

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
ESPECIALIZACIÓN EN COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL
DESARROLLO

TESINA PARA OBTENER EL TÍTULO DE ESPECIALISTA EN:
COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

TITULO DE LA TESINA:

EXPORTA FÁCIL Y LAS MIPYMES EN SAN ANTONIO DE IBARRA

PRESENTADO POR:
MARÍA DE LOURDES CERVANTES PUENTE

DIRECTOR:
MGS. JORGE ORBE

AGOSTO 2013

DEDICATORIA

- En primer lugar a Dios todo poderoso, fuente de fortaleza e inspiración en mis momentos de angustia, dedicación, aciertos, traspies, felicidad y penas, que determinaron el transitar por este camino que hoy veo concluido, y sin cuya energía no hubiera sido posible.
- A mis mamás Mariana y Nora personas quienes con su presencia en mi existencia corroboran la suerte que he tenido en pertenecerles, por esta razón considero que el presente y los trabajos venideros llevan grabada su luz.
- A mis sobrinos: Diego, Ariana y Tita, quienes con su sonrisa me recuerdan a diario el compromiso que tengo para con ellos de avanzar, es posible que algún día por casualidades de la vida conozcan de estas letras, y quieran sino seguir mis pasos al menos reflexionarme como ejemplo.

MALULI CERVANTES

AGRADECIMIENTO

Son numerosas las personas a las que debo extender mi más sincero agradecimiento por ayudarme en el logro de mi carrera, de pronto es muy poco el manifestar gracias, pero desde la esencia de mi ser siempre les estaré eternamente agradecida y presta para tenderles una mano cuando así lo consideren, sin embargo resaltaré algunas de estas personas sin las cuales no hubiera hecho realidad este sueño tan anhelado como es la culminación de este Postgrado.

- A Dios, por darme la salud y vida para lograr esta meta, solo Tú sabes el sacrificio que he pasado, y en mis días y noches de soledad Tú siempre me guías con esa luz divina, gracias papá Dios.
- A mis padres Mariana y Alejo, por su amor inexplicable para mi superación personal, desprendido de todo interés material, por ser siempre mi apoyo incondicional y porque no todos tenemos la dicha de tener unos padres tan incondicionales.

MALULI CERVANTES

INDICE

SIGLAS Y ACRÓNIMOS	
INDICE DE GRÁFICOS	
INDICE DE TABLAS	
INDICE DE IMÁGENES	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	
CAPITULO I: EXPORTACIONES DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.	
MICRO PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	1
1 Definición y características	1
1.2 Requisitos de exportación	6
EXPORTACIONES	8
2. Estructura	8
2.1 Tipos de Exportación	9
2.2 Matriz de modelos de exportación	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
3.1 Descripción	11
3.1 Matriz de causa y efecto (Ishikawa)	12
CAPITULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL	
EXPORTA FÁCIL	13
1 Definición	13
1.1 Funcionamiento	13
1.2 Modalidades de exportación	13
1.3 Características de la exportación	15
1.4 Beneficios	16
1.5 Requisitos para exportar	17
1.6 Pasos para exportar	18
MIPYMES DE SAN ANTONIO DE IBARRA	20
2. Generalidades	20
2.1 Descripción	20
2.2 Características	21
2.3 Análisis FODA	23
ALCANCE Y DE LA INVESTIGACIÓN	24
3. Objetivos	24
3.1 General	24
3.2 Específicos	24

INVESTIGACIÓN DE CAMPO	24
4 Metodología y tamaño de la muestra	25
4.1 Unidades muestrales	26
4.3. Técnica de muestreo	26
4.1 Encuesta	29
4.2 Plan de Trabajo	31
4.3 Presentación de resultados	32
4.6.1. Resultados globales	32
4.6.1.1. Resultado univariado	32
4.6.1.2. Cruce de variables	43
4.4.1 Proyección de resultados	47
CAPÍTULO III: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
1. CONCLUSIONES	48
2. RECOMENDACIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

AIC:	Agenda de Implementación Consensuada.
BRA 175:	Memorándum de Entendimiento para la Promoción e Implementación del Proyecto: “Exportación por Envíos Postales para Medianas, Pequeñas, y Microempresas entre el Gobierno de la República Federativa del Brasil y el Gobierno de la República del Ecuador”.
CDE:	Correos del Ecuador.
CE:	Comunidad Europea.
CEPAL:	Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
CORPEI:	Corporación Privada de Exportaciones e inversiones.
DAS:	Declaración Aduanera Simplificada.
E:	Error muestral.
EE.UU:	Estados Unidos de América.
EF:	Exporta Fácil.
FODA:	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.
IAEN:	Instituto de Altos Estudios Nacionales.
INSEE:	Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos en Francia.

IRSSA:	Integración de la Infraestructura Regional Suramericana.
MIPRO:	Ministerio de Industria y Productividad.
MIPYMES:	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
N:	Población
n:	Tamaño de la muestra.
OCDE:	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
OCE:	Operadores de Comercio Exterior.
P:	Probabilidad de Éxito.
PIB:	Producto Interno Bruto.
PROECUADOR:	Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
Q:	Probabilidad de Fracaso
RUC:	Registro Único de Contribuyente.
SBA:	Small Business Administration de Estados Unidos de América.
SENAE	Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador.
SICE:	Sistema Interactivo del Comercio Ecuatoriano
SRI:	Servicio de Rentas Internas.
UPAEP:	Unión Postal de las Américas España y Portugal.

UPU: Unión Postal Universal.

Z: Grado de Confianza.

INDICE DE TABLAS

CAPÍTULO I

Tabla No. 1: Clasificación de Empresas de acuerdo a la OCDE	3
Tabla No. 2: Clasificación Oficial de Empresas de la Comunidad Europea	3
Tabla No. 3: Clasificación de las PYMES	4
Tabla No. 4: Matriz Resumen Modelos de Exportación	9

CAPÍTULO II

Tabla No. 5: Tiempos de Envío EMS Internacional	14
Tabla No. 6: Tiempo de Envío Servicio Certificado Internacional	15
Tabla No. 7: Materiales y Productos de las MIPYMES y Artesanos de San Antonio de Ibarra	22
Tabla No. 8: Matriz Síntesis FODA	23
Tabla No. 9: Tamaño del Universo	25
Tabla No. 10: Unidades Muestrales	26
Tabla No. 11: Probabilidades de Éxito y Fracaso	27
Tabla No. 12: Pregunta Filtro	28
Tabla No. 13: Cronograma (Plan de Trabajo)	31
Tabla No. 14: Análisis Univariar Número de Trabajadores	32
Tabla No. 15: Análisis Univariar Productos	33
Tabla No. 16: Análisis Univariar Exportación	34
Tabla No. 17: Análisis Univariar Exportación Actual	35
Tabla No. 18: Análisis Univariar Exportación Actual	36

Tabla No. 19: Análisis Univarial Lugares de Exportación	37
Tabla No. 20: Análisis Univarial Frecuencia de Exportación	38
Tabla No. 21: Análisis Univarial Exporta Fácil	39
Tabla No. 22: Análisis Univarial Servicio de Exportación Utilizado	40
Tabla No. 23: Análisis Univarial Uso del Exporta Fácil	41
Tabla No. 24: Análisis Univarial Exporta Fácil – Servicios Adicionales	42
Tabla No. 25: Cruce de Variables Ha Exportado Alguna Vez vs Tipo de Productos	43
Tabla No. 26: Prueba Chi-cuadrado Ha Exportado Alguna Vez vs Tipo de Productos	43
Tabla No. 27: Cruce de Variable Conoce Exporta Fácil vs Razones de Exportación	45
Tabla No. 28: Prueba Chi-cuadrado Conoce Exporta Fácil vs Razones de Exportación	45
Tabla No. 29: Proyección Uso del Exporta Fácil	47

INDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO II

Gráfico No. 9: Tamaño del Universo	25
Gráfico No. 12: Pregunta Filtro	28
Gráfico No. 14: Análisis Univariar Número de Trabajadores	32
Gráfico No. 15: Análisis Univariar Productos	33
Gráfico No. 16: Análisis Univariar Exportación	34
Gráfico No. 17: Análisis Univariar Exportación Actual	35
Gráfico No. 18: Análisis Univariar Exportación Actual	36
Gráfico No. 19: Análisis Univariar Exportación Actual	37
Gráfico No. 20: Análisis Univariar Frecuencia de Exportación	38
Gráfico No. 21: Análisis Univariar Exporta Fácil	39
Gráfico No. 22: Análisis Univariar Servicio de Exportación Utilizado	40
Gráfico No. 23: Análisis Univariar Uso Exporta Fácil	41
Gráfico No. 24: Análisis Univariar Exporta Fácil – Servicios Adicionales	42
Gráfico No. 25: Cruce de Variables Ha Exportado Alguna Vez vs Tipo de Productos	44
Gráfico No. 27: Cruce de Variable Conoce Exporta Fácil vs Razones de Exportación	46
Gráfico No. 29: Proyección Uso del Exporta Fácil	47

INDICE DE IMÁGENES

CAPÍTULO I

Gráfico No. 1: Nuevos Umbrales de las PYMES 5

CAPÍTULO II

Gráfico No. 2: Pasos para Exportar 19

RESUMEN

Exporta Fácil es actualmente la herramienta con la que cuentan las micro, pequeñas, medianas empresas (MIPYMES) y artesanos en el Ecuador para comercializar sus productos en el mercado internacional, a través de métodos y procedimientos simplificados establecidos por el operador público de servicios postales para exportar de forma simple, oportuna y segura. El mencionado modelo de exportación nace con el dinamismo para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA), el cual tiene como objetivo: fomentar y gestionar la fusión regional, a través de metodologías generales que faciliten la interacción de los países en diferentes ámbitos. Según el Ministerio de Industrias y Productividad en el Informe de Sostenibilidad del Exporta Fácil 2012, las exportaciones que se generan en San Antonio de Ibarra representan el diecisiete por ciento sobre el total, debido al potencial crecimiento de micro, pequeña y medianas empresas que actualmente se encuentran en la mencionada zona. En este sentido, es indispensable evaluar el impacto generado en la economía de las MIPYMES gracias al uso y aplicación de la herramienta de Exporta Fácil para realizar las transacciones comerciales a nivel internacional.

ABSTRACT

Exporta Facil is currently the tool to address micro, small, medium companies and labor artisan in Ecuador, whom trade their products in the international business chains, through simplified procedures and methods established by the public postal operator to export in a simple, timetable and secure way. The export model mentioned came with the Regional interest to build a structure for the integration in South America (IIRSA) which has the objective to promote and manage the regional fusion, through general methodologies that facilitate the interaction of the countries in various fields and issues. According to the Ministry of Industry and Productivity in the Exporta Facil Sustainability Report 2012, exports generated in San Antonio de Ibarra make up seventeen percent of the total, because of the potential growth of micro, small and medium companies that are currently in that zone. In this sense is essential to assess the impact generated in the economy and craftsmen through the Exporta Facil uses and applications for international business transactions.

