



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS CON LA
FIBRA DEL TALLO DE BANANO HACIA EL MERCADO ESPAÑOL
DESDE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGRO-ARTESANALES EN EL
2022**

**JIMENEZ VILLALTA LUIS ENRIQUE
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**GALARZA MESIAS ANGIE ESTEFANIA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS
CON LA FIBRA DEL TALLO DE BANANO HACIA EL MERCADO
ESPAÑOL DESDE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGRO-
ARTESANALES EN EL 2022**

**JIMENEZ VILLALTA LUIS ENRIQUE
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**GALARZA MESIAS ANGIE ESTEFANIA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS
CON LA FIBRA DEL TALLO DE BANANO HACIA EL
MERCADO ESPAÑOL DESDE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES
AGRO-ARTESANALES EN EL 2022**

**JIMENEZ VILLALTA LUIS ENRIQUE
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**GALARZA MESIAS ANGIE ESTEFANIA
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

NOVILLO MALDONADO ERNESTO FELIPE

**MACHALA
2022**

PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS CON LA FIBRA DEL TALLO DE BANANO HACIA EL MERCADO ESPAÑOL DESDE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGRO-ARTESANALES EN EL 2022

Fecha de entrega: 07-may-2023 10:07p.m. (UTC-0500)

Identificado de la entrega: 208765A839
por **Carla Elizabeth Angie Estefania Jimenez Villalta Luis Enrique**

Nombre del archivo: DESDE_LA_ASOCIACION_DE_MUJERES_AGRO-ARTESANALES_EN_EL_2022.docx
(862.26K)

Total de palabras: 9196

Total de caracteres: 51736

PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS CON LA FIBRA DEL TALLO DE BANANO HACIA EL MERCADO ESPAÑOL DESDE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGRO-ARTESANALES EN EL 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	1%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	cia.uagraria.edu.ec Fuente de Internet	<1%
5	prezi.com Fuente de Internet	<1%
6	www.aduana.gov.ec Fuente de Internet	<1%
7	bibliotecavirtualoducal.uc.cl Fuente de Internet	<1%
8	rus.ucf.edu.cu Fuente de Internet	<1%

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, JIMENEZ VILLALTA LUIS ENRIQUE y GALARZA MESIAS

ANGIE ESTEFANIA, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado

PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS CON LA FIBRA DEL TALLO DE BANANO HACIA EL MERCADO ESPAÑOL DESDE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGRO-ARTESANALES EN EL 2022, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

JIMENEZ VILLALTA LUIS ENRIQUE

0705747269

Villalta Luis

GALARZA MESIAS ANGIE ESTEFANIA

0704461896

Angie E. Galarza M.

DEDICATORIA

En primer lugar, queremos dedicar este proyecto a Dios, que nos dio sabiduría y fuerza siendo un pilar fundamental en cada una de las metas y objetivos que requieran momentos de dificultad y debilidad, para no desistir en el camino como estudiantes y futuros profesionales.

A nuestros padres que gracias a sus consejos y palabras de aliento nos dieron la motivación que necesitábamos en el día a día, formándonos para ser personas de bien y por su apoyo incondicional en cada uno de nuestros proyectos.

A nuestros hermanos por ayudarnos en los momentos más difíciles que surgieron durante nuestra etapa como estudiantes y a nuestros abuelos que nos supieron brindar sabios consejos.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Machala de poder formar parte de esta prestigiosa institución abriéndonos las puertas a vivir nuevas experiencias académicas a lo largo de nuestra carrera universitaria.

A la Asociación de Mujeres Agro Artesanales (AMA) por brindarnos su confianza y la información necesaria para llevar a cabo la ejecución de nuestro proyecto.

A los docentes que nos supieron impartir conocimientos y experiencias claves para nuestra formación profesional.

A nuestros amigos y compañeros de estudio por brindarnos su amistad en los momentos más difíciles y por poder compartir momentos inolvidables junto a ellos.

Nuestro profundo agradecimiento a nuestro tutor y cotutor quienes siempre estuvieron dispuestos a compartir sus conocimientos y guiarnos por el buen camino académico y durante el desarrollo de nuestro proyecto con fines de titulación previo a la obtención de la licenciatura de comercio exterior.

RESUMEN

En la presente investigación se permite indagar a profundidad los orígenes de la producción de artesanías, con la gran variedad de cultural del Ecuador y cómo sería esta producción para llegar a una comercialización internacional, tienen el objetivo que el producto llegue al mercado Español y así esto incremente las ventas de la Asociación de mujeres artesanas AMA que se encarga de la fabricación de sombreros a base de fibra de banano, tomando en consideración que en el país ya se exporta artesanías pero en una muy mínima cantidad, la variedad de los insumos en la fabricación de estos productos es 100% orgánico, el principal problema que tiene esta organización es que no se cuenta con los conocimientos la experiencia solida de un plan de exportación, por eso el motivo de la investigación a través de este proceso determinar si la implementación de este plan incrementará el número de ventas, todo este proceso se realizará bajo un enfoque cuantitativo para el análisis de factibilidad, además aplicó un método inductivo -deductivo, incluido con el método hipotético – deductivo, como resultado obtenido dentro de esta investigación después de la aplicación de una entrevista para evaluar la situación económica de la empresa he indagar si alcanza a realizar una exportación, se corrobora también la hipótesis establecida corroborada, finalmente se procede realizar las conclusiones y las recomendaciones.

Palabras clave: Tallo de banano, plan estratégico, exportación.

ABSTRACT

In the present investigation it is possible to investigate in depth the origins of the production of handicrafts, with the great variety of culture of Ecuador and how this production would be to reach international commercialization, they have the objective that the product reaches the Spain market and thus this increase the sales of the Association of women artisans AMA, which is in charge of the manufacture of hats based on banana fiber, taking into consideration that the country already exports handicrafts but in a very minimal quantity, the variety of inputs in the The manufacture of these products is 100% organic, the main problem that this organization has is that it does not have the knowledge or solid experience of an export plan, that is why the reason for the investigation through this process is to determine if the implementation of this plan will increase the number of sales, this entire process will be carried out under a quantitative approach for the feasibility analysis, In addition, an inductive-deductive method was applied, included with the hypothetical-deductive method, as a result obtained within this investigation after the application of an interview to evaluate the economic situation of the company, I have inquired if it manages to make an export, it was also corroborated the established hypothesis corroborated, finally the conclusions and recommendations are made.

Keywords: Banana stem, strategic plan, export.

ÍNDICE GENERAL

ANTIPLAGIO	II
CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN (GENERA SIUTMACH).....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
LISTA DE ILUSTRACIONES Y TABLAS	XI
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I	14
1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.	14
1.1.1 Inicios	14
1.1.2 Desarrollo	15
1.1.3 Actualidad.....	16
1.2 ANTECEDENTES CONCEPTUALES Y REFERENCIALES	17
1.2.1 Acuerdos de Ecuador con la Unión Europea.....	17
1.2.2 Acuerdos Comerciales con el mercado Europeo.....	18
1.2.4 Artesanías que son elaborados en Ecuador.....	19
1.2.5 Plan de negocios	19
1.2.6 Proceso de comercialización	20
1.2.7. Certificados de calidad	22
1.2.8 Gestión estratégica de exportación	23
1.2.9 Comercio Internacional	23
1.2.10 Mercado Internacional.....	24

1.2.11 Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones.....	24
1.3 ANTECEDENTES CONCEPTUALES Y REFERENCIALES	28
1.3.1 Contexto.....	29
1.2.3 Aspectos históricos	30
1.3.4 Análisis del entorno	30
CAPÍTULO II	34
2.1 DISEÑO METODOLÓGICO	34
2.1.1 Tipo de investigación.....	34
2.1.2 Paradigma de investigación	34
2.1.3 Población y muestra.....	34
2.1.4 Métodos teóricos.....	34
2.3.5 Métodos empíricos	35
CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	36
3.1 Fundamentación teórica para la investigación.	36
3.1.1 Impacto que se espera en los resultados de la investigación.	36
3.1.2 Impactos Ambiental.....	36
3.1.3 Impacto tecnológico	37
3.1.4 Impacto Social	37
3.1.5 Impacto Social	37
3.2 Aporte práctico.....	38
3.2.1 Entrevista	38
3.3 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.....	43
3.4 Análisis del producto a exportar.....	44
3.4.1 Generalidades en la fibra del banano.....	44
3.4.2 La fibra	44
3.4.3 Características.....	45
3.4.4 Producto.....	45

3.5 Generalidades del consumo de artesanías el mercado Español.....	46
3.3 Gestión de exportación.....	47
3.3.1 Tramitación para ser exportador.....	47
3.3.2 Gestión Documental	47
3.3.3 Factura Comercial.....	47
3.3.4 Bill of Lading.....	48
3.3.5 Certificado de Origen.	48
3.4 Gestión Logística.....	49
3.4.1 Puertos	49
CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN	51
4.1 Corroboración teórica o práctica	51
4.2. Significación de resultados obtenidos	52
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	54
ANEXOS	61

LISTA DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

Tabla 1	19
Tabla 2	25
Tabla 3	32
Tabla 4:	32
Tabla 5	43
Ilustración 1	28
Ilustración 2	29
Anexo 1	61
Anexo 2	62
Anexo 3	63

INTRODUCCIÓN

Las artesanías se originan desde siglos pasados, específicamente no se puede establecer la época exacta donde tuvo sus inicios pero se estima que es verdaderamente antiguo, pues han encontrado restos de escombros de artefactos que fueron forjados por las manos sin utilizar ninguna herramienta más que solo su ingenio y su fuerza, en la antigüedad se ha descubierto que el hombre no era el único encargado de realizar el trabajo forzoso sino también las mujeres e inclusive los niños (Velasteguí, 2019).

