



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**ANÁLISIS DE MERCADO PARA EL PLAN DE EXPORTACIÓN DE  
ARTESANÍAS DE MADERA PRODUCIDAS EN IBARRA-ECUADOR PARA  
EL MERCADO DE QUEBEC-CANADÁ.**

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para optar por el título de:  
Licenciatura en Negocios Internacionales

Profesor Guía:  
Víctor Zabala

**AUTOR:**  
**Natalia Alexandra Tamayo Revelo**

**2010**

### DECLARACION DEL PROFESOR GUIA.

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente”.

.....

VICTOR ZABALA A.  
Economista  
0910911643

## DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

.....  
NATALIA TAMAYO REVELO

1720220886

## AGRADECIMIENTO

A mis padres que con su apoyo incondicional me han motivado para alcanzar mis metas y sueños.

A Víctor Zabala quien me ha brindado su tiempo y conocimientos.

A mis compañeros que de una u otra forma han contribuido para alcanzar este sueño.

## **DEDICATORIA**

A mi hijo Sebastián, quien ha sido mi fuerza diaria y pilar primordial para seguir alcanzando mis metas.

A mis padres, quienes has sabido guiarme y motivarme para ser una persona mejor.

A Diego, un excelente hermano.

## RESUMEN

El presente estudio de factibilidad para la exportación de artesanías de madera realizadas en San Antonio de Ibarra cuyo destino es el mercado de Quebec Canadá; pretende analizar diferentes factores del mercado: interno y externo como son:

- Características del mercado objetivo.
- Características comerciales del país origen y destino.
- Evolución de exportaciones de artesanías desde Ecuador a Canadá.
- Proveedores de artesanías de madera para Canadá.
- Evolución de exportaciones e importaciones de Canadá.
- Procedimientos de exportación y barreras de entrada.
- Precios de mercado nacional.
- Precios y costos referenciales de exportación.
- Precio mínimo de exportación al mercado internacional.
- Aranceles.
- Preferencias arancelarias.
- Análisis de precios internacionales.
- Comparación de precios referenciales.
- Experiencia de exportaciones.

Estos datos permitirán analizar las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas con que cuentan los artesanos de San Antonio de Ibarra y el mercado de Quebec, y así que sirva de base para decidir si es rentable realizar la exportación.

## ABSTRACT

The present study of feasibility for the exportation of wooden art made in San Antonio de Ibarra the destiny is in the market of Quebec , Canada; It intends to analyze the different factors of the market: internal and external such as:

- Characteristics of the market's objective
- Commercial Characteristics of original country and destiny
- Evolution of exportations of crafts from Ecuador to Canada
- Providers of the wooden art to Canada
- Evolution of exportations and importations from Canada
- Procedures of exportations and barriers of entry
- Prices of national market
- Prices and referential cost of exportation
- Minimum price of exportation to the international market
- Tariffs
- Tariff preferences
- Analysis of international prices
- Comparison of referential prices
- Experience of exportations

This information will allow to analyze the opportunities, weaknesses, strengths and threats that count with artisans of San Antonio of Ibarra and the market of Quebec, so that we can use it as a base to decide if it is rentable and to do the exportation.

## INDICE

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCION .....  | 1  |
| 1. CAPÍTULO I DEFINICION DEL PROBLEMA .....   | 2  |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....  | 2  |
| 1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACION .....  | 3  |
| 1.3 FORMULACION DE HIPOTESIS.....   | 3  |
| 1.4 OBJETIVOS.....  | 3  |
| 1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....  | 3  |
| 1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....  | 3  |
| 2. CAPÍTULO II MARCO TEORICO .....  | 4  |
| 2.1 DEFINICION DE COMERCIO INTERNACIONAL .....  | 4  |
| 2.2 CONCEPTO DE EXPORTACION.....  | 4  |
| 2.3 TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL .....  | 4  |
| 2.4 IMPORTANCIA DE EXPORTAR.....  | 5  |
| 2.5 FACTORES QUE SE DEBEN TENER EN CUENTA PARA<br>UN ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL ..... | 7  |
| 2.5.1 ANALISIS DE MERCADO.....  | 7  |
| 2.5.1.1 FACTORES DE ANALISIS PARA EL MERCADO<br>INTERNACIONAL.....                          | 7  |
| 2.6 BARRERAS Y TIPOS DE RESTRICCIONES AL COMERCIO<br>INTERNACIONAL.....                     | 9  |
| 2.6.1 LAS BARRERAS ARANCELARIAS.....  | 9  |
| 2.6.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS .....  | 10 |
| 3. CAPÍTULO III MARCO METODOLOGICO .....  | 11 |
| 3.1 FACTORES DE ANALISIS PARA DETERMINAR LA<br>FACTIBILIDAD DE EXPORTACION.....             | 11 |

|   |    |
|---|----|
| 3.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO .....  | 12 |
| 3.3 EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA DESDE<br>ECUADOR.....                         | 13 |
| 3.4 PERFIL DE CANADÁ, EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES E<br>IMPORTACIONES.....              | 17 |
| 3.4.1 POBLACION.....  | 17 |
| 3.4.2 CARACTERISTICAS DEL MERCADO .....   | 20 |
| 3.5 COMERCIO INTERNACIONAL DE CANADA.....   | 21 |
| 3.6 Requisitos para exportar .....  | 28 |
| 3.6.1 Requisitos y trámites para exportar .....                                       | 28 |
| 3.6.1.1 Declaración de Exportación .....  | 28 |
| 3.6.1.2 Documentos a presentar.....   | 28 |
| 3.6.1.3 Trámite.....  | 28 |
| 3.7 ANALISIS DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DE LA<br>INDUSTRIA ECUATORIANA.....      | 30 |
| 3.7.1 PRODUCCION LOCAL.....   | 31 |
| 3.7.2 ANALISIS DE COSTOS PARA FIJACION DE PRECIOS EN EL<br>MERCADO INTERNACIONAL..... | 32 |
| 3.7.3 Aranceles .....   | 36 |
| 3.7.4 Preferencias arancelarias .....   | 37 |
| 3.8 Análisis de precios internacionales .....   | 37 |
| 3.9 Comparación de precios referenciales .....  | 39 |
| 3.9.1 Distribución directa al consumidor final.....                                   | 40 |
| 3.9.2 Venta a través de un intermediario en Canadá.....                               | 40 |
| 3.10 EXPERIENCIA EN EXPORTACIONES .....   | 41 |
| <br>  |    |
| 4. CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y<br>RECOMENDACIONES .....                                | 43 |
| 4.1 CONCLUSIONES .....  | 43 |
| 4.2 RECOMENDACIONES .....   | 45 |

|                    |    |
|--------------------|----|
| BIBLIOGRAFIA ..... | 46 |
| ANEXOS .....       | 48 |

## INDICE DE GRAFICOS Y CUADROS

|   |    |
|---|----|
| Grafico 3.1: Principales importadores de artesanías de madera desde Ecuador miles de dólares .....            | 14 |
| Grafico 3.2: Exportación de artesanías de madera 2005-2009 miles de dólares. ....                             | 16 |
| Grafico 3.3 Exportaciones totales de Canadá 2005-2009 miles de dólares .....                                  | 22 |
| Grafico 3.4: Importaciones totales de Canadá 2005-2009 .....  | 23 |
| Grafico 3.5: Intercambio comercial Ecuador- Canadá 2002-2008.....   | 24 |
| Grafico 3.6: Principales proveedores de estatuillas de madera para Canadá 2005-2009 en miles de dólares ..... | 27 |
| <br>  |    |
| Cuadro 3.1: Principales destinos de artesanías de madera desde Ecuador .....                                  | 14 |
| Cuadro 3.2: Participación de artesanías de madera en exportaciones totales .....                              | 15 |
| Cuadro 3.3: Balanza comercial Ecuador Canadá 2002-2009 .....  | 24 |
| Cuadro 3.4: Canadá: Exportaciones e importaciones de países latinoamericanos 2002-2006.....                   | 25 |
| Cuadro 3.5: Producción estimada de artesanías individual y total en un mes .....                              | 31 |
| Cuadro 3.6: Costo total por artesanía .....   | 32 |
| Cuadro 3.7: Costo total de la producción mensual.....   | 32 |
| Cuadro 3.8: Peso y dimensiones de las artesanías .....  | 33 |
| Cuadro 3.9: Capacidad del contenedor.....   | 34 |
| Cuadro 3.10: Costos transporte marítimo Guayaquil-Canadá.....   | 34 |
| Cuadro 3.11: Costos de exportación .....  | 35 |
| Cuadro 3.12: Margen de beneficio .....  | 36 |
| Cuadro 3.13: Análisis de precios internacionales.....   | 36 |
| Cuadro 3.14: Referencias de precios internacionales .....   | 39 |

|   |    |
|---|----|
| Cuadro 3.15: Comparación de precios en ventas<br>a consumidor final ..... | 40 |
| Cuadro 3.16: Comparación de precios en ventas a intermediarios .....      | 41 |

## INTRODUCCION

Competir en un mundo globalizado resulta cada vez más difícil, ya que los acuerdos de liberación de barreras comerciales limitan el desarrollo de los mercados internos, más aún si se considera que el Ecuador es un país en vías de desarrollo. Por esto resulta importante buscar nuevas alternativas de negocios con productos elaborados dentro del país que brinden alternativas nuevas al mercado, para que las exportaciones de materias primas puedan sustituirse por productos elaborados y así ganar una diferenciación con artículos destacados, típicos de la cultura ecuatoriana, que resalten: la tradición artesanal, aumentando fuentes de empleo, y cambiando la orientación exportadora para mejorar la balanza comercial no petrolera, actualmente negativa, ya que al terminar el primer semestre del año 2010, el saldo de la Balanza Comercial no petrolera cierra con un déficit de -2.477.842 millones de dólares<sup>1</sup>.

Uno de estos productos pueden ser las artesanías de madera producidas en Ibarra-Ecuador, por lo que se tratará en la presente investigación de delimitar la factibilidad de introducir el producto en el mercado canadiense.

Para esto es necesario conocer conceptos claves que se utilizaran en el proceso de la exportación de artesanías de madera, así como también datos de mercado, leyes y requerimientos del mercado de destino, evolución de exportaciones e importaciones totales y de estatuillas, de los dos países, acuerdos beneficiarios tanto para Ecuador y para Canadá, o acuerdos comerciales vigentes.

Es importante mencionar que existe una Cámara de Comercio Ecuatoriana Canadiense la cual fue constituida en el 2001, esta tiene convenios importantes que benefician al país.

---

<sup>1</sup> Banco Central del Ecuador (2010): "Déficit Balanza comercial no petrolera". URL: <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201008.pdf> Descargado (15/08/2010)

## 1. CAPÍTULO I

### DEFINICION DEL PROBLEMA

#### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador ha exportado 82 toneladas de estatuillas de madera y demás objetos de adorno a Canadá en el año 2008: por un valor promedio por tonelada de 5.3 mil dólares. Las exportaciones de artesanías del Ecuador representan 0,07% de las exportaciones mundiales para este producto, ocupando la posición 49 entre los países exportadores.<sup>2</sup>

Éstas artesanías que son fabricadas con maderas, se han exportado a 51 países en el período de enero de 2008 a junio de 2010, representando un valor FOB de 1,003.6 miles dólares siendo Estados Unidos el país al cual se ha exportado la mayor cantidad de estatuillas, seguidos por España, Chile, Venezuela, Italia, etc.<sup>3</sup>

Por otra parte la balanza comercial entre Ecuador y Canadá ha sido negativa en los últimos cinco años. Sin embargo el promedio del crecimiento de las mismas es del 45%. Al excluir el rubro de petróleo, el saldo comercial sigue siendo deficitario.<sup>4</sup> Ya que en el año 2008 y 2009 no se registran exportaciones de aceites crudos de petróleo hacia Canadá.<sup>5</sup>

Por esta razón esta investigación pretende analizar la situación del mercado de Canadá, las expectativas de los consumidores, costos, precios y en base a estos factores, considerar la factibilidad de realizar el plan de exportación de artesanías de madera producidas en Ibarra-Ecuador para el mercado de Quebec-Canadá.