INTRODUCCIÓN

La cooperación internacional en el ámbito postal ha permitido fomentar la integración regional y el bienestar económico de la población artesana y empresaria de las ciudades de San Antonio de Ibarra, facultando la ampliación de sus mercados y facilitando las exportaciones a través del operador postal del Estado.

Es así que, la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA), creada en septiembre de 2000, en Brasilia, en la cumbre de los presidentes de América, tiene como propósito promover la integración física de la región. En noviembre de 2004, se aprobó en Lima, Perú, la Agenda de Implementación Consensuada 2005-2010 (AIC), un programa común de 31 proyectos de alto impacto para la construcción de la integración física suramericana, que fue firmado por los doce presidentes de Suramérica en la Cumbre de Cuzco, realizada entre el 7 y 9 de diciembre de 2004. El proyecto “Exportaciones por envíos postales para PYMES” es uno de los proyectos regionales incluidos en esta agenda estructurada en dos líneas de acción: uno, ejes de integración y desarrollo; y, dos, procesos sectoriales de integración.

En este sentido, en mayo de 2010, Ecuador, a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, firmó un Memorando de Entendimiento¹ con la República Federativa de Brasil, para la transferencia de conocimiento e implementación del servicio Exporta Fácil; luego que, en 2008, con la visita de expertos de Brasil, se presentó un informe provisorio que determinaba la viabilidad de la implementación del Proyecto en

¹ (BRA175) Memorándum de Entendimiento para la Promoción e Implementación del Proyecto: “EXPORTACIÓN POR ENVÍOS POSTALES PARA MEDIANAS, PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS” ENTRE EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL Y EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.

nuestro país. En este contexto, en el Ecuador se empezó a desarrollar el proyecto “Exporta Fácil”, un formato brasileño que se está implementando en varios países de América del Sur, como: Perú, Uruguay, entre otros.

La implementación del servicio en los países que adoptaron el formato ha permitido evidenciar una variación anual significativa en las exportaciones; así, por ejemplo, a través del mecanismo “Exporta Fácil”, entre los años 2009 y 2011, Perú aumentó sus exportaciones de MIPYMES de 125.432 a 794.309 miles de dólares, mientras que Uruguay haciendo uso de este mecanismo, entre los años 2009 y 2011 aumentó sus exportaciones de 20.226 a 134.240 miles de dólares). Es así que, para determinar la importancia del uso de la herramienta en Ecuador es importante analizar el impacto del servicio y el cambio sobre las ventas realizadas por las MIPYMES y por los artesanos que utilizan el mecanismo Exporta Fácil en San Antonio de Ibarra, así como también su posible proyección en los siguientes dos años. Además, se estudiarán los modelos de gestión y los sistemas de exportación similares a Exporta Fácil, utilizados actualmente por las MIPYMES de la región y el mundo.

Para analizar el impacto en las MIPYMES se realizará un estudio comparativo sobre la variación en las ventas de las MIPYMES de San Antonio de Ibarra que exportan y utilizan la herramienta “Exporta Fácil” y las que no; y, finalmente, se determinará si el modelo “Exporta Fácil” es el instrumento más apropiado para promover las exportaciones de las MIPYMES y de los artesanos de San Antonio de Ibarra.

Este trabajo se desarrollará mediante la sistematización de un análisis comparativo de los sistemas y mecanismos utilizados en América del Sur para la exportación orientada al servicio de las MIPYMES; se encuentra dividido en tres capítulos repartidos de la siguiente manera: en el primer capítulo se desarrollará el marco teórico de las MIPYMES en Ecuador y en otros países del resto del mundo y se analizarán los modelos de exportación para MIPYMES utilizados en la región y el mundo; en el segundo capítulo se estudiará el impacto en las ventas del uso de “Exporta Fácil” en las MIPYMES de San Antonio de Ibarra; y, en el tercer capítulo, se determinará si el modelo “Exporta Fácil” es, o no, el instrumento más apropiado para promover las exportaciones de las MIPYMES y de los artesanos de San Antonio de Ibarra.

En primera instancia se realizó la identificación de las bases de datos y de la bibliografía referente al tema de estudio, así como también la lectura y síntesis de cada uno de las fuentes secundarias; aplicación de entrevistas y/o encuestas para obtener la información requerida, además el análisis cuantitativo se realizó utilizando las bases de datos disponibles en: Correos del Ecuador, Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador y Ministerio de Industrias y Productividad.

CAPITULO I: MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y LAS EXPORTACIONES

1. MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)

Las MIPYMES cumplen un papel esencial en la economía de los países, ya que con su participación en la fabricación y oferta de bienes y servicios, o, a su vez, en la compra o adquisición de productos, contribuyen positivamente en la generación de empleo, externalización de productos, estabilización del tejido empresarial, entre otros factores que apalancan el buen desarrollo económico de los estados.

1.2. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS:

Según el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO, 2011) las MIPYNES son:

Unidades productivas individuales o asociadas que se encuentran en los parámetros descritos a continuación y que, al menos, cumplen dos de los tres parámetros establecidos en cada una de las categorías detallada:

MICROEMPRESAS

Aquella que tenga entre 1 a 9 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América, o, un volumen de activos de hasta cien mil dólares.

PEQUEÑA EMPRESA

Aquella que tenga entre 10 a 49 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil y un millón de dólares de los Estados Unidos de América, o, un volumen de activos entre cien mil uno y setecientos cincuenta mil dólares.

MEDIANA EMPRESA

Aquella que tenga entre 50 a 199 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno y cinco millones de dólares de los Estados Unidos de América, o, un volumen de activos entre setecientos cincuenta mil uno y cuatro millones de dólares de los Estados Unidos de América. (MIPRO.ec, 2011).

Saavedra, M. L. y Hernández, C. Y., (2008), en su estudio comparativo: Caracterización de las MIPYMES en Latinoamérica mencionan que:

En el mundo existe una gran variedad de formas de considerar y definir a las micro, pequeñas y medianas empresas, dependiendo de las necesidades propias de cada país o de los objetivos que se persigan. Es decir, en cada país, tomando en cuenta su experiencia y características propias, sus necesidades singulares y los intereses generados de por medio, se pueden esgrimir los argumentos necesarios para aplicar determinada clasificación y con base en ella aplicar las políticas, medidas y estrategias económicas tendientes a propiciar el desarrollo de dichos estratos empresariales.

Cada país define a las MIPYMES utilizando pautas esencialmente cuantitativas que si bien tienen ciertas características similares, también tienen diferencias significativas. Incluso en algunos casos, no hay consenso dentro del mismo país. En la mayoría de los casos, las variables consideradas son cantidad de personal, cifra de ventas y niveles de inversión en activos. Los organismos internacionales con el fin de canalizar los apoyos financieros y logísticos, también se han dado a la tarea de establecer clasificaciones para este sector, (Saavedra y Hernández,

2008) así pues, de acuerdo con la OCDE, las empresas se pueden clasificar como se muestra en el Cuadro 1.

Tabla No. 1: Clasificación de Empresas de Acuerdo a la OCDE

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE ACUERDO A LA OCDE²				
Criterio/				
Clasificación	Muy pequeñas	Pequeñas	Medianas	Grandes
No. de Trabajadores	0-19	20-99	100-499	500 a +

Fuente: (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2004).

Tabla No. 2: Clasificación Oficial de la Empresa de la Comunidad Europea

CLASIFICACIÓN OFICIAL DE LA COMUNIDAD EUROPEA (CE)			
	Empleados	Ventas	Activos
Microempresa	Hasta 9	Hasta 2 millones de €	Hasta 2 millones de €
Pequeña	Hasta 49	Hasta 10 millones de €	Hasta 10 millones de €
Mediana	Hasta 249	Hasta 50 millones de €	Hasta 43 millones de €

Fuente: (Comunidades Europeas, 2003)

Asimismo, otros organismos internacionales ostentan clasificaciones de empresas, a continuación presentamos algunos de ellos:

² OCDE: Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico

Tabla No. 3: Clasificación de la PYMES

CLASIFICACIÓN DE LAS PIMES		
Institución	Tamaño de la empresa	Número de Trabajadores
Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos en Francia (INSEE) ³	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 250 a 1000
Small Business Administration de Estados Unidos (SBA) ⁴	Pequeña	hasta 50
	Mediana	De 250 a 500
Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ⁵	Pequeña	Entre 5 y 49
	Mediana	De 50 a 250

Fuente: (Saavedra y Hernández, 2008)

La Unión Europea en publicación La Nueva Definición de PYME (2006) menciona lo siguiente:

La importancia de contar con una definición de PYME a escala europea, en un mercado único sin fronteras interiores, es fundamental que las medidas a favor de las PYME partan de una definición común para, así, mejorar su coherencia y efectividad, al tiempo que se reducen las distorsiones de la competencia. Esta definición es cada vez más necesaria dada la gran interacción existente entre las

³ www.insee.fr

⁴ www.sba.gov

⁵ www.cepal.org

medidas nacionales y comunitarias en apoyo de las PYME en ámbitos como el desarrollo regional y la financiación de la investigación.

Ser considerado empresa es el primer paso para acogerse a la condición de PYME. Según la nueva definición, una empresa es una entidad que ejerce una actividad económica, independientemente de su forma jurídica. La formulación no es nueva; refleja la terminología utilizada por el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas en sus decisiones. Al estar formalmente recogida en la recomendación, el alcance de la nueva definición de PYME queda claramente delimitado. Así, pueden considerarse empresas los trabajadores autónomos, las empresas familiares, las sociedades colectivas y las asociaciones que ejercen regularmente una actividad económica. En conclusión, lo determinante es la actividad económica, no la forma jurídica. (Unión Europea, 2006)

Gráfico No. 1: Nuevos Umbrales de las PYMES

NUEVOS UMBRALES (artículo 2)

Categoría de empresa	Cálculo de plantilla: Unidades de trabajo anual (UTA)	Volumen de negocios anual	Balance general anual
Mediana	< 250	≤ 50 millones de euros (40 millones de euros en 1996)	≤ 43 millones de euros (27 millones de euros en 1996)
Pequeña	< 50	≤ 10 millones de euros (7 millones de euros en 1996)	≤ 10 millones de euros (5 millones de euros en 1996)
Microempresa	< 10	≤ 2 millones de euros (no delimitado anteriormente)	≤ 2 millones de euros (no delimitado anteriormente)

Fuente: (Unión Europea, 2006)

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe en su publicación (2013) *Perspectivas económicas de América Latina* considera lo siguiente:

Las pymes de la Unión Europea y de América Latina y el Caribe tienen muchas características comunes: representan cerca del 99% del total de firmas y emplean a 67% de todos los trabajadores. También evidencian menor productividad y contribución al producto interno bruto (PIB) que las empresas de mayor tamaño y tienen una limitada participación en las exportaciones. En general, el hecho de que las pymes tengan un mayor peso en el empleo que en la producción indica que sus niveles de productividad son inferiores a los de las grandes empresas. Por otra parte, su limitada participación en las exportaciones habla de una clara orientación hacia el mercado interno. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2013)

1.2 REQUISITOS PARA EXPORTAR

Acorde al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR), (2010), adscrito al Ministerio de Comercio Exterior, los requisitos en el Ecuador para que las personas naturales o jurídicas exporten son:

“Documentos de entrega en Ecuador

- Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Estado Activo para emitir comprobantes de venta
- Lista Blanca en el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Registro en el Sistema Interactivo del Comercio Ecuatoriano (SICE) del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

- Registro de datos en la página de la SENAE, operadores de Comercio Exterior (OCE's).