En América Latina las comunidades pequeñas han decidido conservar las costumbres de realizar artesanías con sus hábiles manos , llegando a ocupar un lugar importante en el comercio del Ecuador, por sus bellas creaciones en variados materiales obtenidos de la naturaleza mismo, logrando que los recursos naturales sean empleados y promocionados como novedosos emprendimientos (Andrade & Ariza, 2021).

Por lo general se denomina a las artesanías como los objetos que fueron realizados a mano empleando instrumentos básicos, se obtiene como resultado objetos en algunos casos decorativos o también de gran utilidad realizado con materiales de su propia tierra únicos y exclusivos y además de ello una vez que las piezas van a comercialización el ingreso proveniente por esta actividad es muy importante (Rivera Cruz et al., 2008, p.230).

Ordoñez & Ferrufino (2022) manifiesta que en los últimos años la fabricación de instrumentos por medio de la aplicación de fibras vegetales ha ido ganando terreno ya que ha sido utilizada como un insumo básico para que se puedan elaborar diversos objetos como bisutería y vestimenta, se toma muy en cuenta la fibra de banano ya que su

adquisición es más sencilla y el proceso de preparación de esta es mucho más sencillo y económico.

En los últimos años se considera que las artesanías manufacturadas en el Ecuador han generado un alto interés en diversos compradores y estos son tanto nacionales como extranjeros, el objeto más comercializado a raíz de la fibra de banano son los sombreros, vasijas, bisutería, tapetes entre otros objetos, este insumo es muy fácil de trabajar y genera menos costo en la adquisición.

Dentro de la provincia de El Oro limitando con Pasaje, Santa Rosa y El Guabo se encuentra la Asociación de Mujeres Agro Artesanales (AMA) ubicada específicamente en la parroquia el Retiro, dedicada a la fabricación de artesanías a base de la fibra obtenida del tallo del banano, actualmente potencial para la comercialización internacional por lo cual esta investigación plantea el siguiente objetivo Diseñar un plan de negocios de exportación para la comercialización internacional de artesanías a base de tallo de banano, mismo que presenta las siguientes posibles causas que impiden la internacionalización: Presenta bajos niveles de venta ante el mercado internacional; Carencia de nuevos clientes en el mercado internacional; Restricciones, barreras arancelarias y obstáculos en el comercio exterior para su adecuado manejo. La delimitación del campo de acción de la investigación son las estrategias de exportación.

Lo cual genera la siguiente pregunta de científica: ¿La asociación de mujeres Agro Artesanales tiene la factibilidad de comercializar internacionalmente sus productos para beneficio de esta organización? A la cual se piensa encontrar una solución mediante los siguientes objetivos específicos: Establecer los procedimientos escenarios para incursionar dentro del mercado internacional; Investigar los trámites legales que la asociación debe tomar en cuenta para la comercialización; Elaborar el diseño del plan de

exportación que establezca la factibilidad y establecer cuáles son los riesgos y las estrategias que se generan.

A través de la investigación se realizará el estudio del mercado objetivo, en el cual se evaluará el cuales son los riesgos y oportunidades que se tendrán previstas como objeto de estudio tenemos las Estrategias de internacionalización de artesanías con la fibra del tallo de banano las cuales se llevarán a cabo en el siguiente campo de acción La gestión estratégica de la internacionalización.

“Desde el siglo XIX, las artesanías se han concentrado en espacios conocidos como talleres, donde convive un pequeño grupo de aprendices con maestros artesanos, quienes cuentan con todos los conocimientos técnicos para realizar el arte” (Suárez Gaviria, 2013, p.94). La historia de la artesanía comienza con la historia del hombre, cuando la necesidad de producir cosas cotidianas, incluida la decoración, expresa la creatividad y la producción como forma de trabajo, surgen los artesanos junto con las personas y beneficiar sus años de desarrollo.

La hipótesis que se establecen dentro de la investigación es la siguiente una vez diseñado el plan de exportación de artesanías elaboradas a base del tallo del banano, generará beneficios para la Asociación de Mujeres Agro Artesanales (AMA), se emplea una metodología mixta cualitativa y cuantitativa de carácter descriptivo, respaldándose en antecedentes históricos, revistas, documentos que permitan la elaboración del plan que busca los beneficios en la expansión de la asociación.

La presente investigación se encuentra estructurada por cuatro capítulos que permiten el desarrollo y explicación del propósito al que se espera llegar:

Capítulo 1: Descripción histórica, conceptual y contextual de los antecedentes sobre la exportación e inicios de fabricación de artesanías, además de las normativas vigentes y procedimiento de exportación.

Capítulo 2: Describe los métodos utilizados para el desarrollo de la investigación, fabricación de instrumentos y recolección de datos que permitan suministrar la información necesaria para sustentar los objetivos.

Capítulo 3: Se analizan los resultados obtenidos después de la aplicación de los métodos tanto cuantitativo como cualitativo, detalla un análisis de las ventajas y desventajas que conlleva el diseño del plan de exportación y establecer su viabilidad.

Capítulo 4: Se detalla la discusión y los resultados empezado por la búsqueda de trabajos previos para contextualizar con la información que estamos desarrollando, brindando nuevas perspectivas.

Finalmente se realiza la conclusión y recomendaciones donde se pretende establecer la funcionalidad del proyecto en cuestión a su vez dar algunas pautas necesarias para una mejor estrategia de comercialización y manejo de sus artesanías para alcanzar sus objetivos.

CAPÍTULO I

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

1.1.1 Inicios

El origen de las artesanías no presenta un nacimiento determinado pero se considera tan longevo como la existencia de la humanidad misma, surge por la necesidad humana de facilitar su vida cotidiana por medio de creación de objetos que le fueran indispensable para su supervivencia desde ese momento se comienza también con la elaboración de prendas de vestir, utensilios de cocina, herramientas de trabajo y caza (Rivas, 2018).

En tiempos ambiguos se denominaba a con el nombre de artesanos a todas aquellas personas que se especializaban a la fabricación de objetos que se realizaban únicamente con las manos, más adelante se implementaron nuevas técnicas y se adjuntó el uso de las herramientas ya fabricadas para trabajar con materiales como, piedra pulida, pintura natural, dando formas más artística a las artesanías.

Las artesanías se considera a las formas que surgen de la creatividad y de las ideas que planteadas por cada artista en lo general el objeto fabricado se usaba para cubrir las necesidades de su comunidad, se consideraban herramienta básicas como hachas, picos entre otras empleados para agricultura, caza, y preparación de alimentos (Moctezuma, 2018).

La artesanía en Latinoamérica se considera una actividad económica y con bases culturales que se destina a la fabricación de productos realizados totalmente a mano o en algunos caso se emplean herramientas de fuerza, usan como material para su elaboración la madera, barro, paja, productos del mar entre otros (Herrera, 2016, p.426).

1.1.2 Desarrollo

En la investigación realizada por Montesdeoca et al., (2012) definida como un diseño para un plan de exportación que usará el tallo de banano como una base para la elaboración de artesanías, todo esto realizado por la Asociación de Mujeres Agro artesanales de la provincia del Oro “Diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigido a la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la provincia de El Oro” el cual tuvo como objetivo que las artesanías lleguen a un mercado internacional, enfocado en la empresa AMA, dentro de la investigación se analizaron las fortalezas y debilidades, además se muestran parámetros más relevantes como TIR y VAN dado que la inversión inicial en la operación de exportación y la utilidad neta esperada para el primer año, se puede concluir que la inversión será recuperada en lo que fue de su inicio de exportación, convirtiéndose así en una interesante relevante innovación de negocio.

Para Torres & Vera, (2015) en su trabajo sobre el manejo del tallo de banano como una fuente de fibras que sirvan como una base duradera para la producción de artesanías, en lo que compete al triunfo y a sus futuras exportaciones, nos indica además que del tallo de banano se pueden obtener distintas variedades de productos de carácter artesanal, se planteaba lograr que las manualidades realizadas lleguen a los mercados de Estados Unidos, así que planteó la investigación como una fuente productiva para mejorar la economía.

También Oliva (2015) en su trabajo de titulación denominado su trabajo sobre el estudio de los mercados que sean alternativos para las artesanías que son a base de la fibra del banano y enfocarse en cuales son los mecanismos que proveen más comercialización dentro de la provincia de el Oro, después de un análisis se determinó que la asociación se

dedicada a la realización de artesanías hacen uso de la materia prima de forma gratuita ya que es el rechazo de las plantas bananeras que se encuentran en las bananeras de la provincia de El Oro dando así forma a unas preciosas artesanías que luego son comercializadas y que se encargará de mejorar las estrategias de negociación, determinando la viabilidad del proyecto

Otro trabajo con la misma temática realizado por De Paula Eduardo (2008) que se titula “Artesanía con fibra de banano en la perspectiva de la multifuncionalidad en comunidades quilombolas” dentro de este estudio se ha establecido el vínculo entre esta ocupación y distintos trabajos que saque se generan para dar una fuente de ingresos, de cultivos de banano sin químicos es decir orgánico, la producción agrícola y el patrocinio del turismo en general, tomando como referencia la diversas funciones y teniendo en cuenta los variados aspectos cultural, de ambiente y social relacionados con los movimientos de los ex esclavos fugados, se pretende focalizar las actividades artesanales en la dinámica de los hogares rurales de su territorio, esto nos permite diagnosticar su aporte al mantenimiento de las posiciones en la vida.

