de exportación, entonces se estructuran planes de mejora para su incentivo, para lo cual se preguntó a los artesanos sobre el proceso para establecer sus precios, de donde se conoció que el 80% lo hace en base a los precios de la competencia, el 20%, expuso que el precio de sus productos se establece en base a la demanda existente. Al ser un porcentaje mayoritario el que impone los precios en el mercado, los ingresos son muy limitados y consecuentemente la población en general de Gualaceo tiene desinterés en producir esta artesanía y por ende en querer dedicarse de lleno a esta actividad, por lo que su empeño en conocer los procesos de exportación es muy escaso.

1.6 Marco de referencia de la investigación

1.6.1 Marco teórico

1.6.1.1 Sistema

Con la finalidad de tener una idea general de lo que es un sistema, se citará a dos conceptos representativos para inferir uno propio:

- “Es un conjunto de partes interrelacionadas e interdependientes, dispuestas de modo que producen un todo unificado” (COULTER & ROBBINS, 2000).
- “Es un conjunto de principios y teorías de una doctrina, coordinados y enlazados entre sí de modo que forman un todo coherente. Cualquier ciencia tiene que fundamentarse en un sistema. En ellos se establecen principios, reglas y todo aquello que dirige la materia que se investiga”. (CASANOVAS & CUATRECASAS, 2003)

Bajo estas dos definiciones, se puede concluir que un sistema es el conjunto interrelacionado e independiente de elementos, que se basan en principios, reglas, normas y procedimientos que rigen su funcionamiento.

1.6.1.1.1 Clases y características de un Sistemas:

Según (COULTER & ROBBINS, 2000), existen dos clases de sistemas: los cerrados que no reciben influencia de su ambiente, ni tampoco interactúan con él; y los abiertos que interactúan dinámicamente en su ambiente.

Así mismo, COULTER & ROBBINS hablan sobre las **características de un sistema**, destacando que debe ser oportuno, coordinado, fluido y responsable en la ejecución de las actividades bajo su control. Además, debe existir control a cada unidad independiente, flexibilidad en los cambios que se realicen en la marcha, interrelación e interdependencia entre los objetivos que se perciben, debe también existir regulación para que los objetivos (las metas) del sistema finalmente se realicen.

1.6.1.1.2 Principios de un Sistemas

Los principios que regentan a un sistema los podemos condensar

en:

- Primero es el todo y luego son sus partes.
- Las partes forman un todo indisoluble.
- Es prioritario el papel que desempeñan las partes, porque en base a este se obtienen los resultados del todo.
- La conducta regula el desempeño de sus partes, de acuerdo a la naturaleza y función del todo.
- La totalidad inicia a partir de sus partes, así como sus relaciones, deberán interactuar a partir del todo.

1.6.1.2 Logística

Se puede definir a la logística como: la encargará del diseño y la gestión del flujo de información y de materiales entre los clientes y concluye en los proveedores (distribución, fabricación, aprovisionamiento, almacenaje y transporte), cuyo principal objetivo es del disponer del material adecuado, en el lugar adecuado, en la cantidad adecuada, y en el momento oportuno, al mínimo costo posible y según la calidad y servicio predefinidos dentro de las políticas internas de la empresa.

En los últimos años, la función clave de la logística integral se está incorporando rápidamente en las empresas, considerada como una coordinación y un enlace entre:



Gráfica 1.1: Aspectos claves de la cadena de suministros

Fuente: (CASANOVAS & CUATRECASAS, 2003)

1.6.1.2.1 Elementos importantes en el diseño un Sistema de Logística

Para desarrollar un sistema que permita ser de fácil implementación en el sector artesanal, se debe considerar la necesidad de alcanzar la visión del sistema logístico. En tal sentido, la presente investigación se centra en el canal de flujo de materiales, productos y servicios.

Es fundamental que el plan logístico de la empresa, tenga por finalidad el establecimiento de una planificación estratégica de la producción, sus canales de suministros y su distribución, ocupándose así de diseñar, coordinar y gestionar aspectos como: política general de la cadena logística; nivel de servicio al cliente; previsión de ventas; gestión de pedidos, facturación, canal de distribución e inventarios; transporte; maquinaria y mano de obra, almacenamiento y control de los materiales; necesidad de compras y aprovisionamiento; relación con proveedores y finalmente el control de calidad de suministro a lo largo de la cadena logística.

Para la formulación del sistema logístico que se pretende implementar,

se considerarán aspectos importantes como:



Balance de los costos de toda la cadena (materiales, producción, transporte, almacenamiento, etc.).



Estandarización y modularidad de los productos, con la finalidad de conseguir bagaje de productos en el mercado.



El proceso de producción adaptado al diseño del producto, considerando aspectos fundamentales como: grado de fiabilidad y flexibilidad de los sistemas de producción; tamaño de los lotes, tipos de maquinaria, etc.



Enfocar la producción con objeto de aumentar flexibilidad, calidad y servicio, reducir los costos.



Diseñar el proceso gestión de proveedores.

Gráfica 1.2: Aspectos de un sistema logístico

Con la finalidad de lograr un sistema compacto, se debe contemplar al mismo en su totalidad, evaluando sus operaciones y sus distintas fases de producción, sin olvidar las previsiones futuras y los diagramas de flujo a los que dará lugar.

En cuanto al transporte y almacenamiento, dependerá de factores como; lugar de procedencia de la materia prima y puntos de ubicación de los artesanos y sus oficiales. También pueden comprender actividades como entrada del material, su descarga y recepción, el control de las mercancías y su embalaje (si lo requiere) para el almacenamiento, el traslado de los elementos a la zona de distribución con el fin de preparar las entregas y el control de su salida requeridos por las expediciones, y su forma de transporte.

1.6.1.3 Importancia de la Logística

La logística permite asegurar las funciones de aprovisionamiento, producción, almacenamiento y distribución. Contribuye además a la mejora de los costos y a la reducción de los presupuestos de gastos. El embalaje de los productos es decisivo para su distribución y pueden incidir seriamente en el costo de la misma.

1.6.1.4 Cadena de Suministros

La cadena de suministros es la red que conectan entre sí a los proveedores de materiales y servicios, que abarcan la transformación de materias primas en productos y servicios y la entrega de éstos a los clientes en el mercado o a su vez al cliente que está representado como una empresa, siendo la parte fundamental de la misma, la provisión de información necesaria para planear y administrar la cadena de suministro.

El flujo de materiales determina los niveles de inventario. El ingreso de materiales de los proveedores determina el flujo de materiales de llegada. El rendimiento del sistema de marketing, producción y distribución de la empresa determina el flujo de salida de productos. Que para el caso de los artesanos, este sistema está involucrado de manera directa con las gestiones de promoción turística que llevan a cabo los GAD.

La administración del flujo de materiales es decisiva, por tanto se debe buscar alternativas que permitan contar con la materia prima necesaria, una opción pueden ser acuerdos con los proveedores de primer nivel, a fin de hacer que asuman la responsabilidad por el rendimiento de sus respectivos suministros. Logrando una responsabilidad compartida en el desarrollo efectivo de esta actividad.

1.6.1.5 Planificación Logística de materiales

Es apropiado para una planificación certera, realizar diferentes escenarios provisorios estadísticos que permitan determinar el nivel óptimo de existencias y también el de la cantidad adecuada de productos que es necesario obtener en una serie de producción, en función directa de sus salidas.

Para esta planificación se deben considerar los sistemas:

- a. Punto de renovación de existencias, que se aplica procediendo a reponer los productos cuando éstos adquieren un nivel inferior al denominado (PRE)
- b. Renovación a intervalos fijos, que no es más que determinar el período predeterminado entre pedidos, verificando los niveles de stock existentes.

Para que los dos enfoques anteriores tengan un resultado adecuado, se puede citar el concepto de dimensiones óptimas del pedido o lote económico (LEP); el cual permite encontrar la cantidad adecuada que se necesita renovar y constituir el inventario, basado en minimizar la suma del costo de mantenimiento del stock con el establecimiento del pedido. Trabajando de esta manera, se podrá mantener un nivel de stocks eficiente durante todo el tiempo.

1.6.1.6 Implicaciones Logísticas de la filosofía Justo a Tiempo

El objetivo de la gestión Justo a Tiempo es que, con un costo razonable, se cubran las necesidades específicas que la demanda exige, cumpliendo las exigencias de tiempo que aquella imponga.

Su primer rol protagónico de logísticas surge de la necesidad de una planificación detallada para el funcionamiento sincronizado de la cadena en su totalidad, en donde se consideren aspectos que incluyan la demanda e

identifique retrasos en sus requerimientos, lo que se consigue con una relación bidireccional entre el suministrador y el cliente. Al no existir la planificación, se produce una inestabilidad en la programación de producción, lo cual provoca serias alteraciones y cambios de planes frecuentemente, elevando costos, dejando a la deriva la producción, simultáneamente.

Lo segundo sería la relevancia del control del flujo de entrada de materiales, que permite evitar la acumulación superflua de éstos en bodega; para evitarlo se debe trabajar en la gestión de reagrupamiento de entregas y secuenciado de la distribución de los productos.

La logística Justo a Tiempo se puede aplicar fácilmente cuando a los requisitos de una diversa gama de materiales se les añade un elevado valor alto de los mismos.

1.6.1.7 Almacenamiento

Esta parte de la cadena es un eje articulador del éxito de la misma; se lo define como el proceso que inicia con la recepción de los materiales a las bodegas, acomodo, almacenaje, ubicación y despacho de la materia prima, insumos y productos, de tal manera que su ubicación sea rápida.

1.6.1.7.1 Tipos de Almacenes

Existen dos tipos de almacenes:

- a. de distribución: en donde se almacenan y venden los artículos, los productos y las mercaderías puestas a disposición del consumidor.
- b. de depósito: son los lugares ideados y equipados para el alojamiento de los productos colocados en depósito por acuerdo de ambas partes, el depositario y el depositante.

1.6.1.7.2 Diseño del Almacén

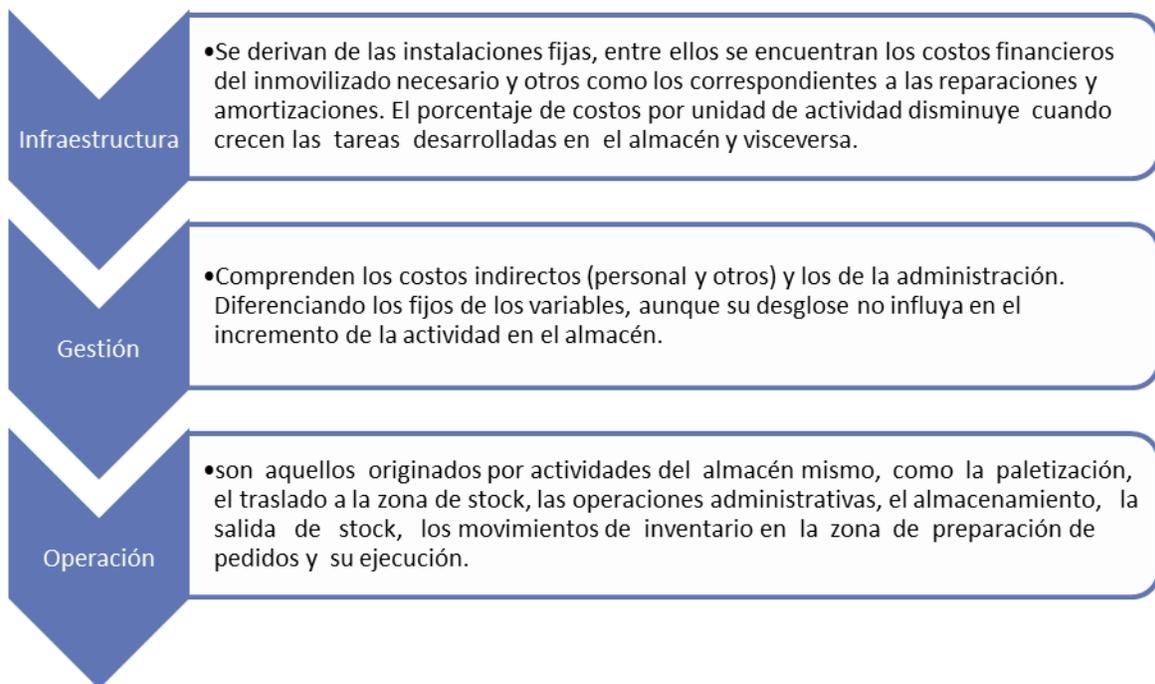
Las características estructurales del lugar deben permitir salvaguardar la calidad de lo almacenado, enfocándose además en otros aspectos importantes como: forma y a las dimensiones, es decir, la longitud, la anchura y la altura; se ha de tener en cuenta que una vez establecido esto, considerando todas las posibles alternativas de modificación que se presenten en a futuro. Así también se debe considerar el volumen de los inventarios, actuales y previstos, que vayan a almacenarse, la forma en que vayan a distribuirse y otros puntos como la disposición de puntos de registro de ingreso/egreso de la mercadería.

Cuando ya se estableció el volumen del recinto, se tiene que fijar la combinación perfecta de dimensiones inteligentes que proporciona la configuración óptima, sugiriendo como la principal la altura.

Se debe revisar también la forma del local para el almacenamiento, es decir, su longitud y anchura, así como los costos que incluyen gastos de construcción y mantenimiento.

1.6.1.7.3 Costos y rendimientos de un Almacén

Existen tres tipos de costos:



Gráfica 1.3: Tipos de costos

Fuente:

Las operaciones que se desarrollan en el almacén, se cita a las que corresponde a la manipulación y las resultantes del mantenimiento de stock, que para el caso de estudio, estarán representadas por la misma persona. Los costos que de estas desprendan corresponden a: en el primer caso será los costos relacionados de forma directa con la actividad del almacén, tales como los costos de capital invertido en el equipo de manipulación, las amortizaciones y el mantenimiento del equipo, los de personal y los derivados del material auxiliar (elementos de embalaje, etiquetado, etc.). La segunda será los costos relacionados directamente con el intervalo de tiempo durante el cual los materiales tienen una detención, como son los costos financieros de mantenimiento de stock, que para el caso, no serán representativos, puesto que son productos no perecederos.

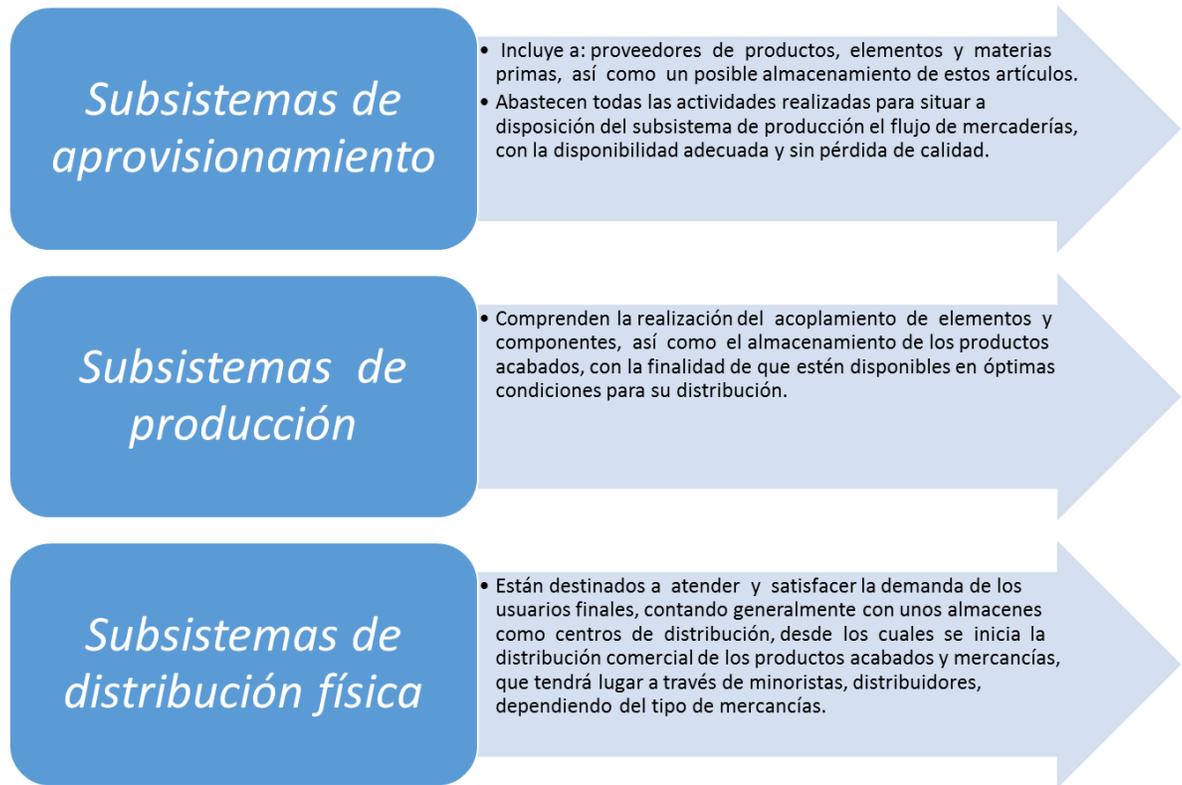
1.6.1.8 Inventarios

Es el proceso mediante el cual se realiza el manejo efectivo de la gestión de compras o abastecimiento y del sistema de control de inventarios, puesto que la disponibilidad de los materiales y productos es esencial para asegurar un nivel de servicio adecuado, pero el costo de inventario puede representar el mayor porcentaje del costo logístico de una empresa, lo cual se puede evitar con un eficiente manejo de la mercadería.

1.6.1.8.1 Tipos de Inventario

Existen cuatro tipos de inventarios para un determinado artículo: del ciclo, de seguridad, de previsión y en tránsito. Estos no pueden identificarse por sus rasgos físicos; es decir que al mirar una pila de artículos, el administrador del inventario no distingue cuáles pertenecen a un inventario del ciclo y cuáles a un inventario en tránsito. Sin embargo, en términos conceptuales cada uno de esos cuatro tipos tiene una gestación enteramente diferente.

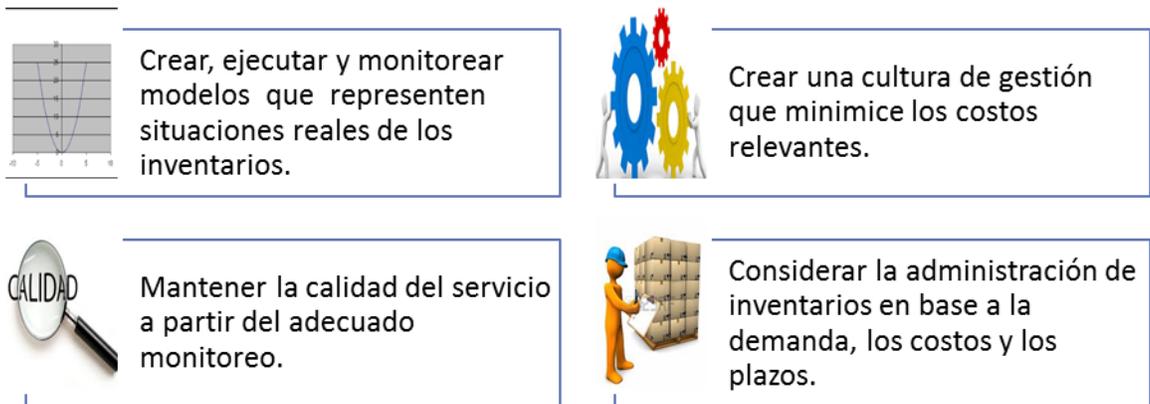
Gráfica 1.4: Tipos de subsistemas de inventarios



Fuente: (CASANOVAS & CUATRECASAS, 2003)

1.6.1.8.2 Administración de Inventarios

La administración de los inventarios permite velar el equilibrio normal entre existencias de materia prima y materiales, y las ventas. El exceder en los inventarios tiene un costo que se refleja en gastos de mantenimiento, gastos de mano de obra y gastos de local y edificio. En tanto que inventario reducido genera reducción de stocks, insatisfacción de los clientes, pérdida de clientes, descenso en las ventas y finalmente la baja de ingresos por falta de ventas.



Fuente: (CASANOVAS & CUATRECASAS, 2003)

1.6.1.9 La Demanda

Dentro de la comercialización de un producto, esta palabra encierra mucho contenido, ya que es el pilar fundamental del movimiento productivo de la empresa; su forma de comportarse influye directamente en los inventarios de un producto determinado.

Las características de la demanda como el tamaño y frecuencia de los pedidos son factores que tienen incidencia en la cantidad total vendida. La Uniformidad es otra característica que permite observar las variaciones estacionales provocadas por las promociones de un artículo o por situaciones ajenas a la empresa; dando como resultado un incremento repentino de las ventas. La independencia de la demanda, es una característica que indica si depende o no de componentes de otro producto terminado; en otro caso se la llamaría de demanda dependiente. Finalmente mencionamos a la calidad de

las previsiones, que no es otra cosa que la administración de los inventarios, basada en el conocimiento de la demanda estimada o futura, para lo cual es necesario efectuar un conjunto de previsiones. Generalmente no se conoce con exactitud la demanda futura, por lo que es una razón para planificar stocks de seguridad.

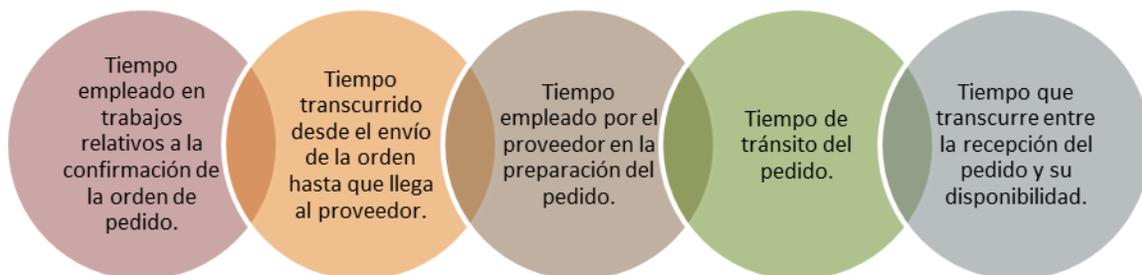
1.6.1.10 Los Costos

El valor de un artículo, influye en los costos que éste genere. Se debe considerar que los costos calculados dependen del sistema de contabilidad que se emplee en la empresa. Para nuestro caso, los artesanos llevan un sistema de contabilidad muy precario. Por lo tanto, es necesario analizar los procedimientos de cálculo y asignación de costos, puesto que estos influyen de manera directa en la toma de decisiones.

Los costos de aprovisionamiento son los más importantes, ya que se originan cada vez que se efectúa un pedido de un artículo; en tanto que los costos de almacenaje, son los gastos que incurre la empresa por mantener una determinada cantidad de inventarios en stock y finalmente, los costos asociados a la existencia de demanda insatisfecha son aquellos que la empresa incurre por no tener suficiente stock.