---

<sup>2</sup>TradeMap. "Exportaciones de artesanías del Ecuador". URL [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx) descargado (10/12/2009)

<sup>3</sup>Banco Central del Ecuador. "Destinos de exportación de artesanías". URL [http://www.portal.bce.fin.ec/vto\\_bueno/ComercioExterior.jsp](http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp) descargado (12/12/2009)

<sup>4</sup>Corpei. "Balanza Comercial". URL: <http://www.corpei.org/contenido.ks?contenidold=295&contenidold=295> descargado (15/08/2010)

<sup>5</sup>TradeMap. "Exportación de partida arancelaria 27". URL: [http://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx) descargado (20/08/2010)

## **1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACION**

¿Es factible la exportación de artesanías de madera producidas en Ibarra-Ecuador para el mercado de Quebec Canadá?

## **1.3 FORMULACION DE HIPOTESIS**

Los factores del análisis de mercado determinan que es factible la exportación de artesanías de madera producidas en Ibarra-Ecuador para el mercado de Quebec Canadá.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL:**

Realizar un análisis de mercado para determinar la factibilidad del plan de exportación de artesanías de madera producidas en Ibarra-Ecuador para el mercado de Quebec-Canadá.

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Analizar la evolución de las exportaciones de estatuillas de madera del Ecuador al mundo y determinar su importancia.
- Analizar la evolución de las importaciones de Canadá desde el Ecuador.
- Analizar la evolución de las importaciones de estatuillas de madera de Canadá.
- Analizar aranceles, barreras y requerimientos para exportar estatuillas de madera a Canadá
- Analizar el mercado canadiense, en lo referente a artesanías, sus preferencias y poder adquisitivo.

## **2. CAPÍTULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 DEFINICION DE COMERCIO INTERNACIONAL**

“Intercambio de de bienes económicos que se efectúan entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se de origen a la salida de mercancías de un país (exportaciones) y entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.”<sup>6</sup>

#### **2.2 CONCEPTO DE EXPORTACION<sup>7</sup>**

Venta de bienes y servicios de un país al extranjero; es de uso común denominar así a todos los ingresos que recibe un país por concepto de venta de bienes y servicios, sean estos tangibles o intangibles. Los servicios tangibles corresponden generalmente a los servicios no factoriales tales como, servicios por transformación, transportes diversos, fletes y seguros; y los intangibles corresponden a los servicios, como servicios financieros que comprenden utilidades, intereses, comisiones y algunos servicios no financieros. Salida de mercancías y de otros bienes, por la frontera aduanera de un país, incluidas las compras directas en el interior del país, efectuadas por las organizaciones extraterritoriales y las personas no residentes. Comprende el valor FOB (libre abordó) de las exportaciones de bienes y los servicios por fletes, seguros y servicios de transformación que se venden al exterior.

#### **2.3 TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL<sup>8</sup>**

Adam Smith. Cuando postula la teoría de la “Ventaja Absoluta”, establecía que cada país debe especializarse en la producción de aquellos bienes en los que cuenta con costos internos de producción absolutamente menores. (Medidos en unidades de trabajo). Los países se beneficiarían del comercio internacional

---

<sup>6</sup> Orrego Vicuña, Francisco. Derecho internacional Económico, México, 1996. Fondo de cultura económica. Las nuevas tendencias del comercio internacional pag.21

<sup>7</sup> Definición org. “Definición de exportación”. URL: <http://www.definicion.org/exportacion> descargado 16-12-2009

<sup>8</sup> Jagdish Bhagwati, Comercio Internacional 1969 pág. 155

por la posibilidad mutua de un mayor consumo de bienes y por el ahorro de unidades de trabajo.

Mientras que David Ricardo, en su teoría de las “Ventajas Comparativas” afirma que el comercio exterior sería posible aún cuando se tuviera una desventaja absoluta en la producción de todos los bienes respecto de otro país, ya que a este último le resultaría beneficioso especializarse solo en la producción de aquellos bienes en los que contase con ventajas comparativas o relativas y adquirir al primero aquellos en los que tuviese una desventaja comparativa<sup>9</sup>.

Ricardo sostuvo que la especialización internacional y la división internacional del trabajo redundan un beneficio de todas las naciones. De este modo toda medida orientada a proteger a los productores locales de la competencia mundial y que limitaran el libre intercambio de bienes, iba en perjuicio del país. Por tal razón el libre comercio proporcionaba mayores beneficios que el comercio intervenido por políticas restrictivas del estado. Ricardo sustentaba lo anterior en que, con un esquema de libre comercio internacional, cada país produciría y exportaría los bienes en los que fuera más eficiente su producción, e importaría aquellos cuyo costo relativo fuera mayor en términos de mano de obra.<sup>10</sup>

## **2.4 IMPORTANCIA DE EXPORTAR <sup>11</sup>**

Las empresas deben tener en claro las razones para buscar internacionalizarse, entre ellas podemos destacar: diversificar productos y mercados, para ganar competitividad, vender mayores volúmenes, aprovechar las ventajas de los acuerdos preferenciales.

---

<sup>9</sup> Jagdish Bhagwati, Comercio Internacional 1969. Pág. 157

<sup>10</sup> Comercio Internacional. “Teorema Ricardiano”. URL:

[http://books.google.com.ec/books?id=6Up7jUAMtE0C&pg=PR11&dq=teorema+ricardiano&hl=es&ei=fpd1TISZDMH48Ab7yo2vBw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=8&ved=0CE4Q6AEwBzgK#v=onepage&q=teorema%20ricardiano&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=6Up7jUAMtE0C&pg=PR11&dq=teorema+ricardiano&hl=es&ei=fpd1TISZDMH48Ab7yo2vBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=8&ved=0CE4Q6AEwBzgK#v=onepage&q=teorema%20ricardiano&f=false) descargado (20/11/2009)

<sup>11</sup> Pro-Chile. “Importancia de exportar”. URL: [http://www.prochile.cl/servicios/p\\_empresa01.php](http://www.prochile.cl/servicios/p_empresa01.php) descargado 16/12/2009

- Generar una fuente adicional de ingresos y no depender exclusivamente del mercado interno.
- Incrementar el volumen de producción y alcanzar de esta forma un nivel más eficiente de la utilización de la capacidad productiva de la empresa y una mayor capacidad de adaptación a los procesos.
- Incrementar el volumen de producción para reducir los costos unitarios de fabricación y ganar competitividad en el mercado interno.
- Poder crecer y reducir las eventuales fluctuaciones producto de un mercado interno limitado.
- Incrementar la calidad y competitividad de los productos a través de la experiencia que se obtiene cuando la empresa y sus productos se exponen a la competencia internacional, lo que a su vez repercute en una mejora en las aptitudes gerenciales.
- Diversificar el riesgo de estar en un solo mercado, porque el mercado es el mundo.
- Aumentar el poder de negociación para la compra de insumos, al aumentar el volumen de producción
- Acceso a mejores insumos y bienes de capital.
- Aparición de nuevos productos o mejora de los ya existentes.
- Mejorar imagen corporativa ante clientes y proveedores.

## **2.5 FACTORES QUE SE DEBEN TENER EN CUENTA PARA UN ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL**

### **2.5.1 ANALISIS DE MERCADO**

Consiste en detectar cuales son las características de los consumidores, sus necesidades y comportamientos de compra. Incluye cuantificar también el tamaño del mercado, sus límites, el potencial de crecimiento y la evolución de la demanda para poder proyectar la orientación de la empresa.<sup>12</sup>

Interesa analizar el mercado al que se dirige el producto y los diferentes competidores. El objetivo consiste en identificar los atributos que el consumidor considera relevantes y la posición de los diferentes productos respecto del conjunto de atributos (...).<sup>13</sup>

#### **2.5.1.1 FACTORES DE ANALISIS PARA EL MERCADO INTERNACIONAL**

##### **Análisis Interno:**<sup>14</sup>

Dentro de este análisis, se deben evaluar los siguientes aspectos:

- Evaluación del producto.
- Características del producto: características generales, contenido nutricional, zonas de cultivo, proceso de cultivo y cosecha, utilización.
- Condiciones para acceder a los insumos y materias primas (proveedores)
- Estudio del mercado interno
- Oferta nacional del producto
- Comportamiento de la competencia, en cuanto a productos y precios.

##### **Análisis Externo:**<sup>15</sup>

En cuanto al análisis internacional debe comprender los siguientes puntos:

- Información general del país importador:

---

<sup>12</sup> Bernat López-Pinto R. La esencia del Marketing pág. 277

<sup>13</sup> Cuatrecasas Lluís. Económica financiera de la empresa pág. 165

<sup>14</sup> Proexpor-Colombia. [www.procolombia.org](http://www.procolombia.org)

<sup>15</sup> Estrada et al. 2006. Pp. 23-30

- Situación geográfica del país destinatario: distancia, clima, orografía.
- Tamaño poblacional: permite predecir el número de posibles consumidores
- Cuantía y distribución de ingresos
- Recursos naturales, productos que constituyen la base de la economía

#### **Factores de Posibilidad de Mercado:**

- Posibilidades de compra actual y futura.
- Competencia de productos similares o sustitutos elaborados o comercializados en el mercado del país importador.
- Análisis de las importaciones: productos, origen, cantidad.
- Precio referencial mundial y calidad de productos nacionales e importados.

#### **Requisitos del Mercado:**

- Métodos utilizados para la cotización de precios: FOB, CIF, FAS entre otros.
- Condiciones de pago: es importante conocer la forma de pago de la exportación, así como el plazo y medios de pago del importador.
- Preferencias: el conocer las preferencias locales permite adoptar modelos, estilos, tamaños que satisfagan de una mejor manera las necesidades del consumidor.

#### **Formas de distribución:**

Es recomendable buscar un importador habitual del producto, puede ser un comisionista o comerciante particular. De igual manera es importante determinar el o los canales de distribución más convenientes.

#### **Marco legal para exportar:**

Es importante conocer la legislación referente a exportaciones dentro de la cual debe incluirse:

- Requisitos y normas técnicas.
- Trámites y requisitos nacionales para exportar.
- Beneficios e incentivos a las exportaciones.
- Acuerdos o tratados internacionales pactados con otros países.

**Información del entorno económico, geográfico, político y legal que incluya aspectos como:**<sup>16</sup>

- Población y calidad de vida: estos datos permiten tener una idea del mercado potencial y su capacidad adquisitiva.
- Distancia y transporte: la distancia existente entre el país exportador y el país de destino, así como la disponibilidad de puertos, aeropuertos y demás infraestructura necesaria para realizar las operaciones de comercio internacional, son factores que determinan en gran medida el grado de viabilidad de un proyecto de exportación.
- Política Comercial y Restrictiva: Existen varios instrumentos de política comercial establecidos por los países con el fin de restringir el libre flujo de bienes y servicios. Uno de los más utilizados es el arancel aduanero definido como “tarifa oficial, que reviste la forma de ley, que determina los derechos que se han de pagar sobre la importación de mercancías que se establece de conformidad a las necesidades de la economía de un país”. También se deben tomar en cuenta otras políticas comerciales que pudieran existir en el país importador como derechos preferenciales, PMF (tratamiento de país más favorecido) o RCN (relaciones comerciales normales).

## **2.6 BARRERAS Y TIPOS DE RESTRICCIONES AL COMERCIO INTERNACIONAL**

### **2.6.1 LAS BARRERAS ARANCELARIAS<sup>17</sup>**

Son impedimentos formales a las importaciones de bienes y servicios, comprende la aplicación de aranceles a un producto de un país determinado

---

<sup>16</sup> Bertrán, 1994. Pp. 160, 161, 162.