1.1.3 Actualidad

En los años más recientes, cuando dio inicio una pandemia de alcance trascendental a nivel mundial conocida como COVID-19, las empresas que se dedicaban a actividades artesanales, al igual que muchas otras que se dedican a la manufacturación, ha experimentado algunas limitaciones a la hora de mantener fuertes reglamentos de bioseguridad para redimir las necesidades de garantía de calidad de cada mercado. Obstáculos y Reputación de la Artesanía Ecuatoriana en la JNDA. En el ámbito de las artesanías se observa un crecimiento desfavorable en los últimos 5 años, por lo que la

venta de productos artesanales en 2021 no supera el volumen de ventas respecto al año anterior.

Según el informe más reciente del banco central, las exportaciones ecuatorianas en los primeros cinco meses de 2022 alcanzaron los 13.817 millones de dólares, de los cuales el 6% correspondió al mercado español. En tierra de Iberia existen comunidades como Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, etc., que se caracterizan por un alto consumo de artesanía. Dada la enorme demanda de productos manufacturados, España ocupa el segundo lugar entre los compradores de artesanías ecuatorianas debido a su representatividad cultural, por lo que algunas empresas ecuatorianas eligen este mercado como fuente potencial de ingresos y divisas para la economía nacional.

1.2 ANTECEDENTES CONCEPTUALES Y REFERENCIALES

1.2.1 Acuerdos de Ecuador con la Unión Europea

El acuerdo comercial entre España y Ecuador ha demostrado una vez más su éxito en 2021, con un aumento del 16 % (€ 4,966 mil millones) en comparación con 2020, desde 2017. En términos de exportaciones, la UE también se beneficia de las importaciones de Ecuador de calidad y regularidad.

Las importaciones del país procedentes de la UE son, principalmente, bienes de capital y tecnología agrícola, lo que impulsa directamente las industrias manufactureras de Ecuador. Por otra parte, el superávit comercial de Ecuador se mantuvo favorable, alcanzando los 1,401 millones de España con la UE en 2020, en comparación con los 551 millones de España del año anterior.

1.2.2 Acuerdos Comerciales con el mercado Europeo

Ecuador ha estado negociando durante años un acuerdo de comercio libre con España con el objetivo de mejorar la economía del país sin comprometer su soberanía. Se han generado más de 100 acuerdos de este tipo en total (Vega & Ortiz, 2016).

El país dispone de un marco legal sólido para la exportación de productos y la inversión a plazo largos en los sectores industriales; las oportunidades alcanzadas se documentarán en el presente informe. El acuerdo multilateral indica que existen 28 mercados que comprenden a más de quinientos millones de habitantes de países miembros de la UE. Hay una gran variedad de intereses para la investigación de la demanda de productos y servicios.

1.2.3 Análisis de los mercados en la Unión Europea

Ecuador firmó un acuerdo multipartidista con la UE recientemente, lo cual brindó las oportunidades para que muchos productos nacionales y una matriz productiva mejorarán a nivel nacional y a nivel nacional.

Se llevó a cabo un estudio previo realizado por Pro Ecuador, que reveló que el proyecto 6504, desde 2014, tiene productos potenciales que coincidan con los productos que desea exportar a España. Por tanto, resultó ser un producto de éxito. Demostró ser rentable. Se están realizando extensas conversaciones en España con el fin de vender bolsos y sombreros de mujer (García & Herrero, 2019).

Ecuador tiene una participación por la pequeña importación procedentes de España fue del 4,31% en la partida 6504, vinculándose a nuestros productos, y experimentó un incremento. El volumen de exportación anual de Ecuador es del 17% así contando con la participación de Ecuador en el total de las exportaciones de España es del 2,12%

1.2.4 Artesanías que son elaborados en Ecuador

El arte manual es una rama del arte, aunque por lo general requiere de procedimientos y materiales sencillos, y se elabora siguiendo las tradiciones de una cultura ancestral. Se realiza esta actividad por parte de un artesano, que suele ser un profesional, pero que también puede realizar como actividad recreativa sin compensación (Ferro, 2017).

En Ecuador las principales artesanías que son elaboradas:

Tabla 1.

Partida arancelaria del producto

Productos de paja toquilla	Sombreros, Tapetes
Productos elaborados en tagua	Aretes, Cadenas y manillas
Productos de cuero	Carteras y billeteras
Productos de madera	Adornos, armarios
Objetos en tela reciclada, papel maché, cerámica y madera	Diversas artesanías dependiendo de la creatividad.
Artículos u objetos de mazapán, lana, yute	Vestidos y Carteras

Fuente: Andrade & Ariza (2021)

1.2.5 Plan de negocios

Esto como ejemplo de lo mencionado por Véliz (2020) Un plan de negocio es un documento que se elabora de forma clara y concisa, y se utiliza mediante un proceso de

planificación que se utiliza para gestionar una empresa. Establezca lo que se desea obtener y las tareas que se deben realizar para alcanzarlo.

Toda inversión requiere de un plan de negocio que identifique los elementos fundamentales para facilitar la toma de decisiones en las inversiones e instituir responsabilidades sobre los bienes que se pueden derivar de la inversión, lo que evalúa y orienta su funcionamiento (Morales et al., 2018).

Una planificación de sociedad es una estrategia que establece acciones específicas que se realizarán en un futuro próximo, siguiendo un proceso lógico, realista y paso a paso, durante un período de tiempo determinado.

Se trata de la interacción de diversos elementos fundamentales, lo cual se refleja en documentos asociados al encargo administrativo, financiero, operativo y logístico, lo cual permite representar todas las fases por las que pasa un negocio o inversión de esta naturaleza. Romero & Fuenmayor, (2017) se trata de una estrategia y un documento que muestra los objetivos que se desean alcanzar en los próximos años.

1.2.6 Proceso de comercialización

Los procesos de comercialización tienen un significado especial desde tiempos remotos, ya que daba como resultado la comprensión de dos países que comercializan entre sí, más adelante se determinó que el comercio no es un simple juego esto debido a que permite que las sociedades crecieron económicamente, esto significa el beneficio mutuo llevando a la expansión del comercio y en el proceso fue reduciendo el diverso número de controles que en las épocas antiguas eran necesarios (Meleán & Velasco, 2017)

El proceso de comercialización se considera necesario en el momento que se necesitaba dar salida a bienes o también productos elaborados por una determinada organización,

dentro de este extenuante proceso participan diversos factores como lo es la distribución, aquellos que se encargan de que el producto sea adquirido en diversas localizaciones, también se podría describir a las personas que aportan con los recursos para desarrollar el proyecto de la comercialización (Rizo et al., 2017)

De Acuerdo con Quevedo et al (2019) Un proceso de comercialización llega a ser una de las bases fundamentales de crecimiento para toda organización ya que su entrada a mercados internacionales permite que las ventas se incremente por lo tanto la producción se eleva y el ciclo comercialización se expande, otra cosa que señala este autor es que también se pueden conseguir importaciones que generarán materias primas para producir bienes de mejor calidad a un precio menor.

En síntesis Castro et al. (2017) El proceso de comercialización es el que garantiza que los productos desarrollados por la organización sean vendidos cuidadosamente. En este proceso, los agentes como los distribuidores se reúnen y aportan recursos para que las ventas se lleven a cabo. Es importante que su precio se ajuste a la eficiencia.

Conforme con Alvarez (2018) Los procesos de marketing son fundamentales para las empresas, ya que permiten poner un producto o servicio en el mercado. De esta manera, las personas y su dinámica establecen relaciones. El proceso de comercialización es esencial para la asignación de los bienes adquiridos por las cadenas de producción, ya sea que se destinen a la venta en el mercado final o a la incorporación en otras cadenas de producción.

1.2.7. Certificados de calidad

Esto demuestra que la certificación de calidad aumenta la probabilidad de que las empresas se internacionalizan, lo que aumenta la probabilidad de que las empresas se internacionalizan en un 20% (Martínez et al., 2018).

Las tres definiciones de los diferentes autores nos indican que las certificaciones de calidad es un proceso fundamental en las empresas lo cual es esencial para la internacionalización con ello se puede lograr las mejoras continuas y así sea aceptada en mercados tanto nivel local como internacional.

La certificación internacional es un método alternativo que las empresas utilizan cada vez más. Principalmente para aumentar la productividad, conquistar el mercado y establecer contacto entre clientes. La certificación internacional es un medio establecido para identificar productos con ciertas características específicas (Robles et al., 2017) .

Según (International Quality and Productivity Center.), el certificado de calidad es una garantía para la evaluación del producto según los parámetros determinados en la norma, los cuales son producidos por el proceso de acuerdo entre el productor, la autoridad y el consumidor. Son emitidos por una agencia de control que reconoce y reconoce las características y métodos de obtención de bienes o servicios. Contienen fechas de vencimiento e información relacionada, permitiendo a los clientes tomar decisiones de compra porque brindan confianza y por ende aumentan las posibilidades de venta a los proveedores.

La certificación de calidad hace más competitivas a las empresas en los mercados internacionales. Básicamente, la certificación es un proceso en el que una empresa acreditada reconoce por escrito que un producto, proceso o servicio cumple con requisitos y estándares específicos de calidad. La certificación otorga confianza al producto, lo que

a su vez les brinda credibilidad a los consumidores en cuanto a su comienzo, procedimiento de elaboración, transcurso de comercialización e inspección. Esto lo convierte en un competitivo potente en los compradores, independientemente de su precio. La competencia se debe a la disposición y seguridad que ofrece a los consumidores, los cuales se reflexionan un significativo valor incorporado.

1.2.8 Gestión estratégica de exportación

De acuerdo con Brume (2017), la estrategia es mejorar la calidad de las artesanías que se produce actualmente en Ecuador a través de su certificación, así como la implementación de descuentos de compras específicas. Esto ayuda a atraer más demanda de compradores certificado. Por lo tanto, su valor en el mercado internacional es alto en comparación con el de otros países.

