



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN
TESIS**

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO
EXTERIOR E INTEGRACIÓN**

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CAÑA GUADUA
PROCESADA EN PARQUET AL MERCADO ALEMÁN”**

AUTORA

ZAMBRANO PRADO JOHANNA FRANSUA

DIRECTOR DE TESIS

ING: PATRICIO ANDINO

QUITO – ECUADOR 2015

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DE TESIS

Ing. Patricio Andino Tutor de tesis de la Universidad Tecnológica Equinoccial UTE.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo realizado por Johanna Zmbrano Prado, cuyo tema es: “Plan de negocios para la exportación de Caña Guadua proceda en parquet al mercado Alemán” ha sido dirigido, orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto Autorizo su presentación.

ING: PATRICIO ANDINO
DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE ATORIA

Johanna Zambrano Prado, declaro que: La Tesis de grado denominada “Plan de negocios para la exportación de Caña Guadua procesada en parquet al mercado Alemán” ha sido desarrollada en base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme con las citas que constan en cada una de las consultas, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. En consecuencia este trabajo es mi autoría. En tal virtud, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance de este proyecto de grado mencionado.

Johanna Zambrano Prado

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre Juan Carlos Zambrano, que este trabajo sea el rincón silencioso de mi Homenaje a sus virtudes sus enseñanzas y su noble corazón.

A mi Madre que ha sido un ejemplo de lucha y fortaleza en mi vida, por su infinito amor, cariño, y comprensión, quien impulsa mi crecimiento profesional, espiritual y personal día a día.

Johanna Zambrano

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por fortalecer mi corazón para seguir adelante, por darme la sabiduría y el entendimiento para cumplir mis metas, por haber puesto en mi camino a un hombre maravilloso que han sido mi soporte y compañía durante este último periodo y el más fuerte de mis estudios. A mi familia que siempre me apoyó y motivó para culminar esta etapa de mi vida.

Al Ing. Patricio Andino por brindarme su apoyo y ser una guía durante el proceso de la dirección de tesis.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, sus Autoridades, y profesores, por brindarme los conocimientos necesarios para salir a enfrentarme a un mundo competitivo y ser mejor en la vida laboral.

Johanna Zambrano

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DE TESIS	1
CAPITULO 1	1
INTRODUCCION	1
1.1 El Problema de la Investigación	1
1.1.1 Problema a Investigar	1
1.1.2 Objetivo del Estudio Teórico	1
1.1.3 Objetivo del Estudio Practico	1
1.1.4 Planteamiento del Problema	1
1.1.4.1 Diagnóstico	1
1.1.4.2 Pronóstico	2
1.1.4.3 Control del Pronóstico	2
1.1.5 Formulación del problema	3
1.1.6 Sistematización del problema	4
1.1.7 Objetivo General	4
1.1.8 Objetivos Específicos	4
1.1.9 Justificaciones	4
1.2 Marco Referencial	5
1.2.1 Marco Teórico	5
Plan de Negocios	5
Base Legal	8
Plan de Exportación	11
Tabla 1 Pasos a Seguir para una Exportación	12
Tabla 3 Pib Alemania 2014: Evolución Trimestral	21
Arancelaria 4409.21.00 Madera, incluidas las tablillas y frisos para parkés, sin ensamblar, perfilada longitudin	21
CAPÍTULO 2	29
MÉTODO	29
2.1.2 Modalidad de la Investigación	29
2.1.3 Métodos de Investigación	29
2.1.4 Población y Muestra	30
2.1.5 Selección Instrumentos de la Investigación	30

2.1.6 Procesamiento de Datos	30
2.2 Metodología Específica	30
Metodología para el Objetivo Específico 1:	30
Metodología para el Objetivo Específico 2:	31
Metodología para el Objetivo Específico 3:	33
Metodología para el Objetivo Específico 4:	34
CAPITULO 3	36
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	36
3.1. Presentación de resultados	36
OBLIGACIONES DEL COMPRADOR	61
3.2. Análisis de los Resultados de los Objetivos	69
CAPITULO 4	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES	71
Bibliografía.....	72

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pasos a Seguir para una Exportación	12
Tabla 2 Datos Generales de Alemania.....	17
Tabla 3 Pib Alemania 2014: Evolución Trimestral	21
Tabla 4 Volumen de exportaciones Ecuatorianas de Bambú	27
Tabla 5 Total Exportaciones de Bambú a Alemania.....	28
Tabla 6 Proyección de las Importaciones de caña guadua procesada en paquet por Alemania desde el mundo	37
Tabla 7 Importaciones bambú o caña guadua.....	38
Tabla 8 Proyección de las Importaciones de caña guadua.....	38
Tabla 9 Cifras Proyectadas de las Importaciones de caña guadua procesada en parquet en Alemania Año 2015 - 2020	39
Tabla 10 Exportación de caña Guadua por Alemania hacia el mundo Datos Históricos.....	39
Tabla 11 Proyección de las Exportaciones de Caña Guadua de Alemania Datos Históricos	39
Tabla 12 Cifras Proyectadas de Exportaciones de Caña Guadua en Alemania Año 2015-2020.....	40
Tabla 13 Consumo Nacional Aparente Cálculo.....	40
Tabla 14 Población en Alemania.....	41
Tabla 15 Número de Viviendas	41
Tabla 16 Consumo por Vivienda	42
Tabla 17 Demanda Insatisfecha	42
Tabla 18 Evaluación del Proyecto.....	44
Tabla 19 Gastos Publicidad	45
Tabla 20 Otros Gastos.....	45
Tabla 21 Costos Operacionales	46
Tabla 22 Estado de Situación Inicial	47
Tabla 23 Estado de resultados.....	49
Tabla 24 Flujo de Efectivo.....	51
Tabla 25 Valor actual neto (VAN) (TIR)	52
Tabla 26 Punto de equilibrio	54
Tabla 27 Matriz Costos EXW-DDP	55
Tabla 28 Tratado bilateral entre ecuador y Alemania de inversión.....	58

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de Alemania	17
Figura 2 Bambú	21
Figura 3 Caña Guadua Utilizada en Construcción	26
Figura 4 Volumen de exportaciones Ecuatorianas de Bambú.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 5 Balanza Comercial Total	28
Figura 6 Localización de la Empresa	56
Figura 7 Incoterms	60
Figura 8 Contenedores	61
Figura 9 Tipos de Marcas.....	66
Figura 10 Cajas con Marcas	66

RESUMEN

El presente trabajo es el análisis de plan de negocios para la exportación de caña guadua conocida también como bambú procesada en parquet al mercado Alemán. Para el cual se realizó una recopilación de datos e información que contienen una serie de referencias de lo que es el plan de negocios y exportación que utilizaremos en esta investigación.

Podemos decir que las personas hoy en día se han inclinado por la decoración de calidad y naturista en sus hogares, llegando así a ponerse de moda en los países europeos, mercado que queremos explotar con nuestro producto.

El Ecuador dispone de un potencial de exportación con una variedad de productos para ofrecer a nivel internacional, lo cual ha sido aprovechado por diversos sectores que han sabido descubrir y penetrar en mercados nacionales, e internacionales, mediante el empleo de estrategias para lograr un posicionamiento de nuestros productos y en este caso de la caña guadua. De esta manera aportando a la economía ecuatoriana.

El uso de la caña guadua se lo hace desde en épocas anteriores y se ha extendido hasta nuestros días por sus múltiples usos y al mismo tiempo por ser un recurso sostenible que contribuye a beneficiar económicamente a los países productores que se encuentran ubicados principalmente en Sudamérica, teniendo al Ecuador como uno de los mayores productores de la caña guadua.

En el Ecuador se lo utiliza principalmente para la construcción de viviendas, pero aquí se lo identifica como pobreza, por el desconocimiento de sus beneficios y la falta de información que se puede tener acerca de la caña guadua y los usos que se le puede dar, la escasez de la información de áreas de cultivo naturales no ha permitido a los pequeños productores visualizarla como potencial producto de exportación, limitando así a la Caña Guadua a un consumo en su mayoría local.

Después de realizar todos los estudios respectivos y realizar un análisis financiero donde se determinara si este plan de negocios es rentable podemos determinar que apartar del 3 año se comenzara a obtener ganancias que es lo que la empresa exportadora quiere llegar a obtener al igual que conocimiento internacional de nuestro producto.

ABSTRACT

the present work is the analysis of business plan for exporting bamboo cane also known as bamboo parquet processed in the German market. For which a collection of data and information they contain a number of references to what the business plan and export use in this research was conducted.

We can say that people today have tended quality decoration and naturist at home, reaching into fashion

in European countries, we want to exploit market our product.

The Ecuador has export potential with a variety of products to offer internationally, which has been used by various sectors that have managed to find and penetrate domestic markets and international, by employing strategies to achieve positioning our products and in this case the bamboo cane.

Thus contributing to the Ecuadorian economy.

The use of bamboo cane is done from in the past and has spread to this day for its multiple uses and at the same time be a sustainable resource that contributes to economically benefit the producer countries are located mainly in South America, having to Ecuador as one of the biggest producers of bamboo cane.

