



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TESIS PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

AUTORES:

**CABEZAS MOLINA, MARCELA JOHANNA
VERDEZOTO VELARDE, JAIRO ANDRÉS**

**TEMA: “PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS
ELABORADOS CON LA FIBRA DEL TALLO DE PALMA DE
COCO PARA LA EMPRESA QUARKTOP”**

**DIRECTOR: MSC. MONTERO, ALICIA
CODIRECTOR: ING. VITERI, MARCELA**

QUITO, AGOSTO 2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, *Marcela Johanna Cabezas Molina* y *Jairo Andrés Verdezoto Velarde*

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado “Plan de exportación de productos elaborados con la fibra del tallo de la palma de coco para la empresa Quarktop”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el presente trabajo, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, Agosto de 2015



Marcela Johanna Cabezas Molina



Jairo Andrés Verdezoto Velarde

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

CERTIFICADO

Msc. Alicia Montero e Ing. Marcela Viteri

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado "*Plan de exportación de productos elaborados con la fibra del tallo de la palma de coco para la empresa Quarktop*" realizado por *Marcela Johanna Cabezas Molina y Jairo Andrés Verdezoto Velarde*, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

El mencionado trabajo consta de documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a *Marcela Johanna Cabezas Molina y Jairo Andrés Verdezoto Velarde* que lo entreguen al Ing. Fabián Guayasamín, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, Agosto de 2015


Msc. Alicia Montero
DIRECTOR


Ing. Marcela Viteri
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Marcela J. Cabezas Molina y Jairo A. Verdezoto Velarde

Autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE la publicación, en el repositorio digital de la Institución el trabajo titulado *“Plan de exportación de productos elaborados con la fibra del tallo de la palma de coco para la empresa Quarktop”*, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Agosto de 2015



Marcela Johanna Cabezas Molina



Jairo Andrés Verdezoto Velarde

DEDICATORIA

El presente proyecto de Tesis, está dedicado a mi familia, quienes han sido durante toda mi vida, la base fundamental que ha guiado mi camino para alcanzar mis objetivos; a mis padres, Jaime y Liliana, quien son las personas más importante en vida, por su tiempo y dedicación en convertirme en la persona que soy; a mi tío, Carlos por todas sus enseñanzas, ayudas y comprensión; a mis hermanos, Diana, Jonathan y Cristian, por ser mis modelos a seguir y mi estímulo para alcanzar mi desarrollo personal.

Y a mis amigos, de los cuales constantemente he podido aprender.

Jairo.

DEDICATORIA

El proyecto de Tesis está dedicado principalmente a Dios quien me ha regalado una familia excepcional, me ha dado unos padres quienes han sabido guiar mi camino constantemente en obstáculos y logros.

A mis padres Fernando Cabezas y Patricia Molina gracias por brindarme su apoyo tiempo y por creer en mí, a pesar de las decaídas que tuve ellos siempre estuvieron presente con su amor, comprensión y sus consejos, que día a día hicieron de la persona que soy ahora. También se la dedico a mi tío Santiago Aguilar quien para mí ha sido un ejemplo de vida, ya que él ha sido una persona persistente en su camino y ha sabido lograr sus metas a pesar que no tuvo a sus padres a su lado en el transcurso de su camino profesional, mi tío y mis padres han sido una fuente de inspiración para seguir adelante y son a ellos a quienes dedico la culminación de este proyecto con mucho amor.

Marcela.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos, principalmente a nuestros tutores, Msc. Alicia Montero e Ing. Marcela Viteri, por su paciencia, dedicación y aliento para culminar rápidamente esta tesis. Ha sido un privilegio trabajar junto a ustedes y; contar con su guía y apoyo.

De igual manera agradecemos a la empresa Quarktop, que nos brindó una información detallada y puntal de su cadena productiva

RESUMEN

El presente proyecto de exportación se realiza con el objetivo de promover la internacionalización de los productos de la empresa Quarktop, llevando a cabo una investigación de mercado que permita determinar todos los factores decisivos que ayudan a establecer un mercado internacional apropiado para los bolsos realizados a base de la fibra de palma de coco, los cuales son elaborados con materia prima extraída por productores de la provincia de Manabí, cantón Tosagua, quienes son los principales beneficiarios debido a su importancia dentro de la iniciativa del Plan Nacional del Buen Vivir, dando cumplimiento al Objetivo 3 del mismo, en el que se plantea mejorar la calidad de vida de la población otorgando fuentes de empleo y mayores ingresos. Por lo tanto, se propone procedimientos de exportación que conlleven a un incremento de las ventas de la empresa Quarktop, eliminando la dependencia únicamente del mercado interno. Es importante mencionar que el Ecuador a través del Ministerio de Industrias Y Productividad ha establecido políticas que ayudan y facilitan a las pequeñas y medianas empresas a exportar, fomentando el crecimiento económico de sectores estratégicos e importantes para el desarrollo del país como el sector artesanal. Exporta Fácil nace como parte de la iniciativa antes mencionada. Por otro lado, se lleva a cabo un análisis financiero que permita determinar la oportunidad real del negocio así como la rentabilidad que se generará con la aplicación de las iniciativas planteadas en el presente proyecto de investigación.

PALABRAS CLAVES:

- **PLAN DE EXPORTACIÓN**
- **BOLSOS DE FIBRA NATURAL**
- **EXPORTA FACIL**
- **ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN**
- **QUARKTOP**

ABSTRACT

This export project is carried out with the aim of promoting the internationalization of goods Quarktop, conducting market research to determine all the critical factors that help establish an appropriate international market for bags made based fiber of coconut, which are made from raw material extracted by producers in the province of Manabi, Canton Tosagua, who are the main beneficiaries because of its importance within the initiative of the National Plan for Good Living, in compliance with the Objective 3 thereof, which plans to improve the quality of life of the population by providing employment opportunities and higher incomes. Therefore, export procedures which lead to an increase in company sales Quarktop proposed, eliminating dependence on the domestic market only. It is noteworthy that the Ecuador through the Ministry of Industry and Productivity has established policies that help and facilitate small and medium enterprises to export, promoting economic growth of strategic and important for the country's development sectors such as the crafts sector. Easy Export was born as part of the aforementioned initiative. On the other hand, it is carried out a financial analysis to determine the real business opportunity and profitability to be generated with the implementation of the initiatives proposed in this research project.

KEYWORDS:

- **EXPORT PLAN**
- **NATURAL FIBRE BAGS**
- **EASY EXPORT**
- **EXPORT STRATEGIES**
- **QUARKTOP**

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	ii
CERTIFICADO	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
CAPÍTULO I	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. HISTORIA DE LA EMPRESA QUARKTOP	3
1.2.1. Portafolio de Productos	4
1.2.2. Misión.....	6
1.2.3. Visión	6
1.2.4. Objetivos organizacionales.....	6
1.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	7
1.3.1. Análisis Externo	7
1.3.2. Análisis Interno.....	37
1.3.3. Matriz FODA	44
CAPITULO II	45
ESTUDIO DE MERCADO	45
2.1. EL PRODUCTO.....	45
2.1.1. Beneficios del producto	46

2.1.2.	Proceso de producción.....	47
2.1.3.	El producto para exportar	53
2.2.	PRODUCCIÓN DE PALMA DE COCO EN EL ECUADOR	54
2.2.1.	Zonas de producción	54
2.2.2.	Estudio de la palma de coco y sus múltiples usos	60
2.2.3.	Investigación de zonas productivas en Manabí	64
2.3.	ESTUDIO DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS A LOS ELABORADOS CON LA FIBRA DE COCO EN EL MERCADO MUNDIAL	70
2.3.1.	Mercados importadores de productos sustitutos a los elaborados de fibra de coco	70
2.3.2.	Estudio de los precios de productos sustitutos a los elaborados de fibra de coco.....	77
2.4.	ESTUDIO DE LA OFERTA DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE FIBRA DE COCO A NIVEL MUNDIAL	81
2.4.1.	Principales productores de fibra de palma de coco	82
2.4.2.	Mercados exportadores de productos sustitutos a los elaborados de fibra de coco	85
2.5.	MERCADO OBJETIVO.....	92
2.5.1.	Generalidades del mercado objetivo	103
2.5.2.	Principales proveedores	106
2.5.3.	Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos.....	110
CAPITULO III		114
PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN		114
3.1.	OBTENER EL RUC	114
3.1.1.	Requisitos para obtener el RUC como Artesanos	114

3.2.	REGISTRO ÚNICO ARTESANAL	115
3.3.	REGISTRARSE EN EL PORTAL DE EXPORTA FÁCIL	118
3.4.	ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN	122
3.4.1.	Clasificación Arancelaria	122
3.4.2.	Modalidad de Exportación	124
3.4.3.	Forma de pago	127
3.5.	LOGÍSTICA DE SALIDA	130
3.5.1.	Embalaje y etiquetado	130
3.6.	DOCUMENTOS BÁSICOS DE ACOMPAÑAMIENTO	132
CAPITULO IV	134
ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN	134
4.1.	SEGMENTO DE MERCADO	134
4.1.1.	Criterios de Segmentación de Mercados	135
4.2.	ESTRATEGIA DE ENTRADA A LOS MERCADOS INTERNACIONALES.....	136
4.2.1.	Estrategia de posicionamiento	137
4.2.2.	Estrategia de producto	137
CAPITULO V	150
ESTUDIO FINANCIERO	151
5.1.	INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	151
5.1.1.	Inversión	151
5.1.2.	Financiamiento	154
5.2.	PRESUPUESTO DE VENTAS.....	158
5.2.1.	Materia prima	158
5.2.2.	Mano de obra directa	159

5.2.3. Ingresos – ventas	160
5.3. ESTADO DE RESULTADOS	161
5.4. CALCULO DEL VAN	162
5.5. CALCULO UTILIZANDO LA TIR.....	163
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	164
CONCLUSIONES	167
RECOMENDACIONES	168
BIBLIOGRAFÍA	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto Ecuador	20
Tabla 2 Valor Agregado Bruto Manabí por actividad 2011	23
Tabla 3 Balanza Comercial del Ecuador 2011-2014	25
Tabla 4 Uso de internet en las MYPIMES 2013	28
Tabla 5 Uso de sitios WEB por parte de las empresas 2011	29
Tabla 6 Uso del Suelo Regiones (Hectáreas)	55
Tabla 7 Uso del Suelo Costa (Provincias).....	56
Tabla 8 Hectáreas de Cocoteros-Costa	57
Tabla 9 Número de Árboles Dispersos Cocoteros	59
Tabla 10 Principal Producción en Manabí (Hectáreas)	66
Tabla 11 Número de Árboles Dispersos Manabí.....	68
Tabla 12 Lista de los importadores por valor para el Producto: 420221 bolsos de mano	71
Tabla 13 Lista de los importadores por cantidad para el Producto: 420221 bolsos de mano	73
Tabla 14 Lista de los importadores por valor para el Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas	75
Tabla 15 Lista de los importadores para el Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas	76
Tabla 16 Lista de los principales importadores por valor unitario para el Producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero.....	78
Tabla 17 Lista de los principales importadores por valor unitario del Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas	80
Tabla 18 Lista de los exportadores por valor para el Producto: 530500 Coco, abacá, ramio y demás fibras textiles vegetales.....	82
Tabla 19 Lista de los principales exportadores por cantidad para el Producto: 530500 Coco, abacá, ramio y demás fibras textiles vegetales.....	83

Tabla 20 Lista de los principales exportadores por valor unitario del Producto: 530500 Coco, abacá, ramio y demás fibras textiles vegetales	84
Tabla 21 Lista de los exportadores por cantidad para el Producto: 420221 bolsos de mano con la superficie exterior de cuero natural, de cuero	86
Tabla 22 Lista de los exportadores por valor para el Producto: 420221 bolsos de mano con la superficie exterior de cuero natural, de cuero	88
Tabla 23 Lista de los exportadores por cantidad para el Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas	90
Tabla 24 Lista de los exportadores por valor para el Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas	91
Tabla 25 Principales países importadores por producto seleccionado desde Ecuador (2010-2015)	94
Tabla 26 Tabla de Decisión Mercado	101
Tabla 27 Principales Ciudades de Estados Unidos	105
Tabla 28 Lista de los mercados proveedores para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero importado por Estados Unidos de América	107
Tabla 29 Lista de los mercados proveedores para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras importado por Estados Unidos de América	109
Tabla 30 Valor exportado por Ecuador hacia Estados Unidos para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras (FOB – DÓLAR y tasa de variación anual)	111
Tabla 31 Valor exportado por Ecuador hacia Estados Unidos para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero (FOB – DÓLAR y tasa de variación anual)	112
Tabla 32 Estructura de la Subpartida Nacional	123
Tabla 33 EMS Internacional	125
Tabla 34 Certificado Internacional	126
Tabla 35 Peso Permitido por País	131
Tabla 36 Perfil del Segmento de Mercado	136

Tabla 37 Canales Indirectos	145
Tabla 38 Precio de cada Bolso	147
Tabla 39 Inversión	151
Tabla 40 Activos Fijos.....	152
Tabla 41 Capital de trabajo.....	154
Tabla 42 Amortización del Crédito	158
Tabla 43 Costo de Materia Prima Proyectado.....	158
Tabla 44 Sueldos y Salarios Producción.....	159
Tabla 45 Ventas Proyectadas	160
Tabla 46 Estado de Resultados	161
Tabla 47 Costo Promedio Ponderado del capital	162
Tabla 48 Valor Actual Neto	163
Tabla 49 Tasa Interna de Retorno	163

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Portafolios de productos.....	5
Cuadro 2 Clasificación por Actividad Económica CIIU	11
Cuadro 3 Resumen Matriz F.O.D.A	44
Cuadro 4 Tipos de Ferias	148

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Lámpara	5
Gráfico 2 Cartera	5
Gráfico 3 Cartera con modelo	5
Gráfico 4 Cartera con diseño de cuero	5
Gráfico 5 Bolsas de regalo.....	6
Gráfico 6 Inflación anual del IPC por división de consumo.....	12
Gráfico 7 Tasa de Inflación regional 2014.....	13
Gráfico 8 Evolución Inflación Acumulada.....	14
Gráfico 9 Distribución de la PEA (septiembre 2014)	15
Gráfico 10 Evolución Tasa de Empleo	16
Gráfico 11 Evolución Tasa de Desempleo	17
Gráfico 12 Desocupación Urbana por provincias (marzo 2008-2014)	18
Gráfico 13 Desocupación Urbana (Guayas, Pichincha y Manabí).....	19
Gráfico 14 Tasa de variación trimestral del PIB (enero-agosto)	20
Gráfico 15 Producto Interno Bruto millones de dólares	21
Gráfico 16 PIB por sectores (2013).....	22
Gráfico 17 Exportaciones Petroleras y No Petroleras 2011-2014	26
Gráfico 18 Fuerzas de Michael Porter.....	32
Gráfico 19 Hoja de fibra de palma de coco	47
Gráfico 20 Limpieza de la fibra	48
Gráfico 21 Secado de la fibra	48
Gráfico 22 Corte de la fibra.....	49
Gráfico 23 Limpieza de filamentos en la fibra	49
Gráfico 24 Diseño parte interna de los bolsos.....	50
Gráfico 25 Correas Cosidas.....	50
Gráfico 26 Cuero cosido en los bolsos.....	51
Gráfico 27 Bolsos armados y cosidos	51
Gráfico 28 Bolso con el acabado final.....	52
Gráfico 29 Bolsos finalizados.....	52

Gráfico 30 Resumen proceso productivo de los bolsos	53
Gráfico 31 Uso del Suelo por regiones (Hectáreas)	56
Gráfico 32 Principal Uso del Suelo Región Costa	57
Gráfico 33 Cultivo de Cocoteros por Hectáreas	58
Gráfico 34 Número de Árboles Cocoteros	59
Gráfico 35 Plantación Cocotero	61
Gráfico 36 El fruto	63
Gráfico 37 Ubicación de la provincia de Manabí	64
Gráfico 38 División cantonal provincia de Manabí	65
Gráfico 39 Principal Producción en Manabí (Hectáreas)	67
Gráfico 40 Número de Árboles (Manabí)	69
Gráfico 41 Principales países importadores de Bolsos de mano (tasa de variación anual-valor)	72
Gráfico 42 Principales países importadores de Bolsos de mano (tasa de variación anual-cantidad)	74
Gráfico 43 Principales países importadores de Sombreros (tasa de variación anual-cantidad)	77
Gráfico 44 Principales importadores por Valor unitario de Sombreros (Dólar/Tonelada)	81
Gráfico 45 Principales países exportadores de Bolsos de mano (tasa de variación anual-cantidad)	87
Gráfico 46 Principales países exportadores de Bolsos de mano (tasa de variación anual-valor)	89
Gráfico 47 Principales países exportadores de Sombreros (tasa de variación anual-valor)	92
Gráfico 48 Organización Territorial de Estados Unidos	104
Gráfico 49 Distribución de la población por edades	105
Gráfico 50 Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	106

Gráfico 51 Valor importo por Estados Unidos (2010-2014) para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero.....	108
Gráfico 52 Valor importado para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras por Estados Unidos de América (2010-2014)	110
Gráfico 53 Valor exportado por Ecuador hacia Estados Unidos para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras (FOB – DÓLAR)	111
Gráfico 54 Valor exportado por Ecuador hacia Estados Unidos para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero regenerado (FOB – DÓLAR)	113
Gráfico 55 Portal Web	115
Gráfico 56 Registro Único Artesanal	116
Gráfico 57 Enlace para Registro Artesanal	116
Gráfico 58 Formulario	117
Gráfico 59 Detalle de Valores	117
Gráfico 60 Fotografías de Evidencia	118
Gráfico 61 Datos de la Empresa en el Sistema Exporta Fácil	119
Gráfico 62 Selección de Subpartida Arancelaria	120
Gráfico 63 Elección de Categoría	120
Gráfico 64 Elección de Partida Arancelaria	121
Gráfico 65 Creación de un Usuario	121
Gráfico 66 Costo de Exportación	126
Gráfico 67 Costo de Exportación	127
Gráfico 68 Nivel de Seguridad de Pago	127
Gráfico 69 Proceso de Pago con Carta Crédito	129
Gráfico 70 Empaque	131
Gráfico 71 Etapas de la Segmentación	134
Gráfico 72 Criterio de Segmentación de Mercados	135
Gráfico 73 Modelos de Bolsos	138

Gráfico 74 Logo de la Empresa	139
Gráfico 75 Etiqueta de los Productos.....	141
Gráfico 76 Funciones del Envase	142
Gráfico 77 Forro del Bolso	142
Gráfico 78 Forro del Bolso	143
Gráfico 79 Punto de equilibrio.....	166

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. ANTECEDENTES

Para el presente proyecto se fundamentará en lo que plantea la “Teoría de la base económica”, con lo que lo define como: “El desarrollo regional ocurre cuando es estimulado por fuerzas exógenas como mercados de exportación, inversión proveniente del exterior y migración.” (Nelson, Teorías del desarrollo regional, 1993)

Es decir, el desarrollo depende en gran medida de la capacidad de hacer que una región sea atractiva para la inversión foránea así como de exportar su producción.

Por ello. “el crecimiento y desarrollo de una área geográfica está determinada en función de la demanda externa de bienes y servicios originada fuera de dicha área” (Tello, 2006). De acuerdo a esta teoría, “el desarrollo económico de una región depende de su habilidad de incrementar el volumen de las exportaciones a otras regiones y de industrias produciendo bienes y servicios para el consumo local” (Nelson R. , 1993)

Además conlleva a lo que dice el “Desarrollo sostenible” que es la que: El desarrollo sostenible como preocupación principal del desarrollo mayor enfoque en la gestión del medio ambiente.

(Mc Kay, 1991) Sostiene, que aunque sigue dándose un debate acerca de los objetivos del desarrollo y de las estrategias a utilizar para conseguirlos, hay un modelo dominante, hoy en día, al menos entre los políticos y los que controlan los fondos de inversión. Este modelo enfatiza la eficacia en la

asignación de recursos, la desregulación de los mercados y la orientación a las exportaciones competitivas, apoyando la idea de un solo mundo sin fronteras.

La experiencia reciente de desarrollo de los países del este asiático, explica que ello se debió al incremento de la inversión en recursos productivos, que redundó a su vez en el incremento de la productividad, donde tuvo papel preponderante la gestión del Estado y esto a su vez está pasando actualmente en el Ecuador, el gobierno está invirtiendo en sectores que para este son sectores estratégicos fomentando un modelo claro de sustitución de importación; por lo que se está basando este proyecto buscando nuevos mercados extranjeros

(Deresky, 2007) Establece una serie de factores que influyen en la decisión de ingresar a un mercado extranjero y dice que las compañías deciden internacionalizarse por diferentes razones, estas pueden clasificarse en proactivas o agresivas y reactivas o defensivas. La principal razón por la cual grandes compañías deciden expandir sus operaciones al extranjero es porque ven su competitividad amenazada o decayendo; para poder seguir compitiendo estas compañías quieren moverse rápido para obtener posiciones importantes en mercados claves como Europa, América Latina, Estados Unidos y Japón.

(Morales Troncoso, 2000) Habla sobre las formas de ingresar a un mercado extranjero diciendo que la manera que una empresa desea ingresar en el mercado extranjero depende de muchos factores que deben tomarse en cuenta, tanto externa como interna de la misma. Deben considerarse como factores internos de la empresa los objetivos de la misma, la necesidad de control, las capacidades y recursos internos y la flexibilidad con la que es administrada. Por otra parte, los factores externos que deben tomarse en cuenta son el tamaño y crecimiento del mercado, el riesgo, las regulaciones gubernamentales, ambientales, y la infraestructura local.

Es por esta razón se está desarrollando el presente proyecto para realizar una correcta implementación bajo las conclusiones y recomendaciones encontradas, lo cual se verá reflejado los beneficios directamente para la empresa ya que se impulsara el envío de productos no tradicionales a mercados internacionales

1.2. HISTORIA DE LA EMPRESA QUARKTOP

Quarktop es una empresa que empezó su creación hace 8 años con la idea de mejorar la calidad de vida de los productores de la palma de coco y sus familias en la provincia Tosagua, generando ingresos gracias a la calidad artesanal con la que es elaborada cada artesanía en la empresa.

Otro de los propósitos de Quarktop es mantener una visión ecologista, es decir, que exista una conciencia en las personas que obtienen los productos y teniendo en cuenta lo que se puede lograr con la naturaleza sin hacer daño a la misma, ya que esta fibra se la obtiene del tallo de la palma con mucho cuidado y delicadeza para así no lastimar al mismo.

Quarktop está constituida por personas productoras de la palma de coco, principales participantes de esta actividad, cuenta con variedad de artesanos para lograr dar valor agregado a la fibra natural transformándola en productos de alta calidad artesanal.

Con la durabilidad y la gama de tonalidades cafés que la palma de coco brinda, se empieza la elaboración de lámparas, bolsos, embalajes y pastas de cuaderno. Este material proporciona resistencia y posibilidades de crear diseños atractivos.

Las estructuras de las lámparas se elaboran con fusión del coco y la madera, mientras que las carteras se combinan con cuero e incluyen diseños pintados a mano en algunos modelos. (Lituma, 2014)

1.2.1. Portafolio de Productos

Quarktop obtiene su materia prima de la Provincia de Manabí, cantón Tosagua, donde se encuentran sus principales productores de palma. Los productos artesanales son elaborados en la ciudad de Quito; estos son fabricados con la fibra del tallo de la palma de coco, siendo un bien 100% artesanal, hechos apropiadamente para poder guardar la calidad, durabilidad y consistencia inapreciable que permite conservar los estándares de calidad en los bolsos artesanales.

Quarktop ofrece diferentes tipos de productos tales como: lámparas, carteras, bolsas de regalo, estampados de cuadernillos, entre otros. A continuación se muestra el portafolio de los productos más comercializados:

Cuadro 1
Portafolios de productos

PRODUCTOS	PRECIO	CARACTERÍSTICAS
 <p>Gráfico 1 Lámpara</p>	\$ 85	<p>LÁMPARA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Color natural de la fibra • Excelente acabado • Durabilidad en su técnica de elaboración • 100% artesanal
 <p>Gráfico 2 Cartera</p>	\$75	<p>CARTERAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseños originales • Delicados acabados • Variedad en modelos y colores • Cómodas, livianas y muy espaciosas. • Excelente acabado en su interior y exterior. • 100% artesana
 <p>Gráfico 3 Cartera con modelo</p>	\$70	
 <p>Gráfico 4 Cartera con diseño de cuero</p>	\$70	

CONTINÚA →



Gráfico 5 Bolsas de regalo

\$10

BOLSAS DE REGALO

- Color natural de la fibra
- Diseños exclusivos
- Adecuados para poder utilizarla como bolsa de regalo
- Durabilidad larga
- Reutilizable
- 100% artesanal

Fuente: Empresa Quarktop

Elaborado por: Autores

En el transcurso del tiempo la empresa ha logrado implementar estrategias y técnicas que ayudan al desempeño de la misma, en el año 2009 se empieza a elaborar la misión, visión y objetivos de la empresa, cuya función principal es encaminar a la organización hacia una meta, así:

1.2.2. Misión

Elaborar productos de excelente calidad, pensando en el acogimiento de nuestros consumidores, con un gran sentido de responsabilidad social y del medio ambiente.

1.2.3. Visión

Ser una empresa líder e innovadora en productos artesanales para el mercado nacional e internacional, generando un espíritu de conciencia ambiental

1.2.4. Objetivos organizacionales

- Tener los más altos estándares de satisfacción con el cliente, a través de productos de alta calidad e innovadores.

- Ser reconocidos como los mejores productores con conciencia ambiental.
- Ampliar selectivamente nuestro portafolio de productos.
- Abrir mercados internacionales.
- Mantener la conciencia ambiental de la elaboración de cada uno de los productos.

1.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El diagnóstico situacional se realiza con el propósito de identificar el conjunto de factores internos y externos relacionados con la empresa Quarktop, que inciden en el desarrollo del negocio; de esta forma se podrá definir posibles objetivos vitales de carácter competitivo para favorecer los niveles de productividad y rentabilidad.

1.3.1. Análisis Externo

El análisis externo consiste en la identificación y evaluación de acontecimientos, cambios y tendencias que suceden en el entorno de una empresa Quarktop y que están más allá de su control, este análisis a su vez se divide en análisis del macro y micro entorno.

1.3.1.1. Análisis del Macroentorno

Factor Político.- La situación política del Ecuador se encuentra en una etapa de cambios y de modernización. El Ecuador durante estos últimos 8 años ha gozado de una muy buena estabilidad política, con lo cual se consigue que al país ingrese más inversión extranjera y la economía del país se encuentre en un constante crecimiento.

El Presidente de la República, Ec.Rafael Correa durante su periodo presidencial ha impulsado numerosos cambios en la matriz productiva del país así como en la educación y diversos sectores estratégicos para la economía del país.

Estableciendo la creación de varios ministerios y secretarías como son el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO); la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES); el Ministerio Coordinador de la Producción (MCP); el Ministerio coordinador de la Política Económica (MCPE); la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT), los cuales están a cargo de la planificación y ejecución de las políticas industriales, económicas, entre otras.

Así mismo, el Estado Ecuatoriano mediante el Ministerio de Comercio Exterior adoptó en sesión del 6 de marzo del 2015 la Resolución 011-2015, suscrita por el Pleno del Comité de Comercio Exterior, mediante la cual resuelve, en el artículo primero establecer una sobretasa arancelaria, de carácter temporal y no discriminatoria (que van del 5% al 40%) a las importaciones de 2.800 productos, por un lapso de 15 meses, con el objetivo de proteger la balanza de pagos, ante la caída de los precios del petróleo. Esta Resolución entro en vigencia a partir del 11 de marzo de 2015.

En este sentido QUARKTOP al ser una microempresa no se verá afectada en gran medida, debido a la naturaleza de su producción, es decir; una manufactura netamente artesanal en la misma que no utiliza bienes importados, debido a que tanto su materia prima, accesorios y demás materiales, pueden ser adquiridos en el mercado nacional.

Por otro lado, esta medida fomentará el consumo nacional; es decir, existirá un aumento de la demanda de productos nacionales, pero como cabe recalcar actualmente el mercado nacional carece del conocimiento de la

existencia de esta microempresa “Quarktop” y de sus productos, lo que la aplicación de esta Resolución no se reflejada en los estados financieros de la empresa

- Código Monetario.-

Con el código orgánico monetario y financiero COMYF que está en vigencia desde septiembre del 2014, el Banco Central del Ecuador (BCE) cumple potestades que le permiten encargarse de la económica ecuatoriana; es decir, su liquidez, debido a la aplicación de la política monetaria, crediticia, cambiaria y financiera. (BCE, 2015)

Así este código, otorga control al Estado para el manejo de dineros de origen privado. Y permite a la Junta Reguladora (máximo ente de control financiero) re-direccionar la liquidez de la banca (depósitos) a créditos productivos.

Además que, se fija el cobro de 0.5% a todos los créditos de la banca privada que generaría unos USD 100 millones al año para pagar la atención del cáncer, pero en cambio generaría afectación a las industrias en relación a la obtención de créditos

- Ley de Defensa del Artesano

Con la ley de defensa al artesano se hace gran énfasis en el objetivo de impulsar su producción y las exportaciones de este sector, brindando exoneraciones, que están descritas en el art. 9 en la Ley de Defensa del Artesano publicado en el registro oficial 446 del 29-may-1986 cuya última modificación fue el 06-oct-2003, en la cual se exoneran por ejemplo de pagar impuestos arancelarios y adicionales en lo que es importaciones de bienes que no se produzcan en el países y fueran necesarios para el mejoramiento de los

talleres artesanales, además de los derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades. E Impuestos arancelarios a la importación de envases, embalajes y, similares, siempre y cuando estos no se produzcan en el país

Entre otras leyes que tienen una estrecha vinculación con la política son, entre otras, las siguientes

- Ley Orgánica de Adunas
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones
- Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad
- Ley de Comercio Exterior y Fomento a las Exportaciones
- Ley de la Propiedad Intelectual

Todas estas que de alguna manera otorgan lineamientos claros de los cuales QUARKTOP debe considerarlos para así poder obtener el máximo de beneficios.

Factor económico.-

- Inflación.- Debido a la naturaleza de la empresa QUARKTOP está ubicada según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas en:

Cuadro 2**Clasificación por Actividad Económica CIIU****C INDUSTRIAS MANUFACTURERAS**

C15	FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS. Esta división comprende el adobo y teñido de pieles, la transformación de pieles en cuero mediante operaciones de curtido y adobo y la fabricación de productos acabados de cuero. Abarca también la fabricación de productos similares a partir de otros materiales (cueros de imitación o sucedáneos de cuero), como calzado de caucho, maletas de materiales textiles, etcétera. Los productos fabricados con sucedáneos de cuero se incluyen en esta división porque el proceso de fabricación es similar al de los productos de cuero (maletas) y con frecuencia se fabrican en la misma unidad
C151	CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA; ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES.
C1512	FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES, ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA.
C1512.01	Fabricación de maletas, bolsos de mano, mochilas y artículos similares, de cuero, cuero regenerado o cualquier otro material, como plástico, materiales textiles, fibras vulcanizadas o cartón, cuando se usa la misma tecnología que en el caso del cuero.

Fuente: Clasificación Nacional de Actividades Económicas

Elaborado por: Autores

La inflación como factor de la economía puede afectar a la empresa Quarktop de distintos modos, por ejemplo puede disminuir el poder adquisitivo del capital, crea costos administrativos, complica la toma de decisiones, fomenta la disminución de las inversiones productivas y afecta la balanza de pagos. Además que esto afecta a la economía como un todo, tiene un

enérgico impacto sobre la actividad empresarial. Por lo que en los gráficos a continuación se realiza un análisis de la situación inflacionaria en el Ecuador.

Como se puede observar, lo siguiente muestra la inflación anual del índice de precios al consumidor por divisiones de consumo en el año 2014, así:

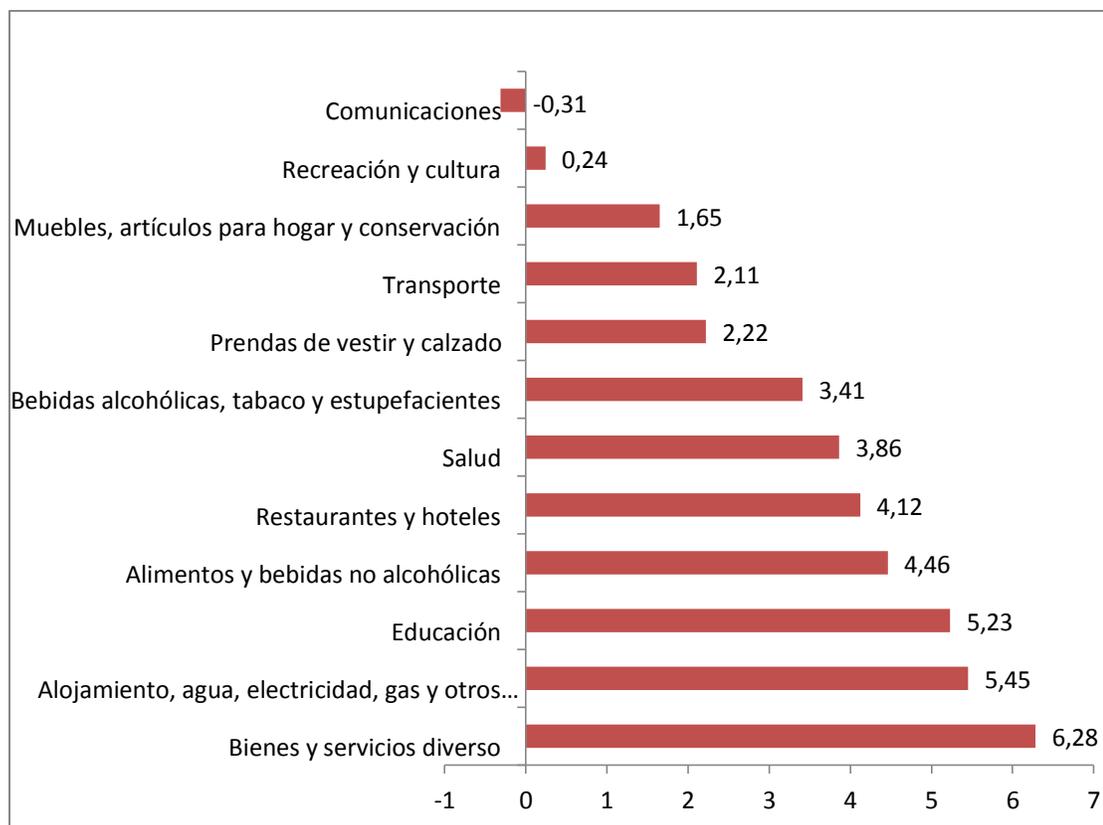


Gráfico 6 Inflación anual del IPC por división de consumo 2014

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

Tomando mayoritariamente en consideración la inflación en “Los bienes y servicios” debido a que la empresa se ubica en este sector, como se puede observar poseen una alta tasa de inflación que es del 6.28%, seguidos por el alojamiento, agua, electricidad y otros combustibles con el 5.45% de tasa de inflación, en el centro se encuentra la Salud con una tasa de interés del 3.86%

y finalmente lo que es notable que en último lugar esta las comunicación, las cuales hay obtenido una deflación de 0.31%

Según datos del Banco Central del Ecuador la inflación anual (diciembre 2013/diciembre 2014) del Ecuador fue de 3.67% (BCE, 2015), siendo uno de los indicadores económicos más bajos de la región, así se tiene que Venezuela se encuentra en la cima de los países con inflación de Sudamérica (63,6% a noviembre del 2014), siendo Perú el que menos índice de inflación posee con 3,22%

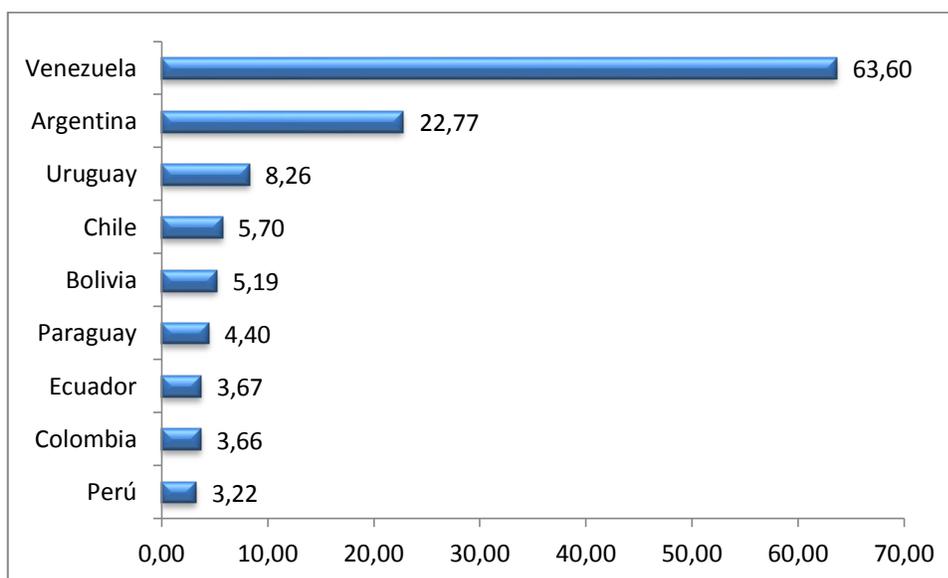


Gráfico 7 Tasa de Inflación regional 2014

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

En el gráfico 8, se puede observar la evolución de la Tasa de inflación acumulada de diciembre desde el año 2001 al 2014, así:

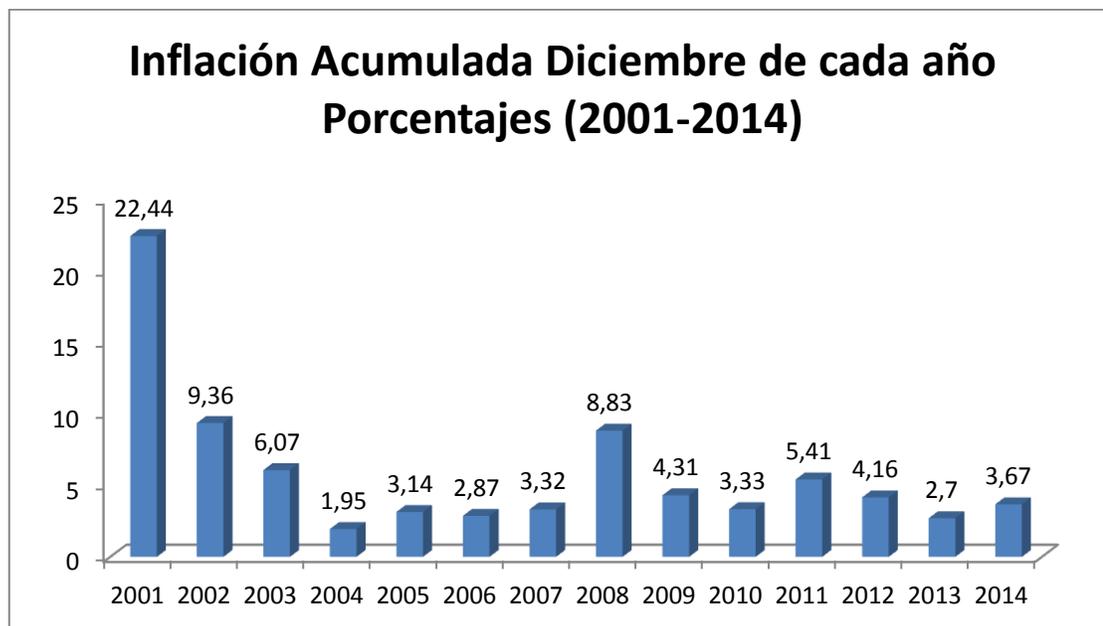


Gráfico 8 Evolución Inflación Acumulada

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

La tasa de inflación acumulada según el Banco Central del Ecuador en diciembre fue de 3.67%, cifra superior por 0.97% al mismo mes del año anterior (2013) que su inflación fue del 2.7%

- Empleo y desempleo,

Debido a su naturaleza, el desempleo afecta directamente en la economía de un país o más descriptivamente de una empresa, al existir un alto índice de desempleo, este desestabiliza la economía intensamente debido a que los trabajadores no disponen de los recursos para alcanzar los productos básicos para la mantención y a consecuencia de esto los empresarios no logran vender su producción. Por lo que se ha considerado fundamental el análisis de estos factores, así se tiene que:

Según el informe presentado por el (Instituto Nacional de Estadística y Censo, Dirección de Estudios Laborales y Económicos, 2015) en la estructura

de la población económicamente activa (PEA) en el Ecuador hasta diciembre del 2014 se observó que la tasa de empleo adecuado fue del 49.3%, la tasa de empleo inadecuado fue del 46.7%, y finalmente la tasa de desempleo fue de 3.8%; distribuido como se observa en el gráfico 9.