El plan de acción requiere ciertos elementos y requisitos filosóficos en su actividad, especialmente en lo que respecta a los elementos filosóficos. Según Bustamante et al (2022), el fundamento para impulsar el objetivo de la organización está conformado por varios elementos, tales como la visión, la misión, los valores y la imagen colectiva. Cada uno de ellos cumple una función complementaria para mejorar el sistema, de acuerdo con las modificaciones que se producen.

1.2.9 Comercio Internacional

Según el criterio de Raffo & Hernández (2021), el comercio no se limita actualmente al intercambio de bienes y servicios, sino que también comprende los numerosos efectos asociados a los flujos de inversión, los flujos de información y los flujos de personas. Los factores directos e indirectos están interconectados en todos los ámbitos de las redes mundiales de producción y suministro, que a su vez están integradas en las cadenas de valor mundiales.

Según el autor Ibarra (2016), el comercio internacional permite la especialización, lo que aumenta la cantidad de bienes disponibles en el mundo y esto promueve la felicidad entre las naciones y los individuos, intercambian bienes que se producen en los mercados internacionales y con los que se obtienen productos, también hay bienes.

De acuerdos de los distintos autores que partieron sus conocimientos sobre el comercio internacional se puede decir que no es solamente un intercambio de bienes y servicios, pero también interactúa con muchos impactos relacionados con el movimiento de inversiones, la información y el movimiento de personas, se puede expandir negocios a través de distintos mercados internacionales.

1.2.10 Mercado Internacional

Según los autores Antonio (2015), cuando se habla de mercado internacional, se refieren a la economía se refiere, principalmente, al conjunto de transacciones comerciales que tienen lugar entre diferentes países y mercados, así como a sus respectivos impactos. Rodríguez, (2017) La economía hace referencia a los intercambios comerciales que se producen entre diferentes países y mercados, así como a sus consecuencias.

Estos programas de intercambio son muy utilizados en todo el mundo y han contribuido al desarrollo de muchos países de diferentes maneras. La modificación se lleva a cabo por el comerciante o vendedor que está a cargo de este proceso.

1.2.11 Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

Enfocándonos en el COPCI, reglamento enfocado en manejar la producción y comercio de todas la inversiones sean estas también de exportación, nos sustenta bajo su revisión, el hecho de que el estado fomenta todo aquel proceso de exportación que a su vez generará un ingreso al estado mismo.

Tabla 2

Artículos del código orgánico

Artículo	Descripción
Art. 93 Fomento a la exportación	<p>La entidades del gobierno apoyará lo producido dirigida a las exportaciones y facilitará su aplicación mediante los siguientes medios:</p> <ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="948 736 1442 1205">● Las mercancías y servicios que cumplan con los requisitos para el origen adecuado o los que se beneficien de las ventajas derivadas de los acuerdos comerciales, regionales, bilaterales o multilaterales podrán beneficiarse de los esquemas de preferencias arancelarias.<li data-bbox="948 1267 1442 1850">● En el Código a la Importación de Materias Primas y materias primas incluidas en la producción exportada se establece que el derecho a la devolución total o parcial de los impuestos pagados en el momento de la importación de materias primas y materias primas incluidas en la producción exportada se concede en primer lugar.

-
- Derechos de aduana, derechos de exportación y recargos aplicables a las mercancías.
 - Ayuda económica o alojamiento en programas generales o departamentales.
 - Información sobre los productos exportados, sobre el desarrollo de los mercados, sobre la formación de asociaciones de exportadores y sobre otras actividades relacionadas con las exportaciones.
 - El derecho a percibir estímulos por inversión productiva de conformidad con el presente código y otras normas pertinentes.
-

Art. 111.- Sujetos de la Obligación Tributaria Son sujetos de la obligación tributaria:

Aduanera

- El Servicio de Aduanas del Ecuador se encuentra en un estado de pasivo activo.
- Se trata de una persona que debe pagar el impuesto de conformidad con los requisitos del contribuyente o responsable.
- Las personas naturales o jurídicas que importen o exporten deben estar registradas en el Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador en base a lo establecido la Aduana Nacional del Ecuador. Los sujetos pasivos son el titular o destinatario de la mercancía en las importaciones; mientras que los exportadores son los contribuyentes.

Fuente: Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones (2010)

1.3 ANTECEDENTES CONCEPTUALES Y REFERENCIALES

La Asociación de Mujeres Agro Artesanales (AMA) en la provincia de El Oro fue creada inicialmente por un pequeño grupo de mujeres dedicadas y emprendedoras de las afueras de la provincia para generar ingresos para ayudar económicamente a sus familias. Hasta donde él sabe, la empresa bananera no le ha asignado un propósito al tronco de banano, para tratarlo como un desecho de producción, la asociación AMA tiene una idea para usar y disponer del tronco de banano, después del procesamiento, la fibra del tronco de banano. Hace manualidades. , como carteras, bolsos, sombreros, etc.

Ilustración 1.

Organigrama de la Asociación de Mujeres Agro Artesanales (AMA).



Nota: Elaborado por los Autores

La Asociación AMA es una organización sin fines de lucro regida por las disposiciones del Título I del Capítulo XXIX del Código Civil. Desde su creación, la empresa ha tenido como objetivo ofrecer alternativas de solución para mejorar la situación de las mujeres, y para ello ha estado siempre con ellas y sus hijos y familias, apoyándonos mutuamente de manera integral en términos de calidad humana y eficacia personal. (Ávila, 2020).

1.3.1 Contexto

La investigación se desarrollará en la ciudad de Ver zona urbana del cantón Ver identificado de la provincia de El Oro que está dentro del accionar de la Asociación de Mujeres Agro Artesanales (AMA).

El territorio de Oro tiene una superficie de 5.817,3 km, 2 con una superficie de 5,7 km. El nivel territorial de Oro es de 5,77 kilómetros. A continuación se encuentran los límites del norte con la provincia del Guayas, el oeste con el océano Pacífico, el sur con el Perú y al este con las provincias del Azuay. La provincia está situada en la costa de Ecuador y forma parte de la costa suroeste de Ecuador. (Algara, 2016).

Ilustración 2.

La provincia de El Oro y sus Cantones



Fuente: Plan Estratégico De Desarrollo Provincial De El Oro

1.2.3 Aspectos históricos

Después del establecimiento de Guayaquil, algunos exploradores españoles fueron a Puna, llegaron a Barao y luego llegaron a la desembocadura del río Jubones. Según Torres de Mendoza, los españoles pudieron haber descubierto una colonia de Ver en Guarumal, al sur de la ciudad, en 1537. Ver no es español, solo un lugar para pasar el rato. En 1758, el terreno fue entregado a la familia Ver y se convirtió en el pueblo donde ahora se encuentra el distrito de San Jacinto. Nació Ambrosio Gumal, el primer gobernante. En 1763, finalmente transfirió la tierra a Ver. Unos años después, Ver fue ascendido bajo el gobernador Cacique Julián Beritam (Prefectura de El Oro, 2022).

Luego de la firma del acuerdo de paz entre Ecuador y Perú en 1998, el comercio entre ambos países se incrementó significativamente y desde entonces las mercancías que transitan por el muelle del puerto de Puerto Bolívar se destinan principalmente a los mercados norteamericano, norteamericano y Español (Prefectura de El Oro, 2022).

1.3.4 Análisis del entorno

La planeación estratégica, la planificación estratégica y otros desarrollos es un elemento esencial de la planificación estratégica, el plan de marketing y otros desarrollos, ya que permite evaluar las amenazas potenciales del entorno (Yáñez y Pazmiño, 2015)

Los factores ambientales influyen en las tareas que realizamos en la sociedad, por lo tanto, debemos tenerlos en cuenta detiene aseverar el éxito. En consecuencia, es obligatorio examinar el ambiente en el que nos encontramos; uno de los imparciales está fructificar las oportunidades que brindan el medio ambiente o el gobierno. Los medios de comunicación nos proporcionan un instrumento de influencia.

El desempleo en el país es otro motivo para que los ciudadanos se involucren, desarrollen nuevas ideas y creen nuevos puestos de trabajo. Este caso se aplica a mujeres sencillas, en función de su estatus, como por ejemplo, amas de casa, mujeres sin educación superior y con escasos recursos económicos, como por ejemplo, amas de casa (Torral et al., 2019). El análisis de sectores y el desarrollo de posibles escenarios en el ámbito de la gestión empresarial permiten conocer cómo será el futuro del desarrollo de las condiciones del entorno operativo específico.

1.2.4.1 Características de los sombreros y carteras de fibra de banano.

- Son varios diseños y tamaños que se ajustan a cada tipo de materia prima.
- Muy adecuados para la mujer actual.
- Se venden en colores naturales o también en colores.
- Es artesanía y se trabaja con el objetivo de fabricarlo.
- Su tecnología de cuerdas es extremadamente resistente a la relente.
- Muy maleable para cualquier situación, sobre todo en verano.
- Tiene un brillo delicado y más manejable.
- Su peso es extremadamente reducido.
- No se degrada fácilmente
- Se considera presto al cuidado del medio ambiente.
- El agua de mar no daña los materiales.

1.2.4.2 La partida arancelaria

Tabla 3.

Partida arancelaria del producto

Código	Descripción de la mercadería	cls	cant
6504.00.00	Gorras y otros galos, trenzados o confeccionados, inclusive adornados.	U	30

Fuente: Arancel Nacional de Aduana del Ecuador.

1.2.4.3 Sombreros demás tocados y sus partes no comprende:

- La decoración de sombreros y otros tocados utilizados en la fiesta.
- Los sombreros y otros tocados que tienen amianto y otros objetos que estamos utilizando.
- Los sombreros de la casa y otras ropas que tengan el aspecto de juguetes.
- Como las gorras de muñeca y los artículos para fiestas infantiles, que son muy demandados.

