RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se ha realizado tomando como base las transacciones de comercio exterior realizadas por el país y por el servicio Exporta Fácil de Correos del Ecuador CDE-EP desde sus inicios.

Las actividades actuales del servicio han permitido tomar una línea base para estudiar a sus clientes actuales y potenciales e identificar las características que se debe obtener de ellos en función de satisfacer sus necesidades con un mejor servicio.

Entre las exportaciones nacionales es indispensable rescatar los productos no tradicionales, los que se pueden transportar a través de Correos del Ecuador CDE-EP y de Exporta Fácil; estos se mantienen en crecimiento favorable de acuerdo a las estadísticas del Banco Central del Ecuador.

Adicionalmente las exportaciones realizadas a través de la iniciativa de Gobierno (Exporta Fácil) han tenido gran acogida en el mercado nacional, de tal forma que las transacciones al exterior han superado por mucho los logros realizados por los países suramericanos que han adoptado este servicio idealizado por el correo Brasileño en el año de 1999.

Para obtener nuevos resultados y contrastarlos se realizó una investigación de campo aplicando encuestas a dos segmentos específicos que son: artesanos del Distrito Metropolitano de Quito y clientes actuales del servicio.

Las respuestas otorgadas por los artesanos, los cuales representan parte del mercado potencial del servicio, destacan que:

- La mayoría de estos negocios están registrados como personas naturales y/o negocios independientes.

- El 76% considera importante la opción de exportación para incrementar su negocio y su mercado.

- Los artesanos actuales consideran que todas las facilidades que pueda ofertar el servicio Exporta Fácil son de vital importancia para su incursión en el campo del comercio exterior, guiados especialmente por falta de experiencia en el tema de exportaciones.

- Dos causas importantes por las que no han realizado exportaciones hasta la actualidad son: la falta de asesoría en temas de comercio exterior y la dificultad que encuentran para obtener contactos comerciales en el exterior con interés en los productos que fabrican y/o comercializan.

Para los clientes actuales del servicio se elaboró una encuesta diferente, para identificar no solamente las preferencias y ciertos aspectos generales, sino también la percepción que tienen del servicio y las dificultades que han encontrado en el mismo, concluyendo lo siguiente:

- Los clientes actuales realizan exportaciones desde hace 6 años en promedio, con lo que se determina que gran cantidad de ellos no empezaron sus exportaciones con el servicio, sino que se sirvieron de sus beneficios para continuar con su actividad.

- Los medios de exportación que utilizaban antes de trabajar con el servicio de Exporta Fácil eran cargueras aéreas un 50%, Couriers en 32% y Cargueras marítimas en 18%.

- La calificación general brindada al servicio Exporta Fácil por los clientes actuales es de 8,5 sobre 9 con un 70,4% del total. Considerando que el servicio ha brindado beneficios y facilidades para continuar con su trabajo de exportaciones, sin embargo hay puntos que se pueden mejorar.

- Los medios de comunicación por los que conocieron de la existencia del servicio Exporta Fácil fueron medios tradicionales (radio, TV, prensa), agencias de la empresa en todo el país y contactos con familiares y amigos.

- Una falencia encontrada en el análisis de satisfacción sobre las características del servicio Exporta Fácil con los clientes actuales prioriza los contactos comerciales; los clientes le brindan una importancia de 7,82 sobre 9 y consideran que el servicio satisface esta necesidad en una calificación apenas superior a la media.

Las recomendaciones identificadas en el presente estudio en función de los datos obtenidos en la investigación son:

- Generar planes de negocios y estrategias centrados en incrementar las ventas y la cobertura de los servicios nuevos.

- Generar estrategias para lograr que Exporta Fácil amplíe su espectro de negocio y centre sus esfuerzos en implementar una incubadora de negocios cuyo objetivo a corto o mediano plazo sea exportar manufacturas ecuatorianas.

- Abrir una línea de investigación para identificar los factores que inciden en el crecimiento constante de las exportaciones de productos no tradicionales en el Ecuador.

- Buscar los productos de mayor requerimiento en el Top5 de países de destino de las exportaciones ecuatorianas y los posibles clientes.

- Identificar las líneas de negocio en las que se encuentran interesados los países con mayor incidencia en las exportaciones a través del servicio Exporta Fácil.

- Estimular a los artesanos interesados en realizar exportaciones y direccionarlos mediante asesoría personalizada para realizar contactos en el exterior.

- Identificar a los artesanos que se encuentran exportando a través de otros medios para atraer a mayor cantidad de clientes potenciales.

- Desarrollar un plan comunicacional de acuerdo al presupuesto que cuenta el servicio en la empresa para incrementar su difusión en el país y en los países cercanos y generar mayores y mejores negocios.