Certificados

- Marca Primero Ecuador
- Certificado de Origen
- Certificado Digital de firma electrónica y token (PROECUADOR.ec, 2010)

Algunos de los requisitos solicitados reiteradamente en los algunos de los diferentes destinos acorde a Correos del Ecuador Empresa Pública, (2011) son:

- Factura comercial
- Documento de transporte.
- Declaración de aduanas.
- Certificado de Origen

Documentación adicional según el tipo de producto:

- Registro, Sanitario
- Certificado Fitosanitario
- Certificado Zoosanitario
- Certificado Ictiosanitario

Documentos complementarios:

- Certificado de Calidad
- Póliza de seguros (Correos del Ecuador, 2011)

2. EXPORTACIONES

Los procesos de exportación efectivizan las operaciones de envíos de bienes y servicios de un país a otro con objetivos comerciales; es así que, la diversidad en cuanto a las normativas, legislaciones, y requisitos especiales de estos procedimientos demandan la cumplimentación de formularios aduaneros, registros sanitarios, certificación de origen, pago de impuestos, factura comercial, contratación de seguros, entre otros trámites, y declaraciones tanto en el país de envío como en el país receptor, por lo cual la Unión Postal Universal (UPU) y la Unión Postal de las Américas España y Portugal (UPAEP) han establecido estructuras y modelos simplificados de exportación con generalidades que permiten la fácil ejecución de los servicios postales.

2.1. Estructura de las Exportaciones

John D. Daniels, (2009), en su libro, *Negocios Internacionales* menciona que:

Los negocios internacionales comprenden una porción grande y creciente de todas las transacciones del mundo. Hoy en día, los acontecimientos y la competencia global, afectan a casi todas las empresas grandes o pequeñas, porque un gran número de empresas venden su producción a países extranjeros y obtienen provisiones de estos (DANIELS, 2009) evidenciando de esta manera como menciona Romero C. Alberto, (2003), en el comercio internacional es tal vez donde con mayor transparencia se reflejan los cambios experimentados en la estructura económica de los países. En un escenario de mayor transnacionalización del proceso productivo y profundización de la división internacional del trabajo. (ROMERO, 2003).

El mercado internacional y su crecimiento se encuentran determinados a través de cuatro factores como explica John D. Daniels, (2009), en su libro *Negocios internacionales*, en el cual destaca además que:

“Es difícil determinar la cantidad de negocios internacionales que han surgido en diferentes momentos de la historia, la modificación de fronteras puede convertir a una transacción doméstica en una internacional o viceversa. Los negocios

internacionales han crecido en los últimos años a un ritmo más rápido que la producción global.

Parece ser que las razones por las que las empresas participan en negocios internacionales (para expandir sus ventas, adquirir recursos y minimizar el riesgo) también se han aplicado en periodos previos, así que, ¿qué ha sucedido en las décadas recientes para que ocurra un mayor crecimiento de los negocios internacionales?: la respuesta reside en los cuatro factores siguientes que en ocasiones se interrelacionan.

1. La expansión y el crecimiento rápidos de la tecnología.
2. La liberación de las políticas gubernamentales de flujo transfronterizo comercial y de recursos.
3. El desarrollo de instituciones que apoyan y facilitan el comercio internacional.
4. La competencia global creciente (DANIELS, 2009).

2.2. Modelos y Técnicas de Exportación

Los modelos o modalidades de exportación representan las diversas formas de declarar mercancías u objetos de exportación, mediante el cual se establece si el declarante o exportador tiene obligaciones después del envío con respecto a la mercadería exportada.

1.2.1 Matriz Resumen Modelos de Exportación

Tabla No. 4: Matriz Resumen Modelos de Exportación

MATRIZ RESUMEN: MODELOS DE EXPORTACIÓN	
TIPO	DESCRIPCIÓN
1. Exportación Definitiva	Salida de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero nacional, con destino a otro país o a una zona franca industrial de bienes y servicios, para su uso o consumo definitivo.
2. Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	Regula la partida de mercancías con el propósito de que estas sean modificadas o alteradas antes de su importación.
3. Exportación temporal para reimportación en el mismo estado	Permite la salida temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas, del territorio aduanero al exterior, para atender una finalidad específica en un plazo determinado.
4. Reexportación	Modelo que es declarado bajo la figura de importación temporal para su próxima reexportación.
5. Reembarque	Regulariza la partida del territorio nacional de mercaderías que provienen del exterior almacenadas en depósitos autorizados, para una futura importación.
6. Exportación por tráfico postal y envíos urgentes	Exportación que regula la salida y envíos de correspondencia, paquetería postal y envíos calificados con la calidad de urgentes.
7. Exportación de muestras sin valor comercial	Tipo de exportación enviada en calidad de ejemplar o modelo.
8. Exportación temporal de viajeros	Ampara la salida del país mercaderías nacionales o nacionalizadas que lleve consigo el viajero y a su regreso desee reimportar.
9. Exportación de menajes	Concede a los residentes, quienes residirán en el exterior, exportar sus bienes que establecen el menaje doméstico.
10. Programas especiales de exportación	Orienta a productores nacionales y proveedores de insumos, realizar envíos de bienes elaborados y producidos en el territorio nacional.
11. Despacho o Envíos Urgentes	Refiere a las mercancías con salida del país a modo de donación.
12. Exportación de joyas	Este tipo de exportación se lo realiza bajo la modalidad de exportación definitiva.

Fuente: (Unión Postal de las Américas España y Portugal, 2008)

Elaboración propia

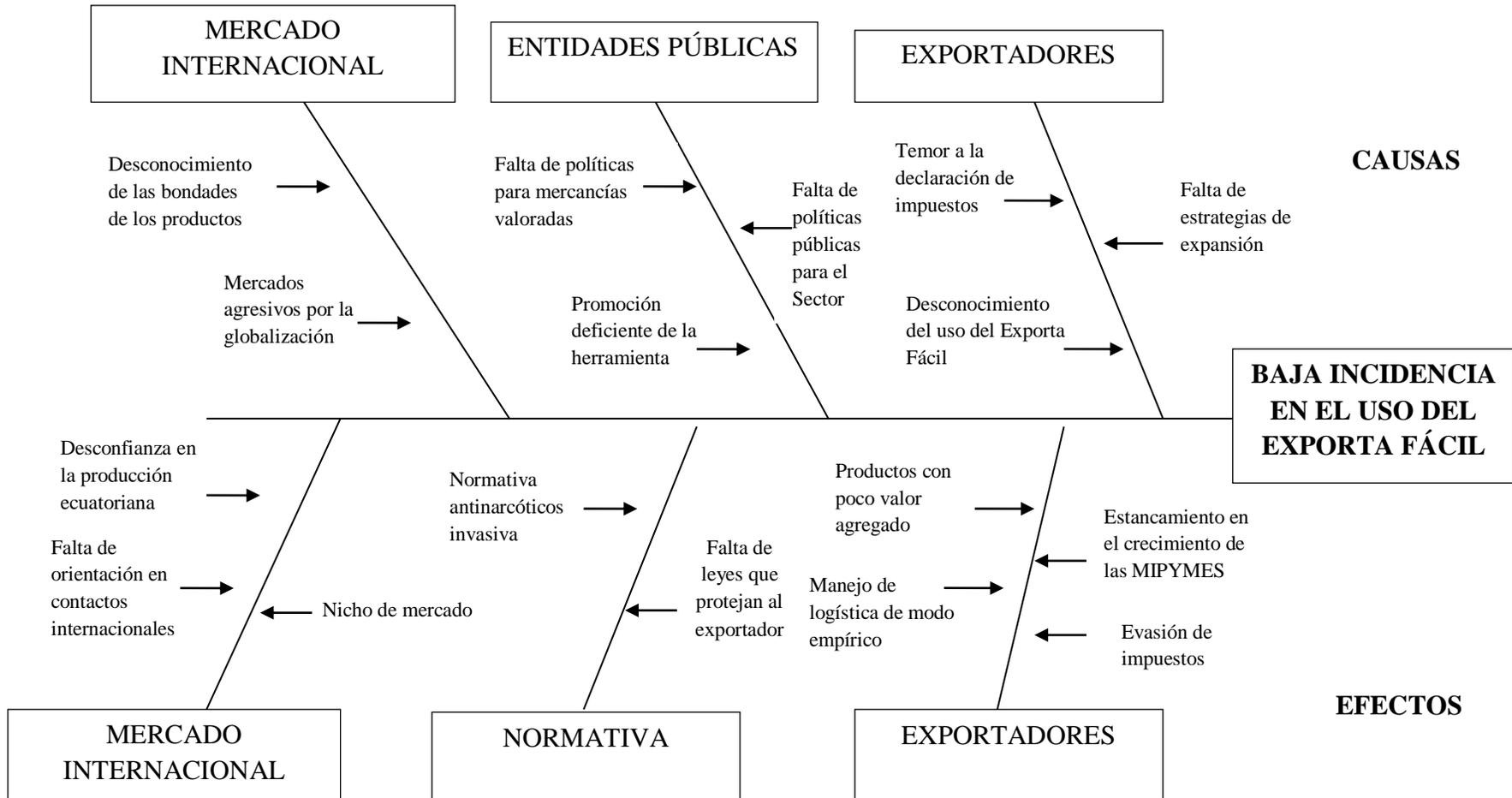
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El nuevo servicio de Correos del Ecuador ofrece un instrumento de exportación bajo la marca “Exporta Fácil”, que ha aumentado la competitividad de las MIPYMES brasileras, peruanas y uruguayas. En efecto, desde la primera implementación de este Proyecto, “a fines de 2000 en Brasil, el volumen de las exportaciones de las MIPYMES a través del servicio aumentó US \$ 160 millones por año, logrado a partir de una relativamente pequeña inversión en el operador postal”.⁶

Por el contrario, luego del lanzamiento oficial en el 2011 de Exporta Fácil versión Ecuador, la variación en cuanto al incremento en las exportaciones a través de la mencionada herramienta, no ha sido significativa, debido a la falta de difusión y promoción del servicio, así como también de la ineficaz percepción del servicio por parte de los exportadores en cuanto a la utilidad y beneficio percibido hacia el sistema simplificado de exportación.