La partida 6502 no incluye los artículos de vestir confeccionados por costura, salvo los artículos obtenidos por unión de tiras cosidas en espiral.

Tabla 4:

Partida arancelaria del producto

Código	Descripción de la mercadería	Tipo del derecho Convencional (%)	Unidad suplementaria
6504.00.00	Gorras y otros tocados, trenzados o confeccionados con tiras de cualquier material, incluso adornados.	Exención	p/st

Fuente: Arancel Nacional de Aduana del Ecuador.

1.2.4.4 Referencias Arancelarias

Las organizaciones consolidadas son una ventaja competitiva para el Ecuador y otros países de la zona., ya que les permiten negociar acuerdos comerciales que les permiten implementar medidas económicas que optimizan los recursos y utilizar estrategias para incrementar las ventas, entre otros beneficios (Cevallos et al., 2018).

1.2.4.5 Acuerdo entre Ecuador y España

Ecuador y España llevan años negociando un acuerdo que mejore la economía y evite que otros países (aproximadamente 100 en total) que se consideran sensibles a la producción ecuatoriana puedan dañar la economía del país.

La legislación garantiza la estabilidad de las exportaciones e inversiones industriales a largo plazo. Se firmará un acuerdo con 28 países de España para abrir un mercado de 500 millones de personas. Este mercado dispone de una amplia variedad de productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores.

CAPÍTULO II

2.1 DISEÑO METODOLÓGICO

2.1.1 Tipo de investigación

La investigación en la exportación de artesanías con la fibra del tallo de banano hacia el mercado español desde la Asociación de Mujeres Agro Artesanales en 2022 se orienta a la aplicación, en cuanto a su objetivo gnoseológico es explicativo; en lo que respecta al contexto es de campo; en lo referente al control de las variables es experimental; en cuanto a la orientación temporal es longitudinal y en cuanto al nivel de generalidad estudia una situación específica.

2.1.2 Paradigma de investigación

El tipo de paradigma el cual está enfocado en una perspectiva cualitativa y cuantitativa de carácter descriptivo, ya que por medio del análisis empírico estudiaremos los datos obtenidos, como entrevista de acuerdo a esta nos permitirá comprender el enfoque de nuestro estudio

2.1.3 Población y muestra

La unidad de análisis es la Asociación de Mujeres Agro Artesanales por lo tanto la población se considera a toda la asociación general, la muestra específica son el personal administrativo el que está encargado de manejar cuentas y demás información.

2.1.4 Métodos teóricos

El histórico lógico: determinación de la evolución de la gestión estratégica en el proceso de un plan de negocios de exportación de artesanías por medio de las revisiones bibliográficas para entrar en un contexto general de los acontecimientos que han generado un cambio en la actualidad de la Asociación de Mujeres Agro Artesanales en el 2022.

El inductivo deductivo: para fundamentar y elaborar las estrategias en el proceso de un plan de negocios de exportación que permitan que las ventas incrementen tanto en el mercado nacional y que dan inicio a nuevas ventas en el mercado internacional surgiendo de la Asociación de Mujeres Agro Artesanales en el 2022.

El de abstracción y concreción: Se emplea a lo largo de toda la investigación comenzando desde las estrategias para una comercialización internacional, en el proceso de la exportación de artesanías en relación con la elaboración del diseño de un plan de negocio de dicho producto hacia España, para la caracterización gnoseológica y económica del proceso de exportación de artesanías con la fibra del tallo de banano y para la valoración de la situación actual de la exportación hacia el mercado español desde la asociación de mujeres agro artesanales AMA en el 2022, para fundamentar teóricamente un plan de negocios para incrementar las ventas.

El hipotético deductivo: Permite la determinación de la situación actual de la exportación de artesanías dentro del Ecuador con la fibra del tallo de banano hacia el mercado español desde la asociación de mujeres Agro-Artesanales en el 2022.

2.3.5 Métodos empíricos

Entrevista para la valoración de la situación actual de las exportaciones de artesanías del tallo de banano hacia el mercado de España, y así también valorar la incidencia del plan estratégico de exportación en incremento de las exportaciones, además de la observación y análisis de la documentación necesaria para el plan de exportación.

CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1 Fundamentación teórica para la investigación.

Los resultados de la investigación lograron hacer factible identificar los factores que influyen en lograr una exportación hacia los países de España y sobre todo dar un enfoque de los procedimientos necesarios para lograr un plan de negocio de exportación para las artesanías a base de tallo de banano.

Con los resultados obtenidos dentro de la investigación se pretende llegar a potenciar las ventas dentro del mercado Español, tomando en consideración que actualmente las artesanías son un bien que se exporta en cantidades pequeñas.

3.1.1 Impacto que se espera en los resultados de la investigación.

Se espera que los resultados de la investigación tengan los siguientes impactos: científico, técnico, ambiente, sociedad, economía, etc.

3.1.2 Impactos Ambiental

Los movimientos económicos se ejecutan de manera menos desmesurada, debido a que los procesos para la fabricación son más ambientalistas y menos contaminantes.

- La evasión del pago de multas, permisos de adquisición y otros más se ven reducidos gracias al procedimiento artesanal de los productos.
- Productos elaborados con memoria cultural y un gran sentido de aprendizaje para las costumbres ecuatorianas.

3.1.3 Impacto tecnológico

Utilizar la tecnología para desarrollar planes de negocio de exportación. Se requiere el permiso del exportador y cumplir con los requisitos necesarios para recopilar los datos.

3.1.4 Impacto Social

- Generar estrategias novedosas para simplificar las exportaciones directas de artesanías al mercado Español y beneficien a la sociedad.
- El plan estratégico de negocio proporcionará a los futuros exportadores y de esta forma se podrá hacer una distribución ordenada de bienes.

3.1.5 Impacto Social

- La ventaja de una política de exportación estratégica es que genera un gran número de ingresos, empleos y oportunidades de empleo, lo cual dirige sus esfuerzos a satisfacer las necesidades emergentes a corto plazo. En el mercado global, a excepción de que su práctica les permita mejorar su técnica, ser productivos, interesados en sistematizar y lograr escalar.
- Al poner en marcha el plan estratégico de exportación de la compañía, éstas podrán abrir nuevos mercados en el mercado español, para que así cuenten con productos de excelente calidad y puedan satisfacer la demanda. Alcanzar su mercado y obtener un alto margen de beneficio.

3.2 Aporte práctico

3.2.1 Entrevista

Entrevista dirigida a la junta directiva de la asociación de mujeres agro- artesanales

Título de la investigación: Plan de negocios de exportación para incrementar las ventas de artesanías con la fibra del tallo de banano hacia el mercado Español desde la asociación de mujeres agro-artesanales en el 2022.

Objetivo: Recolectar información primaria que sirva de base para sustentar la elaboración del plan de exportación de artesanías fabricadas del tallo del banano por los artesanos de la asociación de mujeres agro-artesanales

- **¿Dentro de esta Asociación cuántas personas están encargadas de la administración y control?**

Administradora: Nos basamos en las normativas de la ley de economía popular y solidaria, en total sería un presidente, un secretario, tres vocales de vigilancia y un administrador que se considera el representante legal de la asociación.

Contadora: La empresa está conformada bajo las normativas de economía y finanzas, según mi entendimiento cumplimos con todo lo necesario.

Análisis: La Asociación de Mujeres Agro Artesanales en el 2022 está conformada por una administración de 11 personas que se encargan de administrar y controlar los movimientos económicos.

- **¿Cuántos tallos de banano normalmente adquieren mensualmente para la fabricación de sus sombreros y demás artesanías? Y ¿cuánto producen?**

Administradora: La producción de artesanías es nuestra actividad secundaria, sin embargo los tallos que se emplean es por medio de la recolección de rechazos que las bananeras ya no necesitan, la cantidad depende del número de sombreros que se vaya a utilizar.

Contadora: Desconozco de la cantidad de tallos, la información que me es proporcionada son los costos de transporte para trasladar los tallos de las haciendas a la asociación.

Análisis: La Asociación de Mujeres Agro Artesanales no adquiere mensualmente los tallos de banano, por lo general solo los adquiere cuando tienen pedidos grandes.

- **¿Cuál es la artesanía que tiene mayor demanda a nivel nacional?**

Administradora: Nosotras estamos interesados en que se difunda los sombreros banana hat

Contadora: Es de mi interés que se generen más ventas de todos los productos que tenemos en stock.

Análisis: La Asociación de Mujeres agro Artesanales los sombreros son bastantes cotizados, pero el banana hat es el que tiene más cantidad de pedidos.

- **¿Cuáles son los objetivos que como asociación se plantearon y cree usted que ha logrado alcanzarlos en el transcurso del año?**

Administradora: Como asociación hemos cumplido con los objetivos y nos hemos mantenido en una muy buena posición económica.

Contadora: Según mis informes financieros, las cuentas han sido muy claras y se ha mantenido en buenos movimientos de ingresos.

Análisis: Es importante que los objetivos se estén cumpliendo sobre todos los que son económicos, ya que permiten el movimiento constante de entradas y salidas de la asociación, lo que permite seguir en funcionamiento.

- **¿Tiene conocimiento la empresa de lo que es un plan de exportación?**

Administradora: Sé que es un plan de exportación, pero no he tenido la oportunidad de llevarlo a cabo, hemos tenido perdidos que han llegado a otros países pero solo nos hemos encargado de que el producto esté bien empaquetado para llegar a su destino.

Contadora: Conozco lo que es un plan de exportación sin embargo en esta asociación no he tenido la oportunidad de llevarlo a cabo.

Análisis: El plan de exportación definitivamente incrementa el número de ventas, ya que logra que el producto se conozca a nivel internacional, por lo que esto genera más ingresos

- **Si tiene en consideración exportar responda la siguiente pregunta: ¿Cuenta con el personal adecuado para ejecutar un plan de exportación?**

Administradora: No, me vería en la necesidad de buscar una persona que se encargue y que capacite a mis empleados respecto al tema.