1.6.1.11 Los Plazos

Conocido también como tiempo de espera, es el tiempo que dista entre la confirmación del pedido hasta que ingresa la mercadería en el almacén. Estos plazos se pueden dividir en cinco componentes:



Gráfica 1.5: componentes de los plazos

1.6.1.12 Distribución y Transporte

1.6.1.12.1 Distribución

La acertada distribución de los productos permitirá agregarle calor a la artesanía, para el caso de estudio. Esta actividad consiste en la administración del flujo de materiales, que va desde los fabricantes hasta los clientes (venta directa) y desde los almacenes hasta los minoristas, incluyendo el almacenamiento y transporte de productos.

Es prioritario destacar que esta actividad dentro del sistema logístico a implementar requiere de planificación y estimación de costes, para determinar cuál es la mejor opción, al momento de elegir los medios de transporte para llevar la mercadería a los puntos de venta.

1.6.1.12.2 Canales de Distribución

Esta actividad permite planificar estratégicamente el flujo de carga del artesano al consumidor final o usuario industrial. Incluyendo al fabricante, al consumidor final y a los intermediarios que participan en el proceso dentro de esta actividad.

1.6.1.12.3 Estructuración del Canal de Distribución

La estructura del sistema del canal de distribución varía según elementos como: el tipo de cliente, que puede ser el consumidor final o el cliente industrial.

Para la presente investigación el tipo de canal que se empleará será al consumidor final o a los puntos de venta formados por mayoristas-detallista o agente-mayorista-detallista.

Si se tratase de un cliente industrial, se puede hacer directamente a través de los operadores logísticos.

1.6.1.12.4 Selección del Tipo de Canal

Los canales se considerarán por las empresas de manera que a las mismas les sea más beneficioso, pudiendo recurrir a los canales ya existentes o bien a otros nuevos, lo cual dará paso a un mejor servicio de los clientes actuales, y tener visión para llegar al alcance de nuevos. La mayoría de canales de distribución incluyen a intermediarios. La presente investigación pretende manejar el canal directo, es decir intervendrá el artesano y el consumidor final.

Cuando en el canal intervienen el productor, el consumidor final y al menos por un nivel de intermediarios se le conoce como distribución indirecta.

1.6.1.12.5 Transporte

Es el proceso en donde se involucra el diseño de redes de transporte, rutas y programas, despachos, flota y proveedores de transporte y evaluación de fletes, los cuales garantizarán la entrega oportuna del producto, en buen estado en su destino final o el acordado en el canal de distribución.

Un factor importante que se debe considerar es la relación existente entre el valor del producto y el costo del transporte, la ubicación geográfica, entre otros elementos, hacen que la toma de decisión sobre el tipo de transporte sea el idóneo, ya que puede catapultar los costos o decrecerlos.

Existen cuatro tipos básicos de transporte: ferrocarril, por carretera, aéreo y marítimo. Para la investigación se sugiere que el tipo de transporte sea por carretera.

1.6.1.13 Marketing, parte de la Logística

Para el desarrollo de esta investigación es imperante que se exploren los desarrollos reciente dentro del campo del comercio internacional y los mercados globales, incluidos por tanto los tratados regionales e internacionales, orientados siempre a las fuerzas macroambientales, base firme para la toma de decisiones, consideradas por las empresas transnacionales y sus directivos al momento de iniciar relaciones comerciales internacionales, adaptándose a entornos internacionales con capacidad de solucionar posibles conflictos que suelen surgir a causa de los diferentes

factores político, económico, social, legales y culturales. (Czinkota & Ronkaine, 2008, pág. 1).

Por lo dicho anteriormente, el marketing ocupa un lugar importante dentro del contexto de la investigación, aun mas siendo especificas en el mercadeo internacional, pues a través del mismo se establece un vínculo de relación entre las necesidades insatisfechas a nivel mundial y, la priorización de explotar nuevos mercados a partir del estudio de gustos, preferencias, ideologías, valor social, creencias, etcétera; así como el desarrollo sostenible de la empresa a través del crecimiento y permanencia en los mercados internacionales, logrando así su consolidación económica (Lerma Kirthner & Márquez Castro, 2010, pág. 3).

1.6.1.14 *Indicadores económicos*

Otro factor fundamental para continuar con la investigación, es el análisis de indicadores económicos que permitan evidenciar el aumento o disminución del comercio internacional con ciertos países, cuyas características deben estar basadas en los indicadores de pobreza o exclusión social, ya que de estas tasas depende la inversión extranjera, así como de los tratados comerciales como aporte al desarrollo sustentable de un país. Es en este punto en el cual se debe realizar un estudio para identificar cuáles son las áreas en las cuales se puede incursionar para iniciar o continuar con transacciones comerciales internacionales, que permitan satisfacer las necesidades propias del país, partiendo de un análisis real para dicha comercialización (Carbaugh, 2009, pág. 14).

Es importante además destacar que debe analizar aspectos fundamentales del crecimiento económico de Latinoamérica en el campo del comercio internacional, influenciado por la hegemonía de los Estados Unidos, el creciente poder económico de China, cambios en ciclos económicos y de

producción, así como también el progreso desigual de países en vías de desarrollo (Estay, 2008, pág. 13).

Todos estos factores de crecimiento económico, desenredan una interdependencia económica a nivel mundial, siendo evidenciada en las transacciones comerciales internacionales, y estas a su vez en los diferentes contratos internacionales. Por lo que permite al importador/exportador se mas exigente al momento de elegir en donde, con quien, cómo y cuándo deberá comprar. Todo esto amparado en un marco legal que le brinde seguridad y respaldo en cada una de sus transacciones (Carbaugh, 2009, pág. 1).

1.6.1.15 Aranceles del sector textil

La presente investigación tiene como elemento estratégico de desarrollo, la capacitación al sector artesanal en temas de exportación e importación directa de materiales e insumos. Por tanto, es imperante describir cuáles son los términos que se manejan en la parte tributaria, iniciando con los *Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similares de materia textil* sintética o artificial que se encuentran en el capítulo 54. Las partidas 54.02 y 54.03 no comprenden los cables de filamentos sintéticos o artificiales, las cuales se encuentran el Capítulo 55.

En el capítulo 52 se encuentran todo lo relacionado con el algodón, incluido los tejidos de mezclilla («denim») los tejidos con hilados de distintos colores.

1.6.2 Marco conceptual

Admisión Temporal: Ingreso al territorio nacional o al resto del país de ciertas mercancías provenientes del extranjero o de zonas de tratamiento aduanero especial, sin que estas pierdan su calidad de extranjeras, con un fin determinado y para ser posteriormente reexportadas, importadas, o entregadas a la Aduana.

Aforo: Operación única que consiste en practicar en una misma actuación el examen físico y la revisión documental, de tal manera que se compruebe la clasificación de las mercancías, su valuación, la determinación de su origen cuando proceda, y los demás datos necesarios para fines de tributación y fiscalización aduanera.

Agente de Aduana: Profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante la Aduana para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.

Almacén Particular: Locales o recintos particulares habilitados por el Servicio de Aduanas, por un período determinado, para el depósito de mercancías, sin previo pago de los derechos e impuestos que causen en su importación.

Aprovisionamiento: El embarque de mercancías nacionales o nacionalizadas, de rancho, destinadas a las naves o aeronaves, nacionales o extranjeras, que no efectúen transporte internacional.

Arancel Aduanero: Es la tarifa o tasa que se han de pagar por aquellos bienes sujetos a importación, como cuotas judiciales, transporte ferroviario o aduanas, entre otros.

Autorización de Uso y Consumo: Corresponde al pronunciamiento de la Autoridad Sanitaria a través de una resolución mediante la cual autoriza el uso y consumo de un alimento importado, el cual cumple con lo establecido en el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

Bodega Destino: Recinto de depósito que cuenta con autorización sanitaria e individualizado en el certificado de destinación, donde las mercancías extranjeras permanecen almacenadas en espera de obtener la autorización de uso y consumo.

Bodega de productos cosméticos y artículos de uso médico: Lugar autorizado por resolución sanitaria para el almacenamiento de cosméticos y artículos de uso médico.

Cabotaje: Transporte por mar de mercancías nacionales o nacionalizadas o la simple navegación entre dos puntos de la costa del país, aunque sea por fuera de sus aguas territoriales, pero sin tocar puerto extranjero.

Carta de Porte: Documento que las partes en un contrato de transporte otorgan, para acreditar la existencia y condiciones del contrato, y la entrega de las mercaderías al porteador.

Carta de Porte Aérea: ver Guía aérea

CDA: ver Certificado de Destinación Aduanera.

Certificado de Destinación Aduanera (CDA): Corresponde al documento, emitido por la Autoridad Sanitaria o por el Servicio Agrícola y Ganadero según corresponda, que autoriza para retirar las mercancías desde los recintos aduaneros y almacenarlos en una bodega destino, a través de medios y rutas de transporte definidos, hasta que se emita la autorización de uso y consumo.

Certificado de Origen: Documento que sirve para acreditar el origen de las mercancías, para efectos preferenciales arancelarios, no preferenciales, aplicación de cupos y para cualquier otra medida que la ley establezca. Más información

Certificado Sanitario: Documento oficial del Gobierno de Chile, que avala condiciones sanitarias de las mercancías que en él se describen.

CFR (Costo y Flete): Incoterm que significa que el vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado. (Transporte marítimo)

CIF (Costo, Seguro y Flete): Incoterm que significa que el vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado y también debe contratar un seguro marítimo para la mercancía del comprador. (Transporte marítimo)

CIP (Transporte y Seguro pagado hasta): Incoterm que significa que el vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado y también debe contratar un seguro para la mercancía del comprador. (Transporte marítimo)

Conocimiento de Embarque: Documento que prueba la existencia de un contrato de transporte marítimo, y acredita que el transportador ha tomado a su cargo o ha cargado las mercancías y se ha obligado a entregarlas contra la presentación de ese documento a una persona determinada, a su orden o al portador.

Courier: ver Empresas de envíos de entrega rápida.

CPT (Transporte pagado hasta): Incoterm que significa que el vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado. (Transporte no marítimo)

DAF (Entregado en la frontera): Incoterm que significa que el vendedor cumple con sus obligaciones, cuando la mercancía para su exportación se pone a disposición del comprador, antes del punto fronterizo aduanero de destino.

DDP (Entregado con los derechos aduaneros pagados): Incoterm que significa que el vendedor se hace cargo de todo, incluyendo los procedimientos necesarios para el despacho de la mercancía y el pago de los derechos aduaneros.

DDU (Entregado con los derechos aduaneros no pagados): Incoterm usado cuando el vendedor se encarga de todo lo necesario para entregar la

mercancía en el lugar convenido, a excepción del desaduanamiento en el país de destino.

Declaración de Ingreso (DIN): Documento mediante el cual se formaliza una destinación aduanera, el que deberá indicar la clase o modalidad de la destinación de que se trate.

Depósito Aduanero: Lugar habilitado por la ley o por el Servicio donde se almacenan mercancías bajo su potestad hasta el momento del retiro para su importación, exportación u otra destinación aduanera, con exclusión de los almacenes particulares.

Depósito de Productos Farmacéuticos de Uso Humano: Es la bodega destinada a almacenamiento de productos farmacéuticos importados terminados, y que ha sido autorizada para distribuir directamente dichos productos a otros establecimientos autorizados sanitariamente, para su uso o expendio.

Depósito de Productos Farmacéuticos Dentales: Es aquel que mantiene para su distribución o expendio, productos farmacéuticos de uso exclusivo dental. Podrá además, importar y distribuir dichos productos a otros establecimientos farmacéuticos autorizados o venderlos al público.

DEQ (Entregado ex muelle): Incoterm utilizado normalmente para envíos por vía marítima. El comprador actúa en el muelle del punto de destino indicado.

Derechos de Aduana: Derechos establecidos en el Arancel Aduanero y/o en la legislación nacional, que gravan a las mercancías que entran al territorio nacional o que salen de él. Estos pueden consistir en: a) Derecho Ad-Valorem: Tributo que grava la importación de mercancías y que se fija en proporción a su valor aduanero; y b) Derecho Específico: Tributo que grava la importación de mercancías en una cantidad fija de dinero, que se determina en base a una unidad de medida, ya sea kilogramo, tonelada, litro, docena, metro, etc.

DES (Entregado ex nave): Incoterm usado normalmente para el envío de mercancías por vía marítima. El comprador actúa cuando la nave llega al punto de destino indicado.

Desaduanamiento: Cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para exportar, importar o para realizar cualquier destinación aduanera.

Despachador de Aduana: Los Agentes de Aduana y los consignantes o consignatarios con licencia para despachar.

Despacho de Mercancías: Gestiones, trámites y demás operaciones que se efectúen ante el Servicio en relación con las destinaciones aduaneras.

Destinación Aduanera: Manifestación de voluntad del dueño, consignante o consignatario que indica el régimen aduanero que debe darse a las mercancías que ingresan o salen del territorio nacional.

DIN: ver Declaración de Ingreso.

Documento Único de Salida (DUS): Es el documento mediante el cual se presentan las mercancías, ante el Servicio Nacional de Aduanas, para su posterior embarque al exterior.

Droguería: Es el establecimiento autorizado por resolución sanitaria, destinado a la importación, fraccionamiento, distribución y venta de drogas a granel, sustancias químicas, reactivos, colorantes permitidos, aparatos de física y química y accesorios médicos y quirúrgicos.

DUS: ver Documento Único de Salida

Empresas de correo rápido: ver Empresas de envíos de entrega rápida.

Empresas de envíos de entrega rápida: Denominadas normalmente empresas de correo rápido, courier o de transportes expresos, son aquellas personas naturales o jurídicas, legalmente establecidas en el país, cuyo giro o actividad principal es la prestación de los servicios a terceros, para la expedita recolección, transporte, entrega, localización y mantenimiento del control de los documentos, material impreso, paquetes u otras mercancías durante todo el suministro del servicio.

Envíos Postales: Envíos de documentos y mercancías por intermedio de la Empresa de Correos de Chile, efectuados de acuerdo a las convenciones postales internacionales.

Equipaje de Viajeros: Se comprenderá en este concepto: a) Los artículos nuevos o usados que porte un viajero para su uso personal o para obsequios, con exclusión de mercancías que por su cantidad o valor hagan presumir su comercialización; b) Los objetos de uso exclusivo para el ejercicio de profesiones u oficios, usados, y; c) hasta una cantidad que no exceda, por persona adulta, de 400 unidades de cigarrillos, 500 gramos de tabaco de pipa; 50 unidades de puros y 2.500 centímetros cúbicos de bebidas alcohólicas.

Exámen físico: Reconocimiento material de las mercancías efectuado por el Servicio.

Exportación: Salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior.

EXW (Ex Fábrica): Incoterm que significa que la única responsabilidad del vendedor, es poner su mercancía a disposición del comprador en su propio local.

FAS (Franco al costado de la nave): Incoterm que significa que el vendedor se hace responsable de colocar la mercancía al costado de la nave en el muelle o en las barcazas, en el lugar indicado en la cotización.

FCA (Franco en el medio de transporte): Incoterm que significa que el vendedor debe entregar la mercancía lista para su exportación al transportista en el lugar indicado en las condiciones de embarque.

Ficha técnica o monografía: Descripción o tratado sobre un alimento en particular, que incluye a lo menos la composición química y nutricional del producto, la descripción de procesos, los estándares de calidad y las condiciones de almacenamiento que requiere.

FOB (Franco a bordo): Incoterm que se usa cuando el vendedor se responsabiliza de colocar la mercancía a bordo de una nave en el puerto indicado en el contrato de venta.

Guía Aérea : Documento que acredita en el transporte aéreo de mercancías, la celebración de un contrato, las condiciones de transporte, la recepción de la mercancía por el transportador, su peso, volumen, embalaje, así como el número de bultos.

Guía Courier: Documento que acredita la consignación de la mercancía que llega o sale por este tipo de despacho, permitiendo a las empresas courier y a los Agentes de Aduana en su caso, la confección y presentación de los documentos de destinación aduanera.

Guía de Correos: Lista de los efectos postales entregados o recibidos por Empresa de Correos.

- I -

Importación: Introducción legal de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país.

Importador: Persona natural o jurídica que realiza o solicita, personalmente o a través de terceros, el trámite de importación.

Incoterm: 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.

Internación: Proceso de obtención de autorización para distribución, uso y consumo del alimento importado.

Legalización: Acto por el cual el Director Regional, el Administrador o los funcionarios en quienes éstos deleguen esta facultad, constatan que el respectivo documento ha cumplido todos los trámites legales y reglamentarios, otorgándole su aprobación y verificando además, la conformidad de la garantía rendida, en aquellas declaraciones en que sea exigible.

Lote: Cantidad de un alimento, producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico, producida en condiciones esencialmente iguales.

Loteo: Es la operación que realiza la Aduana consistente el reconocimiento físico, pesaje, medición, conteo, descripción, valoración y clasificación arancelaria de las mercancías en condiciones de ser subastadas en remate aduanero.

Manifiesto de Carga: Documento suscrito por el conductor o por los representantes de la empresa de carga, que contiene la relación completa de los bultos de cualquier clase a bordo del vehículo con exclusión de los efectos postales y de los efectos de tripulantes y pasajeros.

Manifiesto Courier: Documento que debe contener la individualización de cada una de las Guías Courier que transporta un vehículo o un mensajero internacional, sea por vía aérea o terrestre, mediante el cual las mercancías se presentan y entregan a la Aduana a fin de acceder al sistema de despacho courier.

Materia prima alimentaria: Sustancia que para ser utilizada como alimento precisa de algún tratamiento o transformación de naturaleza química, física o biológica.

Mercancía: Todos los bienes corporales muebles, sin excepción alguna.

Mercancía Extranjera: La que proviene del exterior y cuya importación no se ha consumado legalmente, aunque sea de producción o manufactura nacional; o que habiéndose importado bajo condición, ésta deje de cumplirse.

Mercancía Nacional: Es la producida o manufacturada en el país con materias primas nacionales o nacionalizadas.

Mercancía Nacionalizada: Es la mercancía extranjera cuya importación se ha consumado legalmente, esto es cuando terminada la tramitación fiscal, queda a la libre disposición de los interesados.

Muestras sin valor comercial: Alimentos y materias primas alimentarias destinadas a uso humano, cuyo destino es el consumo personal del

importador, análisis, pruebas de laboratorio, evaluación de mercado entre otros. Estos alimentos no pueden ser comercializados o destinados a terceros.

Muestras sin valor comercial de producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico o de las materias primas utilizadas en su elaboración: Productos o materias primas cuyo destino es análisis, pruebas de laboratorio, evaluación de mercado, registro sanitario en el Instituto de Salud Pública de Chile, entre otros. Estos productos no pueden ser comercializados o destinados a terceros.

NEPPEX: ver Notificación de Embarque de Productos Pesqueros de Exportación.

Notificación de Embarque de Productos Pesqueros de Exportación (NEPPEX): Formulario mediante el cual se solicita, ante el Servicio Nacional de Pesca, la autorización para efectuar una exportación de productos pesqueros.

Partida de importación: Conjunto de alimentos que ingresan al país mediante un trámite aduanero único.

Perímetro Fronterizo de Vigilancia Especial: Parte de la zona secundaria en la cual se establecen prohibiciones y restricciones especiales para las existencias y tráfico de mercancías.

Potestad Aduanera: Conjunto de atribuciones que tiene el Servicio para controlar el ingreso y salida de mercancías hacia y desde el territorio nacional y para hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentarias que regulan las actuaciones aduaneras. Quedan también sujetas a la potestad aduanera las personas que pasen por las fronteras, puertos y aeropuertos, y la importación y exportación de servicios respecto de los cuales la ley disponga la intervención de la Aduana.

Precinto: Hilo, bramante, banda o artículos similares, destinados a ser utilizados en combinación con un sello.

Rancho: Los combustibles, lubricantes, aparejos y demás mercancías, incluyendo las provisiones destinadas al consumo de pasajeros y tripulantes que requieren las naves, aeronaves y vehículos destinados al transporte internacional y en estado de viajar para su propio mantenimiento, conservación y perfeccionamiento.

Reconocimiento: Operación por medio de la cual el despachador con mandato para despachar o el interesado, revisa o inspecciona las mercancías en los recintos de depósito aduanero antes de someterlas a una destinación aduanera. Como consecuencia de este reconocimiento se pueden realizar las operaciones materiales de reembalaje y división, como asimismo la extracción de muestras.

Rechazo de uso y consumo: Pronunciamiento de la Seremi de Salud, en el sentido de negar, fundadamente, la autorización para la comercialización o uso de los alimentos importados, producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico o de las materias primas utilizadas en su elaboración.

Redestinación: Envío de mercancías extranjeras desde una Aduana a otra del país, para los fines de su importación inmediata o para la continuación de su almacenamiento.

Reexpedición: Envío de mercancías extranjeras desde una zona franca a otra, al extranjero, a depósitos francos o a una zona primaria.

Reexportación: Retorno al exterior de mercancías traídas al país y no nacionalizadas.

Resolución de Uso y Disposición (UyD): Resolución, emitida por la autoridad competente, que permite que los productos que ingresan al país puedan ser usados o distribuidos en el territorio nacional.

Salida Temporal: Salida al extranjero de mercancías nacionales o nacionalizadas, sin perder su calidad de tales y sin pagar a su retorno los derechos e impuestos que cause la importación, bajo determinadas condiciones.

Sello: Pieza de metal o de otro material adecuado que sirve para unir los dos extremos de un precinto, que ofrecen seguridad de que cualquier violación pueda ser detectada.

Transbordo: Traslado directo o indirecto de mercancías, de un vehículo a otro, o al mismo en diverso viaje, incluso su descarga a tierra con el mismo fin de continuar a su destino, y aunque transcurra cierto plazo entre su llegada y su salida.

Tránsito: Paso de mercancías extranjeras a través del país cuando éste forma parte de un trayecto total comenzado en el extranjero y que debe ser terminado fuera de sus fronteras. Igualmente se considerará como tránsito el envío de mercancías extranjeras al exterior que se hubieren descargado por error u otras causas calificadas en las zonas primarias o lugares habilitados, con la condición de que no hayan salido de dichos recintos y que su llegada al país y su posterior envío al exterior se efectúe por vía marítima o aérea.

- U -

UyD: ver Resolución de Uso y Disposición.

Valor Aduanero: Es el valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación, ajustado cuando corresponda.

Ventanilla Única de Comercio Exterior: Sistema que permite a los agentes de comercio exterior proporcionar en forma electrónica, información a un solo organismo público, para cumplir con todas las visaciones o exigencias que se requieren para la tramitación de las destinaciones aduaneras, de acuerdo a las normas legales y reglamentarias.

Zona Franca: Área o porción unitaria de territorio perfectamente deslindado y próximo a un puerto o aeropuerto amparado por presunción de extraterritorialidad aduanera.

Zona Franca de Extensión: Ciudad o región situada adyacente a la Zona Franca delimitada por el Presidente de la República en uso de sus facultades.