In Ecuador it is used mainly for housing construction, but here is identified as poverty, the lack of benefits and lack of information may have about the bamboo cane and uses that can be given, the lack of information from natural farming areas has allowed small farmers view it as a potential export, thus limiting the Caña Guadua a mostly local consumption.

After performing all the respective studies and financial analysis where it is determined if the business plan is profitable we can determine that aside 3 year began a profit that is what the exporter wants to get as international knowledge our product.

CAPITULO 1

INTRODUCCION

1.1 El Problema de la Investigación

1.1.1 Problema a Investigar

Insuficiente plan de negocios para la exportación de caña guadua procesada en parquet Al mercado Alemán.

1.1.2 Objetivo del Estudio Teórico

Plan de exportación.

1.1.3 Objetivo del Estudio Practico

Exportación de caña guadua procesada en parquet.

Alemania

1.1.4 Planteamiento del Problema

1.1.4.1 Diagnóstico

La Guadua ha sido una compañera de la humanidad desde épocas muy tempranas, es de bajo costo por lo que en la actualidad pasara a ser un producto de alto beneficio económico, A la caña guadua se le conoce con el nombre científico Guadua Angustifolia

Ecuador es uno de los países más diversos del mundo.- un patrimonio natural que incorpora cuatro mundos muy diferentes, que cuenta con grandes áreas protegidas (18% del país) y con la mayor cantidad de animales y plantas por km² en el mundo. Es el segundo país en el mundo en diversidad de vertebrados endémicos, tercero en diversidad de anfibios, cuarto en aves y pájaros, quinto en mariposas, posee el 10% de las especies de plantas en el mundo, el 10,7% de los

animales vertebrados, el 35% de todas las especies de colibríes, y todo ello en el 0,19% de la superficie terrestre.

Es un país pluricultural.- un patrimonio cultural con historia y tradiciones vivas como la riqueza colonial de Quito y Cuenca y de las 15 nacionalidades indígenas expresada en sus mercados, artesanías, eventos, agricultura y relación con el ambiente. La reconocida calidez de su gente, su clima y localización en la mitad del mundo, es un país donde todo está cerca.

Las limitaciones son principalmente de carácter natural puesto que la variación del clima y otras condiciones repercutirán en la calidad y cantidad de la producción en el sector. Las políticas de los dos países como regulaciones arancelarias que afectarían positivamente o negativamente en las reglas comerciales, las condiciones de transporte tanto terrestre como marítima, y desastres naturales.

1.1.4.2 Pronóstico

Alemania de igual manera es uno de los países que más exigencias tiene por lo que tenemos que adaptar el producto para la exportación a dicho país ya que si no se cumple con los requisitos que el país demanda no se llevaría a cabo ningún acuerdo.

El poco apoyo del gobierno a la agricultura causaría aspectos negativos como: falta de sanidad agropecuaria, escasa investigación, falta de asistencia técnica para el proceso de producción de las maderas, pocas fuentes de trabajo, entre otros, por lo tanto genera algunas desventajas como:

No hay producción en línea, ni estandarización.

Falta de cultura y conciencia productiva para artículos manufacturados.

Alta deforestación de los canales silvestres.

Uso no adecuado del recurso.

Mal manejo técnico en la exportación.

1.1.4.3 Control del Pronóstico

Las ventajas ante otras maderas son que se produce vegetablemente, tiene una velocidad de crecimiento muy alta, por lo que su producción es muy grande y favorable para la exportación.

En la actualidad, Ecuador es uno de los países más ricos en la producción de caña guadua es por esto que se plantea la exportación de este producto procesado en forma de parquet o tablonés hacia el mercado alemán.

Constituyo un producto de exportación nuevo, innovador con grandes beneficios para el país de destino, es por esto que el plan se enfoca en la exportación directa a Alemania; con esto generaremos ingresos y empleo en Ecuador.

Es por esto que hemos escogido a Alemania como destino de la exportación ya que posee las siguientes ventajas:

Es uno de los países más industrializados, y más avanzados, de igual manera tiene un mercado de mayor tamaño y peso de la Unión Europea, su economía se basa en los bienes y servicios industriales.

Cabe destacar que el mercado alemán tiene especial importancia para el Ecuador, ya que representa la mayor población entre los estados miembros de la unión Europea.

Otras de las ventajas que podemos encontrar son las siguientes:

Necesidad de integrarse al mercado mundial por la globalización de la economía.

Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional.

Posibilidades de competir en mercado internacional por calidad y precio.

Hacer alianzas estratégicas con empresas nacionales y extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia, lograr mayores volúmenes y diversificar productos.

Aprovechar oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.

1.1.5 Formulación del problema

¿Cómo debería estructurarse un plan de negocios para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán año 2015?

1.1.6 Sistematización del problema

¿Cuál será el marketing mix para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015?

¿Cuál será la rentabilidad para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015?

¿Qué requisitos legales y de comercio exterior se deben cumplir para exportar caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015?

¿Cuáles serán las actividades de comercio exterior que se realizarán para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015?

1.1.7 Objetivo General

Establecer cómo debería estructurarse un plan de negocios para la exportación de caña guadua al mercado alemán buscando altos niveles de rentabilidad económicos, sociales y ecológicos.

1.1.8 Objetivos Específicos

- Definir cuál será el marketing mix para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015
- Determinar cuál será la rentabilidad para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015.
- Establecer qué requisitos legales y de comercio exterior se deben cumplir para exportar caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015
- Indicar Considerar cuáles serán las actividades de comercio exterior que se realizarán para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015

1.1.9 Justificaciones

El propósito de este estudio se basa en la de conocer los beneficios de la caña guadua para ser distribuida en el mercado exterior, ya que todavía no ha sido aprovechado ni comercializada internacionalmente en su totalidad. Para el presente proyecto se toma en cuenta los diferentes

usos y formas que se le puede dar a la guadua para el mercado externo: dirigido a un público consumidor que le gusta las cosas nuevas con aspectos diferentes.

Surge la necesidad en vista a redescubrir nuevos productos a ser promocionados y comercializados internacionalmente fomentando especialmente la exportación de productos nacionales, la utilización de materia prima nacional para la elaboración de los productos y mano de obra nacional en todo el proceso de fabricación. La importancia radica en incentivar la creación de empresas buscando siempre lo innovador en el mercado.

En este estudio se realizará la posibilidad de exportar la caña guadua en parquet. Se demostrara entre otros aspectos, la factibilidad de exportación del producto seleccionado con sus características, diferencias al país elegido, formular el método de exportación más apropiado en torno al mercado meta, demostrar su factibilidad y ensayar la posibilidad de un plan de negocios para la línea de productos.

1.2 Marco Referencial.

1.2.1 Marco Teórico.

Plan de Negocios

La definición de plan de negocios que usaremos en la presente investigación se ha tomado de:

Un plan de negocio es un documento que sirve de guía para un empresario que desea entrar en un mercado donde se describe un negocio, se establecen acciones, normas que se realizaran en el futuro, se desarrollan estrategias que se implementaran tanto en promociones como en la fabricación, si se tratara de un producto. (definicion.de plan-de-negocios, 2015)

El plan de negocios es una herramienta que nos ayuda a comunicar una idea de un negocio que se desea alcanzar para poder venderlo esperando siempre una respuesta positiva por parte de los inversionistas. De igual manera el plan de negocios es un instrumento de uso interno para el empresario, ya que ayuda de manera fácil y útil a evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha, en las que se puede realizar análisis, pruebas de proyectos

que no siempre sean los más adecuados en ese momento, sino que quizás necesitan más dedicación y tiempo para que sean exitosos. (definicion.de plan-de-negocios, 2015)

Este documento debe incluir el detalle del plan de acción necesario para alcanzar los objetivos que deben cumplir, de igual manera el plan de negocios debe estar elaborado de forma fácil para que nos permita actualizarlo cuando se realicen cambios en el mercado o en la empresa. (definicion.de plan-de-negocios, 2015)

La elaboración de planes es de suma importancia ya que es uno de los motores de arranque para cualquier tipo de negocio, el hecho de contar con una guía es una especie de seguro ante los inconvenientes que se puedan presentar a futuro de esta manera se ofrece posibles soluciones y alternativas. (definicion.de plan-de-negocios, 2015)

En todos los planes es muy importante adquirir la mayor información posible y que los objetivos sean claros para poder emprender un negocio de manera sólida y con bases a lo que se desea llegar. Siempre es preferible que haya más ganancias que pérdidas. (definicion.de plan-de-negocios, 2015)

Tipos de Planes de Negocios

Hay diferentes planes de negocios que se deben aplicar dependiendo del tipo de empresa o negocio al que se desea entrar por lo que a continuación se detalla algunos de ellos.