⁶ Informe Final Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Instrumento Internacional: (BRA175) MEMORANDUM DE ENTENDIMIENTO PARA LA PROMOCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO “EXPORTACIÓN POR ENVÍOS POSTALES PARA MEDIANAS, PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS” ENTRE EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL Y EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

2.1 Matriz Espina de Pescado (Ishikawa)



CAPITULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL

EXPORTA FÁCIL

1. DEFINICIÓN

Según el portal oficial al Exporta Fácil se lo define como:

Una herramienta que facilita las exportaciones ecuatorianas; orientada a fomentar la inclusión de las micro, pequeñas, y medianas empresas (MIPYMES) y artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo con la competitividad de los productos del Ecuador y beneficiando su economía (Exporta Fácil.ec, 2011).

1.1. FUNCIONAMIENTO

Exporta Fácil es un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por envíos postales a través del operador postal público. Los exportadores pueden acceder a este servicio desde cualquier parte del país haciendo uso de una herramienta web, para iniciar los trámites de exportación y obtener la información necesaria para exportar de forma simple, segura y oportuna. El exportador ingresa al portal de Exporta Fácil e inicia su solicitud de exportación, el exportador llena el formulario del DAS y luego está listo para exportar (Exporta Fácil.ec, 2011).

1.2. MODALIDADES DE EXPORTACIÓN

1.2.1. SERVICIO EMS

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

Peso: Hasta 30 Kg. cada paquete.

Características:

- No genera reporte de entrega.
- Con acuse de recibo.
- Tracking (Rastreo en la página web).
- Tiene derecho a indemnización (Exporta Fácil.ec, 2011).

Tabla No. 5: Tiempos de Envío EMS Internacional

EMS INTERNACIONAL		
Trayecto	Tiempo Mínimo	Tiempo Máximo
América	4	5
Europa	6	7
Resto del Mundo	8	10

Fuente: (Exporta Fácil.ec, 2011)

1.2.2. SERVICIO CERTIFICADO

Servicio postal, al que se le asigna un código de barras para su adecuado rastreo; tiene un trato preferencial.

Pequeño Paquete: Servicio certificado en el cual se pueden enviar hasta 2 (dos)

Kilos a nivel internacional, el cual puede ser utilizado en el envío de muestras.

Encomienda Postal: Servicio certificado a nivel internacional que depende del peso aceptado por el país.

Características:

- Acuse de recibo.

- Tracking (Rastreo en la página web).
- Tiene derecho a indemnización (Exporta Fácil.ec, 2011).

Tabla No. 6: Tiempo de Envío Servicio Certificado Internacional

CERTIFICADO INTERNACIONAL		
Trayecto	Tiempo Mínimo	Tiempo Máximo
América	7	8
Europa	9	11
Resto del Mundo	12	13

Fuente: (Exporta Fácil.ec, 2011)

1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA EXPORTACIÓN

1. Cada Declaración Aduanera Simplificada (DAS) corresponde a 1 (una) exportación.
2. Las exportaciones podrán tener un valor declarado de hasta \$5000 (FOB).
3. Se puede enviar uno o varios paquetes de hasta 30 kilos por cada exportación.
4. Se puede realizar las exportaciones que sean necesarias para concretar su venta.
5. Seguro obligatorio: todos los productos exportados cuyo valor FOB superen los \$ 50, están obligados a contratar un seguro obligatorio, el mismo que se lo cobrará en caja cuando se acerque a concluir su exportación en Correos del Ecuador. Este seguro le da derecho a una indemnización por pérdida y por valor asegurado. Los porcentajes de las primas son: 2% en joyas, cristales y porcelana y 1.5% en el resto de productos y el 10% de deducible. Este seguro

lo brinda Seguros Rocafuerte y el cliente no tiene que hacer ningún trámite adicional.

En caso de no tener embalaje para su envío, puede adquirir cajas en Correos del Ecuador de los siguientes tamaños:

- Pequeñas: 25x25x15
- Medianas: 40x30x20
- Grande: 45x70x52

El embalaje es responsabilidad del cliente y debe tener especial atención en el manejo de, cerámica, artesanías y perecibles. (Correos del Ecuador.ec, 2011)

1.4 BENEFICIOS

1. Tarifas competitivas: tarifas especiales para el servicio Exporta Fácil con ventajas adicionales para clientes corporativos.
2. Orientación gratuita: orientación gratuita a los empresarios por parte de un asesor.
3. Modalidades de envío: dos velocidades disponibles para el envío de las exportaciones al destino final.
4. Créditos y descuentos para clientes corporativos: el cliente Exporta Fácil que tiene contrato con Correos del Ecuador, puede facturar a fin de mes.
5. Retiro de envíos a domicilio: correos del Ecuador retira los envíos en la bodega de los clientes corporativos.
6. Seguimiento en línea a envíos: en cualquier momento puede acceder a la información de rastreo de sus envíos dentro del portal web www.exportafacil.com.ec.

7. Exportación desde cualquier parte del país: los exportadores cuentan con la cobertura nacional de Correos del Ecuador y pueden enviar a cualquier destino a nivel mundial.
8. Capacitación permanente: si así lo desean, los exportadores pueden recibir capacitaciones permanentes según los cronogramas establecidos.
9. Trámite virtual: el cliente Exporta Fácil puede llenar formatos y preparar su exportación en línea.
10. Orientación por Call Center 1800 Export: atención vía telefónica para consultas y dudas sobre el proceso de exportación y sobre el servicio de Exporta Fácil.
11. Trámite aduanero gratuito: utilizando el servicio Exporta Fácil no es necesario contratar un agente afianzado de aduanas, disminuyendo costos administrativos.
12. Participación en ferias: los exportadores más destacados tendrán la oportunidad de participar en ferias nacionales e internacionales.
13. Oportunidades comerciales: los clientes de Exporta Fácil tendrán acceso a información de oportunidades comerciales entre otras, provistas por el Instituto de Promoción de Exportaciones del Ecuador (Correos del Ecuador.ec, 2011).

1.5 REQUISITOS PARA EXPORTAR

1. Tener RUC
2. Registrarse como exportador en: www.exportafacil.gob.ec
3. Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada)
4. Cumplir con los documentos obligatorios:

- Factura comercial (autorizada por el SRI)
 - Packing list (lista de empaque)
5. Autorizaciones previas que dependerán del producto si se requieren o no.
 6. Opcional: presentación del Certificado de Origen.

1.5.1 RESTRICCIONES Y PROHIBICIONES

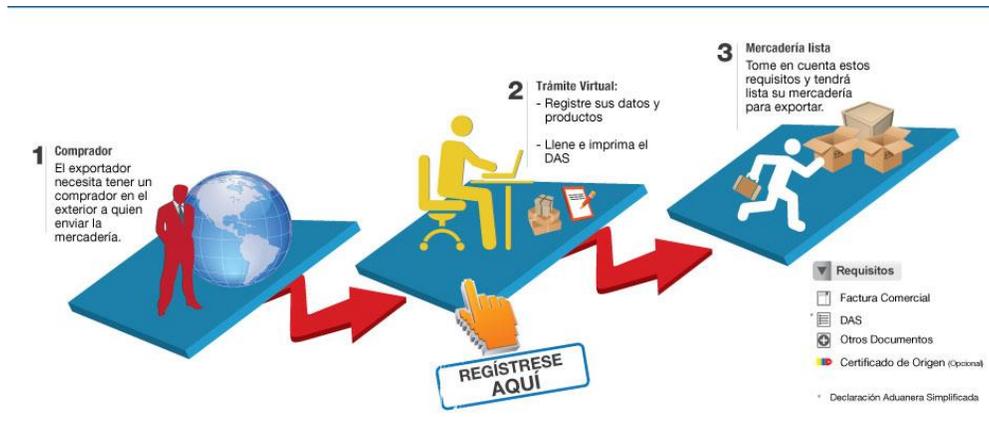
Objetos prohibidos para exportar en general:

1. Dinero, monedas
2. Los objetos obscenos e inmorales
3. Armas de Fuego
4. Drogas o Estupefacientes
5. Materiales Explosivos, inflamables o radiactivos (Exporta Fácil.ec, 2011).

1.6 PASOS PARA EXPORTAR

1. Llenar la solicitud de Declaración Aduanera Simplificada o DAS; debe estar firmada por el remitente o exportador.
2. El exportador deberá entregar la declaración simplificada Exporta Fácil junto con la mercadería a exportar en las oficinas de Correos del Ecuador, añadiendo la documentación reglamentaria necesaria.
3. La persona en ventanilla se encargará de verificar y validar la información, y que toda la documentación se encuentre en regla y completa (Exporta Fácil.ec, 2011)

Gráfico No. 2: Pasos para Exportar



Fuente: (Exporta Fácil.ec, 2011)

Documentos de Acompañamiento:

1. Factura comercial, que contenga las debidas autorizaciones emitidas por el Servicio de Rentas Internas.
2. Formulario DAS⁷ Exporta Fácil y sus respectivas copias.
3. Autorizaciones previas en caso de que la mercadería lo requiera.
4. Certificado de origen si el importador desea sujetarse algún régimen liberatorio.
5. Cupón CORPEI (Exporta Fácil.ec, 2011)

⁷ DAS: Declaración Aduanera Simplificada

MIPYMES DE SAN ANTONIO DE IBARRA

2 GENERALIDADES

San Antonio de Ibarra, parroquia del cantón Ibarra, ubicada en la zona norte de Ecuador, cuenta con 17.500 habitantes, de ellos 2.000 son artesanos y 8.000 ciudadanos se benefician directamente de esta actividad. (BASANTES, 2011) En diciembre de 2011 San Antonio de Ibarra fue nombrado como Patrimonio Cultural y Artístico del Ecuador; la nominación la realizó la Asamblea Nacional. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2010)

2.1. DESCRIPCIÓN DE LAS MIPYMES

Espinoza O. Pilar, (2002), En su Proyecto para el Establecimiento de un Consorcio de Exportación en San Antonio de Ibarra menciona que:

Nadie conoce a ciencia cierta dentro de la parroquia cuantos locales artesanales existen, por lo tanto conseguir datos completamente exactos constituye un reto, ya que no es posible acceder a todos, sin embargo, en base a la investigación de campo efectuada en la población de San Antonio de Ibarra, se ha establecido que existen en promedio 96 almacenes, los cuales se proveen de sus propios talleres y de la compra a pequeños artesanos (ESPINOZA, 2002).

La principal actividad comercial de las micro, pequeñas, y medianas empresas y artesanos de San Antonio de Ibarra, es la producción y comercialización de artesanías que son trabajadas en sus propios talleres, “esta actividad se ha convertido en fuente de ingresos y de trabajo. Cada taller está conformado como mínimo de un maestro y un aprendiz, en otros casos lo componen 15 personas, el maestro es quien enseña, dirige las minucias del arte,

distribuye el trabajo y las responsabilidades de cada uno, y finalmente da los últimos acabados a la artesanía” (ESPINOZA, 2002).