Zona Primaria: Espacio de mar o tierra en el cual se efectúan las operaciones materiales, marítimas y terrestres de la movilización de las mercancías el que para los efectos de su jurisdicción es recinto aduanero y en cual han de cargarse, descargarse, recibirse o revisarse las mercancías, para su introducción o salida del territorio nacional.

CAPITULO II

2 Análisis, presentación de resultados y diagnóstico

La historia de la economía ecuatoriana, se ha desarrollado a lo largo de la historia por ser dependiente de un modelo de comercio exterior basado en la comercialización de productos de origen primario que le ha limitado en su oferta y con pocos mercados de destino, lo cual ha hecho que su economía sea cada vez más vulnerable ante las variaciones de precios y demandas en los mercados internacionales.

Las directrices actuales de la Globalización mundial se han basado en un esquema donde el Ecuador, ni ningún otro país pueden quedar al margen. La base de la Economía Mundial, desde hace algunas décadas, es la Comercialización Internacional. Es fácil entender el porqué de los beneficios de la implantación en las economías de cada país con política de internacionalización, como son: el ingreso de divisas y la generación de mano de obra. Lo difícil es aplicar políticas y proyectos de desarrollo en el Comercio Exterior, que permitan la fluidez con la que debería mantenerse el principio básico del intercambio internacional de bienes, de manera permanente y dinámica. Los países desarrollados han generado políticas que de una u otra manera han incidido en los países de desarrollo económico relativo a convertirse en importadores de sus bienes y productos. Sin embargo cabe la pregunta porqué siendo nuestro Ecuador un país con una inmensa riqueza de recursos naturales, de donde podemos obtener productos finales y materias primas, no podemos incentivar una política exportadora en las Empresas nacionales? Pero existen varias respuestas que a lo largo de los años han sido generadas por la falta de industrialización de las Empresas, la falta de tecnología, falta de inversión extranjera, una creciente inestabilidad

económica, política y jurídica e incluso la idiosincrasia del pueblo ecuatoriano, entre muchas otras.

Las posibilidades de alcanzar éxitos y demanda de nuestros productos en los mercados internacionales se identifican con la falta de dotación de servicios óptimos en relación a la cadena logística en la comercialización internacional, es decir, la baja calidad y el alto costo de los servicios de Transporte Internacional, Tramitología Aduanera, Transporte Interno, Acondicionamiento de la Carga etc., que a lo largo de los años no se ha consolidado con políticas coherentes que faciliten el acceso a la comercialización ágil, accesible de los productos o mercancías para que el empresario ecuatoriano pueda desarrollar las actividades de comercio exterior de forma más asertiva y dinámica. Este factor ha restado competitividad a los productos ecuatorianos, debido a los altos costos que se están manejando actualmente, las ocasionales pérdidas y daños que sufren las mercancías y principalmente, con la falta de puntualidad de los embarques.

El Ecuador como parte de este sistema de economías globalizadas ha tenido grandes desafíos en las últimas décadas donde han existido profundas transformaciones en el entorno económico debido principalmente a cambios estructurales de la mayor parte de sectores donde los mercados se han caracterizado por un dinamismo así como incertidumbres crecientes.

La práctica con la que se ha desarrollado en el país el comercio internacional ha sido la de compra y venta de bienes, servicios y tecnología, en forma bilateral, unilateral o multilateral.

La Economía del Ecuador en los últimos años ha enfrentado desafíos proyectados por la desaceleración de la economía mundial. Sin embargo el oportuno modelo de desarrollo endógeno y la intervención del estado con políticas anti-cíclicas han logrado apalear los efectos de la crisis económica real como es el caso del año 2009 que tuvo una incidencia del 0,4%. Otro

factor que ayudó a enfrentar la crisis fue la depreciación del dólar a nivel mundial, lo que ocasionó la competitividad del Ecuador a escala internacional.

En el contexto de la crisis mundial que se desencadenó en el año 2008, los tipos de cambio y el comercio internacional se hizo presente. Para el caso ecuatoriano que tenía un modelo económico de dolarización, ventaja con la que contaba ante otros países que no contaban y quienes se vieron en la necesidad de introducir medidas asociadas al tipo de cambio y a la búsqueda de competitividad, se vio obligado a recurrir a adaptación temporal de restricciones para proteger su Balanza de Pagos. En el mes de septiembre de 2008 Ecuador implementó una medida de salvaguardia cambiaria con Colombia, en el marco de la Comunidad Andina, considerando las devaluaciones cambiarias de dicho país y el impacto negativo en la competitividad de las exportaciones ecuatorianas, salvaguardia que estuvo vigente por seis meses, esto es de agosto de 2009 hasta febrero de 2010.

2.1 Análisis de la situación actual

En la actualidad la integración es fundamental, y el objetivo de cada nación implementar nuevas alianzas que desarrollen y mejoren las economías internas de los países, por ello es importante mantener buenas relaciones comerciales con cada uno de los países, especialmente con aquellos que tienen un alto crecimiento económico, con los cuales se mantener relaciones sólidas para beneficio mutuo.

Existen varias naciones que se encuentran en apogeo económico y vislumbran un futuro próspero, con las cuales se puede crear un buen ambiente comercial o de negocios que beneficien a la inversión extranjera directa por la confianza y estabilidad de los países. Un ejemplo es la que actualmente se ha generado entre América Latina y Asia a través de vínculos comerciales que han incrementado el comercio y la inversión.

Actualmente el Ecuador necesita inversión sobre todo, apoyo tecnológico y científico para promover el crecimiento económico, generar empleo, mejorar los procesos productivos y así exportar productos con valor agregado.

Para facilitar esta actividad actualmente el Ecuador cuenta con las normas jurídicas vigentes, comenzando por la Constitución del Estado, los tratados y convenios internacionales, las leyes orgánicas, ordinarias, así como las normas regionales y las ordenanzas distritales, los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones, y los demás actos y decisiones de los poderes del estado. En la actividad comercial el instrumento legal que respalda el accionar del comercio exterior a partir del 29 de diciembre de 2010, es el Código Orgánico de la Producción e Inversión –COPCI-, siendo el Comité de Comercio Exterior – COMEX - órgano interinstitucional encargado de supervisar la correcta aplicación de este Código, así como de formular y reglamentar la política comercial en el Ecuador.

La política económica actual tiene como objetivo generar diversos programas encaminados a elevar la competitividad del país y sus sectores productivos, pretende contribuir dando la mayor cantidad de herramientas indispensable que permitan desarrollar un comercio exterior más dinámico y diverso sustentando su accionar en políticas que están encaminadas a profundos cambios desde la transformación de la Matriz Productiva con procesos mediante los cuales la actividad humana transforme insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Como política comercial además se trata de permitir una articulación internacional estratégica que facilite el comercio exterior a través de un régimen aduanero moderno, transparente y eficiente.

En la actualidad el comercio exterior ecuatoriano se encuentra ante grandes retos como es el tratar de generar nuevos acuerdos comerciales con los Estados Unidos de Norteamérica y la Unión Europea, principales socios comerciales que importan gran variedad de productos ecuatorianos, con la finalidad de mantener e impulsar el comercio, así como también el poder llegar a nuevos mercados a través no solo de los productos tradicionales de exportación sino poder diversificar la producción con nuevos productos que demanda el mercado internacional.

2.2 Análisis comparativo, evolutivo, tendencias y perspectivas

El comportamiento del comercio exterior ecuatoriano durante los últimos años, sobre todo en lo que tiene relación a exportaciones e importaciones de bienes y servicios y el PIB del Ecuador aumentó del 53,7% en 2005 al 67,4% antes de caer hasta el 53,7% en el 2009 y subir en el 2010 al 63,7% (porcentaje, es decir usando el PIB, importaciones y exportaciones en términos corrientes). (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2015)

En el 2010 el Ecuador ocupaba en relación con las mercancías, el puesto 69 entre los mayores exportadores del mundo y el 74 entre los mayores importadores. En el 2009 ocupaba el puesto 73 entre los mayores y el 75 entre los mayores importadores de mercancías. (AITE, 2015)

En relación con los servicios, en el año 2009 el Ecuador ocupaba el puesto 107 entre los mayores exportadores y el 82 entre los mayores importadores, en el 2005, ocupaba el puesto 100 entre los mayores exportadores y el 76 entre los mayores importadores de servicios. En el año 2010 ocupó el 86 entre los mayores exportadores y el 65 entre los mayores importadores.

En el año 2010, las exportaciones crecieron a 18 mil millones de dólares. El Ecuador sigue dependiendo en gran medida, de la exportación de

productos primarios, sobre todo el petróleo el banano. De estos dos productos, el petróleo ha tomado mayor importancia en las exportaciones del Ecuador en los últimos años, principalmente por su precio en los mercados internacionales. En el año 2009 por ejemplo, el petróleo representó la mayor proporción de las exportaciones totales de mercancías, con el 45,8% frente al 54,7% en 2005. A pesar de que el Ecuador ha mantenido un acercamiento constante para la integración comercial con diversos actores en América Latina, si se toma en cuenta las exportaciones no petroleras la Unión Europea es el mayor mercado exportador. Los Estados Unidos de Norteamérica sigue siendo el mayor proveedor del Ecuador, aunque su participación en las importaciones se redujo. En latinoamericana la participación con otros países se ha incrementado con países como Chile, Colombia, Perú y otros emergentes como China y Brasil.

Las importaciones al igual que las exportaciones ecuatorianas han crecido considerablemente con excepción del año 2009 donde se aplicó la salvaguardia por balanza de pagos. En el año 2010 el Ecuador importó más de 19 mil millones de dólares, principalmente derivados de petróleo.

La contribución al PIB de las industrias manufactureras (excluyendo la refinación de petróleo) aumentó del 13.1% en 2005 al 14.1% en 2009 y su participación en el empleo total disminuyó levemente del 10.8% al 10.7.

En el 2009 las exportaciones industriales manufactureras no petroleras representaron el 19.2% de las exportaciones totales de mercancías, frente al 17.6% en 2005. Los principales productos de exportación correspondieron a los sectores de elaboración y conservación de pescado, elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas, sector automotores, aceites y grasas de origen vegetal, aparatos de uso doméstico, otros alimentos, sustancias químicas básicas y productos textiles.

Entre las principales manufacturas importadas figuran las correspondientes a los sectores, automotor, sustancias químicas básicas, industrias básicas del hierro y acero farmacéuticos, equipos de oficina,

plásticos en formas primarias, maquinaria, aceites y grasas de origen vegetal y receptores; radio y televisores.

Los tratados comerciales entre dos naciones se pueden considerar como el indicador de las relaciones comerciales, a través de ellos se logrará determinar si dichas naciones cooperan entre si y si ofrecen un beneficio mutuo, buscando como fin el aseguramiento de su población y una sana política comercial.

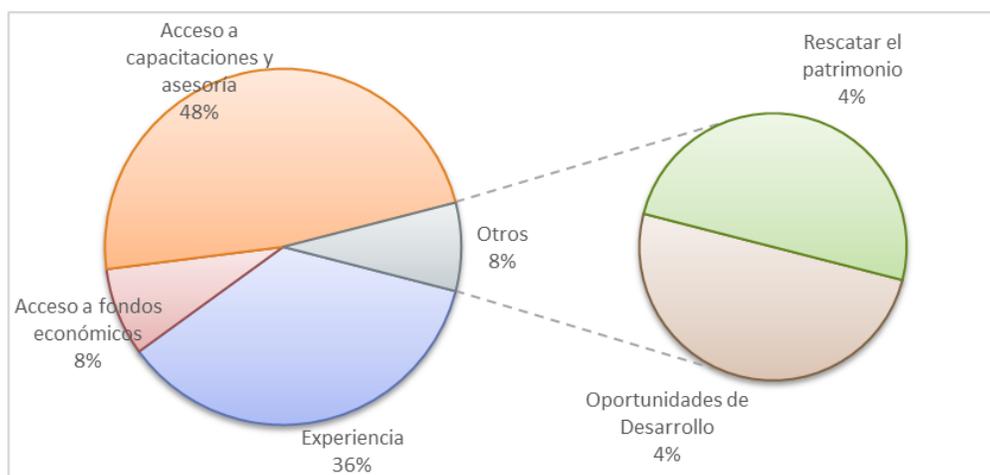
2.3 Tabulación e interpretación de resultados.

2.3.1 Resultados Obtenidos del Segmento Artesanos

Pregunta No. 1: ¿Qué ventajas o beneficios tiene el pertenecer a una organización textil artesanal de macanas?

Tabla 2-1: Ventajas de pertenecer a una organización textil artesanal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Experiencia	9	36%
Acceso a fondos económicos	2	8%
Acceso a capacitaciones y asesoría	12	48%
Oportunidades de Desarrollo	1	4%
Rescatar el patrimonio	1	4%
TOTAL	25	100%



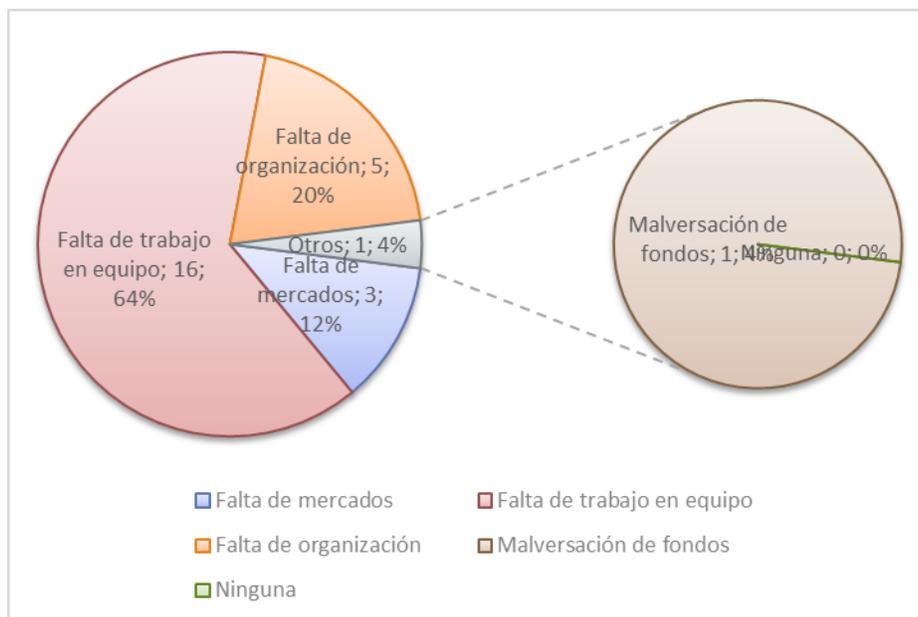
Gráfica 2.1: Beneficios de asociaciones o gremios textiles

Análisis e interpretación de resultados: El 36% de la población, manifestaron que uno de los beneficios que han tenido al trabajar en la organización ha sido la experiencia adquirida a través de las actividades productivas que se realizan. Asimismo, el 8% de ellos, expusieron que una de las ventajas es el acceso a recursos económicos, ya que esto les permite realizar sus operaciones de producción. El 48% de la población, expresó que una de las ventajas es el acceso a capacitaciones y asesorías de comercialización, que constituyen una ayuda de las instituciones con las cuales mantiene una relación estrecha la Asociación. Un artesano, equivalente al 4% de la población encuestada manifestó que uno de los beneficios es el acceso a oportunidades de desarrollo a través de las cuales se ha incrementado su participación en el mercado textil artesanal, el 4% expuso que la ventaja de pertenecer a la Asociación es que contribuyen a rescatar el arte cultural por medio de sus actividades productivas.

Pregunta No. 2: ¿Qué debilidades o desventajas considera que posee la Asociación o gremio?

Tabla 2-2: Debilidades por no pertenecer a una asociación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de mercados	3	12%
Falta de trabajo en equipo	16	64%
Falta de organización	5	20%
Malversación de fondos	1	4%
Ninguna	0	0%
TOTAL	25	100%



Gráfica 2.2: Ventajas y desventajas de pertenecer a una asociación o gremio

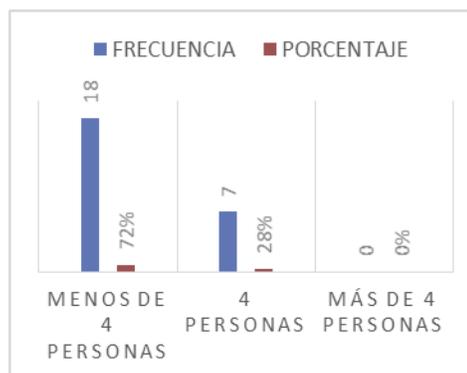
Análisis e interpretación de resultados: Del total de los encuestados, el 12%, manifestaron que una de las debilidades que posee la Asociación es la falta de conocimiento del mercado para colocar los productos. De la misma manera, el 64% expresó que una de las desventajas es que no existe trabajo en equipo, sino más bien los miembros de la Asociación tienden a trabajar de forma individual. Asimismo, un 20% manifestaron que la falta de organización en cuanto a la realización de las labores administrativas y de producción es una de las principales desventajas. El 4% de la población expuso que una de las debilidades es la malversación de fondos porque algunos de los miembros realizan trabajos individuales con materiales de la Asociación.

Pregunta No. 3: ¿Con cuánto personal cuentan para laborar en los telares?

Tabla 2-3: Número de personal que trabaja en telares

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 4 personas	18	72%
4 personas	7	28%
Más de 4 personas	0	0%
TOTAL	25	100%

Gráfica 2.3: Número de personas para labores en telares

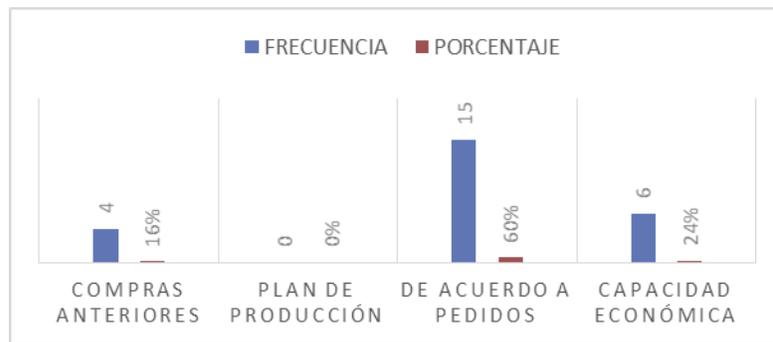


Análisis e interpretación de resultados: Del total de los artesanos gualaceños encuestados, uno de ellos, equivalente al 72% de la población, manifestó que laboran menos de 4 personas de forma permanente. El 28% expresaron que son 4 personas las que trabajan en los telares.

Pregunta No. 4: ¿Cómo realiza las compras de materia prima?

Tabla 2-4: Proceso de compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Compras anteriores	4	16%
Plan de producción	0	0%
De acuerdo a pedidos	15	60%
Capacidad económica	6	24%
TOTAL	25	100%



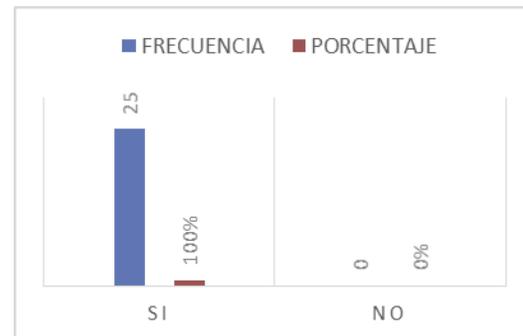
Gráfica 2.4: Proceso de compras de materia prima

Análisis e interpretación de resultados: Del total de artesanos encuestados al 16% de la población, manifestó que las compras de materia prima las realizan de acuerdo a lo planeado a producir por temporadas. Asimismo, un 24 % de los artesanos expresaron que llevan a cabo las compras según la capacidad económica con la que cuentan. De manera que la mayoría de la población, el 60% restantes, manifestaron que las efectúan, en base a las necesidades del mercado.

Pregunta No. 5: ¿Supervisa alguien las compras de materia prima que se hacen?

Tabla 2-5: Supervisión del proceso de compras de la materia prima

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	100%
No	0	0%
TOTAL	25	100%



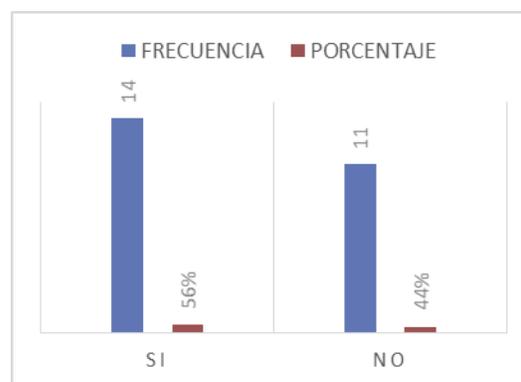
Gráfica 2.5: Supervisión del proceso de compras

Análisis e interpretación de resultados: El total de los artesanos encuestados, equivalente al 100% de la población, manifestaron que el encargado de supervisar las compras de materia prima y materiales es el mismo artesano.

Pregunta No. 6: ¿Elaboran planes de producción?

Tabla 2-6: Criterios sobre la elaboración de planes de producción

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	14	56%
No	11	44%
TOTAL	25	100%



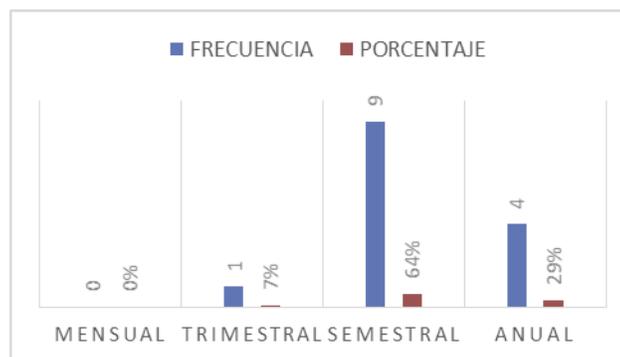
Gráfica 2.6: Elaboración de planes de producción

Análisis e interpretación de resultados: Del total de artesanos encuestados, el 56% manifestaron que si se efectúan planes de producción basados principalmente en temporadas del año: Semana Santa, Agosto y Diciembre.; y el 44% dice que su producción se basa en su experiencia en el mercado.

Pregunta No. 7: ¿Cada cuánto tiempo se capacitan a los artesanos principiantes o conocidos como oficiales?

Tabla 2-7: Periodos de elaboración de planes de producción

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	0	0%
Trimestral	1	7%
Semestral	9	64%
Anual	4	29%
TOTAL	14	100%



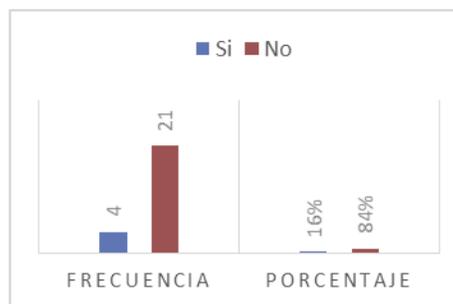
Gráfica 2.7: Periodos de elaboración de los oficiales

Análisis e interpretación de resultados: Del total de encuestados que respondieron a la pregunta anterior con la opción SI, del 7%, cada trimestre, el 64%, manifestaron que lo hacen semestralmente pues ellos toman en cuenta los periodos en donde no existe mucho trabajo. Finalmente el 29% se capacita anualmente, por la necesidad de ir perfeccionando sus técnicas.