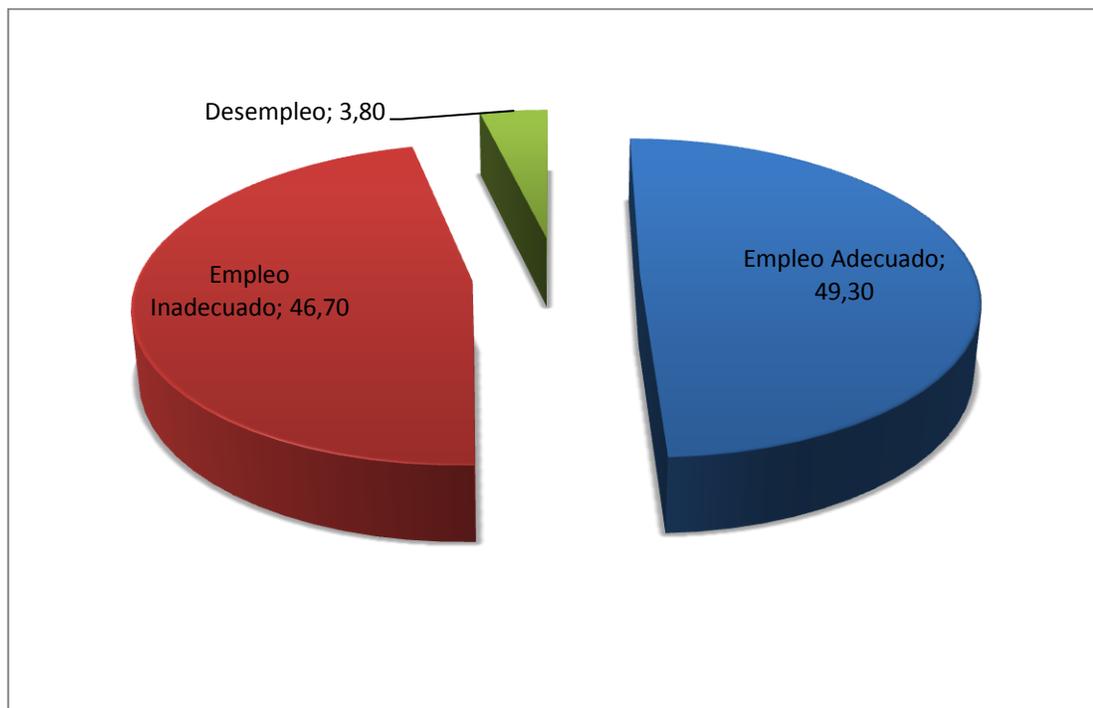


Gráfico 9 Distribución de la PEA (septiembre 2014)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: Autores

En el gráfico 10 se puede observar la evolución de la Tasa de Empleo adecuado de los últimos ocho años, así:

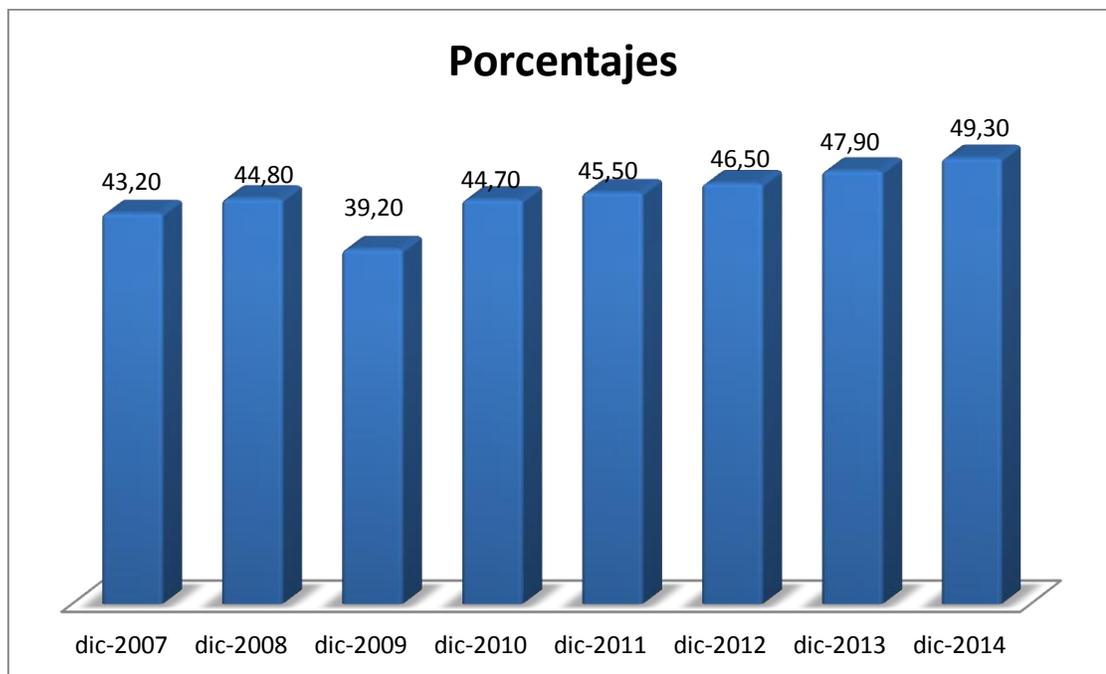


Gráfico 10 Evolución Tasa de Empleo
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo
Elaborado por: Autores

En el Ecuador, la Tasa de Empleo ha permanecido en crecimiento, en diciembre del 2014 presento una tasa del 49.3% siendo un índice superior de 1.4% en comparación al mismo mes del año anterior que apenas mostro una tasa del 47.9%. La tasa más baja de empleo en los últimos ocho años presento el año 2009 con apenas 39.2%

En el gráfico 11 se puede observar la evolución de la Tasa de Desempleo de los últimos ocho años, así:

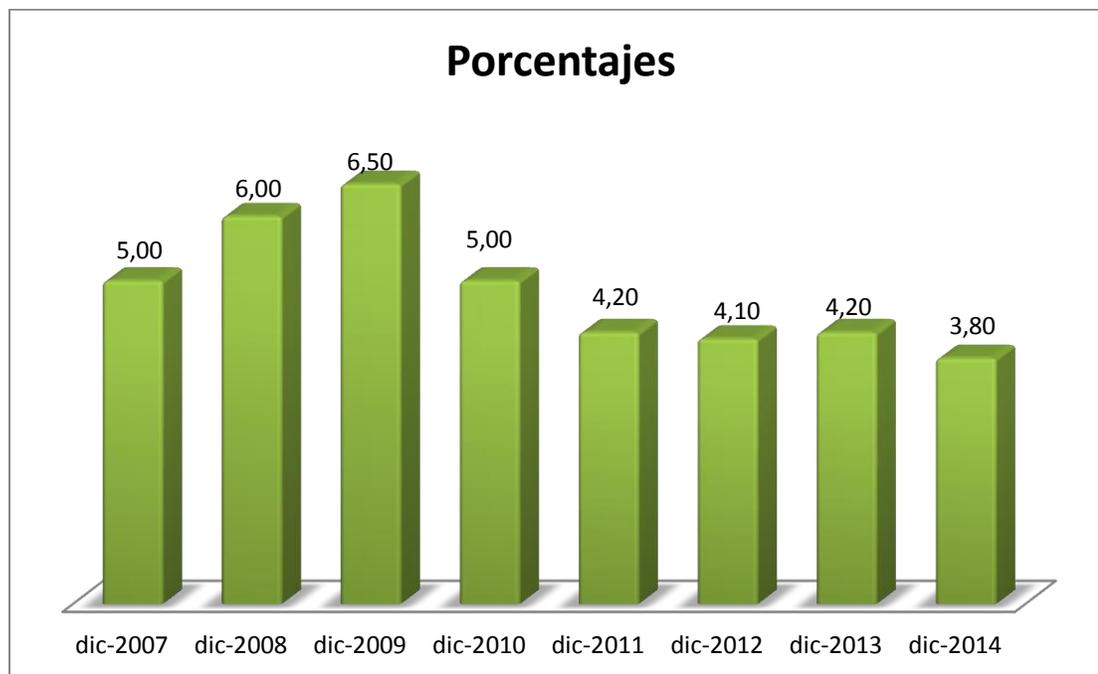


Gráfico 11 Evolución Tasa de Desempleo
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo
Elaborado por: Autores

En el Ecuador, la Tasa de desempleo ha permanecido bajando, en diciembre del 2014 presento una tasa del 3.8% siendo un índice inferior de 0.4% en comparación al mismo mes del año anterior que mostró una tasa del 4.2%. Siendo la tasa de desempleo del 2014 la más baja en los últimos ocho años.

De igual manera se realizó una investigación por provincias, debido a que Manabí para QUARKTOP, es la principal fuente de materia prima, En el mes de marzo de 2014 como se puede ver en el gráfico 12, la tasa de desocupación se situó mayormente dentro del rango de 5.0% a 7.2% en 16 provincias; en tanto que 5 provincias se ubicaron dentro del rango 2.8% a 5%; y, 2 provincias dentro de un intervalo de 7.2% a 9.4%.

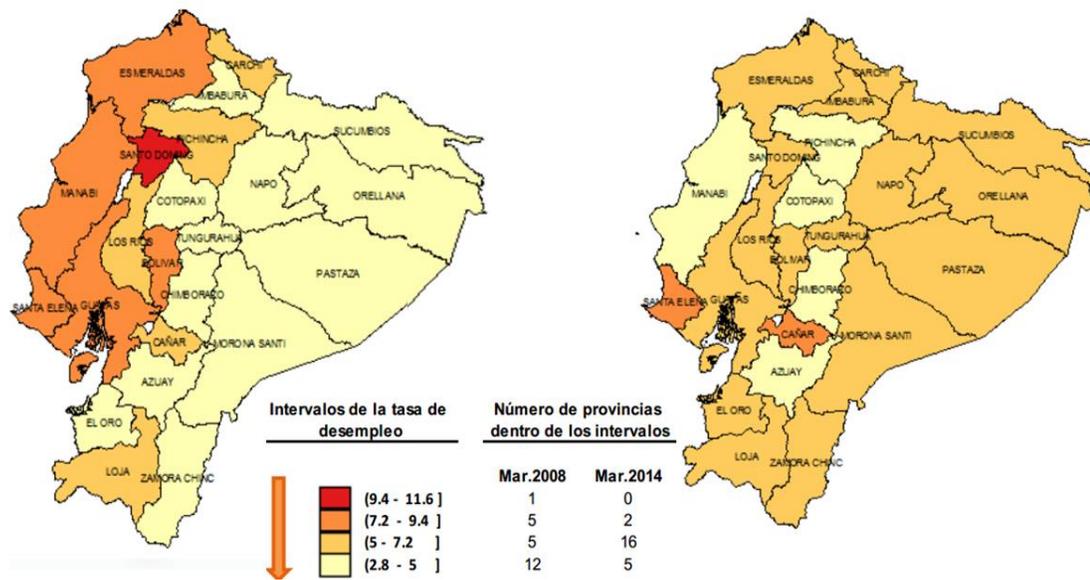


Gráfico 12 Desocupación Urbana por provincias (marzo 2008-2014)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

En marzo de 2014, las provincias de Guayas, Manabí y Pichincha aumentaron sus tasas de desocupación urbana respecto a las tasas registradas en marzo de 2013; ubicándose en 6.3%, 4.5 y 4.6%, respectivamente. Como se observa en el gráfico 13, así:

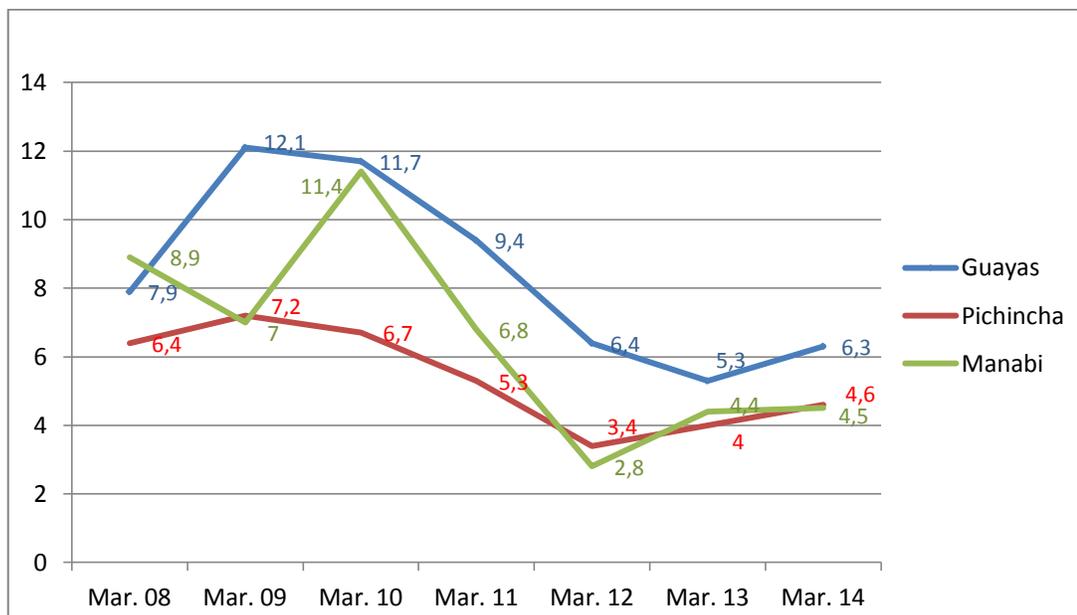


Gráfico 13 Desocupación Urbana (Guayas, Pichincha y Manabí)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: Autores

- Producto Interno Bruto

De igual manera se analiza el PIB de Ecuador debido a que es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes, este indica también la competitividad de las empresas, es decir, por ejemplo si la producción de las empresas no crecen a un ritmo mayor, significa que no se está invirtiendo en la creación de nuevas empresas, y por lo tanto, la generación de empleos tampoco crece al ritmo deseado y si el PIB crece por abajo de la inflación significa que los aumentos salariales tenderán a ser menores que la misma. Un crecimiento del PIB representa mayores ingresos para el gobierno. Si el gobierno desea mayores ingresos, deberá fortalecer las condiciones para la inversión no especulativa, es decir, inversión directa en empresas; y también fortalecer las condiciones para que las empresas que ya existen sigan creciendo.

La tabla 1 muestra los valores en millones de dólares del Producto Interno Bruto – PIB del Ecuador de los últimos cinco años, así:

Tabla 1

Producto Interno Bruto Ecuador

Año	1er Trimestre	2do trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
2010	\$ 13.729.815,00	\$ 13.946.256,00	\$ 14.175.891,00	\$ 14.629.093,00
2011	\$ 14.790.364,00	\$ 15.176.741,00	\$ 15.409.103,00	\$ 15.548.856,00
2012	\$ 15.787.220,00	\$ 16.032.665,00	\$ 16.066.224,00	\$ 16.219.454,00
2013	\$ 16.358.412,00	\$ 16.696.801,00	\$ 16.958.352,00	\$ 17.071.288,00
2014	\$ 17.095.386,00	\$ 17.346.195,00	\$ 17.541.843,00	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

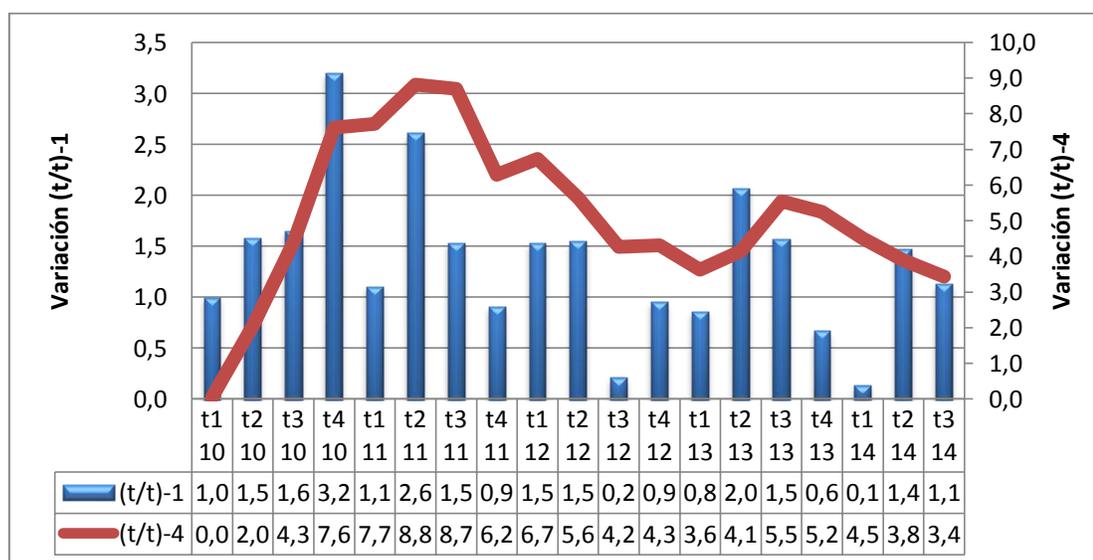


Gráfico 14 Tasa de variación trimestral del PIB (enero-agosto)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

En el tercer trimestre del 2014, Ecuador mantiene una tendencia de crecimiento económico en relación al trimestre anterior, lo que implica que el PIB aumentó un 1,13% lo que le ubicó en \$17,541 millones de dólares, así

mismo presentó una variación (respecto al tercer trimestre del 2013) positiva de 3,44%

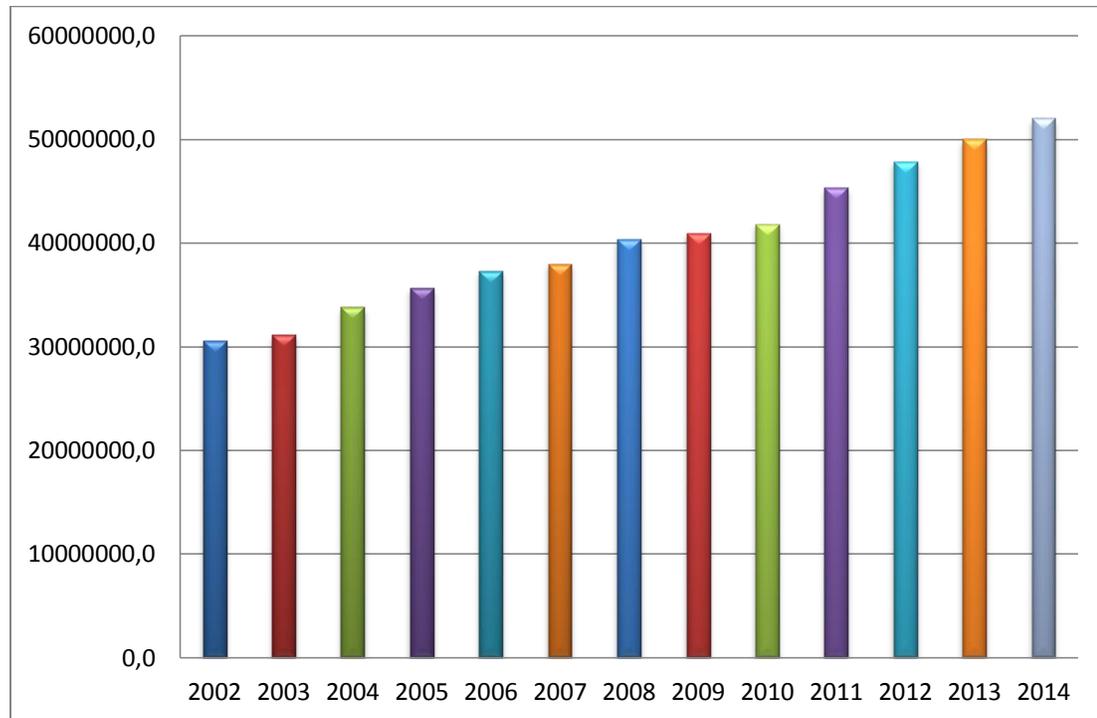


Gráfico 15 Producto Interno Bruto millones de dólares (enero-agosto)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

El PIB según datos del (Banco Central del Ecuador, Subgerencia de Programación y Regulación - Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica, 2015) ha permanecido en constante crecimiento debido al mejoramiento del desempeño del sector no petrolero, además del importante aporte que contribuye el crecimiento del sector petrolero.

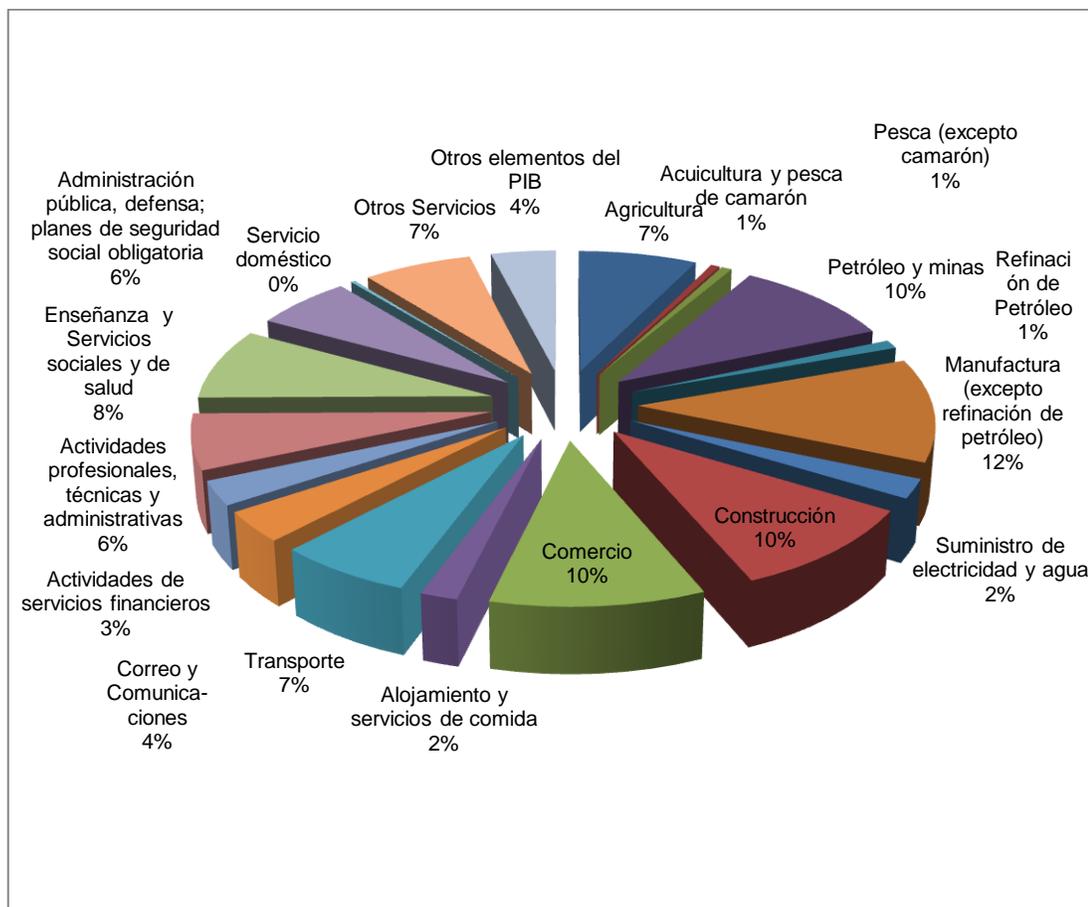


Gráfico 16 PIB por sectores (2013)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

Valor agregado bruto.- que es el esfuerzo productivo realizado por cada sector en un periodo determinado, representado por el valor adicional por encima de los insumos que el sector ha utilizado que para la economía en su conjunto, dicho esfuerzo se medirá como la suma del esfuerzo productivo de cada uno de los sectores que la integran, o sea del valor creado por cada uno de los sectores (Juri & Mosteiro, 2013)

Como se puede observar en la tabla 4, el sector de “Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero” apenas obtuvo en el año 2011, 5133 miles de dólares, dicho valor es uno de

los más bajos alcanzado por actividad económica en la provincia de Manabí, así:

Tabla 2

Valor Agregado Bruto Manabí por actividad 2011

miles de dólares	
Descripción Actividad	Total
Construcción	696.181
Comercio al por mayor y al por menor; y reparación de vehículos automotores y motocicletas	635.697
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	424.155
Enseñanza	363.450
Procesamiento y conservación de pescado y otros productos acuáticos	312.791
Transporte y almacenamiento	303.526
Actividades inmobiliarias	205.984
Pesca y acuicultura (excepto de camarón)	199.451
Servicios sociales y de salud	178.654
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	161.392
Elaboración de aceites y grasas origen vegetal y animal	129.856
Otros cultivos	123.878
Elaboración de otros productos alimenticios	83.029
Cultivo de banano, café y cacao	82.865
Alojamiento y servicios de comida	74.617
Acuicultura y pesca de camarón	60.628
Correo y Comunicaciones	60.207
Cría de animales	57.165
Actividades de servicios financieros	56.769
Silvicultura, extracción de madera y actividades relacionadas	48.689
Procesamiento y conservación de carne	48.019
Suministro de electricidad y agua	47.481
Cultivo de cereales	37.317
Entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	27.571
Hogares privados con servicio doméstico	20.524
Fabricación de muebles	16.268
Procesamiento y conservación de camarón	14.831

CONTINÚA →

Elaboración de bebidas y productos de tabaco	11.499
Industrias manufactureras	11.145
Financiación de planes de seguro, excepto seguridad social	8.012
Fabricación de maquinaria y equipo	6.597
Elaboración de productos de la molinería, panadería y fideos	6.251
Producción de madera y de productos de madera	5.146
<i>Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero y artículos de cuero</i>	5.133
Fabricación de papel y productos de papel	4.159
Explotación de minas y canteras	3.980
Fabricación de metales comunes y de productos derivados del metal	3.321
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	2.537
Fabricación de sustancias y productos químicos	1.756
Elaboración de productos lácteos	862
Fabricación de productos del caucho y plástico	733
Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	190
Fabricación de equipo de transporte	190
Cultivo de flores	156
Total general	4.542.663

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

- Balanza Comercial

En una economía dolarizada el circulante se genera a partir del saldo entre exportaciones e importaciones, además de los flujos de capital y las transferencias desde el exterior. Sin flujos de capital representativos, y ante la crisis mundial que ha reducido las transferencias desde el exterior, la balanza comercial debería ser la principal fuente de circulante para el país y, por lo tanto, el sostén de la dolarización. Por tal motivo se analiza cómo se ha comportado este indicador los últimos años.

El Gobierno a finales del 2014 para regular el comercio exterior incorporó 23 subpartidas arancelaras a la lista de mercancías que deben presentar para de tributos para su importación y nacionalización

Según datos del (Banco Central del Ecuador, Subgerencia de Programación y Regulación - Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica, 2015), la balanza comercial del Ecuador registró un déficit de \$ -124.3 millones, este resultado muestra que el Estado ecuatoriano obtuvo una mejoría en su balanza comercial del 90.4% en relación al año 2013, en el cual la balanza registró un déficit de \$1291.5 millones

Tabla 3**Balanza Comercial del Ecuador 2011-2014**

		Exportaciones			Importaciones	Balanza Comercial
		Petroleras	No Petroleras	Total		
Ene - Nov 2011	TM	17.333,00	7.764,30	25.097,30	13.100,00	
	Valor USD	11.872,40	8.474,70	20.347,10	21.039,20	-692,10
	FOB					
Ene - Nov 2012	TM	17.993,60	7.463,60	25.457,20	13.010,00	
	Valor USD	12.697,40	9.016,20	21.713,60	22.220,30	-506,70
	FOB					
Ene - Nov 2013	TM	18.818,70	7.970,00	26.788,70	14.502,00	
	Valor USD	12.922,50	9.749,30	22.671,80	23.963,30	-1.291,50
	FOB					
Ene - Nov 2014	TM	20.169,50	8.495,00	28.664,50	15.732,00	
	Valor USD	12.679,10	11.385,20	24.064,30	24.188,50	-124,30
	FOB					
Variación 2014/2013	TM	7,20%	6,60%	7,00%	8,50%	
	Valor USD	-1,90%	16,80%	6,10%	0,90%	90,40%
	FOB					

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

Además, se puede notar que la variación (2014-2013) de las exportaciones no petroleras obtuvieron un aumento del 16.8% pasando de \$9749.3 millones en el 2013 a \$11385.2 millones en el 2014. Mientras que las exportaciones petroleras en volúmenes por toneladas métrica aumentó un 7.2% en comparación al año 2013, en valor FOB disminuyó 1.9%

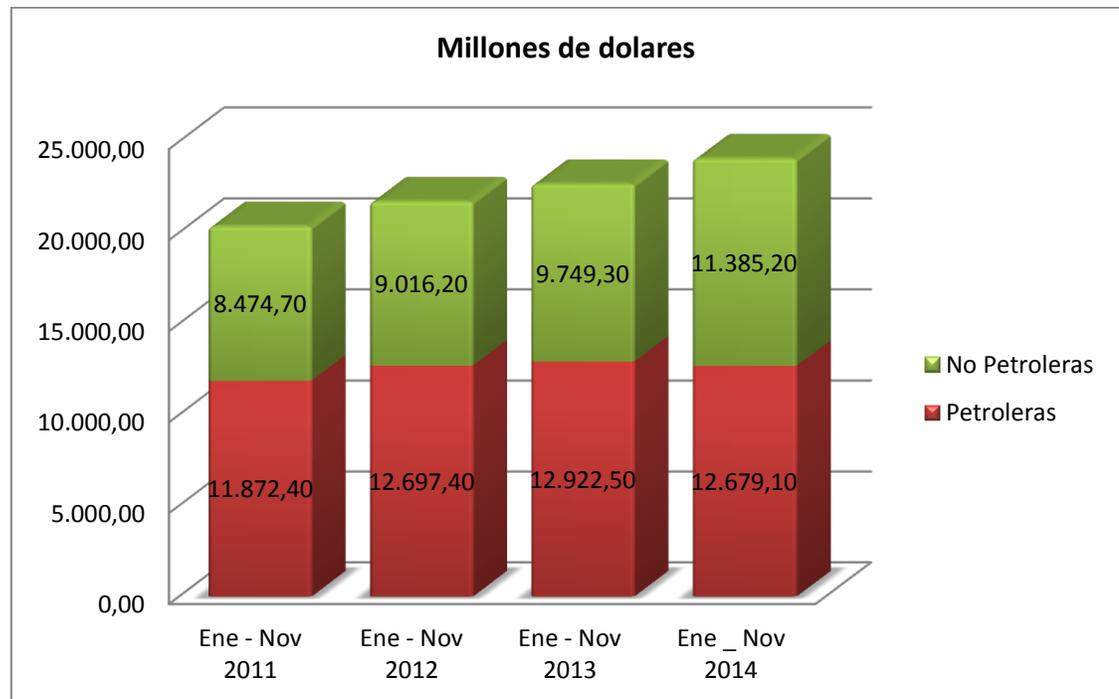


Gráfico 17 Exportaciones Petroleras y No Petroleras 2011-2014

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

Factor Social – Cultural.-

De acuerdo a los últimos datos calculados, la Huella Ecológica (HE) del Ecuador ha superado su biocapacidad.

La HE es un indicador de sostenibilidad ambiental que permite medir cómo los hábitos de consumo están afectando al planeta y se calcula a través de una metodología específica que toma en cuenta cinco componentes (carbono, agua, energía, comida e infraestructura). El cálculo de HE ayuda a las personas a discernir de manera clara cuántos planetas se necesitarían para soportar el estilo de vida de cada persona y qué tipo de consumo es más agresivo con el medio ambiente, entre otros factores. El objetivo de esta herramienta informática es socializar entre la población, el concepto de HE y la relación entre patrones de consumo y presión sobre el medio ambiente que tienen las actividades humanas. (La Hora, 2013)

Un informe del Ministerio del Ambiente, entre 2008 y 2009, revela que el aumento del consumo de recursos naturales provocó que la huella ecológica se incremente en el país.

- Se ha calculado que si todos los habitantes del mundo vivieran como un ecuatoriano promedio, se requerirían de 1,3 planetas para sustentar su nivel de consumo.
- La Huella Ecológica del Ecuador per cápita es de 2,30 hectáreas globales.
- La biocapacidad del Ecuador per cápita es de 2,16 hectáreas globales.
- Los datos del ministerio de Ambiente sostienen que los ecuatorianos usan entre 6 y 7 fundas plásticas al mes, pero también las reutilizan.

El probar nuevas sensaciones, experiencias, y sobre todo la crisis ecológica que ha generado la tendencia positiva de consumo a nivel mundial ha expedido la necesidad de la aparición de un sistema de producción y consumo con un alto nivel de utilización de recursos naturales auto-sustentables y amigables con el medio ambiente.