<sup>17</sup> CONAMYPE. “Concepto de Barrera arancelaria”. URL:

<http://www.conamype.gob.sv/cajadeherramientas/mipymes/tratados/glosario.htm> descargado (11/11/2009)

con el fin de proteger a los productores nacionales del mismo bien o para desestimular la importación

### **BARRERAS ARANCELARIAS PUEDEN SER:<sup>18</sup>**

**Los contingentes, son barreras cuantitativas:** el gobierno establece un límite a la cantidad de productos otorgando licencias de importación de forma restringida

**Los aranceles, son barreras impositivas:** el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio interior del producto importado, con lo que su demanda disminuiría.

**Las barreras administrativas:** son muy diversas: desde trámites aduaneros complejos, que retrasan y encarecen los movimientos de mercancías, hasta sofisticadas normas sanitarias y de calidad que, al ser diferentes al del resto del mundo, impidan la venta en el interior a los productos que no hayan sido fabricados expresamente para ese país.

### **2.6.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS<sup>19</sup>**

Por otra parte las barreras no arancelarias se definen como las "leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado". Por ende, incluyen tanto normas legales como procedimientos administrativos no basados en medidas explícitas, sino en directivas informales de instituciones y gobiernos.

---

<sup>18</sup> Levy Dabbah, Simón. Globalización económica, 2003 pág. 29

<sup>19</sup> Ministerio de agricultura, ganadería y pesca, Argentina. "Concepto Barreras no arancelarias". URL: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/revistas/r\\_13/13\\_04\\_comercio.htm](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/revistas/r_13/13_04_comercio.htm) descarga (09-01-2010)

### **3. CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLOGICO**

##### **3.1 FACTORES DE ANALISIS PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE EXPORTACION.**

Para determinar si es factible la exportación de artesanías al mercado canadiense, es necesario realizar un estudio detallado de una serie de factores, a través de estos establecer si el tema propuesto es viable y proporcionar información suficiente a los artesanos de San Antonio de Ibarra para que puedan tomar la mejor decisión.

Tal como se detalla en el marco teórico número 4.5.1.1. Los factores internos y externos que se analizarán para estimar la factibilidad de exportación de artesanías, se detallan a continuación:

- Características específicas del producto a exportar.
- Características del mercado objetivo.
- Características comerciales del país origen y destino.
- Evolución de exportaciones de artesanías desde Ecuador a Canadá.
- Proveedores de artesanías de madera para Canadá.
- Evolución de exportaciones e importaciones de Canadá.
- Procedimientos de exportación y barreras de entrada.
- Precios de mercado nacional.
- Precios y costos referenciales de exportación.
- Precio mínimo de exportación al mercado internacional.
- Aranceles.
- Preferencias arancelarias.
- Análisis de precios internacionales.
- Comparación de precios referenciales.
- Experiencia de exportaciones.

Del análisis conjunto de estos factores se determinará la factibilidad o no de exportar artesanías de San Antonio de Ibarra a la provincia de Quebec en Canadá.

### **3.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO**

Las artesanías que se realizan en San Antonio de Ibarra son talladas a mano, la madera más utilizada para su elaboración es el cedro, por su resistencia; el nogal muy apreciado por el color vetado a pesar de ser la madera más costosa; el laurel por la facilidad de trabajo y el naranjillo por su color más claro.

La mayoría de artesanos se dedican a elaborar figuras religiosas, que se exhiben en iglesias y museos de la provincia; animales, rostros, juguetes, instrumentos musicales, murales, figuras abstractas, bisutería, llaveros, entre otros. La mayor parte de la población de la zona se ve involucrada con la actividad, hombres mujeres y niños que empiezan como aprendices desde los 5 años o en cuanto terminan la escuela. Para el proceso de elaboración, realizan bocetos y dibujos en papel de la obra que va a tallar, luego estos se calcan sobre la madera y empieza el trabajo de talado, luego el lijado, pulido y curado de la madera para evitar la polilla, finalmente se laca o pinta en policromía con lo que la pieza queda lista para la venta. Todo este proceso demora entre una semana y un mes dependiendo del tamaño de la pieza.<sup>20</sup>

En el Ecuador existen algunas zonas que se dedican a la fabricación de varios objetos realizados en madera, entre los más destacados encontramos: en Quero cantón perteneciente a Ambato: artesanos dedicados a tallar cucharas, bateas, rodillos, etc. En Huambaló cantón de Ambato se realizan toda clase de muebles para el hogar.<sup>21</sup> En Chonta-El Puyo se fabrica artesanías principalmente en chonta, madera propia de la amazonia y costa ecuatoriana,

---

<sup>20</sup> Viajando por Ecuador. "Artesanías de San Antonio de Ibarra". URL: [http://www.viajandox.com/imbabura/imba\\_ibarra\\_artesanias.htm](http://www.viajandox.com/imbabura/imba_ibarra_artesanias.htm) descargado (15-02-2010)

<sup>21</sup> Ilustre Municipalidad de Ambato. "Ruta de compras". URL: <http://www.ambato.gov.ec/rutacompras.htm> descargado (20-04-2010)

se puede encontrar barriles, jarrones, porta esferográficos, servilleteros, cuadros, ceniceros, cuchillos, lanzas, collares de semillas, floreros, lámparas, etc.; en mueblería se elaboran juegos de sala, comedor y dormitorio.<sup>22</sup> En Riobamba se especializan a la fabricación de joyas de tagua.<sup>23</sup>

San Antonio de Ibarra es una parroquia que se encuentra en la Ciudad de Ibarra es un lugar dedicado a la actividad artesanal que inicio en 1880 con la creación del Liceo Artístico, una especie de escuela- taller que impartía conocimientos y práctica en pintura, escultura, tallado, y carpintería. En esta parroquia se encuentra el Instituto Superior Tecnológico de Artes Plásticas "Daniel Reyes", el cual tiene consagrada trayectoria desde 1944 en la formación artística, su aporte es significativo para el desarrollo de la Cultura y el Arte del Ecuador.<sup>24</sup>

Debido a la capacitación que pueden adquirir los artesanos, sus raíces, cultura artesanal histórica y en general su diversidad artística, convierten a San Antonio de Ibarra en un lugar ideal para exportar artesanías de madera.

### **3.3 EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA DESDE ECUADOR**

Las artesanías de madera ecuatorianas se han exportado a diferentes países, en particular donde la cultura indígena es apreciada y valorada. En el gráfico 1 y cuadro 1 se muestran los principales países importadores de artesanías o estatuillas de madera elaboradas en el Ecuador, en el periodo de Enero de 2009 hasta Mayo del 2010.

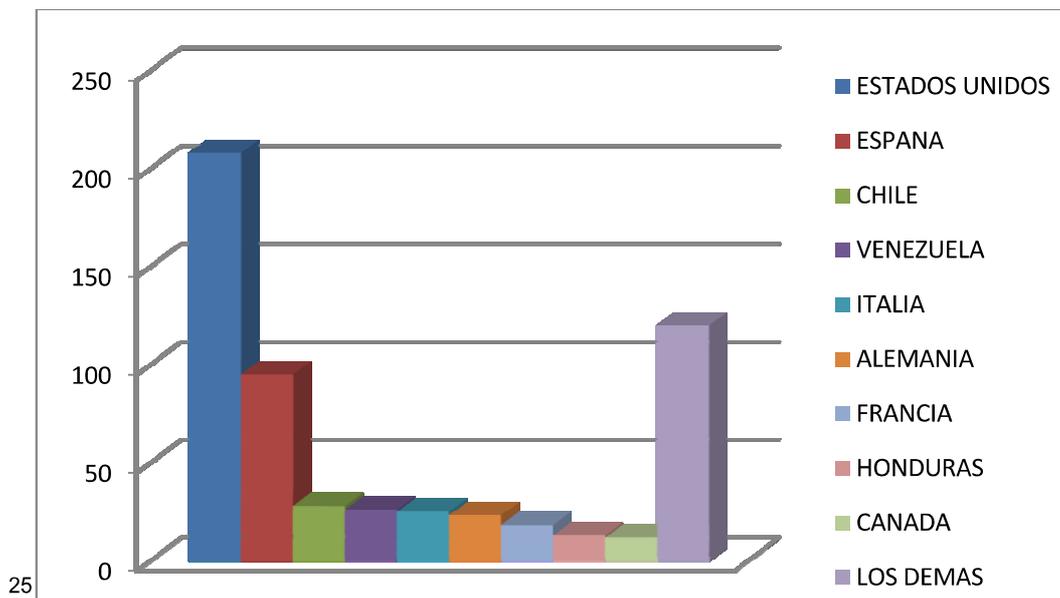
---

<sup>22</sup> Viajando por Ecuador. "Artesanías de Chonta". URL: [http://www.viajandox.com/pastaza/pasta\\_pastaza\\_artesantias.htm](http://www.viajandox.com/pastaza/pasta_pastaza_artesantias.htm) descargado (20-04-2010)

<sup>23</sup> Joyas de tagua. "Fabricación en tagua". URL: <http://joyasdetagua.blogspot.com/2009/05/tagua-riobamba-taller-artesanal.html> descargado (22-04-2010)

<sup>24</sup> Junta Parroquial de San Antonio de Ibarra. "Datos de San Antonio". URL: [http://www.sanantonio.gov.ec/es/san\\_antonio.php](http://www.sanantonio.gov.ec/es/san_antonio.php) descargado (21/07/2010)

**Grafico 3.1: Principales importadores de artesanías de madera desde Ecuador desde Enero de 2009 hasta Mayo 2010 en miles de dólares.**



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración; Natalia Tamayo

**Cuadro 3.1: Principales destinos de artesanías de madera desde Ecuador**

| Principales destinos de artesanías de madera desde Ecuador<br>Enero 2009-Mayo 2010 |           |                                    |                     |
|--|-----------|------------------------------------|---------------------|
| Destino  | Toneladas | FOB- Dólares<br>(Miles de Dólares) | % valor FOB Dólares |
| Estados Unidos   | 13,08     | 207,81                             | 38,09               |
| España   | 21,36     | 94,83                              | 17,38               |
| Chile  | 2,6       | 27,84                              | 5,11                |
| Venezuela  | 6,61      | 26,03                              | 4,77                |
| Italia   | 2,22      | 24,96                              | 4,58                |
| Alemania   | 1,72      | 23,12                              | 4,24                |
| Francia  | 1,77      | 17,97                              | 3,3                 |
| Honduras   | 2,63      | 12,73                              | 2,34                |
| Canadá   | 4,23      | 11,61                              | 2,13                |
| República Dominicana   | 5,04      | 10,88                              | 2                   |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Natalia Tamayo

<sup>25</sup> Banco Central del Ecuador. "Importadores de artesanías del Ecuador". URL: [http://www.portal.bce.fin.ec/vto\\_bueno/ComercioExterior.jsp](http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp) descargado (18/07/2010)

Canadá registra importaciones con un valor FOB de 11.760 dólares, se ubica en noveno lugar de un total de 48 países importadores de artesanías de madera desde el Ecuador, durante el período enero del 2009 a mayo del 2010, el peso exportado Canadá es de 4.25 toneladas, que corresponde al 2.07% del total de exportaciones de estatuillas de madera.