Contadora: Tengo conocimientos amplios del tema, pero no me siento capacitada para llevar a cabo un plan de exportación sin la ayuda de un profesional en el tema.

Análisis: Los planes de exportación deben manejarse con sumo cuidado y realizarse de manera meticulosa, debido a que son números que deben reflejar la ganancia que se espera obtener.

- **En cuanto a la capacidad de producción de la empresa, ¿Considera usted que puede establecer la demanda del mercado? Si su respuesta es positiva o negativa por favor argumente a que se debe.**

Administradora: Si, considero que mi producto generaría una alta demanda en temporadas de calor y estaría enfocada a un grupo exclusivo debido a la calidad del producto.

Contadora: Los productos son de muy buena calidad, por lo que considero que la demanda será muy buena debido a la relación precio – calidad.

Análisis: se considera que la demanda subirá en ascenso cuando la necesidad sea alta, por ejemplo en las temporadas de cambio de estación.

- **¿Estarían dispuestos a brindar información sobre la situación económica de la asociación, es decir nos explicaría brevemente los problemas económicos que se le han presentado?**

Administradora: Claro pero es la contadora la que te puede ayudar con esta información

Contadora: Si me indica la información que necesita, puedo facilitarle pero puedo resumir que económicamente estamos muy bien, sin embargo sería bueno incrementar las ventas para expandirnos.

Análisis: Los planes de exportación deben manejarse con sumo cuidado y realizarse de manera meticulosa, debido a que son números que deben reflejar la ganancia que se espera obtener.

- **Para exportar un producto generalmente se necesita alrededor de 30.000,00 entre permisos e insumos ¿Considera que se encuentra en las óptimas condiciones de exportar su producto? De ser positiva o negativa su respuesta por favor argumente a que se debe.**

Administradora: Se puede decir que por el momento, la única manera en la que podríamos llegar a ese valor sería por medios unos préstamos de inversión.

Contadora: El préstamo de inversión es la mejor opción que tenemos por el momento.

Análisis: La empresa tiene muy buenos movimientos económicos, sin embargo para alcanzar un nivel de exportación si necesita una pequeña inversión para alcanzar las metas con respecto a la exportación de artesanías.

- **¿Qué ventaja ofrece su empresa frente a las otras empresas del mercado?**

Administradora: Tenemos productos de alta calidad en el mercado, la materia prima que se emplea para la fabricación es un insumo muy poco empleado, por lo que considero que es un producto novedoso.

Contadora: Pienso que los insumos que se emplean son muy peculiares lo que llamaría bastante la atención dentro del mercado.

Análisis: Según mis conocimientos considero que para que la demanda sea alta, se debe presentar una necesidad, y como se mencionó anteriormente este producto es muy factible para las temporadas playeras.

- **¿Cree que la producción de artesanía de tallo de banano es rentable en el Ecuador?**

Administradora: Si, es muy rentable ya que la materia prima es de fácil acceso lo que beneficia el proceso.

Contadora: Según mis conocimientos considero que sí debido a que la inversión es mínima.

Análisis: Los materiales e insumos son una pieza clave para la elaboración, sumándole que los precios son de bajo costo lo que permite la producción constante y que el mercado se sienta interesado en ello.

3.3 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

La exportación de las artesanías de fibra del tallo de banano generara las siguientes peculiaridades:

Tabla 5.

Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBIIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Permanencia de las culturas tradicionales del Ecuador. • Desarrollo de las habilidades y creatividad de las artesanas. • Materia prima orgánica. • Costos en mano de obra reducidos 	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de elaboración es muy informal. • A nivel nacional no tiene una buena difusión. • Poca accesibilidad a los financiamientos. • Falta de tecnificación del proceso de elaboración.

AMENAZAS

- La constante variación de los patrones de consumo.
- Materiales de imitación que son empleados para la elaboración de artesanías similares.
- Elevados costes de producción.
- Desinterés e el desarrollo por parte de las artesanas.

OPORTUNIDADES

- Crecimiento en la demanda de productos que son fabricados a mano.
 - Incremento en la participación de ferias internacionales.
 - Intereses arancelarios menores.
 - Elevado interés de adquisidor por artesanías.
-

Fuente: Elaboración Propia

3.4 Análisis del producto a exportar

3.4.1 Generalidades en la fibra del banano

Existen países productores de banano como Costa Rica, Asia y África, que cuentan con un clima tropical. Si nos atenemos al Ecuador, las ciudades más grandes en plantaciones de banano son: el Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas y el Ecuador. La provincia de Oro, que es la mejor productora de bananas del mundo, por su calidad, y que sirve de exportación a otros países.

3.4.2 La fibra

Se trata de la fibra natural de la corteza del tallo de banano que se extrae de la corteza y las hojas del árbol de plátano, y que pertenece a la fibra de estopa. La textura de la fibra de plátano es similar a la de la fibra de bambú natural y la fibra del ramio, pero la suavidad y la capacidad de moldeo de la fibra de plátano es superior a la de la fibra de bambú natural y la fibra del ramio.

3.4.3 Características

La fibra del tallo del banano es de estopa natural. La seda presenta sus propias características físicas y químicas, así como otras muchas que la convierten en una fibra fina de calidad. La seda tiene un derecho e inverso, a diferencia del material llamado paja toquilla, que solo tiene un derecho.

La fibra del plátano es semejante a la fibra de bambú y a la fibra del ramio en cuanto a su aspecto, pero suavidad y versatilidad son superiores a las de ambas:

- La composición química de la fibra del plátano se compone principalmente de celulosa, hemicelulosa y lignina.
- Se trata de una fibra de alta resistencia y peso ligero.
- Dependiendo de la extracción y el proceso de pulido, tiene un aspecto algo brillante.
- Es ligero de peso.
- Tiene una fuerte absorción de humedad. Absorbe tanto como la humedad de los lanzamientos muy secos.

3.4.4 Producto

Las artesanías (sombreros y carteras) de fibras de tallo de plátano están hechas enteramente con fibras naturales, extraídas del pseudotallo del plátano; son productos textiles.

- Son elaboradas con material procedente de la planta de banano cultivada de forma natural, lo que convierte a los sombreros y carteras en productos ecológicos,

además que en su proceso de fabricación no se utilizan químicos ni sustancias pesticidas.

- Las artesanas de AMA son especializadas en el trenzado de sombreros y carteras, y sus diseños son finos y originales.
- Se protegerán los medios medioambientales y las artesanías elaboradas por AMA, insertando a las mujeres en el mercado laboral, pagando un precio justo por sus productos, ya que no se hará uso de intermediarios, ya que serán ellas mismas las encargadas de exportarlas al mercado estadounidense.
- La calidad de las artesanías depende de lo que se haga con la fibra de la banana. Es necesario supervisar de forma continua que las fibras procesadas no se quemen ni se dañen.

3.5 Generalidades del consumo de artesanías el mercado Español

España es uno de los principales mercados de la Unión Europea, además de ser un escenario para establecer negocios con la UE, África, Oriente Medio y, sobre todo, con Latinoamérica. Con este fin, es el país que tiene más tratados de doble imposición y protección de las inversiones con los países de América Latina (Ficha Icx España).

La economía se basa principalmente en la agricultura de granos, uvas, verduras, cítricos, carne de res, cerdo, productos lácteos; así como en las industrias textiles y de confección, incluyendo el calzado. Los recursos naturales más importantes son el carbón, minerales de hierro, cobre, uranio, yeso, la energía hidroeléctrica, la tierra cultivable, entre otros (Ficha Comercial España).

3.3 Gestión de exportación

Una vez definida la posibilidad de ser considerada una asociación apta para la exportación, se plantean los requisitos necesarios para emprender con esta gestión, en el caso del Ecuador son los siguientes.

3.3.1 Tramitación para ser exportador.

Token

- Como empresa pequeña, la Asociación Mujeres Agro-artesanales debe estar inscrita en el Registro Único de Contribuyentes otorgado por el Servicio de Rentas Internas.
- Tener el certificado digital que emite el Banco Central del Ecuador o tener el certificado digital que emite Security Data.
- En el Ecuapass se actualiza la información y se registra la firma del Operador de Comercio Exterior (OCE).

3.3.2 Gestión Documental

Una vez que la Asociación de Mujeres Artesanas Agrícolas se haya inscrito en la empresa, estará legalmente constituida y podrá emitir facturas, proformas, listas de embalaje para negociar y contratar otros servicios que complementen el suministro de productos al mercado español.

3.3.3 Factura Comercial.

Es un documento en el que se recogen todos los datos relativos al comprador y al exportador, así como el tipo de negociación que se está llevando a cabo. El documento aludido debe incluir los datos siguientes:

- Identificación del número de factura.
- Los datos del exportador son los siguientes. Nombre, número de RUC, dirección.
- Los datos de la empresa importadora. Nombre, número de RUC, dirección.
- La negociación es el proceso: Término de Comercio Internacional.
- La forma de pago.
- El producto se describe de la siguiente manera: Valor, cantidad material.

3.3.4 Bill of Lading

Un conocimiento de embarque, también conocido como Bill of Lading, es un documento de envío expedido por una compañía naviera para transportar mercancías de un país a otro. Suele ser el más económico, aunque puede requerir más tiempo de transferencia que otros métodos. El formulario de la factura contiene todos los datos requeridos, como el peso y el número de bultos transportados, el lugar de entrega y el lugar de entrega acordado de la mercancía.

3.3.5 Certificado de Origen.

El documento Español 1 se refiere a un documento que identifica las mercancías ecuatorianas que tienen origen en el país; de este modo les permite acceder a los beneficios aduaneros asociados con el acuerdo. El certificado es emitido por el Ministerio de Comercio Exterior para Ecuador.