2.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS MIPYMES Y ARTESANOS

2.2.1. TAMAÑO DE LAS MIPYMES

Espinoza O. Pilar, (2002), en su Proyecto para el Establecimiento de un Consorcio de Exportación en San Antonio de Ibarra, indica que:

Las micro, pequeñas, medianas empresas y artesanos tienen sus propios talleres en los que emplean a trabajadores, familiares y obreros asalariados; también emplean a trabajadores a domicilio y subcontratan a artesanos independientes para la elaboración de artículos semi-acabados. De esta forma los artesanos disponen de suficiente mano de obra, llegando en algunos casos a utilizar hasta 40 artesanos, produciendo bajo diversas formas de contratación para un mismo taller o almacén (ESPINOZA, 2002).

2.2.2. PRODUCTOS Y MATERIALES

Los productos elaborados en San Antonio de Ibarra abarcan una gran variedad de obras y materiales como:

- Esculturas en madera, piedra y metales
- Mueblería
- Cerámica
- Orfebrería

Tabla No. 7: Materiales y Productos de las MIPYMES y Artesanos de San Antonio de Ibarra

MATERIALES Y PRODUCTOS DE LAS MIPYMES Y ARTESANOS DE SAN ANTONIO DE IBARRA		
Técnica	Materiales	Tipos de productos
Escultura	Nogal	Imágenes, muebles, artículos decorativos, juguetes
	Sauce	
	Laurel	
	Naranjillo	
	Cedro	
	Metales reciclados	
Pintura	Pinturas acrílicas	Óleo, fresco, temple, acuarela, acrílico
	Lienzos	
	Pigmentos	
Cerámica	Arcilla	Artículos decorativos y vajilla
	Barro	
	Loza	
Orfebrería	Oro	joyas: aretes, pulseras, anillos, dijes, cadenas
	Plata	

Fuente: (youtube.com, 2007)

Elaboración propia

2.3. ANÁLISIS FODA

Tabla No. 8: Matriz Síntesis FODA

<h1>FODA</h1>	Oportunidades	Amenazas
	Crecimiento del sector Alto porcentaje de clientes potenciales Competencia con baja calidad en los productos Variedad de proveedores	Requisitos de exportación Tecnología cambiante Dificultad en conseguir certificaciones y registros Inestabilidad económica de países demandantes
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
Ventas directas y personalizadas Diversidad de productos y acabados Precios ajustables Autonomía en tiempo y nivel de producción	Elaborar campañas para promocionar los productos de San Antonio de Ibarra Reducir costos para competir a nivel internacional	Conocer de cerca el mercado objetivo Explorar los servicios y tecnologías para exportaciones Fortalecer sus conocimientos sobre exportaciones
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
Desconocen el procedimiento para exportar Falta de contactos en el exterior Falta de capital para producción Desconocen proceso de logística y empaque	Adquirir materiales sustitutos Mejorar la capacidad instalada en los talleres Negociar créditos con proveedores Establecer contactos en el exterior	Familiarizarse con los procesos legales de exportación Diversificar la cartera de proveedores Aprovechar el buen uso del capital

Fuente: (youtube.com, 2007)

Elaboración propia

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

Es importante conocer la situación actual e interés de las MIPYMES y Artesanos de San Antonio de Ibarra para el uso del Exporta Fácil en la exportación de sus productos, con la intención de realizar una proyección del crecimiento de las exportaciones que puedan efectuarse a través de esta herramienta.

3.1 GENERAL

Analizar el impacto y la aceptación que tiene el Exporta Fácil en el mercado y estudiar los requerimientos y expectativas que tengan los clientes potenciales de San Antonio de Ibarra para ejecutar una proyección sobre el crecimiento de esta herramienta en los próximos 2 años

3.2 ESPECÍFICOS

- Determinar los factores que impiden a las MIPYMES y Artesanos exportar a través del servicio Exporta Fácil.
- Definir la posible frecuencia de utilización del servicio Exporta Fácil por las MIPYMES y Artesanos.
- Indicar los servicios adicionales requeridos por los exportadores.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4. METODOLOGÍA Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Medir la aceptación que tiene actualmente el Exporta Fácil en la Parroquia de San Antonio de Ibarra permitirá hacer un diagnóstico sobre la aceptabilidad y provecho del servicio implementado en el 2011, con el objetivo de evaluar la cooperación internacional y la aplicación del proyecto de servicio de envíos postales para PYMES en el Ecuador.

4.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Población o universo: “Es el conjunto teóricamente especificado de los elementos de estudio cuyas características van a ser investigadas las mismas que pueden ser finitas o infinitas” (MANTILLA, 2006)

Tabla No. 9: Tamaño del Universo

TAMAÑO DEL UNIVERSO	
Población	Número de habitantes
Parroquia San Antonio de Ibarra	17.522
Artesanos	200
Empresas	800

Fuente: (Imbabura.ec, 2012)
Elaboración propia

Gráfico No. 9: Tamaño del Universo



Fuente: (Imbabura.ec, 2012)
Elaboración propia

Población: Artesanos y Empresas

Población = 1.000

4.2 UNIDADES MUESTRALES

Farid Mantilla, (2006), en su libro Técnicas de Muestreo menciona que:

Las unidades muestrales son cada uno de los elementos que constituyen la base o el marco de la muestra, esas unidades pueden ser individuales o colectivas. (MANTILLA, 2006)

Para la presente investigación se tomará en cuenta personas mayores de diecisiete años que elaboren o comercialicen productos hechos en la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

Tabla No. 10: Unidades Muestrales

<p>UNIDADES MUESTRALES Talleres artesanales Galerías y almacenes Consortios de exportación Centros de recopilación de productos</p>
--

Fuente: (youtube.com, 2007)

Elaboración propia

4.3 TÉCNICA DE MUESTREO

4.3.1 Muestreo aleatorio simple

Es la extracción de una muestra de una población finita, en el que el proceso de extracción es tal que garantiza a cada uno de los elementos de la población la misma oportunidad de ser incluidos en dicha muestra. (MANTILLA, 2006)

4.3.2 Tamaño de la muestra

Tabla No. 11: Probabilidades de Éxito y Fracaso

PROBABILIDADES DE ÉXITO Y FRACASO	
Servicio	Variables
Exporta Fácil	P = 0.95
	Q = 0.05

Fuente: (Scheaffer y Mendenhall, 2007)

Elaboración propia

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

n = Tamaño de la muestra	?
N = Población	1.000
Z = Grado de Confianza	1,85
P = probabilidad de Éxito	0,95
q = Probabilidad de Fracaso	0,05
e = Error muestral	0,15

Cálculo

$$n = \frac{1,85^2 * 0,95 * 0,05 * 1.000}{0,15^2 (1.000-1) + 1,85^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = 132$$

4.4.3 Prueba Piloto

La prueba piloto permitirá conocer y obtener las probabilidades de éxito y fracaso.

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

Total de pre – test = 20

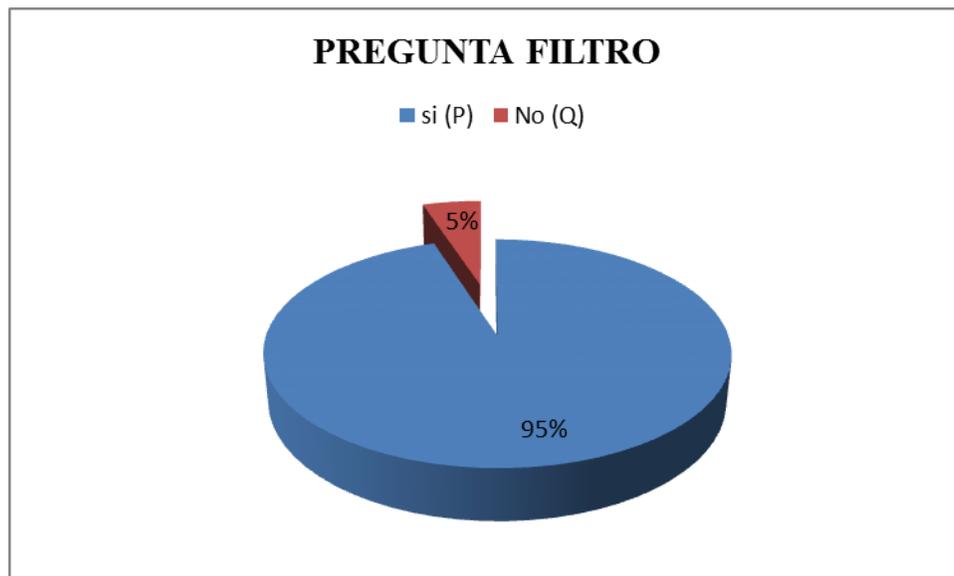
Estaría Usted dispuesto a exportar sus productos a través del Exporta Fácil? SI.... NO.....

Tabla No. 12: Pregunta Filtro

PREGUNTA FILTRO	
Alternativa	Total
si (P)	19
No (Q)	1

Fuente: Pregunta filtro Pre – Test, Parroquia San Antonio de Ibarra
Elaboración propia

Gráfico No. 12: Pregunta Filtro



Fuente: Pregunta filtro Pre – Test, Parroquia San Antonio de Ibarra
Elaboración propia

4.4.4 Encuesta

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES (IAEN)

Escuela de Relaciones Internacionales: “José Peralta”

ENCUESTA APLICADA A MIPYMES Y ARTESANOS DE SAN ANTONIO DE IBARRA

La presente encuesta tiene como único objetivo recabar información sobre la utilización del Exporta Fácil por parte de las MIPYMES y Artesanos de San Antonio de Ibarra, para la elaboración de la tesis, previa a la obtención del título de Postgrado: Especialización en Cooperación Internacional para el Desarrollo. IAEN

Representante: E-mail:

Dirección: Fecha:

Teléfono.....

Qué número de trabajadores tiene?

1 a 9 trabajadores (Microempresa)

10 a 49 trabajadores (Pequeña empresa)

50 a 90 trabajadores (Mediana empresa)

Artesano

1. Qué tipo de producto elabora?

Cerámica

Escultura

Orfebrería

Pintura

Textiles

Artesanía

Otros

2. Ha exportado Usted sus productos en alguna ocasión? SI..... NO.....

Si su respuesta es no, pase a la pregunta número 7 y 8.

3. Exporta Actualmente

SI.....	{	Personalmente	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
		Intermediarios	<input type="checkbox"/>	SADECOM Ecuadorian Transport Panatlantic DHL Exporta Fácil Otro	
NO.....	{	Por qué?			
		No sabe cómo exportar	<input type="checkbox"/>		
		No tiene contactos	<input type="checkbox"/>		
		Muy costoso	<input type="checkbox"/>		
		No le interesa	<input type="checkbox"/>		
Otra razón	<input type="checkbox"/>				

.....

.....

4. A qué lugares exporta

.....