Por lo que las personas poco a poco están tomando conciencia de este problema, y en el Ecuador, el Ministerio del Ambiente es que principal promotor de protección del medio ambiente.

En Ecuador, este despertar en el consumidor empezó hace 7 años. Datos revelan que 2 de cada 10 empresas cuentan con auditorías o proyectos vinculados al tema ambiental. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el 85% de los ecuatorianos estaría abierto a usar productos amigables con el medio ambiente o productos verdes. Siempre y cuando exista una regulación al respecto y precios más accesibles. (Explored- Noticias de Ecuador, 2013)

Factor Tecnológico.-

El uso de la tecnología a nivel mundial va aumentando de acuerdo a cada necesidad, las empresas cada vez toman en cuenta la importancia del uso de nuevas tecnologías en el proceso de su empresa, por ejemplo el uso de internet en las mismas es indispensable cada día; ya que cada vez todo gira alrededor del mismo, donde el uso ha ayudado a mejorar la gestión de las empresas en un 95%.

Así se puede observar el uso del internet en las empresas en el año 2013 en la siguiente tabla:

Tabla 4

Uso de internet en las MYPIMES 2013

MICROEMPRESAS	48,60%
MEDIANAS EMPRESAS	56,90%
PEQUEÑAS EMPRESAS	52,90%

Fuente: Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (andes)

Elaborado por: Autores

El estudio fue realizado para establecer el contexto actual del uso de las TIC's en las pequeñas y medianas empresas, con base en un agregado de 12 indicadores que se formaron como base.

Entre ellos, sobresale la proporción de compañías que utilizan el ciberespacio: las microempresas equiparan un 48,6%, las medianas empresas un 56,9% y las pequeñas empresas un 52,9%, proveyendo un total general de 52,8%. (ANDES, 2013)

Así también, se tiene en cuenta el uso de sitios web por empresas tanto públicas como privadas. (Ecuoug, 2011)

Tabla 5**Uso de sitios WEB por parte de las empresas 2011**

EMPRESAS QUE USAN SITIOS WEB EN EL ECUADOR 2011			
CATEGORÍA	NUMERO DE INSTITUCIONES Y EMPRESAS	TIENEN SITIOS WEB	NO TIENEN SITIO WEB
Sector público	201	61	140
Sector privado	4489	2116	2373
TOTAL	4690	2177	2513
	100%	46.42%	53,58%

Fuente: Ecuador Racle Users Group

Elaborado por: Autores

El uso de sitios web en las empresas tiene un porcentaje menor (46.42%), en comparación a empresas que no utilizan (53.58%), pero la diferencia no es en un porcentaje notable ya que cada vez las empresas empiezan a ver la necesidad de la utilización de la web no solo para poder exhibir sus productos sino para mantener contacto con sus proveedores y clientes, dando agilidad a las actividades comerciales.

Ecuador a nivel mundial en cuanto al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información pasó del puesto 83 al puesto 81, manifestó Pablo Palacios funcionario de Unión Internacional de Telecomunicaciones y acotó entre otros factores de crecimiento, a la inversión ejecutada por el estado en infraestructura tecnológica, incremento en el acceso a banda ancha y cobertura nacional. (ANDES, 2013)

La falta de reglas claras e incentivos a los inversores y las constantes reformas laborales y tributarias han ocasionado que los empresarios detengan sus inversiones para mejorar la calidad de sus productos a través de la transferencia tecnológica.

El objetivo del Gobierno de diversificar los mercados está en camino. Sin embargo, hasta el momento no se ha firmado tratados comerciales con los principales socios de Ecuador: Estados Unidos y la Unión Europea.

Factor Ambiental.-

A pesar que Ecuador durante varios años ha invertido recursos financieros en proyectos ambientales, no se ha logrado un verdadero aprovechamiento sustentable de nuestros recursos; la vegetación nativa poco a poco ha ido disminuyendo y así por el contrario la contaminación de aire, agua y suelo ha ido en aumento afectando la calidad de vida de las personas.

En el Ecuador para seguir manteniendo el ambiente en un buen estado ha creado áreas protegidas donde en el año 2010 se consignaron cerca de 8,5 millones de dólares para las zonas protegidas. El Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF) contribuyó 6,4 millones de dólares para la ejecución del proyecto “Sostenibilidad financiera del sistema nacional de áreas protegidas del Ecuador”, y el Ministerio del Ambiente destinó 2,18 millones de dólares. La suma simbolizó un aumento del 47% de inversión en relación al 2009. (El universo)

Se puede convenir que el objetivo de la política ambiental es mejorar la calidad del medio ambiente, evitando que el mismo se degrade y promoviendo una recuperación de los recursos afectados. Para lo segundo, los gobiernos pueden actuar por sí mismo vía gasto público por ejemplo, tareas de saneamiento de los recursos contaminados. Pero para frenar la degradación se debe apuntar a las actividades que generan los residuos que son causa de las externalidades ambientales negativas. El punto de vista económico sobre los problemas de contaminación no es nuevo: el tratamiento de las externalidades es de larga data. Sin embargo, el diseño de las políticas ambientales comenzó a tomar en cuenta sus recomendaciones hace no más de un par de décadas. (ONU, 2015)

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) como una organización gubernamental busca el desarrollo sostenible, siendo así el desarrollo de los pueblos pero sin afectar al medio ambiente y mucho menos ejercer el mal uso

de los recursos naturales, para ello ha creado actividades medioambientales y actividades para implantar en la población conciencia de la importancia del cuidado del mismo ya que es algo indispensable para la vida. (ONU, 2015)

Por ende todos los países tienen a bien común el cuidado del medio ambiente estableciendo parámetros en cada uno de ellos para poder contribuir en el mejoramiento del mismo, a lo largo del tiempo se han establecido reglas que deben cumplir cada persona así tenemos como ejemplo a países europeos que tienen varios parámetros para el progreso ambiental.

En el cuidado del medio ambiente los países europeos practica hábitos de cuidado en su mayoría, pero a pesar de eso sobresalen dos países: Alemania e Italia. Existen varias formas de lograr el cuidado en estos países más de un 80% de personas afirma ahorra luz, agua y que recicla asiduamente, el 75% indica que adquiere electrodomésticos de bajo consumo y un 40% usa menos su vehículo propio, utilizando más el servicio público de transporte. (Raboso, Luis, 2013)

Por otro lado los países Americanos también ejecutan actividades para mejorar el desarrollo del medio ambiente, estos países cumplen con un aprovechamiento racional de los recursos hídricos, desertificación, planificación del medio urbano y rural y derechos indígenas sobre los recursos naturales, fortalecimiento de la educación e investigación científica y tecnología en materias ambientales, conformación de un marco institucional y legislativo, que respalde estas acciones. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2014)

1.3.1.2. Análisis microentorno

Según Michael Porter existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de este. Se basa en la idea de que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a las cinco fuerzas que gobiernan la competencia industrial. (Porter, 1980)

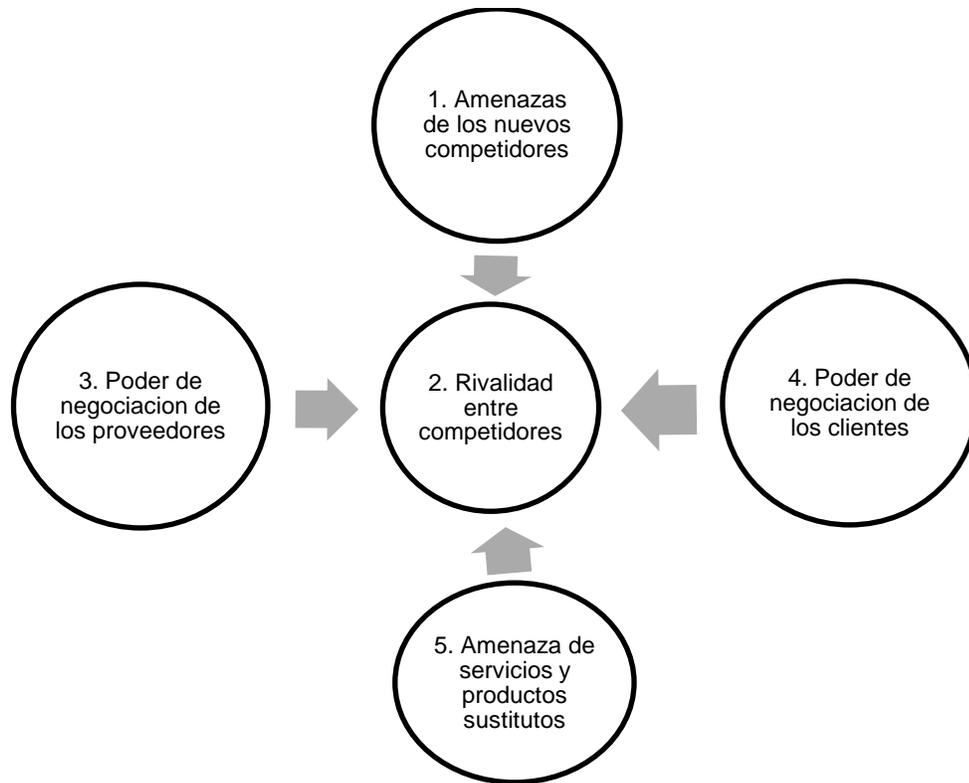


Gráfico 18 Fuerzas de Michael Porter
Fuente: M, Porter, Estrategia Competitiva
Elaborado por: Autores

La empresa para tener un mejor manejo de sus actividades dentro de la empresa, aplica las cinco fuerzas de Porter las cuales veremos a continuación;

1.3.1.3. Rivalidad entre empresas competidoras

El sector artesanal basado en la elaboración de productos con fibras naturales ha alcanzado una mayor aceptación en el mercado ya que es amigable con el ambiente. El presente tema se basa en productos elaborados con fibra de palma de coco, donde existen pocas empresas dedicadas a este campo.

Se ha tenido como información que por tratarse de productos a base de la fibra de palma de coco, la cual se extrae del tallo de la palma existe tan solo por el momento un competidor que tiene por objetivo el mismo de la empresa Quarktop.

La empresa de Manuel Rodríguez usa la fibra de palma de coco para fabricar sombreros, carteras, sandalias, canastos y una serie más de objetos utilitarios, sería uno de los principales competidores, ya que ambas empresas fabrican productos similares pero cada uno tiene diferenciación en sus diseños pero en precios van de la mano. (El mercurio, 2014)

Quarktop es una empresa que ha logrado llevar sus productos a diferentes ciudades, nacionalmente en ferias, exposiciones y galerías.

1.3.1.4. Entrada potencial de nuevos competidores

La existencia de competidores siempre ha generado una caída de ventas, por eso las empresas están muy atentas a los movimientos de sus competidores. En el sector artesanal necesita de manera abundante la publicidad para poder dar a conocer su producto y llegar al consumidor de la manera en que se pretende.

Por otro lado este producto no tiene una alta competencia ya que pocos artesanos utilizan fibra natural para elaborar productos de calidad, así

Quarktop tendrá la ventaja de liderar ese campo; tomando en cuenta que existen productos similares que podrían sustituir

Existen factores que podrían influir en la amenaza de los nuevos competidores, las cuales se detallan y los que podrían Alegar a ser para Quarktop las principales amenazas.

Economías de escala: para Quarktop es un problema al ser una empresa que empieza sus actividades comerciales en bruto no cuenta con una producción en grandes cantidades. Por lo tanto la empresa tiene una desventaja ya que sus costos son altos, porque si la empresa produjera en gran cantidad los costos reducirían, por tal motivo con este proyecto se pretende llegar a producir en gran escala y poder eliminar este factor.

Curva de experiencia: a lo largo del tiempo existente de la empresa, la gerente Silvana Flores ha desarrollado la habilidad de manejar y mejorar su organización en cuanto a procesos, gestión, control de calidad, etc. En otras palabras ha aplicado el concepto de “Know how”, ya que ha sabido llevar su empresa a ser mejor continuamente.

Ventaja absoluta en costos: Quarktop por ser la primera empresa dedicada a la elaboración de productos artesanales de fibra natural de palma de coco posee ventaja en costos ya que ella conoce de la mejor manera como se manejan cada uno de ellos.

Diferenciación del producto: todos los productos que ingresan a un mercado deben ser impactantes, únicos para los consumidores, por ende las empresas deben de dar valor agregado para obtener estos resultados, en el mercado artesanal existen variedad de productos pero muy diferentes entre ellos. Quarktop elabora sus productos y cada uno de ellos tiene diferente valor agregado ya que se quiere lograr que sean irrepetibles, por tal motivo para

lograr el objetivo se realiza ferias, presentaciones de sus productos en galerías especializadas, publicidad y así poder darse a conocer en el mercado.

1.3.1.5. Desarrollo potencial de productos sustitutos

Existen varios tipos de productos sustitutos para Quarktop, como pueden ser productos de tagua, paja toquilla, cáscara de banano, planta de totora, fibra de banano, hoja de coco, fibra de totora. Por lo tanto la amenaza para Quarktop podría crecer ya que los productos son elaborados artesanalmente y los precios son más bajos comparados a los de la empresa en algunos productos.

Todos los productos son elaborados con la mayor delicadeza y dedicación de cada artesano con el objetivo de que el producto satisfaga el deseo del consumidor.

Algunos de estos productos ya tienen un mercado en el exterior por lo que podría ser una amenaza para la empresa, como es en el caso de productos elaborados a base de fibra de totora que están siendo comercializada en diferentes países como Holanda, Francia, Italia, etc.

1.3.1.6. Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores para las empresas artesanales son de suma importancia ya que brindan la materia prima que es la primordial, la base para que el producto sea elaborado así como es la fibra de la palma de coco, son muy pocos los que logran cumplir con las estándares que exige la empresa.

La empresa es la que se hace responsable de la contratación del proveedor de la materia prima, ya que de ellos depende que los productos ya elaborados tengan los estándares de calidad.

También se hace responsable de la minimización del impacto ambiental ocasionado por el sistema productivo, que en este caso sería nada ya que los productos son elaborados artesanalmente y con conciencia ambiental.

Concentración de proveedores: para la elaboración de los productos con fibra natural de palma de coco existen pocos distribuidores de la materia prima ya que para obtener este elemento primario se deben tener el conocimiento de cómo conseguirla y por el momento son pocas las personas que están al tanto de este proceso, por lo cual el proveedor posee el poder de negociación ya que Quarktop depende de su trabajo

Importancia del volumen para los proveedores: los proveedores tendrán que esperar para conocer la cantidad de materia prima que se requerirá, ya que la empresa debe primero saber cuántos productos debe fabricar para la venta en un determinado tiempo.

Diferenciación de insumos: la fibra natural utilizada debe ser especial para la elaboración de los productos, por ende Quarktop ha puesto su confianza en los únicos proveedores que le ofrecen la fibra correcta, que son los productores existentes en el cantón Tosagua.

Costos de cambio: en el proceso productivo se presentan frecuentemente inconvenientes debido a que estos son elaborados artesanalmente y en ocasiones se necesita de varios operarios o proveedores, ya que si por motivos uno de estos no posee disponibilidad, se debe buscar otros y es aquí cuando los costos varían afectando a la empresa.

1.3.1.7. Poder de negociación de los consumidores

Al tratarse de un producto de consumo se debe satisfacer la necesidad del consumidor en cuanto a calidad y presentación.

La rentabilidad de los productos expuestos en diferentes lugares como galerías, ferias, tiendas demuestra que el poder de negociación de los consumidores es media, ya que los precios son un poco altos debido a que estos son elaborados artesanalmente por ende tienden a un costo más alto. Pero aun así las mujeres están dispuestas a pagar para poder satisfacer su necesidad de compra.

1.3.2. Análisis Interno

El análisis interno se basa en establecer y evaluar los diversos factores que existe en la empresa, su objetivo fundamental es conocer los recursos y capacidades e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades. (K, 2015)

1.3.2.1. La cadena de valor de Porter

La cadena de valor desarrollada por Michael Porter es una herramienta de análisis interno de la empresa para así poder reducir costos y maximizar el valor de la misma.

Según esta herramienta, el desagregar una empresa en estas actividades permite identificar mejor sus fortalezas y debilidades, especialmente en lo que respecta a fuentes potenciales de ventajas competitivas, y costos asociados a cada actividad.

La aplicación de esta herramienta divide las actividades creadoras de valor en dos: las actividades primarias o de línea y las actividades de apoyo o de soporte: (Porter, 1985)

Cadena de valor de Michael Porter enfocado a Quarktop

Quarktop desde sus inicios ha venido implementando de manera eficaz la cadena de valor en su planificación y utilización de estrategias, para así generar valor agregado a sus actividades; donde esta aplicación ha logrado que la empresa año tras año logre superar obstáculos y así cada vez crezca en su mercado.

Actividades Primarias

- Logística Interna

Quarktop a lo largo de su creación ha realizado actividades para lograr establecer una cadena de valor, ya que es una empresa pequeña que empieza sus actividades cuenta con cuartos para la producción del bolso, el cuarto de la fibra natural y el de material complementario.

El material complementario y la fibra natural son adquiridos en un sector específico del país y en almacenes con el fin de contribuir al desarrollo de este sector.

Dentro de estos cuartos, Quarktop clasifica su fibra natural extraída de la palma de coco, la cual es clasificada por color, textura, grosor, tamaño, esta clasificación se realiza con el fin de que exista una fácil elección de la materia prima para la realización del producto, y así poder realizar bolsos que satisfagan al consumidor y tengan una excelente calidad de fabricación, tomando en cuenta que son elaborados por manos ecuatorianas.

- Operaciones

Esta etapa consta del proceso de producción del producto, luego de haber recibido la fibra natural y almacenarla, la fibra es clasificada para luego pasar a diferentes lugares donde es procesada debidamente para los diferentes productos finales que realiza la empresa. Tomando en cuenta que la misma realiza bolsos, lámparas, pastas para agendas, bolsas de regalo, empaques decorativos.

Por ejemplo la fibra de mayor grosor es destinada para la elaboración de bolsos, ya que tiene características especiales en cuanto a su resistencia; en donde el proceso de elaboración de los bolsos y demás productos es realizado artesanalmente dando forma y así cada tipo de fibra es destinada para la elaboración de los diferentes productos.

Una vez que la fibra natural es utilizada para elaborar los diferentes productos de las diversas formas, pasa al detalle final, el cual consta de la decoración del producto con los diferentes accesorios respectivamente y se obtiene el producto final.

- Logística Externa

Una vez obtenidos los productos finales, Quarktop los almacena en su propia bodega hasta que sean distribuidos a sus respectivos lugares de destino; ya que la empresa tiene tanto canal directo como indirecto, el canal directo se basa a la participación en ferias realizadas dentro del país por la misma gerente y tiene una relación directa con el consumidor final; el canal indirecto es la entrega del producto a diferentes agentes comerciales para que sea conocido en diferentes lugares y a todo tipo de personas.

- Servicio Post-Venta

Las empresas por lo general debe contar con este servicio ya que esta le ayuda a atender las necesidades que tiene el consumidor directamente, esta empresa ya que cuenta con la distribución directa e indirecta de sus productos tiene ventajas y desventajas al momento de que el consumidor tenga alguna duda acerca del producto, ya que cuando se hace la distribución directa el consumidor tiene la ventaja de ser mejor atendido por la empresa y que exista una mejor comunicación.

Pero tomando en cuenta la distribución indirecta existe desventajas ya que Quarktop no puede estar presente para poder reaccionar de manera rápida ante los requerimientos de sus clientes.

Actividades secundarias

- Infraestructura

Quarktop una empresa pequeña que poco a poco empieza a tener la visión de crecer en mercados internacionales es administrada por su creadora, quien es la persona que conoce todo el funcionamiento en cuanto a finanzas es quien planifica la producción de bolsos en cuanto a la cantidad y tiempo según pedidos que se tenga.

- Dirección de recursos humanos

Quarktop por ser una pequeña empresa tiene una filosofía corporativa que ha tratado de llevar con eficacia para lograr un buen desempeño en sus empleados. Esta filosofía incluye de ética, coherencia estratégica, buen gobierno corporativo, calidad integral, competitividad, desarrollo de toda la

gente que hace parte de la empresa, excelencia en el servicio, respeto y responsabilidad social empresarial.

- Desarrollo de tecnología

Quarktop por ser una empresa que se desarrolla sus productos artesanalmente no cuenta con una tecnología suficiente mente desarrollada, ya que sus productos lo que necesitan es la mano de obras de personas ecuatorianas entregadas a realizar este producto con amor, pero aun así Quarktop cuenta la tecnología suficiente para poder contactarse con sus clientes y proveedores de la fibra natural.

También para poder tener una excelente comunicación con sus clientes utilizando internet como medio de comunicación y publicidad de sus productos.

- Abastecimiento

Silvana Flores, gerente de Quarktop mantiene una excelente planificación en lo que es proceso de compras, ella planifica las compras en cuanto a la cantidad dependiendo el tipo de pedido que tenga y proyección de venta.

En cuanto a la materia prima principal que es la fibra de palma de coco es solicitada con anticipación para que los proveedores de la misma tengan tiempo para poderla obtener.

1.3.2.2. ANÁLISIS FODA

El análisis interno se realiza para determinar las diferentes capacidades, identificando las fortalezas y debilidades que tiene la empresa.

En este ámbito se debe determinar escenarios que permiten un óptimo trabajo que son las fortalezas y aquellas situaciones que imposibilitan y entorpecen el desempeño. Dentro de las variables a analizar están:

- Comercialización
- Productos
- Situación Financiera
- Procesos

Comercialización: las ventas se realizan en galerías, ferias de índole temporales, lo que garantiza una *atención el cliente adecuada*, lastimosamente eso hace que la imagen de la empresa y de sus productos tengan un *bajo impacto publicitario*, por la naturaleza de los productos la empresa no se puede considerar la opción de crédito, lo que representa una notable fortaleza puesto puede existir *precios competitivos y liquidez* para confrontar a la competencia.

Productos: como se ha explicado anteriormente la empresa QUARKTOP ofrece productos fabricados a base de fibra obtenida del tronco de la palma de coco, es por eso que muestra una fortaleza en ser *productos innovadores, de alta calidad* en su elaboración ya que se tiene un intenso control de calidad en cada etapa del proceso productivo; además que no existe en el país otra empresa similar que se encuentre utilizando esta fibra como materia prima permitiendo *incremento en ventas*.

Situación Financiera: debido que la empresa carece sustancialmente de un *sistema de control en su situación financiera* al ser una “microempresa”, que dicho control se realiza personalmente por su propietaria; se puede decir que los ingresos, gastos y rentabilidad de la empresa van creciendo progresivamente conforme va madurando la gestión, el mejoramiento continuo

y la cultura organizacional; que serán implementados gradualmente para contar con una base y estructura sólida de la empresa

Procesos: la empresa QUARKTOP aquí si tiene graves dificultades ya que no tiene definidos procesos, es decir se realiza empíricamente las cosas, es por eso que se debe plantear una *planificación estratégica a mediano y largo plazo* con lo que se podría establecer los pasos consecuentes a seguir para evitar expedición de recursos y así incrementar la operatividad en los proceso que se mostraría en un incremento de beneficios económicos.

1.3.2.2.1. Fortalezas

Una vez indicado los puntos anteriores se puede determinar cuáles son las principales fortalezas, y se encuentran las siguientes:

- Nuevos productos innovadores y con alto nivel de valor agregado
- Calidad en los productos
- Precios Competitivos
- Eficiencia en el manejo de activos
- Excelente atención al cliente
- Incremento de las ventas

1.3.2.2.2. Debilidades

Concluido igualmente se puede determinar las principales debilidades de la empresa que son las siguientes:

- Imagen empresarial poco conocida
- Falta de publicidad
- Incremento en el costo de ventas

- Reducido conocimiento del mercado nacional e internacional.
- Falta de planificación estratégica a mediano y largo plazo

1.3.3. Matriz FODA

Una vez determinado y analizado los anteriores puntos fundamentales, a continuación esta la tabla de resumen de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas detectadas en la empresa QUARKTOP.

Cuadro 3

Resumen Matriz F.O.D.A

Fortalezas (F)	Debilidades (D)
1. Productos nuevos e innovadores	1. Imagen empresarial poco conocida
2. Calidad en los productos	2. Falta de publicidad
3. Precios competitivos	3. Incremento en el costo de ventas
4. Eficiencia en el manejo de activos para general ventas	4. Reducido conocimiento del mercado
5. Excelente atención al clientes	5. Falta de planificación estratégica a mediano y largo plazo
6. Incremento de las ventas	
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
1. Incremento de exportaciones	1. Economía actualmente no estable del país
2. Leyes gubernamentales	2. Creciente poder de negociación de clientes
3. Preferencia del consumidor por productos ecológicos	3. Alta cantidad de productos sustitutos
4. Baja inflación	4. Escases de materias primas

Fuente: Investigación Aplicada

Elaborado por: Autores

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. EL PRODUCTO

Tal como expresa la UNESCO: "Los productos artesanales son los elaborados ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado". (La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1997)

Las artesanías (carteras) de fibra del tallo de la palma de coco son elaborados 100% con fibra natural, son productos textiles de calidad, que se convierten en complementos ideales en el momento de vestir.

Entre las principales características se puede indicar las siguientes:

- El producto es elaborado con una fibra fuerte y resistente, la misma que es seleccionada para asegurar al 100% su durabilidad y garantizar la excelente calidad exigida por los compradores
- Como se menciona en el capítulo anterior la materia prima principal para la elaboración de estos productos, es la fibra del tallo de la palma de coco, la misma que es obtenida de forma natural sin que la planta sufra ningún daño, cabe recalcar que ciertamente esta fibra se la consideraba como desechos de la planta, convirtiendo así a estas carteras o bolsos en un producto ecológico, además que en su proceso de producción no se utiliza ningún tipo de químico o alguna sustancia pesticida

2.1.1. Beneficios del producto

De igual manera existen varios beneficios de estos productos, a continuación se analiza uno de los más importantes, la “calidad”

La calidad de estas artesanías se basa de una selección minuciosa de la fibra más apropiada, la misma que tiene lado derecho y revés, así se detalla algunos de los componentes que establecen la calidad de las artesanías:

- La calidad depende directamente de la fibra, es decir el tratamiento y manipulación que tenga esta desde que es sustraída del tallo de la palma de coco y durante todo el proceso de producción, hay que revisarla constantemente en cada etapa buscando que la fibra no pierda sus características esenciales.
- De igual manera la calidad va de la mano de la capacidad, destreza y habilidad que tenga el artesano en la elaboración del producto

Otro beneficio que vale la pena mencionar es sobre el “diseño”.

En el mercado, tanto a nivel nacional como internacional se puede encontrar una gran cantidad de productos sustitutos, los cuales constituyen productos de un sin número de materiales, estilos y costos sumamente competitivos. No obstante parece ser muy difícil de emular en la perspectiva de productos elaborados a base de fibra de palma de coco.

QUARKTOP siempre ha buscado mantener como un importante pilar en su identidad la idea que cada producto es único e irrepetible, es decir los bolsos no son producidos por escalas y en masa, es un trabajo manual utilizando poca tecnología, no se utilizan moldes. Aquí el diseñador siempre busca

expresar sentimientos, emociones o simplemente se considera arte, lo que para los clientes resulta sumamente atractivo esas ideas.

Y por último, tal vez el elemento que más brinda una identidad a la marca, es que estos productos son 100% ecológicos, es decir brinda al consumidor el beneficio de estar al tanto que para su elaboración no se ha manejado ninguna sustancia nociva para el medio ambiente, de igual manera que se utiliza como materia prima la fibra de la palma de coco, que anteriormente se consideraba simplemente un desecho.

2.1.2. Proceso de producción

El proceso productivo inicia con la llegada de la fibra en costales al taller, la fibra se presenta en cortes finos, como hojas, con una medida de aproximadamente 30 cm. x 60 cm.



Gráfico 19 Hoja de fibra de palma de coco

Fuente: Investigación propia

Una vez llegada, se procede a la limpieza y al lavado, en esta etapa se moja la fibra para un mejor fregado, para posteriormente hacerla secar al sol.



Gráfico 20 Limpieza de la fibra
Fuente: Investigación propia



Gráfico 21 Secado de la fibra
Fuente: Investigación propia

Una vez seca, se la corta en proporción a que parte de la fibra es utilizable y cual no lo es para la elaboración de los bolsos.



Gráfico 22 Corte de la fibra
Fuente: Investigación propia

Posteriormente, se limpia la fibra nuevamente con un estropajo para quitar filamentos que se pueden haber desprendido



Gráfico 23 Limpieza de filamentos en la fibra
Fuente: Investigación propia

Se diseña como va ir el bolso y se prepara todo el material antes de coser. En esta etapa se confecciona el interior del bolso, se cortan las telas internas y demás partes externas. Se une todo pero tan solo presentándose como partes por armar



Gráfico 24 Diseño parte interna de los bolsos
Fuente: Investigación propia

Posteriormente se cose, pero debido a la complejidad por el tipo de cosido se acude donde un zapatero experto, el mismo que proporciona la seguridad, la calidad y el estilo que este tipo de artesano otorga.

En el zapatero se cose las correas de las carteras



Gráfico 25 Correas Cosidas
Fuente: Investigación propia



Gráfico 26 Cuero cosido en los bolsos
Fuente: Investigación propia

Una vez terminado el trabajo donde el zapatero, los bolsos se presentan constituidas completamente en su carácter esencial



Gráfico 27 Bolsos armados y cosidos
Fuente: Investigación propia

Se realiza el acabado final, dependiendo del bolso se plasma técnicas de pintado o se agrega accesorios como bisuterías



Gráfico 28 Bolso con el acabado final

Fuente: Investigación propia



Gráfico 29 Bolsos finalizados

Fuente: Investigación propia

Como dato importante que se debe tomar en cuenta es que los tiempos para hacer una cartera van en función del tamaño, el diseño y el acabado final, además de la disponibilidad de la materia prima en el taller.

A continuación se presenta, un pequeño resumen de las etapas en el proceso productivo, desde que la materia prima se encuentra en el talle hasta la conclusión de los bolsos

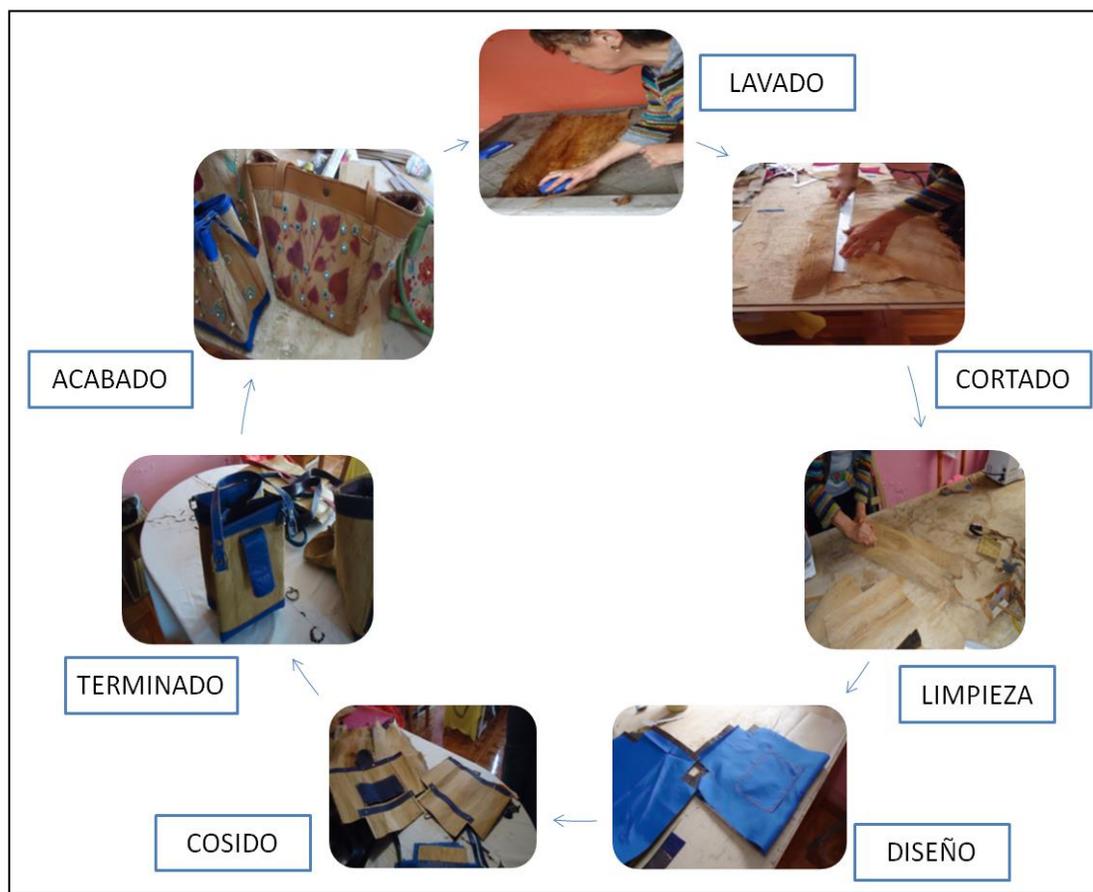


Gráfico 30 Resumen proceso productivo de los bolsos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autores

2.1.3. El producto para exportar

El plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de la palma de coco dirigido por QUARKTOP, se enfoca en los bolsos, los cuales serán seleccionados exclusivamente para su exportación, esto a su vez, los modelos de los bolsos para este propósito se escogerán por sus características, es decir las más atractivas y su facilidad de ser transportadas

al exterior. En el capítulo 3 del presente proyecto se detalla a profundidad como se presenta el producto para su envío.

2.2. PRODUCCIÓN DE PALMA DE COCO EN EL ECUADOR

Gracias a su ubicación geográfica y a las formaciones montañosas, el Ecuador cuenta con cuatro regiones naturales que son: Costa, Sierra, Oriente y el Archipiélago de Galápagos, las mismas que posee características individuales que han determinado su flora y su fauna.

La palma de coco o cocotero en el Ecuador se dispone de dos grupos de variedades: Altas (criollas) y Bajas, la diferencia entre estas variedades es que las palmas altas tienen periodo más largo de vida, llegando a los 70 y 80 años y en determinados casos a los 100 años, la Manila produce a los 3 años y vive aproximadamente 50 años. (Centro de Comunicación Técnica y Agropecuaria. Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2014)

2.2.1. Zonas de producción

Para iniciar el análisis de las zonas de producción del Cocotero en el Ecuador, se debe tomar en cuenta lo anterior, como es el hecho, que es un cultivo netamente de climas tropicales

La costa ecuatoriana posee una superficie de 70.000 Km², menos del 33.33% de la área de Ecuador, pero el 50% de los habitantes del Ecuador viven en esta región. (Bligoo, 2014)

En la siguiente tabla se observa el relativo uso del suelo en todo el Ecuador, el cual está dividido en ocho usos principales que son: cultivos permanentes, cultivos transitorios, de descanso, pastos cultivados, pastos

naturales, paramos, montes y bosques; y otros uso. Los cuales a su vez presentan el número de hectáreas que estas representan en cada región.

Tabla 6
Uso del Suelo Regiones (Hectáreas)

USO DEL SUELO (Hectáreas)	REGIÓN SIERRA	REGIÓN COSTA	RESTO
CULTIVOS PERMANENTES	308.716	857.790	196.893
CULTIVOS TRANSITORIOS	545.060	620.973	65.642
DESCANSO	136.784	161.652	82.868
PASTOS CULTIVADOS	971.656	1.563.494	822.017
PASTOS NATURALES	888.958	212.879	27.864
PARAMOS	553.486	781	45.996
MONTES Y BOSQUES	1.242.639	1.085.212	1.553.289
OTROS USOS	115.031	276.078	20.071

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

Como se puede observar en la gráfica a continuación, el Ecuador presenta en su mayoría el uso del suelo en la categoría de “pastos cultivados” con una cantidad en hectáreas por regiones (sierra de 97.1656 ha., la costa de 1.563.494 ha. y resto del país de 822.017 ha.); “montes y bosques” con la región sierra de 1.242.639 ha., la costa de 1.085.212 ha. Y el resto del país de 20.071 ha.)

Cabe recalcar que para la presente investigación la categoría en la cual las plantaciones de Cocoteros están presentes en la denominada “Cultivos Permanentes”, el mismo que en la región costera posee una superficie de 857.790 ha.