Pregunta No. 8: ¿Piden cotización a varios proveedores antes de hacer el pedido?

Tabla 2-8: Solicitud de cotización antes de hacer el pedido

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	16%
No	21	84%
TOTAL	25	100%



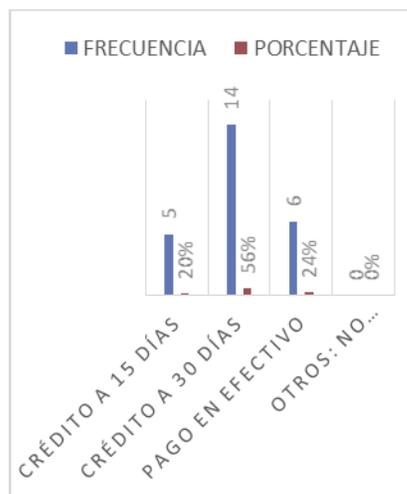
Gráfica 2.8: Solicitud de cotización antes de hacer el pedido

Análisis e interpretación de resultados: Del total de encuestados el 16% que si piden cotización a otros proveedores antes de hacer un pedido, lo hacen para estar monitoreando si el precio del proveedor actual es el mejor. El 84%, expusieron que no se pedían cotizaciones a otros proveedores, pues con la experiencia que se tiene en cuanto a saber los precios y lo informados que se mantienen tanto de los precios en plaza como de los precios de la ciudad, es bien conocido en todo el pueblo quién es el proveedor que les da el mejor precio.

Pregunta No. 9: ¿Qué condiciones de pago tienen con los proveedores?

Tabla 2-9: Condiciones de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Crédito a 15 días	5	20%
Crédito a 30 días	14	56%
Pago en efectivo	6	24%
Otros:	0	0%
TOTAL	25	100%



Gráfica 2.9: Formas de pago

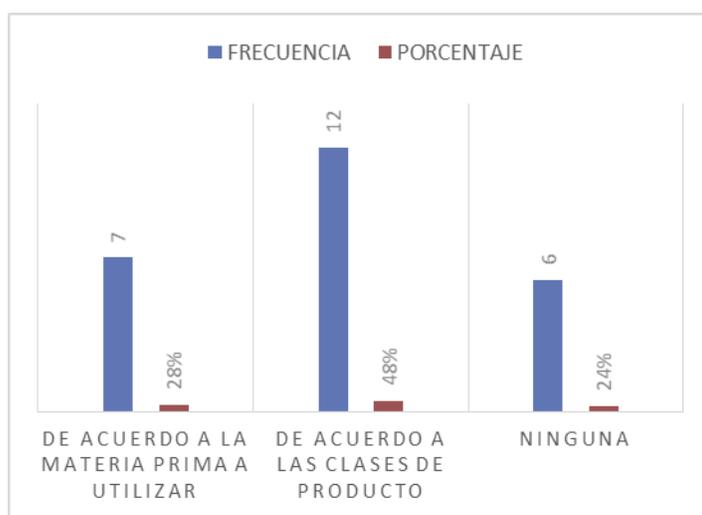
Análisis e interpretación de resultados: De los artesanos encuestados: el 24% manifestaron que hacen el pago únicamente en efectivo, ya que aunque les dieran crédito, no tienen la seguridad que van a tener el tiempo suficiente para producir, vender y recaudar el dinero; así que llegaron a la conclusión que era mejor tener el dinero en efectivo para pagar a los proveedores. El 56% en cambio

opina que es mejor comprar a crédito de treinta días, así podrán recapitalizarse para volver a invertir. El 20% restante en cambio opina que si se saca a crédito, es mejor liquidarlo a corto plazo, es decir a los quince días.

Pregunta No. 10: ¿Cómo distribuyen el espacio de la bodega de almacenaje?

Tabla 2-10: Distribución de la bodega

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De acuerdo a la materia prima a utilizar	7	28%
De acuerdo a las clases de producto	12	48%
Ninguna	6	24%
TOTAL	25	100



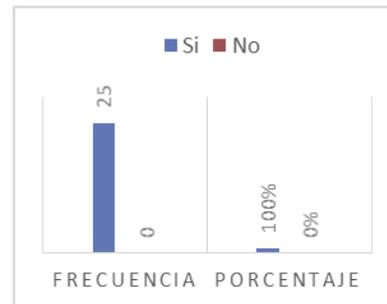
Gráfica 2.10: Distribución de la bodega

Análisis e interpretación de resultados: El total de los artesanos encuestados, el 48%, manifestaron que el espacio en la bodega de almacenaje se hace de acuerdo a las diferentes clases de producto que elaboran, es decir, en un lado están las macanas, existe otro espacio para los chales, bufandas y otros. El 28% menciona que la bodega la organiza de acuerdo a la materia prima a utilizar. Finalmente, los artesanos que no organizan su bodega está representado por el 24%.

Pregunta No. 11: ¿Llevan un control del inventario?

Tabla 2-11: Control de inventario

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	100%
No	0	0%
TOTAL	25	100%



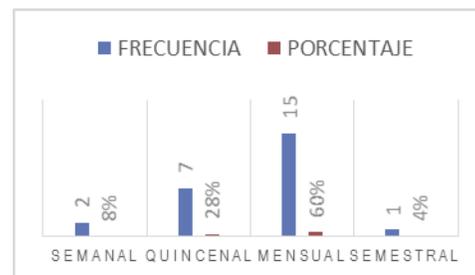
Gráfica 2.11: Control de inventario

Análisis e interpretación de resultados: El total los artesanos gualaceños, equivalente al 100%, manifestaron que si llevan un control de inventarios de materia prima y materiales.

Pregunta No. 12: ¿Cada cuánto tiempo realizan este control?

Tabla 2-12: Periodos de control de inventarios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	2	8%
Quincenal	7	28%
Mensual	15	60%
Semestral	1	4%
TOTAL	25	100%



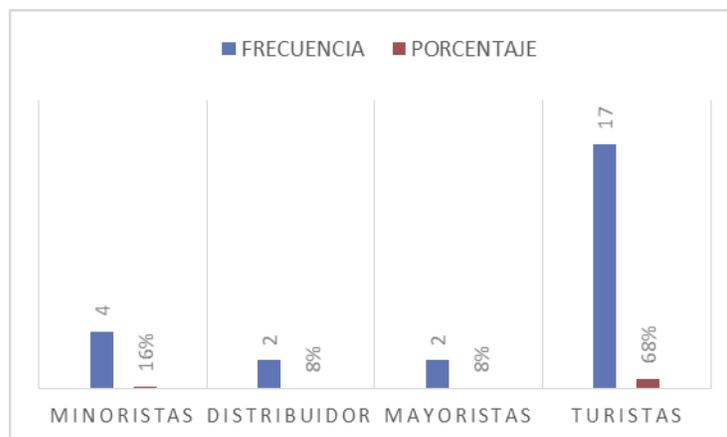
Gráfica 2.12: Periodos de control de inventarios

Análisis e interpretación de resultados: Del total de encuestados, el 8% de la población, manifestaron que dicho control de inventarios se lleva a cabo semanalmente pues normalmente los lunes determinan lo que se ha terminado para adicionarlo a los planes de producción que ya tienen. El 28% lo realiza quincenalmente. Por su parte el 60%, expusieron que el control se hace cada mes sobre todo en época de no mucho movimiento y que las ventas disminuyen. El 4%, manifestó que el control de inventarios se hace semestralmente.

Pregunta No. 13: ¿Qué canales de distribución utilizan para comercializar sus productos?

Tabla 2-13: Canales de distribución que se utilizan para comercializar las artesanías

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Minoristas	4	16%
Distribuidor	2	8%
Mayoristas	2	8%
Turistas	17	68%
TOTAL	25	100%



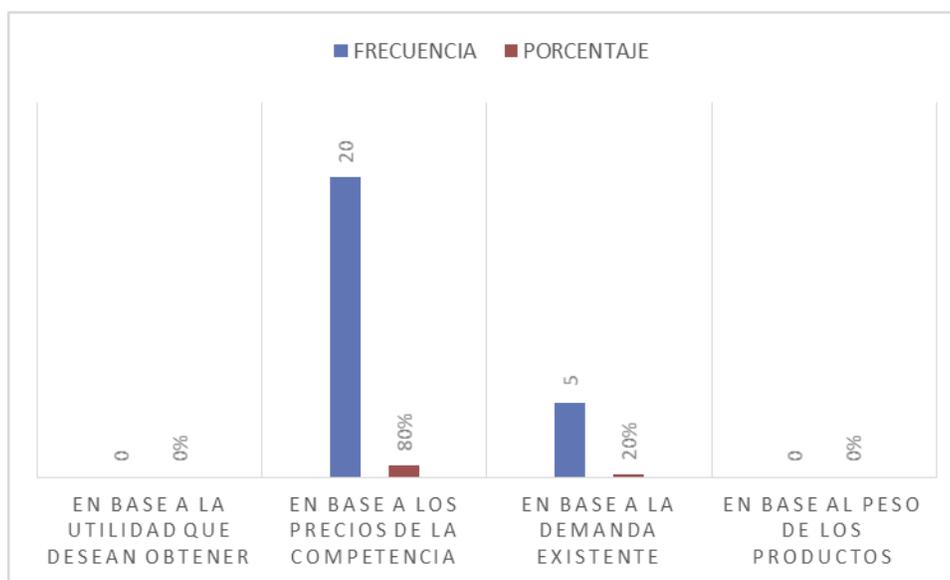
Gráfica 2.13: Canales de distribución que se utilizan para comercializar las artesanías

Análisis e interpretación de resultados: Del total de la población encuestada, el 16%, expuso que su canal de distribución son los minoristas, refiriéndose a los que llegan de los pueblos cercanos a comprar directamente donde tienen su bodega. El 8% lo hacen a distribuidores, que es el mismo porcentaje asignado a la venta a mayoristas y 17 de los encuestados, equivalente al 68%, manifestó que su canal de distribución eran los turistas ya que ciertamente.

Pregunta No. 14: ¿Cómo establecen los precios de sus productos?

Tabla 2-14: Formas de establecer los precios de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En base a la utilidad que desean obtener	0	0%
En base a los precios de la competencia	20	80%
En base a la demanda existente	5	20%
En base al peso de los productos	0	0%
TOTAL	25	100%



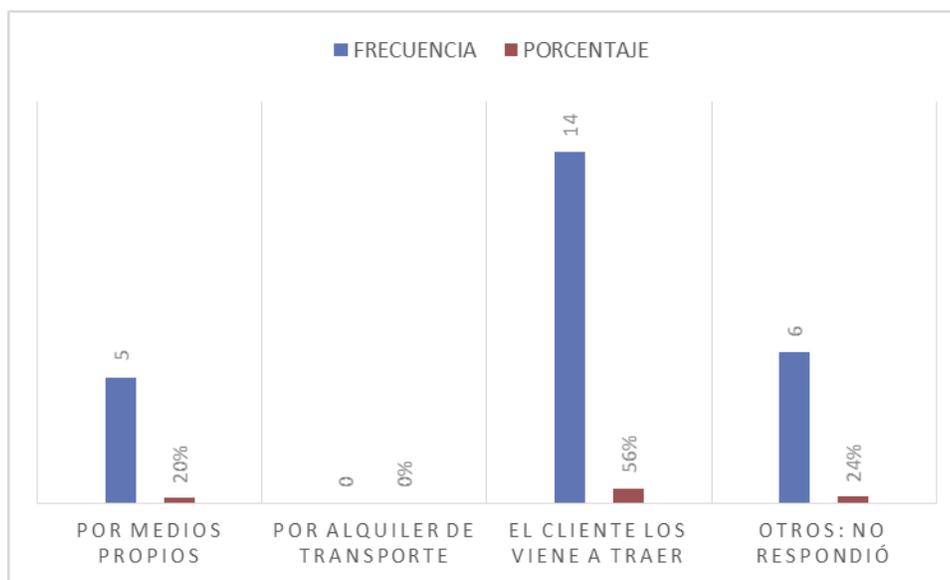
Gráfica 2.14: Formas de establecer los precios de los productos

Análisis e interpretación de resultados: Del total de encuestados el 80% lo hace en base a los precios de la competencia. Asimismo, cinco de ellos, equivalente al 20%, expuso que el precio de sus productos se establece en base a la demanda existente.

Pregunta No. 15: ¿Cómo trasladan sus productos a los clientes?

Tabla 2-15: Formas de trasladar la mercancía

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por medios propios	5	20%
Por alquiler de transporte	0	0%
El cliente los viene a traer	14	56%
Otros: no respondió	6	24%
TOTAL	25	100%



Gráfica 2.15: Formas de trasladar la mercancía

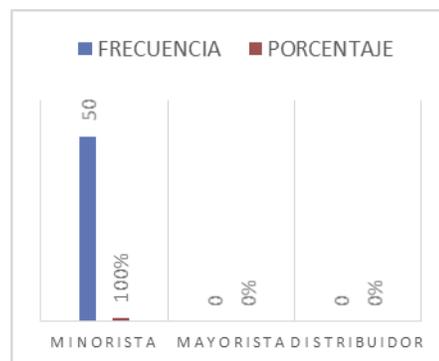
Análisis e interpretación de resultados: Del total de los encuestados, 5 de ellos, equivalente al 20%, expusieron que los productos son llevados a los clientes por medios propios, normalmente usan el transporte público. No usan alquiler de transporte; 14 de sus miembros, equivalente al 56%, manifestó que el cliente los viene a traer, refiriéndose sobre todo cuando se trata de un pedido. El 24% restante no respondió.

2.3.2 Resultados Obtenidos del Segmento Clientes

Pregunta No. 1: ¿Qué tipo de cliente es usted?

Tabla 2-16: Tipos de clientes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Minorista	50	100%
Mayorista	0	0%
Distribuidor	0	0%
TOTAL	50	100%



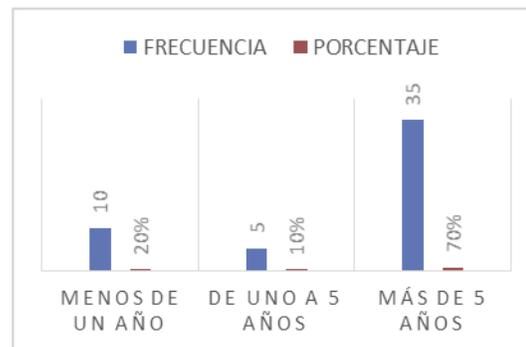
Gráfica 2.16: Tipos de clientes

Análisis e interpretación de resultados: De los 50 clientes encuestados, el 100% son minoristas (aquí se clasifican también los turistas, ya que no compran en volumen, sino en gusto y preferencia), es decir que venden al detalle los productos que adquieren de los artesanos gualaceños. No hay mayoristas ni distribuidores en el periodo de investigación de campo, el cual fue durante dos semanas seguidas.

Pregunta No. 2: ¿Cuánto tiempo tiene de ser cliente de los artesanos gualaceños?

Tabla 2-17: Tiempo de fidelidad del cliente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de un año	10	20%
De uno a 5 años	5	10%
Más de 5 años	35	70%
TOTAL	50	100%



Gráfica 2.17: Tiempo de fidelidad del cliente

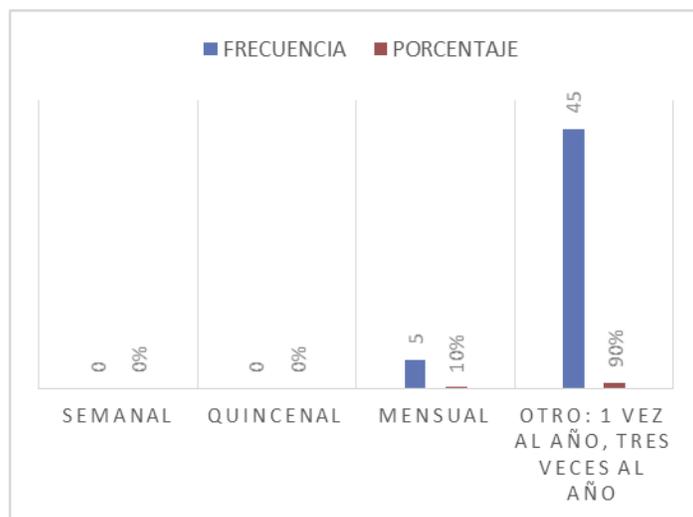
Análisis e interpretación de resultados: La mayoría de los clientes, equivalente al 70% de la población encuestada, tienen más de cinco años de hacer negocios con los artesanos gualaceños. El

20% de los encuestados, es decir 10 clientes les han comprado desde menos de un año; el 10% restante tiene de 1 a 5 años de adquirir productos.

Pregunta No. 3: ¿Con qué frecuencia le compra productos a los artesanos gualaceños?

Tabla 2-18: Frecuencia de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	5	10%
Otro: 1 vez al año, tres veces al año	45	90%
TOTAL	50	100%



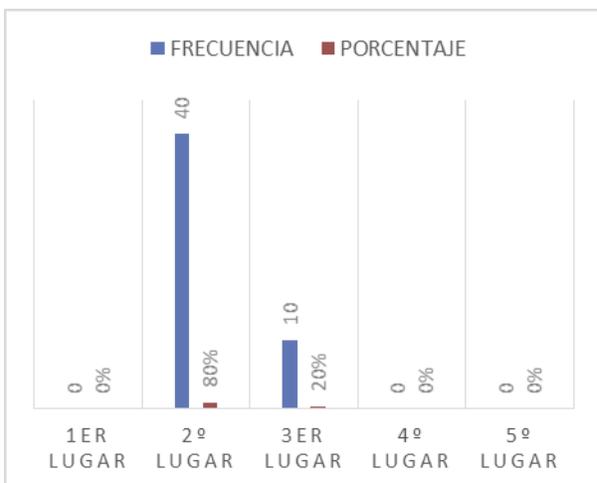
Gráfica 2.18: Frecuencia de compra

Análisis e interpretación de resultados: Cuarenta y cinco clientes, representados por el 90%, adquieren productos de los artesanos gualaceños una a tres veces al año y lo hacen en temporadas de gran demanda en el mercado. El 10% de los clientes dicen que lo hacen mensualmente.

Pregunta No. 4: ¿Por qué le compra productos a los artesanos gualaceños?

Tabla 2-19: Preferencia por el precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1er Lugar	0	0%
2º Lugar	40	80%
3er Lugar	10	20%
4º Lugar	0	0%
5º Lugar	0	0%
TOTAL	50	100%

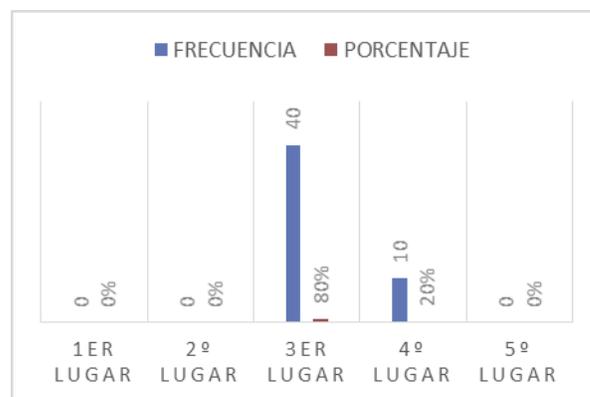


Gráfica 2.19: Preferencia por el precio

Análisis e interpretación de resultados: El 40% coincide de que por el precio acude a Gualaceo en segundo lugar y el 10% lo coloca que lo visita por esta misma razón en el tercer lugar.

Tabla 2-20: Frecuencia de compra por la calidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1er Lugar	0	0%
2º Lugar	0	0%
3er Lugar	40	80%
4º Lugar	10	20%
5º Lugar	0	0%
TOTAL	50	100%



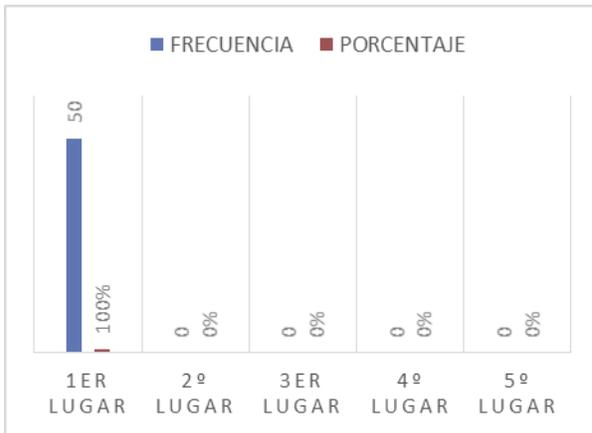
Gráfica 2.20: Frecuencia de compra por la calidad

Análisis e interpretación de resultados: Los encuestado responden que el 80% elige comprar en Gualaceo por la calidad en tercer lugar; siendo el 20% los que lo eligen en el cuarto lugar.

Tabla 2-21: Motivo de compra por la variedad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1er Lugar	50	100%
2º Lugar	0	0%
3er Lugar	0	0%

4º Lugar	0	0%
5º Lugar	0	0%
TOTAL	50	100%

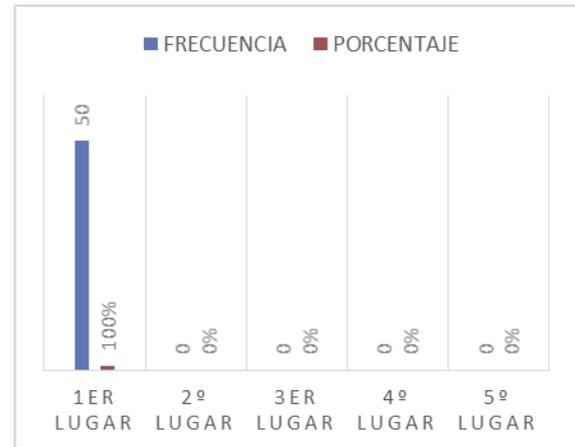


Gráfica 2.21: Motivo de compra por la variedad

Análisis e interpretación de resultados: Todos los encuestados coincidieron que la variedad en productos textiles como macanas, chales y otros, le distingue del resto.

Tabla 2-22: Frecuencia de compra por la disponibilidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1er Lugar	50	100%
2º Lugar	0	0%
3er Lugar	0	0%
4º Lugar	0	0%
5º Lugar	0	0%
TOTAL	6	100%

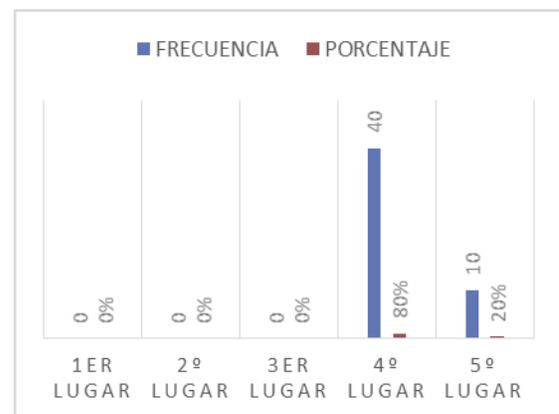


Gráfica 2.22: Frecuencia de compra por la disponibilidad

Análisis e interpretación de resultados: Los encuestados coincidieron el 100% en que una de las características que les llama la atención de este sector es por la disponibilidad del producto.