A partir del 1 de enero de 2017, el certificado de circulación EUR-1 solo podrá ser presentado por importadores autorizados ante las autoridades aduaneras de la Unión Europea, para obtener beneficios aduaneros al momento de nacionalizar productos ecuatorianos. Se debe adjuntar un certificado de origen en el momento de la exportación,

ya que así se cumplen los requisitos establecidos en los pactos y tratados internacionales para gozar de las preferencias arancelarias (Niedrist, 2011).

3.4 Gestión Logística

3.4.1 Puertos

El desarrollo de los puertos ha sido impulsado por la globalización económica, la cual ha implicado a un mayor número de países en el comercio internacional, aumentando los flujos comerciales y reduciendo las barreras arancelarias y las restricciones tecnológicas para los intercambios. Debido a la tecnología, el negocio del puerto ha prosperado de manera sorprendente (González, 2005).

España cuenta con una excelente conexión con el mar, lo cual es la mejor opción para reducir el coste del transporte de mercancías. La mercancía se transportará por vía marítima desde la ruta de Valencia hasta un puerto de destino, con un tiempo de tránsito de 26 días. Se deberá cancelar el envío de 1500 horas para la movilización ya mencionada.

Ilustración 3.

Estado de resultado frente a la aplicación de un plan de exportación

ventas (Ingresos)	
Ingreso por venta de Sombreros	70.000,00
Ingreso por venta de Carteras	27.500,00
Ingresos Totales	97.500,00
Costo de venta	
Costo de ventas de Sombreros	10.425,57
Costo de ventas de Carteras	15.053,03
Costos totales	25.478,60
Utilidad bruta en ventas	72.021,40
Gastos en general	
Gastos de exportación	1.500,00
Gastos de operación	540,00
Depreciación de activos	800,00
Sueldo	60.000,00
Gastos totales	62.840,00
Utilidad Operacional	9.181,40
15% Participación de trabajadores	1.377,21
Utilidad antes del impuesto a la renta	7.804,19
25% Impuesto a la renta	1.951,04
Utilidad neta del ejercicio	5.853,15

Fuente: Asociación (AMA)

El plan de negocios es un documento muy importante, ya que registra los resultados del análisis e investigación del proyecto. La Asociación de Mujeres Agrarias ha definido una estrategia para la gestión administrativa, operativa y logística del proceso de exportación.

CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN

4.1 Corroboración teórica o práctica

A lo largo de la investigación se presentaron grandes rasgos de cambios sociales, culturales y económicos. En lo que respecta al campo de exportación también se ha podido corroborar que existe una gran oportunidad, las artesanías por lo general no son de gran impacto en exportaciones, pues cada país tiene su cultura y evita comercializar lo de otros, sumándole además el largo trámite que se requiere para llegar a exportar. Existen un sinnúmero de trabajos que manifiestan lo dicho.

Como menciona Valarezo y Salinas (2021) en su trabajo sobre la elaboración de un plan estratégico para la exportación de cacao hacia el mercado de Francia, en el cual se pudo determinar que es una opción muy factible, ya que el mercado del cacao es muy amplio, tomando en consideración que la producción también es muy extensa.

Por otra parte, Mina (2019) en su trabajo de exportación de artesanías al mercado de Colombia, en el cual no es recomendable dicha acción debido que Colombia se vincula con muchas fronteras lo que impide que el nivel de comercialización sea grande y se limite a buscar otros países en el extranjero donde se venderían mejor.

Tomando en cuenta que el principal problema que presenta la exportación de artesanías fabricadas con material proveniente del tallo de banano, son las exigencias que requiere el mercado español para cumplir el objetivo propuesto. En la demostración, como corroboración en los estudios realizados, indica que la empresa si tiene la capacidad de comercializar su producto al mercado de España para así expandir su cartera de clientes, así como también se tomó en cuenta que el impedimento más notorio son las certificaciones que pide dicho mercado al momento de ingresar un producto.

Con las hipótesis planteadas, durante el proceso de investigación, si se implementa un plan de negocio de exportación de calidad, entonces se logra incrementar la exportación artesanías a base de fibra de tallo de banano hacia el mercado de España, en el año 2022, durante la investigación se destacó que el país ya exporta hacia el mercado de España, pero en pocas toneladas a diferencia de otros mercados.

4.2. Significación de resultados obtenidos

Con la aplicación del plan de negocio de exportación se espera resultados como:

- Incrementar exportaciones de artesanías como sombreros y carteras de fibra de banano hacia el mercado Español.
- Aplicar un plan negocio de exportación de artesanías de fibra de banano para el ingreso al mercado Español.
- Identificar y recolectar información sobre el mercado que vamos a estudiar.
- Para ingresar al mercado español se necesitará de un gran esfuerzo y labor que será en la misión comerciales.

Para realizar la investigación se ha utilizado métodos teóricos como; Histórico – Lógico, Analítico – sintético, Inductivo – deductivo, Hipotético – deductivo, modelación y sistémico.

CONCLUSIONES

- El propósito de cumplir con el incremento de ventas a través de la implementación de un plan de negocios hacia el mercado Español, es posible, debido a que el producto de sombreros a base de tallo de banano fabricado por las mujeres artesana cumple con los estándares de calidad que exigen los productos que son de exportación, más los requisitos que exigen el mercado.
- La Asociación de mujeres AMA maneja las estrategias para la exportación de artesanías del marketing mix de las 4P además de la propaganda del mismo en las ferias internacionales, con el propósito de que se vaya conociendo la calidad la cual el producto maneja, denominándose la carta de presentación de la entidad.
- La exportación es un punto primordial para el crecimiento del sector agrícola ecuatoriano y para el crecimiento de estas mujeres emprendedoras, promueve el desarrollo económico, en este caso el crecimiento de las ventas, logrando posesionarse en pioneros en la comercialización de un producto artesanal.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa tomar una capacitación sobre la exportación de artesanías en general, para que esta logre incrementar sus ventas dentro del mercado Español, es decir la controle el manejo de la difusión e importancia de contar con una certificación que le permita corroborar que su producto es bueno para comercializar internacionalmente.
- Se recomienda aplicar un plan negocio para la exportación de las artesanías en este caso los sombreros del tallo de banano, aplicación del marketing mix: promoción, plaza, precio, producto.
- Realizar constantemente un estudio de investigación de campo para desarrollar y difundir la gran variedad de modelos que se posee, además de dar a conocer la cultura ecuatoriana, con el único propósito de satisfacer las necesidades del mercado.

Bibliografía

- Algara, A. (2016). eli Los acuerdos del aula una estrategia de convivencia para fortalecer la democracia en la escuela primaria. *Ra Ximhai*, 12(3), 207-213. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46146811013.pdf>
- Alvarez, F. (2018). PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA DE MARKETING. *PERSPECTIVA*(20), 67-104. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331006.pdf>
- Andrade, M., & Ariza, S. (2021). Interpretación del contexto en los procesos de vinculación de diseñadores con artesanos. *Relaciones*, 42(165), 153-178. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/137/13769249009/html/>
- Antonio, R. (2015). El comercio internacional actual y la inserción externa de países en desarrollo: desafíos para la economía cubana. *Economía y Desarrollo*, 153(1), 190-207. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425541211012>
- Brume, M. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Espacios*, 38(51), 20. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n51/a17v38n51p20.pdf>
- Bustamante, H., Sanchez, N., & Agudelo, J. (2022). Marketing internacional como herramienta para la identificación de mercados. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 5394. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3022/4398>
- Castro, W., Bueno, N., & Garrigó, L. (2017). Diagnóstico del proceso de gestión de comercialización de la universidad de granma. *OLIMPIA*, 14(42), 155-171. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-DiagnosticoDelProcesoDeGestionDeComercializacionDe-6210630.pdf>

- Cevallos, D., Montesdeoca, E., & Cevallos, R. (2018). Relación estratégica para el desarrollo del Ecuador: acuerdo comercial multipartes con la Unión Europea. *Universidad y Sociedad*, 10(1), 165-169. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n3/2218-3620-rus-10-03-165.pdf>
- De Paula Eduardo, M. (2008). Artesanía con fibra de banano en la perspectiva de la multifuncionalidad en comunidades quilombolas. *Scielo*, 33(1), 34-40. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442008000100008
- Ferro, D. (2017). Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir. *Estudios de Gestión*, 1(1), 96-116. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-IdentidadCulturaEInnovacionEnLasArtesanias-8287023.pdf>
- García, J., & Herrero, B. (2019). La mujer en los consejos de administración: evidencia para el mercado bursátil español. *EL TRIMESTRE ECONÓMICO*, 86(342), 235-264. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v86n342/2448-718X-ete-86-342-235.pdf>
- González, F. (2005). Puertos y transporte marítimo: ejes de una nueva articulación global. *Revista de Economía Mundial*, 1(12), 123-148. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/866/86612671005.pdf>
- Herrera, P. (2016). Artesanía en Latinoamérica: Experiencias en el contexto de la Fabricación Digital. *Congreso de la Sociedad Ibero-americana de Gráfica Digital*, 1(20), 9-11. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/ArtesanaenLatinoamricaExperienciasenelcontextodelaFabricacinDigital.pdf>