Plan de viabilidad

Un plan de viabilidad debería ser la primera cosa que debes completar. En él se esbozan las posibilidades de que una empresa puesta en marcha tenga éxito. Se debe especificar el dinero necesario para la puesta en marcha, los gastos ordinarios y el precio de los bienes y servicios ofrecidos. En esencia, se examina si vale la pena establecer la empresa. (www.ehoenespañol.com, 2015)

Plan de lanzamiento

Este es el tipo más común de un plan de negocios. El plan de lanzamiento detalla todas las cosas que hay que hacer para comenzar el negocio. Debe cubrir todos los detalles, incluyendo los

productos o servicios que serán vendidos, las estrategias de marketing que planeas emplear, el equipo o los empleados que vas a utilizar y un análisis financiero para saber cómo se va a pagar todo. La respuesta a estas preguntas puede ayudarte a pensar más a fondo acerca de tu negocio y así establecer un plan en acción. (www.ehoenespañol.com, 2015)

Plan estratégico

Plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión.

El plan estratégico nos ayuda a lanzar un nuevo producto u ofrecer un nuevo servicio, o deseas reducir tu presupuesto de marketing, o reestructurar la empresa. Todo esto se puede hacer con un plan estratégico, donde una lluvia de ideas te dirá cómo se puede hacer un proyecto. (www.ehoenespañol.com, 2015)

Plan de crecimiento

Es una herramienta que ayuda a conseguir el desarrollo empresarial de manera planificada y controlada.

Un plan de crecimiento es necesario para aquellos que son propietarios de negocios que tienen un éxito moderado, y que están listos para el siguiente nivel: el crecimiento. Un plan de crecimiento detalla la manera de hacer crecer el negocio. Este te da una fecha tope o un itinerario básico para el período de crecimiento proyectado, y detalla cómo ese crecimiento tendrá lugar: quizás a través de un marketing agresivo, con mayores inversores o una mejor producción. (www.ehoenespañol.com, 2015)

Plan de operaciones

Un Plan de Operaciones nos ayuda a detallar las acciones a realizar para la puesta en marcha del proyecto.

Un plan de operaciones es un plan interno que por lo general no es entendido por los inversionistas o clientes, sino solamente por el propietario y los empleados. Este debe detallar cómo se espera que el negocio funcione. Puede incluir los próximos proyectos, eventos e hitos para el negocio. También puede detallar las responsabilidades de los distintos empleados. (www.ehoenespañol.com, 2015)

Constitución de la Empresa

Para la constitución de la empresa los pasos a seguir son los siguientes:

Base Legal

La base legal se refiere a la ley, resoluciones u orden ejecutiva que dispongan la creación de un organismo, programa o la asignación de recursos, mediante un acta la cual se debe respetar y seguir minuciosamente.

Constitución de la Empresa

La Ley de Compañías del Ecuador, determina que toda compañía extranjera que negocio o contrajese obligaciones en el Ecuador, debe tener un representante o apoderado en el país para el efecto de contestar las posibles demandas y cumplir las obligaciones respectivas, y si la actividad que la compañía extranjera va a ejercer en Ecuador corresponde a la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a domiciliarse y establecerse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente.

Existen 5 clases de compañías y son las siguientes:

1. Compañía en nombre colectivo;
2. Compañía en comandita simple y dividida por acciones;
3. Compañía de responsabilidad limitada;
4. Compañía anónima; y
5. Compañía de economía mixta.

1. De la Compañía en Nombre Colectivo

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras

“y compañía”. Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social. (www.oas.org, 2015, art 58)

2. De la Compañía en comandita simple

La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. La razón social será necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras “compañía en comandita” escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía. (www.oas.org, 2015, art 59)

3. De la Compañía de Responsabilidad Limitada

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. (www.oas.org, 2015, art 92)

4. De la Compañía Anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (www.oas.org, 2015, art 143)

5. De la Compañía en Comandita por Acciones

El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles. (www.oas.org, 2015, art 301)

6. De la Compañía de Economía Mixta

El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.

La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a las empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la presentación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos. (www.oas.org, 2015, art 308, 309)

Pasos para la constitución de la Compañía:

- 1.- Se puede emitir hasta 5 alternativas de nombres a la Súper Intendencia de Compañías, se aprueba un nombre. (www.oas.org, 2015)
- 2.- A continuación se procede a realizar la minuta, revisada por el interesado y revisada por la Superintendencia de Compañías. (www.oas.org, 2015)
- 3.- Una vez aprobada la minuta, se hace la apertura de la cuenta de integración en el Banco corresponsal con los siguientes documentos: original y copia de la minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital, todos estos requisitos con copias notariadas. (www.oas.org, 2015)
- 4.- Inmediatamente realizada la apertura de la cuenta, y que todo se encuentre aprobado por el Banco se acude al Notario, para elevar a escritura Pública. (www.oas.org, 2015)
- 5.- Después de elevar la minuta a escritura pública, se entrega en la Superintendencia de Compañías 3 copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre, para la elaboración del

extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente (10 x 15 cm). (www.oas.org, 2015)

6.- La Superintendencia de Compañías entrega las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura. (www.oas.org, 2015)

7.- Se lleva al notario toda la documentación, para su marginación, con la resolución de la Superintendencia de Compañías. (www.oas.org, 2015)

8.- Se llama al Registro Mercantil para que nos conceda el número de partida o de registro el cual debe de ir en los nombramientos antes de llevar al Registro Mercantil, esto va acompañado al Registro Mercantil de las escrituras marginadas, con los nombramientos de Gerente y de Presidente. (www.oas.org, 2015)

9.- Se lleva a la Superintendencia de Compañías toda la documentación con formulario 01a, 01B, para que conceda el SRI para el funcionamiento de la Compañía (petición con firma de Abogado) – (1 día), (nombramiento de Gerente, copia de cédula y certificado de votación, escritura certificada, resolución de la Superintendencia y su aprobación, con su registro de sociedades y carta de luz, agua o teléfono.) (www.oas.org, 2015)

10.- Luego una vez que el SRI entrega el Ruc, se saca una copia y se lleva a la Superintendencia de Compañías para que nos den la carta de solicitud para el Banco y poder retirar el capital que se aportó (capital pagado). Se lleva al Banco personalmente copia del nombramiento, copia de cédula y la carta de la Superintendencia de Compañías para el Banco. (www.oas.org, 2015)

Plan de Exportación

Según el autor Olegario Lamazares un plan de exportación es el siguiente (Lamazares, 20015)

Un plan de exportación es una herramienta imprescindible para cualquier tipo de empresa que se quiera posicionar en los mercados extranjeros, un plan de exportación debe estructurarse de forma claramente clara y siguiendo en un orden secuencial las operaciones de comercio internacional de igual manera se debe analizar los aspectos favorables, las estrategias que se van a utilizar en la empresa en relación al mercado internacional.

Por lo que Elaboraremos un plan de negocios para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán, en donde se analiza la situación del mercado y se establecerán las

acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación. aprovechando la producción de esta especie maderable que crece en zonas tropicales y subtropicales en el Ecuador, de esta manera obtener la expansión de nuestra caña que es un producto no tradicional que ha permitido satisfacer la demanda interna de elementos para la construcción y de igual manera la demanda externa, procurando tener una rentabilidad económica, social y ecológica, para nuestro plan de exportación nos basaremos en los siguientes puntos que son de mucha importancia para poder analizar el mercado objetivo y así poder conocer la demanda que nuestro producto tiene en dicho mercado:

Tabla 1 Pasos a Seguir para una Exportación

Selección del Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación arancelaria del producto. • Importantes productos competidores Directos y o indirectos. • Medidas y controles de calidad. • Tecnología e investigación y desarrollo. • Costos de fabricación o adquisición. • Precio PVP
Selección del país meta	<ul style="list-style-type: none"> • Método para la selección del país. • Examen de la situación actual de la industria O sector. • Revisión de las economías del mundo. • Acuerdos arancelarios.
Selección del país meta	<ul style="list-style-type: none"> • Medición y tendencias del consumo. • Características y segmentación del mercado. • Barreras arancelarias y no arancelarias. • Identificación y estudio de la competencia Internacional. • Situación de precios, canales y promoción.
Aspectos operacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Definiciones de objetivos y metas en el mercado seleccionado
	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuaciones de la mezcla de marketing. • Estrategia de entrada al mercado. • Costos, precios y cotizaciones. • Aspectos de logística: envase, etiquetado,

	empaque, embalaje y transporte, formas de pago
Sistema legal del comercio	• Constitución política.
	• Ley de comercio exterior. • Regulaciones y restricciones no-arancelarias. • Ley de aduana, Regímenes Aduaneros. • Documentación aduanera y de comercio exterior.
Aspectos Financieros	• Recursos y o inversiones requeridas y formas de Financiamiento. • Estados financieros proforma • Determinación del flujo de efectivo. • Determinación del punto de equilibrio.
	• TIR Y VPN.

Fuente:

Elaboración: Johanna Zambrano

Instituciones Relacionadas

Para efectos del presente proyecto se procede a enunciar las instituciones que están vinculadas al desarrollo de este proyecto.

Aduana del Ecuador (SENAE); Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio. Parte activa del que hacer nacional e internacional, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario. (www.aduana.gob.ec, 2015)

Estamos conscientes que en las instituciones, el principal recurso es el humano, por eso creemos en la gente. Estamos listos para enfrentar cualquier reto, y comprometidos con la gran responsabilidad que implica ser la Aduana del Ecuador. (www.aduana.gob.ec, 2015)

Ministerio de Relaciones Exteriores

Este ministerio sirve para establecer acuerdos comerciales y políticos con otros países y defender los asuntos del Ecuador en el mundo.