La exportación de artesanías de madera desde el Ecuador, no representa un rubro representativo para dicho país, a penas registra valores de 435 mil dólares en el año 2009, cuyo valor representa: menos del 1%, del total de exportaciones que ha tenido Ecuador. A continuación se detalla la evolución de exportaciones de artesanías de madera; que ha mantenido Ecuador durante el periodo 2005-2009

**Cuadro 3.2: Participación de artesanías de madera en exportaciones totales.**

| <b>Representación de artesanías de madera para Ecuador</b> |  |                                    |  |
|--|--|------------------------------------|--|
| Año  | Valor de las exportaciones totales FOB | Valor de las exportaciones Dólares | representación del total exportaciones |
| 2005   | 10.100.030,7                           | 374.000                            | 0,03703                                |
| 2006   | 10.073.930,3                           | 443,000                            | 0,04397                                |
| 2007   | 14.321.315,7                           | 616,000                            | 0,04301                                |
| 2008   | 18.510.599,6                           | 434,000                            | 0,02344                                |
| 2009   | 13.799.034,6                           | 435,000                            | 0,00315                                |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: Natalia Tamayo

**Gráfico 3.2: Exportación de artesanías de madera 2005-2009 miles de dólares.**



Fuente: Trade Map  
Elaboración: Natalia Tamayo

En las exportaciones de maderas y elaborados, Ecuador presenta cierta ventaja frente a los demás competidores mundiales de este sector. Los factores que marcan la diferencia entre Ecuador y otros exportadores del mundo son básicamente naturales, es decir los grandes recursos con los que cuenta el país prometen un movimiento muy activo dentro de este mercado. La ubicación geográfica del Ecuador, la presencia de la Cordillera de los Andes y la influencia de corrientes marinas permiten que el país disponga de una biodiversidad muy amplia, por este factor el Ecuador se encuentra dentro de los 10 países con mayor cantidad de flora y fauna del mundo. Esto permite que los bosques y las zonas forestales del país tengan más de 5000 especies de arbóreas, permitiendo así ampliar la oferta mundial de madera.<sup>26</sup>

<sup>26</sup> Corpei. "Ventaja de biodiversidad". URL: <http://www.corpei.org/contenido.ks?contenidold=293> descargado (10/08/2010)

### **3.4 PERFIL DE CANADÁ, EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES.**

#### **3.4.1 POBLACION**

Canadá con sus 9.970.610 km<sup>2</sup>, es el segundo país más grande del mundo. Su capital es Ottawa, en la Provincia de Ontario.

Su moneda es el dólar canadiense que se divide en 100 centavos. (El tipo de cambio a dólares americanos en 1,05 el 28 de agosto de 2010)

El 77% de los canadienses, viven en zonas urbanas y el 23% en regiones rurales. El 30% de la población (10 millones de personas) vive en las tres ciudades más grandes: Toronto, Montreal y Vancouver.

El nivel de vida de Canadá ocupa el quinto lugar entre los más altos del mundo (según el PIB). Lo preceden únicamente Estados Unidos, Suiza, Luxemburgo, Alemania y Japón, y si se consideran otros factores además del PIB, como son: esperanza de vida y educación, el nivel de vida de Canadá es aún más alto.

El Producto interno bruto en el Canadá en el año de 2007 se elevó a 1,229,128 millones de dólares canadienses, el país registro el 2% del total del PIB mundial. La nación tiene uno de los ingresos per cápita más alto registrando 41,600 mil dólares en el 2008.<sup>27</sup>

En Canadá hay aproximadamente 300.000 aborígenes que hablan 58 idiomas o dialectos indios diferentes, pertenecientes a 10 grupos lingüísticos y dentro de este contexto étnico destacan sus tradiciones y costumbres.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>TFO Canadá. "Producto Interno Bruto de Canadá". URL: [http://www.tfocanada.ca/docs.php?page=2\\_1](http://www.tfocanada.ca/docs.php?page=2_1) descargado (22/08/2010)

<sup>28</sup>TFO Canadá. "Numero de aborígenes". URL: [http://www.tfocanada.ca/docs.php?page=2\\_1](http://www.tfocanada.ca/docs.php?page=2_1) descargado (22/08/2010)

Una de ellas es el arte indio esencialmente en madera como de las tribus tlingit, haida, tsimshian y kwakiutl de la provincia de Columbia Británica. Ellos tienen trabajos decorativos sobre utensilios y la fabricación de importantes máscaras así como tejidos de lana adornados con bellas pinturas totémicas. También destacan las elaboradas en metales como el oro, las cuales son hechas como anillos, aretes y collares.

Pero, ante todo, son muy conocidas los Tótem (ver anexo 1) de gran importancia en las ceremonias religiosas. Están hechas de madera tallada con la imagen de animales protectores de un clan.<sup>29</sup>

La baja incidencia del crimen y la hospitalidad de su gente hacen que las ciudades canadienses sean consideradas los mejores lugares de residencia en el mundo, esto según un estudio realizado por Mercer Human Resources Consulting, que clasificó a las 215 ciudades del mundo que gozan mejor calidad de vida.

En el 2006, las Naciones Unidas, ubicaron a Canadá en el primer puesto de los países con mejor desarrollo humano. Los bajos costes de vida de estos países hacen que haya más oportunidades de superación.

La calidad de vida también se ve reflejada en la Salud. Si se compara su PBI con el de EEUU, Canadá gasta menos en asistencia médica. Todas las ciudades tienen como políticas de salud la equidad en el trato y buen cuidado del paciente. Excelente capital humano.<sup>30</sup>

En Canadá existe escasez de población y de mano de obra, lo que constituye el problema económico más acuciante del país según el ministro de Hacienda. Uno de cada siete ciudadanos está jubilado, y la tasa de fertilidad se sitúa por

---

<sup>29</sup> Absolut Canadá. "Aborígenes de Canadá". URL: <http://www.absolut-canada.com/artesantias-y-tradiciones-de-canada/> descargado (30-05-2010)

<sup>30</sup> Absolut Canadá. "Calidad de vida canadiense" URL: <http://www.absolut-canada.com/calidad-de-vida-en-canada/> descargado (05-06-2010)

debajo del nivel de reemplazo desde principios de los 70. El país ha acogido a unos 200.000 inmigrantes anuales desde 1998.<sup>31</sup>

En la actualidad gran parte del crecimiento poblacional de Canadá se debe a la llegada de miles de inmigrantes de diferentes partes del mundo, en el segundo trimestre del año 2010, la población creció en 125.800 personas, de las cuales 91.600 son inmigrantes.<sup>32</sup> Uno de cada cinco ciudadanos canadienses son inmigrantes. Los cuales el 11% pertenecen a Sur y Centro América, el 17% a Europa, 21% África y Medio Oriente y 48% Asia y El Pacífico (Ver anexo 2).<sup>33</sup> Ontario es la provincia más poblada de Canadá, 40% de la población nacional, alrededor de 13 millones de habitantes, seguido por Quebec<sup>34</sup>.

En conclusión Canadá se destaca por ser el segundo país más grande del mundo. Su capital es Ottawa. Su moneda es el dólar canadiense.

El nivel de vida de Canadá ocupa el quinto lugar entre los más altos del mundo (según el PIB). Lo preceden únicamente Estados Unidos, Suiza, Luxemburgo, Alemania y Japón.

El ingreso neto promedio anual de una familia de dos o más personas es de \$64.800 aproximadamente, pero los mayores ingresos se registran en parejas casadas con familia \$92.900 anual.

Por el perfil analizado tanto de Canadá como de su población, se considera un mercado bastante atractivo, cuenta características importantes que hace de sus habitantes compradores potenciales de artesanías de madera.

---

<sup>31</sup> Fundación para relaciones internacionales. "Mejores países para ser inmigrante" URL: <http://www.fp-es.org/la-lista-los-mejores-paises-para-ser-inmigrante> descargado (12-06-2010)

<sup>32</sup> Una-C. "Crecimiento de inmigrantes". URL: <http://una-c-canada.org/content/view/260/49/> descargado (13-05-2010)

<sup>33</sup> Prom Perú. "Haciendo negocios con Canadá" URL: <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=DD25130D-CDE6-40D2-9128-33EEFC802C85.PDF> descargada (22-07-2010)

<sup>34</sup> Una-C. "Distribución de inmigrantes en Canadá". URL: <http://una-c-canada.org/content/view/260/49/> descargado (18-06-2010)

Los factores que influyen en la decisión de compra son salud 66%, alimentación 38%, vivienda 34%, seguridad 30%, transporte 22%, medio ambiente 19%, recreación 9%, vestido 7%, muebles y decoración 5%, cuidado personal 2%, etc. (Ver anexo 3).

### 3.4.2 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Quebec es la segunda provincia con mayor población en Canadá, con 765,150.000 habitantes hasta el 2006<sup>35</sup>, donde 45.000 son inmigrantes, provenientes de un centenar de países, donde todos se incorporan activamente a su desarrollo económico, social y cultural.<sup>36</sup>

Tomando en cuenta a los ciudadanos canadienses e inmigrantes se los considera un mercado meta muy atractivo ya que la distribución de gastos de una familia Canadiense indica que al menos el 5% de sus ingresos destinan a la decoración de sus hogares<sup>37</sup> y por su inclinación a adornos realizados en madera debido a sus raíces. Ya que el arte indio de la costa occidental se basa esencialmente en la madera, si bien son muy apreciadas sus esculturas, los esquimales no disponen de arboles y realizan sus esculturas en piedra y hueso.<sup>38</sup>

Si bien el mercado canadiense ofrece interesantes oportunidades para los exportadores, esto no significa que no sea competitivo. Por el contrario, en este mercado es posible encontrar productos importados de los más diversos orígenes, razón por la cual aquellos exportadores que deseen ingresar deberán ofrecer un producto novedoso o lograr obtener una participación del mercado

---

<sup>35</sup> Ecuador Exporta. "Guía para exportar a Canadá" - URL: [http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/guia\\_canada\\_2008.pdf](http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/guia_canada_2008.pdf) descargado (20-07-2010)

<sup>36</sup> Gobierno de Quebec. "Inmigración" URL: <http://www.immigration-quebec.gouv.qc.ca/es/inmigrar-instalarse/index.html> descargado 22-06-2010

<sup>37</sup> Prom Perú. "Haciendo negocios con Canadá". URL: <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=DD25130D-CDE6-40D2-9128-33EEFC802C85.PDF> descargado 22-07-2010

<sup>38</sup> Absolut Canadá. "Arte indígena de Canadá" URL: <http://www.absolut-canada.com/arte-indigena-del-canada/> 05-06-2010

de un producto ya existente a través de una oferta más atractiva en términos de diseño, calidad, precio o servicio.<sup>39</sup>

El interés sería colocar artesanías de madera en Quebec principalmente ya que: Montreal, situada en la provincia de Quebec, es la segunda ciudad más populosa de Canadá. Es también la ciudad de lengua francesa más grande del mundo, situada fuera de Francia, aunque la gente de negocios suele dominar igualmente el inglés. Montreal es un centro financiero y comercial importante, especialmente en el campo aeroespacial, de la moda, la ingeniería, y las finanzas. Empresas de gran envergadura tales como Bombardier, Nortel y Bell Canadá International, estas dos últimas con fuertes inversiones en Colombia, tienen su sede principal en Montreal. A pesar de que en los últimos años el dinamismo de Montreal como centro económico ha decaído, continúa siendo un mercado atractivo para el exportador. La comunidad empresarial de habla francesa que reside en Quebec mira siempre con agrado cualquier oportunidad comercial fuera de América del Norte. Montreal es además ciudad puerto y sede de numerosos importadores.<sup>40</sup>

### **3.5 COMERCIO INTERNACIONAL DE CANADA**

Canadá exporta primordialmente Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, vehículos y repuestos para automotores, maquinaria y equipo, productos de alta tecnología, petróleo, gas natural, metales y productos forestales y agrícolas.