.....

.....

5. Con que frecuencia Exporta?

Quincenal	<input type="checkbox"/>	Mensual	<input type="checkbox"/>
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Semestral	<input type="checkbox"/>

6. Sabía Usted que Correos del Ecuador Empresa Pública, cuenta con una herramienta simplificada de exportación orientada a las MIPYMES y artesanos? SI..... NO.....

7. Estaría dispuesto a exportar sus productos a través de Correos del Ecuador? (Exporta Fácil) SI..... NO.....

8. Qué tipo de servicio adicional incluiría en su envío?

Embalaje	<input type="checkbox"/>
Seguro de envío	<input type="checkbox"/>
Acuse recibido con detalle	<input type="checkbox"/>

4.5 PLAN DE TRABAJO

Tabla No. 13: Cronograma (Plan de Trabajo)

CRONOGRAMA			
No.	Actividad	Fecha	Responsable
1	Levantamiento de la Encuesta	31/07/2013	Ma. De Lourdes Cervantes
2	Realización del Pre-Test	01/08/2013	Ma. De Lourdes Cervantes
3	Encuesta Final	01/08/2013	Ma. De Lourdes Cervantes
4	Realización de la Encuesta	02-04/08/2013	Ma. De Lourdes Cervantes
5	Tabulación de Datos	11/08/2013	Ma. De Lourdes Cervantes

Elaboración propia

4.6. RESULTADOS GLOBALES DE LA INVESTIGACIÓN

4.6.1. Resultados de las preguntas de la encuesta

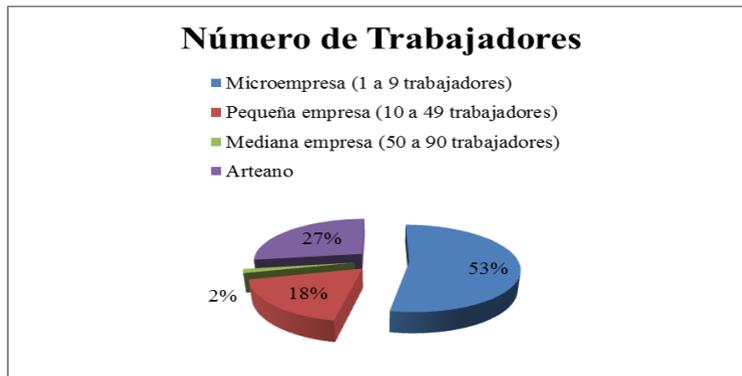
4.6.1.1. Análisis univariar

Tabla No. 14: Análisis Univariar Número de Trabajadores

NÚMERO DE TRABAJADORES			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Microempresa (1 a 9 trabajadores)	70	53,03	53,03
Pequeña empresa (10 a 49 trabajadores)	24	18,18	71,21
Mediana empresa (50 a 90 trabajadores)	2	1,51	72,72
Artesano	36	27,27	100
Total	132	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 14: Análisis Univariar Número de Trabajadores



Elaboración propia

Análisis:

De las 132 personas encuestadas, el 53% corresponde a microempresas (de 1 a 9 trabajadores), el 18% corresponde a la pequeña empresa (10 a 49 trabajadores), el 2% corresponde a la mediana empresa (50 a 90 trabajadores) y el 27% corresponde a artesanos.

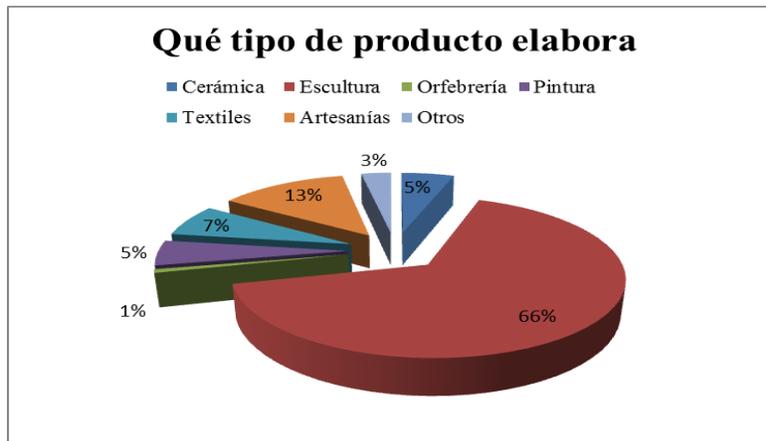
La muestra presenta gran concentración de microempresas en San Antonio de Ibarra debido que es una actividad que requiere la participación de poco número de trabajadores.

Tabla No. 15: Análisis Univariar Productos

QUÉ TIPO DE PRODUCTO ELABORA?			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Cerámica	7	5,3	5
Escultura	87	65,9	71,12
Orfebrería	1	0,75	71,95
Pintura	7	5,3	77,25
Textiles	9	6,8	84,05
Artesanías	17	12,8	96,85
Otros	4	3,1	100
Total	132	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 15: Análisis Univariar Productos



Elaboración propia

Análisis:

La tabla de resultados muestra que del número de individuos encuestados 87 personas elaboran esculturas que corresponde a un 65%, mientras 7 personas elaboran cerámica y pinturas que corresponde cada uno a un 5%, 17 personas elaboran artesanías que corresponde a un 13%, 9 personas elaboran productos textiles que corresponde al 7%, 1 persona elabora orfebrería que corresponde al 1% y 5 personas elaboran otro tipo de productos que corresponde al 4%.

La muestra se manifiesta con mayor número de escultores encuestados debido a que San Antonio de Ibarra es cuna de artesanos en la Provincia de Imbabura, adicionalmente se puede encontrar en cada casa un taller en las cuales se realizan obras y réplicas en diferentes materiales.

Tabla No. 16: Análisis Univariar Exportación

HA EXPORTADO EN ALGUNA OCASIÓN?			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	24	18,04	18,04
No	108	81,95	100
Total	132	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 16: Análisis Univariar Exportación



Elaboración propia

Análisis:

De las 132 personas encuestadas, 24 respondieron que si han exportado al menos 1 vez lo que corresponde al 18% de la muestra, mientras que 109 personas respondieron que nunca han exportado, lo que corresponde al 82% de la muestra.

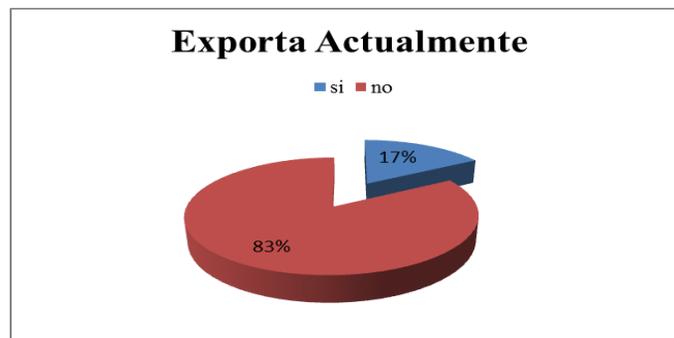
La encuesta recopila datos en su mayoría de escultores que trabajan diferentes tipos de madera, a causa de los procedimientos de control anti drogas los productos son perforados, lo que desestimula a los productores a exportar.

Tabla No. 17: Análisis Univariar Exportación Actual

EXPORTA ACTUALMENTE?			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	22	16,66	16,66
No	110	83,33	100
Total	132	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 17: Análisis Univariar Exportación Actual



Elaboración propia

Análisis:

De las 132 personas encuestadas, 22 personas exportan actualmente lo que corresponde a un 17%, mientras 110 personas no realizan exportaciones lo que corresponde a un 83%. El número de personas que actualmente exportan difiere del número de personas que en alguna ocasión han exportado, lo que muestra una disminución de dos personas que actualmente exportan.

Tabla No. 18: Análisis Univariar Exportación Actual

RAZÓN POR LA QUE NO EXPORTA			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No sabe cómo exportar	81	78,03	78,03
No tiene contactos	21	15,90	93,93
Muy costoso	6	4,54	98,48
No le interesa	2	1,51	100
Otra razón	0	0	
Total	110	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 18: Análisis Univariar Exportación Actual



Elaboración propia

Análisis:

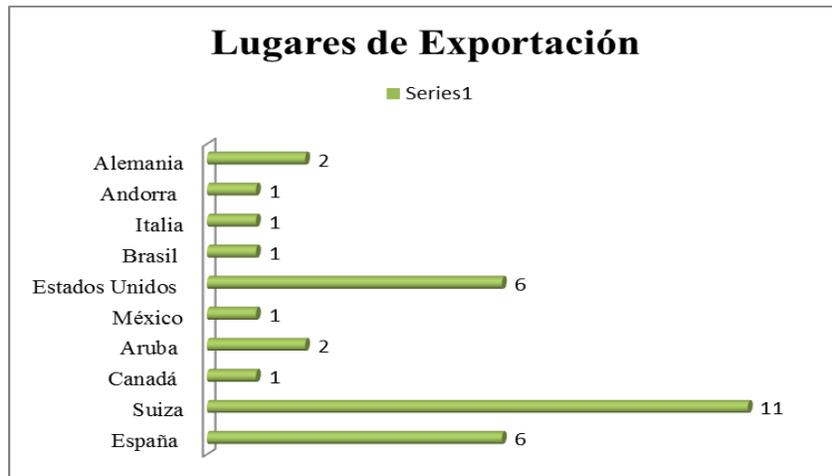
El 78% de las personas encuestadas que no exportan manifiestan que no lo hacen debido a que desconocen los procedimientos de exportaciones, mientras que un 16% menciona que no tiene contactos para enviar sus productos al exterior, el 5% de las personas mencionó que no realizan exportaciones debido a su alto costo, finalmente a un 1% no le interesa exportar por el momento.

Tabla No. 19: Análisis Univariar Lugares de Exportación

A QUÉ LUGARES EXPORTA?			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
España	6	18,75	18,75
Suiza	11	34,375	53,125
Canadá	1	3,125	56,25
Aruba	2	6,25	62,5
México	1	3,125	65,625
Estados Unidos	6	18,75	84,375
Brasil	1	3,125	87,5
Italia	1	3,125	90,625
Andorra	1	3,125	93,75
Alemania	2	6,25	100
Total	32	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 19: Análisis Univariar Exportación Actual



Elaboración propia

Análisis:

La encuesta muestra que actualmente existen 10 destinos de exportación: 11 personas exportan a Suiza, 6 personas exportan a Estados Unidos y España respectivamente, 2 personas exportan a Alemania, mientras que 1 persona exporta a Andorra, Aruba, Canadá, Italia y Brasil respectivamente.

Las exportaciones con mayor frecuencia se centran en Europa, puesto que las artesanías y obras de arte son altamente demandados en los mercados europeos.