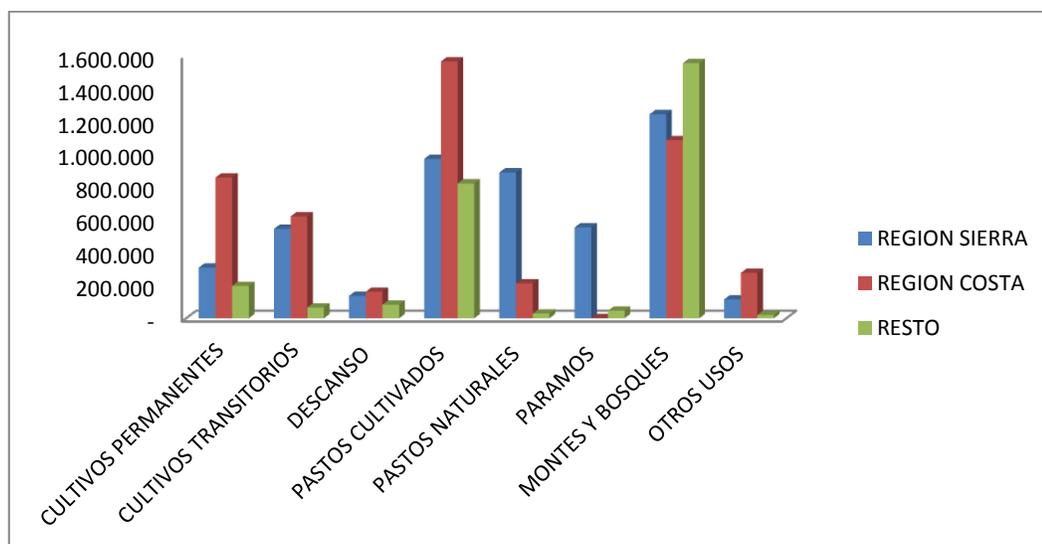


Gráfico 31 Uso del Suelo por regiones (Hectáreas)

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

Ya en el análisis solamente de la región costa, la tabla siguiente muestra la distribución del uso del suelo categorizándola por las principales provincias de la costa, cabe recalcar que los datos de la provincia de Santa Elena están incluidos en la provincia del Guayas.

Tabla 7

Uso del Suelo Costa (Provincias)

USO DEL SUELO (Hectáreas)	ESMERALDAS	GUAYAS	LOS RÍOS	MANABÍ	EL ORO
Cultivos permanentes	137.740	209.663	216.944	209.148	84.294
Cultivos transitorios y barbecho	24.031	244.320	228.486	114.200	9.936
Descanso	19.343	52.836	28.144	52.481	8.848
Pastos cultivados	257.417	195.310	70.077	811.892	228.799
Pastos naturales	5.734	135.425	31.638	24.072	16.010
Páramos	781
Montes y bosques	325.882	316.606	45.585	340.632	56.506
Otros usos	15.694	160.863	16.433	31.235	51.853

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

Como se observa en la tabla anterior y en la gráfica, la provincia del Guayas presenta una mayor cantidad de hectáreas en cultivos transitorios con un valor de 244.320 hectáreas, mientras que en cultivos permanentes la provincia de Los Ríos es la que presenta un mayor número con un valor de 216.944 hectáreas.

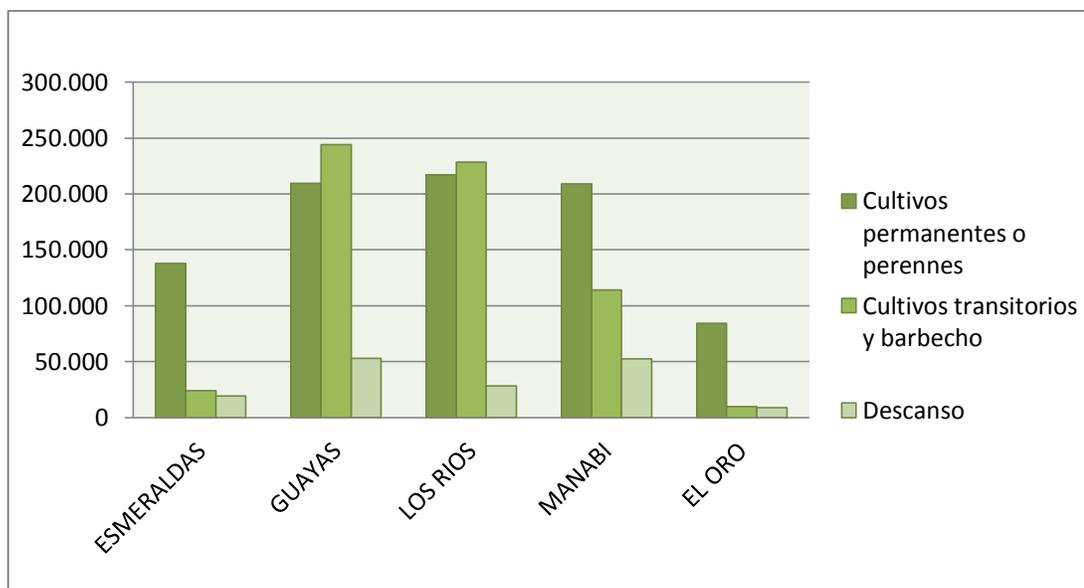


Gráfico 32 Principal Uso del Suelo Región Costa (Hectáreas)

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

En lo relacionado exclusivamente a las plantaciones de la palma de coco “Cocoteros”, se tiene lo siguiente:

Tabla 8

Hectáreas de Cocoteros-Costa

PROVINCIA	PRODUCTO	HECTÁREAS
ESMERALDAS	Cocotero	1.906
GUAYAS	Cocotero	45
MANABÍ	Cocotero	396

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

Según el III Censo Nacional Agropecuario presentado en el 2012 y elaborado por el Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, exclusivamente se presentan cultivos de Cocoteros en las provincias de Esmeraldas, Guayas y Manabí, con una representación del 81.21%, 1.91% y el 16.87% respectivamente, del total de las arboles existentes. Como se puede observar:

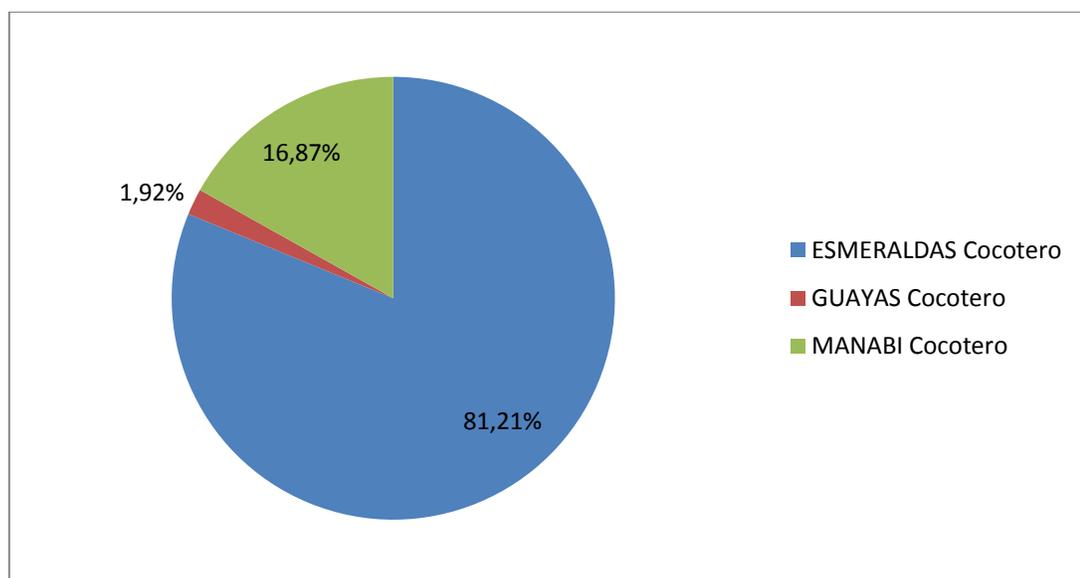


Gráfico 33 Cultivo de Cocoteros por Hectáreas

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

Para un mayor entendimiento también se ha considerado el número de árboles dispersos existentes en las tres principales provincias de la costa ecuatoriana, debido a que la fibra se obtiene del tronco del cocotero, así se tiene:

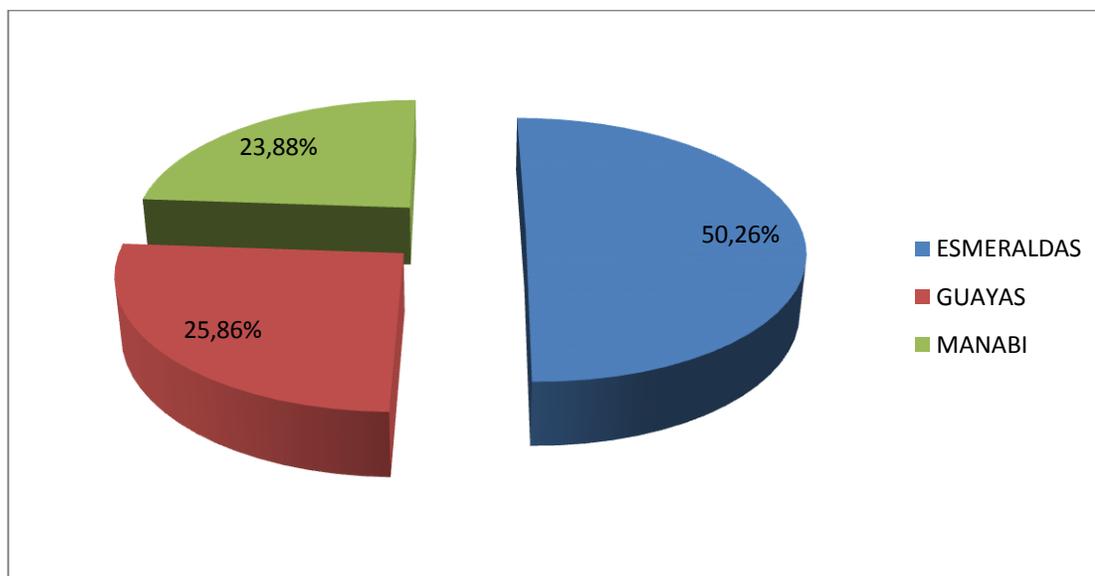
Tabla 9**Número de Árboles Dispersos Cocoteros**

PROVINCIA	NÚMERO DE ÁRBOLES
ESMERALDAS	28.031
GUAYAS	14.421
MANABÍ	13.316

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

En la provincia de Esmeraldas existe 28031 árboles cocoteros que representan el 50.26%, en Guayas un total de 14421 árboles que es igual al 25.86% y por último la provincia de Manabí con un total de 13316 árboles lo que equivale al 23.88% del total de cocoteros.

**Gráfico 34 Número de Árboles Cocoteros**

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

2.2.2. Estudio de la palma de coco y sus múltiples usos

Los cultivos de plantación de la palma de coco son habituales en todas las regiones tropicales del mundo y representan para muchos países la base de su economía.

Para el análisis en relación al clima óptimo se consideran una serie de factores que son: la temperatura con relación al nivel del mar, insolación y humedad que puede ser modificada por los vientos

Las condiciones climáticas propicias para el cocotero se encuentran entre los dos paralelos a 10° de latitud norte y sur, las cuales comprenden a la Zona Tropical. Además son propicias en regiones con precipitación anual de 150 a 200 cm y lluvias uniformemente distribuidas en todos los meses; con precipitaciones menores a 13 cm mensuales afectan desfavorablemente los rendimientos al menos que exista una capa freática accesible a las raíces o disponibilidad de agua de riego. (Judd, 1975)

La temperatura condiciona los límites del cultivo del cocotero. Una temperatura media anual mínima entre 21° C, de 27° a 28° C y una máxima de 30° C, se consideran óptimas para el desarrollo de este cultivo (Judd, 1975)



Gráfico 35 Plantación Cocotero

Fuente: Investigación propia

El viento desempeña un papel importante en la dispersión del polen, pero a pesar de tener bien desarrollado sus raíces que le asegura a la palma un buen anclaje, el exceso de vientos puede provocar que el cocotero sea desenraizado. El cocotero se adecúa a diferentes tipos de suelos de la zona tropical, que van desde los arenosos y aluviales hasta los que poseen características arcillosas, requiere suelos aireados y bien desaguados es por eso que prosperan en suelos arenosos (Judd, 1975)

El cocotero no es muy rígido en cuanto a nutrientes químicos en el suelo. Su raíces fuertemente desarrolladas aprovecha bien todos los componentes minerales de que puede conseguir. Su habilidad para absorber nutrientes y utilizarlos conlleva a que se siembre mucho en suelos pobres. (Judd, 1975)

Principales Usos de la palma de coco

“El cocotero sobresale entre las diversas palmas de importancia económica. Es ejemplo de planta de múltiples propósitos que es casi una abastecedora universal para los habitantes de las zonas costeras de los trópicos” (Judd, 1975, pág. 10)

Este árbol es conocido también como “El Árbol de la Vida” ya que sus diferentes usos permiten conseguir material para la construcción de casas, muebles, camas, colchones, tazas, platos y artículos diversos en la que está incluido los bolsos elaborados a base de fibra vegetal de la palma de coco.

Como se ha visto la mayoría de los países incluido el Ecuador el destino principal de la producción de la palma, es la generación de copra, es decir; el fruto del que se obtiene aceite, pasta, materia prima básica para la industria jabonera, cosméticos y champús

Al ser sometido este fruto a procesos técnicos se obtienen como subproductos: el agua, el cual es utilizado especialmente para alimentación humana ya que compone un agradable refresco frío y refrescante que se dispone en todo instante, de la misma manera de los restos que queda se obtener el aceite; la parte dura, su ocupación primordial es para conseguir carbón vegetal; y el aserrín excedente es utilizado como abono orgánica en la agricultura. Con la fibra se elabora diferentes objetos útiles como: cucharas, mango de cuchillos, cucharones, juguetes, ceniceros o un botón, en una hebilla, en forma de combustible y mechas para lámparas de uso doméstico, copas y vasijas, en fin para diversos usos



Gráfico 36 El fruto
Fuente: Investigación propia

En la construcción se maneja la madera para la elaboración de casas, puentes y muebles. (Martínez & Costales, 2015)

El centro del tallo es consumida en forma de ensalada o bien cocinada. En el Ecuador es el conocido Palmito, con lo que realiza también el “ceviche de palmito” entre otros preparados que se han convertido en tradicionales (Judd, 1975)

Las hojas secas se utilizan para cestas y sombreros

En conclusión el cocotero tiene diversos usos y es una de las más aprovechadas por el hombre, ya que suministra desde leña para el fuego, madera y paja para casas, fibra y carbón para la manufactura, agua refrescante y pulpa acuosa de sus frutos, hasta pasta de copra para la alimentación animal y aceite de calidad para la alimentación humana.

Su contribución al medio ambiente y la conservación del mismo, es como regulador del clima y guardián de los suelos. (Martínez & Costales, 2015)

2.2.3. Investigación de zonas productivas en Manabí

La provincia de Manabí está ubicada en la parte interior de las costas ecuatorianas, limita con la provincia de Esmeraldas al norte, la provincia de Pichincha al este, la provincia de Santa Elena y Guayas al sur y este, y al oeste el Océano Pacífico. (Ecuale, 2010)



Gráfico 37 Ubicación de la provincia de Manabí

Fuente: Investigación Propia

Manabí cuenta con 24 cantones: Bolívar, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Jama, Jaramijó, Jipijapa, Junín, Manta, Montecristi, Olmedo. Paján, Pedernales, Pichincha, Portoviejo, Puerto López, Rocafuerte, Santa Ana, Sucre, San Vicente, Tosagua, y 24 de Mayo.



Gráfico 38 División cantonal provincia de Manabí
Fuente: Investigación Propia

La naturaleza es pródiga en Manabí, tiene varias montañas, ríos, lagos, cascadas, bosques secos tropicales y húmedos, y cuenta aproximadamente con 350 Kilómetros de playa. (Ecuale, 2010)

Solamente en la costa norte de Manabí desde Canoa hasta Cojimíes existen plantaciones a gran escala de cocoteros, mientras que el resto de la provincia plantaciones dispersas.

Esta provincia presenta gran cantidad de producción de diversas frutas tropicales debido a su ubicación geográfica, en la siguiente tabla se observa la variedad de cultivos y la cantidad de hectáreas plantadas.

Tabla 10

Principal Producción en Manabí (Hectáreas)

PRODUCTO	Hectáreas
Café	58.637
Cacao	52.577
Plátano	23.837
Banano	5.778
Maracuyá	4.310
Palma africana	1.047
Caña de azúcar otros usos	923
Achiote	855
Mandarina	838
Otros permanentes	833
Limón	555
Pimienta negra	544
Cocotero	396
Papaya	273
Naranja	200
Mango	192
Palmito	146
Piña	113
Abacá	100

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

Así, se tiene que los tres principales productos cultivados en esta provincia es el Café con 58637 ha., el Cacao con 52577 ha., y el Plátano con 23837 ha.

A penas la plantación de cocoteros en cultivos solo posee 396 ha., ubicándose en la décima tercera posición del total de la lista de los principales productos existentes en esta provincia. Como se puede observar en la ilustración a continuación.

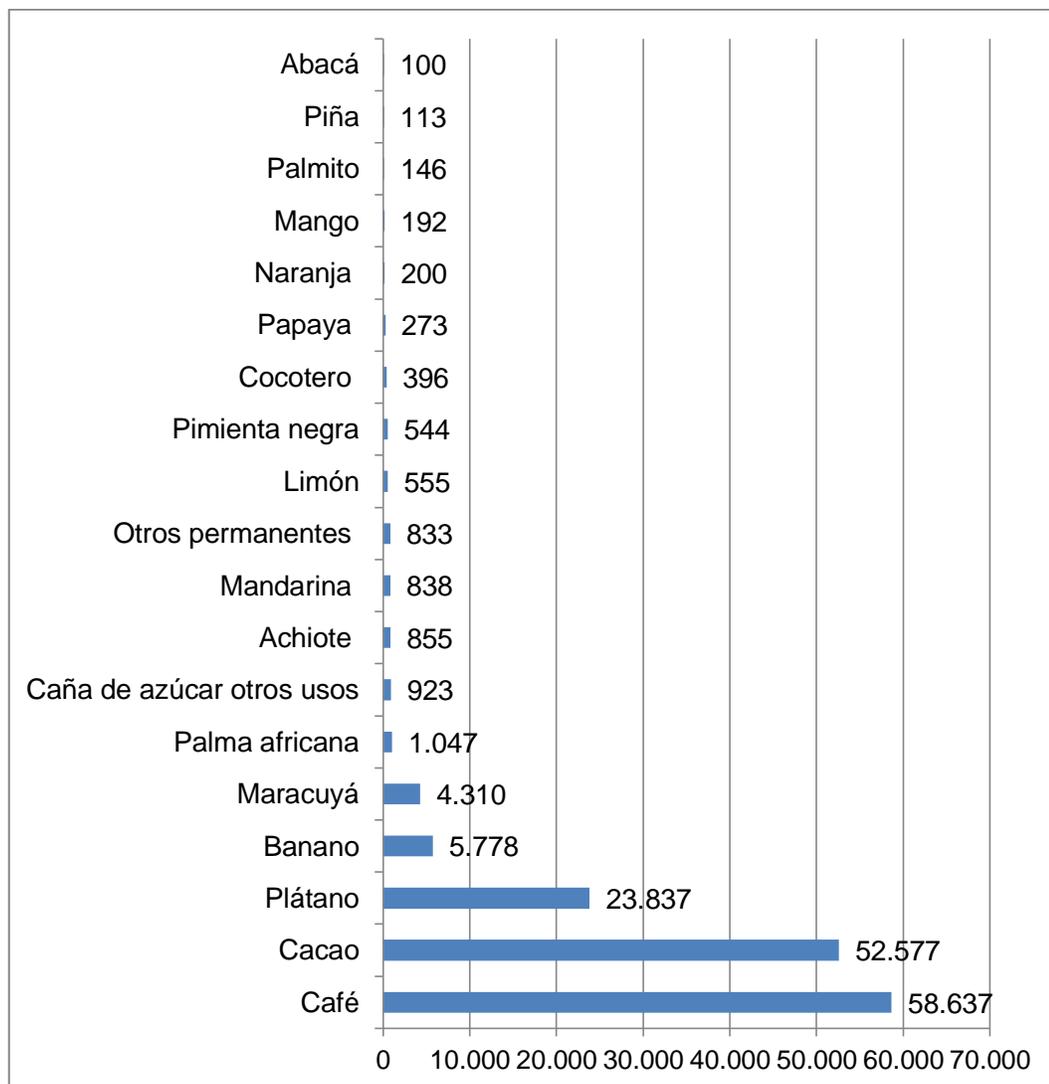


Gráfico 39 Principal Producción en Manabí (Hectáreas)

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

En lo concerniente al número de árboles dispersos, se tiene la siguiente tabla, en la que se observa que los tres principales cultivos por árboles esta el Banano (2.496.864), la Guaba (760.270 árboles) y el Plátano (70 2856 árboles). Muy por debajo quedaron las plantaciones que anteriormente había obtenido mayor relevancia en esta provincia, como son los casos del Café (537.273 árboles) y del Cacao (106.599 árboles)

Tabla 11

Número de Árboles Dispersos Manabí

CULTIVOS	NÚMERO DE ÁRBOLES
Banano	2.496.864
Guaba	760.270
Plátano	702.856
Naranja	542.572
Café	537.273
Mandarina	299.850
Otros árboles dispersos	260.945
Mango	155.875
Cacao	106.599
Aguacate	53.076
Papaya	44.724
Limón	29.161
Achiote	25.992
Piña	17.800
Maracuyá	16.891
Cocotero	13.316
Pimienta negra	1.918
Palma africana	23

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

En el caso particular del cultivo del cocotero, en la provincia de Manabí apenas presenta 13.316 árboles dispersos, posicionándose en décimo sexta casilla de la lista apenas por encima de la Pimienta negra (1.918 árboles) y de la Palma Africana (23 árboles), como se puede observar en la ilustración a continuación.

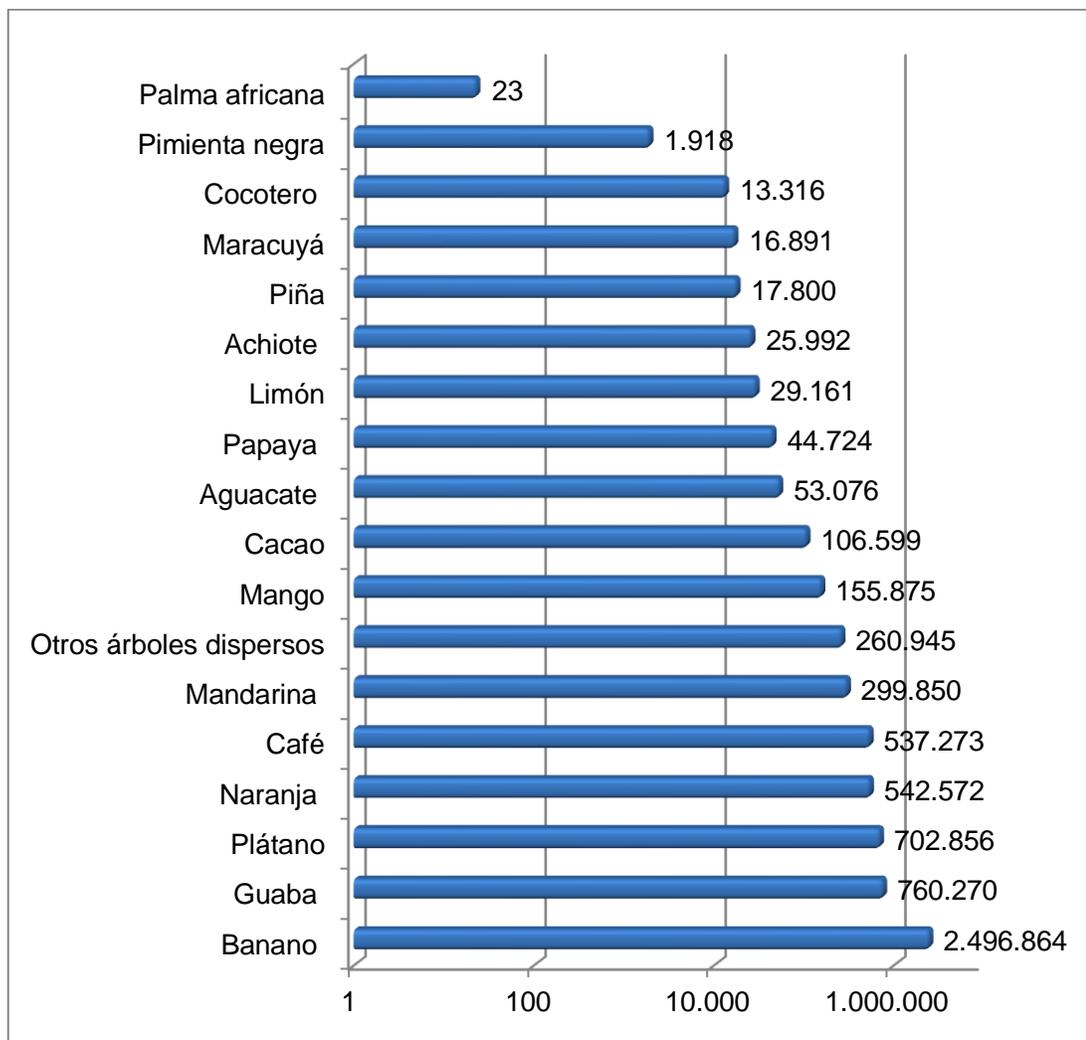


Gráfico 40 Número de Árboles (Manabí)

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca

Elaborado por: Autores

En las plantaciones de cocoteros el fenómeno que está relacionado con la pérdida de hectáreas es la sequía con un total de 24 ha.

2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS A LOS ELABORADOS CON LA FIBRA DE COCO EN EL MERCADO MUNDIAL

En el presente estudio de demanda se considera productos sustitutos, aquellos que satisfacen las mismas necesidades de los clientes que el producto que ofrece Quarktop. Y se ha considerado fundamental este estudio debido a la inexistencia de actividades comerciales de productos elaborados exclusivamente con fibra de coco.

2.3.1. Mercados importadores de productos sustitutos a los elaborados de fibra de coco

En el estudio de los mercados importadores de productos sustitutos, se ha tomado en cuenta las Reglas Generales para la interpretación de la Nomenclatura Arancelaria por lo que este estudio se ha elaborado por productos similares, este es el caso de :

- La partida 42.02.21.00.00 bolsos de mano (carteras), con la superficie exterior de cuero natural, de cuero regenerado, y
- La partida 65.04.00.00 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas (se consideró esta partida ya es el principal producto artesanal exportado por el Ecuador)

A continuación las listas de los principales países importadores de la partida 42.02.21 bolsos de mano (carteras) en cuanto al valor (Dólar Americano miles) y cantidades (toneladas o unidades)

La tabla siguiente muestra los principales países importadores por valor (miles de dólares americanos), como se puede observar en el 2013 el total importado fue de 10.286.613 miles de dólares americanos de todo el mundo, siendo un valor inferior al año anterior 2012 cuya operaciones sumaron

10.292.672 miles de dólares, es decir, una diferencia de 6.059 miles de dólares americanos

Tabla 12

Lista de los importadores por valor para el Producto: 420221 bolsos de mano

Unidad : Miles de Dólares Americanos

Importadores	valor importada en 2010	valor importada en 2011	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014
Estados Unidos de América	1.017.902	1.204.817	1.327.391	1.561.528	1.704.609
Hong Kong (China)	1.167.794	1.651.126	1.785.832	1.264.253	
Francia	552.496	854.007	1.072.026	995.862	1.120.706
China	231.425	448.989	590.863	651.625	
Reino Unido	406.455	516.919	540.106	629.488	672.593
Italia	402.476	566.512	576.241	616.644	
República de Corea	295.194	484.611	564.232	587.684	650.519
Singapur	224.793	312.162	342.951	453.804	
Japón	346.433	390.622	445.494	432.658	475.207
Los demás	2.012.603	2.871.717	3.046.377	3.093.067	1.411.711
Mundo	6.658.638	9.307.000	10.292.672	10.286.613	

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Para un mejor análisis se calcula la tasa de variación anual, en el cual se puede destacar que el 2011, China incrementó el 94% de su importaciones respecto al 2010, República de Corea el 64% y Francia el 55%, siendo el 2011 el año en que hubo un mayor incremento en las importaciones. De igual manera el 2012 presenta incrementos positivos en relación al 2011, siendo de la misma manera China obtuvo un incremento del 32%, seguido por República de Corea 16%, comprendiendo que estos países asiáticos han tenido relevancia en relaciones comerciales de este producto

Cabe destacar que Estados Unidos es el país que se posiciona como principal importador por valor monetario en los últimos 5 años teniendo un constante crecimiento en sus tasas de variación, como se puede apreciar en la ilustración a continuación

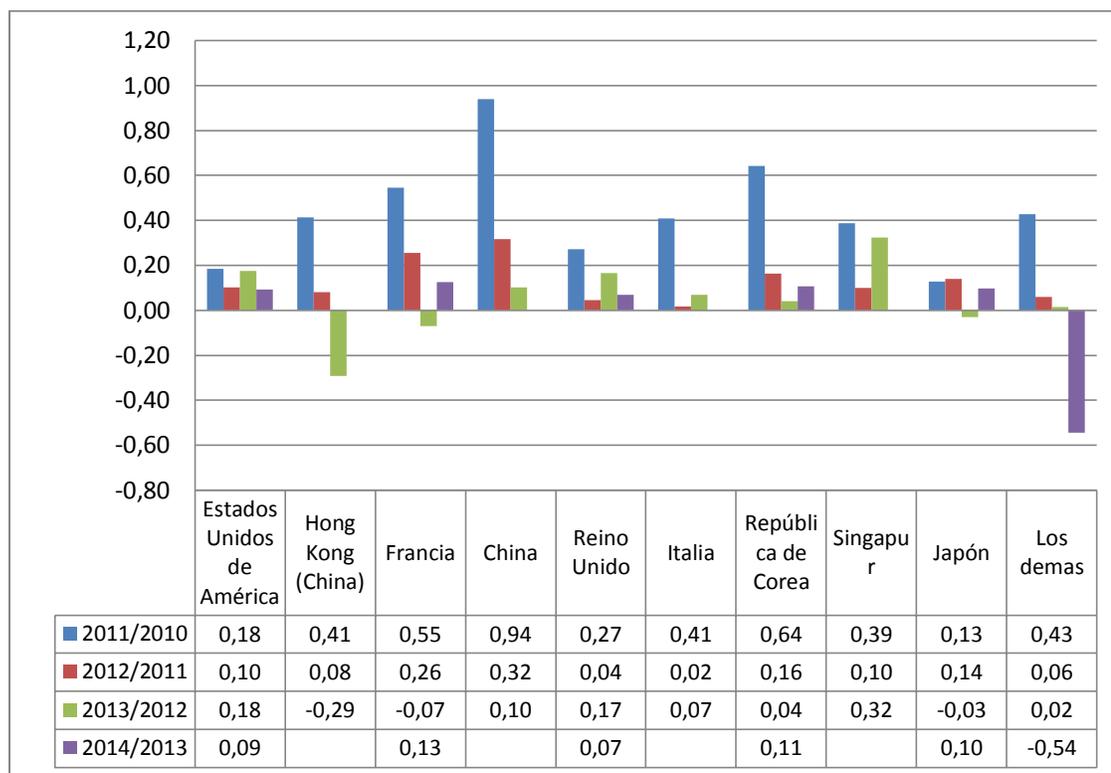


Gráfico 41 Principales países importadores de Bolsos de mano (tasa de variación anual-valor)

Fuente: TradeMap
Elaborado por: Autores

El otro indicador a tomarse en cuenta son las adquisiciones por cantidad, este indicador muestra de mejor manera el crecimiento de importaciones ya que en un análisis por valor monetario carece de la estabilidad debido a que la moneda está en constantes fluctuaciones cambiarias.

La siguiente lista muestra los principales países importadores por cantidad del producto Bolsos de mano (carteras) en los últimos 5 años, como se muestra en la tabla a continuación:

Tabla 13**Lista de los importadores por cantidad para el Producto: 420221 bolsos de mano**

Importador	2011		2012		2013		2014	
	cantidad importada	Unidad						
Singapur	1720431	Unidad	4410421	Unidad	44885792	Unidad	-	-
Estados Unidos de América	24354160	Unidad	26017201	Unidad	28471956	Unidad	28831432	Unidad
India	6090957	Unidad	5681554	Unidad	6012662	Unidad	-	-
Canadá	-	-	3367113	Unidad	3915176	Unidad	4323084	Unidad
Chile	635348	Unidad	386989	Unidad	3158018	Unidad	5065	Ton
Bélgica	-	-	2753379	Unidad	2923820	Unidad	-	-
Nepal	-	-	-	-	1227243	Unidad	-	-
Sudáfrica	1299397	Unidad	966749	Unidad	1186419	Unidad	783449	Unidad
México	1681199	Unidad	1701618	Unidad	934912	Unidad	577695	Unidad
Pakistán	480014	Unidad	486263	Unidad	689330	Unidad	-	-

Fuente: TradeMap**Elaborado por:** Autores

Como se muestra en la ilustración, Singapur es el principal país importador por cantidad en el 2013, además que ha presentado un significativo incremento en su tasa de variación anual, en el 2012 incrementó el 156% en sus operaciones en relación al año 2011, mientras que en el 2013 incremento 918% en relación al 2012.

Mientras que Estados Unidos a pesar que no haya presentado incrementos tan importantes en su tasa de variación anual, en todos los años su cantidad en unidades ha sido superior a los demás países (a excepción de Singapur en el 2013), en el 2012 muestra un incremento del 7% en relación al 2011, en el 2013 aumentó el 9% en relación al 2012 y en el 2014 acrecentó apenas un 1% en relación al 2013. Pero esto muestra que es una economía que se encuentra en constante crecimiento.

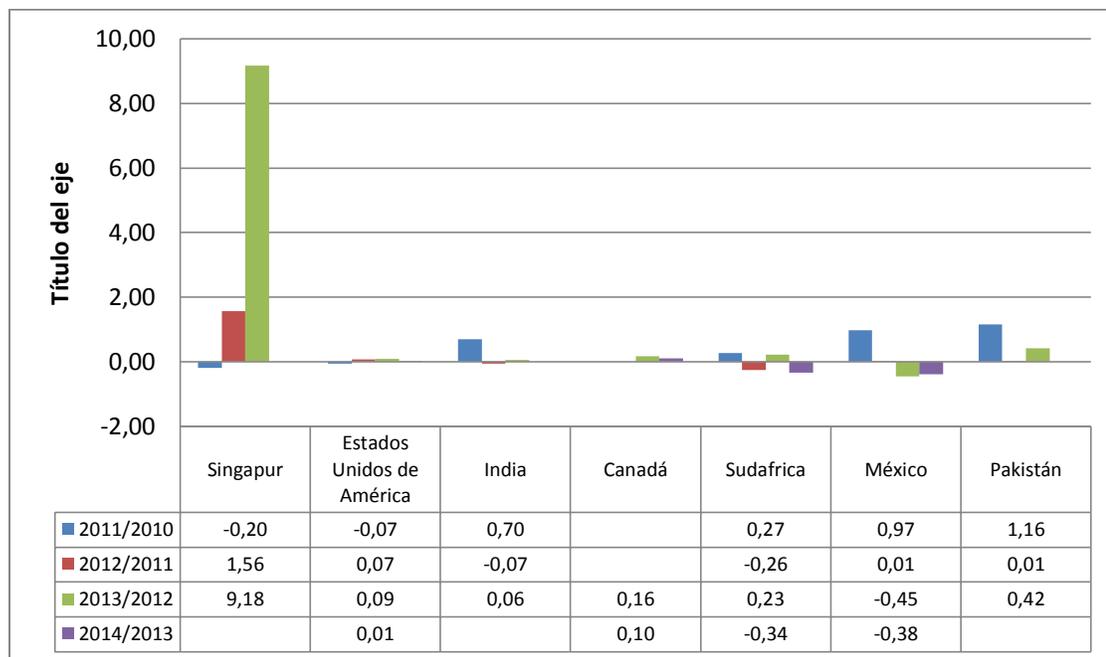


Gráfico 42 Principales países importadores de Bolsos de mano (tasa de variación anual-cantidad)

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

A continuación se muestra las listas de los principales países importadores de la partida 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas en cuanto al valor (Dólar Americano miles) y cantidades (toneladas o unidades)

Estados Unidos es el principal país importador de este producto durante los últimos 5 años en valores monetarios a pesar que desde el 2013 ha iniciado un decrecimiento en sus importaciones de este producto, de igual manera Japón es uno de los principales compradores, seguido por Reino Unido y Alemania, así:

Tabla 14**Lista de los importadores por valor para el Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas**

Unidad : Miles de Dólares Americanos

Importadores	valor importada en 2010	valor importada en 2011	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014
Estados Unidos de América	75140	101269	111885	105539	100645
Japón	32371	41150	43535	41012	42353
Reino Unido	19996	25052	18809	16190	15938
Alemania	8051	13870	15836	16101	-
Francia	11638	15613	13383	12190	15465
Australia	9733	9020	9324	11162	12538
España	7347	11329	11058	11073	12031
Canadá	4842	6423	7132	7475	8187
Italia	7031	7700	6098	6665	-
Federación de Rusia	1950	5733	27063	6420	-
Los demás	51866	68465	88659	95559	40967

Fuente: TradeMap**Elaborado por:** Autores

La tabla delante muestra las cantidades importadas de sombreros, como se aprecia en la tabla Estados Unidos, Sudáfrica y Japón son los principales países importadores, con 4890 ton. , 1437 ton. y 1230 ton. respectivamente en el 2014, así:

Tabla 15**Lista de los importadores para el Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas**

Importador	2010	2011	2012	2013		2014	
	cantidad importada, Toneladas			cantidad importada	Unidad	cantidad importada	Unidad
Estados Unidos de América	4453	5359	5493	5061	Toneladas	4890	Toneladas
Sudáfrica	583	1053	537	1628	Toneladas	1437	Toneladas
Japón	1221	1523	1356	1175	Toneladas	1230	Toneladas
Turquía	548	404	393	949	Toneladas	521	Toneladas
Reino Unido	977	1071	823	867	Toneladas	642	Toneladas
Namibia	28	49	194	842	Toneladas		
Tailandia	378	434	769	828	Toneladas	1502	Toneladas
España	653	820	728	811	Toneladas	742	Toneladas
Madagascar	14	4	6	742	Toneladas	19	Toneladas

Fuente: TradeMap**Elaborado por:** Autores

El gráfico a continuación muestra la tasa de variación que han tenido los principales países los últimos años, Estados Unidos es el principal país importado en el año 2011 desarrolló sus adquisiciones un 20%, en el 2012 un 3% y desde el 2013 empezó un decrecimiento, el 2013 redujo el 8% respecto al año 2012 y el 2014 el 3% con relación al 2013.