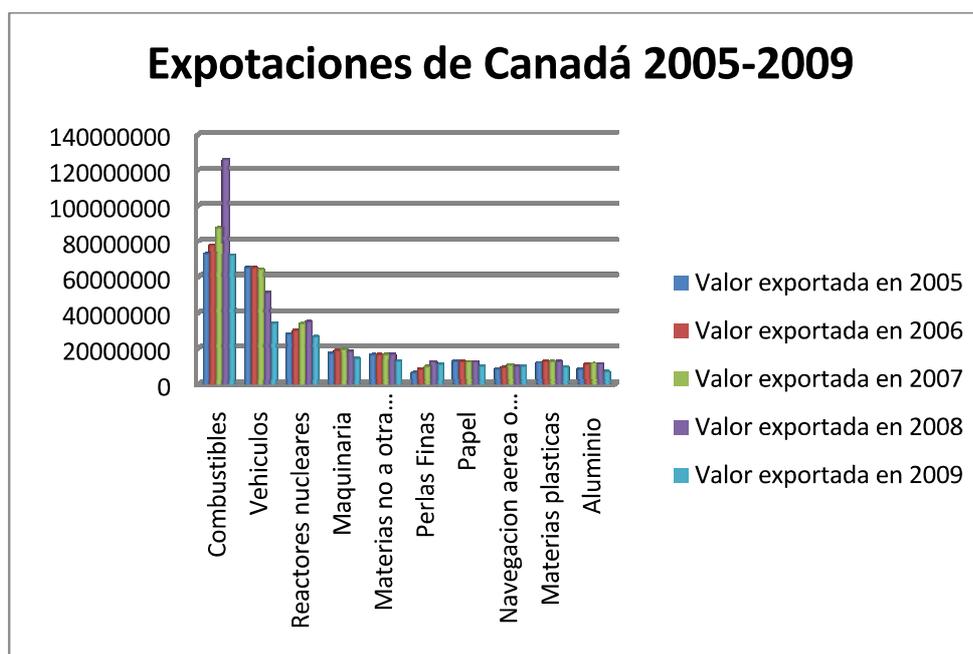
En el gráfico 2 se observa la evolución de las exportaciones de los principales productos que ha enviado Canadá al resto del mundo, en el periodo del 2005 al 2009

---

<sup>39</sup>Expota Ecuador. "Guía para exportar a Canadá". URL: [http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/guia\\_canada\\_2008.pdf](http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/guia_canada_2008.pdf) descargado 20-07-2010

<sup>40</sup> Proexport Colombia. "Perfil de Quebec". URL: <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4531DocumentNo7375.PDF> descargado 18-06-2010

Gráfico 3.3: Exportaciones totales de Canadá 2005-2009



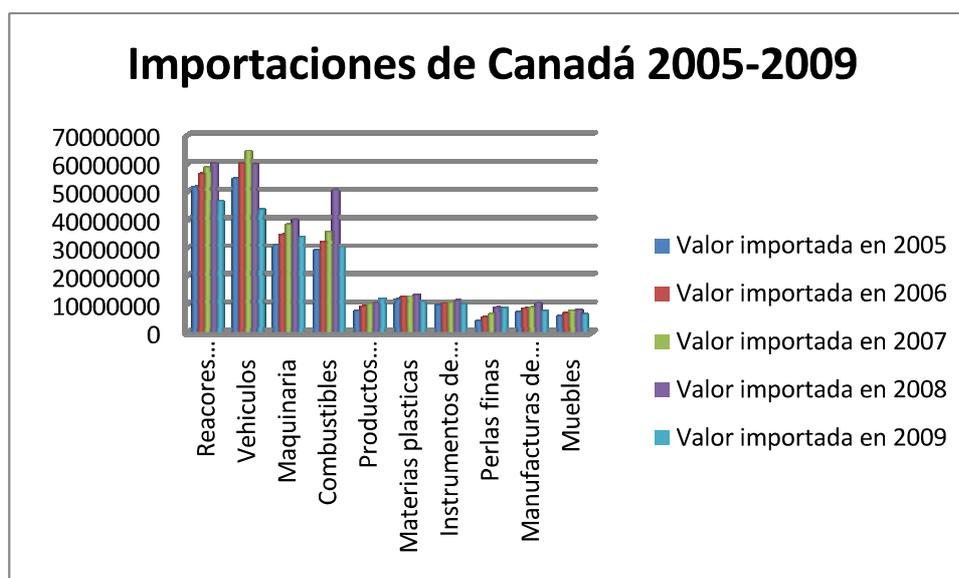
Fuente: Trade Map  
Elaboración: Natalia Tamayo

Canadá importa igualmente maquinaria y material industrial (inclusive equipo de comunicaciones y material electrónico), vehículos y repuestos para automotores, materiales industriales (ya sea minerales metálicos, hierro y acero, metales preciosos, productos químicos y materia plástica, algodón, lana y otros textiles), productos manufacturados y alimenticios.<sup>41</sup>

En el gráfico 3 se observa la evolución de las importaciones de los principales productos que ha adquirido Canadá al resto del mundo en el periodo del 2005-2009

<sup>41</sup> Gobierno de Canadá. "Importaciones principales de Canadá". URL: <http://www.canadainternational.gc.ca/mexico-mexique/about-apropos/gencan.aspx?lang=es> descargado 15-07-2010

**Grafico 3.4: Importaciones totales de Canadá 2005-2009**



Fuente: Trade Map  
Elaborado por: Natalia Tamayo

Siendo una economía desarrollada, y con una población de aproximadamente una décima parte de la de los Estados Unidos, el mercado canadiense es de una dimensión más manejable para aquellos exportadores que tratan de ingresar al mercado norteamericano por primera vez. Por ejemplo, los pedidos tienden a ser más pequeños y hay un menor número, de sub.-mercados a seleccionar. La experiencia ganada en el mercado canadiense puede ser una ventaja, cuando el exportador decide lanzarse a penetrar el mercado estadounidense.

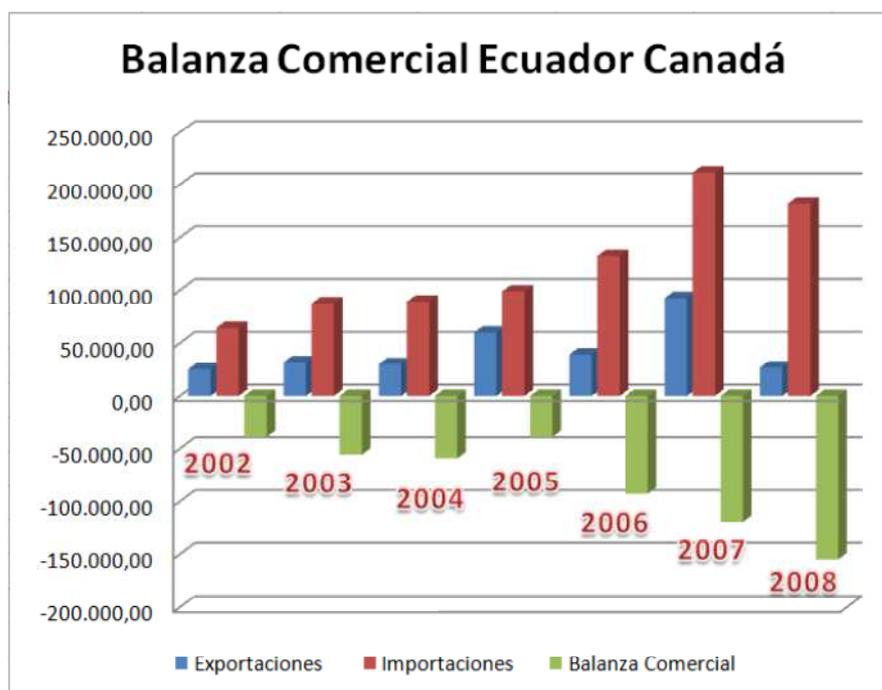
Las relaciones comerciales entre Ecuador y Canadá se han caracterizado por un déficit creciente para el primero; de acuerdo a cifras del Banco Central del Ecuador, en el año 2006 el déficit comercial fue más del doble del registrado en el año 2002.

El cuadro 2 y gráfico 4: muestran la evolución de la balanza comercial que ha mantenido Ecuador-Canadá desde el año 2005 hasta 2009

**Cuadro 3.3: Balanza comercial Ecuador Canadá 2002-2009**

| Ecuador-Canadá Balanza Comercial |            |            |            |            |            |             |             |
|----------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| En miles de dólares              |            |            |            |            |            |             |             |
| Año                              | 2002       | 2003       | 2004       | 2005       | 2006       | 2007        | 2008        |
| Exportaciones                    | 25.146,15  | 31.824,96  | 30.095,65  | 59.841,85  | 39.386,72  | 92.519,38   | 26.700,41   |
| Importaciones                    | 64.208,08  | 87.462,66  | 89.151,40  | 98.930,29  | 131.944,07 | 211.593,19  | 181.552,79  |
| Balanza Comercial                | -39.061,93 | -55.637,70 | -59.055,75 | -39.088,44 | -92.557,35 | -119.073,81 | -154.852,38 |

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: Natalia Tamayo

**Grafico 3.5: Intercambio comercial Ecuador- Canadá 2002-2008**

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: Natalia Tamayo

La importancia cuantitativa de Canadá como destino de exportaciones y fuente de importaciones ecuatorianas es bastante baja, tal y como lo señala un estudio realizado por el Banco Central del Ecuador.<sup>42</sup> Según este estudio, la participación de las exportaciones ecuatorianas a Canadá con relación al total de las exportaciones ecuatorianas al mundo, representaron el 0.3%, 0,65% y

<sup>42</sup>Banco Central del Ecuador. "Canadá: ¿Un mercado por explorar para el Ecuador?" Estudios de Comercio Internacional; Pág. 4

0,15% para los años 2006, 2007 y 2008, respectivamente; y la participación de las importaciones ecuatorianas desde Canadá con relación al total de las importaciones ecuatorianas del mundo, significaron el 1.2%,1.41% y 1,22% para los años 2006, 2007 y 2008 respectivamente.

En sentido inverso, esto es, la importancia del Ecuador como socio comercial de Canadá, ésta es todavía más reducida; en efecto, en el 2006, 0.04% de las exportaciones canadienses tuvieron como destino el Ecuador, y en cuanto a las importaciones, el 0.03% fueron productos ecuatorianos,

Situación que coloca al país como uno de los países sudamericanos con los cuales Canadá tiene menor volumen de intercambio comercial, como lo muestra la siguiente tabla:<sup>43</sup>

**Cuadro 3.4: Canadá: Exportaciones e importaciones de países latinoamericanos 2002-2006**

| Canadá: Exportaciones e importaciones de países latinoamericanos |                                |              |              |              |              |                                |              |              |              |              |
|--|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| País   | Participación en exportaciones |              |              |              |              | Participación en importaciones |              |              |              |              |
|  | 2002                           | 2003         | 2004         | 2005         | 2006         | 2002                           | 2003         | 2004         | 2005         | 2006         |
| México   | 0.61%                          | 0.58%        | 0.75%        | 0.77%        | 0.99%        | 3.65%                          | 3.63%        | 3.78%        | 3.83%        | 4.04%        |
| Brasil   | 0.19%                          | 0.23%        | 0.23%        | 0.25%        | 0.30%        | 0.55%                          | 0.59%        | 0.66%        | 0.83%        | 0.86%        |
| Venezuela  | 0.14%                          | 0.08%        | 0.12%        | 0.16%        | 0.18%        | 0.35%                          | 0.21%        | 0.37%        | 0.48%        | 0.30%        |
| Colombia   | 0.09%                          | 0.08%        | 0.09%        | 0.10%        | 0.12%        | 0.11%                          | 0.11%        | 0.12%        | 0.15%        | 0.16%        |
| Chile  | 0.07%                          | 0.09%        | 0.09%        | 0.10%        | 0.11%        | 0.19%                          | 0.26%        | 0.37%        | 0.44%        | 0.47%        |
| Peru   | 0.04%                          | 0.04%        | 0.04%        | 0.06%        | 0.07%        | 0.08%                          | 0.08%        | 0.13%        | 0.36%        | 0.53%        |
| Argentina  | 0.01%                          | 0.02%        | 0.03%        | 0.04%        | 0.04%        | 0.09%                          | 0.11%        | 0.08%        | 0.12%        | 0.14%        |
| <b>Ecuador</b>   | <b>0.03%</b>                   | <b>0.04%</b> | <b>0.04%</b> | <b>0.04%</b> | <b>0.04%</b> | <b>0.05%</b>                   | <b>0.04%</b> | <b>0.04%</b> | <b>0.03%</b> | <b>0.03%</b> |
| Bolivia  | --                             | --           | --           | --           | 0.01%        | --                             | --           | 0.01%        | 0.01%        | 0.01%        |
| Uruguay  | --                             | --           | 0.01%        | 0.01%        | 0.01%        | 0.01%                          | 0.04%        | 0.04%        | 0.03%        | 0.01%        |

Fuente: Strategis Canada

Elaboración: Corpei

Canadá ha importado desde el Ecuador un valor total de 211.593,19 dólares en el 2007, lo que corresponde al 0.05% de las importaciones totales de Canadá, 181.552,79 dólares en el 2008, siendo el 0.04% y 205.6 millones de dólares en el año del 2009, lo que corresponde al 0.06% de sus importaciones totales, según datos del Trade Map y Banco Central del Ecuador.