Comex (Comité de Comercio Exterior)

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia. (www.comercioexterior.gob.ec, 2015)

El Decreto Ejecutivo No 25 reestructura al Comité de Comercio Exterior (COMEX) y define como miembros a los titulares o delegados de las siguientes entidades:

- Ministerio de Comercio Exterior, quien lo preside;
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- Ministerio de Industrias y Productividad;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Adicionalmente, formaran parte del COMEX, con voz, pero sin derecho a voto, las siguientes entidades:

- Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad;
- Ministerio Coordinador de la Política Económica;
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y,
- Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo. (www.comercioexterior.gob.ec, 2015)

El Ministerio de Comercio Exterior es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y soberana, la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuya a la integración latinoamericana y que apoye el cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección, gestión y coordinación de la política de comercio exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones, las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales, la regulación de importaciones y la sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país. (www.comercioexterior.gob.ec, 2015)

Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN)

Es un organismo técnico nacional, eje principal del Sistema Ecuatoriano de Calidad en el país, competente en Normalización, Reglamentación Técnica y Metrológica, que contribuye a garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad; la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente; la protección del consumidor y la promoción de la cultura de la calidad y el mejoramiento de la productividad y competitividad en la sociedad ecuatoriana. (www.inen.gob.ec, 2015)

Servicio de Rentas Internas (SRI)

El Servicio de Rentas Internas es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. (www.sri.gob.ec , 2015)

Banco Central del Ecuador

Promover y coadyuvar a la estabilidad económica del país, tendiente a su desarrollo, para lo cual deberá: realizar el seguimiento del programa macroeconómico; contribuir en el diseño de políticas y estrategias para el desarrollo de la nación; y, ejecutar el régimen monetario de la República, que involucra administrar el sistema de pagos, invertir la reserva de libre disponibilidad y, actuar como depositario de los fondos públicos y como agente fiscal y financiero del Estado. (www.bce.fin.ec, 2015)

Proecuador

Es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, adscrito a la Cancillería, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.

(www.proecuador.gob.ec, 2015)

Cuenta con 4 oficinas regionales encargadas de ver las necesidades del territorio y mantener el constante contacto con los productores y exportadores nacionales; y con 27 oficinas comerciales

en el exterior, enfocadas en la investigación, negociación y apertura de mercados que beneficien al Ecuador. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Con esto PRO ECUADOR, más que una entidad, somos un aliado comercial preocupado en el desarrollo del negocio de los exportadores nacionales. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Leyes Conexas

Ley de Compañías

La ley de compañías se encarga de regular y controlar todo lo relacionado a las compañías en el Ecuador, entre el estado y los representantes de cada empresa.

Código Tributario

Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora. (www.inigemmm.gob.ec , 2015)

Código de Trabajo

Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren. (www.pge.gob.ec , 2015)

Código de Comercio

El código de comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes (www.lacamaradequito.com, 2015)

ALEMANIA

La siguiente definición que usaremos en la presente investigación se ha tomado de:

Alemania, oficialmente la República Federal de Alemania, es un país soberano centroeuropeo y miembro de la Unión Europea; se organiza como una república parlamentaria federal y su capital es Berlín. (wikipedia.org, 2015, parr 1)

Figura 1 Mapa de Alemania



Fuente: www.cia.gov/library/publications

Elaboración: www.cia.gov/library/publications

Tabla 2 Datos Generales de Alemania

Nombre Oficial del país	República Federal de Alemania
Nombre del país en alemán	Bundesrepublik Deutschland
Superficie	357.050 km ²
Densidad	231 hab/km
Población	82.300.372 (2010 est.)
Esperanza de vida	79 años
Capital	Berlín
Forma de Gobierno	República Federal

	Parlamentaria
Moneda	Euro
Países Fronterizos	Bélgica, Dinamarca, Francia,
	Luxemburgo, Austria, Polonia
Fiesta Nacional	3 de Octubre
Lengua	Alemán

Fuente: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gm.html>

Elaboración: Johanna Zambrano Prado

Sistema político

Alemania cuenta con un sistema parlamentario, es decir que la República Federal de Alemania es una democracia parlamentaria y el Bundestag es su Cámara de Diputados -directamente electa por sus ciudadanos cada cuatro años-, la que, a su vez, vota entre sus miembros al canciller federal (jefe de gobierno). Desde 1998 dicho cargo es ocupado por Gerhard Schröder. (www.analisilatino.com, 20014)

El Bundestag aprueba las leyes en conjunto con el Bundesrat (Cámara de Senadores), una cámara de carácter territorial de las Länder (Estados federales). Los miembros del Bundesrat son integrantes de los gobiernos de los Estados federales y quedan sujetos a las instrucciones de sus referentes gobiernos. (www.analisilatino.com, 20014)

El método electoral alemán es su sistema de doble voto, lo que significó que cada ciudadano tiene dos votos, el primero va al candidato de su distrito electoral, es decir es un voto personalizado y uninominal, y el segundo va a la lista de los diputados correspondientes por la lista partidaria del Estado federal. (www.analisilatino.com, 20014)

Economía

Capacidad económica: Alemania es la más importante potencia económica de la Unión Europea (UE) y la cuarta economía del mundo. Tiene el PIB y la cifra de población más altos de la UE, lo que la convierte en el mercado más importante de Europa. El PIB asciende a dos billones 407.200 euros. (www.studylands.com, 2015)

Desde 1999 la moneda en Alemania es el euro. Antiguamente era el marco, Alemania surgió como una potencia económica mundial en la década de 1960. (www.studylands.com, 2015)

La reunificación del país resultó un golpe muy duro para la economía de ambas Alemanias, las Occidental y la Oriental. A pesar de todo, Alemania sigue siendo una potencia en la economía mundial .Alemania tiene industrias de pesca y silvicultura importantes. En la agricultura, la economía alemana no representa un gran papel, el país importa un tercio de su consumo de alimentos. En la industria minera también representa un papel pequeño. (www.studylands.com, 2015)

Lo que domina la economía de Alemania es el sector industrial, produciendo una gran variedad de artículos. Los productos fabricados principales son la maquinaria, los productos químicos, los alimentos procesados, los equipos de transporte y los aparatos electrónicos. (www.studylands.com, 2015)

Exportaciones en Alemania

En los países europeos, se ha desarrollado una afinidad hacia el uso apropiado de materiales naturales para la decoración de hogares, establecimientos educativos y comerciales. Conociendo que Alemania, ha creado una buena demanda de bambú. Alemania se localiza entre los países industrializados, más desarrollados y poderosos y es la cuarta economía del mundo, solo antecedida por EE.UU., Japón y China. Con 82 millones de habitantes, Alemania es también el mercado de mayor tamaño y mayor peso específico de la Unión Europea (UE). La economía alemana se centraliza en los bienes y servicios industriales. Las máquinas herramientas, los vehículos y los productos químicos alemanes son muy respetados a nivel internacional. Aproximadamente uno de cada cuatro euros se gana en la exportación y más de uno de cada cinco puestos de trabajo depende directa o indirectamente del comercio exterior. Con un volumen de exportación de un billón 121.000 millones de dólares, equivalente a cerca de un tercio del producto nacional bruto, en 2009 Alemania fue, por detrás de China (un billón 202.000 millones de dólares), el segundo exportador de bienes del mundo, después de haber ocupado seis años seguidos, entre 2003 y 2008, el primer lugar como “campeón mundial de la exportación”. La aportación de Alemania en el comercio mundial total ronda el nueve por ciento. (Orth, 2015)

Debido a su positiva orientación exportadora, Alemania es uno de los países más imbricados con la economía global y está muy interesada en la existencia de mercados abiertos. Los más importantes socios comerciales son Francia, los Países Bajos, EE.UU. y el Reino Unido. En 2009 Alemania exportó a Francia bienes por valor de 82.000 millones de euros; las exportaciones a EE.UU. y los Países Bajos se incrementaron respectivamente a 54.000 millones de euros y las exportaciones al Reino Unido totalizaron 53.000 millones de euros. Desde los incrementos de la UE hacia el Este (2004 y 2007) se comprueba un incremento del volumen comercial con los Estados miembros de Europa central y oriental. En la actualidad dichos países absorben algo más del 10% de las exportaciones totales. En total, el 63% de las exportaciones alemanas tiene como destino los países de la UE. También crece de forma constante la importancia de las relaciones comerciales y económicas con los países emergentes de Asia. Entre tanto esta región es el segundo mercado de las exportaciones alemanas (14% en 2009) y China el más importante receptor. Además, desde 1999 Alemania es el mayor inversor europeo en China. Unas 2.500 compañías alemanas tienen inversiones en el país. (Orth, 2015)

PIB en Alemania

El pib de Alemania que usaremos en el presente estudio se ha tomado de:

El producto interior bruto de Alemania en 2014 ha crecido un 1,5% en relación a 2013. Se trata de una tasa 14 décimas mayor que la de 2013, que fue del 0,1%.