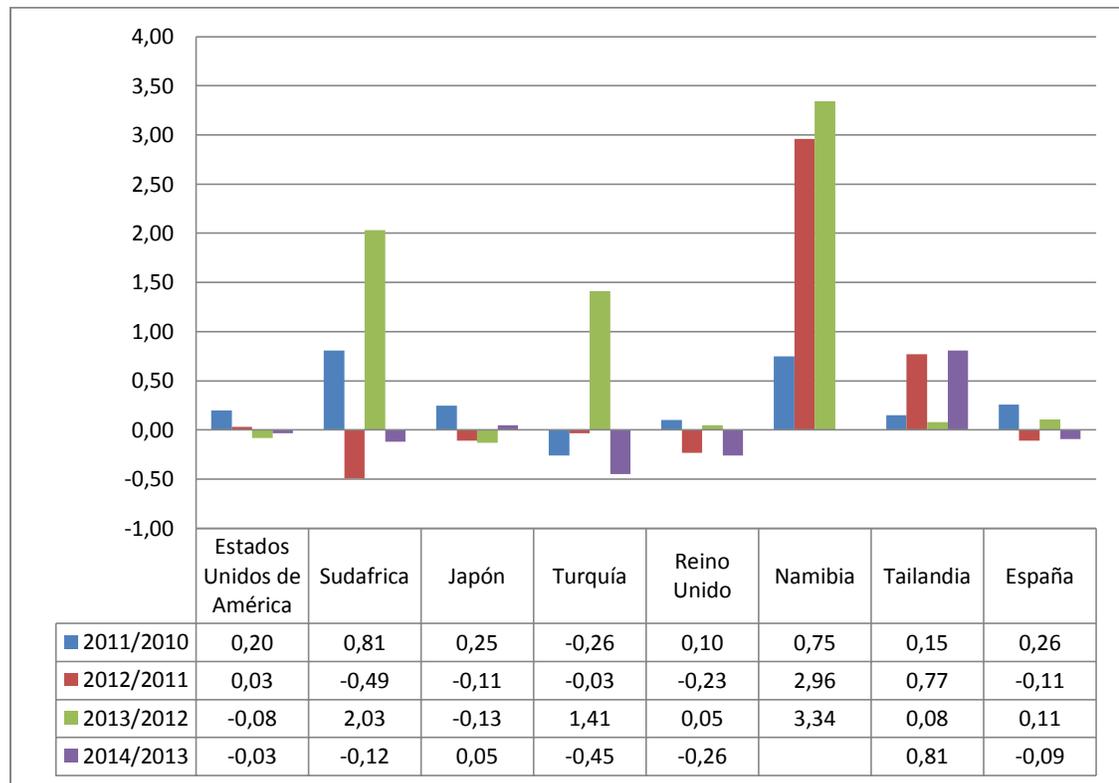


Gráfico 43 Principales países importadores de Sombreros (tasa de variación anual-cantidad)

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

2.3.2. Estudio de los precios de productos sustitutos a los elaborados de fibra de coco

Con propósitos de conocer mejor el mercado, la siguiente tabla muestra los precios unitarios de los principales países importadores de la partida 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero; así se tiene que:

Tabla 16

Lista de los principales importadores por valor unitario para el Producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero

Importador	2012		2013		2014	
	Valor unitario importada	Unidad	Valor unitario importada	Unidad	Valor unitario importada	Unidad
Estados Unidos de América	51	Dólar Americano/Unidad	55	Dólar Americano/Unidad	59	Dólar Americano/Unidad
Francia	125	Dólar Americano/Unidad	160442	Dólar Americano/Toneladas	163059	Dólar Americano/Toneladas
Reino Unido	67938	Dólar Americano/Toneladas	64490	Dólar Americano/Toneladas	93067	Dólar Americano/Toneladas
República de Corea	169745	Dólar Americano/Toneladas	190251	Dólar Americano/Toneladas	210116	Dólar Americano/Toneladas
Japón	265967	Dólar Americano/Toneladas	235268	Dólar Americano/Toneladas	238918	Dólar Americano/Toneladas
Suiza	164848	Dólar Americano/Toneladas	192032	Dólar Americano/Toneladas	206542	Dólar Americano/Toneladas
España	63414	Dólar Americano/Toneladas	69474	Dólar Americano/Toneladas	74538	Dólar Americano/Toneladas
Australia	69058	Dólar Americano/Toneladas	101278	Dólar Americano/Toneladas	109	Dólar Americano/Unidad
Canadá	39	Dólar Americano/Unidad	41	Dólar Americano/Unidad	488	Dólar Americano/Docena
Tailandia	112	Dólar Americano/Unidad	212	Dólar Americano/Unidad	109	Dólar Americano/Unidad
Malasia	103	Dólar Americano/Unidad			120	Dólar Americano/Unidad
Turquía	237789	Dólar Americano/Toneladas	273410	Dólar Americano/Toneladas	279961	Dólar Americano/Toneladas
México	26	Dólar Americano/Unidad	52	Dólar Americano/Unidad	96	Dólar Americano/Unidad

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Tailandia está dispuesta a pagar \$112 dólares americanos en el 2012 por unidad de este producto. Mientras que Francia gastaría \$125 dólares

americanos en el 2012. Malasia solventaría \$120 dólares americanos por unidad en el 2014, convirtiéndose en el país que más pagaría por unidad en ese año

Turquía y Japón son los dos países que más han estado dispuestos a pagar por tonelada de este producto, llegando a solventar \$237.789 dólares americanos y \$265.967 dólares americanos por tonelada en el 2012, de igual manera \$273.410 dólares americanos y \$235.268 dólares americanos por tonelada en el 2013 y \$279.961 dólares americanos y \$238.918 dólares americanos por tonelada en el 2014, respectivamente.

La siguiente tabla muestra la lista de los principales importadores en valor unitario en dólares americanos del producto 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas, de los últimos 5 años. Estados Unidos (\$20.582 por tonelada), Japón (\$34.433 por tonelada), y Reino Unido (\$24.826 por tonelada) son los países que presenta mayores adquisiciones.

Tabla 17

Lista de los principales importadores por valor unitario del Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas

Importador	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas				2014	
	2010	2011	2012	2013	Valor unitario importada	Unidad
Estados Unidos de América	16874	18897	20369	20853	20582	Dólar Americano/Toneladas
Japón	26512	27019	32105	34904	34433	Dólar Americano/Toneladas
Reino Unido	20467	23391	22854	18674	24826	Dólar Americano/Toneladas
Francia	-	19839	-	26850	24984	Dólar Americano/Toneladas
Australia	-	12669	9296	15568	2,89	Dólar Americano/Unidad
España	11251	13816	15190	13654	16214	Dólar Americano/Toneladas
Canadá	-	19824	-	27083	31	Dólar Americano/Docena
Brasil	3628	4669	5831	5848	4675	Dólar Americano/Toneladas
Sudáfrica	5184	3808	8423	2751	3002	Dólar Americano/Toneladas
México	-	19855	-	27137	1,56	Dólar Americano/Unidad

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Francia también es uno de los principales países que ha importado este producto, lastimosamente presenta vacíos en los años 2010 y 2012, pero es un país que también debe tomarse en cuenta ya que en el 2014 pagó por importación \$24.984 dólares americanos por tonelada.

Como se puede apreciar en la ilustración, el país que paga más por tonelada es Japón, en el 2010 pagó \$26.521 dólares americanos por tonelada, en el 2011 desembolsó \$27.019 dólares americanos por tonelada, en el 2012

gastó \$32.105 dólares americanos por tonelada, y en el 2014 solventó \$34.433 dólares americanos por tonelada de estos bienes.

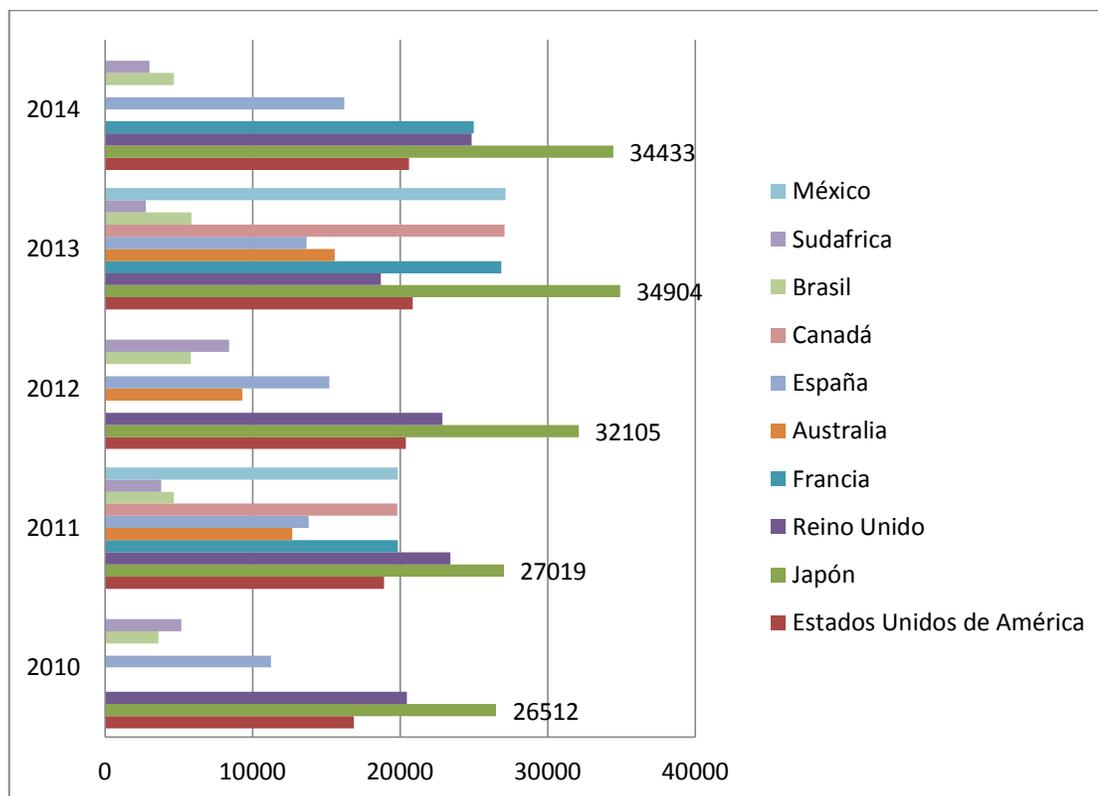


Gráfico 44 Principales importadores por Valor unitario de Sombreros (Dólar/Tonelada)

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

2.4. ESTUDIO DE LA OFERTA DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE FIBRA DE COCO A NIVEL MUNDIAL

El presente estudio de la oferta permite apreciar de mejor manera a los países productores, los mismos que se convierte en la competencia que tendría directamente Quarktop y el Ecuador

2.4.1. Principales productores de fibra de palma de coco

Siguiendo las Reglas Generales para la interpretación de la nomenclatura arancelaria, la fibra del tallo de la palma de coco se clasifica en la partida: 530500 Coco, abacá, ramio y demás fibras textiles vegetales no expresadas ni comprendidas en otra parte, en bruto o trabajadas, pero sin hilar; estopas y desperdicios de estas fibras

Como se puede observar en la siguiente tabla los tres principales países exportadores de estas fibras son India, Sri Lanka, Viet Nam y Brasil

Tabla 18

Lista de los exportadores por valor para el Producto: 530500 Coco, abacá, ramio y demás fibras textiles vegetales

Unidad : Miles de Dólares Americanos

Exportadores	valor exportada en 2010	valor exportada en 2011	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014
India	64457	106483	114462	136907	-
Sri Lanka	96565	115078	112380	111556	-
Viet Nam	30340	35639	29556	29362	-
Brasil	21030	30723	32483	29000	54130
Kenya	6	16147	16693	17987	-
Tailandia	15752	15881	15414	14577	18193
Ecuador	13149	12911	16997	13935	-
Indonesia	9223	16644	15206	7854	-
Madagascar	4153	4915	6147	6817	7346
Los demás	21991	25195	25665	28779	11385

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Además, se puede apreciar que Kenya en el año 2011 incrementó sus exportaciones un 269017% en relación al 2010 (ya que de \$6 mil aumentó a \$16.147 miles de dólares)

La India es el principal exportador de esta fibra y ha permanecido en constante crecimiento, en el 2011 aumentó sus remesas el 65%, en el 2012 el 7% y en el 2013 el 20%, siempre en base de su año anterior

En el caso de Ecuador en el 2011 disminuyó sus exportaciones 2% en relación al año 2010, en el 2012 aumentó dicho valor 32% en relación al 2011 y volviendo a descender 18% en el año 2013

La tabla a continuación muestra la lista de los principales exportadores del Producto: 530500 fibras vegetales en toneladas los últimos 5 años, se puede notar que Madagascar con 740.123 ton., India 640.778 ton., y Sri Lanka con 231.158 ton. Son los principales en el 2013. Mientras que Ecuador apenas exportó 9.438 ton. en el mismo año.

Tabla 19

Lista de los principales exportadores por cantidad para el Producto: 530500 Coco, abacá, ramio y demás fibras textiles vegetales

Exportadores	cantidad exportada, Toneladas				
	2010	2011	2012	2013	2014
Madagascar	7541	57208	6905	740123	7406
India	106335	437846	482197	640778	-
Sri Lanka	301412	311256	310860	231158	-
Viet Nam	50052	-	-	100254	-
Tailandia	53078	41578	51420	53990	56755
Brasil	30475	39100	36133	29707	40640
Indonesia	31777	46865	46178	25827	-
Kenya	10	13461		12330	-
Ecuador	11075	9665	11067	9438	-
Países Bajos (Holanda)	5550	5881	7454	7768	-

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

De igual manera en la tasa de variación anual se puede apreciar con gran énfasis el caso de Kenya, en el año 2011 alcanzó un incremento en sus exportaciones de estas fibras 134510%.

Ecuador presenta tasas de variación poco relevantes así fue que en el 2011 disminuyó sus remesas 13% respecto al 2010, en el 2012 incrementó dichas toneladas 15% respecto al 2011, en el 2013 contrajo sus toneladas 15% respecto al 2012.

La siguiente tabla presenta el valor unitario exportado en dólares americanos sobre la tonelada, se observa que en la lista se presenta que Suiza (\$73.750 dólares americanos por tonelada), Suecia (\$5.342 dólares americanos por tonelada), y Estados Unidos (\$2.153 dólares americanos por tonelada), son los países que han presentado un mayor precio unitario por tonelada en el 2014.

Tabla 20

**Lista de los principales exportadores por valor unitario del Producto:
530500 Coco, abacá, ramio y demás fibras textiles vegetales**

Unidad : Miles de Dólares Americanos

Exportadores	Valor unitario exportada, Dólar Americano/Toneladas				
	2010	2011	2012	2013	2014
Suiza	3500	3000	11000	78500	73750
Suecia	5965	7045	6100	5761	5342
Estados Unidos de América	2685	2677	2259	2273	2153
Canadá	1038	1467	1300	1929	1593
Brasil	690	786	899	976	1332
España	738	1016	1044	1234	1009
Madagascar	551	86	890	9,21	992
Malasia	234	378	280	483	333
Tailandia	297	382	300	270	321
México	215	229	291	177	254

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Suiza, en el 2012 incrementó su valor unitario por tonelada 267% respecto al 2011, igualmente en el 2013 agrandó su valor unitario por tonelada 614% respecto al 2011.

2.4.2. Mercados exportadores de productos sustitutos a los elaborados de fibra de coco

En el estudio de los mercados exportadores de productos sustitutos, debido a la carencia de importaciones productos elaborados a base de fibra de coco se ha tomado en cuenta las Reglas Generales para la interpretación de la Nomenclatura Arancelaria por lo que este estudio se ha elaborado por productos similares, el caso de:

- La partida 42.02.21.00.00 bolsos de mano (carteras), con la superficie exterior de cuero natural, de cuero regenerado, y
- La partida 65.04.00.00 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas

Una vez expuesto lo anterior, se explica que la siguiente tabla muestra los principales países exportadores de bolsas de mano en la que se encuentra China (93.333 ton.), Italia (13.237 ton.), España (5.543 ton,) y Francia (3.731 ton.), como los tres primeros

Tabla 21

Lista de los exportadores por cantidad para el Producto: 420221 bolsos de mano con la superficie exterior de cuero natural, de cuero

Exportadores	Cantidad exportada Toneladas				
	2010	2011	2012	2013	2014
China	84762	82619	81748	93333	-
Italia	8029	9853	12179	13237	--
España	822	1121	1246	5543	1481
Francia	8004	14504	-	3731	4175
India	1951	3090	2430	2456	-
Indonesia	1664	1915	1644	1759	-
Alemania	1317	1487	1464	1734	-
Reino Unido	568	1633	896	1134	1022
Turquía	644	790	899	1078	1323
Países Bajos (Holanda)	140	547	794	956	-

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

En el análisis de la tasa de variación anual en cantidad que obtuvieron los principales exportadores de bolsos de mano se puede destacar el caso de España, el mismo que incrementó en el 2013 el porcentaje de exportaciones 345% respecto al año 2012

Países bajos (Holanda) también presenta un porcentaje elevado de incremento en sus exportaciones, en el 2011 aumentó un porcentaje de 291% respecto a la cantidad exportada en el 2010. De igual manera Reino Unido facturó 188% en el 2011 más que en el 2010.

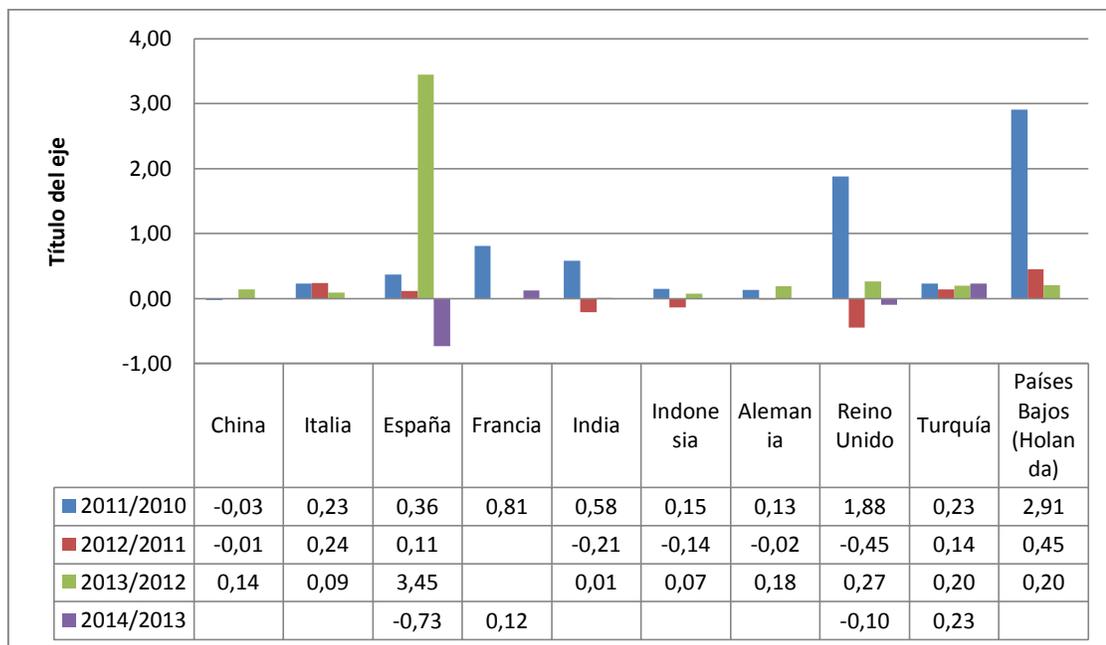


Gráfico 45 Principales países exportadores de Bolsos de mano (tasa de variación anual-cantidad)

Fuente: TradeMap
Elaborado por: Autores

De la misma manera la siguiente tabla muestra la lista de los principales exportadores por valor en dólares americanos para los bolsos de mano.

Tabla 22**Lista de los exportadores por valor para el Producto: 420221 bolsos de mano con la superficie exterior de cuero natural, de cuero**

Unidad : Miles de Dólares Americanos

Exportadores	valor exportada en 2010	valor exportada en 2011	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014
Italia	1795598	2749696	3112217	3691173	-
China	1338190	1721597	1797317	2242252	-
Francia	1012437	1522757	1763273	2094750	2376478
India	246728	324452	333014	394380	-
España	91708	134396	144019	217250	244215
Reino Unido	87627	138170	140238	166012	176011
Estados Unidos de América	109880	119739	123792	143128	173922
Alemania	92849	153104	118560	140380	-
Viet Nam	12427	19086	42673	138854	-
Los demás	2054921	2829038	2918520	1131780	421987

Fuente: TradeMap**Elaborado por:** Autores

Italia, China y Francia son los países que más valor en dólares americano han exportado los bolsos, sus remesas han permanecido en constante crecimiento, es decir con tasa de crecimiento positivas en los últimos años, Italia (53%,13% y 19% respectivamente), China (29%, 4% y 25% respectivamente) y Francia (50%, 16%, 19% y 13% respectivamente) como se puede observar en la ilustración a continuación.

El caso más notorio de incremento de tasa de variación anual es la que presenta Viet Nam, este país incrementó sus exportaciones en el 2011 el 55% de las facturaciones de este producto alcanzadas en el 2010, en el 2012 sorprendentemente exportó 124% más de lo enviado en el 2011 y en el 2013 agrandó esa variación registrando incrementos 225% respecto al 2012.

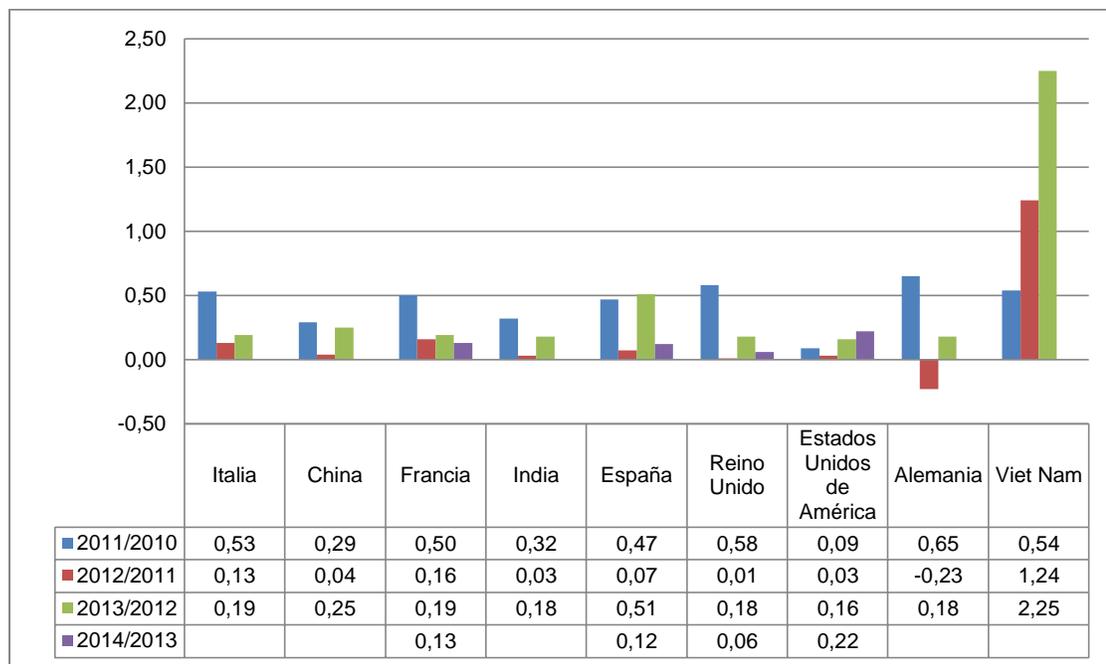


Gráfico 46 Principales países exportadores de Bolsos de mano (tasa de variación anual-valor)

Fuente: TradeMap
Elaborado por: Autores

En el caso del segundo producto sustituto que son los Sombreros de la partida 650400, en la tabla a continuación se muestra la lista de los principales exportadores por cantidad (toneladas o unidades)

China, Madagascar y Viet Nam son los principales países exportadores en lo concerniente a cantidades por toneladas de sombreros. China en el 2013 facturó 13.056 ton., seguido por Madagascar con 8.246 ton. Y Viet Nam con 625 ton.

Tabla 23

Lista de los exportadores por cantidad para el Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas

Exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	Unidad
	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada	
China	10629	13517	13504	13056	-	-
Madagascar	73	91	91	8246	83	Toneladas
Viet Nam	149	465	-	625	-	-
Estados Unidos de América	271	321	481	561	445	Toneladas
México	318	351		415	4563464	Unidad
República Dominicana	-	-	258	297	-	-
Reino Unido	153	142	186	250	-	-
España	97	162	211	231	201	Toneladas
Italia	222	158	262	222	-	-
India	15	156	188	203	-	-

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Es notable el caso de Madagascar en el año 2013 incrementó sus envíos 89.86 veces en su cantidad. Mientras que China en el 2011 mejoró dichas toneladas un 27% respecto al año 2010, pero en los años 2012 y 2013 disminuyó 0.1% y 3% respectivamente en relación a sus años anteriores.

Caso contrario es Estados Unidos, en los últimos 5 años ha permanecido en un constante crecimiento en sus exportaciones, así es en el 2011 creció 18%, en el 2012 un 50%, en el 2013 un 17%, lastimosamente para el 2014 sus remesas disminuyeron 21%

En lo relacionado al valor por exportación, la lista presenta los principales remitentes de la partida 650400 sombreros, en la cual China (\$206.453 miles de dólares en el 2013), Italia (\$21.749 miles de dólares en el 2013) y México (\$19.491 miles de dólares en el 2013) corresponden como los tres más

importantes. Cabe recalcar que la existencia de Ecuador en esta lista como uno de los países que más valor en dólares exporta (\$6.037 miles de dólares en el 2013)

Tabla 24

Lista de los exportadores por valor para el Producto: 650400 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas

Unidad : Miles de Dólares Americanos

Exportadores	valor exportada en 2010	valor exportada en 2011	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014
China	138573	202723	214667	206453	-
Italia	19530	23911	23626	21749	-
México	12732	15113	16665	19491	19682
Estados Unidos de América	8548	10051	16324	16059	15720
Alemania	5496	8589	8116	9780	-
Reino Unido	6650	7779	8211	8078	8155
Ecuador	3369	5052	5317	6037	-
España	2352	3560	4388	5277	5301
Viet Nam	5959	20013	14894	4772	-
Los demás	27458	35601	43134	41353	16190

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

Es considerable el alto índice de crecimiento en el caso de Viet Nam, el cual en el 2011 incrementó su valor exportado 236% en relación a las remesas adquiridas en el 2010.

De los tres principales países exportadores (China, Italia y México), México es el único que no presenta una tasa de variación negativa es así que en el 2011 creció su valor 19% respecto al año anterior, en el 2012 ascendió su valor 10% respecto al año anterior, en el 2013 subió su valor 17% respecto al año anterior y en el 2012 progresó su valor 1% respecto al año anterior.

En el caso de Ecuador mantuvo de igual manera desarrollo constante en el 2011 creció su valor 50% respecto al año anterior, en el 2012 subió su valor 5% respecto al año anterior y en el 2013 ascendió su valor 14% respecto al año anterior.

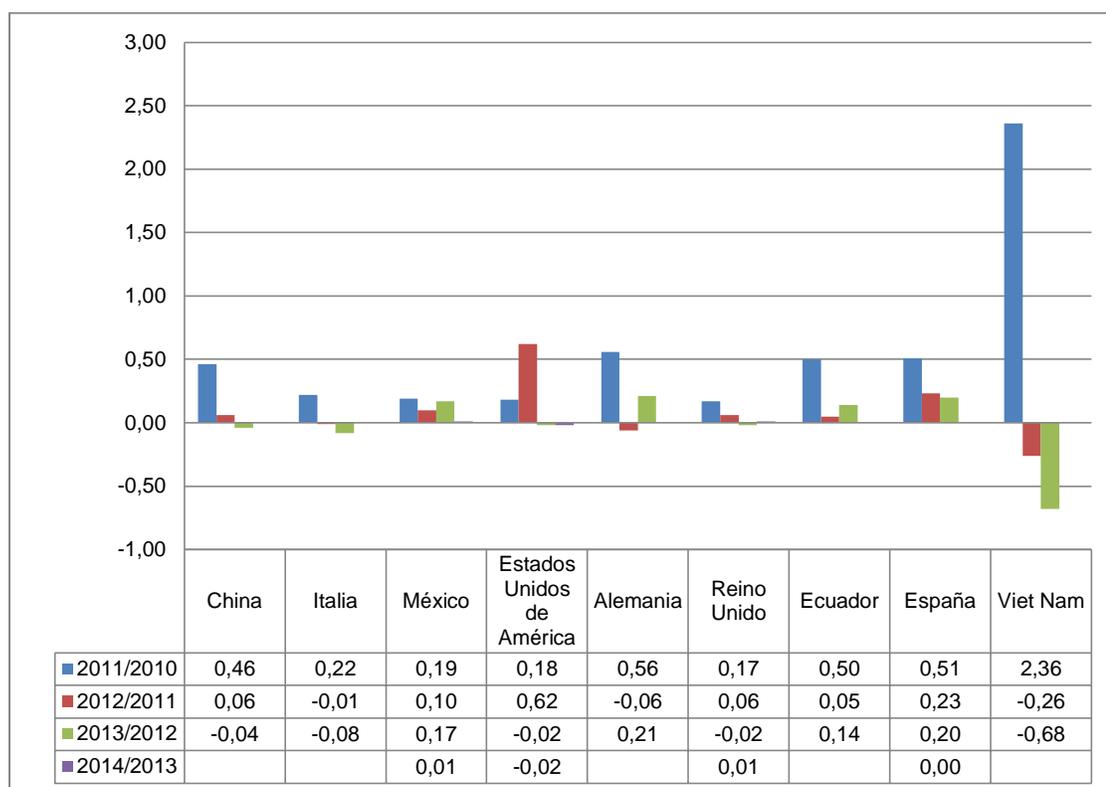


Gráfico 47 Principales países exportadores de Sombreros (tasa de variación anual-valor)

Fuente: TradeMap
Elaborado por: Autores

2.5. MERCADO OBJETIVO

Luego de toda la investigación de mercados relacionada a países importadores y países exportadores (toneladas y valor en miles de dólares), permite tener algunos datos para la determinación del mercado objetivo.

No obstante para una mejor determinación del mismo se analiza más a fondo como ha actuado el mercado importador para los determinados productos ecuatorianos: (650400 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos y 420221 Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado), en los últimos cinco años.

En el caso del primer producto fue Francia el principal importador del producto, con un FOB \$4.971,56 miles de dólares representando el 17,83%, seguido por Estados Unidos con un FOB igual a \$4.718,82 miles de dólares simbolizando al 16,92% y Alemania con \$3.545,25. Sin embargo se puede apreciar que el primer importador por toneladas es Estados Unidos con 107,78 ton.

Respecto al segundo producto Estados Unidos es el principal importador con \$460,58 miles de dólares que representa al 48,68%, seguido por Alemania con un valor importado de \$308,79 miles de dólares y por último España con \$70,13 miles de dólares.

Tabla 25**Principales países importadores por producto seleccionado desde Ecuador (2010-2015)**

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	PAÍS	TONELADAS	FOB - DÓLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
6504000000	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de cualquier material incluso guarnecidos	FRANCIA	45.50	4,971.56	17.83
		ESTADOS UNIDOS	107.78	4,718.80	16.92
		ALEMANIA	43.18	3,545.25	12.71
TOTAL PARTIDA :			376.41	27,897.96	
4202210000	Bolsos de mano (carteras) incluso con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	ESTADOS UNIDOS	11.09	460.58	48.68
		ALEMANIA	1.66	308.79	32.64
		ESPAÑA	5.82	70.13	7.42
TOTAL PARTIDA :			25.91	946.29	

Fuente: Banco Central del Ecuador**Elaborado por:** Autores

Una vez analizadas todas las estadísticas posibles, se concluye que los mercados potenciales más opcionales son Estados Unidos, Francia y Alemania, por lo que se procede con el análisis PESTEL de estos países

Estados Unidos es uno de los países más grandes del mundo. Su capital es Washington D.C. Estados Unidos se divide en 50 Estados y un distrito federal que es Washington D.C. (Distrito de Columbia). Cada uno de estos estados están subdivididos en diversos condados, que son la menor unidad administrativa del país.

Factor político.- Los dos principales partidos políticos son el Partido Republicano y el Partido Demócrata, que domina la escena política por lo que algunos consideran el sistema de este país como una democracia bipartidista. Otros partidos de menor importancia son el Partido Verde, el Partido de la Constitución y el Partido Libertario. Sin embargo prácticamente no tienen

representatividad en virtud de que el partido Demócrata y el Republicano tienen más del 95% de la representación territorial (Antonorsi, 2012)

Las disputas en el Congreso de Estados Unidos entre representantes demócratas y republicanos dictaron la cancelación de las preferencias arancelarias ATPDEA y SGP, y para el 12 de febrero del 2011 los exportadores comenzaron a pagar aranceles por producto que ingrese a puerto (marítimo o terrestre) de hasta el 35% dependiendo del caso para ingresar al mercado norteamericano.

Factor económico.- Después de un primer trimestre del 2015 de crecimiento negativo, influido primariamente por elementos atmosféricos, la economía estadounidense retornó a su período de incremento más fuerte y alargada de la era pos-crisis. Debido a esta dinámica recuperación, la cifra de aumento estimada del año cumplido se ubica entre 2.3 y 2.5%, lo cual es menor a la expectativa que fue de 3% que se tenía a inicios del año, pero superior a 2.2% asentado en el 2013. De igual manera la aceleración de la economía en los últimos tres trimestres — en el cual se evidencio un crecimiento promedio estimado de 3.5%— y la fuerte recuperación en los niveles de creación de empleo confirman que la economía por fin ha entrado a ciclo de crecimiento. (López-Dóriga Ostolaza, 2015)

En esta etapa, la expansión es inducida por diferentes elementos entre los que destacan: La dinámica recuperación en la creación de empleo; el retorno a la recuperación del consumo; a una mayor inversión del sector privado; la recuperación del sector inmobiliario y el restablecimiento en la perspectiva fiscal. (López-Dóriga Ostolaza, 2015)

No obstante, el desarrollo de los salarios en términos reales está muy debajo de lo observado en otros períodos de recuperación, el contexto es que

la masa salarial ha estado creciendo por encima de 3% anual en términos reales. (López-Dóriga Ostolaza, 2015)

El consenso de expectativas anticipa que la economía en EU debería crecer cerca de 3% en el 2015 en comparación con 2.3-2.5% en el 2014. Este escenario anticipa que, una vez concluido el programa de inyecciones de liquidez en el 2014, la Reserva Federal (Fed) inicie un ciclo de regulación en la tasa de interés a mediados del 2015. (López-Dóriga Ostolaza, 2015)

Factor Social.- Según publicaciones de Pew Hispanic Center, y en el Buró del Censo, los ecuatorianos en Estados Unidos eran 591 mil en el año 2008. (Rivas Zambrano, 2010)

En Estados Unidos la tasa de desempleo hasta marzo del 2015 fue de 5.5%, según el Departamento del Trabajo. El dígito se colocó debajo de la media, es decir, de 269 mil nuevos vacantes mostrado durante el anterior año y fue la menor desde diciembre de 2013. (Blanding G., 2015)

Aunque la tasa de desocupación ha disminuido mucho más vertiginoso de lo anticipado, las siguientes causas podrían afectar en la decisión de la Fed de no ser tan agresivo en la regulación de la política monetaria: la fortaleza del dólar y el desplome en los precios del petróleo favorece a que la inflación se conserve por debajo de la meta de la Fed; el agotamiento de la actividad económica en el resto del mundo asumirá un impacto perjudicial en la evolución de las exportaciones y por ende de la economía de Estados Unidos; a pesar de la rebaja en la tasa de desempleo, el crecimiento de los sueldos ha sido débil y la tasa de participación —es decir los que están buscando trabajo— ha disminuido, por lo que aún no hay presiones en el mercado laboral. (López-Dóriga Ostolaza, 2015)

Factor tecnológico.- esta además mencionar, Estados Unidos es uno de los principales países en el desarrollo de investigación científica y tecnológica, fomentando siempre en mejores prácticas de industrialización

Francia.- Es el país con mayor superficie de Europa y se extiende desde el mar del Norte hasta el Mediterráneo. Su paisaje es muy diverso, con montañas alpinas al este y al sur. Entre ellas se encuentra el Mont Blanc (4.810 m), el pico más alto de Europa occidental. Sus principales socios de exportación e importación son Alemania, Bélgica e Italia.