Tabla No. 20: Análisis Univariar Frecuencia de Exportación

FRECUENCIA DE EXPORTACIÓN			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Semestral	21	95,45	95,45
Anual	1	4,54	100
Total	22	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 20: Análisis Univariar Frecuencia de Exportación



Elaboración propia

Análisis:

Los exportadores actuales presentan una frecuencia de exportación semestral en un 95% mientras que un 5% exporta anualmente.

La baja frecuencia de las exportaciones se debe a la falta de herramientas que faciliten y socialización y agiliten los procesos de exportación.

Tabla No. 21: Análisis Univariar Exporta Fácil

CONOCE EL EXPORTA FÁCIL			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	43	32,57	32,57
No	89	67,42	100
Total	132	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 21: Análisis Univariar Exporta Fácil



Elaboración propia

Análisis:

De las 132 personas encuestadas, 43 personas conocen el servicio del Exporta Fácil que corresponde a un 33%, mientras que 89 personas mencionaron no conocer del servicio lo que corresponde a un 67%.

El desconocimiento de la herramienta para exportaciones que opera la empresa pública Correos del Ecuador se debe a la falta de publicidad y socialización.

Tabla No. 22: Análisis Univariar Servicio de Exportación Utilizado

SERVICIO DE EXPORTACIÓN UTILIZADO			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Exporta Fácil	21	95,45	95,45
Sadecom	1	4,54	100
Total	22	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 22: Análisis Univariar Servicio de Exportación Utilizado



Elaboración propia

De las 22 personas que exportan actualmente, 21 personas conocen y utilizan actualmente el servicio Exporta Fácil que corresponde a un 94 %, mientras que 1 persona utiliza el servicio Sadecom para realizar sus exportaciones lo que corresponde al 5%.

Tabla No. 23: Análisis Univariar Uso del Exporta Fácil

UTILIZARÍA EL EXPORTA FÁCIL			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	115	87,12	87,12
No	17	12,87	100
Total		100	

Elaboración propia

Gráfico No. 23: Análisis Univariar Uso Exporta Fácil



Elaboración propia

Análisis:

De las 132 personas encuestadas, el 23% respondió que no estaría dispuesto a utilizar el Exporta Fácil, mientras que el 87% mencionó que si utilizaría el mencionado servicio.

Las exportaciones permiten a los productores expandir sus negocios y competir en los mercados internacionales, el Exporta Fácil posibilita los procesos de exportación brindando a los usuarios beneficios para su uso.

Tabla No. 24: Análisis Univariar Exporta Fácil – Servicios Adicionales

SERVICIOS ADICIONALES			
Opción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Acuse de recibido	13	9,84	9,84
Seguro	117	88,63	98,48
Embalaje	2	1,51	100
Total	132	100	

Elaboración propia

Gráfico No. 24: Análisis Univariar Exporta Fácil – Servicios Adicionales



Elaboración propia

Análisis:

De las 132 personas encuestadas, a 13 personas les interesa recibir el acuse de entrega de sus productos a los destinatarios, 117 personas prefieren contratar el servicio de seguro de sus envíos, mientras que 2 personas contratarían el servicio de embalaje.

Los productos elaborados en San Antonio de Ibarra son réplicas de obras de arte así como también, pinturas y cerámicas de producción única, razón por la cual la contratación de un seguro para el envío de sus productos es de alta importancia para los exportadores.

4.6.1.2. Cruce de variables

Hipótesis I:

Saber si el tipo de producto que elabora incide directamente con la variable ha exportado en alguna ocasión.

H0.: No existe relación entre “productos vs ha realizado exportaciones”

H1.: Si existe relación entre “productos vs ha realizado exportaciones”

Tabla No. 25: Cruce de Variables Ha Exportado Alguna Vez vs Tipo de Productos que Elabora

		Tipo de productos que elabora							Total
		Cerámica	Esculturas	Orfebrería	Pinturas	Textiles	Artesanías	Otras Artesanías	
Ha exportado alguna vez	No	7	73	1	7	1	17	2	108
	Si	0	13	0	0	8	0	3	24
Total		7	86	1	7	9	17	5	132

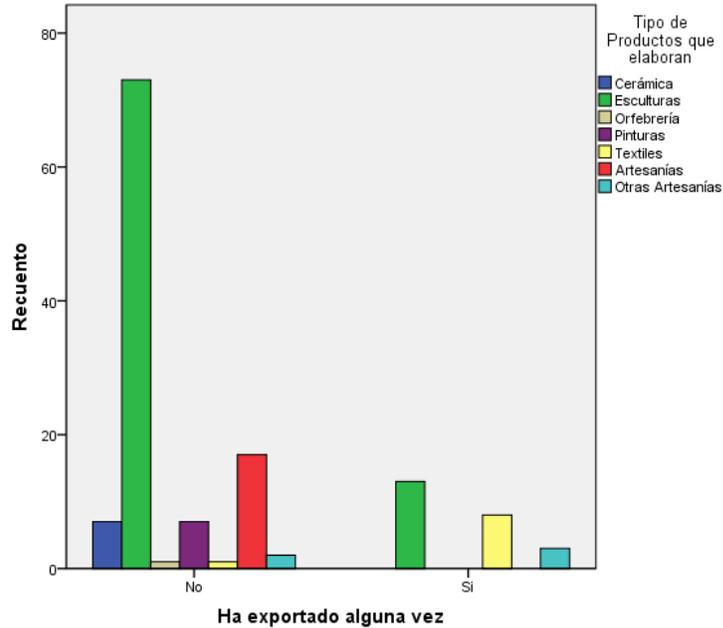
Elaboración propia

Tabla No. 26: Prueba Chi-cuadrado
Ha Exportado Alguna Vez vs Tipo de Productos que Elabora

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	43,779	6	,000
N de casos válidos	132		

Elaboración propia

Gráfico No. 25: Cruce de Variables Ha Exportado Alguna Vez vs Tipo de Productos que Elabora



Elaboración propia

Análisis:

Para el presente estudio se obtuvo el estadístico chi - cuadrado de Pearson mediante el programa SPSS; en la tabla 2 se observa que el estadístico chi - cuadrado de Pearson toma valores de 43,779, el cual, en la distribución χ^2 con 6 grados de libertad (gl), tiene asociado una probabilidad (Sig. asint.= Significación asintótica) de 0,000. Puesto que esta probabilidad (denominado nivel crítico o nivel de significación observada) es muy pequeña, se decide rechazar la hipótesis de independencia y se concluye que las variables Ha exportado alguna vez y Tipo de producto que elabora están relacionadas.

Hipótesis II:

Saber si las razones por las que no exporta inciden directamente con la variable conoce el Exporta Fácil.

H0.: No existe relación entre “razones por las que no exporta vs socialización del exporta fácil”

H1.: Si existe relación entre “razones por las que no exporta vs conoce el Exporta Fácil”

Tabla No. 27: Cruce de Variables Conoce Exporta Fácil vs Razones de Exportación
Tabla de contingencia Conoce Exporta Fácil* Razones de Exportación

		Razones de exportación					Total
		Exporta Fácil	No sabe cómo exportar	No tiene contactos	Muy costoso	Otra razón	
Conoce Exporta fácil	No	0	81	22	6	2	111
	Si	21	0	0	0	0	21
Total		21	81	22	6	2	132

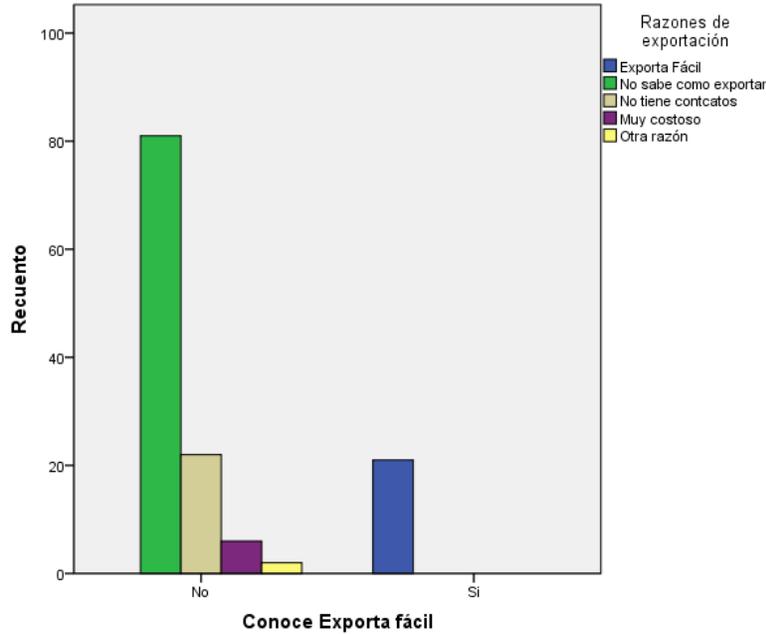
Elaboración propia

Tabla No. 28: Prueba Chi-cuadrado Conoce Exporta Fácil vs Razones de Exportación

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	132,000	4	,000
N de casos válidos	132		

Elaboración propia

Gráfico No. 27: Cruce de Variables Cruce de Variables Ha exportado alguna vez vs Tipo de productos que elabora



Elaboración propia

Análisis:

El cruce de variables “Razones por las que no exporta vs Conocía el Exporta Fácil muestra una relación directa, lo que evidencia que el bajo desempeño del Exporta Fácil se debe al desconocimiento de la existencia y bondades del servicio por parte de los potenciales exportadores y la falta de socialización de la herramienta.

4.7. PROYECCIÓN

La estimación del posible incremento del uso del Exporta Fácil está realizada en base a datos históricos sobre el crecimiento del número de usuarios en San Antonio de Ibarra hasta el 2013.

Tabla No. 29: Proyección Uso del Exporta Fácil

PROYECCIÓN 2015					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Periodo	2011	2012	2013	2014	2015
Exportadores	2	17	21	35	49

Elaboración propia

Gráfico No. 29: Proyección Uso del Exporta Fácil



Elaboración propia

Análisis:

La tabla presenta la proyección basada en datos históricos sobre uso del Exporta Fácil; para noviembre del 2011, año del lanzamiento oficial de la herramienta, 2 personas hacían uso del servicio, para el 2012 se incrementó a 17 personas, y para el 2013 la cifra aumentó a 21 personas. La falta de socialización y marketing ha retrasado el crecimiento del servicio de exportación para micro pequeñas y medianas empresas, en este sentido es importante buscare estrategias de marketing, debido a que la muestra realizada en San Antonio de Ibarra presenta gran apertura hacia el uso del Exporta Fácil.