Tabla 2-23: Frecuencia de compra por el servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1er Lugar	0	0%
2º Lugar	0	0%
3er Lugar	0	0%
4º Lugar	40	80%
5º Lugar	10	20%
TOTAL	50	100%



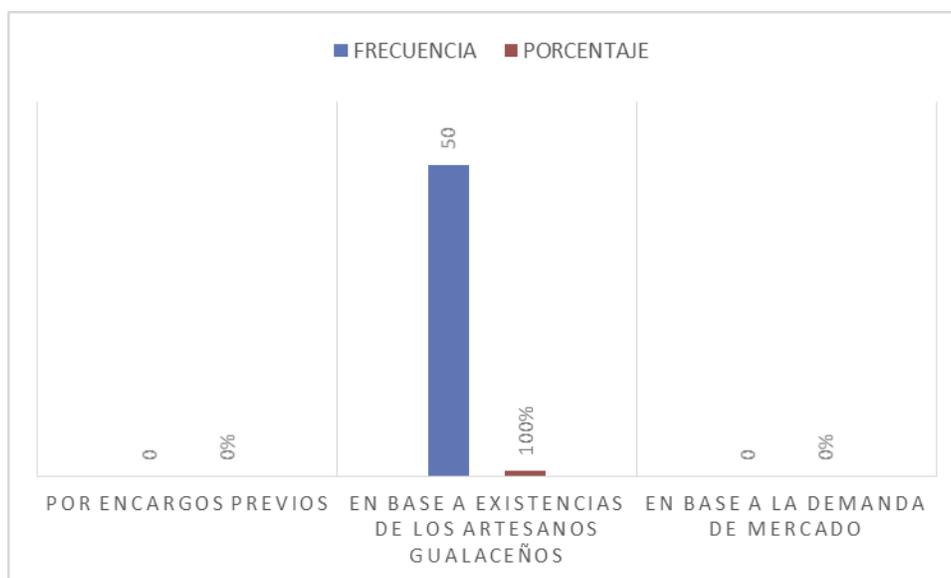
Gráfica 2.23: Frecuencia de compra por el servicio

Análisis e interpretación de resultados: Para los clientes que se encuesta, el buen servicio es fundamental, por lo que opinan el 40% que el servicio no están bueno. El otro 10% lo deja en el último lugar.

Pregunta No. 5: ¿Cómo hace sus compras a los artesanos gualaceños?

Tabla 2-24: ¿Cómo es la compra a los artesanos gualaceños?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por encargos previos	0	0%
En base a existencias de los artesanos gualaceños	50	100%
En base a la demanda de mercado	0	0%
TOTAL	50	100%



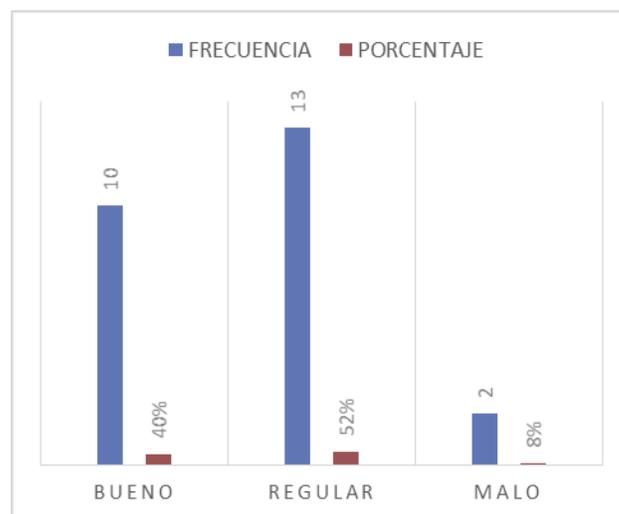
Gráfica 2.24: ¿Cómo es la compra a los artesanos gualaceños?

Análisis e interpretación de resultados: La totalidad de los clientes representados por un 100%, hacen sus compras a los artesanos gualaceños en base a la existencia de productos que al momento de hacer la compra.

Pregunta No. 6: ¿Cómo considera el servicio que le brinda los artesanos gualaceños?

Tabla 2-25_ Calificación del servicio de los artesano

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	10	40%
Regular	13	52%
Malo	2	8%
TOTAL	25	100%



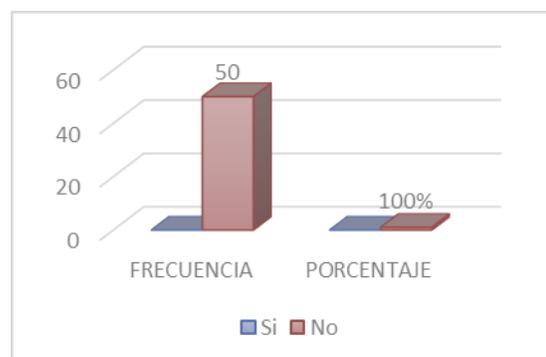
Gráfica 2.25: Calificación del servicio de los artesanos

Análisis e interpretación de resultados: El 52% de los clientes, consideran el servicio de los artesanos hacia ellos como regular y manifestaron que una de las razones de esto se debe a que sus miembros no están dispuestos a negociar precios cuando les compran en grandes cantidades. El 40% considera que recibe un buen servicio por parte de los artesanos. Y solo el 8% opina que es malo el servicio.

Pregunta No. 7: ¿Tiene un Plan de compras establecido con los artesanos gualaceños?

Tabla 2-26: El cliente tiene plan de compras

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	50	100%
TOTAL	50	100%



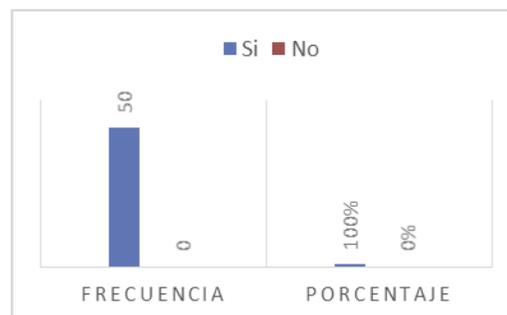
Gráfica 2.26: El cliente tiene plan de compras

Análisis e interpretación de resultados: El total de la población no cuenta con un plan de compras en el sector textil

Pregunta No. 8: ¿Es su único proveedor los artesanos de Gualaceo?

Tabla 2-27: Proveedores artesanos son los únicos del sector textil-macanas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	100%
No	0	0%
TOTAL	50	100%



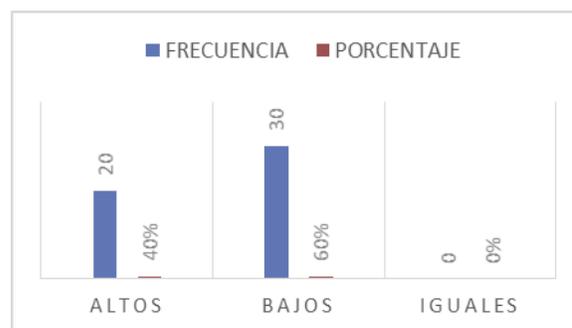
Gráfica 2.27: Proveedores artesanos son los únicos del sector textil-macanas

Análisis e interpretación de resultados: Todos los encuestados coincidieron de que conocen a los artesanos del cantón Gualaceo como los únicos productores que realizan estas artesanías.

Pregunta No. 9: ¿Cómo considera los precios de los artesanos respecto a otros productores?

Tabla 2-28: Comparativo de precios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altos	20	40%
Bajos	30	60%
Iguales	0	0%
TOTAL	50	100%



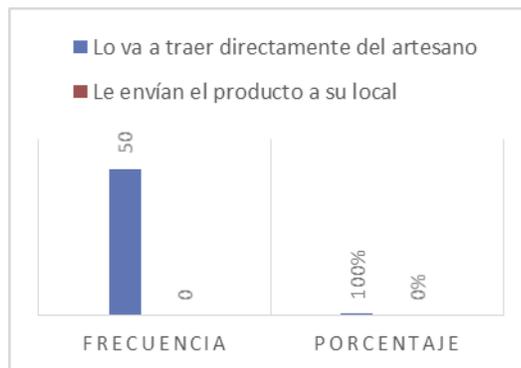
Gráfica 2.28: Comparativo de precios

Análisis e interpretación de resultados: La mayoría de los clientes, 60%, considera que los precios de los artesanos gualaceños son bajos. El 40% los considera altos.

Pregunta No. 10: ¿Qué procedimiento usa para su compra?

Tabla 2-29: Procedimiento de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lo va a traer directamente del artesano	50	100%
Le envían el producto a su local	0	0%
TOTAL	50	100%

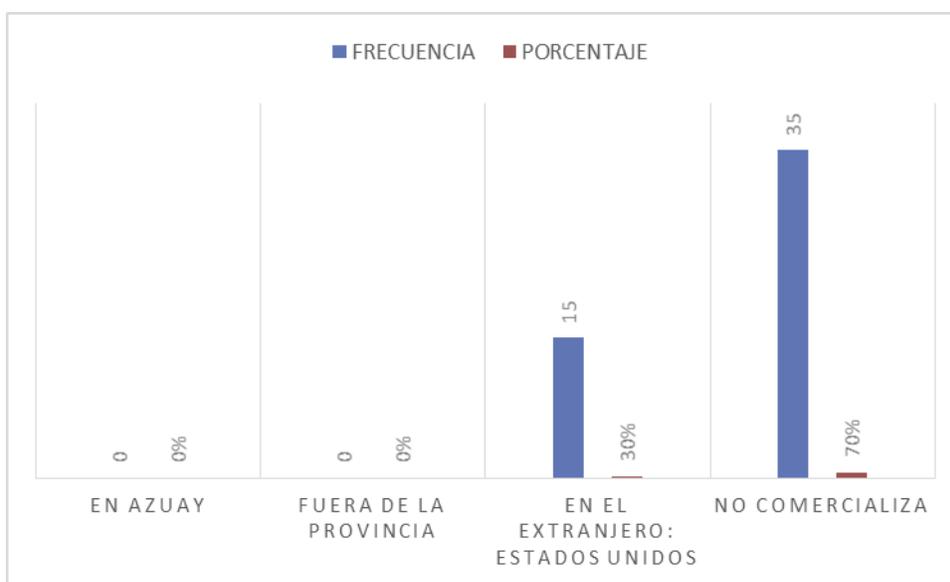


Gráfica 2.29: Procedimiento de compra

Análisis e interpretación de resultados: El cuadro y el gráfico reflejan que el 100% de los encuestados van a traer los productos directamente del artesano.

Pregunta No. 11: De ser el caso, ¿Dónde comercializa los productos que adquiere de los artesanos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En Azuay	0	0%
Fuera de la provincia	0	0%
En el extranjero: Estados Unidos	15	30%
No comercializa	35	70%
TOTAL	50	100%



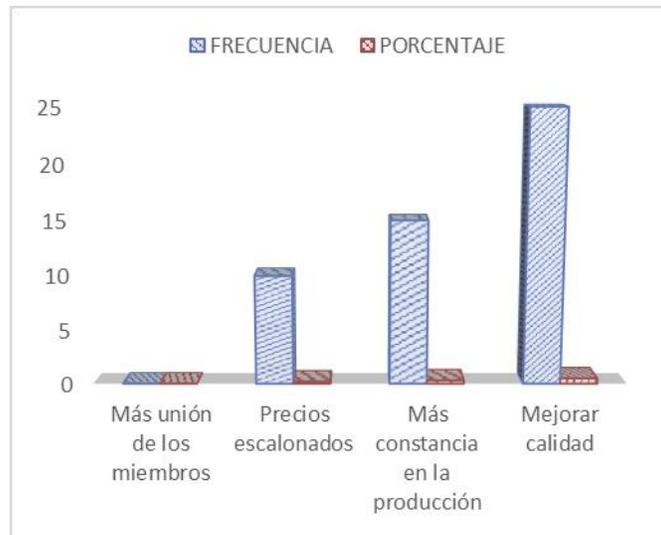
Gráfica 2.30: Comercialización de los productos

Análisis e interpretación de resultados: El 70% no comercializa las artesanías; un 30% restante exporta dichos productos a algunas ciudades de Estados Unidos y Canadá.

Pregunta No. 12: ¿Qué recomendaciones les daría a los artesanos de macanas para mejorar su servicio?

Tabla 2-30: Recomendaciones para mejorar el servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Más unión de los miembros	0	0%
Precios escalonados	10	20%
Más constancia en la producción	15	30%
Mejorar calidad	25	50%
TOTAL	50	100%



Gráfica 2.31: Recomendaciones para mejorar el servicio

Análisis e interpretación de resultados: El 50% opina que debe mejorar la calidad de los productos; el 30% en cambio dice que tiene que ser más constante la producción y el 20% opina que los precios deben ser escalonados.

2.3.3 Limitaciones de la Investigación

- La escasa preparación de los artesanos, dificultó el acercamiento y el levantamiento de la información.
- Falta de claridad en la información brindada al principio por los artesanos.

CAPITULO III

3 Propuesta de un Sistema de gestión logística de la cadena productiva del sector textil de macanas de Gualaceo – Azuay

Luego de la recopilación, tabulación y análisis de la información, se sugiere que para masificar la producción, primero se debe establecer un sistema de gestión logística que permita optimizar la cadena productiva que actualmente se lleva de manera ineficiente. Dicho sistema dará mejores resultados si se lo hace en grupo o en mancomunidad, ya que así se podrá asignar roles específicos a cada uno de los miembros y todos saldrán beneficiados.

3.1 Objetivos del Diseño de un Sistema de Logística

Los objetivos planteados para aumentar la producción y potenciar la exportación en este sector, están orientados a:

- Proveer una guía para la planificación, organización, ejecución y control de los procesos que comprende un Sistema de Logística, facilitando a los artesanos de macanas del cantón Gualaceo, provincia del Azuay, mejorar la situación actual de sus operaciones.
- Definir las actividades, políticas, pasos a seguir y documentos que se aplicarán en cada uno de los procesos.

3.2 Alcance

El Sistema de Logística abarca la administración de cada uno de los procesos: desde la adquisición de materia prima y materiales, pasando por el

almacenamiento y control de inventario de éstos y del producto terminado, hasta llegar a la distribución y transporte de este último.

3.3 Personal Involucrado en el Sistema de Logística

- **Responsable de Compras:** es la persona encargada de la elaboración del presupuesto de compras, así como también de hacer las requisiciones de materia prima y materiales a los proveedores. Esta persona debe ser aquella que en la comunidad haya demostrado cualidades de gran conocedor sobre la materia prima como es el algodón, tientes, entre otros.
- **Encargado de Finanzas:** su función principal consiste en registrar en libros, las entradas y salidas de fondos monetarios, trabaja de manera directa con el responsable de compras; está a su cargo actividades como: elaboración del presupuesto general del grupo, tanto para compras, gastos e inversiones en un período de tiempo determinado.
- **Responsable de Ventas:** su actividad principal es llevar el control y registro de las ventas realizadas, lo cual es de mucha utilidad para definir las metas. También hace las negociaciones con clientes y se encarga de buscar nuevos mercados. Por otro lado, es quien tiene el contacto con el transportista para hacer llegar el producto terminado al cliente.
- **Encargado de Producción:** en base a las metas de ventas, formula un plan de producción, definiendo cantidades de materia prima y materiales a utilizar por cada tipo de producto. Así mismo, vela por el cumplimiento de dicho plan de producción.
- **Encargado de Bodega de Materia Prima:** es el responsable del control de entradas y salidas de materia prima y materiales, así como también de hacer las requisiciones al encargado de compras, de acuerdo a los niveles de inventarios.
- **Encargado de Bodega de Producto Terminado:** se encarga de realizar el inventario de producto terminado cada cierto tiempo, además es el

responsable de despachar la mercadería. También elabora y actualiza el catálogo de códigos de producto.

- **Proveedores:** empresas que se encargan de abastecer de materia prima y materiales necesarios para la producción de las Artesanías Textiles, de acuerdo a negociaciones previamente establecidas con el encargado de compras.
- **Transportista:** persona o empresa que lleva el producto final desde el almacén hasta el punto de venta, de aquí se lo entrega al cliente.
- **Cliente:** persona o empresa que compra los productos textiles elaborados en la Asociación.

3.4 Proceso de gestión de Suministros (Compras)

3.4.1 Objetivo

Administrar la información necesaria para la adquisición oportuna y a bajos costos de materia prima e insumos de excelente calidad, utilizados en la elaboración de las macanas.

3.4.2 Alcance

Comprende el suministro de materia prima e insumos, los mismos que provienen de las provincias: Azuay, Pichincha provenientes de empresas nacionales.

3.4.3 Definición de actividades del departamento o área

Las actividades que se proponen en este proceso son las siguientes:

1. Supervisión y control de requisiciones de compra:

- En donde deberán constar las especificaciones de volúmenes y detalle de materiales y materia prima necesarios para mantener niveles óptimos de inventarios.

2. Registrar información de proveedores:

- Realizar una comparación de precios, calidad y tiempos de entrega.

3. Negociar con proveedores:

- Con la finalidad de obtener insumos de buena calidad, al mejor precio y en el momento oportuno.

4. Orden de compra:

- Realizar el pedido al proveedor elegido, estableciendo cantidades, precios, tiempos de entrega y forma de pago.

5. Recepción de insumos:

- Verificar la orden de entrega con la orden de compra del producto.

6. Reclamo a proveedores:

- Informar al proveedor acerca de alguna inconsistencia en el pedido al momento de recibir la mercadería y gestionar con él su pronta resolución.

7. Registro en bodega:

- Registrar el material y materia prima ingresado a bodega.

Gráfica 3.1: Actividades del proceso de Gestión de Suministros

3.4.4 Políticas de Compras

Con la finalidad de cumplir los objetivos del proceso de Suministros, se deberá establecer políticas claras que garanticen una relación armoniosa entre los artesanos y sus proveedores.

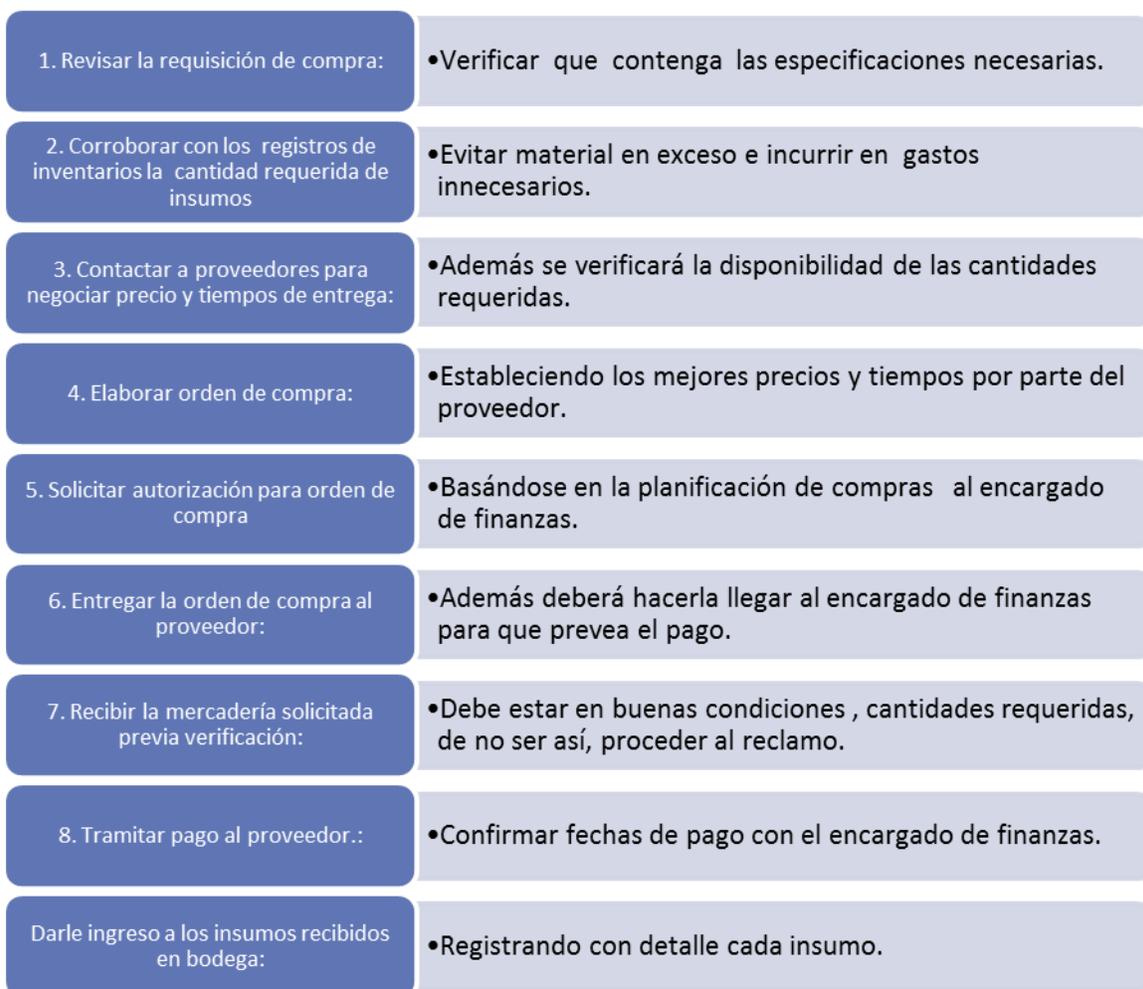
- Las compras de materias primas y materiales para la producción de artesanías textiles se canalizan a través de la persona encargada de gestionar las compras.
- Se debe informar con anterioridad al encargado de las finanzas sobre los

requerimientos y el costo aproximado, con la finalidad de garantizar los fondos monetarios que cubran dicha compra.

- Las compras de materias primas se realizaran de manera exclusiva y obligatoria a los proveedores seleccionados para tal fin.
- La negociación de las formas del pago a proveedores, se basará con tiempos estimados de mínimo 30 días y de ser posible con descuentos por pronto pago o pago al contado.
- Los reclamos a proveedores por cualquier inconveniente se gestionará en un período no mayor de 3 días hábiles, con la restricción de solución inmediata.
- Las compras se realizaran en base al presupuesto de compras, excepto cuando haya un incremento en la demanda, requiriéndose material que excede a lo presupuestado, en tal caso se solicitará la autorización respectiva al encargado de finanzas.
- El presupuesto de compras debe elaborarse para cada semestre del año, en base a un plan de producción.