Factor político.- Francia es miembro precursor del Mercado Común, de la Comunidad Económica Europea y de la Unión Europea. (Ministerio Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, 2015)

De igual manera es miembro fijo del Consejo de Seguridad y del resto de organismos de la Organización de las Naciones Unidas. Como tal, cumple las acciones para la paz y de protección de los derechos humanos en todo el globo.

Francia ayuda al desarrollo, apoyando los diversos programas de la Organización de las Naciones Unidas en este ámbito. La ayuda oficial al desarrollo ha escalado a 9100 millones de euros en 2007, es decir, el 0,5% de su Producto Interno Bruto. (Ministerio Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, 2015)

Factor Económico.- El producto interior bruto de Francia en 2014 ha crecido un 0,4% respecto al 2013. En 2014 la cifra del PIB fue de €2.142.022 millones, con lo que esta economía es la sexta en el ranking mundial del PIB. El valor absoluto del PIB en Francia creció €28.335 millones respecto a 2013. (Expansion, 2014)

El PIB Per cápita de Francia en 2014 fue de 32.400€, 300€ mayor que el de 2013, que fue de 32.100€. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2004 cuando el PIB per cápita en Francia era de 27.300. (Expansión, 2014)

Si se ordena los países en función de su PIB per cápita, Francia se encuentra en buen lugar en cuanto al nivel de vida de sus habitantes, ya que ocupa el puesto número 21 del ranking. (Expansión, 2014)

Factor social.- Francia ha receptado a 7.500 ecuatorianos en censos hechos en 2005 y 2010. Según el Ministerio de Asuntos Exteriores la protección social es una de los más eficaces del mundo, su contribución representó el 31,2% del PIB de Francia en 2004, y van en enteramente en aumento. (Ministerio Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, 2015)

Además que asume el pago a jubilados, el gasto sanitario; es decir, la Cobertura Médica Universal (CMU), la cual funciona desde el 2000. (Ministerio Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, 2015)

Factor Tecnológico.- La inversión interna de investigación y desarrollo (DIRD) fue de €38000 millones en 2006, lo que corresponde al 2,26% del PIB, capitalizado en un 52,5% por el presupuesto del Estado que asegura la actividad de todos los centros de investigación; el sector privado financia el 47,5%, principalmente en el campo de la investigación aplicada. (Ministerio Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, 2015)

Alemania está ubicada en el centro de Europa y forma parte de la Unión Europea. (La Guia, 2008)

Factor político.- El jefe de gobierno es el llamado Canciller, el cual es elegido por mayoría absoluta en la Asamblea Federal, este estará a cargo por

un periodo de cuatro años. El Canciller ejerce el poder ejecutivo. Los Ministros Federales son designados por el presidente siguiendo los lineamientos del Canciller. (Banco Santander S.A, 2015)

El jefe de Estado es el Presidente, designado por la Convención Federal para un mandato de cinco años. La función del presidente es esencialmente ceremonial. (Banco Santander S.A, 2015)

La potestad legislativa en Alemania es bicameral, es decir; el congreso está formado por dos cámaras: la Asamblea Federal o cámara baja y el Consejo Federal o cámara alta. (Banco Santander S.A, 2015)

Factor Económico.- El producto interior bruto de Alemania en 2014 ha crecido un 1,6% respecto a 2013 que fue del 0,1%. En 2014 el dígito del PIB fue de €2.903.790 millones, ubicando a Alemania como la cuarta economía en el ranking de los 183. El valor absoluto del PIB creció €94.310 millones respecto a 2013. (Expansión, 2014)

El PIB Per cápita de Alemania en 2014 fue de 35.200€, 1.000€ mayor que el de 2013, que fue de 34.200€. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2004 cuando el PIB per cápita en Alemania era de 27.500.

Si se ordena los países en función de su PIB per cápita, Alemania se encuentra número 17 del ranking en cuanto al nivel de vida de sus habitantes.

Factor Social.- Según datos del Control de Registro de Extranjeros de la Oficina Federal de la Administración al 2006, residen legalmente en Alemania 4533 ecuatorianos/as asentados principalmente en Hamburgo, Baviera, Renania del Norte-Westfalia, Baden-Württemberg y Hessen

Según pronósticos publicados el lunes 23 de marzo 2015. El Instituto de Investigación de Empleo (IAB) indicó que el número de personas con trabajo crecerá en 350.000 hasta un nuevo máximo de 43 millones. (Deutsche Welle, 2015)

Además, la cifra de desempleados se desplomará hasta los 2,79 millones. Por tal motivo y el aumento del trabajo será evidente y beneficiará sobre todo al sector público, educación y salud. (Deutsche Welle, 2015)

Según el centro de investigación de la Agencia Federal de Empleo, el producto interno bruto (PIB) crecerá 1,9% en 2015. (Deutsche Welle, 2015)

Factor Tecnológico.- Alemania es un líder mundial en innovación que cuenta con universidades de primera nivel e instituciones de investigación, conjuntamente de primordiales industrias de ingeniería, informática y fabricación. (Comision Europea, 2012)

Según el Centro de información alemana, son 6 las ramas en los cuales Alemania es innovador: tecnología enfocado al medio ambiente, ingeniería basada en producción con menos consumo de recursos, tecnología de transporte, es decir; más ligeras, más eficientes y eléctricas, *tecnología médica*, *nanotecnología* principalmente marcapasos de diminutas dimensiones y *biónica* para aprender de la naturaleza (Comision Europea, 2012)

Una vez realizado un pequeño estudio de estos tres países (Estados Unidos, Francia y Alemania), se presenta la tabla de decisión, así tenemos que:

Tabla 26**Tabla de Decisión Mercado**

Factores	Ponderación	Estados Unidos		Francia		Alemania	
		Calificación	Result.	Calificación	Result.	Calificación	Result.
PIB	0,20	4	0,80	3	0,60	4	0,80
Tamaño	0,15	5	0,75	2	0,30	3	0,45
Crecimiento	0,05	5	0,25	3	0,15	4	0,20
Precio	0,10	5	0,50	4	0,40	4	0,40
Barreras Arancelarias	0,15	3	0,45	5	0,75	5	0,75
Calidad	0,10	4	0,40	5	0,50	5	0,50
Capacidad	0,10	5	0,50	4	0,40	3	0,30
Idioma	0,15	4	0,60	3	0,45	1	0,15
Total Ponderado	1,00	35	4,25	29	3,55	29	3,55

Elaborado por: Autores

En la Tabla de Decisión se ha ponderado a Estados Unidos con 4 correspondiente al *PIB* debido a un crecimiento relativo para el primer trimestre del 2015 y se estima que la cifra de crecimiento estimada del año completo se ubicará entre 2.3 y 2.5%; respecto al *tamaño* 5 pues presenta un gran número de migrantes ecuatorianos (591 mil personas en el 2008), en cuanto al *crecimiento* se le otorga el mismo valor por representar el principal socio comercial del Ecuador; al *precio* de igual forma; *barreras arancelarias* con 3, debido a la cancelación de preferencias arancelarias ATPDEA y SGP; *calidad* con 4, ya que el producto se ajusta a las especificación de la tendencia de compra de los estadounidense; *capacidad* con 5, por el número de toneladas importadas por el país de productos sustitutos como son bolsas de mano y sombreros de paja toquilla y por último el idioma 4 debido al conocimiento relativo del mismo.

En el caso de Francia, en cuanto al *PIB* recibe la ponderación de 3 debido al poco índice de crecimiento obtenido (0.1% para el 2014 en relación al 2013); en cuanto al *tamaño* le corresponde una ponderación de 2 debido a que el número de inmigrantes ecuatorianos es poca (7500); en *crecimiento* 3,

considerando la situación económica actual del países; *precio* con 4; *barreras arancelarias* con 5 justificando la aplicación de acuerdos bilaterales entre la Unión Europea y el Ecuador; *calidad* con 5 referido a las tendencias de consumo de productos ecológicos; la *capacidad* 4 por el número de toneladas importadas por el país de productos sustitutos como son bolsas de mano y sombreros de paja toquilla y por último el *idioma* 3 debido al mediano conocimiento del mismo.

Finalmente Alemania, en cuanto al *PIB* con 4 respecto a su crecimiento de 1.6% para el 2014; en su *tamaño* recibe un 3 debido a la poca residencia de ecuatorianos en Alemania; en *crecimiento* 4 evidenciado por la situación económica simplemente de Alemania; *precio* con 4; *barreras arancelarias* con 5, justificado por igualmente por el acuerdo bilateral actual entre Ecuador y las Unión Europea; *calidad* 5 referido a las tendencias del mercado; *capacidad* 3 con un total importado; y por último el *idioma* con 1 debido al poco conocimiento del mismo.

Una vez analizado el análisis “*Pestel*” se selecciona un único mercado objetivo que será Estados Unidos, cabe recalcar que a pesar de todo lo determinando anteriormente QUARKTOP jamás debe abandonar la posibilidad de abrir su mercado y diversificar sus exportaciones hacia el mercado europeo (Francia, Alemania y España).

Una vez determinado el mercado objetivo se realiza un estudio más detallado del mismo: Estados Unidos

2.5.1. Generalidades del mercado objetivo

Capital:	Washington D. C.
Ciudad más poblada:	Nueva York
Idioma oficial:	Ingles
Forma de gobierno:	República federal constitucional
• Presidente	Barack Obama
• Vicepresidente	Joe Biden
Órgano legislativo:	Congreso de los Estados Unidos

Superficie	Puesto 4.
• Total	9 371 174 km ²
• Agua (%)	2,2
Población total	Puesto 3.
• Censo	316 017 000 hab. (2013)
• Densidad	34,28 hab./km ²
Moneda	Dólar estadounidense (\$, USD)
Miembro de:	OEA, ONU, OTAN, APEC, OCDE, OSCE, TLCAN, G-8, G-20, Cons. Seguridad ONU4

Estados Unidos Está dividido administrativamente en 50 estados y 1 distrito, además comprende una serie de dependencias territoriales en el océano Pacífico y en el mar de las Antillas, así como el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.



Gráfico 48 Organización Territorial de Estados Unidos

Fuente: Investigación Propia

El perfil del consumidor

El segmento de mercado en Estados Unidos es muy diverso, esto se debe a que el comportamiento del consumidor se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. Sin embargo, la crisis ha cambiado drásticamente la conducta de los consumidores, que ahora están aprendiendo a vivir sin los bienes y servicios de altos costos además se observa que cada vez hay mayor conciencia de que el ecosistema terrestre no logra sobrellevar el derroche rápido e ilimitado de los recursos naturales.

La tabla muestra la distribución de la población de las principales ciudades de Estados Unidos, así se puede observar en donde está ubicado mayoritariamente el posible mercado objetivo

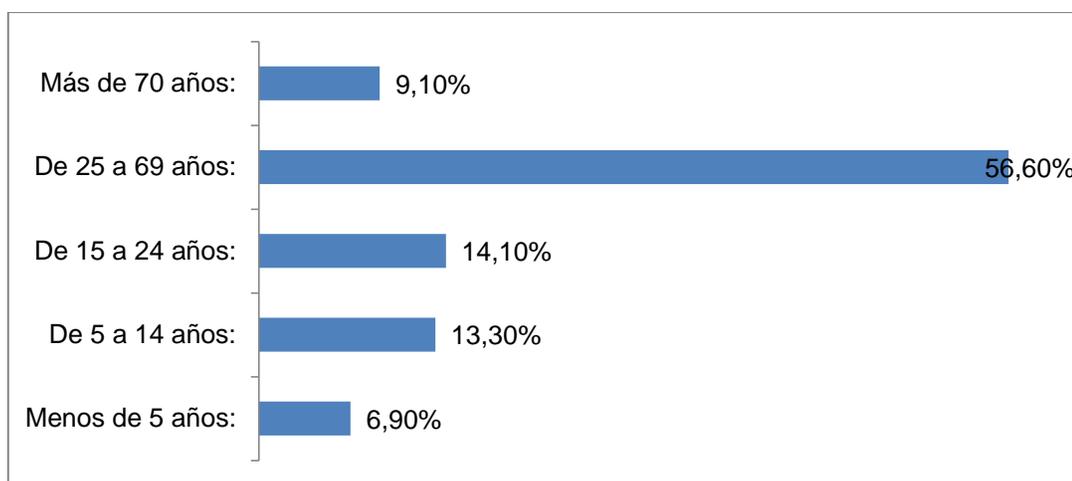
Tabla 27**Principales Ciudades de Estados Unidos**

CIUDADES	POBLACIÓN
Ciudad de Nueva York, Nueva York	8.244.910
Los Ángeles, California	3.819.702
Chicago, Illinois	2.707.120
Houston, Texas	2.145.146
Philadelphia, Pensilvania	1.536.471
Phoenix, Arizona	1.469.471
San Antonio, Texas	1.359.758
San Diego, California	1.326.179
Dallas, Texas	1.223.229
San José, California	967.487

Fuente: World Factbook – Est. Julio 2014

Elaborado por: Autores

Otro factor imprescindible a tomarse en cuenta, es la distribución por edades de la población, esta valoración permite mostrar que la mayoría de la población es decir; los habitantes de entre los 25 a 69 años, representa el 56.60% del total de la población, siendo estas edades del mercado los posibles nuevos clientes para Quarktop

**Gráfico 49 Distribución de la población por edades**

Fuente: Export Entreprises S.A.

Elaborado por: Autores

Como dato adicional, es la respuesta a la pregunta de ¿en qué productos o servicios los consumidores estadounidenses gastan mayoritariamente?

Debido a la naturaleza de productos que Quarktop ofrece, y a la ilustración a continuación, estas manufacturas se las puede clasificar como “Ropa y calzado”, siendo este un gasto habitual y constituyendo una necesidad fisiológica representa el 3.5% de los gastos de consumo que los estadounidenses realizan

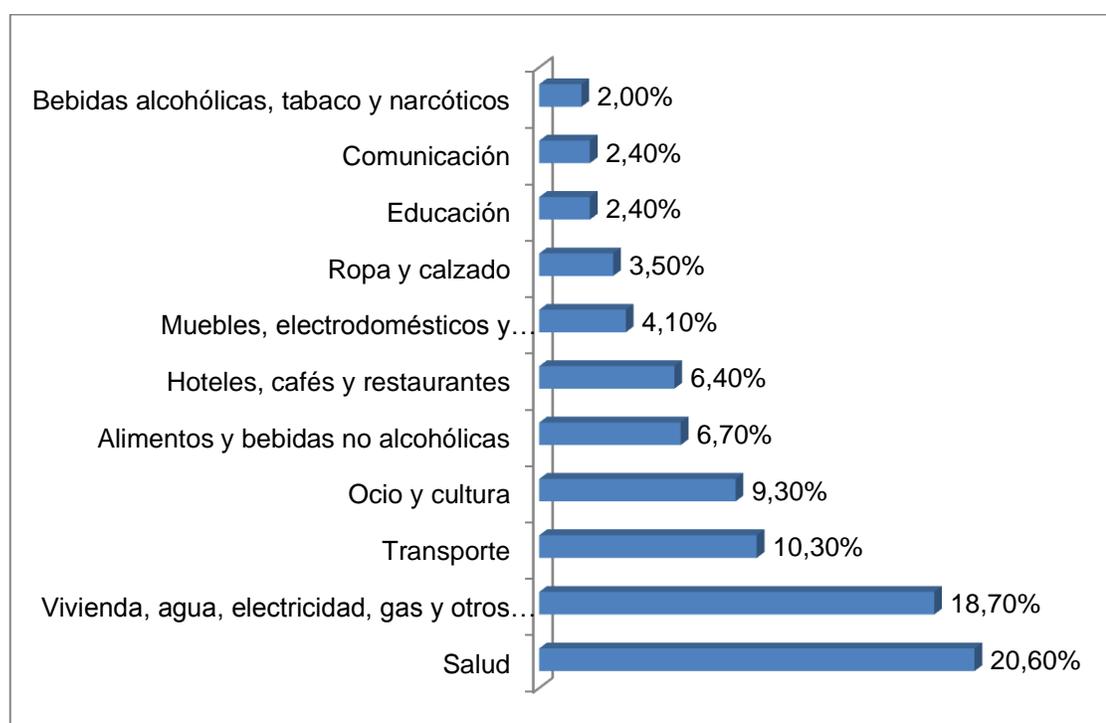


Gráfico 50 Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales

Fuente: Export Entreprises S.A.

Elaborado por: Autores

2.5.2. Principales proveedores

La tabla a continuación muestra la lista de los mercados proveedores para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero importado por Estados Unidos de América, como se puede

observar China es el principal país exportador en los últimos 5 años, con una tasa de variación anual promedio de 6%, seguido por Italia (26%) y Francia (12%)

Tabla 28

Lista de los mercados proveedores para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero importado por Estados Unidos de América

Unidad : Miles de Dólares Americanos

Exportador	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor total importado	Tasa variación anual promedio
China	611945	642840	705368	702071	3214680	0,06
Italia	306829	331046	443339	533409	1832578	0,26
Francia	146248	175598	204600	190200	839993	0,12
Viet Nam	18646	47078	73054	110109	266112	0,67
España	11500	13037	19621	23613	78973	0,22
India	24173	21091	19862	23213	113082	-0,01
Indonesia	21762	25380	20174	22127	108460	0,05
Filipinas	623	5168	9918	22086	38108	2,61
Rumania	3582	4387	7957	12861	32743	0,39
Los demás	59515	61764	57633	64916	291522	0,09

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

De igual manera como puede observar en la ilustración, grafica de pastel, China representa el 47,16% de las importaciones para el producto: 420.221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero. Italia representa el 26,89%, mientras que Francia el 12,32%. Siendo estos tres países los principales proveedores para Estados Unidos de este producto.

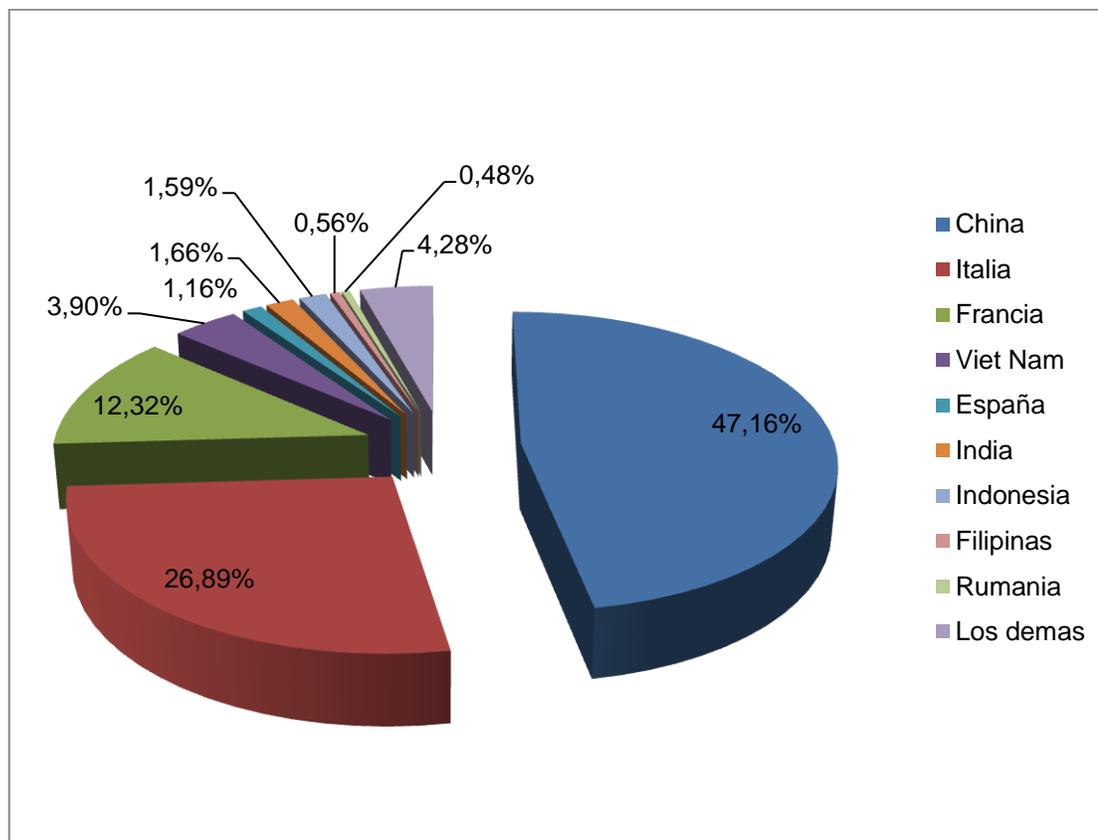


Gráfico 51 Valor de importación por Estados Unidos (2010-2014) para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero.

Fuente: TradeMap
Elaborado por: Autores

La tabla siguiente muestra la lista de los mercados proveedores para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras importado por Estados Unidos de América, como se puede observar China es el principal país exportador en los últimos 5 años, con una tasa de variación anual promedio de 9%, seguido por México (12%) e Italia (3%). En el caso particular del Ecuador ha tenido una variación anual promedio estos últimos 5 años de 39%

Tabla 29

Lista de los mercados proveedores para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras importado por Estados Unidos de América

Unidad : Miles de Dólares Americanos

Exportador	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor total importado	Tasa variación anual promedio
China	77446	84593	77875	72504	367840	0,09
México	13077	15328	17228	17609	74615	0,12
Ecuador	965	1181	1719	2002	6423	0,39
Italia	1732	2254	1786	1643	8963	0,03
Taipei Chino	2147	1797	1550	1081	8088	-0,05
Viet Nam	1172	1486	974	1043	5921	-0,02
Hong Kong (China)	563	663	299	843	2663	0,59
Sri Lanka	983	1391	1305	841	5421	0,02
Colombia	854	892	989	832	4289	0,04
Los demás	2323	2296	1815	2245	10238	0,13

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

De igual manera como puede observar en la ilustración, grafica de pastel, China representa el 74,39% de las importaciones para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras. México representa el 15,09% e Italia el 1,81%. Siendo estos tres países los principales proveedores para Estados Unidos de este producto.

En el caso de Ecuador representa el 1,30% del total importado de Estados Unidos de este producto.

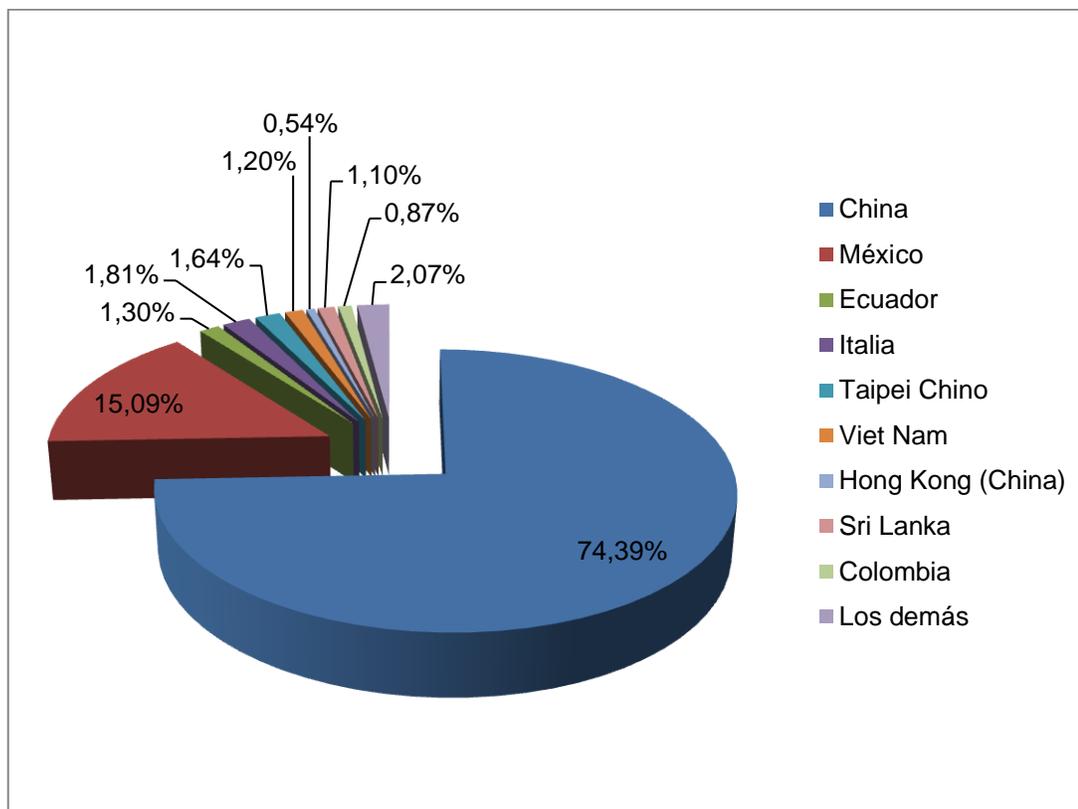


Gráfico 52 Valor importado para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras por Estados Unidos de América (2010-2014)

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Autores

2.5.3. Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos

A continuación, la siguiente tabla muestra en detalle la adquisición de Estados Unidos los últimos 5 años, referente a los productos de la partida: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier material, incluso guarnecidos, desde Ecuador, además de la tasa de variación anual.

Tabla 30

Valor exportado por Ecuador hacia Estados Unidos para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras (FOB – DÓLAR y tasa de variación anual)

Miles de dólares

Partida	Descripción NANDINA	Año	FOB - Dolar	Variación
		2010	404,01	-
		2011	887,45	1,20
6504000000	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier	2012	883,42	-0,005
		2013	1057,71	0,20
		2014	1664,51	0,57

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

En el gráfico siguiente se muestra la evolución que ha tenido las exportaciones hacia Estados Unidos solamente de los productos de la partida 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras, así se tiene que en el 2014 se exportó \$1.664,51 miles de dólares

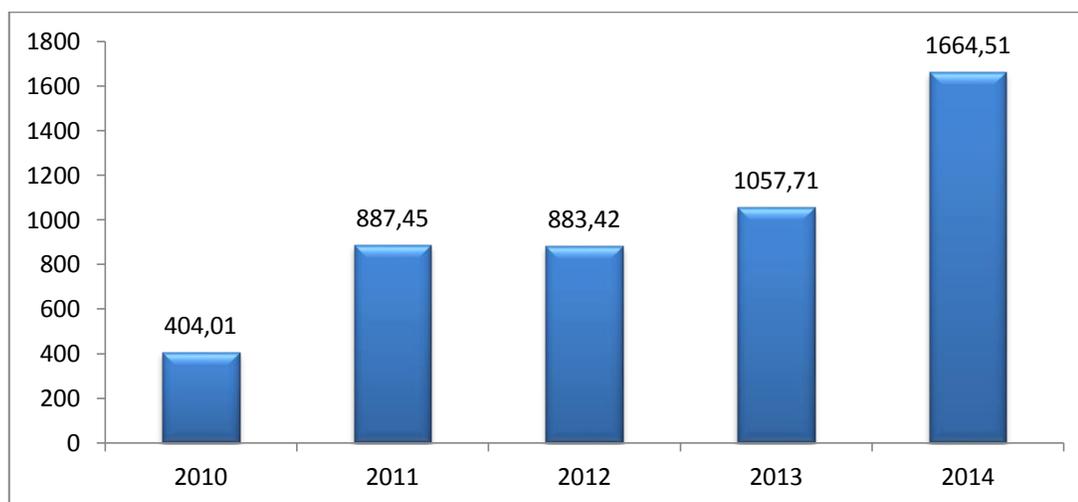


Gráfico 53 Valor exportado por Ecuador hacia Estados Unidos para el producto: 6504 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras (FOB – DÓLAR)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

La siguiente tabla muestra en detalle la adquisición de Estados Unidos los últimos 5 años, referente a los productos de la partida: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero regenerado, desde Ecuador, además de la tasa de variación anual.

Tabla 31

Valor exportado por Ecuador hacia Estados Unidos para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero (FOB – DÓLAR y tasa de variación anual)

Miles de dólares

Partida	Descripción NANDINA	Año	FOB - Dólar	Variación
		2010	87,7	-
4202210000	Bolsos de mano (carteras) con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	2011	48,31	-0,45
		2012	108,64	1,25
		2013	116,79	0,08
		2014	101,09	-0,13

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

En el gráfico siguiente se muestra la evolución que ha tenido las exportaciones hacia Estados Unidos solamente de los productos de la partida 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero regenerado, así se tiene que en el 2014 se exportó \$101,09 miles de dólares

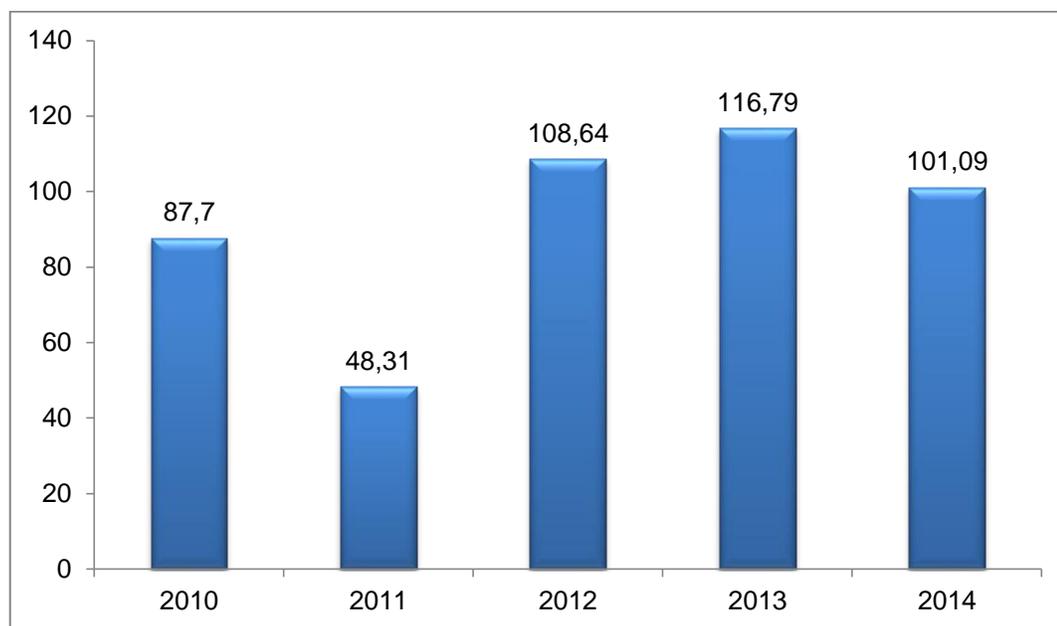


Gráfico 54 Valor exportado por Ecuador hacia Estados Unidos para el producto: 420221 bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero regenerado (FOB – DÓLAR)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

CAPITULO III

PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN

3.1. OBTENER EL RUC

Este es una herramienta que tiene por objeto registrar e identificar a los contribuyentes con fin tributario y suministrar información a la Administración Tributaria; es decir al Servicio de Rentas Internas (SRI). Es prescindible para el contribuyente porque con esto realiza legalmente sus acciones económicas y así cumplir con sus obligaciones tributarias. (FUNDAPI, 2013)

3.1.1. Requisitos para obtener el RUC como Artesanos

Para comenzar con el proceso de exportación la empresa deberá obtener el RUC para Artesanos puesto que debe tener un registro artesanal en Exporta fácil, siendo así un requisito indispensable. Para lo cual se acude al Servicio de Rentas Internas (SRI) con la documentación que se señala a continuación:

- Certificado de Calificación Artesanal
- Original y copia a color de la cédula vigente.
- Original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.

Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o,
- Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o,
- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Como primer paso Quarktop debe obtener el Ruc artesanal y para eso debe contar con el certificado de calificación artesanal y para ello necesita: (JNDA, 2015)

3.2. REGISTRO ÚNICO ARTESANAL

Para que la empresa pueda acceder a todos los beneficios que el portal de Exporta Fácil brinda, debe tener un registro artesanal en el Ministerio de Industrias y Productividad y para ello debe realizar el siguiente proceso: (MIPRO, 2014)

1. Se ingresa al portal web del Ministerio de Industrias y Productividad



Gráfico 55 Portal Web

Fuente: Ministerio de Industria y Productividad

Elaborado por: Autores

- Ingrese al sistema que dice RUA(Registro Único Artesanal) y digite el RUC o RISE



Gráfico 56 Registro Único Artesanal
Fuente: Ministerio de Industria y Productividad
Elaborado por: Autores

- El sistema se conectara con el SRI para así validar la información económica y datos personales.
- Ingresar al correo electrónico que consta en el SRI y verificar la recepción del correo enviado por el Ministerio de Industrias y Productividad.
- Una vez abierto su correo electrónico haga clic en el enlace proporcionado para autenticar el registro artesanal.

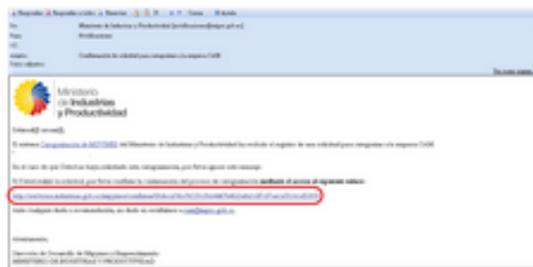


Gráfico 57 Enlace para Registro Artesanal
Fuente: Ministerio de Industria y Productividad
Elaborado por: Autores

6. Completar los campos especificados en el formulario.

Gráfico 58 Formulario

Fuente: Ministerio de Industria y Productividad

Elaborado por: Autores

7. Detallar una lista con el valor estimado de cada una de las herramientas y/o maquinaria que son utilizadas en el proceso productivo artesanal.

Gráfico 59 Detalle de Valores

Fuente: Ministerio de Industria y Productividad

Elaborado por: Autores

8. Adjuntar un archivo con fotografías en formato PDF que evidencien los siguientes aspectos:

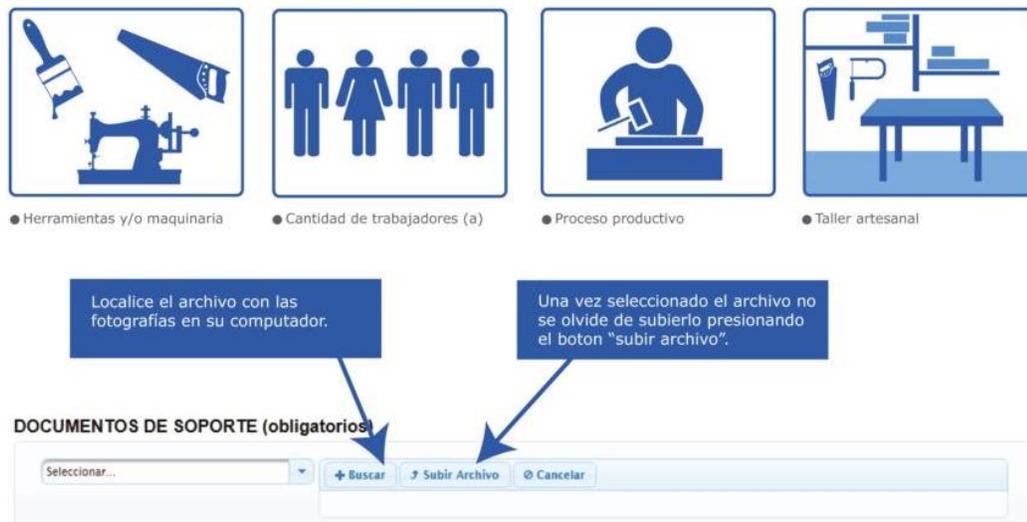


Gráfico 60 Fotografías de Evidencia
Fuente: Ministerio de Industria y Productividad
Elaborado por: Autores

9. Una vez completado con el proceso automáticamente el registro se enviara a la cuenta de correo electrónico.

3.3. REGISTRARSE EN EL PORTAL DE EXPORTA FÁCIL

Por ser una herramienta simplificado, efectivo, ágil y económico de exportaciones por medio de envíos postales, que está encaminado a promover el transporte de productos de artesanos, micro, pequeños y medianos empresarios, y actores de la economía popular y solidaria a los diversos mercados internacionales. (Exporta Fácil, 2011)

Para los artesanos que no tienen la posibilidad de realizar producción en bruto es de gran ayuda porque abre las puertas al mercado exterior, de manera fácil e inmediata y puedan así generar liquidez. La empresa Quarktop elige este sistema para enviar sus productos al mercado objetivo, por lo cual a continuación se ira detallando paso a paso el registro de Quarktop en Exporta Fácil.