<sup>43</sup> Corpei. "Guía para exportar a Canadá"  
[http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/guia\\_canada\\_2008.pdf](http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/guia_canada_2008.pdf) descargado 20-08-2010

Comparando las importaciones de productos no petroleros encontramos en el 2007 un valor de 135 millones de dólares, en el 2008: 166.8 millones de dólares y en el 2009: 205 millones de dólares donde no hay variación con las importaciones totales del mismo año, ya que no se registran importaciones de petróleo.

Los principales productos importados por Canadá desde el Ecuador son rosas con un 30.82%, camarón con el 10.72%, palmito con 10.51%, tilapia 5.56%, mango 2.80%, confitería 1,77%, etc. Desde enero del 2008 hasta mayo del 2010, según datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador.

Canadá ha importado estatuillas de madera desde el Ecuador un valor de 13 mil dólares en el año 2007, lo que corresponde menos del 1% de sus importaciones totales, en el año 2008 un valor de 11 mil dólares correspondiente a un porcentaje menor al 1% y en el año 2009: 11 mil dólares que es el igualmente menor al 1% de las importaciones totales.

Canadá ha importado del mundo estatuillas de madera en el 2007 un valor de 15.47 millones de dólares lo que corresponde a menos del 1% de sus importaciones totales, en el 2008 un valor de 15.5 millones de dólares siendo un porcentaje inferior al 1%, y en el 2009 un valor de 10.4 millones de dólares siendo menos del 1% de sus importaciones mundiales.

Los principales países de los cuales Canadá importa artesanías de madera son: China, Indonesia, Estados Unidos, India, Tailandia, etc. Donde China es el principal proveedor, aportando más del 50% del total de artesanías. Ecuador ocupa el lugar número 60 de un total de 104 países con los cuales ha mantenido relaciones comerciales durante los el periodo comprendido entre los años 2005-2009.

El siguiente gráfico muestra la evolución de las importaciones de Canadá en estatuillas de madera en el periodo 2005-2009.

**Grafico 3.6: Principales proveedores de estatuillas de madera para Canadá  
2005-2009 en miles de dólares**



Fuente: TradeMap  
Elaboración: Natalia Tamayo

Los principales proveedores generales de Canadá son: Estados Unidos, donde Canadá importa un promedio de 52,59%. Desde China un promedio de 10,04% de las importaciones totales, México un promedio de 4,29%, Japón 3,57%, Alemania 2,90%, Reino Unido 2,77%, etc.

Canadá exporta sus productos principalmente a Estados Unidos un 78.97%, a Reino Unido un 2.84%, China un 2.11%, Japón el 2.04%. El principal destino de sus exportaciones es Estados Unidos de América, donde los principales productos los exporta bajo las partidas arancelarias: Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación, Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes y Reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos.

Canadá se encuentra entre los países con las más elevadas importaciones per cápita, importando aproximadamente dos más veces que los Estados Unidos. Con una economía desarrollada y una población de alrededor de 32 millones de habitantes, el mercado canadiense es altamente atractivo para exportadores pequeños y medianos, ya que a diferencia de los Estados Unidos, en donde los volúmenes requeridos para satisfacer la demanda del mercado en muchas

ocasiones exceden las capacidades de los exportadores, en Canadá los pedidos tienden a ser más pequeños y concentrados. Adicionalmente, la experiencia adquirida en el mercado canadiense, el cual en ciertos aspectos es similar al estadounidense, puede constituirse en un instrumento muy valioso para ingresar a ese mercado.

### **3.6 Requisitos para exportar**

Los requerimientos y pasos indispensables para la exportación de un producto del Ecuador son las siguientes:

#### **3.6.1 Requisitos y trámites para exportar:**

##### **3.6.1.1 Declaración de Exportación:**

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

##### **3.6.1.2 Documentos a presentar.**

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

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

##### **3.6.1.3 Trámite:**

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

###### **➤ Fase de Pre-embarque**

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

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

➤ **Fase Post-Embarque**

Se presenta la DAU definitiva, que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

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

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

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

➤ **Agente Afianzado de Aduana**

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

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- Para los regímenes especiales.<sup>44</sup>

### **3.7 ANALISIS DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DE LA INDUSTRIA ECUATORIANA**

Analizando la industria de artesanías de madera fabricadas en San Antonio de Ibarra encontramos que gran parte de la población está relacionada con esta actividad: obreros, vendedores, escultores que tienen sus propias galerías de artes abiertas al público, los cuales principalmente se dedican a fabricar muebles para el hogar, y como actividad secundaria realizan las esculturas de madera en diversas formas, estas son únicas, ya que son talladas a mano, para realizarlas no se utilizan moldes y su proceso no es en serie. Las más comunes son figuras religiosas (aproximadamente el 45% de artesanos las realizan), debido a la dificultad del proceso de elaboración y tallado son las más costosas; también encontramos jarrones, animales de todo tipo, representaciones humanas de la cultura indígena, instrumentos musicales y

---

<sup>44</sup> Aduana del Ecuador. "Procedimiento para exportar". URL: <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html> descargado 22-08-2019

figuras abstractas. Los tamaños varían de acuerdo al tipo de representación van desde 5cm las más pequeñas hasta 3m de altura las más grandes.

### 3.7.1 PRODUCCION LOCAL

San Antonio de Ibarra no cuenta con un censo para determinar cuántos artesanos existen, pero aproximadamente se estima que exista cerca de 1000<sup>45</sup> artesanos en el centro de la parroquia. Si cada artesano se dedica únicamente a la elaboración de un solo tipo de artesanías las cuales se destinarían a la exportación se puede considerar 11 artesanías de diversos tamaños por cada taller. Tomando en cuenta a todos los artesanos (aproximadamente 1000) de San Antonio de Ibarra la estimación de la producción de la zona sería de 11.000 artesanías de madera, como se puede observar en el cuadro 4; el periodo de elaboración estimado es de 30 días, donde el material puede ser madera de nogal, naranjillo, cedro, laurel, etc. (Ver anexo 4)

Esta madera debe ser necesariamente seca ya que así no se deformará en años futuros y su peso es bastante ligero en relación a otros materiales como la arcilla, etc.

**Cuadro 3.5: Producción estimada de artesanías individual y total en un mes.**

| <b>PRODUCCION ESTIMADA DE ARTESANIAS</b> |                                  |                              |
|--|----------------------------------|------------------------------|
| <b>DESCRIPCION EN CM.</b>                | <b>CANTIDAD PRODUCIDA AL MES</b> | <b>PRODUCCION DE LA ZONA</b> |
| Artesanía grande 150 cm.                 | 1                                | 1000                         |
| Artesanía 50 cm.                         | 1                                | 1000                         |
| Artesanía 30 cm.                         | 3                                | 3000                         |
| Artesanía pequeña 20 cm.                 | 6                                | 6000                         |

Fuente: Entrevista realizada a artesanos.  
Elaboración: Natalia Tamayo

<sup>45</sup> Entrevista realizada al Lic. Ramiro Santacruz actual presidente de la Asociación de Artesanos de San Antonio de Ibarra.

➤ **Costo de producción:**

El costo de producción está dado por la complejidad de la elaboración artística, pueden variar de \$1,00 USD/cm a \$3,50 USD/cm. A continuación se detalla el costo promedio de la artesanía:

**Cuadro 3.6: Costo total por artesanía**

| TIPO DE PRODUCTO | TAMAÑO CM. | COSTO POR CM. | COSTO TOTAL |
|------------------|------------|---------------|-------------|
| Artesanía        | 20         | \$ 1,00       | \$ 20,00    |
| Artesanía        | 30         | \$ 1,50       | \$ 45,00    |
| Artesanía        | 50         | \$ 2,50       | \$ 125,00   |
| Artesanía        | 150        | \$ 3,50       | \$ 525,00   |

Fuente: Entrevista a Artesanos.  
Elaboración: Natalia Tamayo

Si se toma en cuenta la capacidad de producción mensual asciende a 11000 estatuillas de madera de diversos tamaños; y un valor de 905 mil dólares, tal como se muestra en el cuadro 7.

**Cuadro 3.7: Costo total de la producción mensual**

| TIPO DE PRODUCTO | TAMAÑO CM. | PRODUCCION MENSUAL UNIDADES | COSTO TOTAL | PRODUCCION MENSUAL USD |
|------------------|------------|-----------------------------|-------------|------------------------|
| Artesanía        | 20         | 6000                        | \$ 20,00    | \$ 120,000             |
| Artesanía        | 30         | 3000                        | \$ 45,00    | \$ 135,000             |
| Artesanía        | 50         | 1000                        | \$ 125,00   | \$ 125,000             |
| Artesanía        | 150        | 1000                        | \$ 525,00   | \$ 525,000             |
| <b>Total</b>     |            | <b>11000</b>                |             | <b>\$ 905.000</b>      |

Fuente: Entrevista realizada a artesanos.  
Elaboración: Natalia Tamayo

### 3.7.2 ANALISIS DE COSTOS PARA FIJACION DE PRECIOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL

Para que el proyecto de exportación de artesanías de madera al mercado de Quebec resulte atractivo para los artesanos de San Antonio de Ibarra es

indispensable que el beneficio que resulte de este sea más atractivo del que actualmente mantienen a través de las diferentes formas de ventas.

A continuación se analizarán una serie de gastos y costos que son necesarios para la exportación:

➤ **Embalaje:**

El embalaje de las artesanías se lo realiza utilizando cajas de cartón y recubiertas cada una con esponja, para calcular la capacidad de un contenedor de 20 pies cuyas medidas son: Largo 5.9m, ancho 2.35, y altura 2.39. La capacidad de carga máxima 2250kg, el volumen es de 33.1m<sup>3</sup>. Es necesario conocer el peso y las medidas de las artesanías, lo cual se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro 3.8: peso y dimensiones de las artesanías.**

| <b>PESO Y DIMENSIONES DE LAS ARTESANIAS</b> |                   |                             |                    |
|---|-------------------|-----------------------------|--------------------|
| <b>TIPO DE PRODUCTO</b>                     | <b>TAMAÑO CM.</b> | <b>DIMENSION DE LA CAJA</b> | <b>PESO EN KG.</b> |
| Artesanías                                  | 20                | 25x20x15                    | 0,45               |
|   | 30                | 35x25x20                    | 0,91               |
|   | 50                | 55x30x25                    | 2,27               |
|   | 150               | 155x105x45                  | 11,36              |

Elaboración: Natalia Tamayo

➤ **Transporte Interno**

Se debe realizar transportación terrestre de la mercadería, hasta el lugar de embarque, en este caso el Puerto de Guayaquil desde San Antonio de Ibarra. Se debe considerar un valor de 400,00 dólares, incluido los gastos de descarga.

➤ **Costos en puerto**

Se debe cancelar a la compañía portuaria por tres rubros: manipulación, derechos de muellaje y derechos de puerto. Para exportación de artesanías de madera por el Puerto de Guayaquil los costos son: manipulación 80,00 dólares,

muellaje 350,00 dólares, y derechos de puerto 400,00 dólares, en total 830,00 dólares.

Para este proceso dentro de la aduana se paga a un agente afianzado de aduanas y personas que realicen la carga y descarga de la mercadería con un costo aproximado de 200,00 dólares.