(www.datosmacro.com, 2015)

En 2014 la cifra del PIB fue de 2.903.220 M. €, con lo que Alemania es la 4ª economía en el ranking de los 183 países de los que informamos el PIB. El valor absoluto del PIB en Alemania cayó 93.740 M. € respecto a 2013. (www.datosmacro.com, 2015)

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 el progreso del PIB per cápita resulta atractivo mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2004 cuando el PIB per cápita en Alemania era de 27.500. (www.datosmacro.com, 2015)

Si ordenamos los países que publicamos en función de su PIB per cápita, Alemania se localiza en buen lugar en cuanto al nivel de vida de sus habitantes, ya que entra el puesto

número 18 del ranking de 183 países de los que publicamos este dato.
(www.datosmacro.com, 2015)

Tabla 3 Pib Alemania 2014: Evolución Trimestral

Fecha	PIB Mill. €		Var. Trim.	Var. Anual
<hr/>				
< PIB Alemania 2013				
<hr/>				
III Trim 2014	727.104€	548.509\$	0,1%	1,2%
<hr/>				
II Trim 2014	726.152€	529.613\$	-0,1%	1,4%
<hr/>				
I Trim 2014	722.537€	527.553\$	0,8%	2,3%

Fuente: www.datosmacro.com/pib/alemania

El mercado del bambú en Alemania

Según una investigación por producto de bambú en el mercado alemán se llegó a tener tendencias para cada uno de ellos; en el caso de los tableros se encuentra un aumento en el consumo para construcción, muebles, pisos de parquet y otros afanes. En muebles se tuvo un aumento significativo en el nivel de ventas totales y de igual manera en las importaciones ya que la mayoría es importada. (www.anla.gov.co, 2015)

Las importaciones se consideran de acuerdo a su origen y se clasifican en dos grupos, los terminados (muebles y parquet) y prefabricados (pisos y tableros de parquet). Las importaciones provienen de Tailandia, China y Taiwán. (www.anla.gov.co, 2015)

Los productos de bambú en el mercado alemán en la gran mayoría son muebles (jardín, cocina, dormitorio) y parquet procedente de China, pero los acabados o terminación del producto se realiza en Alemania y las artesanías y alimentos. (www.anla.gov.co, 2015)

Se concluye que el mercado alemán está en continuo crecimiento y en busca nuevas aplicaciones que compitan tanto en precios como en condiciones técnicas. (www.anla.gov.co, 2015)

Caña Guadua

El bambú dentro del sistema armonizado, está en la partida

Arancelaria 4409.21.00 Madera, incluidas las tablillas y frisos para parqués, sin ensamblar, perfilada longitudin

Figura 2 Bambú



Fuente: www.artescana.blogspot.com

Elaboración: Johanna Zambrano Prado

El Bambú *Phyllostachys bambusoides* o más famoso como Bambú Gigante. Tiene su inicio en China y la India, se dice que puede obtener una altura de hasta 15 a 24 metros, sus cañas tienen un color verde oscuro brillante. Se conoce también que aparte de su interés ornamental, este bambú provee una madera dotada de excelentes caracteres de resistencia y de elasticidad, muy manejada por el artesanado en Japón. Este tipo de Bambú se lo puede cultivar en zonas soleadas y húmedas. (www.vivejardin.com, 2015)

Son plantas muy antiguas (Mioceno), rústicas y, sobre todo, atípicas. Han inspirado mitologías y simbologías. Algunas investigaciones señalan que la caña guadua, que se cultiva en el país, es uno de los bambúes más resistentes del mundo. Esto hace que los científicos profundicen en sus propiedades para diferentes usos. Sin embargo, también los diferentes grados de resistencia y de dureza que va ganando a través de los años, pueden ser aprovechados para diferentes fines tales como: fabricación de muebles, artesanías, postes, viviendas, parquet, etc. (prototipod.blogspot.com, 2015)

Siembra de Guadua.

Los lugares apropiados para sembrar guadua son: La ribera de ríos, para generar una futura protección de las cuencas de los ríos. En las quebradas para protegerlas de los desgaste y para aprovechar dichos terrenos, no aptos para otros cultivos. En cualquier clase de terreno, entre el nivel del mar hasta los 1.500 metros de altura. (artescana.blogspot.com, 2015)

Producción General de la Caña Guadua.

Hay 1200 variedades de bambú en el mundo de las cuales no todas son útiles para la industria o elaboración de artesanías debiendo tomar en cuenta sus características que pueden variar en resistencia, durabilidad, flexibilidad, etc. (FUERTES, 2015)

La variedad que se está sembrando en el Ecuador es GUADUA AGUSTIFOLIA, conocida como CAÑA BRAVA; esto se debe a que este tipo de caña se adecua muy bien a los distintos factores climáticos del Ecuador. (FUERTES, 2015)

Las zonas más importantes donde se encuentra bambú en el país son: Esmeraldas, el Oriente, siendo las provincias más importantes Pichincha, Guayas, Manabí y los Ríos, sectores que en su conjunto se han sumado la existencia de 8000 hectáreas silvestres y 2500 hectáreas sembradas técnicamente. (Orth, 2015)

Debido a que la demanda de éste vegetal cada vez es más grande, se proyecta que su producción se irá incrementando significativamente. (FUERTES, 2015)

Ciclo Biológico

La guadua, como recurso forestal, es una de las especies más favorables debido a su desarrollo acelerado. Durante los primeros 120 días el bambú tiene un promedio de incremento de 10cm/día. (FUERTES, 2015)

Durante los primeros meses la guadua brota del suelo con su diámetro definitivo recubierta de unas hojas gruesas color marrón que la rodean para protegerla (hoja caulinar). Es aquí dónde empieza la carrera por obtener su altura total con la cual elimina su protección y empiezan a salir sus primeras ramas en lo que se denomina etapa juvenil o verde. (FUERTES, 2015)

Se va fortaleciendo con el paso del tiempo. Habitualmente se tarda de 4 a 5 años para alcanzar su madurez y puede alcanzar a soportar alturas que seas más de doscientas veces su diámetro. (FUERTES, 2015)

Rendimiento por hectárea cultivada de caña guadua.

Al ejecutar un inventario forestal en un gradual promedio, hallamos la siguiente conformación estructural: renuevos: 500 verdes: 1000 maduras: 2000, y secas 500, para un total de 4000

guaduas. De las 4000 se consideran jóvenes las primeras 1500 y comerciales las 2500 restantes. (FUERTES, 2015)

Un aprovechamiento que no afecte contra el desarrollo del guadual y que por el contrario estimule la reproducción natural y su mejor desarrollo, es aquel que extrae el 50% de las guaduas comerciales o sea 1250 cada turno que puede ir de dieciocho a veinticuatro meses según la capacidad de regeneración de cada rodal, que se valora con un inventario forestal. (FUERTES, 2015)

Para evitar el que se caigan los guaduales se debe dejar un 50% en la plantación para que resguarde a las guaduas juveniles contra los vientos. (FUERTES, 2015)

Un aspecto muy importante al instante de cortar es escoger bien las guaduas a cortar, para evitar sacar muchas de un mismo sitio dejando claros. (FUERTES, 2015)

También se debe cortar a ras del primer nudo para evitar que se acumule agua en las cavidades que se acaban por podrir los rizomas y generalizar la muerte de toda la mata. (FUERTES, 2015)

Características de las Zonas donde se Produce Caña Guadua

Temperatura

La temperatura perfecta para el cultivo de la guadua esta entre los 20o C y 30o C. A medida que se aparta del rango indicado los diámetros y alturas se reducen, afectándose notablemente en las temperaturas inferiores a 18o C a una menor altura afecta negativamente al desarrollo de esta plant

Altitud

Felizmente prospera a altitudes que no exceden los 2000msnm, siéndolo óptimo entre los 800 y 1600.

Precipitación pluviométrica (lluvias)

La guadua se da en áreas donde la precipitación son superiores a 1200 mm anuales y los óptimos fluctúan entre los 2000 y los 2500 mm/año. (artescana.blogspot.com, 2015)

Humedad relativa

Los plantíos de guadua se desarrollan favorablemente en zonas donde la humedad relativa se ubica entre el 75% y 80%. (artescana.blogspot.com, 2015)

Brillo solar

La luminosidad incide claramente en el desarrollo de la guadua. Debe existir una luminosidad de 1800 a 2000 horas/luz/año, equivalente de 5 a 6 horas/luz/día. (artescana.blogspot.com, 2015)

Suelos

Características físicas

- Los suelos aptos son aquellos clasificados como:
- Areno-limoso
- Francos
- Franco-arenoso
- Franco-limoso

Los características de suelos ideales son los que muestran texturas gruesas y medias.

Los suelos pesados o arcillosos no son idóneos para el desarrollo de la planta.