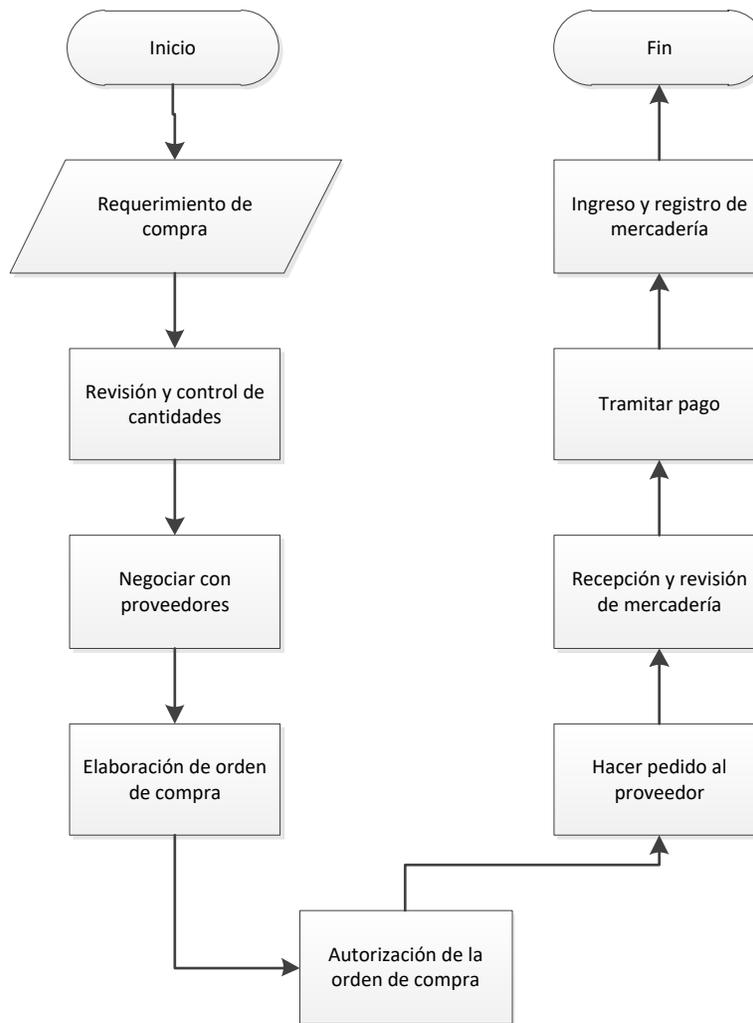
3.4.5 Proceso de Compras

Los pasos a seguir para el proceso de compras son los siguientes:



Gráfica 3.2: Actividades para el proceso de compra

3.4.6 Diagrama de Flujo



Gráfica 3.3: Proceso de compras

3.5 Documentos

Para facilitar la manipulación de los formularios originados en el proceso de compras.

1. Presupuesto de Compra: este documento lo elabora el encargado de compras de acuerdo al plan de producción.
2. Requisición de Compra: documento que lo elabora el encargado del proceso de Gestión de Almacenamiento, dirigido al encargado de compras. La identificación de este documento será en base a la fecha, código del producto.

3. Orden de Compra: se genera este documento por el encargado de compras, por medio del cual se hace el pedido al proveedor, verificando que este previamente autorizado por el encargado de finanzas.
4. Solicitud de pago a Proveedores: documento interno que se lo realiza en forma continua a la orden de compra, mismo que está dirigido al encargado de finanzas, anexando el documento de cobro, con el nombre del proveedor, número de factura o comprobante de crédito fiscal, monto a pagar y fecha de pago.

■

MANCOMUNIDAD DE ARTESANOS TEXTILES GUALACEÑOS

ORDEN DE COMPRA N° _____

Proveedor		Condiciones de pago	
Contacto		Condiciones de entrega	
Dirección		Fecha del pedido	
Teléfonos			
Fax			

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN DEL ARTÍCULO	PRECIO EN US \$	
			UNITARIO	TOTAL
			SUB TOTAL	
			IVA	
			TOTAL	

Encargado de Compras

Proveedor

Mancomunidad de Artesanos Textiles Gualaceños

SOLICITUD DE PAGO A PROVEEDORES

Unidad solicitante: _____ Fecha solicitud: __/__/____
Emitir cheque a favor de: _____
Para el día: _____ Por \$ _____
Valor en letras: _____ dólares
En cancelación de _____
comprobantes N°: _____
En concepto de: _____

CODIFICACION CONTABLE CENTRO USO FINANZAS
\$ Fecha de recibido:
\$ Hora de recibido:

Solicitante

Autorizado

Finanzas

3.6 Gestión de Almacén

3.6.1 Objetivo

Dotar a los artesanos de técnicas que optimicen el espacio físico, aplicando procedimientos adecuados para la recepción o registro, almacenamiento, custodia y salida de materias primas, materiales y producto terminado en bodega, lo que garantizará el buen estado, calidad y disponibilidad de los mismos; logrando optimizar los costes que se ocasionan por este proceso.

3.6.2 Alcance

Está orientado a la parte física de la bodega, asignando espacios determinados para materia prima y materiales, así como también para los productos terminados.

3.6.3 Diseño de la bodega de Almacenamiento

Una vez inspeccionado el espacio de las instalaciones, se propone las siguientes fases para la implementación de la bodega:



Gráfica 3.4: Fases de implementación de la bodega

3.6.4 Actividades

El proceso de almacenamiento comprende las siguientes actividades:

Recepción de materias primas y materiales:

- Se reciben dichos insumos comprobando lo físico con lo detallado en la nota de remisión o documento de cobro emitido por el proveedor. Se registra dicho ingreso en la hoja de entrada de materia prima y materiales a bodega.

Recepción de producto terminado:

- se ingresa en bodega la producción diaria de artesanías textiles, registrándola en la hoja de entrada de producto a bodega, para llevar control de las existencias de cada tipo de producto.

Ordenamiento de mercancías en bodegas:

- para un mejor control en ambas bodegas se asignan espacios y estantes para cada tipo de material y producto, ordenándolos por tamaños, colores, diseños, etc., lo cual facilite el acceso y preparación de los pedidos.

Codificación de Producto Terminado:

- elaborar un catálogo de códigos para identificar cada tipo de producto, dicho código se compone por 10 dígitos: los dos primeros son letras que indican el tipo de artesanía, estas letras son las iniciales del producto; los dos segundos son números e indican el diseño, los dos terceros la textura, los dos cuartos tamaño y los últimos dos el color.

Entrega de materias primas y materiales:

- preparación del pedido requerido para la producción de las artesanías, haciendo el descargo respectivo en los registros de las existencias en ésta bodega.

Entrega de producto terminado:

- recibir las solicitudes de producto, despacharlo:
 - 1) a la sala de ventas para ser vendido a consumidores finales,
 - 2) directamente a clientes mayoristas dentro de San Sebastián y
 - 3) al transportista que lo llevará a un cliente mayorista fuera de San Sebastián.

Seguridad en bodegas:

- elaborar programas de seguridad contra robos e incendios, colocar extintores, velar por la iluminación, limpieza, ventilación y orden.

Gráfica 3.5: Actividades del proceso de gestión de almacén

3.6.5 Políticas de Almacenamiento

Es necesario establecer una normativa clara que permita la consecución de los objetivos que persigue el artesano, para lo cual se proponen los siguientes lineamientos:

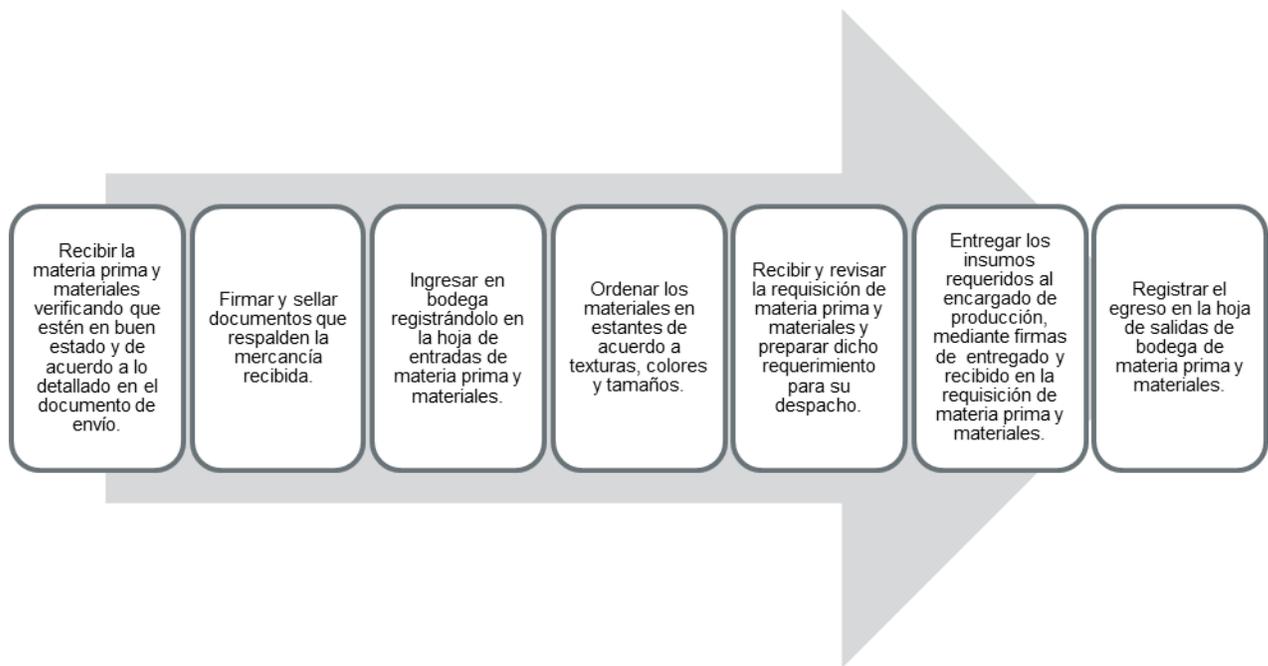
- El encargado de bodega antes de ingresar los diferentes insumos debe asegurarse que exista espacio suficiente para su correcto almacenaje.
- Se debe respaldar todos los ingresos y salidas de materiales y productos, empleando la documentación de entrega/recepción debidamente autorizados.
- Quienes autorizan los diferentes flujos de información son: los ingresos y egresos de materia prima y materiales el encargado de compras; las entradas de producto terminado el encargado de bodega, mientras que las salidas son autorizadas por el encargado de ventas.
- El producto terminado cuando ingresa a bodega se debe identificar con una viñeta que detalla el código, fecha de producción y fecha de ingreso a bodega.
- El encargado de bodega es el responsable de la custodia y manejo de la mercadería, haciendo cumplir las medidas de seguridad adecuadas.
- Se deberá realizar un control de inventario de manera periódica a cargo del encargado de la bodega debe realizar controles de inventario periódicamente.

3.6.6 Proceso de Almacenamiento

A continuación se detalla el proceso de almacenamiento para cada una de las bodegas:

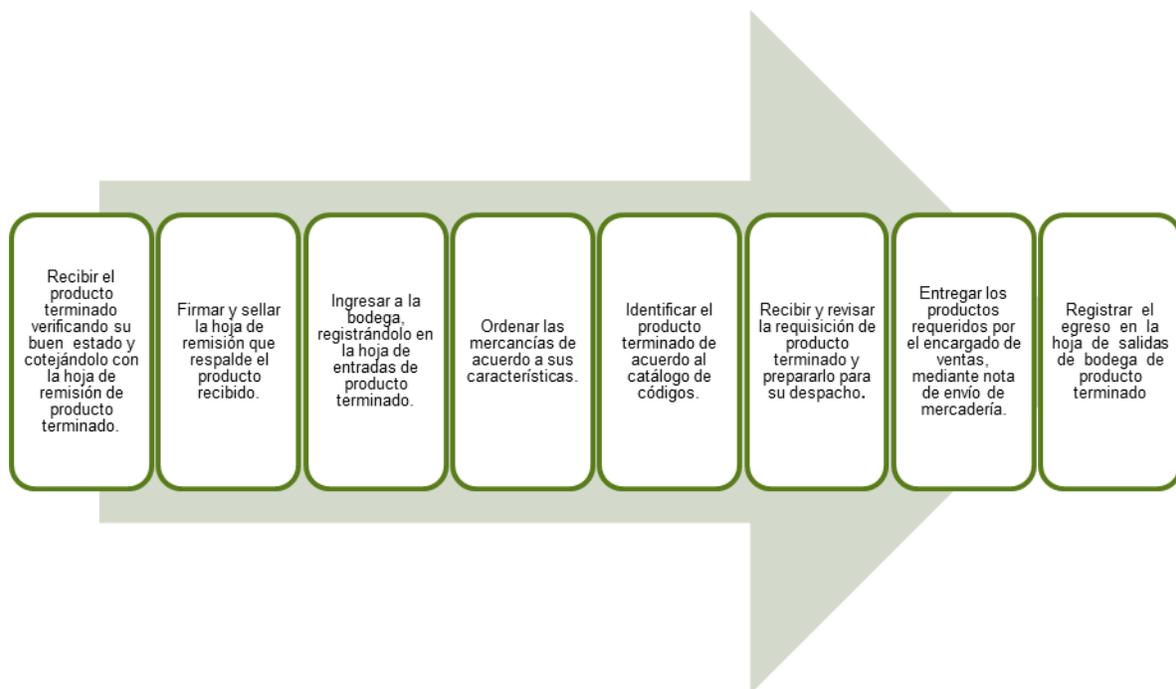
3.6.6.1 Proceso de Almacenamiento para Bodega de Materia Prima y Materiales

A continuación se detalla el proceso que debe seguir el encargado de bodega, cumpliendo fielmente cada uno de sus literales:



Gráfica 3.6: Proceso de bodega de materia prima e insumos o materiales

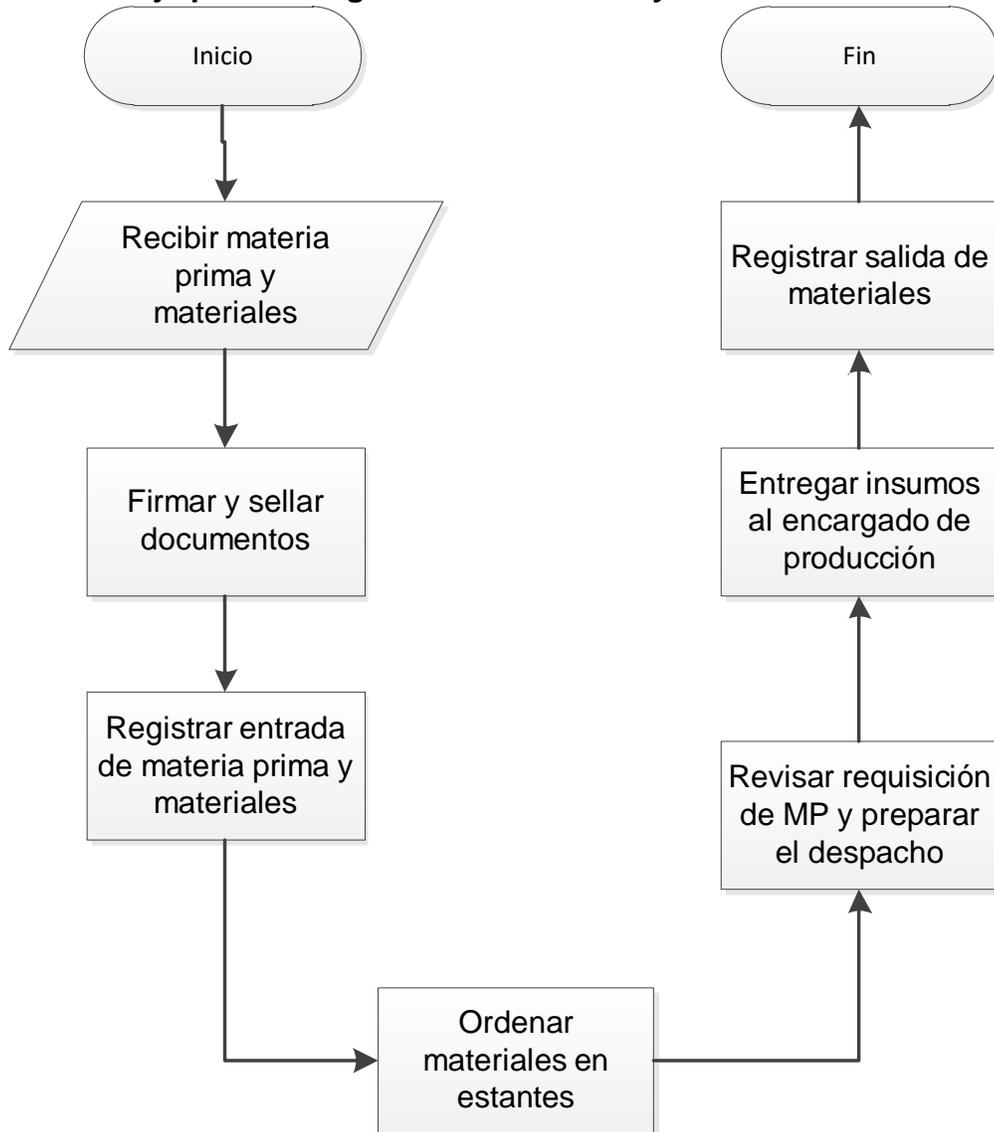
3.6.6.2 Proceso de Almacenamiento para Bodega de Producto Terminado



Gráfica 3.7: Proceso de bodega de productos terminados

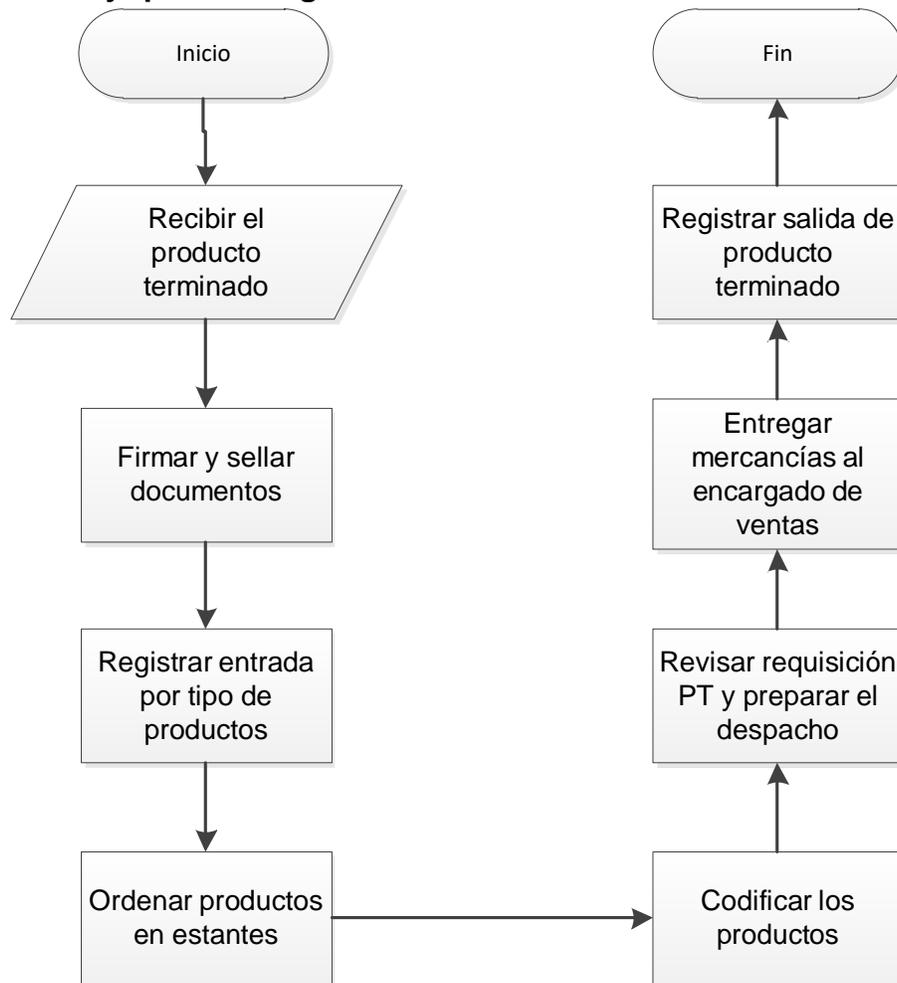
3.6.6.3 Diagrama de Flujo

Diagrama de Flujo para Bodega de Materia Prima y Materiales



Gráfica 3.8: Diagrama de flujo de bodega de materia prima y materiales

Diagrama de Flujo para Bodega de Producto Terminado



Gráfica 3.9: Diagrama de flujo terminado

3.6.7 Documentos

Los formularios originados en el proceso de Almacenamiento se detallan a continuación:

Hoja de entrada de Materia Prima y Materiales: el encargado de bodega es quien lleva el ingreso de insumos, consta de fecha, cantidad, unidad de medida y descripción del material recibido.

Hoja de salida de Materia Prima y Materiales: el encargado de bodega registra la salida de materia prima y materiales de la bodega, incluyendo en este documento: fecha, cantidad, unidad de medida y descripción de los mismos.

Hoja de Remisión de Producto Terminado: el encargado de producción registra la transacción con el encargado de bodega; documento que contiene las firmas de los involucrados, fecha, cantidad, tipo de producto, diseño, color, tamaño, textura.

Hoja de entrada de Producto Terminado: el encargado de bodega lleva a cabo el control interno, en donde registra el ingreso del producto terminado, indicando fecha, cantidad, código y descripción del producto.

Catálogo de Códigos: el encargado de bodega es quien maneja este listado de códigos, para identificar los productos, facilitando su ubicación y manejo dentro del inventario en la bodega de producto terminado, debe actualizarlo con la rotación del producto.

Hoja de salida de Producto Terminado: de igual manera, el encargado de bodega es quien registra la salida del producto terminado, indicando fecha, cantidad, código y descripción del producto.