Muestra la cantidad de unidades de artesanías que se puede exportar en cada contenedor de 40 pies.

**Cuadro 3.9: Capacidad del contenedor**

| <b>CAPACIDAD DEL CONTENEDOR</b> |                   |                             |                                |
|---------------------------------|-------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| <b>TIPO DE PRODUCTO</b>         | <b>TAMAÑO CM.</b> | <b>DIMENSION DE LA CAJA</b> | <b>UNIDADES POR CONTENEDOR</b> |
| Artesanías                      | 20                | 25x20x15                    | 1200                           |
|                                 | 30                | 35x25x20                    | 550                            |
|                                 | 50                | 55x30x25                    | 240                            |
|                                 | 150               | 155x105x45                  | 14                             |

Elaboración: Natalia Tamayo

### ➤ Transporte Internacional

Una cotización de transporte internacional marítimo realizada por la empresa Hapag-Lloyd considera los siguientes valores para transportar la mercadería desde el Puerto de Guayaquil hasta el Puerto de Quebec:

**Cuadro 3.10: Costos transporte marítimo Guayaquil-Canadá**

| <b>Charge</b>                  |                 |
|--------------------------------|-----------------|
| Lump Sum                       | 2,011,00        |
| Terminal Handling Charge Orig. | 132             |
| Carrier Security FEE           | 10              |
| Bunker Charge                  | 379             |
| Panamá Canal Charge            | 235             |
| Destination Landfreight        | 1.483,00        |
| <b>Total</b>                   | <b>4,250,00</b> |

Fuente: Proforma a Hapag Lloyd

Elaboración: Natalia Tamayo

Los costos de exportación para artesanías de madera desde San Antonio de Ibarra hasta el Puerto de Quebec en Canadá cuyo volumen es de un contenedor de 40 pies, y el transporte principal es marítimo se detalla en el cuadro 11,

**Cuadro 3.11: Costos de exportación**

| <b>COSTOS DE EXPORTACION</b>     |             |
|----------------------------------|-------------|
| Transporte interno               | \$ 400,00   |
| Costos en el puerto de Guayaquil | \$ 830,00   |
| Agente Afianzado de Aduanas      | \$ 200,00   |
| Transporte internacional         | \$4.250,00  |
|                                  |             |
|                                  | \$ 5.680,00 |

Elaboración: Natalia Tamayo

Para que la exportación de artesanías de madera de San Antonio de Ibarra resulte atractiva es necesario que el beneficio que genere este proceso sea superior al de las actividades de comercio que actualmente mantienen los artesanos; para determinar que la utilidad sea suficientemente atractiva, esta debe cubrir varios costos mínimos como son: materia prima, salario de los artesanos y sus ayudantes, herramientas necesarias para la producción, químicos, pinturas, servicios básicos de taller, oficina, etc. Y además agregar una ganancia o una proyección de ventas interesante para que el productor se vea motivado a llevar su productor al mercado internacional.

La utilidad que se proyecta es el 30%, el cuadro 12 analiza el costo local de la artesanía, el margen de beneficio que se percibiría por cada una y el precio final.

Cuadro 3.12: Margen de beneficio

| TIPO DE PRODUCTO | TAMAÑO CM. | COSTO LOCAL | MARGEN DE BENEFICIO |           |
|------------------|------------|-------------|---------------------|-----------|
| Artesanía        | 20         | \$ 20,00    | 30%                 | \$ 6,00   |
| Artesanía        | 30         | \$ 45,00    | 30%                 | \$ 13,50  |
| Artesanía        | 50         | \$ 125,00   | 30%                 | \$ 37,50  |
| Artesanía        | 150        | \$ 525,00   | 30%                 | \$ 157,00 |

Elaboración: Natalia Tamayo

En el cuadro 13 se presenta un análisis detallado de los costos que son necesarios para exportar cada una de las artesanías individualmente y el precio referencial mínimo de venta internacional.

Cuadro 3.13: Análisis de precios internacionales

| PRECIOS INTERNACIONALES DE LAS ARTESANIAS |            |             |                     |                      |                    |                   |                          |                           |
|---|------------|-------------|---------------------|----------------------|--------------------|-------------------|--------------------------|---------------------------|
| PRODUCTO                                  | TAMAÑO CM. | COSTO LOCAL | MARGEN DE BENEFICIO | EMPAQUES Y ETIQUETAS | TRANSPORTE INTERNO | COSTOS PORTUARIOS | TRANSPORTE INTERNACIONAL | PRECIO MINIMO REFERENCIAL |
| Artesanías                                | 20         | 20          | 6                   | 0,45                 | 0,01               | 0,02              | 0,88                     | <b>27,36</b>              |
|   | 30         | 45          | 13,5                | 0,66                 | 0,03               | 0,07              | 1,93                     | <b>61,19</b>              |
|   | 50         | 125         | 37,5                | 0,96                 | 0,1                | 0,26              | 4,43                     | <b>168,25</b>             |
|   | 150        | 525         | 157                 | 2,02                 | 5,33               | 13,73             | 75,89                    | <b>778,97</b>             |

Elaboración: Natalia Tamayo

### 3.7.3 Aranceles

Canadá para la partida: estatuillas y demás objetos de madera (442010) aplica un arancel ad-valorem correspondiente al 6% para los países desarrollados, los que se encuentran bajo la Nación más favorecida (NMF) el arancel es del 3%<sup>46</sup>

<sup>46</sup> Market Access Map "Arancel para partida 442010". URL: <http://www.macmap.org/Index.es.aspx> descarga 25-08-2010

(donde incluye Ecuador), y para otro grupo de países como con los que tiene Tratado de Libre Comercio u otro tipo de negociación el arancel es el 0%.

#### **3.7.4 Preferencias arancelarias**

Las relaciones entre el Ecuador y Canadá se han desarrollado desde 1947 bajo el Arancel Preferencial General (APG), y por el trato de la Nación más Favorecida (NMF). Estos acuerdos exoneran total o parcialmente del pago de aranceles a productos agrícolas o industriales. El acuerdo también contempla que Canadá puede ejecutar medidas de salvaguardia, como el retiro de las preferencias, en caso de que las mismas perjudiquen a la producción nacional canadiense. Según el trato de Nación más favorecida por el que ciertos productos se benefician cuando cumplen determinadas normas de origen como el ser exclusivamente obtenidos en territorio nacional, procesados en con insumo nacional y productos elaborados con insumos importados cuando el valor de este último no supere el 40% del precio en fábrica. Un ejemplo de estos productos son las artesanías nacionales que al momento de exportarse ingresan al mercado canadiense con 0% de arancel. Sin embargo, algunos textiles, calzados, plásticos e industrias afines se encuentran excluidos de estos beneficios desde el 2005 y 2006.<sup>47</sup>

#### **3.8 Análisis de precios internacionales.**

La comercialización de artesanías puede resultar rentable si se sabe optimizar los recursos: los retazos bien secos que resultan de la fabricación de muebles para el hogar son la principal materia prima para estas figuras, con instrumentos especiales para tallar, algo de ingenio, buen gusto, pintura y el debido tratamiento de la madera son los instrumentos necesarios.

Analizando una parte del mercado de Canadá se puede encontrar que las artesanías se las vende en su mayoría provienen de la China, se las encuentra en centros comerciales las piezas más comunes y menos costosas, en galerías

---

<sup>47</sup> Cámara de Comercio Ecuatoriano Canadiense. "Datos de la nación mas favorecida". URL: <http://www.ecucanchamber.org/contenidos.php?id=267&tipo=1&idiom=1#> descargado 20-07-2010

de arte las que se consideran especiales y representativas especialmente de la cultura indígena y también se las puede encontrar en páginas de internet como EBay.

Los precios en el mercado de Canadá pueden variar de acuerdo a los detalles que presenten las estatuillas o figuras de madera, las más costosas y valoradas para los ciudadanos canadienses son las piezas antiguas del siglo XVII o XIX llegan a costos hasta 30 dólares americanos el cm. Donde su precio de mercado puede alcanzar 2,800 dólares en adelante.

Seguidas de las piezas de madera que representen a Santos o personajes religiosos o mitológicos que su precio promedio es de 3,60 dólares americanos el cm. Donde una artesanía de Jesús y María de 25cm. Tiene un valor comercial de 90 dólares americanos.

Son bastante comunes figuras de madera con diseños de animales cuyo detalle principal es el color natural de madera, veteados y con una capa de barniz brillante o mate, el cual protege y resalta la artesanía, la procedencia de estas son principalmente China, y su producción es en serie ya que se puede solicitar una o varias unidades del mismo diseño. El precio de estas son diversos: se pueden encontrar desde 0.60, 1.50, 2.00 dólares el cm. (Ver anexo 5) Donde una artesanía de 15cm esta valorizada en 30 dólares americanos.

Las figuras que representan a la cultura indígena como figuras humanas de indios son muy valorizados por los ciudadanos canadienses, una pieza de madera de 25cm. Esta valorizada en 65 dólares americanos. (Ver anexo 6)

Los precios al publico dependen del tamaño de la artesanía, material, proceso de elaboración, el tiempo invertido en ella y principalmente el tallado; los cuales pueden variar desde \$1.50 la más sencilla, jarrones desde \$35, animales con distintas utilidades desde \$7, figuras abstractas que alcanzan hasta los \$3.500.

De acuerdo a las cantidades, materiales y detalles requeridos se entregaran en plazo de 10, 20 o 30 días, dependiendo del contrato y especialmente de la cantidad que se realice se puede alcanzar de un 30% a 40% de descuento del precio de venta al público.

El cuadro 13 muestra los precios referenciales en Canadá de las artesanías de madera que coinciden con características similares a las que se producen en San Antonio de Ibarra: los detalles que se toman en cuenta para esta referencia son: Figuras talladas a mano, tipo de madera, tamaño de las artesanías y acabados.

**Cuadro 3.14: Referencias de precios internacionales.**

| <b>Referencia de precios internacionales</b> |           |                    |
|--|-----------|--------------------|
| Producto                                     | Tamaño cm | Precio             |
| Artesanía                                    | 20        | 35                 |
|  | 30        | 80                 |
|  | 50        | 280                |
|  | 150       | 2500 <sup>48</sup> |

Fuente: E-buy

Elaboración: Natalia Tamayo

### 3.9 Comparación de precios referenciales

Tomando en cuenta el precio referencial que tienen las artesanías en el mercado de Canadá, es necesario compararlo con el precio mínimo referencial de venta ya estimado anteriormente, para conocer la diferencia de precios que se puede encontrar en los dos países y así determinar que tan competitivo puede ser el producto ecuatoriano.

Para este análisis se tomará en cuenta dos puntos de vista:

<sup>48</sup> Exportador de San Antonio. Precio referencial artesanía de madera en Canadá.

### 3.9.1 Distribución directa al consumidor final

La primera opción de venta considerada para el análisis de precios es directamente al consumidor final donde se ya se cuenta con uno o varios compradores canadienses. En este caso la utilidad que se percibe es superior ya que la venta es directa y la mercadería no pasa a través de ningún intermediario.

El cuadro 15 muestra los precios referenciales: el mínimo de venta del artesano y el de venta en Canadá:

**Cuadro 3.15: Comparación de precios en una venta a consumidor final:**

| <b>Comparación de precios Venta a consumidor final</b> |            |                        |                            |                              |
|--|------------|------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Producto   | Tamaño cm. | Precio mínimo artesano | Precio venta internacional | <b>Beneficio exportación</b> |
| Artesanía  | 20         | 27,36                  | 35,00                      | <b>7,64</b>                  |
|  | 30         | 61,19                  | 80,00                      | <b>18,81</b>                 |
|  | 50         | 168,25                 | 280,00                     | <b>111.75</b>                |
|  | 150        | 778,97                 | 2500,00                    | <b>1721,03</b>               |

Elaboración: Natalia Tamayo

### 3.9.2 Venta a través de un intermediario en Canadá

Cuando la venta se realiza a través de un intermediario en Canadá, el beneficio de exportador que se percibiría sería menor ya que se calcula que alrededor de un 15% del precio referencial internacional de la artesanía sería la utilidad de la empresa o persona que actúa como intermediario del producto.