Los suelos ricos en materia orgánica, con buen drenaje, húmedos pero no inmutables son los más recomendados para el cultivo de la guadua. (artescana.blogspot.com, 2015)

Los lugares que disponen con estas características en Ecuador son: Sto. Domingo de los Colorados, Sta. Ana, Bucay, Balzar, Quevedo. (artescana.blogspot.com, 2015)

Es asombrosamente útil, habiéndose descrito más de 1.500 usos y utilidades, muy válida en el pasado y con muchas posibilidades en el futuro. Se indica que se lo usó para fabricar los primeros aparatos aéreos, las bicicletas y los cañones. (FUERTES, 2015)

Este vegetal es tan versátil que consigue servir hasta para fabricar palillos de dientes o papel. Sus hojas también se usan para combatir la fiebre. En el Ecuador, se ha visto cómo los artesanos lo han usado para elaborar un instrumento que se vende en la calle y que sirve para rascarse la espalda. (FUERTES, 2015)

Se lo usa para:

- A esta madera se las utiliza para La construcción, como objetos decorativos, para la elaboración de alimentos, en la producción del papel (aquí se utiliza su pulpa), elaboración de balsas, puentes, andamios, con el forran suelos y pisos (para ello la caña debe de estar partida y aplanada). (Ramirez, 2015)
- La industria textil, con él bambú se hacen esteras, sombreros. (Ramirez, 2015)
- Igualmente se pueden fabricar: (Ramirez, 2015)
- Medicinas, telas, carbón, papel, muebles. En casa: Parquets, productos aglomerados, paneles, adornos, jardinería, leña, carbón, vallas, camas, cunas, escaleras de mano, fuentes, estanterías, lámparas y pantallas, muebles, persianas, pupitres, bandejas, artesanías, barriles, entre otros. (Ramirez, 2015)
- Industria: carbón activado, filamentos de bombillas, pasta para papel, alcohol, cerveza, vinos, bebidas energéticas, agujas para acupuntura, elaboración de perfumes. telares, rayón, sustituto de café, medicamentos, y fuegos artificiales. (Ramirez, 2015)
- Transporte: balsas, botes, capotes de barco, carretillas y puentes. (Ramirez, 2015)
- Pesca: cañas de pescar, cestos, trampas, redes, velas. (Ramirez, 2015)
- En el campo: invernaderos, canales de riego, compuertas, estacas, ásperos de granja, forraje y grano, cortavientos, molinos de viento, sistemas de riego. (Ramirez, 2015)
- Construcción: Casas, gallineros, torres, andamios, tableros, tejas, tejados, mástiles, postes, puntales, mamparas, tuberías de agua. (Ramirez, 2015)

Figura 3 Caña Guadua Utilizada en Construcción



Fuente: www.artescana.blogspot.com

Elaboración: Johanna Zambrano Prado

Volumen de Exportaciones

Las exportaciones ecuatorianas de bambú han crecido a un promedio de 73% en los últimos cinco años, siendo el año 2004 quien experimentó mayor crecimiento de exportación. Sin embargo a pesar de que estas exportaciones sufrieron años críticos (2001), con un decrecimiento del – 77.83%; el año 2002 se alcanzó una variación positiva del 121.74%; Las exportaciones de bambú han mantenido un rango en toneladas entre 349 y 4194. (www.ecotec.edu.ec, 2015)

Tabla 4 Volumen de exportaciones Ecuatorianas de Bambú

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE BAMBU			
MILES DE DOLARES			
AÑOS	TONELADAS	FOB	VARIACION %
2000	1,254.98	109.55	109.34
2001	349.73	24.29	-77.83
2002	886.63	53.86	121.74
2003	890.3	60.04	11.47
2004	4,194.49	180.51	200.65

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: CIC-CORPEI

Empresas Exportadoras

Los empresarios que se dedican al cultivo de guadua podrían no ser muy representativo, pero es importante predominar el interés que la empresa privada ha demostrado al llevar adelante actividades para el establecimiento de cultivos de guadua. Hoy en día, cuenta con técnicos que dirigen, asesoran y capacitan a sus trabajadores en los aspectos técnicos de preparación del suelo, producción de chusquines (plántulas), administración del cultivo, manejo del guadua en la cosecha, secado y preservación. Algunos grandes cultivadores participan en otras cadenas de comercialización, transporte e industrialización. (Ramirez, 2015)

A continuación se detalla algunas empresas productoras y exportadoras de Bambú.

- Big Bamboo
- Granja Integral de San Marcos. (Ramirez, 2015)
- Hacienda San Antonio del Hogar de Cristo. (Ramirez, 2015)
- Micro empresa de Carlos Julio Arosemena. (Ramirez, 2015)
- Hidalbambu. (Ramirez, 2015)

- Bambua (Ramirez, 2015)

Tabla 5 Total Exportaciones de Bambú a Alemania

Años	Cantidad TM
2006	306
2007	310
2008	422
2009	380
2010	432

Fuente: www.trademap.org

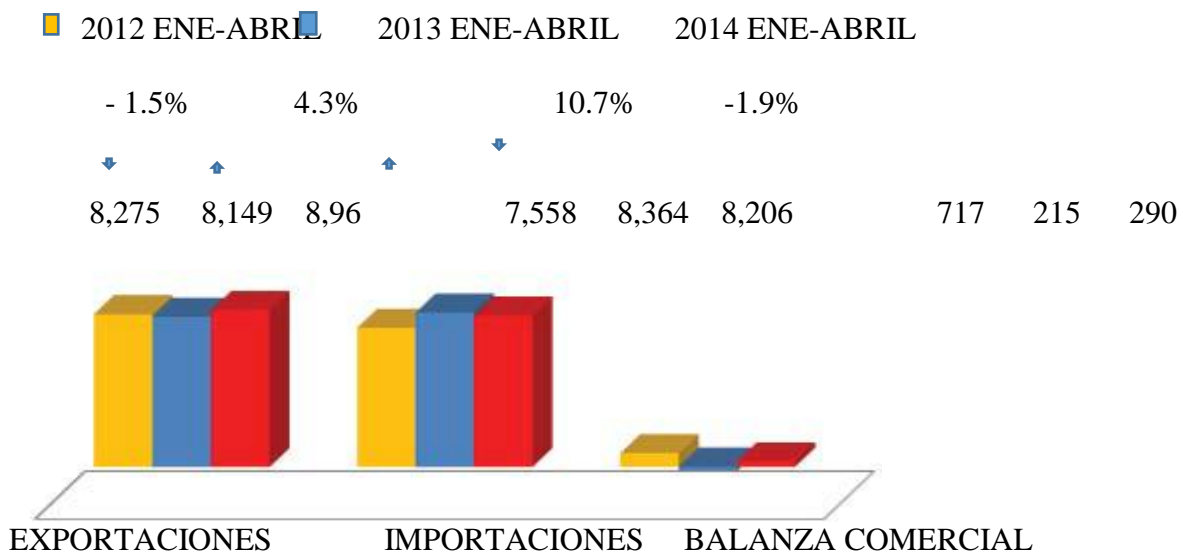
Elaborado: Johanna Zambrano Prado

Balanza Comercial del Ecuador

Para la siguiente investigación Proecuador nos dice que la balanza comercial del Ecuador dispone de los siguientes datos:

En el acumulado a abril del 2014 se presenta un superávit en la Balanza Comercial Total de USD 290 millones. Las exportaciones crecieron en un 4.3%, al comparar el acumulado a abril 2014-2013 y las importaciones decrecieron en un 1.9%. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Figura 4 Balanza Comercial Total
Millones USB FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones de PRO ECUADOR

CAPÍTULO 2

MÉTODO

2.1 Metodología general

2.1.1 Nivel de estudio

- **Descriptiva:** En esta investigación se tratará de describir de una manera clara y precisa, con la recolección de datos cuales son las ventajas de exportar un producto nacional al mercado alemán, donde se revisará cuál es la demanda que tiene ese país con el producto que se desea exportar, de igual manera en este caso cómo se va a realizar la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán.
- **Exploratorio:** Se empleará este tipo de investigación ya es un tema de exportación de un producto no tradicional que aún no se ha explotado en su totalidad, en donde se busca nuevas alternativas para la exportación y llegar a tener un conocimiento más detallado en cual basarnos en un futuro.

2.1.2 Modalidad de la Investigación

- **Estudio Documental:** Este nos ayuda a realizar análisis estadísticos, de información de documentos mediante folletos, revistas, tesis, y páginas web, de donde sacamos la información necesaria para realizar una adecuada investigación para nuestro plan de negocios.
- **Proyecto de desarrollo:** Esta investigación podrá ser de mucha ayuda para empresas que deseen elaborar y exportar este tipo de producto en un futuro, basadas en necesidades particulares de organizaciones o grupos sociales.

2.1.3 Métodos de Investigación

- **Método Inductivo- Deductivo:** Para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán partiremos de una información y análisis del producto que vamos a exportar de una manera general hasta llegar a una específica donde podemos analizar qué tan rentable es su exportación, conociendo otros productos con los que vamos a competir en el mercado alemán, Se partirán de situaciones o fenómenos que enmarcan el problema de la investigación y el cual se sustenta en la generalización de propiedades

comunes a casos observados, y, mediante la deducción podemos dar explicaciones particulares contenidas en una situación general, de esta manera los 2 métodos son complementarios para el estudio.

- **Método Analítico Sintético:** Analizaremos todas las respuestas obtenidas de este plan de exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán, y con una síntesis llegar a los resultados deseados, de esta manera desarrollar las conclusiones y recomendaciones para nuestro plan de exportación.