Una vez obtenido el RUC, se procede a registrarse en la página de EXPORTA FACIL

Este sistema consta de 3 fases que son obligatorias para registrarse, la primera fase es registrar todos los datos acerca de la empresa, ingresando el número de RUC automáticamente se detallaran los datos en todos los campos menos en el nombre del representante legal porque no es obligatorio, y otro campo que se debe llenar es el de correo electrónico ya que es necesario.

En el gráfico 61 se muestra la primera fase con todos los campos que se deben llenar.

1) Datos Empresa		2) SubPartidas Arancelarias	3) Ingrese Usuario
Los campos marcados con (*) son obligatorios			
* RUC	<input type="text"/>	Ingrese solo Numeros como tiene en su RUC	
* RAZON SOCIAL	<input type="text"/>	No Puede ser vacio	
NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL			
* DIRECCION	<input type="text"/>		
* PROVINCIA	<input type="text"/>		
* CIUDAD / POBLACION	<input type="text"/>		
* CORREO ELECTRONICO	<input type="text"/>	Ingrese una direccion mail valida	
TELEFONO	<input type="text"/>		
<i>Si usted desea actualizar los datos que constan en los campos no editables, debe actualizar la información de su RUC en el SRI, este sistema carga automáticamente esos datos.</i>			

Gráfico 61 Datos de la Empresa en el Sistema Exporta Fácil

Fuente: Exporta Fácil

Elaborado por: Autores

Luego de haber ingresado la información de la empresa, se sigue con la con la fase 2 donde se coloca la Partida Arancelaria, primero se debe ingresar la partida que contiene 4 dígitos, como se muestra en el gráfico 62.

1) Datos Empresa 2) SubPartidas Arancelarias 3) Ingrese Usuario

Productos del Proveedor

IMPORTANTE: Seleccione las partidas arancelarias de su producto a exportar. Por favor asegurese de seleccionar su Partida arancelaria con 10 dígitos.

Buscar en el Clasificador

Digite los primeros 4 números de la Subpartida o una descripción de la partida Ej: bananas

Agregar Arancel 

Gráfico 62 Selección de Subpartida Arancelaria

Fuente: Exporta Fácil
Elaborado por: Autores

Posteriormente se desplaza las categorías que existen en esa partida, en este caso se utilizará la 4202, así se puede observar en el gráfico 63.

1) Datos Empresa 2) SubPartidas Arancelarias 3) Ingrese Usuario

Productos del Proveedor

IMPORTANTE: Seleccione las partidas arancelarias de su producto a exportar. Por favor asegurese de seleccionar su Partida arancelaria con 10 dígitos.

Buscar en el Clasificador

Digite los primeros 4 números de la Subpartida o una descripción de la partida Ej: bananas

Se encontraron 16 categorías arancelarias para su búsqueda

Partida Arancelaria	Descripcion	Observacion
<input type="checkbox"/>	4202.11.90.00 ---- Los demás-DESBLOQUEADO	
<input type="checkbox"/>	4202.11.10.00 ---- Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo-DESBLOQUEADO	
<input type="checkbox"/>	4202.12.10.00 ---- Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo-DESBLOQUEADO	
<input type="checkbox"/>	4202.12.90.00 ---- Los demás-DESBLOQUEADO	
<input type="checkbox"/>	4202.19.00.00 --- Los demás-DESBLOQUEADO	
<input type="checkbox"/>	4202.21.00.00 --- Con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado-DESBLOQUEADO	
<input type="checkbox"/>	4202.22.00.00 --- Con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil-DESBLOQUEADO	
<input type="checkbox"/>		

Agregar Arancel 

Gráfico 63 Elección de Categoría

Fuente: Exporta Fácil
Elaborado por: Autores

Y por último en esta fase se elige cual es la Sub Partida arancelaria del producto a exportar, 4202.29.00.00 -- Los demás; una vez elegida se coloca agregar arancel y luego continuar. En el gráfico 64 se puede apreciar:

IMPORTANTE: Seleccione las partidas arancelarias de su producto a exportar. Por favor asegurese de seleccionar su Partida arancelaria con 10 dígitos.

Buscar en el Clasificador

Digite los primeros 4 números de la Subpartida o unas descripción de la partida Ej: bananas
4202

<input type="checkbox"/>	4202.12.90.00 --- Los demás-DESBLOQUEADO
<input type="checkbox"/>	4202.19.00.00 --- Los demás-DESBLOQUEADO
<input type="checkbox"/>	4202.21.00.00 --- Con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado-DESBLOQUEADO
<input type="checkbox"/>	4202.22.00.00 --- Con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil-DESBLOQUEADO
<input checked="" type="checkbox"/>	4202.29.00.00 --- Los demás-DESBLOQUEADO
<input type="checkbox"/>	4202.31.00.00 --- Con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado-DESBLOQUEADO
<input type="checkbox"/>	4202.32.00.00 --- Con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil-DESBLOQUEADO
<input type="checkbox"/>	4202.39.00.00 --- Los demás-DESBLOQUEADO

[Agregar Arancel](#)

Partida Arancelaria	Descripcion	Observacion
<input checked="" type="checkbox"/> 4202.29.00.00	-- Los demás	DESBLOQUEADO

Gráfico 64 Elección de Partida Arancelaria
Fuente: Exporta Fácil
Elaborado por: Autores

En la fase final Quarktop debe crear un usuario con contraseña para así concluir con el registro en Exporta Fácil y a continuación se observa en el gráfico 65:

1) Datos Empresa 2) SubPartidas Arancelarias **3) Ingreso Usuario**

RUC 1707318059001

Usuario <input type="text"/>	Hasta 15 Caracteres, sin espacios en blanco ni caracteres especiales como: / * ?
Contraseña <input type="text"/>	Hasta 15 Caracteres, sin espacios en blanco ni caracteres especiales como: / * ?
Confirmar Contraseña <input type="text"/>	Ingrese Nuevamente la clave

Gráfico 65 Creación de un Usuario
Fuente: Exporta Fácil
Elaborado por: Autores

Una vez concluido con todos los pasos anteriormente detallados Quarktop queda registrado en el sistema logrando empezar con el proceso de exportación mediante este sistema.

3.4. ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN

3.4.1. Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria se la realiza a través del arancel de importaciones integrado del Ecuador. Esta clasificación se realiza a través de un método lógico y sistemático que de acuerdo a normas y principios establecidos en la Nomenclatura Común del Mercosur y permiten identificar a través de un código numérico y su correspondiente descripción, el universo de mercaderías, a fin de determinar el tratamiento tributario e impositivo, las intervenciones que puede poseer y formalidades y requisitos que pueden ser necesarios para importar o exportar.

El Arancel de Aduanas de Ecuador ha sido elaborado en base a la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (NANDINA), con la inclusión de subpartida adicionales.

La NANDINA está basada en la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías en su Versión Única en Español.

En aquellos casos en que no ha sido necesario desdoblar la Subpartida NANDINA se han agregado ceros para completar e identificar la Subpartida Nacional.

La SUBPARTIDA NACIONAL presenta la siguiente estructura:

Tabla 32
Estructura de la Subpartida Nacional

DÍGITOS										
1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°	
1°	2°									Capítulo
1°	2°	3°	4°							Partida del Sistema Armonizado
1°	2°	3°	4°	5°	6°					Subpartida del Sistema Armonizado
1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°			Subpartida NANDINA
1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°	Subpartida nacional

Fuente: SENAE

Elaborado por: Autores

Por lo tanto el producto elaborado a base de la fibra natural se lo ha clasificado de acuerdo a su función, ya que en este producto lo que más resalta es uso que se le da en cuanto al material.

Partida Arancelaria Clasificación Nandina 4202.29.00.00 -- Los demás

De acuerdo con las Reglas Generales para la Interpretación del Sistema Armonizado, este producto se clasifica según la regla 3 numeral b) Los productos mezclados, las manufacturas compuestas de materias diferentes o constituidas por la unión de artículos diferentes y las mercancías presentadas en juegos o surtidos acondicionados para la venta al por menor, cuya clasificación no pueda efectuarse aplicando la regla 3 a), se clasificaran según la materia o con el artículo que les confiera su carácter esencial, si fuera posible determinarlo; los bolsos de mano elaborados a base de la fibra natural, producto a exportar es clasificado en:

“Sección VII: PIELES, CUEROS, PELETERÍA Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS; ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA O GUARNICIONERÍA; ARTÍCULOS DE VIAJE, BOLSOS DE MANO (CARTERAS) Y CONTINENTES SIMILARES; MANUFACTURAS DE TRIPA “

“**Capítulo 42:** Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.”

Partida Sistema Armonizado 42.02: Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios, fundas y estuches para gafas (antejos), binoculares, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o armas y continentes similares; sacos de viaje, sacos (bolsas) aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, mochilas, bolsas de mano (carteras)...

Subpartida nacional 4202.29.00.00 los demás. (Arancel de Importaciones Integrado del Ecuador, 2007)

3.4.2. Modalidad de Exportación

Ya que la empresa decide trabajar con sus productos a través del sistema exporta fácil, tiene la tarea de escoger la modalidad por la cual se realizará, Servicio EMS y Servicio Certificado, como las opciones a escoger:

SERVICIO EMS.- es el más rápido de los servicios postales por medios físicos, por lo que tiene un trato prioritario.

Tras la asignación de un código de barras que se encuentra en la guía del envío, se garantiza su rastreo y seguimiento en cualquier lugar del país y del mundo hasta su entrega final. (Exporta Fácil, 2011)

Peso: Hasta 30 Kg. de peso

Características:

- No genera reporte de entrega.
- Acuse de recibo
- Tracking (Rastreo en la página web).
- Indemnización

Tabla 33**EMS Internacional**

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

Fuente: Exporta Fácil

Elaborado por: Autores

SERVICIO CERTIFICADO.- Servicio postal al cual se le fija un código de barras para su correcto rastreo; tiene un trato preferencial. (Exporta Fácil, 2011)

Pequeño Paquete

Servicio certificado en el cual se pueden enviar hasta 2 (dos) Kilos a nivel internacional, puede ser utilizado en el envío de muestras.

Encomienda Postal

Servicio certificado a nivel internacional que depende del peso aceptado por el país desde 2 kg. Hasta 30kg.

Características:

- Acuse de recibo.
- Tracking (Rastreo en la página web).
- Tiene derecho a indemnización

Tabla 34
Certificado Internacional

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

Fuente: Exporta Fácil

Elaborado por: Autores

Una vez detalladas las características de cada modalidad, Quarktop exportará sus productos en mayor grado por el Servicio Certificado por ser el más conveniente en cuanto a precios, factor que beneficia al importador tanto como al exportador, en cuanto al tiempo de arribo del producto el servicio tarda más días, por esta razón Quarktop lo elegirá de acuerdo a las necesidades del importador, si tiene la necesidad de recibir el producto lo antes posible, el Servicio EMS será el medio, que en lo referido a tiempo es el menos tardío, pero sus precios más elevados.

A continuación se muestra un ejemplo para que se pueda visualizar bien la diferencia que existe entre los dos servicios



Gráfico 66 Costo de Exportación

Fuente: Exporta Fácil

Elaborado por: Autores

Resultados	
Pais de Destino:	ESTADOS UNIDOS
Tipo de Servicio:	EMS Exporta Facil
Peso en Kg.:	30.0
Subtotal:	299,78
IVA:	35,97
Total *:	335,75
 Cerrar	
(*) Valor mostrado es solamente un estimado	

Gráfico 67 Costo de Exportación

Fuente: Exporta Fácil

Elaborado por: Autores

Como se señala, un envío al mismo destino (EE.UU) con igual peso (30kg.) el costo para el Servicio EMS sería un total de \$335.75 y \$307.50 para el Servicio Certificado.

3.4.3. Forma de pago

Medios de pago internacionales.- Los medios de pago utilizados en el comercio internacional cubren en diferente medida los riesgos, tanto por parte del comprador como del vendedor, siendo los de uso más frecuentes los siguientes y clasificados por su nivel de seguridad: (InLog Logistics Solutions)

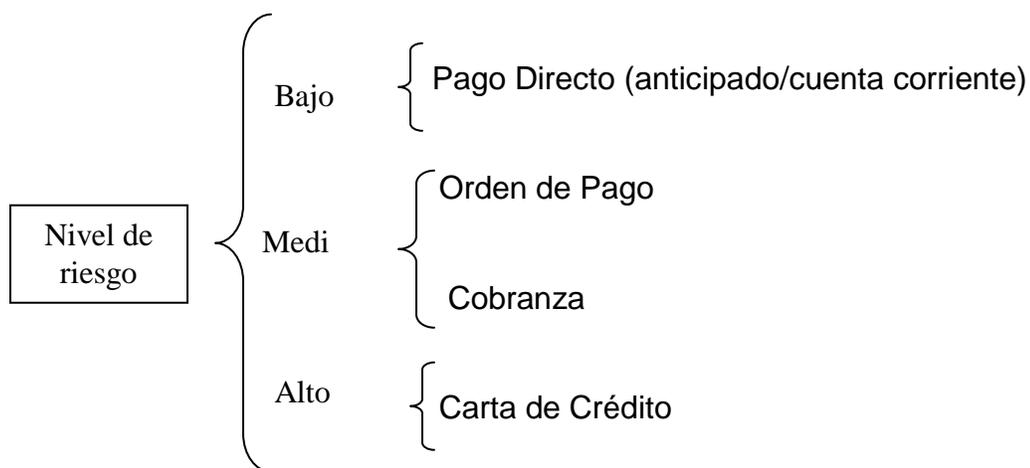


Gráfico 68 Nivel de Seguridad de Pago

Fuente: In Log. Logistics Solutions

Elaborado por: Los Autores

Para poder elegir una forma de pago, se debe ver la forma más segura para el comprador como para el vendedor; se puede elegir entre los diferentes pagos según su nivel de riesgo bajo, medio y alto.

Siendo la más confiable y usada en el mercado internacional se encuentra la carta de crédito, ya que no existe un alto riesgo de pérdida para el comprador ni para el vendedor, existiendo un banco intermediario para que las dos partes se vean beneficiadas.

Una vez planteado las formas de pago que existen en el mercado internacional, para Quarktop la forma más confiable y segura será por medio de la Carta de crédito irrevocable y confirmada por lo que de esta manera las partes que intervienen importador y exportador tendrán beneficios en sus transacciones comerciales y la garantía que puedan solucionar cualquier tipo de inconveniente que se presente durante el tiempo de negociación.

La forma de pago que optó la empresa se caracteriza en cuanto a que la misma no puede ser revocada o anulada sin la aprobación de las partes implicadas, siendo así también el banco emisor y el banco notificador contraen mediante la confirmación el compromiso del pago respectivo. (BCE, 2010)

- ✓ Participantes de la carta de crédito
 - Exportador: es aquel beneficiario de la carta de crédito
 - Importador: Es quien inicia los trámites para establecer, a través de un banco emisor, la carta de crédito.
 - Banco emisor: Es el que emite o abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones de su cliente, es decir, del comprador (importador).

- Banco intermediario: es el que notifica o confirma la carta de crédito y se la paga. No es necesario que el beneficiario sea el cliente de este banco.

✓ Clasificación de la carta de crédito

- Revocables
- Irrevocables
- Notificada
- Confirmada
- Revolventes
- Transferibles
- Clausula roja
- Clausula verde
- Stand by



Gráfico 69 Proceso de Pago con Carta Crédito

Fuente: Banco Central del Ecuador

3.5. LOGÍSTICA DE SALIDA

En cuanto a la exportación de bienes, se utiliza comúnmente la logística para mostrar la importancia de llevar físicamente los productos de un punto a otro en las mejores condiciones posibles y al menor costo para el uso y consumo de clientes en el extranjero. En este sentido el envase, empaque o embalaje, transporte y almacenamiento son aspectos de suma importancia.

3.5.1. Embalaje y etiquetado

Empaque o embalaje.- es un instrumento que sirve para proteger el producto durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; de modo que lleguen a su destino sin que se hayan deteriorado o desperdiciado, desde que salieron de las instalaciones en que se realizó la producción. (AMEE, 1985)

La empresa exportará a través de exporta fácil el cual cuenta con el peso máximo que debe tener cada paquete de envío, el producto no es una mercancía perecible por lo tanto se puede utilizar una caja de cartón como embalaje del mismo.

Los bolsos serán colocados en la caja de cartón de de dimensión 45 x 70 x52. Su costo promedio será entre \$1.99 y \$2.50.

Los proveedores para los cartones de embalaje de los bolsos de fibra de palma de coco es la empresa induCARTÓN sociedad comercial cumpliendo los requerimientos que exige las Leyes Aduaneras de los Estados Unidos, que las cajas deben tener graba la especificación de país de origen. Por lo tanto tendrá la marca del producto y nombre de país de origen.



Gráfico 70 Empaque
Elaborado por: Los Autores

Los bolsos tendrán un peso promedio de 0.23 kg debido a que puede variar a causa de los accesorios decorativos y tipo de modelo; sus medidas promedio son de 43cm de ancho, 28cm de largo y 4cm de espesor. Cada caja contendrá 20 bolsos. A continuación se detalla en una tabla el peso para cada país.

Tabla 35

Peso Permitido por País

PAÍS	PESO (kilos)
Alemania	31,5
Australia	20
Bélgica	20
Canadá	30
China	30
España	20
Estados Unidos	31,5
Francia	30
Holanda	20
Italia	30
Japon	20
México	20
Reino Unido	30
Rusia	20
Singapur	30
Suiza	30

Fuente: Exporta Fácil

Elaborado por: Los Autores

3.6. DOCUMENTOS BÁSICOS DE ACOMPAÑAMIENTO

Documentos de acompañamiento: según el artículo 72 de la COPCI, son aquellos documentos también llamados de control previo, por lo cual deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía. La exigencia de estos documentos debe constar en las disposiciones legales del organismo regulador.

Para la debida exportación de los productos realizados a base de la fibra natural de palma de coco el documento de acompañamiento es la Declaración Aduanera Simplificada, que posteriormente se abreviará simplemente con las sigas DAS.

La Declaración Aduanera Simplificada es un documento que ayuda a los procedimientos de exportación en cuanto a la armonización de los mismos y así también estandarizar el formato de presentación de la declaración de mercancías a exportarse. *Véase en el anexo 1*

Documentos de Soporte: basados en el COPCI artículo 73, son aquellos documentos que darán la información necesaria para la declaración aduanera a cualquier régimen. Los documentos de soporte son obligatorios y se describirán a continuación:

- *Factura comercial (autorizada por el SRI)*

La factura comercial es uno de los documentos más importantes en una operación de exportación o importación, ya que esta sirve para el despacho aduanero en origen y destino, pero así también su posesión no acredita la propiedad de la mercancía.

La factura es emitida por el exportador, una vez ratificada la venta para que así el comprador satisfaga el costo de los productos y servicios que se suministran.

También así es un documento contable que es utilizado como base para aplicar los derechos arancelarios al paso de las mercancías por las aduanas.

- *Packing list (lista de empaque)*

El packing list es otro de los documentos importantes en una exportación ya que este contiene toda la información detallada y completa de las mercancías en cuanto a su peso neto y bruto.

Este documento es emitido por el exportador hacia el importador ya que en el territorio aduanero de importación este documento cumple un proceso muy importante al momento del despacho de las mercancías, sin duda facilita al funcionario de la aduana el reconocimiento selectivo de las mercancías de importación, además se comprueba el ingreso de la mercancías al almacén, la corrección en cuanto a fallas, daños, sobras, etc. (Todo Comercio Exterior, 2014)

Si se desea tener una transacción comercial exitosa es necesario contar con toda la información requerida en el packing list

- Opcional: presentación del Certificado de Origen.

CAPITULO IV

ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN

4.1. SEGMENTO DE MERCADO

Según Charles W. L. Hill y Gareth Jones, definen segmento de mercado como “la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva” (Gareth, 2005)

La segmentación de mercado para una empresa es un instrumento muy útil en el momento de vender sus productos porque esta le ayuda a conocer todo acerca de su cliente, las preferencias que tiene, ya que cuando se realiza la segmentación se divide el mercado en grupos de características comunes. Esto maximizara los resultados en las operaciones de marketing de la organización.

El proceso de segmentación tiene 3 etapas las cuales deben cumplirse a cabalidad y son:

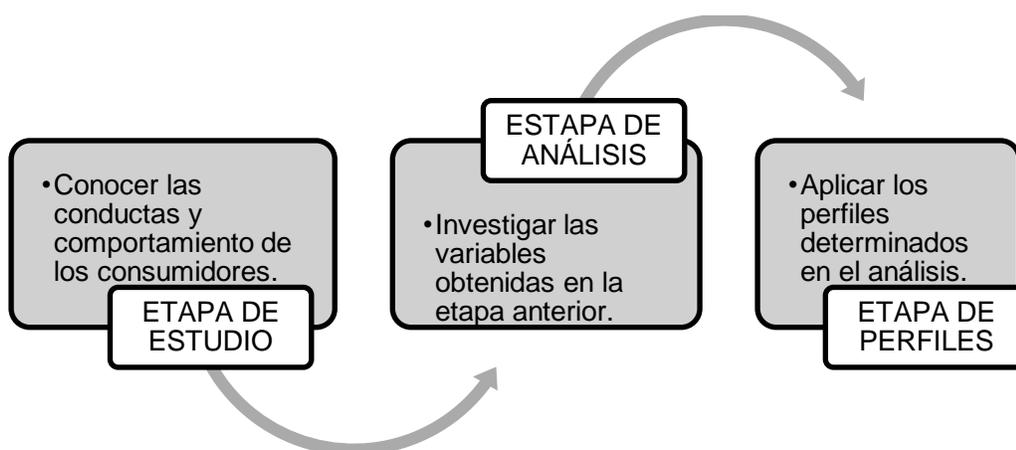


Gráfico 71 Etapas de la Segmentación
Fuente: Kotler Philp, Dirección de Marketing
Elaborado por: Autores

4.1.1. Criterios de Segmentación de Mercados

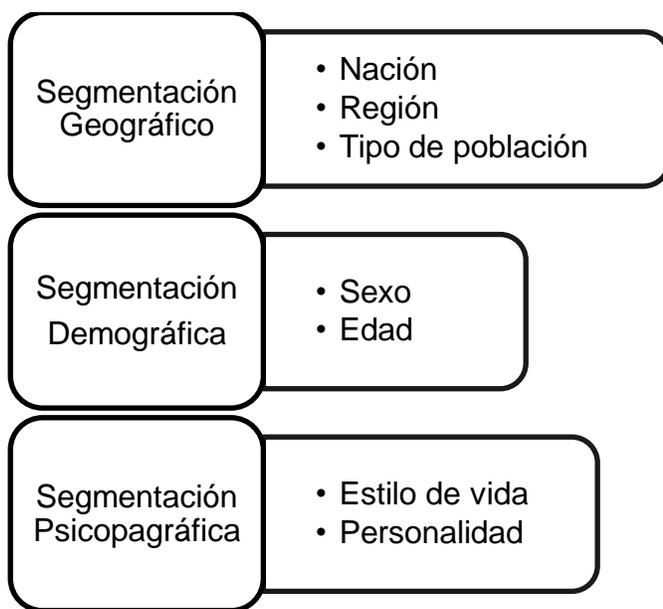


Gráfico 72 Criterio de Segmentación de Mercados

Fuente: Gareth y Charles

Elaborado por: Autores

4.1.1.1. Descripción del perfil del mercado

De acuerdo con la investigación realizada en el presente proyecto se ha determinado que el mercado objetivo para Quarktop es Estados Unidos. La segmentación de mercado ayuda a especificar los posibles consumidores, para ello se ha tomado en cuenta los criterios demográficos y geográficos para la comercialización de los bolsos de fibra natural en la ciudad de Nueva York de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 36**Perfil del Segmento de Mercado**

Criterio Geográfico	
Ciudad	Nueva York
Densidad	Urbana
Criterio Demográfico	
Edad	Entre los 25 y 69 años
Género	Femenino
Ciclo de vida familiar	Solteras, Casadas, Madres
Ingresos	PIB per cápita \$ 54152

Fuente: United States Census Bureau

Elaborado por: Autores

4.2. ESTRATEGIA DE ENTRADA A LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Esta estrategia puede analizarse como un tema de expansión cuando es una simple extensión del negocio que se estaba desempeñando en el mercado local o como un caso de diversificación si se añaden nuevos productos en nuevos mercados internacionales. (Guerras Martín & Navas López, 2007)

Las estrategias son una base para abrir mercado a las empresas internacionalmente, por lo cual es necesario que cada una de ellas tenga planteada diferentes estrategias para lograr el objetivo. Seguidamente las estrategias que Quarktop usará para posicionarse en el mercado son:

- Estrategia de posicionamiento
- Estrategia de producto
- Estrategia de calidad
- Estrategia de comercialización
- Estrategia de fijación de precio
- Estrategia de comunicación

4.2.1. Estrategia de posicionamiento

En un plan de marketing la frase de declaración de posicionamiento puede llegar a ser una clave importante puesto que esta ayuda a tener una conexión muy cercana con el futuro cliente de los bolsos de fibra natural, la elaboración de la misma no es muy fácil porque requiere de mucho esfuerzo y pensamiento de cómo se quiere llegar a la mente del consumidor, penetrar la idea de compra y necesidad de obtener los productos presentados por la empresa.

Quarktop para ingresar al mercado de Nueva York con los bolsos de fibra natural en altos niveles aceptables frente a la competencia utilizará como promesa o frase de posicionamiento **“Naturalmente Fashionista”**.

Esta promesa transmite al mercado objetivo que cuando use los bolsos va sentir la libertad de la naturaleza porque el producto es parte de ella y va a llevar consigo parte de ella, lo cual hace que se vea única y capte toda la vista de la gente en cuanto utilice el producto.

4.2.2. Estrategia de producto

Los bolsos de fibra natural son exclusivos en Ecuador, no existe otra empresa o persona que se dedique a elaborar este tipo de producto. Quarktop desea ofrecer productos de excelente calidad y buena presencia por lo que los bolsos son elaborados con la mejor fibra, resistente, colores variados para que el consumidor pueda tener a su elección variedad de bolsos.

Este producto está dirigido a mujeres entre los 25 y 69 años, mujeres que exigen un producto bien elaborado, con los mejores detalles y modelos únicos que puedan exhibir en la sociedad. Por esta razón cada detalle, terminado de

los bolsos son creados con paciencia para que al final sea de preferencia del cliente.

Quarktop para iniciar su proyecto de exportación ha elegido un modelo de bolso que será decorado de varias maneras dependiendo al pedido del cliente y se mostrará a continuación ejemplares de los bolsos en diferentes diseños:



MODELO 1



MODELO 2

Gráfico 73 Modelos de Bolsos

Fuente: Investigación propia

Logotipo de la empresa Quarktop

Para establecer el logotipo, Quarktop se basa en el nombre de la empresa una imagen que lleva el color representativo que es verde claro; con esta

imagen se quiere lograr que el consumidor no olvide el nombre y siempre tenga en cuenta que es lo que Quarktop le ofrece.

El logo es un instrumento muy importante para la empresa ya que este le ayuda a situarse en la mente de los compradores y tener una posición alta frente a competidores.



Gráfico 74 Logo de la Empresa

Fuente: Investigación Propia

Slogan de la empresa

El slogan fue creado considerando el giro de negocio y lo esencial que representa el producto por esa razón es: **“El encanto de lo natural”** que proyecto que todo hecho a lo natural será encantador satisfactorio.

Etiquetado

Las etiquetas son consideradas como aquella inscripción que transmite datos específicos sobre un producto. Ayuda al gestor a mantener el seguimiento de la mercancía cuando se traslada por diferentes sistemas. Las etiquetas pueden estar pre impresas en cajas de cartón o pegadas, estampadas o pintadas en los empaques y embalajes. El etiquetado de marca puede ayudar a la publicidad del producto, empacador y/o transportista. (Manual de Etiquetado, 1991)

Las etiquetas que la empresa va a crear para la exportación de sus bolsos deben estar basadas a los modelos y con las respectivas normas de la NTE

1875 y el RTE 157, ya que es indispensable para que el producto sea aceptado en Nueva York. Así cumpliendo todo lo establecido, cumplirá lo dicho en la norma internacional ISO/IEC 17067 para que pueda ingresar en el país de destino.

Según las normas NTE INEN 1875 las etiquetas no permanentes es una etiqueta que se coloca al producto en forma adhesiva, colgante las cuales puedan ser retiradas del bien o también que figure en el empaque. Estas pueden contener información como marca, de control, o cualquier otra información que se considere importante para el fabricante o para el importador. (INEN, 2012)

En el caso de Quarktop se establece que el tipo de etiqueta que se utilizará para la exportación es la siguiente etiqueta, ya que los bolsos que se enviarán son un complemento o accesorio de la prensa de vestir. Podemos ver la etiqueta que se manejará para cada bolso.



Gráfico 75 Etiqueta de los Productos
Fuente: Investigación Propia

Empaque

Empaque.- es el recipiente que tiene contacto directo con el producto específico, que sirve para proteger, manipular, distribuir y presentar las mercancías en cualquier fase de su proceso productivo, de distribución o venta. (AMEE, 1985)

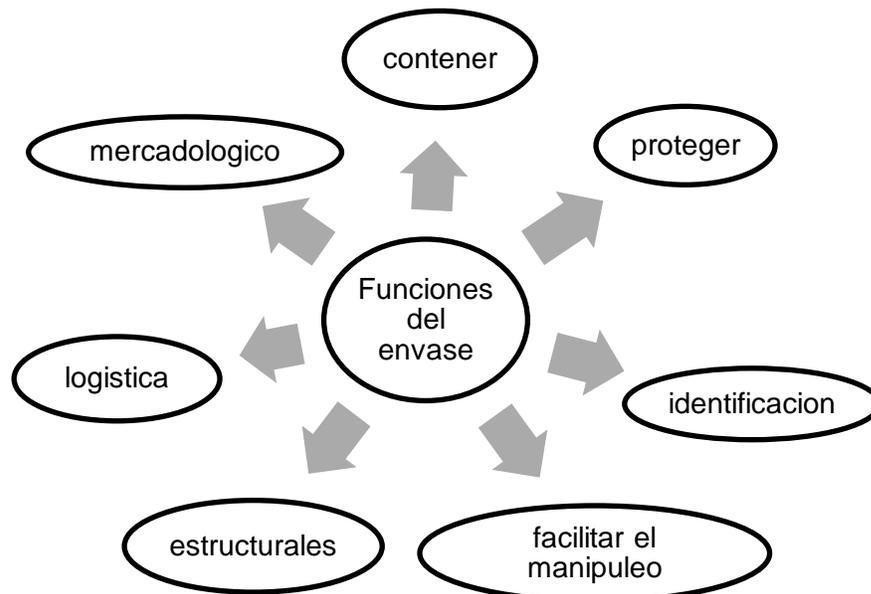


Gráfico 76 Funciones del Envase

Fuente: Logistics Solutions

Elaborado por: Los Autores

El forro donde se guardarán los bolsos para la exportación se muestran a continuación con sus medidas aproximadas.



Gráfico 77 Forro del Bolso

Elaborado por: Los Autores

El empaque es muy necesario para la presentación de un producto, puesto que ayuda en la protección del mismo, evita que exista algún raspón, mancha, en consiguiente los bolsos serán enviados con un embalaje tipo forro para la protección del mismo. El forro es de color piel, de material llamado cambrela, el mismo tendrá el logo de la empresa así fortaleciendo la misma y sea identificada.

La medida de cada forro será conforme a la dimensión de cada bolso así también como ya antes mencionado cada producto tendrá la etiqueta de presentación. A continuación veremos el tipo de empaque:



Gráfico 78 Forro del Bolso

Fuente: Investigación propia

Transporte

El tipo de transporte a utilizar para seguridad del producto es una pequeña furgoneta que ayuda a trasladar los bolsos al establecimiento donde se realiza

el envío, en este caso es Exporta Fácil. Posterior a la llega Exporta Fácil se encarga de enviar al destino acordado con los compradores de Quarktop.

Exporta Fácil se encarga de todo el traslado del bien al país de destino y la empresa tiene el beneficio de tener un seguimiento en línea del envío.

4.2.3. ESTRATEGIA DE CALIDAD

Establecer una estrategia de calidad para una empresa es un punto a favor ya que ayuda a que el producto sea mejor visto ante los consumidores y sea factible su entrada en un mercado internacional, por ende Quarktop opta adquirir un certificado que avale la eficacia con la que son realizados los bolsos.

La norma de calidad a obtener para mejorar la presencia y que sea más atractivo la compra de los bolsos se basan en la Norma ISO 9001:2008, la cual es una norma de calidad internacional que permite administrar y mejorar la calidad de sus productos, tomando en cuenta que también los clientes se inclinan por empresas que cuentan con algún tipo de acreditación como son las normas porque es una manera de asegurar que la empresa elegida tenga un sistema de gestión de calidad, así también ayuda a: (Vinca. LLC)

- Incrementar clientes satisfechos por su compra.
- Aumentar las ventas.
- Desarrollar la imagen de la empresa.
- Motivar al personal dentro de la empresa.
- Aumento de la calidad que los proveedores suministran a la empresa

Las normas ISO son aplicadas a todo tipo de empresa, no es necesario que sea grande o pequeña ni tampoco interviene al sector que pertenece.

4.2.4. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Para Quarktop el canal de distribución a utilizar en el envío de sus productos a mercados internacionales es por el canal indirecto, ya que establecerá contacto con empresas mayoristas o minoristas dedicados a la venta de bienes similares, quienes se encargarán de hacer llegar al consumidor final de la manera más conveniente que crean.

El trabajo de Quarktop es entregar los bolsos a empresas importadoras de artesanías y allí es donde culmina todo el trabajo.

Por otro lado la empresa también entregara productos por canal directo, puesto que como estrategia de publicidad tendrá su propia página en internet donde se exhibirán y podrán obtener los bolsos toda persona que los vea y sean de su agrado, los cuales se convertirán en consumidores finales de la empresa.

El canal indirecto tendrá posibles empresas donde se comercialice los bolsos de fibra natural a continuación presentaremos los principales canales:

Tabla 37

Canales Indirectos

Empresa	Ciudad	Clase	Página Web
Accessory Network Group	Nueva York	Designer handbags	www.accessorynetwork.com
Helene Alexander	Nueva York	Importation handbags	www.nyhandbag.com

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autores

4.2.5. ESTRATEGIA DE FIJACION DE PRECIO

La estrategia de precios es muy importante ya que es uno de los aspectos que influyen en la decisión de compra del consumidor final y por lo tanto determina los ingresos futuros del negocio.

Para la estrategia de precios se considera los factores internos como factores externos. Los precios de los bolsos de mano de fibra natural a ser comercializados se establecen considerando los costos de productos sustitutos en el mercado internacional, los precios de la competencia y sus costos de producción.

Fijación de precios a distribuidores y clientes finales

Para establecer los precios de bolsos elaborados con la fibra natural se determina varios factores que son los costos de proceso de producción, costos externos para el envío de mercancía. Entre estos costos están:

- Costo fijos
- Costos variables

Tabla 38**Precio de cada Bolso**

Costos Fijos	
Mano de Obra	\$ 5.664,21
MO Administrativos	\$ 7.654,88
Costos de operación	\$ 1.367,38
Depreciacion	\$ 2.849,21
Gastos Financieros	\$ 969,52
Total Costos Fijos	\$ 18.505,20
Costos Variables	
Costos de operación	\$ 3.190,56
Costos de exportacion	\$ 2.044,89
Costos adicionales	\$ 4.068,48
Total Costos Variables	\$ 9.303,93
Costo Total	\$ 27.809,13
Numero de Bolsos	260
Costo Fijo Unitario	\$ 71,17
Costo Variable Unitario	\$ 35,78
Costo Total Unitario	\$ 106,96

Elaborado por: Autores

Una vez detallado los diferentes costos en el proceso de fabricación de los bolsos, la empresa establece un precio promedio para la exportación del mismo que es de \$ 93.89.