El cuadro 16 muestra el beneficio de exportador que se percibiría si la artesanía fuera vendida a un intermediario en Canadá:

Cuadro 3.16: Comparación de precios Venta a intermediario.

| <b>Comparación de precios Venta a intermediario</b> |            |                        |                            |                              |
|---|------------|------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Producto  | Tamaño cm. | Precio mínimo artesano | Precio venta intermediario | <b>Beneficio exportación</b> |
| Artesanía   | 20         | 27,36                  | 30,43                      | <b>3,07</b>                  |
|   | 30         | 61,19                  | 69,57                      | <b>8,38</b>                  |
|   | 50         | 168,25                 | 243,48                     | <b>75,23</b>                 |
|   | 150        | 778,97                 | 2173,91                    | <b>1394,94</b>               |

Elaboración: Natalia Tamayo

Como se puede observar en la comparación de precios la venta tanto a consumidor final como a un intermediario el artesano puede percibir un beneficio de exportación.

### 3.10 EXPERIENCIA EN EXPORTACIONES

En su mayoría la industria artesanal en San Antonio de Ibarra producen únicamente para turistas que visitan el lugar, son pequeños empresarios que independientemente en su mayoría no han exportado sus productos al resto del mundo, por varios factores como desconocimiento, poca producción, falta de incentivos o capital, falta de inversión o no lo han intentado. Pero muchos artesanos reciben numerosas órdenes de producción en cantidades significativas, por parte de ciudadanos extranjeros, ya sea para uso personal o para mantener actividades de comercio, estos pedidos provienen principalmente de España y Estados Unidos, quienes solicitan obras de arte en mayores cantidades en color original, para apreciar la madera y sus veteados, basta con el fino acabado y laca para conservar las pieza.;

También son solicitadas las artesanías en mayores cantidades por ecuatorianos de diferentes provincias, ya sea para venderlos en sus propias tiendas o solicitan pedidos especiales para sus viviendas.

Una parte de la industria que se dedica a realizar productos diferenciados ya que son artesanías principalmente abstractas fruto de la imaginación del artista,

se destacan por ser de tamaño superior que pueden llegar hasta los tres metros de altura con un peso de 80kg. Esta en especial “Galería Cevallos” ha exportado directamente a otros países como España, Estados Unidos, Canadá, etc. Donde sus principales clientes son tiendas o galerías directamente relacionadas con obras de arte.

Mediante exposiciones reales dan a conocer el arte ecuatoriano, en distintos países, donde sus figuras, cuadros y esculturas se valorizan alrededor de un 200% a 400% más que en nuestro país, y son adquiridos al instante.

## 4. CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 CONCLUSIONES

- Las exportaciones de estatuillas de madera fabricadas en el Ecuador representan una pequeña parte de los productos elaborados, producidos y manufacturados dentro del país, que tienen como destino nuevos países; debido principalmente por falta de interés, incentivos y desconocimiento de los artesanos que se dedican a esta actividad.
- Los productos artesanales poseen un alto grado de aceptación, en países desarrollados como Italia, Francia, España, Alemania, Estados Unidos, Canadá, etc. Cuyos habitantes cumplen con el perfil de posibles compradores de artesanías y cuentan con un poder adquisitivo superior al del Ecuador.
- Las exportaciones de artesanías de madera realizadas a Canadá desde el Ecuador representar cantidades poco representativas para los dos países, las cuales se registran con valores menores al 1% de las relaciones comerciales que mantienen los dos países.
- Artesanos de Ecuador principalmente de la provincia de Otavalo venden artesanías de madera, a través de la página E-buy, cuyos diseños son animales y figuras abstractas, estos son enviados por correos nacionales, los cuales son registrados como envíos personales, los cuales no se registran como exportaciones.
- Canadá es un país desarrollado que ha mantenido relaciones comerciales con el Ecuador durante varias décadas, los bienes que importa del Ecuador principalmente constituyen productos agrícolas y del mar, en menor cantidad productos con cierto grado de elaboración.
- Ecuador por considerarse un país en vías de desarrollo tiene ventajas para el ingreso de sus productos a países desarrollados, mediante el

Arancel Preferencial General (APG), y por el trato de la Nación más Favorecida (NMF), estos acuerdos exoneran parcial o totalmente el ingreso de la mercadería, en el caso de las artesanías de madera el Ecuador las exporta a Canadá con el 3% de arancel.

- Analizando que Canadá es considerado uno de los países con mayor nivel de vida del mundo, el poder adquisitivo de sus habitantes es el segundo más alto del mundo, tomando en cuenta que al menos el 5% de sus ingresos lo destinan a decoración y considerando sus orígenes indígenas; las artesanías de madera son productos atractivos para los ciudadanos canadienses.
- Conociendo las raíces aborígenes de los ciudadanos canadienses, su inclinación por productos representativos de su cultura y sus constantes importaciones de artesanías se puede considerar a Canadá como un mercado que aprecia las artesanías de madera.
- La exportación de artesanías de madera de San Antonio de Ibarra hacia Quebec-Canadá es factible, y se acepta la hipótesis planteada: ya que no existe ningún impedimento legal ni de comercio internacional que prohíba la exportación de estos artículos. Analizando los costos de producción, transporte, etc. Se puede confirmar que el precio de las artesanías con las características similares (hecho a mano y el tipo de madera) es bastante competitivo en el mercado de Canadá. Ya que para su comercialización se ha considerado un precio mínimo de venta internacional en el cual ya se encuentran implícitos los costos necesarios para la fabricación del artículo y un porcentaje de utilidad atractivo; se los puede vender a mejores precios ya sea directamente al consumidor o a través de un intermediario. Y la producción local puede cubrir con cantidades destinadas a la exportación.

## 4.2 RECOMENDACIONES

- Gestionar conjuntamente entre el Ministerio Industrias y Productividad, Corpei y Cancillería, promuevan el fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal, mediante el otorgamiento de corto y mediano plazo, con el fin de que los artesanos mejoren la competitividad de sus productos como es el mejoramiento de diseño, calidad y productividad.
- Proporcionar información y capacitación a los artesanos, con el fin de motivarlos y participar activamente para lograr exportar sus productos y que sean ellos los principales beneficiarios del proceso de comercialización en los mercados internacionales.
- Es necesario que el Gobierno Nacional, a través de de sus organismos de apoyo promuevan un plan de marketing internacional apropiado para destacar la iniciativa de estos sectores; ya que acceder para a mercados internacionales se necesita gran inversión, y los costos de marketing, promoción, etc. Representan valores muy elevados para ser asumidos por los artesanos.
- Es pertinente organizar a los artesanos a formar parte de un consorcio, asociación, empresa o marca común para impulsar una mayor y mejor producción artesanal y proyectar internacionalmente el arte de San Antonio de Ibarra.

## BIBLIOGRAFIA

- Absolut-Canadá. URL.  
<http://www.absolut-canada.com>
- Banco Central del Ecuador. Comercio Exterior. URL.  
<http://www.portal.bce.fin>.
- Cámara de Comercio Ecuatoriano Canadiense. URL.  
<http://www.ecucanchamber.org>
- Corpei. URL.  
<http://www.corpei.org>
- Definición org. URL .  
<http://www.definicion.org>
- Fundación para relaciones internacionales. URL:  
<http://www.fp-es.org>
- Gobierno de Canadá.URL:  
<http://www.canadainternational.gc.ca>
- Gobierno de Quebec.URL:  
<http://www.immigration-quebec.gouv.qc.ca>
- Ilustre Municipalidad de Ambato. URL:  
<http://www.ambato.gov.ec>
- Junta Parroquial de San Antonio de Ibarra. URL.  
<http://www.sanantonio.gov.ec>
- Prochile URL.  
<http://www.prochile.com>
- Market Access Map. URL.  
<http://www.macmap.org>
- Ministerio de Economía de El Salvador. URL.  
<http://www.conamype.gob.sv>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería de pesca de Argentina. URL.  
<http://www.alimentosargentinos.gov.ar>
- Proexport Colombia. URL:

<http://www.proexport.com.co>

- Prom Perú. URL.

<http://export.promperu.gob.pe>

- TFO Canadá. URL.

<http://www.tfocanada.ca>

- Una-C. URL.

<http://una-c-canada.org>

- Viajando por Ecuador. URL.

<http://www.viajandox.com>

## ANEXOS

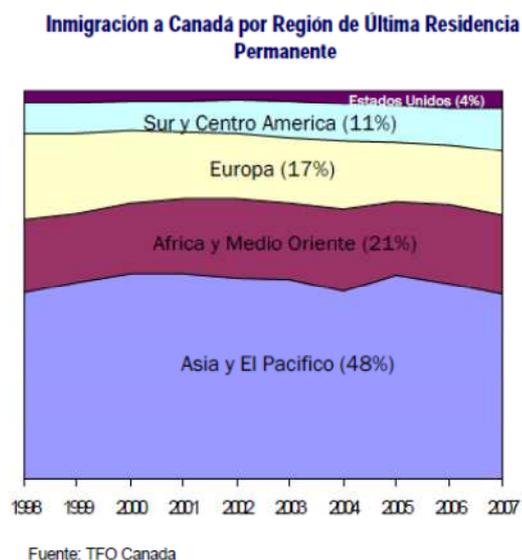
Anexo 1: Totem es de gran importancia en ceremonias religiosas.



## Anexo 2: Procedencia de inmigrantes residentes en Canadá

### Canadá: Demografía

- En los últimos 5 años el crecimiento de la población de inmigración (13.6%) ha sido **CUATRO veces más** alto que el crecimiento de la población canadiense por nacimiento (3.3%)
- Principales ciudades elegidas  
Toronto (50%), Vancouver (33%), Montreal (30%)
- Han mostrado crecimiento:  
Calgary, Ottawa-Gatineau, Edmonton, Winnipeg, Hamilton, London



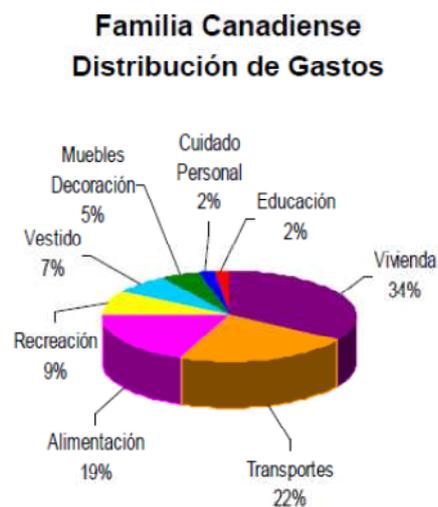
**1 en 5 Canadienses es inmigrante – Cifra más alta en 75 años**

### Anexo 3: Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor canadiense.

## CANADÁ

### Perfil del Consumidor Canadiense

- ✓ El ingreso neto promedio anual de una familia de dos o más personas es de \$64,800 anual (aprox).
- ✓ Los mayores ingresos se registran en parejas casadas con familia \$92,900 anual.
- ✓ Los factores que influyen en la decisión de compra son salud (66%), sabor (38%), seguridad (30%) y medio ambiente (26%).
- ✓ Tendencia: demanda por productos sanos, variados y de calidad.



Anexo 4: Artesanías de madera de San Antonio de Ibarra





**Anexo 5: Figura de madera de 5cm. Valorizada en Canadá por 6 dólares.**



**Anexo 6: Figura de madera de 15cm. Valorizada en Canadá por 30 dólares.**



**Anexo 7: Figura de madera de 8.8cm. x 13cm. Valorizada en Canadá por 30 dólares**



**Anexo 8: Figura indígena de 25cm. Valorizada en Canadá por 65 dólares.**