2.1.4 Población y Muestra

Para esta investigación se utilizara el consumo nacional aparente para ver cuál es el potencial que tiene el producto.

2.1.5 Selección Instrumentos de la Investigación

- **Entrevista a profundidad:** Realizaremos entrevista a varios empresarios de la Cámara Ecuatoriana de Industrias que se dediquen al cultivo y procesamiento de la caña guadua que hayan tenido experiencia en cuanto a la producción como exportación de productos similares a la guadua, y cuáles son sus expectativas dentro del mercado internacional.
- **Análisis de Documentos:** Sacaremos información de Trademap donde encontraremos datos estadísticos que nos ayudaran a nuestra investigación.

2.1.6 Procesamiento de Datos

Una vez realizada la investigación precisa, interpretando la información estadística reflejada en los diagramas ,cuadros sinópticos, índices de precios, datos socioeconómicos y poblacionales etc., los cuales nos permitirá realizar el análisis de los datos de exportación de caña guadua procesada en parquet con destino a Alemania, y a determinar la información que se obtenga durante el avance de este proyecto, de igual manera utilizaremos: Word para lo que es el texto de nuestra investigación, Excel lo que es para las tablas explicativas, power poin para nuestra presentación final del plan de exportación.

2.2 Metodología Específica

Metodología para el Objetivo Específico 1:

Definir cuál será el marketing mix para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán en el 2015

MIX DE MARKETING

- **Producto:** El producto es un artículo que se puede tocar como (bienes muebles u objetos) o que no se puede tocar como los (servicios) que se ofrecen para satisfacer las necesidades que tiene el mercado al que se desea llegar o las personas, y debe cumplir ciertas características para ser de calidad.
- **Precio:** El precio es un valor que se da a un producto o servicio, El precio se diferencia de los otros tres elementos del mix de marketing (producto, plaza, y promoción)
- **Plaza: La plaza o distribución:** Es uno de los ítems que nos ayudara a definir donde se comercializara nuestro producto o servicio con la ayuda del estudio respectivo del mercado.
- **Promoción:** La promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, puede ser en precio, algún valor agregado adicional al producto.

Metodología para el Objetivo Específico 2:

Determinar cuál será la rentabilidad para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán en el 2015

- **Metodología para cuantificar la demanda**

Análisis de la Demanda: Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Tipos de Demanda: Existen dos tipos de demanda:

Demanda insatisfecha: cuando el producto no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Demanda satisfecha: cuando el producto es exactamente lo que se requiere, ésta a su vez se divide en dos clases:

Demanda satisfecha saturada

Demanda satisfecha no saturada

Método de proyección mínimos: Esto se basa en encontrar la distancia mínima entre los puntos logrando de esta manera, que sus resultados sean más cercanos a la realidad.

Para encontrar las proyecciones se basan en las siguientes fórmulas:

Esta fórmula nos sirve para tomar en cuenta las relaciones entre todos los puntos

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

Fórmula para la línea en el eje “X” y “Y”

$$b = \frac{\sum(Y * X)}{X^2}$$

Fórmula para determinar la proyección.

$$Yc = a + bx$$

Donde:

Yc = Representa el valor proyectado

x = Representa la variable de tiempo

a = Intersección con el eje Y de la muestra

b = Pendiente muestral

n = Número de años

- **Estudio del consumo aparente de la caña guadua en Alemania**

Consumo nacional Aparente: El Consumo Nacional Aparente es una forma de medir la cantidad de producto de que dispone un país para su consumo. En esta estimación se considera la producción nacional más las importaciones y menos las exportaciones realizadas al mundo.

Calculo del Consumo Nacional Aparente en Alemania:

Para el cálculo de la demanda se empleará la siguiente fórmula:

$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{Producción Nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$

- **Oferta:** Como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado.
- **Evaluación del proyecto:** determinar las inversiones y la cuantía que estas requerirán para poner en marcha al proyecto, así como el financiamiento de dichas inversiones, para de esta forma incluir como un elemento fundamental en la proyección del flujo de caja, permitiendo realizar la evaluación del proyecto.
- **Estado de situación inicial:** Esquema que explica las partes de un balance contable. El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado
- **Estado de resultados:**
- **Flujo de Caja:** El control del Flujo de Caja nos ayuda a proyectar las necesidades futuras de efectivo y a ver la rentabilidad del proyecto.

- **VAN, TIR: VAN**

VAN: es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

TIR: La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.

- **Punto de equilibrio:**

Metodología para el Objetivo Específico 3:

Especificar qué requisitos legales y de comercio exterior se debe cumplir para exportar caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán en el 2015

- Constitución de la empresa

- Acuerdos Comerciales
- Registro de operador de exportación
- Solicitud de exportación
- Obtención del Token
- Incoterms: Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora y la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa.
- **Obligaciones del vendedor:** Son Obligaciones que debe cumplir el vendedor para realizar la venta del producto.
- **Obligaciones del comprador:** Son Obligaciones que el comprador o beneficiado deben cumplir para la obtención final del producto que adquirieron con un contrato de compra.

Metodología para el Objetivo Específico 4:

Determinar cuáles serán las actividades de comercio exterior que se realizaran para exportar caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán en el 2015

- Logística de exportación: Es el tiempo de transito se lo tomara en cuenta en días calendario y el exportador como el importador deben confirmar con la naviera a cargo del transporte de la mercadería, Es de suma importancia que esta confirmación se realice ya que pueden existir variaciones en los tiempos de transito mostrados, debido a la disponibilidad, tráfico de navieras y procesos que cada operador de carga internacional marítima tenga.
- Medida arancelarias y no arancelarias:
- Clasificación arancelaria:
- Agentes de aduana:

- Vía de transporte:
- Empaque y Embalaje
- Tramites de exportación al mercado Alemán:

CAPITULO 3

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1. Presentación de resultados

Los resultados representan la obtención secuencial de cada uno de los seis objetivos específicos antes planteados. Sin embargo, es importante clasificar la actividad económica que se pretende realizar bajo los parámetros de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

Resultado del método específico 1

Definir cuál será el marketing mix para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán en el 2015

Producto:

Es un piso hecho a basa de caña guadua el mismo que será utilizada para adornar casas edificios, ya que la calidad de nuestro producto es excelente.

Precio:

Para nosotros poder determinar el precio debemos tener en cuenta el costo total que el producto va a representar para el cliente, tomado en cuenta la distribución, descuentos, rebajas etc.

El precio final se ha determinado al análisis financiero realizado por lo que el precio final será \$75 dólares

De igual manera esto nos ayudara a realizar las estrategias adecuadas para definir a qué tipo de clientes y mercado nos vamos a dirigir, se debe tener muy en cuenta que el precio reflejara el valor que tiene nuestro producto para el consumidor.

Plaza o Distribución

El producto terminado será distribuido por medio de exportación por vía marítima en contenedores y cajas individuales que contienen 12 tablones de parque de caña guadua de esta

manera llegara satisfactoriamente a manos del cliente, la plaza a la que se va a llegar es la de la ciudad de Hamburgo en Alemania, para las diferentes empresas quienes adquirirán el producto, el tiempo en que se estima que el producto llegue será en 35 días.

Promoción

La promoción que se aplicará en este caso sería la del precio ya que el precio que vamos a dar a nuestro producto es muy competitivo en el mercado esto se tomara como un gran incentivo para la compra del mismo, y se lo dará a conocer por medio de ferias internacionales y la página web que crearemos para que las personas conozcan de nuestro producto.

METODOLOGÍA PARA EL OBJETIVO ESPECIFICO 2:

Determinar cuál será la rentabilidad para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán en el 2015

Metodología para cuantificar la demanda

Análisis de la Demanda

El principal objetivo del análisis y la cuantificación de la demanda en el estudio de mercado es determinar las posibilidades reales para que el proyecto pueda participar satisfactoriamente y sea factible en el mercado de destino.

Proyección de las Importaciones de Caña Guadua Procesada en Parquet desde el Mundo

La proyección de las importaciones de Alemania de bambú o conocida como caña guadua desde el mundo se la determinará a través del cálculo de método de mínimos cuadrados.