CAPÍTULO III CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

- Las exportaciones no petroleras ayudan a la generación de riqueza de los Estados, las actividades de exportación de las micro, pequeñas y medianas empresas facilitan la transformación y desarrollo de una nueva matriz productiva.
- El sistema simplificado de exportaciones para MIPYMES “Exporta Fácil” agiliza los procesos de exportación debido a las bondades del servicio frente a la competencia.
- El estudio realizado en San Antonio de Ibarra muestra que los productores tienen positiva predisposición para exportar sus productos a través del operador postal público.
- Los habitantes de San Antonio de Ibarra mencionan que la principal razón para no exportar, es el desconocimiento de los procesos y herramientas de exportación, así como también la falta de contactos en el exterior para realizar el envío de sus productos.
- De las 132 personas encuestadas, 22 personas exportan actualmente lo que corresponde sólo a un 17%, mientras 110 personas no realizan exportaciones lo que corresponde a un 83%, 21 exportadores realizan sus envíos a través del Exporta fácil y 1 persona a través de Sadecom.
- Más del 50% de las personas encuestadas desconocía del servicio Exporta Fácil.
- La encuesta realizada presenta que los clientes potenciales además del envío de sus productos están dispuestos a adquirir servicios adicionales como es el seguro de envío y el acuse de recibo de sus mercancías.

- Los actuales clientes tienen una frecuencia semestral del envío de sus productos al exterior.
- La proyección del uso del servicio es positiva puesto que, el incremento desde el año de su lanzamiento ha sido permanente.

2. RECOMENDACIONES

- Buscar alianzas estratégicas que permitan a los exportadores el uso gratuito de las tecnologías de la información y comunicación, ya que el Exporta Fácil está diseñado para un proceso on line.
- Gestionar campañas de capacitación para los clientes potenciales, sobre el uso, beneficios, requisitos y facilidades del servicio, que permitan enriquecer la percepción del servicio en los clientes potenciales.
- Establecer y formalizar campañas de publicidad para generar posicionamiento de la marca Exporta Fácil e incrementar de esta manera el número de usuarios y envíos.
- Mantener y mejorar los beneficios del servicio, por medio del sistema de incentivos para el exportador.

BIBLIOGRAFÍA

- Basantes. (2011, 11 22). San Antonio de Ibarra busca reflotar la artesanía. *EL COMERCIO*, p. Sección País 7.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2013). *Perspectivas económicas de América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Comunidades Europeas. (2003). *Recomendación 2003/361/CE*. Ginebra: Unión Europea.
- Correos del Ecuador.ec. (2011, 11 01). *www.correosdeecuador.com.ec*. Retrieved 07 14, 2013, from <http://www.correosdeecuador.com.ec/pages/interna.php?txtCodiInfo=97>
- Daniels, J. D. (2009). *Negocios Internacionales*. México D.F.: Prentice Hall.
- Espinoza, P. O. (2002). *Proyecto para el Establecimiento de un Consorcio de Exportación en San Antonio de Ibarra*. Quito: Universidad Técnica Equinoccial.
- Exporta Fácil.ec. (2011, 11 09). *www.exportafacil.gob.ec*. Retrieved 07 14, 2013, from <http://www.exportafacil.gob.ec/>
- Imbabura.ec. (2012). *www.imbabura.gob.ec/*. Retrieved 07 16, 2013, from <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- Mantilla, F. (2006). *Técnicas de Muestreo*. Quito: Editorial Offset Santa Rita .
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2010, 03 8). *www.culturaypatrimonio.gob.ec*. Retrieved 07 14, 2013, from (boletín 0043) San Antonio de Ibarra: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/comunicamos/>
- MIPRO.ec. (2011, 11 01). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Retrieved 07 13, 2013, from www.mipro.gob.ec.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2004). *Segunda Conferencia de la OCDE de Ministros encargados de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs)*. Estambul: OCDE.
- PROECUADOR.ec. (2010, 08 01). *www.proecuador.gob.ec*. Retrieved 07 14, 2013, from <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/guias-para-el-exportador/>
- Romero, A. (2003). *Globalización y Pobreza*. Bogotá: Nueva Sociedad.
- Saavedra y Hernández. (2008). *Caracterización de las MIPYMES en Latinoamérica, Estudio Comparativo*. Caracas: Universidad de los Andes Venezuela.
- Scheaffer y Mendenhall. (2007). *Elementos del Muestro* (Paraninfo ed.).
- Unión Europea. (2006). *La Nueva Definición de PYME*. Ginebra: Comunidades Europeas.
- Unión Postal de las Américas España y Portugal. (2008). *Modelos de Exportación*. Proexport. Bogotá: UPAEP.com.uy.
- youtube.com. (2007, 07 21). *www.youtube.com*. (V. GAVILANES, Producer) Retrieved 07 14, 2013, from <http://www.youtube.com/watch?v=VCDVF90bv1k>.

ANEXO A

- Lista de Encuestados

LISTA DE ENCUESTADOS			
No.	Representante	Razón social	Productos
1	María Rivadeneira	Studio Color	Textiles
2	Joaquín Salazar	Artes Lacrima	Esculturas
3	Jorge López	Vialesa Modulart	Esculturas
4		Confecciones Ecofibra	Textiles
5	Graciela Motesdeoca	Multiarte	Esculturas
6	Sara Huarmi	Sara Huarmi	Otras Artesanías
7	Ricardo Villaba	Villalba Sevilla Ricardo Germánico	Esculturas
8	Jorge Villavicencio	Arte Miguel Ángel	Esculturas
9	Rocío Endara	Expoandina	Esculturas
10	María Rivadeneira	Rivadeneira Vaca Ecuatoriana de Confecciones Cia. Ltda.	Textiles
11	Carlos Iza	Arte Colonia #3	Esculturas
12	Mónica Carvajal	Cosas Lindas	Textiles
13	Laura Játiva	Taller de pintura y escultura Bellas Artes	Otras Artesanías
14	Milton Espinoza	Moncayo Espinoza Milton Javier	Esculturas
15	Hugo Herrera	Herrera Castillo Hugo Ramiro	Textiles
16		Industrial Mega Sport	Textiles
17	Inés Hernández	Inés Angelita Hernández Mediavilla	Otras Artesanías
18	Liliana López	Liliana López	Textiles
19	Martha Endara	Endara Sevilla Martha Cecilia	Textiles
20	Juan Cevallos	Juan Carlos Cevallos Ipiates	Esculturas
21	Nancy Heredia	Imbawood Cia. Ltda.	Esculturas
22	Ángel Yépez	Almacén Ángel Yépez	Esculturas
23	Elías Carrillo y Yaruswalo Montesdeoca	Almacén Caspicara	Esculturas
24	Laura Enríquez	Almacén Laura Enríquez	Esculturas
25	Edwin Almeida	Almacén Los Shyris	Esculturas
26	Luis Torres	Comercial Torres	Esculturas
27	Jackeline Rivadeneira	Armesa	Esculturas

28	Isabel Montesdeoca	Arte Net	Esculturas
29	Rodrigo Yépez	Arte Rodrigo Yépez	Esculturas
30	Jackeline Almeida	Arte solo Arte	Esculturas
31	Pablo Salazar	Arte Taller	Esculturas
32	Anita Benavides	Arte y Artesanía W. M.	Esculturas
33	Blanca Cevallos	Arte y artesanías Tierra Mía	Esculturas
34	Julio Almeida	Arte y Turismo Julio Almeida	Esculturas
35	Carlos Espinoza	Artes y artesanías Carlos Espinosa	Esculturas
36	Cumandá Almeida	Artesanías Cumandá Almeida	Esculturas
37	José María Yépez	Artesanías Artísticas José María Yépez	Esculturas
38	Alba Potosí	Artesanías Calderón Potosí	Esculturas
39	César Mera	Artesanías CMC	Esculturas
40	Nancy Piñán	Artesanías de Esteban López	Esculturas
41	Renato Andrade	Artesanías Evelyn	Esculturas
42	Guillermo Portilla	Artesanías Imbabura	Esculturas
43	Rosa IpiALES	Artesanías Latinas	Esculturas
44	Marisol Almeida	Artesanías Marisol	Esculturas
45	Marcelo Salas	Artesanías Salas Cisneros	Esculturas

ANEXO B

Peso permitido por país

No.	PAÍS	Kilos	Observaciones
1	ABU DHABI	50	
2	AFGANISTÁN	30	
3	ALBANIA	20	
4	ANGOLA	20	
5	ANTIGUAY BARBUDA .	20	
6	ANTILLAS NEERLANDESAS	31,5	
7	ALEMANIA	31,5	
8	ALGERIA	20	
9	ARABIA SAUDITA	30	
10	ARGENTINA	20	
11	ARMENIA	20	
12	AUSTRALIA	20	
13	AUSTRIA	30	
14	AZERBAIJAN	50	
15	BAHAMAS	20	
16	BARBADOS	20	
17	BAHRAIN	20	
18	BANGLADESH	30	
19	BELARÚS	20	
20	BELGICA	20	
21	BENIN	30	
22	BHUTAN	30	
23	BOLIVIA	20	
24	BOSNIA Y HERZEGOVINA	20	
25	BOTSWANA	30	
26	BRASIL	30	
27	BRUNEI DARUSSALAM	10	
28	BULGARIA (REP.)	31,5	
29	BURKINA FASO	30	
30	CAMBOYA	30	
31	CANADÁ	30	

32	CABO VERDE	20	
33	CENTRO AFRICANA (REP.)	32	
34	COLOMBIA	30	
35	COMOROS	20	
36	CONGO (REP. DEM.)	20	
37	COSTA RICA	30	
38	COTE D'IVOIRE	31,5	
39	CROACIA	30	
40	CUBA -HASTA 5, DE 5 HASTA 20 FACTURA CONSULAR	20	A partir del 1° de junio de 2008 (Circular UPU 63/2008)
41	CHAD	30	
42	CHECA (REP)	20	
43	CHILE	20	
44	CHINA (REP. POP.)	30	
45	CHIPRE	31,5	
46	DINAMARCA	30	
47	DJIBOUTI	20	
48	DOMINICA	20	
49	DOMINICANA (REP.)	30	
50	ECUADOR	30	
51	EGIPTO	31,5	
52	ESLOVAQUIA	30	
53	ESLOVENIA	30	
54	EL SALVADOR	20	
55	EMIRATOS ARABES UNIDOS	30	
56	ERITREA	20	
57	ESPAÑA	20	
58	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	31,5	
59	ESTONIA	31,5	
60	ETIOPÍA	31,5	
61	FILIPINAS	20	
62	FIJI	20	
63	FINLANDIA	31,5	
64	FRANCIA	30	
65	NUEVA CALEDONIA	30	
66	GABÓN	30	
67	GEORGIA	30	
68	GHANA	30	

69	GRAN BRETAÑA	30	
70	GRECIA	20	
71	GROENLANDIA	30	
72	GUADALUPE	30	
73	GUINEA	30	
74	GUINEA BISSAU	20	
75	GUATEMALA	20	
76	GUYANA FRANCESA	30	
77	GUYANA	20	
78	HAITI	31,5	
79	HOLANDA	20	
80	HONG KONG (CHINA)	25	
81	HONDURAS	20	
82	HUNGRÍA	20	
83	INDIA	20	
84	INDONESIA	30	
85	IRAN (REP. SLÁM CA)	20	
86	IRAK	20	