Requisición de Producto Terminado: el encargado de ventas realiza este documento y lo dirige al encargado de bodega de producto terminado, solicitándole la mercadería, contiene fecha, destino (sala de venta o cliente), cantidad, código y descripción del producto, con las firmas respectivas de entregado y recibido

A continuación se hace constar los documentos de este proceso:

Nº : _____

ASOCIACIÓN DE ARTESANOS TEXTILES

HOJA DE SALIDA DE MATERIA PRIMA Y MATERIALES DE BODEGA

DIA _____ **MES** _____ **AÑO** _____

DESPACHADO DE BODEGA: _____

SE ENTREGA EN CALIDAD DE: _____

<i>CANTIDAD</i>	<i>UNIDAD DE MEDIDA</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>

OBSERVACIONES:

ELABORADO POR:

Encargado de Bodega de materia prima y materiales

No. _____

ASOCIACIÓN DE ARTESANOS TEXTILES

REMISION DE PRODUCTO TERMINADO

FECHA: _____

<i>CANTIDAD</i>	<i>PRODUCTO</i>	<i>DISEÑO</i>	<i>TAMAÑO</i>	<i>COLOR</i>	<i>TEXTURA</i>

ENTREGA

Encargado Producción

RECIBE

Encargado de Bodega de
Productos Terminados

N° _____

MANCOMUNIDAD DE ARTESANOS TEXTILES GUALACEÑOS

HOJA DE ENTRADA DE PRODUCTO TERMINADO A BODEGA

DIA _____ MES _____ AÑO _____

RECIBIDO EN BODEGA:

SE RECIBIÓ EN CALIDAD DE INGRESO DE:

<i>CÓDIGO DE PRODUCTO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>

OBSERVACIONES:

--

ELABORADO POR:

Encargado de Bodega de producto terminado

Nº _____

MANCOMUNIDAD DE ARTESANOS TEXTILES GUALACEÑOS

HOJA DE SALIDA DE PRODUCTO TERMINADO DE BODEGA

DIA	MES	AÑO
-----	-----	-----

DESPACHADO DE BODEGA: _____

SE ENTREGA EN CALIDAD DE: _____

<i>CÓDIGO DE PRODUCTO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>
OBSERVACIONES:		

ENTREGA
Encargado de Bodega de producto
terminado

RECIBE

No. _____

MANCOMUNIDAD DE ARTESANOS TEXTILES GUALACEÑOS

REQUISICIÓN DE PRODUCTO TERMINADO

DIA	MES	AÑO
------------	------------	------------

DESTINO SALA DE VENTAS: ____ **CLIENTE:** ____

CANTIDAD	CODIGO	DESCRIPCIÓN

OBSERVACIONES :

ENTREGA
Encargado de Ventas

RECIBE
Encargado de Bodega de
Productos Terminados

3.7 Inventarios

3.7.1 Objetivo

Proveer a los artesanos de macanas del cantón Gualaceo de la provincia del Azuay herramientas útiles para determinar las necesidades en cantidad y tiempo oportuno, de materias primas y materiales para la producción de artesanías textiles, así como también los requerimientos de producto terminado para satisfacer la demanda de los clientes.

3.7.2 Alcance

El proceso de Inventarios comprende la administración de insumos en bodega de materia prima y materiales, y de mercancías en bodega de producto terminado.

3.7.3 Actividades

La administración de inventarios se compone de las siguientes actividades:

- Conteo físico de materiales:**
 - se separa la materia prima de los materiales.
- Contar uno a uno los insumos:**
 - Es el registro de las cantidades existentes en la hoja de existencias de materia prima y materiales.
- Conteo físico de producto terminado:**
 - separar por tipo de productos, contar uno a uno las mercancías, registrando los resultados en la hoja de existencias de producto terminado.
- Revisar la requisición de materia prima y materiales:**
 - revisar las cantidades de insumos requeridos para la producción y proceder a hacer la descarga de los mismos en la hoja de salida de bodega.
- Revisar la requisición de producto terminado:**
 - revisar las cantidades de mercancías requeridas para sala de ventas o para clientes mayoristas, luego hacer la descarga de las mismas en la hoja de salida de bodega.
- Calcular la cantidad económica a pedir:**
 - determinar las unidades de materia prima y materiales a pedir.
- Elaborar la requisición de compra:**
 - solicitar las cantidades de materia prima y materiales, de manera que se mantengan los niveles óptimos de existencias.
- Determinar el stock de seguridad:**
 - Determinar el inventario eficientemente, de modo que haya disponibilidad de materias primas y materiales ante cualquier incremento de la demanda.

Gráfica 3.10: Actividades de Inventarios.

3.7.4 Políticas de Inventarios

El mantener los niveles óptimos de inventarios en las bodegas, depende de la aplicación de una normativa clara y fácil de implementar, por lo que se plantea las siguientes políticas:



3.7.5 Proceso de Inventarios

La administración de inventarios para cada bodega se realiza siguiendo los pasos que a continuación se presentan:

3.7.5.1 Administración de inventario de bodega de materia prima y materiales.

- Contar uno a uno los materiales existentes en bodega.
- Registrar las cantidades, especificando unidades, tipo de material, tamaño, color y textura de los insumos.
- Recopilar todas las requisiciones de materia prima y materiales recibidas en el mes y totalizarlas.
- Comparar el total de lo solicitado en las requisiciones con el total de lo registrado en la hoja de salida de materia prima y materiales durante el mes, éstos tienen que ser iguales. De no ser así, reiniciar el proceso en el paso 1°.
- Comparar resultados con el nivel óptimo de existencias.
- Si las existencias son igual o mayor al nivel óptimo, finaliza el proceso registrando los resultados en el informe de inventarios.
- Si las existencias son menores al nivel óptimo, se procede al 8° paso.
- Determinar la cantidad económica a pedir.
- Elaborar la requisición de compra, dirigida al encargado de compras.
- Recibir y registrar los materiales ingresados a bodega.

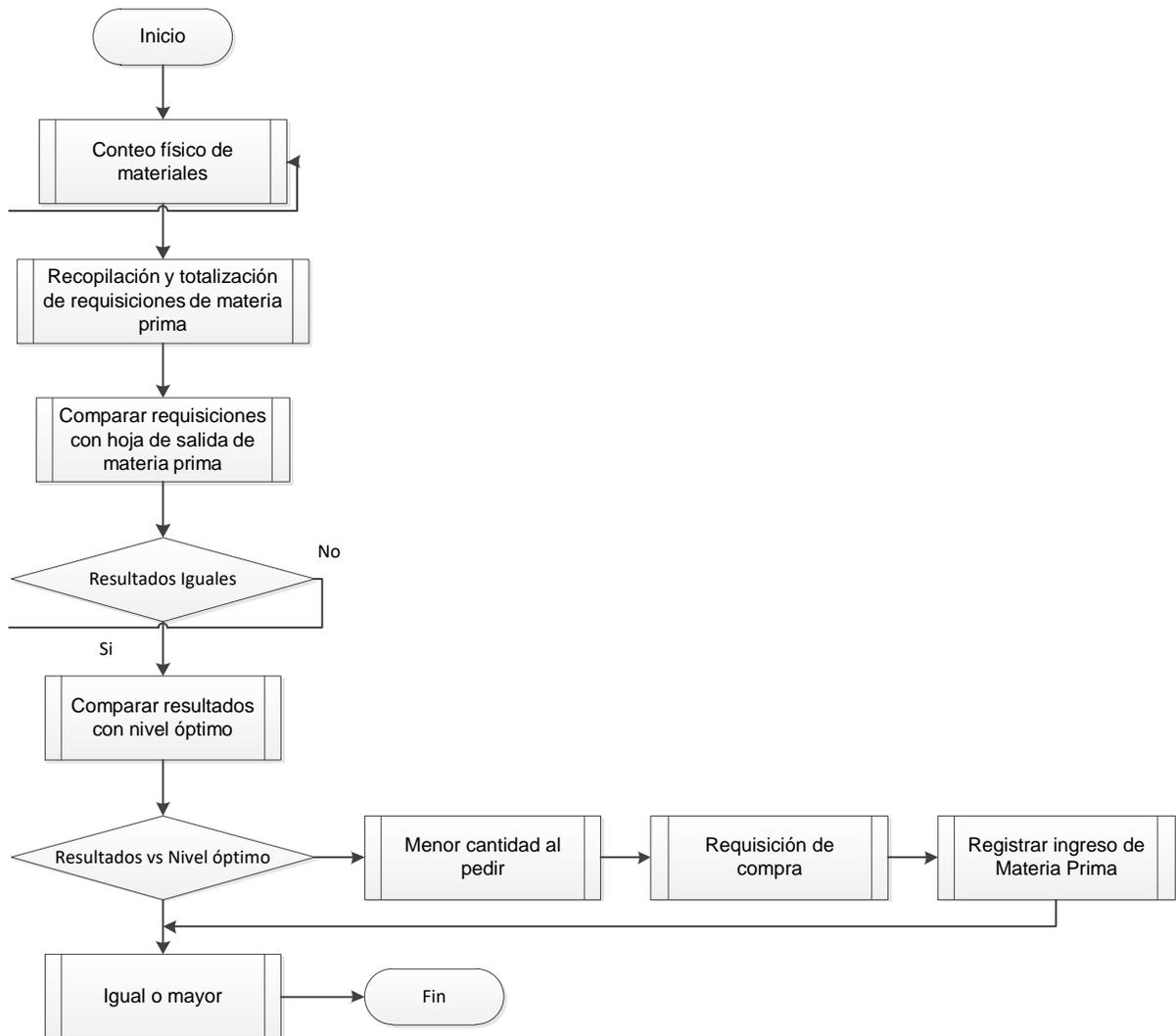
3.7.5.2 Administración de inventario de bodega de producto terminado.

- Detallar uno a uno los productos existentes en bodega.
- Registrar las cantidades, especificando cantidades, código y descripción del producto.
- Condensar todas las requisiciones de producto terminado y totalizarlas; proceso que deberá cumplirlo cada quince días
- Cotejar lo solicitado en las requisiciones con lo registrado en la hoja de salida de producto terminado durante los últimos quince días (deben ser iguales); al no ocurrir esto se debe iniciar nuevamente el proceso.
- Recopilar las remisiones de producción recibidas en los últimos quince días y totalizarlas.
- Comparar la cantidad de producto recibido con lo registrado en la hoja de entrada de producto terminado a bodega durante los últimos quince días, ambos datos deben ser iguales.
- Preparar el informe de inventario y presentarlo al encargado de finanzas.

3.7.6 Diagrama de Flujo

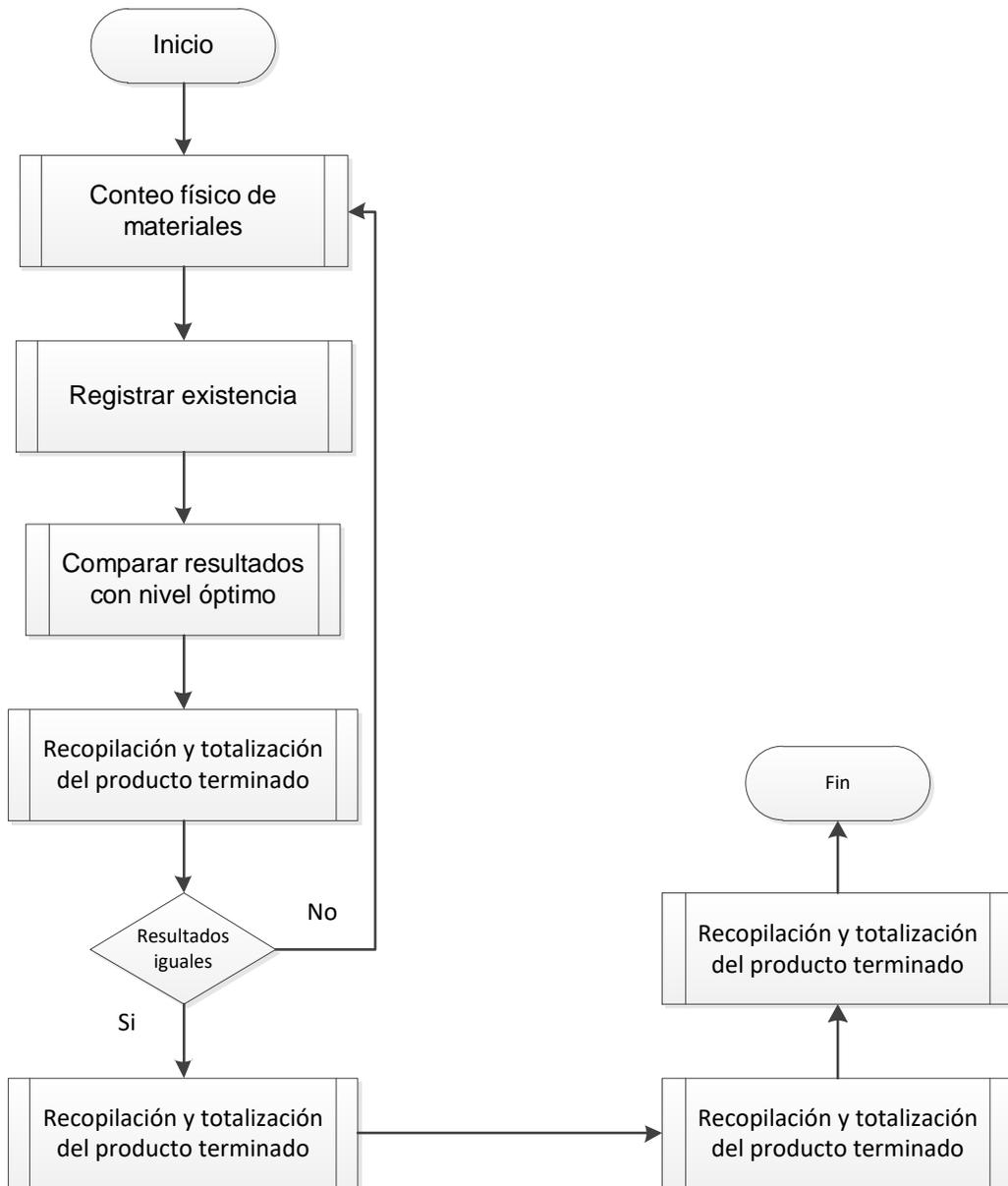
Para que el proceso de Inventarios se fácil de llevar, a continuación se presentan los diagramas de flujo que rigen estas actividades:

3.7.6.1 Diagrama de Flujo para la administración de inventario de bodega de materia prima y materiales.



Gráfica 3.11: Diagrama de Flujo para la administración de inventario de bodega de materia prima y materiales

3.7.6.2 Diagrama de Flujo para la administración de inventario de bodega de producto terminado.



3.7.7 Documentos

Los formularios originados en el proceso de Inventarios se detallan a continuación:

- **Hoja de existencias de materia prima y materiales:** lo elabora el encargado de bodega de materia prima y materiales, lo autoriza el encargado de compras, cuando hay faltantes en inventario se requerirá la autorización del encargado de finanzas. En este documento se registra las cantidades de insumos en existencia, con todas las especificaciones de cada uno de ellos. Este proceso se lo realiza cada vez que se realiza el inventario en esta bodega.
- **Hoja de existencias de producto terminado:** lo elabora el encargado de bodega de producto terminado, lo autoriza el encargado de ventas, cuando hay faltantes en inventario se requiere la autorización del encargado de finanzas. En ésta se registran las cantidades de mercancías en existencia, con todas las especificaciones de cada una de ellas. Cada vez que se realiza el inventario en la bodega se debe llenar esta hoja.
- **Informe de inventarios:** el encargado de bodega realiza este reporte por cada inventario realizado de cada uno de los almacenes: bodega Materia Prima y bodega de Producto Terminado.
- **Requisición de compra:** se lo presenta en el proceso de Gestión de Suministros.

3.8 Distribución y Transporte

3.8.1 Objetivo

Desarrollar una guía que contribuya a que los artesanos de macanas del cantón Gualaceo de la provincia del Azuay amplíen sus canales de distribución y a la vez, propongan mecanismos de transporte que facilite el envío de sus artesanías a los clientes.

3.8.2 Alcance:

El presente proceso se lo aplica en la distribución y transporte de mercancías a los puntos de venta dentro de Gualaceo, Cuenca y a nivel nacional.

3.8.3 Actividades

La distribución y transporte comprende las siguientes actividades:

Recepción de requisición de producto terminado:

- recibir y revisar las requisiciones de mercancías ya sea para ser distribuidas en Sala de Ventas o para ser enviadas a un cliente mayorista.

Preparación de mercancía a ser despachada:

- cuando el producto es solicitado para ser distribuido en sala de ventas, identificado con los códigos. Para enviar producto a un cliente mayorista, se coloca primero en bolsas plásticas y después en cajas de cartón, debidamente rotuladas.

Elaboración de nota de envío:

- se elabora una nota de envío con los datos del cliente y las especificaciones del producto a despachar
- a ser distribuido a un cliente mayorista, en los datos del cliente se especifica que es para sala de ventas.

Determinar el plan de distribución y transporte:

- Definir una cartera de clientes, estableciendo fechas de entrega y rutas de transporte.

Elaborar formato de control de entregas:

- Registrar el producto y el número de factura.

Selección y costo del tipo de transporte:

- de acuerdo al volumen del pedido, se selecciona el medio de transporte a utilizar.

Acomodo del producto en el medio de transporte:

- coordinar el mejor ordenamiento de la mercadería dentro del transporte elegido para aprovechar al máximo el espacio.

Gráfica 3.12: Actividades del proceso de Distribución y Transporte

3.8.4 Políticas de Distribución y Transporte

Las políticas a seguir para garantizar el buen manejo de la mercadería en tránsito son:

- Las artesanías como la Macana, deberá ir cuidadosamente doblada y

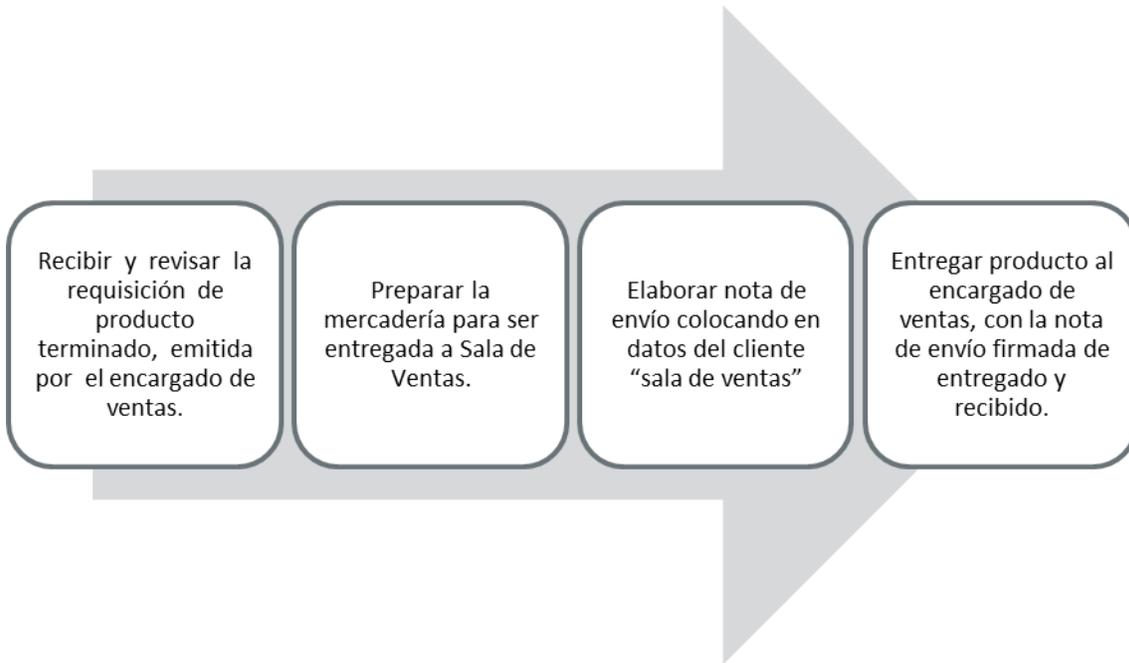
deposita en fundas plásticas ya establecidas.

- Se utilizarán cajas, si son más de media docena las macanas que llevará el cliente, previamente embolsadas; las medidas de las cajas para empacar las macanas son de 45 cms. de ancho x 50 cms. de largo x 35 cms. de alto.
- Las notas de envío para clientes mayoristas las maneja el encargado de ventas, el mismo que las que gestiona hacia el punto de ventas.
- Cuando las artesanías van a puntos de distribución fuera de la localidad, es responsabilidad del transportista gestionar el cobro inmediato en aquellos casos en que la mercadería es facturada bajo las condiciones de pago de contado.
- La nota de envío debe ir siempre acompañada de la factura.
- El encargado de bodega entrega la mercadería a satisfacción del cliente en la oficina de envíos, para obtener de éste las firmas y sellos respectivos.

3.8.5 Proceso de Distribución y Transporte

El proceso de distribución y transporte de las artesanías textiles tiene como pasos, a los siguientes:

3.8.5.1 Para Sala de Ventas:



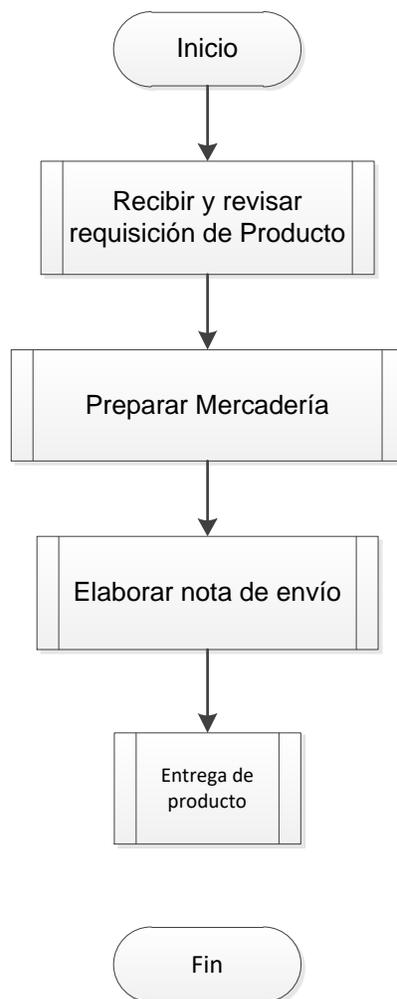
3.8.5.2 Para Clientes Mayoristas:

- Recepción y control de la requisición de producto terminado, previamente autorizada por el encargado de ventas.
- Despacho de la mercadería con en base a los requerimientos, adjuntando la nota de envío.
- Remitir el documento respectivo al encargado de ventas y darlo a conocer al encargado financiero.
- Determinar la ruta y medio de transporte idóneo para transportar el pedido.
- Contactar al transportista y solicitar sus servicios.
- Entregar el producto en las oficinas de acopio de encomiendas del transportista con su respectiva documentación.
- Acomodar el producto en el medio de transporte.

- Transportar la mercancía basándose en la ruta previamente establecida.
- Entregar el producto verificando que esté de acuerdo a lo detallado en la nota de envío y sea de la satisfacción del cliente.