- Ibarra, D. (2016). Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño. *Economía Informa*, 397(1), 61-79. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185084916000153>
- Jenny, O. (2015). Estudio de mercados alternativos para las artesanías de fibra de plátano y los mecanismos de comercialización que generen oportunidades comerciales en la provincia de El Oro. Obtenido de https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UPEC_5cc225a7a7ec9317ee13cd5e9262e7ef
- Martínez, S., García, J., & Guerrero, J. (2018). Sistema de gestión de calidad y certificación ISO 9001:2008 - Limitantes y desafíos para las Pymes. *Revista espacios*, 39(9), 2. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n09/a18v39n09p02.pdf>
- Meleán, R., & Velasco, J. (2017). Proceso de comercialización de productos derivados de la ganadería bovina doble propósito. *Negotium*, 13(37), 47-61. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78252811004.pdf>
- Moctezuma, P. (2018). Ingenio artesanal y desviación comercial de las artesanías en el estado de Morelos. *ALTERIDADES*, 28(56), 109-120. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/alte/v28n56/2448-850X-alte-28-56-109.pdf>
- Montesdeoca, K., Montesdeoca, Y., & Zambrano, Y. (2012). Diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigido a la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la provincia de El Oro. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1894/14/UPS-GT000286.pdf>
- Morales, F., Carrillo, M., Ferreira, J., Peña, M., Briones, W., & Albán, M. (2018). Cadena de comercialización del cacao nacional en la provincia de Los Ríos,

- Ecuador. *Ciencias Agrarias/Agricultural Science*, 11(1), 63-69. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/cyt/article/view/222/220>
- Niedrist, G. (2011). Las cláusulas de derechos humanos en los tratados de libre comercio de la unión europea. *Anuario Mexicano de Derecho*, 11(1), 463-485. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/amdi/v11/v11a16.pdf>
- Ordoñez, L., & Ferrufino, L. (2020). Fibras vegetales utilizadas en la artesanía en Honduras. *Desde el Herbario CICY*, 1(12), 212-218. Obtenido de https://www.cicy.mx/Documentos/CICY/Desde_Herbario/2020/2020-10-08-Ordenez-Ferrufino-fibras-vegetales.pdf
- Prefectura de El Oro. (2022). Recuperado el 24 de February de 2023, de GAD Provincial de El Oro: <https://www.eloro.gob.ec/>
- Quevedo, J., Giler, L., Ormaza, J., & González, R. (2019). El plan de marketing como herramienta de gestión en los procesos de comercialización. *Polo del Conocimiento*, 4(1), 100-115. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-ElPlanDeMarketingComoHerramientaDeGestionEnLosProc-7164417.pdf>
- Raffo, L., & Hernández, E. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del CENES*, 40(71), 2021. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v40n71/0120-3053-cenes-40-71-133.pdf>
- Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultural. *REVISTA DE MUSEOLOGÍA KÓOT*, 8(9), 80-96. Obtenido de DOI: <http://dx.doi.org/10.5377/koot.v0i9.5908>
- Rivera, M., Al ber ti, P., Mendoza, M., & Vázquez, V. (2008). La artesanía como producción cul tural sus cep ti ble de ser atractivo turístico en Santa Catarina del

- Monte, Texcoco. *Revista de Ciencias Sociales*, 1(46), 225-247. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v15n46/v15n46a10.pdf>
- Rizo, M., Villa, B., Vuelta, D., & Vargas, B. (2017). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas en el mercado agropecuario estatal ferreiro de santiago de CUBA. *Ciencia en su PC*, 1(4), 91-102. Obtenido de <http://www.redalyc.org/revista.oa?id=1813>
- Robles, R., Serrano, H., Serrano, G., Gaibor, F., Armijos, G., & Fernández, A. (2017). Retos de la planificación estratégica en instituciones de salud. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 36(3), 1-6. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ibi/v36n3/ibi18317.pdf>
- Rodriguez, C. (2017). Reconversión industrial en Colombia necesaria para la adecuada inserción en el mercado internacional. *ScienceDirect*, 8(18), 150-155. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X17300265?via%3Dihub>
- Romero, R., & Fuenmayor, J. (2017). Process of marketing of products derived from double purpose bovine cattle. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 1(37), 47-61. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-ProcesoDeComercializacionDeProductosDerivadosDeLaG-7169802.pdf>
- Suárez, L. (2013). Artesanía: historia, concepto y dinámicas adaptativas a través de la cadena oro-joya. *Revista Académica e Institucional*, 1(92), 39-50. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-Artesania-5402577.pdf>
- Toral, R., Gallardo, N., Pasaca, M., & Cevallos, C. (2019). La gestión del entorno comercial y su relación con la calidad del servicio al cliente en el mercado farmacéutico, Loja – Ecuador. *Ciencias económicas y empresariales*, 5(1), 136-

159. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-LaGestionDelEntornoComercialYSuRelacionConLaCalida-6869938.pdf
- Torres, A., & Vera, A. (2015). Análisis de la utilización del tallo del banano como fuente de fibra, para potencializar la producción de artesanías del cantón el triunfo y su futura exportación. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17209/1/TESIS%20FINAL.pdf>
- Vega, G., & Ortiz, F. (2016). El acuerdo transatlántico para el comercio y la inversión (ttip): orígenes, motivaciones y potenciales impactos en las relaciones entre estados unidos y la unión europea. *Foro Internacional* 226, 56(1), 805-850. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/fi/v56n4/0185-013X-fi-56-04-00805.pdf>
- Velasteguí, E. (2019). Las artesanías y su real impacto en el turismo. *Conciencia digital*, 2(2), 27-49. Obtenido de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/articulo/view/942/2264>
- Véliz, A. (2020). Análisis de la política pública cacaotera y sus repercusiones económicas (2010 – 2016). *PODIUM*, 1(37), 147-162. Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/463/387>

ANEXOS

Anexo 1 Solicitud Hacia la Empresa

Machala, 03 de agosto de 2022

Srta. Lorgia Cuenca
ADMINISTRADORA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES AGROARTESANALES AMA.
En su despacho

De nuestra consideración:

Nosotros, **Angie Estefanía Galarza Mesías** con número de identificación **0704461896**, **Luis Enrique Jiménez Villalta** con identificación **0705747269**, estudiantes de séptimo "B" de la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala, acudimos ante usted muy respetuosamente.

Somos estudiantes de los últimos niveles de nuestra carrera, y como requisito indispensable con fines de titulación debemos realizar una investigación, por lo que hemos considerado a su prestigiosa empresa **ASOCIACION DE MUJERES AGROARTESANALES AMA** la cual, usted muy acertadamente dirige, para realizar una investigación titulada **PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE ARTESANIAS CON LA FIBRA DEL TALLO DE BANANO HACIA EL MERCADO ESPAÑOL DESDE LA ASOCIACION DE MUJERES AGROARTESANALES** y presentar criterios que coadyuven a la mejor toma de decisiones, poniendo en práctica lo cursado en nuestros años de estudios.

Por lo anteriormente expuesto, solicitamos a usted, se nos autorice realizar dicha investigación en su empresa y posteriormente la publicación de los hallazgos o resultados encontrados en virtud de la información que se recabe en el transcurso de nuestra investigación. Estos resultados serán publicados en el repositorio de la UTMACH la misma que es de acceso abierto para fines de investigación. Cabe recalcar, que la información recabada será utilizada estrictamente con fines investigativos de índole académica con fines de titulación.

Esperando contar con su autorización favorable, les anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente,

	
---	---

Anexo 2 Aceptación de la Empresa



Machala 2 de agosto del 2022

Señora/Señor
Angie Galarza Mesias
Luis Jimenez Villalta
Estudiantes carrera
Comercio Exterior UTMACH
Ciudad

De mis consideraciones:

Con el presente, damos aceptación y autorizamos para que ustedes realicen su trabajo de investigación con fines de titulación con el tema PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION DE ARTESANIAS EN FIBRA DE BANANO HACIA EL MERCADO ESPAÑOL DESDE LA ASOC. DE MUJERES AGRO ARTESANALES AMA.

Estaremos a la orden para cubrir sus requerimientos desde nuestras posibilidades.

Atentamente,

Lic. Lorgia Cuenca C
ADMINISTRADORA

Anexo 3
Anexo 3 Entrevista



Universidad Técnica de Machala
Entrevista dirigida a la junta directiva de la asociación de mujeres agro-artesanales

Título de la investigación: Plan de negocios de exportación para incrementar las ventas de artesanías con la fibra del tallo de banano hacia el mercado español desde la asociación de mujeres agro-artesanales en el 2022.

Objetivo: Recolectar información primaria que sirva de base para sustentar la elaboración del plan de exportación de artesanías fabricadas del tallo del banano por los artesanos de la asociación de mujeres agro-artesanales

1. ¿Dentro de esta Asociación cuantas personas están encargadas de la administración y control?
2. ¿Cuántos tallos de banano normalmente adquieren mensualmente para la fabricación de sus sombreros y demás artesanías? y ¿cuánto producen?
3. ¿Cuál es la artesanía que tiene mayor demanda a nivel nacional?
4. ¿Cuáles son los objetivos que como asociación se plantearon y cree usted que ha logrado alcanzarlos en el transcurso del año?
5. ¿Tiene conocimiento la empresa de lo que es un plan de exportación?
6. Si tiene en consideración exportar responda la siguiente pregunta: ¿Cuenta con el personal adecuado para ejecutar un plan de exportación?
7. En cuanto a la capacidad de producción de la empresa, ¿Considera usted que puede establecer la demanda del mercado? Si su respuesta es positiva o negativa por favor argumente a que se debe.
8. ¿Estarían dispuestos a brindar información sobre la situación económica de la asociación, es decir nos explicaría brevemente los problemas económicos que se le han presentado?
9. Para exportar un producto generalmente se necesita alrededor de 30.000,00 entre permisos e insumos ¿Considera que se encuentra en las óptimas condiciones de exportar su producto? De ser positiva o negativa su respuesta por favor argumente a que se debe.
10. ¿Qué ventaja ofrece su empresa frente a las otras empresas del mercado?

11. ¿Cree que la producción de artesanía de tallo de banano son rentables en el Ecuador?