4.2.6. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación se utiliza en una empresa para poder lograr que las personas de diferentes países conozcan acerca del producto que se elabora, es una manera de promocionar el producto y lograr establecerse en el mercado internacional.

Por lo cual Quarktop participará en ferias internacionales en el país objetivo Estados Unidos y así poder lograr obtener futuros clientes.

Participación en ferias y exposición

El mensaje llegará en forma de noticia con el fin de resaltar la empresa y el producto. La persona que se encargará de este tipo de campaña es la misma Gerente General pues es la que direcciona y conoce todos los movimientos de la empresa.

El objetivo de este lanzamiento de campaña de relaciones públicas será el de llegar a los diferentes compradores de los bolsos de fibra natural.

Uno de los lugares para aplicar este tipo de propuesta, son las ferias artesanales que se realizan a nivel internacional cada año en el mercado objetivo. A continuación se detallan cada feria:

Cuadro 4

Tipos de Ferias

FERIAS	DESCRIPCIÓN
 <p data-bbox="386 596 756 632">IFMA International Folk Art Alliance</p>	<p data-bbox="862 268 1409 464">International Folk Art Alliance es una de las ferias que se realizan en Santa Fe, desde el 10 de Julio hasta el 12 de Julio del 2015.</p> <p data-bbox="862 489 1409 684">En esta feria se exhiben productos realizados artesanalmente, es una de las ferias que ayuda a promocionar y motivar productos artesanales.</p>
 <p data-bbox="362 894 802 951">NY NOW THE MARKET FOR HOME AND LIFESTYLE</p>	<p data-bbox="862 709 1409 905">New York Now es una feria que se realiza en el estado de Nueva York, se realizará del 31 de Enero al 3 de Febrero del 2016.</p> <p data-bbox="862 930 1409 1125">Aquí se realizan ferias dependiendo la categoría, nuestros productos están clasificados en HADMADE en la parte de Artisan Resource.</p>

Fuente: Proecuador

Elaborado por: Autores

New York Now es una de las ferias más importantes del sector visitado en Estados Unidos, donde se pueden ver las últimas novedades y se dan cita los mejores profesionales y empresas del sector. Se presentan más de 18,000 tipos de artículos de regalo para la temporada de otoño e invierno.

Ecuador participa en un pabellón, donde lo representan 6 compañías exportadoras de artesanías, esta es la tercera edición que participa el país.

(El Telégrafo, 2013)

Aplicación de la estrategia push y pull

Estrategia push; Este tipo de estrategia va encaminada hacia los distribuidores, la fuerza de venta, de comunicación personal se dará aquí puesto a que ellos son un canal importante para dar a conocer el producto, exista un empuje de compra.

Las estrategias planteadas deben ser cables para atraer a los distribuidores y realizar una presión en su compra y puedan distribuir los bolsos, para ello la empresa entablara diferentes estrategias para aplicarlas, se mencionan:

- Productos de muestra
- Evento de muestra del producto
- Regalos útiles para el minorista
- Material de merchandising
- Entrega de cupones de ofertas, descuentos, promociones

Estrategia pull; esta estrategia orienta todos sus esfuerzo, énfasis en el consumidor final, la comunicación está implicada en dar a conocer el producto al comprador es una táctica para hacer que sea aproxime hacia nosotros de forma voluntaria.

Algunas de las estrategias pull se detallan:

- Mejorar la visibilidad de la empresa en redes sociales
- Participar en programas de radio relevante
- Patrocinar eventos, productos
- Realizar posts
- Diseñar una tienda física
- Publicidad mediante volantes

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

El presente estudio se ha desarrollado para el proyecto “Plan de exportación de productos elaborados con fibra de coco para la empresa Quarktop”

Para poder determinar la factibilidad del proyecto de exportación, se considera el monto de inversión que requiere Quarktop para la marcha de su exportación, así como los pronósticos tanto de ingreso; es decir, la publicidad, además del costo para su exportación y de los gastos operacionales implícitos en este negocio.

5.1.1. Inversión

Para que Quarktop pueda exportar requiere de una inversión de \$18,168.50

La siguiente tabla muestra los detalles de los valores de cada rubro que componen dicha inversión

Tabla 39
Inversión

Equipos de Computación	\$ 925,58
------------------------	-----------

Muebles y Enseres	\$ 517,67
Equipos de Oficina	\$ 120,00
Vehículos	\$ 12.000,00
Maquinaria	\$ 800,00
Inversión activos fijos	\$ 14.363,25
Capital de trabajo	\$ 3.805,25
Total Inversión	\$ 18.168,50

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

5.1.1.1. Activos Fijos tangibles

Quarktop requiere de \$ 14,363.25 en *activos fijos*

La tabla a continuación muestra los detalles de los valores de cada rubro que componen dicho elemento

Tabla 40
Activos Fijos

	Cantidad	Valor	Momento de ejecución
--	----------	-------	----------------------

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadora oficina	1	705,60	705,60
Impresora	1	64,98	64,98
Herramientas técnicas	1	155,00	155,00
TOTAL			925,58
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	110,00	110,00
Silla para escritorio	1	39,99	39,99
Archivador	1	168,70	168,70
Calculadora	1	13,99	13,99
Extintor	1	120,00	120,00
Teléfono fijo	1	64,99	64,99
TOTAL			517,67
EQUIPOS DE OFICINA			
TOTAL			\$ 120,00
VEHÍCULO			
	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
MAQUINARIA			
Máquina de cocer	1	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL			\$ 800,00
TOTAL INVERSIÓN			\$ 14.243,25

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

Para el detalle del cálculo de la depreciación de activos fijos, se muestra en el anexo 3

5.1.1.2. Capital de trabajo

De igual manera Quarktop exigirá en lo referente a capital de trabajo de \$3,805.25

La tabla muestra los detalles de los valores de cada rubro que componen dicho elemento

Tabla 41
Capital de trabajo

	Agua Potable	Energía Eléctrica	Teléfono	Internet	Útiles de Oficina	Publicidad y promoción	Mano de obra
Enero	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Febrero	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Marzo	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Abril	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Mayo	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Junio	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Julio	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Agosto	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Septiemb	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	
Octubre	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	472,02
Noviembr	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	472,02
Diciembre	12,00	30,00	6,94	20,16	10,00	120,00	472,02
Total Anual	144,00	360,00	83,28	241,92	120,00	1.440,00	1.416,05
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO							3.805,25

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

5.1.2. Financiamiento

Quarktop para exportar requiere, como lo mencionado anteriormente de una inversión de \$18,168.50, rubro que será cubierto por fondos propios de los accionistas y por financiamiento con un préstamo a un establecimiento financiera

Para puntualizar a cual institución financiera sé solicitará dicho préstamo, siguiente se realiza un pequeño análisis de las posibles entidades que brinden una mejor opción de financiamiento para este proyecto

BANCO NACIONAL DE FOMENTO

El Banco Nacional de Fomento es una institución financiera pública de fomento y desarrollo cuyo objetivo fundamental es estimular y acelerar el desarrollo socio-económico del país, mediante una amplia y adecuada actividad crediticia. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2009)

Tiene varios programas de financiamiento, entre los cuales es el Crédito (producción, comercio y servicios) dirigido a PYMES, y Empresas cuyo monto puede estar entre \$500 y máximo \$300.000, con una tasa de interés del 10% reajutable, y para producción Ciclo corto del 11,20% reajutable.

El destino del financiamiento puede ir dirigido al Capital de trabajo, Activos fijos: Lotes de terrenos en el sector urbano, locales comerciales, maquinaria nueva y usada.

REQUISITOS PARA EL FINANCIAMIENTO

Para acceder a un préstamo en el BNF es necesario

1. Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante.
2. Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante.
3. Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación es opcional.
4. Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante.
5. Copia de RUC o RISE del solicitante para montos mayores a \$3.000
6. Plan de Inversión (formato entregado por el BNF para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000).

7. Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar para préstamos superiores a \$100.000

Para compra de activos fijos:

1. Proforma o cotización de los bienes a adquirir.
2. Copia de la declaración de Impuesto a la renta del último año (si estuviera obligado a hacerlo).
3. Copia de la declaración de Impuesto al Valor Agregado IVA del último año (si estuviera obligado a hacerlo).
4. En caso de poseer bienes inmuebles y/o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del mismo.
5. Título de Propiedad o Contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, cuando éste sea diferente al domicilio.

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

Es una institución pública, cuya misión reside en encaminar productos económicos y no financieros al Plan Nacional del Buen Vivir para así impulsar el desarrollo a los sectores productivos del país. (CFN, 2013)

Posee varias líneas de crédito, pero la que puede beneficiar a Quarktop es la llamada “Línea de Crédito Financiamiento productivo hasta \$20,000”, este puede estar direccionado hacia los activos fijos (plazo de 10 años) incluyendo financiamiento de terrenos, muebles e inmuebles, directamente vinculados al proyecto; al capital de trabajo (plazo de 3 años): excluyendo gastos no operativos y hacia la asistencia Técnica (plazo 2 años).

La tasa base del reajustes empieza desde el 5,48% y es reajutable cada 90 días, en el caso de Quarktop la tasa de interés sería del 6.75%

OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS

Debido a la existencia de numerosas instituciones financieras en los cuales Quarktop puede solicitar el préstamo, y a la facilidad que estos establecimientos otorgan para créditos productivos para el presente análisis consideraremos únicamente la tasa de interés máxima establecida por el Banco Nacional del Ecuador para el segmento, cuyo valor es del 11,83% para PYMES

Una vez obtenida la información de los organismos que brindan financiamiento y el análisis, se determina que para el presente proyecto la institución que brinda mejores beneficios para la adquisición de un crédito es la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, en el cual por la naturaleza del crédito se financiaría el valor de inversión de activos fijos (\$14,363.25)

Para calcular la cuota anual del crédito, se utiliza la siguiente formula

$$A = R \times \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

Donde,

A= Monto del préstamo

R= Cuota anual del préstamo

i= Tasa de interés

n= Plazo

Así tenemos que remplazando los números y despejando "R":

$$14.363,25 = R \times \frac{0,27862584}{0.0675}$$

$$R = 3.749,65$$

Con todo lo mencionado anteriormente la tabla siguiente muestra los detalles de los valores de la amortización de dicho préstamo

Tabla 42

Amortización del Crédito

Periodo	Capital Inicial	Interés	Amortización de Capital	Cuota	Capital Final
1	\$ 14.363,25	\$ 969,52	\$ 2.510,13	\$ 3.479,65	\$ 11.853,12
2	\$ 11.853,12	\$ 800,09	\$ 2.679,56	\$ 3.479,65	\$ 9.173,56
3	\$ 9.173,56	\$ 619,22	\$ 2.860,43	\$ 3.479,65	\$ 6.313,13
4	\$ 6.313,13	\$ 426,14	\$ 3.053,51	\$ 3.479,65	\$ 3.259,62
5	\$ 3.259,62	\$ 220,02	\$ 3.259,62	\$ 3.479,65	\$ (0,00)

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

5.2. PRESUPUESTO DE VENTAS

Presupuestar ventas es estimar los niveles de futuros ingresos, gastos de ventas y contribuciones a las ganancias. (Jhonson, 1996)

5.2.1. Materia prima

La siguiente tabla muestra en detalles los valores de la materia prima adquirida, además de su respectiva proyección hacia 5 años. Cabe destaca que el índice de inflación promedio anual, se lo toma del índice de precios al consumidor

Tabla 43

Costo de Materia Prima Proyectado

	0	1	2	3	4	5
Índice de crecimiento estimado		1,60	0,25	0,20	1,20	0,20
Cantidad comprada por año (sacos)	70,00	182,00	227,50	273,00	600,60	720,72
Precio de materia	10,00					

prima a valores de periodo 0					
Inflación promedio anual	0,02				
Factor de proyección para inflación	1,02	1,05	1,08	1,10	1,13
Precio de compra proyectado	10,25	10,50	10,76	11,02	11,29
Costo de materia prima proyectado	1864,77	2388,31	2936,47	6619,16	8138,39

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

5.2.2. Mano de obra directa

La tabla a continuación muestra en detalles los valores de la mano de obra, además de su respectiva proyección hacia 5 años. Mientras que para el índice de inflación promedio, se toma del índice de precios al productor al mes de abril 2015, que según datos del INEC fue del 4,32%

Tabla 44

Sueldos y Salarios Producción

	0	1	2	3	4	5
Cantidad Operarios		1	1	1	2	2
Sueldo Básico al año Cero	\$ 354,00					
Inflación	0,04					

Promedio Anual						
Factor de proyección (inflación)		1,04	1,09	1,14	1,18	1,24
Sueldo Básico proyectado		369,29	385,25	401,89	419,25	437,36
Aporte Patronal	11,15%	41,18	42,95	44,81	46,75	48,77
Fondo de Reserva	8,33%		32,09	33,48	34,92	36,43
Decimocuarto sueldo	12	30,77	32,10	33,49	34,94	36,45
Décimo Tercer Sueldo	12	30,77	32,10	33,49	34,94	36,45
Sueldo Básico + Componente Salarial Mensual		472,02	524,50	547,16	570,80	595,45
Sueldo Básico + Componente Salarial Anual	12	5664,21	6.294,00	6.565,90	6.849,55	7.145,45
Sueldo Básico + Componente Salarial Total		\$ 5.664,21	\$ 6.294,00	\$ 6.565,90	\$13.699,09	\$14.290,89

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

En lo relacionado a la mano de obra indirecta ver: Anexo 4

En lo relacionado a la tabla de seguro obligatorio ver: Anexo 5

En lo relacionado a los costos de exportación ver: Anexo 6

En lo relacionado a los costos de operación ver: Anexo 7

5.2.3. Ingresos – ventas

La tabla muestra en detalles los valores de las estimaciones de las ventas, además de su respectiva proyección hacia 5 años. Mientras que para el índice de inflación promedio, se toma del índice de precios al productor al mes de abril 2015, que según datos del INEC fue del 4,32%

Tabla 45

Ventas Proyectadas

PERIODO	0	1	2	3	4	5
Índice de crecimiento estimado		1,6	0,25	0,2	1,2	0,2

Cantidad vendida por año (carteras)	100	260	325	390	858	1030
Precio de venta a valor del periodo cero	\$ 100,00					
Inflación promedio anual	0,04					
Factor de proyección para inflación		1,04	1,09	1,14	1,18	1,24
Precio de venta proyectado		104,32	108,83	113,53	118,43	123,55
Ventas proyectadas		27123,20	35368,65	44275,89	101614,95	127205,66

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

5.3. ESTADO DE RESULTADOS

La siguiente tabla muestra el detalla del estado de resultado proyectado de Quarktop para los próximo 5 años, en el cual refleja un Resultado del Ejercicio positivo a partir del año 2

Tabla 46

Estado de Resultados

Ventas	27123,20	35368,65	44275,89	101614,95	127205,66
Costo de MP	1864,77	2388,31	2936,47	6619,16	8138,39

Costos de MO	5664,21	6294,00	6565,90	13699,09	14290,89
Costo adicional (coser)	4068,48	5305,30	6641,38	15242,24	19080,85
Costos de personal administrativo	7654,88	8379,05	8596,79	8820,58	18101,23
Costos de Operación	4557,95	4754,85	4960,26	5174,55	5398,09
Depreciaciones	2849,21	2849,21	2849,21	2543,77	2543,77
Gastos Financieros	969,52	800,09	619,22	426,14	220,02
Gastos de Exportación	2044,89	2662,08	3329,88	7613,86	9530,84
Resultados antes de IR y Part. Trab	-2550,71	1935,78	7776,79	41475,57	49901,58
15 Participación % Trabajadores	0,00	290,37	1166,52	6221,33	7485,24
Resultados antes de Impuesto a la Renta	-2550,71	1645,41	6610,27	35254,23	42416,34
0% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultado de Ejercicio	-2550,71	1645,41	6610,27	35254,23	42416,34

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

De igual manera sírvase ver el Anexo 8 Flujo de Caja, el cual se muestra proyectado para los próximos 5 años

5.4. CALCULO DEL VAN

El cálculo del Valor Actual Neto (VAN) es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. (Maita, 2015)

Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

La tabla a continuación muestra el detalla del el cálculo de este valor.

Tabla 47

Costo Promedio Ponderado del capital

	USD	% PESO RELATIVO	COSTO DE OPORTUNIDAD	MEDIA ARITMÉTICA PONDERADA
Pasivos	14.363,25	79%	6,75%	5,34%
Capital Propio	3.805,25	21%	10,00%	2,09%
INVERSIÓN TOTAL	18.168,50	100%		7,43%

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

Tabla 48 Valor Actual Neto

	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja	- 3.805,25	- 2.211,62	1.815,06	6.599,05	34.744,49	45.834,21
Costo promedio ponderado capital	7%	7%	7%	7%	7%	7%
Factor de Descuento	1	1,07	1,15	1,24	1,33	1,43
Flujo de caja descontado	- 3.805,25	- 2.058,65	1.572,66	5.322,26	26.083,90	32.029,34
Valor actual neto	59.144,25					

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

5.5. CALCULO UTILIZANDO LA TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es un índice que indica la factibilidad de un plan fundamentándose en la valoración de los flujos de caja que se prevé tener. Así podemos decir que en cuanto mayor sea índice más rentable será el proyecto. (Calcuword, 2015)

Gracias a la ayuda de Excel es muy fácil determinar este valor aplicando la función “=TIR (valor;estimar)”

La tabla siguiente muestra el cálculo de este valor.

Tabla 49

Tasa Interna de Retorno

PERIODO	FLUJO DE CAJA
0	-3805,25

1	-2211,62
2	1815,06
3	6599,05
4	34744,49
5	45834,21
TIR	100%

Fuente: Aplicación de Investigación

Elaborado por: Autores

5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se explica el punto de equilibrio como el nivel de producción (cantidades) y ventas en donde una empresa o negocio cubre los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, el punto donde la empresa ni gana ni pierde. (Váquiro C., 2015)

El valor en punto de equilibrio se determina con la formula siguiente:

$$V_{PE} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{I}}$$

Dónde:

V_{PE} = Valor en Punto de equilibrio

CF = Costo Fijo Total

CVT= Costo Variable Total

I= Ingresos Totales

Así;

$$V_{PE} = \frac{18.505,20}{1 - \frac{9.303,93}{27.123,20}}$$

$$V_{PE} = 28.167,28$$

Para determinar la cantidad en punto de equilibrio se utiliza la formula siguiente:

$$Q_{PE} = \frac{CF}{PV_u - CV_u}$$

Dónde:

Q_{PE} = Cantidad en Punto de equilibrio

CF = Costo Fijo Total

PVu= Precio de venta unitario

CVu= Costo variable unitario

Así;

$$Q_{PE} = \frac{18.505,20}{104,32 - 35,78}$$

$$Q_{PE} = 270,01$$

El gráfico a continuación muestra visualmente la determinación del punto de equilibrio

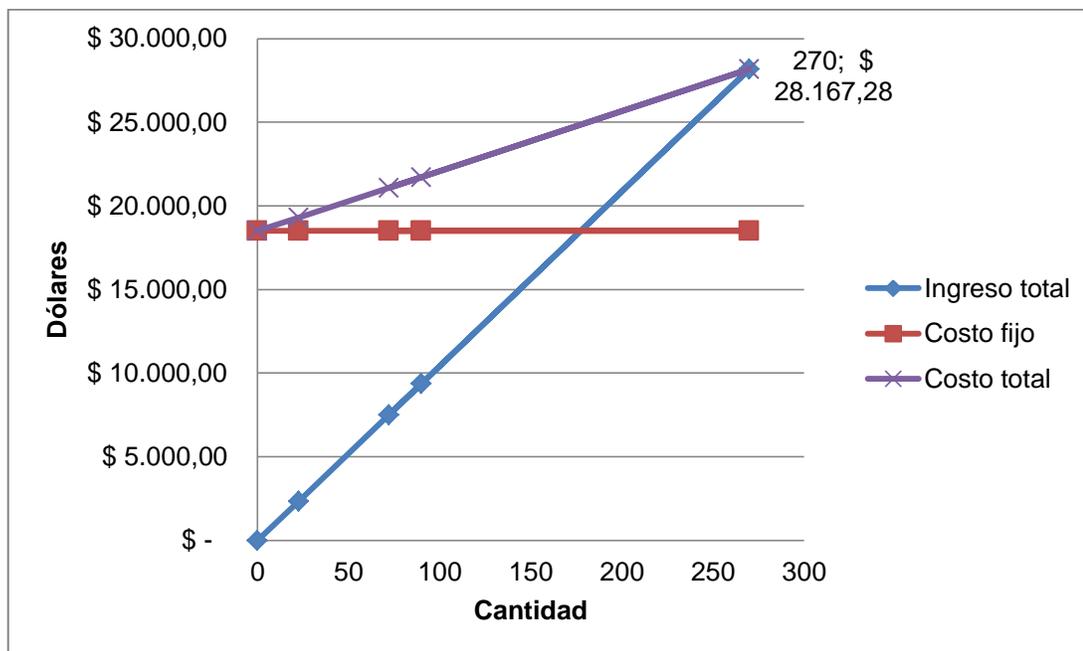


Gráfico 79 Punto de equilibrio
Fuente: Aplicación de Investigación
Elaborado por: Autores

5.7. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

$$PRC = \frac{\text{Inversiones}}{\text{Suma Promedio de las Utilidades del Proyecto}}$$

$$PRC = \frac{18.168,50}{17.356,24}$$

$$PRC = 1,05$$

1 **0**
Años **meses**

CONCLUSIONES

- A través del estudio de mercado se determina que la situación actual y demanda internacional de los productos artesanales elaborados a base de la fibra de palma de coco tendrán aceptación en el mercado, siendo el mercado principal Estados Unidos de América, ya que presenta las mejores condiciones sociales, económicas, de logística, así como de preferencia por este tipo de producto.
- En base al objetivo 10 del Plan Nacional del Buena Vivir 2013-2017, donde se prioriza sobre el impulso a la transformación de la matriz productiva, se fomenta las exportaciones del sector artesanal para lo cual se utiliza la herramienta denominada “Exporta Fácil” cuya aplicación permite llegar a mercados internacionales.
- El análisis financiero permitió determinar la viabilidad y rentabilidad del negocio con una recuperación de la inversión en un periodo de 12 meses.
- El plan de exportación propuesto ayudara a la empresa Quarktop a innovar su cartera de productos con la utilización de materias primas nacionales para ser exportadas a países como Estados Unidos, Alemania y Francia, y de esta manera cumplir el lineamiento del objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, que menciona Mejorar la calidad de vida de la población, así generando un impacto socio económico con la creación de fuentes de trabajo.

RECOMENDACIONES

- Impulsar la investigación de mercado con el fin de aumentar las exportaciones de estos productos a nuevos destinos.
- Para aumentar la oferta exportable y seguir con los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir, la empresa debe también aplicar estrategias de asociatividad como otro mecanismo de internacionalización de los productos artesanales.
- Finalmente recomendamos a la empresa poner en marcha el presente Plan de Exportación ya que se demostró que es viable y que genera rentabilidad, favoreciendo a sectores de la economía popular y solidaria.

BIBLIOGRAFÍA

- MAGAP. (2012). *III Censo Nacional Agropecuario, Sistema de Información Nacional*. Obtenido de Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/>
- ABC Sociedad. (03 de Agosto de 2013). *Espanoles ahorran y reciclan*. Recuperado el 2015, de ABC Sociedad: <http://www.abc.es/sociedad/20130803/abci-espanoles-ahorran-reciclan-pero-201308021823.html>
- AMEE. (1985). *Historia del envase*. Obtenido de Asociación Mexicana de Envase y Embalaje: <http://www.amee.org.mx/publicaciones>
- ANDES. (07 de Noviembre de 2013). *Ecuador mejora el acceso a nuevas tecnologías de la información*. Recuperado el 21 de Julio de 2015, de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-mejora-acceso-nuevas-tecnologias-informacion.html>
- ANDES. (26 de Agosto de 2013). *Uso del Internet*. Recuperado el 22 de 06 de 2015, de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica: <http://www.andes.info.ec/es/economia/empresarios-ecuador-consideran-uso-internet-mejoro-95-gestion-empresas.html>
- Antonorsí, M. (Abril de 2012). *Política de los Estados Unidos*. Estados Unidos.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (27 de Abril de 2009). *Ley Orgánica del Banco Nacional de Fomento*. Obtenido de Banco Nacional de Fomento: www.bnf.fin.ec
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Reporte Trimestral del mercado laboral urbano*.
- Banco Central del Ecuador, Subgerencia de Programación y Regulación - Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica. (2015). *Cuentas Nacionales Trimestrales del Ecuador. Boletín No 89*.

- Banco Central del Ecuador, Subgerencia de Programación y Regulación - Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica. (2015). *Ecuador: Reporte mensual de Inflación*.
- Banco Central del Ecuador, Subgerencia de Programación y Regulación - Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica. (2015). *Evolucion de la Balanza Comercial (enero-noviembre 2014)*.
- Banco Santander S.A. (2015). *Política y economía*. Obtenido de <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/politica-y-economia>
- BCE. (05 de Agosto de 2010). *Servicios Bancarios*. Recuperado el 22 de 06 de 2015, de Banco Central del Ecuador: http://www.bce.fin.ec/documents/pdf/servicios_bancarios/tallerCCREDITO.pdf
- BCE. (31 de enero de 2015). *Boletín de prensa*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/696-c%C3%B3digo-%C3%B3rganico-monetario-y-financiero-es-publicado-hoy-en-el-registro-oficial>
- BCE. (01 de 2015). *Indicadores económicos*. Recuperado el 13 de Enero de 2015, de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- BID. (2014). *El Medio Ambiente en America Latina*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: <http://www.iadb.org/es/temas/medio-ambiente/el-medio-ambiente-en-america-latina-y-el-caribe,1663.html>
- Blanding G., C. (03 de 04 de 2015). *Estados Unidos: Desempleo se mantuvo durante marzo 2015*. Recuperado el 2015, de StarMedia Ecuador: <http://noticias.starmedia.com/sociedad/estados-unidos-desempleo-mantuvo-durante-marzo-2015.html>
- Bligoo. (2014). *La República del Ecuador y su majestuosa naturaleza*. Recuperado el 2015, de Tafullweb: <http://tafullweb.bligoo.ec/la-republica-del-ecuador-y-su-majestuosa-naturaleza#.VUwFXo6qqko>

- Calcuword. (2015). *Calculadoras Empresariales*. Recuperado el 2015, de <http://es.calcuworld.com/calculadoras-empresariales/calculadora-van/>
- Campos Vélez, M. (Jueves 8 de Enero de 2015). *Bolivia, entre los cinco países con menos inflación*. Recuperado el 13 de Enero de 2015, de Diario El Día Santa Cruz: http://eldia.com.bo/index.php?c=&articulo=Bolivia,-entre-los-cinco-paises-con-menos-inflacion&cat=357&pla=3&id_articulo=162892
- Centro Alemán de Información. (2012). *Avances Tecnológicos*. Obtenido de <http://www.mexiko.diplo.de/Vertretung/mexiko-dz/es/06-Ciencias/AvancesTecnologicos/TendenciasAlemania.html>
- Centro de Comunicación Técnica y Agropecuaria. Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2014). *El cocotero y su cultivo*.
- CFN. (2013). *Información corporativa*. Obtenido de Corporación Financiera Nacional del Ecuador: http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4:corporacion-financiera-nacional&catid=1:informacioncorporativa&Itemid=132
- Comisión Europea. (11 de 10 de 2012). *Alemania, un líder mundial en tecnología, ingeniería e innovación*. Recuperado el 2015, de CORDIS: http://cordis.europa.eu/result/rcn/89457_es.html
- Deresky, H. (2007). *International Management* (Sexta ed.). New York, Estados Unidos: Prentice Hall.
- Deutsche Welle. (23 de 03 de 2015). *Pronostican nuevo Record de empleo en Alemania en 2015*. Recuperado el 2015, de Deutsche Welle: <http://www.dw.de/pronostican-nuevo-r%C3%A9cord-de-empleo-en-alemania-en-2015/a-18334083>
- Ecuale. (2010). *Manabí*. Recuperado el enero de 2015, de Ecuale.com: <http://www.ecuale.com/manabi/>
- Ecuoug. (08 de Julio de 2011). *Uso de las TIC's*. Obtenido de Ecuador Racle Users Group: <http://www.ecuoug.org/wp-content/uploads/downloads/2011/07/Las-empresas-del-Ecuador-y-las-TICs.pdf>

- El Mercurio. (19 de 03 de 2014). *De las fibras naturales surgen obras artísticas*. Recuperado el 23 de 01 de 2015, de El Mercurio: <http://www.elmercurio.com.ec/422978-de-las-fibras-naturales-surgen-obras-artisticas/#.VMAzi0eG8cB>
- El Telégrafo. (21 de Agosto de 2013). Artesanos participan en feria internacional en Nueva York. pág. 35.
- Expansión. (2014). *Alemania*. Recuperado el 2015, de DatosMacro.com: <http://www.datosmacro.com/pib/alemania>
- Expansión. (2014). *Francia*. Recuperado el 2015, de DatosMacro.com: <http://www.datosmacro.com/pib/francia>
- Expansión. (2014). *PIB Francia*. Recuperado el 04 de 2015, de DatosMacro.com: <http://www.datosmacro.com/pib/francia>
- Explored- Noticias de Ecuador. (18 de Julio de 2013). *Los ecuatorianos, dispuestos a comprar productos verdes*. Recuperado el 22 de Marzo de 2015, de Explored- Noticias de Ecuador: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/los-ecuatorianos-dispuestos-a-comprar-productos-verdes-586240.html>
- Export Entreprises SA. (Junio de 2015). *Llegar al consumidor*. Recuperado el 2015, de Santander Trade Portal: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Exporta Fácil. (27 de Enero de 2011). *Registro en el Portal Exporta Fácil*. Recuperado el 2015, de Exporta Fácil: <http://www.exportafacil.gob.ec/como-funciona/que-es-exporta-facil>
- FUNDAPI. (06 de Junio de 2013). *Guía OSC*. Recuperado el 03 de Julio de 2015, de Fundacion de Ayuda por Internet: <http://guiaosc.org/que-es-el-registro-unico-de-contribuyentes-ruc/>
- Gareth, J. (2005). Segmentacion de Mercado. En J. Gareth, & H. Charles, *Administracion Estratégica un Enfoque Integrado* (pág. 171).
- Guerras Martín, L., & Navas López, J. (2007). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. Obtenido de Métodos de entra en mercados exteriores.

- Herrera, R. (s.f.). *Portal de Gerencia*. Obtenido de [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/\[PD\]%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/[PD]%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf)
- INEC. (enero de 2015). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Recuperado el 13 de Enero de 2015, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=130&Itemid=108
- INEN. (2012). *Etiquetado*. Recuperado el 24 de Junio de 2015, de Instituto Ecuatoriano de Normalización: <http://normaspdf.inen.gob.ec/pdf/nte/1875-3R.pdf>
- InLog Logistics Solutions. (2015). *Formas de pago internacional*. Recuperado el 3 de Abril de 2015, de http://logisticaytransporteinlog.com/wp-content/files/Formas_de_pago_internacional.pdf
- Institute Packaging Machinery Manufactures . (1991). *Manual de Etiquetado*.
- Instituto Crea Medioambiente. (2013). *El consumidor verde y los certificados ecológicos*. Recuperado el 13 de Enero de 2014, de <http://www.creamedioambiente.com/blog/item/78-el-consumidor-verde-y-los-certificados-ecol%C3%B3gicos>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Dirección de Estudios Laborales y Económicos. (2015). *Indicadores Laborales Diciembre 2014*.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Unidad de Análisis de Síntesis. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIUU 4.0*.
- Jhonson, E. (1996). *Administración de Ventas*. MCGraw Hill.
- JNDA. (2015). *Certificado de calificación artesanal*. Recuperado el 07 de 2015, de Junta Nacional de Defensa del Artesano: <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- Judd, B. I. (1975). *El Cocotero "El Árbol de la Vida"*. Tempe Arizona.
- Juri, M., & Mosteiro, J. (2013). *Material Bibliografico del curso de Economía, para el bloque de Economía Descriptiva*. Montevideo.

- K, A. (26 de 06 de 2015). *Análisis Interno*. Recuperado el 04 de 05 de 2015, de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>
- La Guía. (01 de 07 de 2008). *Geografía de Alemania*. Recuperado el 2015, de <http://geografia.laguia2000.com/geografia-regional/europa/union-europea/geografia-de-alemania-generalidades>
- La Hora. (13 de Junio de 2013). Huella Ecológica para concienciar. *LaHora*.
- La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1997). *La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera*. Manila.
- Lituma, M. (2014). Artesanos. *Familia*, 7.
- López-Dóriga Ostolaza, J. (12 de 01 de 2015). *Estados Unidos: panorama económico 2015*. Recuperado el 2015, de El Economista: <http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-especial-valores/2015/01/12/estados-unidospanorama-economico-2015>
- Maita, Y. (2015). *Economía*. Obtenido de academia.edu: <http://www.academia.edu/5148737/Economia>
- Martínez, C., & Costales, V. (9 de abril de 2015). *Infomed Red de Salud de Cuba*. Obtenido de Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas: <http://www.sld.cu/saludvida/naturaltradicional/temas.php?idv=6532>
- Mc Kay, J. (1991). *El modelo de desarrollo*.
- Mercosur- CAN . (2007). Arancel de Importaciones Integrado del Ecuador.
- Ministerio Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional. (2015). *Así es Francia*. Recuperado el 2015, de France Diplomatie: http://www.diplomatie.gouv.fr/es/francia/territorio/generalidades/articulo/asi-es-francia#sommaire_3
- Ministerio Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional. (2015). *Así es Francia*. Recuperado el 2015, de France Diplomatie: http://www.diplomatie.gouv.fr/es/francia/territorio/generalidades/articulo/asi-es-francia#sommaire_3

- MIPRO. (2014). *Registro Único Artesanal*. Recuperado el 20 de 07 de 2015, de Ministerio de Industrias y Productivida: <http://servicios.industrias.gob.ec/RUA.html>
- Morales Troncoso, C. (2000). *Plan de exportación: Lleve sus productos a todo el mundo* (Primera ed.). Ciudad de México, México: Unidos.
- Nelson, R. (1993). *National Innovation Systems: a Comparative Analysis*. Oxfordr.
- Nelson, R. (1993). *Teorías del desarrollo regional*.
- ONU. (23 de Mayo de 2015). *La contaminación ambiental con respecto a la economía*. Recuperado el 24 de 05 de 2015, de Organización de las Naciones Unidas: <http://es.scribd.com/doc/266354712/La-Contaminacion-Ambiental-Con-Respecto-a-La-Economia#scribd>
- ONU. (s.f.). *La Onu*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: http://www.cinu.org.mx/ninos/html/onu_n5.htm
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*.
- Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Compañía Editorial S.A. de C.V.
- Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Compañía Editorial S.A. de C.V.
- Porter, M. (1985). *La cadena de valor*. Recuperado el 2015, de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/la-cadena-de-valor-de-porter/>
- Raboso, Luis. (03 de 08 de 2013). *Espanoles ahorra reciclan*. Obtenido de ABC: <http://www.abc.es/sociedad/20130803/abci-espanoles-ahorran-reciclan-pero-201308021823.html>
- Rivas Zambrano, R. (2010). *En EE.UU hay 591 mil ecuatorianos*. Recuperado el enero de 2015, de Ecuatorianos por el mundo: http://www.ecuatorianosporelmundo.com/home/index.php?option=com_content&view=article&id=76:en-eeuu-hay-591-mil-ecuatorianos&catid=37:ecuatorianos-en-eeuu&Itemid=56

Tello. (2006). *Teorías de la base económica*.

Todo Comercio Exterior. (2014). *Packing list*. Recuperado el 23 de 05 de 2015, de Todo Comercio Exterior: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/packing-list-el-documento-del-exportador>

TradeMap. (2015). *Datos estadísticos de importación y exportación*. Recuperado el 2015, de Centro de Comercio Internacional: <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>

United States Census Bureau. (2014). *Datos*. Recuperado el 27 de Junio de 2015, de Census: <http://www.census.gov/2010census/data/>

Váquiro C., J. D. (07 de Mayo de 2015). *PYMES Futuro*. Obtenido de Asesoría y Consultoría para PYMES: <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>

Villalobos, J. (06 de Junio de 2012). *Cinco Fuerzas de Michael Porter*. Obtenido de Coyuntura económica: <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>

Vinca LLC. (s.f.). *Que son las ISO 9001:2008*. Recuperado el 23 de Junio de 2015, de Herramientas para Sistemas de Calidad: <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>