3.8.6 Diagrama de Flujo

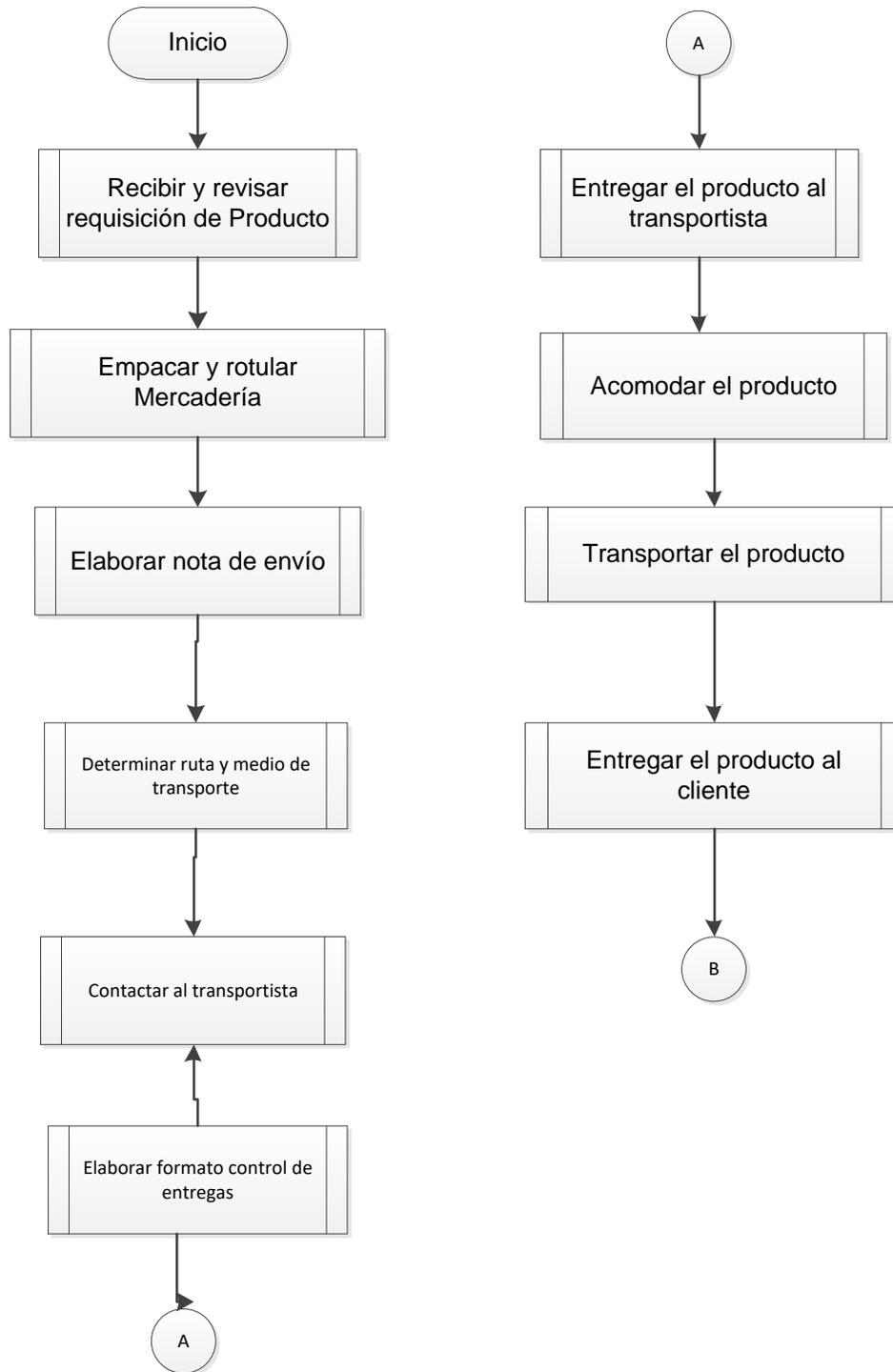
3.8.6.1 Despacho a sala de ventas

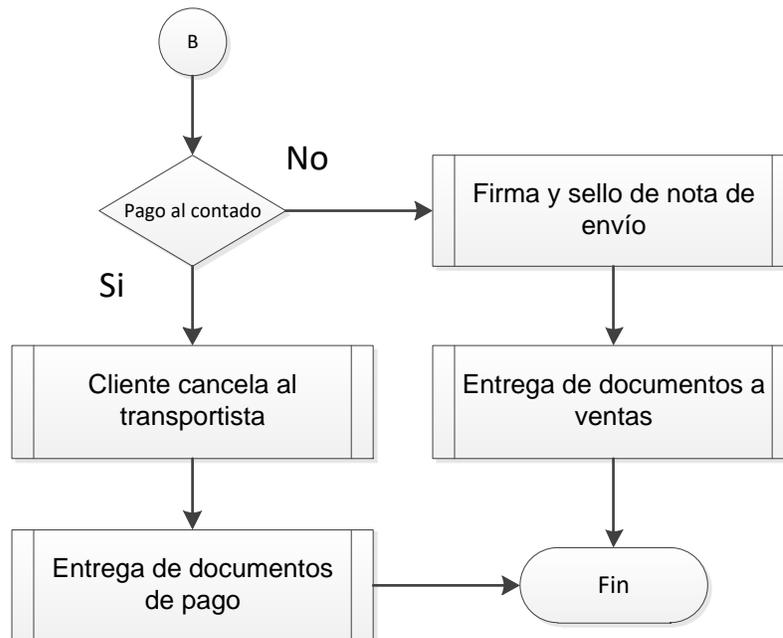


Gráfica 3.13: Diagrama de despacho a la sala de ventas

Fin

3.8.6.2 Despacho a clientes mayoristas





Gráfica 3.14: Despacho a clientes mayoristas

3.8.7 Documentos

Los formularios originados en el proceso de Distribución y Transporte se listan a continuación:

- **Formato de control de entrega de producto:** es la ruta del transportista para corroborar las entregas de mercancías.
- **Documento de cobro o Factura:** es la factura que contiene los datos del cliente, cantidad, código, descripción, precio unitario y precio total del producto que está siendo despachado.
- **Nota de envío de mercadería:** se utiliza para la entrega de mercadería que requiera ser transportada a un cliente mayorista, en éste se especifican datos del cliente, cantidad, código y descripción de producto, fecha de entrega, forma de pago, firma y nombre de quien recibe.

- **Requisición de producto terminado:** permitirá monitorear el proceso de Almacenamiento.

MANCOMUNIDAD DE ARTESANOS TEXTILES GUALACEÑOS

Nº _____

CONTROL DE ENTREGA DE MERCADERIA

Motorista _____
Vehículo _____
de BPT Placa _____
Entrada a BPT _____

Fecha: ____ / ____ / ____
Hora de Salida _____
Hora de _____

CLIENTE	Nº NOTA DE ENVIO	Nº FACTURA / CCF	CONDICION DE PAGO	HORA LLEGADA	HORA SALIDA	FIRMA DEL CLIENTE

Firma Motorista

Firma Encargado BPT

Firma Encargado Vtas.

MANCOMUNIDAD DE ARTESANOS TEXTILES GUALACEÑOS

FACTURA Nº _____
 Nº de pedido _____

FACTURA

Ciente

Nombre _____ Fecha _____
 Teléfono _____ email _____

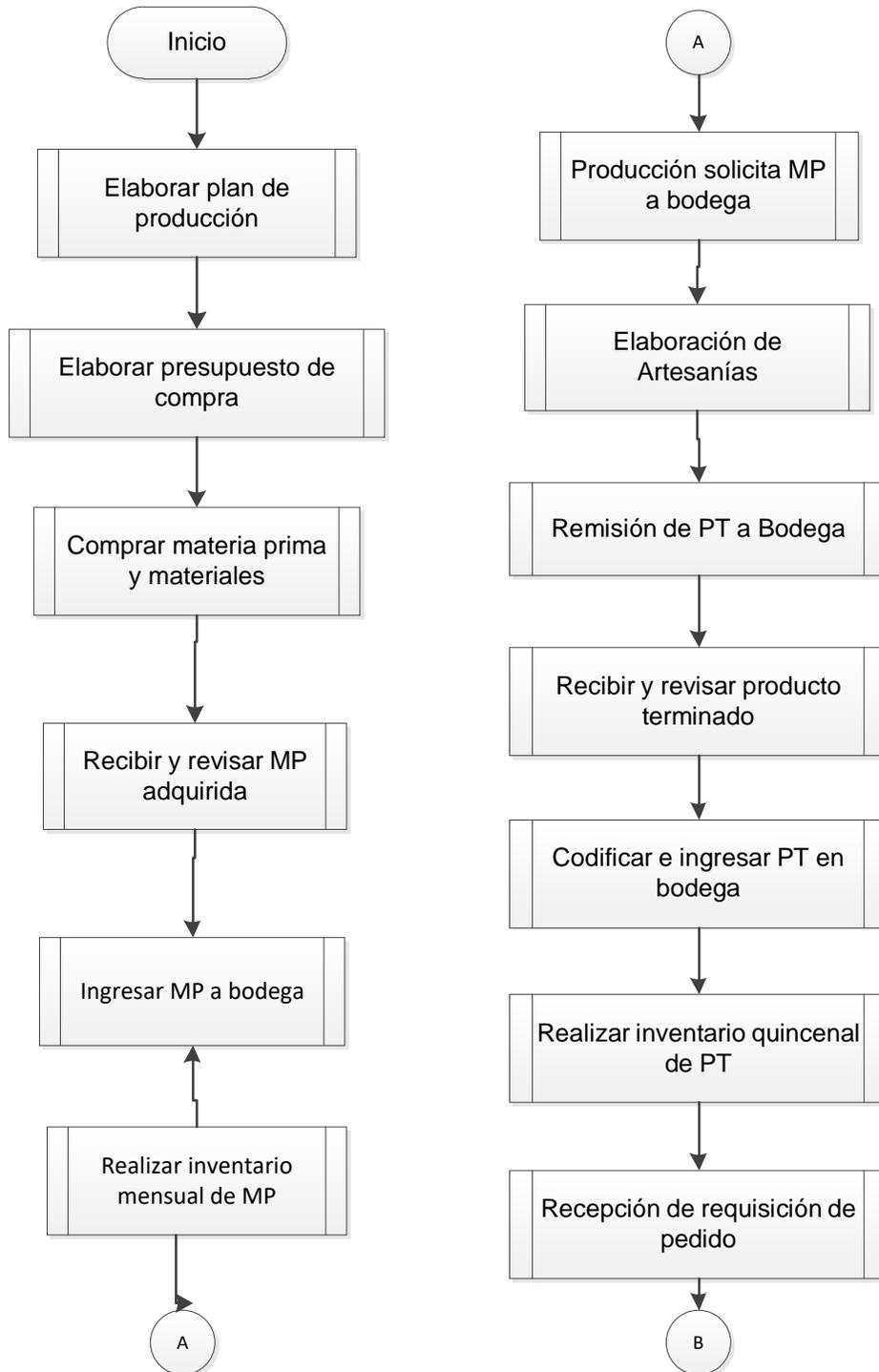
Cantidad	Código	Descripción	Precio Unitario	TOTAL

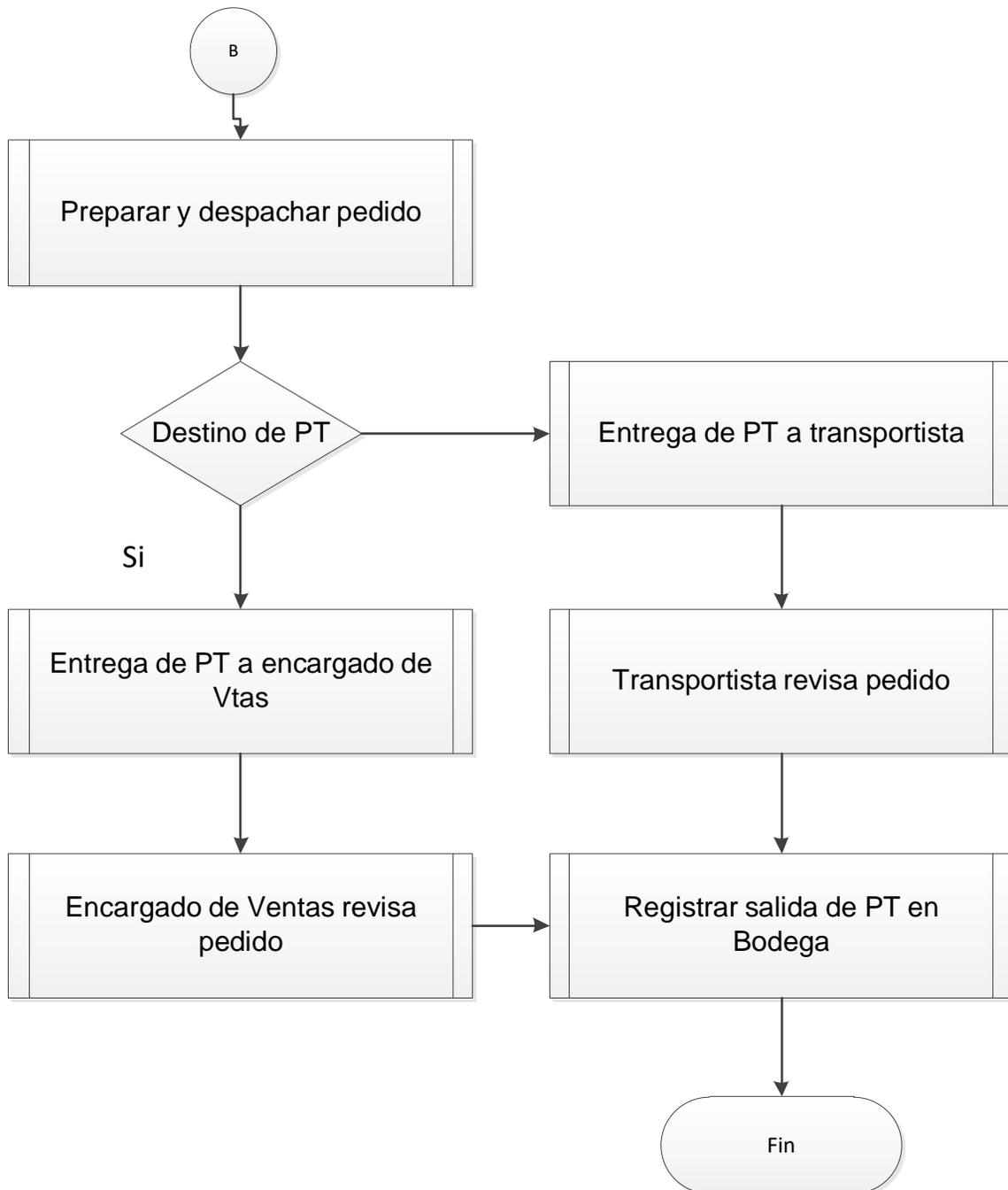
Forma de pago <input type="checkbox"/> Efectivo <input type="checkbox"/> Con cheque <input type="checkbox"/> Crédito: 30__; 45__; 60 __	Subtotal	_____
	Iva	_____
	Descuento	_____
	Total	_____

Entregado por		Recibido por	
Nombre _____	Nombre _____	Nombre _____	Nombre _____
Firma _____	Firma _____	Firma _____	Firma _____
Sello _____	Sello _____	Sello _____	Sello _____

MANCOMUNIDAD DE ARTESANOS TEXTILES GUALACEÑOS				
FACTURA Nº _____				
Nº de pedido _____		<i>Nota de Envío</i>		
Ciente				
Nombre _____		Fecha _____		
Teléfono _____		email _____		
Cantidad	Código	Descripción	Precio Unitario	TOTAL
Forma de pago <input type="checkbox"/> Efectivo <input type="checkbox"/> Con cheque <input type="checkbox"/> Crédito: 30__; 45__; 60 __			Subtotal	
			Iva	
			Descuento	
			Total	
Entregado por		Recibido por		
Nombre _____		Nombre _____		
Firma _____		Firma _____		
Sello _____		Sello _____		

3.9 Diagrama de Flujo del Sistema de Logística





Gráfica 3.15: Diagrama de flujo del sistema logístico

3.10 Instalaciones

Para seleccionar una edificación que brinde las condiciones necesarias para que funciones como una empresa artesanal de textiles, se debe considerar aspectos como:

- Por espacio y ventilación se tiene que destinar un taller que albergue al menos dos telares.
- Se deberá proveer, así mismo de al menos una oficina, en donde funcione el área financiera y la administración de todo el sistema.
- Una bodega que posea excelente ventilación y sea accesible sea para los procesos de producción o para los de ventas/compras.
- El punto de venta deberá estar ubicado en la parte frontal de la empresa, debidamente equipada con estantes y vitrinas.

3.11 Operaciones

- Establecer los horarios de trabajo en los telares, así como los de atención al público. Colocarlos en un lugar visible, para relacionar a los clientes con los mismos.
- Capacitar a los artesanos involucrados en el manejo de todo lo relacionado con la administración de la empresa, sea esto el uso de computadora, calculadora, impresión, entre otros.
- Promover ésta actividad artesanal con estrategias de promoción y posicionamiento de marca, con la finalidad de ir ganando mercado desde todas las aristas posibles.
- Mantener diálogos con las autoridades municipales, del sector turístico gubernamental y privado, para fomentar posibles alianzas en pro de las ventas.

3.12 Capacitación y Asesoramiento

- La propuesta se entregará al Municipio de Gualaceo y a las asociaciones artesanales de macanas.
- A través del Municipio se pueden crear programas para capacitar a los artesanos en todos los procesos del Sistema de Logística.
- Para generar una cultura emprendedora se capacitará al sector en importaciones de materia prima e insumos, a través de Lcdo. Eduardo Tacuri – Director del Turismo del GAD de Gualaceo, quien facilitará las instalaciones para la capacitación.
- Se trabajara con la Aduana de Cuenca, para que imparta cursos sobre los aranceles y su influencia en la importación y exportación de materiales empleados en el sector textil, con la finalidad de poner al corriente sobre aspectos tributarios.
- Se trabajará también con la Cámara de Industrias, para capacitar en aspectos claves como: contabilidad general y contabilidad de costos.

4 Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

El desarrollo de un trabajo investigativo, permite a los maestrantes tomar conciencia de varios puntos importantes dentro del acontecer económico, social y político, por tanto, las conclusiones que deja son enriquecedoras, puesto que aporta al fortalecimiento del conocimiento recibido en las aulas. Destacando por tanto lo siguiente:

- La formación recibida a lo largo de la maestría, permitió avanzar de manera exitosa en el desarrollo de la investigación.
- La asesoría importante de los docentes en la parte práctica, permitió que el análisis y la concreción de las propuestas fueran apegadas a la realidad.
- Los sectores de producción artesanal no tienen clara la influencia que ejerce la parte tributaria en el precio de su materia prima.
- La falta de aplicación de conceptos de cadena de suministros, logística y gestión, ahorro de costes, entre otros; incide en la competitividad de sus artesanías, ya que para ellos es mejor dedicarse a otra actividad, porque el realizar artesanías no cubre con sus necesidades de supervivencia.
- Los gobiernos autónomos, están separados de los artesanos y su trabajo, ya que dentro de sus planes de desarrollo territorial, los incluyen como un sector próspero, pero a la larga, no tienen el apoyo para mejorar su bagaje de proveedores o compradores, puesto que todos los proyectos se quedan en papel, sea por falta de presupuesto o sea por falta de gestión en la ejecución de los mismos.
- El contar con tutores altamente capacitados, influye en el resultado de la investigación, ya que aporta de mejor manera en el desarrollo de la misma, con puntos de vista más especializados, encaminando con éxito el desarrollo y la concreción del conocimiento.

4.2 Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones que surgen a partir de la investigación desarrollada, se puede destacar que:

- La Universidad debe continuar en su afán de vincularse con la comunidad, brindando servicios de capacitación en temas de importación y exportación a aquellos sectores como el artesanal, que tiene un futuro promisorio en el quehacer comercial.
- Incrementar los acuerdos institucionales con el sector gubernamental, para fortalecer los mecanismos que se siguen al momento de desarrollar una investigación, sería un factor clave que la Universidad esté presente en los trámites de permisos, autorizaciones, entre otras actividades que tienen influencia directa en el desarrollo de la investigación.
- Organizar espacios en los cuales se puedan socializar los resultados de la investigaciones que los maestrantes desarrollan, es un factor motivante el mostrar el fruto de un trabajo arduo.
- Socializar con mayor énfasis a los maestrantes el uso de las bases científicas que cuenta la Universidad, ya que en estas se encuentran el conocimiento actual y en boga, sobre el cual se puede trabajar apuntalando asertivamente el desarrollo de la investigación.

BIBLIOGRAFIA

- AITE. (27 de febrero de 2015). *Asociación de Industrias Textiles del Ecuador*. Obtenido de AITE: http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12
- Alvira Martín, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas .
- AYALA, E. (2012). *Resumen de Historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Ballesteros Román , A. (2005). *Comercio Exterior: Teoría y práctica*. España: Universidad de Murcia.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, B. (31 de julio de 2015). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: <http://www.portal.bce.fin.ec/>
- Baullou, R. H. (2004). *LOGÍSTICA: administración de la cadena de suministros*. México: Pearson.
- Bernal, C. (2009). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson.
- Berumen , S. A. (2006). *Introducción a la Economía Internacional*. España: ESIC.
- Bilbao Ubillos , J., & Longás Garcia, J. C. (2009). *Temas de economía mundial*. Madrid: Delta.
- Caivano, R. (2008). *La cláusula arbitral Evolución histórica y comparada*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional*. México: Cengage Learning.
- Carpio Benalcazar, P. (2006). *Retos del Desarrollo Local*. Quito: ILDIS-FES.
- CASANOVAS, A., & CUATRECASAS, L. (2003). *Logística Empresarial* . España: España.
- COULTER , M., & ROBBINS, S. P. (2000). *Administración*. México: Prentice Hall.
- Czinkota, M. L., & Ronkaine, I. A. (2008). *Marketing Internacional*. México: Cengage Learnig.
- Czinkota, M., & Masaaki, K. (2009). *Administración de la Mercadotecnia*. Mexico: McGraw.
- Escobar, M., Narvaez, I., Gonzalez, J., Calahorra, R., & García, M. (Mayo de 2006). *OBSERVATORIO DE PROSPECTIVA TECNOLÓGICA INDUSTRIAL*. Obtenido de OPTI: <http://www.opti.org/>
- Estay, J. (2008). *América Latina en la economía internacional*. México: Siglo XXI Clacso.
- Frías, A. (2012). *10 estrategias logísticas: El valor de la logística en los negocios*. México: CENGAGE learnig.
- Galindo, L. M. (1 de enero de 2012). *Mar y Gerencia*. Obtenido de Mar y Gerencia: <http://marygerencia.com/puertos-maritimos/>
- Hernández Sampieri, R., Carlos, F. C., & Pilar, B. L. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: MacGraw-Hill.

- Hill, C. W. (2011). *Negocios Internacionales competencia en el mercado global*. México: Mc Graw Hill.
- Jeres Riesco, J. L., & Garcia Mendoza, Á. (2010). *Marketing Internacional para la expansión de la empresa*. Madrid: ESIC.
- Jerez Riesco, J. (2011). *Comercio Internacional*. Madrid: ESIC.
- Jiménez, P. (2012). *GESTION INFORMATICA DE LA EMPRESA*. México: Ediciones de la U.
- Lerma Kirthner, A. E., & Márquez Castro, E. (2010). *Comercio y marketing internacional*. Madrid: Cengage Learnig.
- Ortega Giménez, A. (2011). *Guía práctica de contratación internacional*. Madrid: ESIC.
- Quezada Lucio, N. (2012). *ESTADITICA CON SPSS20*. Lima: Llma Macro.
- Reza Becerril, F. (1997). *Ciencia, metodología e investigación*. México: Pearson.
- UNESCO. (2011). *unesco.org*. Recuperado el 20 de septiembre de 2013, de Organización de las Naciones Unidas: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002127/212715e.pdf>