Unidad: miles Dólar Americano

Tabla 6 Proyección de las Importaciones de caña guadua procesada en paquet por Alemania desde el mundo

Código	Descripción del producto	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014
'4409.21.00	BAMBOOS	3.283	5.392	5.284	5.880	4.722

Tabla 7 Importaciones bambú o caña guadua

Años	Valores (miles de Dólares)
2010	3.283
2011	5.392
2012	5.284
2013	5.880
2014	4.722
n5	24.561

Fuente:
www.trademap.org

Tabla 8 Proyección de las Importaciones de caña guadua

N	AÑOS	Y	X	XY	X2
1	2010	3.283	-2	-6.566	4
2	2011	5.392	-1	-5.392	1
3	2012	5.284	0	0	0
4	2013	5.880	1	5880	1
5	2014	4.722	2	9.444	4
TOTALES	n5	24.561	0	3.366	10

Elaboración: Johanna Zambrano

a=	$\frac{\sum Y}{N}$	b=	$\frac{\sum XY}{\sum X^2}$
a=	$\frac{24.561}{5}$	b=	$\frac{3.366}{10}$
a=	4.912	b=	0.34

En el cuadro anterior podemos apreciar que existe un crecimiento en las importaciones de caña guadua a excepción de los años 2010 y 2014 en el que existió el descenso en miles de dólares

Tabla 9 Cifras Proyectadas de las Importaciones de caña guadua procesada en parquet en Alemania Año 2015 - 2020

AÑO	a	b	x	b*x	Y=a+bx
2015	4.912	0.34	3	1.02	5.932
2016	4.912	0.34	4	1.36	6.272
2017	4.912	0.34	5	1.7	6.612
2018	4.912	0.34	6	2.04	6.952
2019	4.912	0.34	7	2.38	7.292
2020	4.912	0.34	8	2.72	4.915

Elaboración: Johanna Zambrano

En el cuadro anterior se puede apreciar el crecimiento que tienen las importaciones de caña guadua procesada en parquet a excepción del año 2020 que decrece, en la cantidad de toneladas importadas sin embargo el valor de las mismas en miles de dólares aumentó.

Exportación de Caña Guadua desde Alemania hacia el Mundo

Tabla 10 Exportación de caña Guadua por Alemania hacia el mundo Datos Históricos

AÑOS	Valores (miles de Dólares)
2010	354
2011	1.379
2012	1.282
2013	1.488
2014	897
n5	5400

Fuente: www.trademap.org

Elaboración: Johanna Zambrano

Tabla 11 Proyección de las Exportaciones de Caña Guadua de Alemania Datos Históricos

N	AÑOS	Y	X	XY	X2
1	2010	354	-2	-708	4
2	2011	1.379	-1	-1.379	1
3	2012	1.282	0	0	0
4	2013	1.488	1	1,488	1
5	2014	897	2	1,794	4
TOTALES	n5	5400	0	1195	10

Elaborado: Johanna Zambrano

Fuente: TRADE MAP Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas.

$a = \frac{\sum Y}{N}$	$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$
$a = \frac{5400}{5}$	$b = \frac{1195}{10}$
$a = 1080$	$b = 119.50$

Elaboración: Johanna Zambrano

Tabla 12 Cifras Proyectadas de Exportaciones de Caña Guadua en Alemania Año 2015-2020

AÑO	a	b	x	b*x	Y=a+bx
2015	1080	119.50	3	358.5	1438.5
2016	1080	119.50	4	478	1558
2017	1080	119.50	5	597.5	1677.5
2018	1080	119.50	6	717	1797
2019	1080	119.50	7	836.5	1916.50
2020	1080	119.50	8	956	2036

Elaborado: Johanna Zambrano

Fuente: TRADE MAP Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas.

Calculo Consumo Aparente

Tabla 13 Consumo Nacional Aparente Cálculo

Año	P. Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente
2015	0	5.932	1438.5	4493.50
2016	0	6.272	1558	4714
2017	0	6.612	1677.5	4934.50
2018	0	6.952	1797	5155
2019	0	7.292	1916.50	5375.50
2020	0	4.915	2036	2879

Elaborado: Johanna Zambrano

Fuente: TRADE MAP Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas.

Como se puede observar en la tabla el Consumo Nacional Aparente ha ido disminuyendo lo que da una baja expectativa de entrada de este producto en el mercado de Alemán en una proyección a 5 años pero si tomamos en cuenta esto es una alternativo de estudio para examinar cual es la mejora que se debería dar al producto para que obtenga una mejor aceptación en ese mercado.

Proyección de la Población en Alemania

El producto a ofertarse, está dirigido a un segmento de mercado de un nivel socio económico medio alto y alto, con una tasa de crecimiento anual del -0,044% anual, datos que se encuentran detallados y proyectados en el siguiente cuadro.

Tabla 14 Población en Alemania

Año	Población	Tasa de Crecimiento Poblacional
2015	82,119,470	-0.264%
2016	82,083,338	-0.308%
2017	82,047,221	-0.351%
2018	82,011,120	-0.395%
2019	81,975,035	-0.439%
2020	81,938,966	-0.483%

Tabla 15 Número de Viviendas

Año	Población	Promedio miembros por Hogar	Hogares Proyectados	HOGARES CON INGRESOS MEDIOS Y ALTOS 54.32%
2015	82,119,470	4	20,529,868	11,151,824
2016	82,083,338	4	20,520,835	11,146,917
2017	82,047,221	4	20,511,805	11,142,013
2018	82,011,120	4	20,502,780	11,137,110
2019	81,975,035	4	20,493,759	11,132,210
2020	81,938,966	4	20,484,742	11,127,312

Tabla 16 Consumo por Vivienda

Año	Consumo Nacional Aparente	HOGARES CON INGRESOS MEDIOS Y ALTOS 54.32%	Consumo por Vivienda
2015	4493.5	11,151,824	0.00040294
2016	4714	11,146,917	0.0004229
2017	4934.5	11,142,013	0.00044287
2018	5155	11,137,110	0.00046287
2019	5375.5	11,132,210	0.00048288
2020	2879	11,127,312	0.00025873

Tabla 17 Demanda Insatisfecha

Año	Consumo por Vivienda	Consumo estimado por Vivienda	Deficif Consumo por Vivienda
2015	0.00040294	0.06	0.60
2016	0.0004229	0.06	0.06
2017	0.00044287	0.06	0.06
2018	0.00046287	0.06	0.06
2019	0.00048288	0.06	0.06
2020	0.00025873	0.06	0.06

Oferta

La oferta del proyecto se la define como la cantidad que se podrá exportar para poder cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha de este producto en el país de destino Alemania, para efectos del proyecto, con las que esperamos se vaya incrementando a medida que la empresa se vaya consolidando en el mercado.

Se estima que actualmente existen alrededor de 9.270 hectáreas de bambú de diferentes especies, de las cuales aproximadamente 4.270 corresponden a plantaciones distribuidas a nivel de todo el país y 5.000 son de cultivos naturales, los cuales siguen decreciendo debido al mal manejo y sobreexplotación, de lo que podemos decir que si se puede satisfacer la demanda insatisfecha que tiene Alemania para el consumo de la caña guadua

Evaluación del proyecto

INGRESOS

Tabla 18 Evaluación del Proyecto

INGRESOS						
<i>Período</i>	1	2	3	4	5	6
<i>Crecimiento precio</i>	0%	5%	10%	11%	12%	10%
<i>Crecimiento</i>	5%	8%	11%	9%	9%	7%
<i>Tiempo</i>	78	222	366	510	654	798
<i>Unidades (cajas)</i>		2448.03	1389.76	1530.93	1672.34	1808.13
<i>Unidades en mts</i>		2670.16	1755.76	2040.93	2326.34	2606.13
<i>Unidades en tablas</i>		421.93	463.25	510.31	557.45	602.71
<i>Precio x mts</i>	85	85.00	85.00	85.00	85.00	85.00
<i>Ventas</i>	401962.86	451887.02	541678.30	659835.65	820064.42	975316.47

<i>Politica</i>	30 dias
<i>Efectivo</i>	25%
<i>Tarjeta</i>	75%

Elaborado: Johanna Zambrano

Tabla 19 Gastos Publicidad

PUBLICIDAD						
	AÑOS					
	1	2	3	4	5	6
Crecimiento Precio	0%	5%	6%	5%	5%	0.06
Volantes	0	0	0	0	0	0
Revistas	0	0	0	0	0	0
Periodicos	0	0	0	0	0	0
Radio	0	0	0	0	0	0
TV	0	0	0	0	0	0
Internet	18000	54900	20034	21035.7	22087.485	23412.7341
Gasto en Publicidad	18000	18900	20034	21035.7	22087.485	23412.7341

Elaborado: Johanna Zambran

Tabla 20 Otros Gastos

OTROS GASTOS						
	AÑOS					
	0%	5%	6%	5%	6%	8%
<i>Crecimiento</i>	0%	5%	6%	5%	6%	8%
<i>Arriendo Oficina</i>	4800	5040	5342.4	5609.52	5946.0912	6392.04804
<i>Arriendo Bodega</i>	4800	5040.05	5342.46	5609.57	5946.1512	6392.12304
<i>Agua</i>	240	240	240	240	240	240
<i>Luz</i>	300	300	300	300	300	300
<i>Telefono</i>	540	540	180	540	540	540
<i>Internet</i>	180	180	180	540	180	180
<i>Total S. Básicos</i>	900	2700	900	2700	900	900
<i>Seguridad</i>	28200	29610	31386.6	32955.93	34933.2858	37553.2822

Capacitacion del personal	2400	2520	2671.2	2804.76	2973.0456	3196.02402
<i>Movitalk x 4</i>	30600	32130	34057.8	35760.69	37906.3314	40749.3063
<i>Movilización</i>	1200	1260	1335.6	1402.38	1486.5228	1598.01201
<i>Materiales de limpieza</i>	300	915	333.9	350.595	371.6307	399.503003
<i>Suministros de oficina</i>	600	2175	1669.5	1752.975	1858.1535	1997.51501
<i>Total Otros Gastos</i>	33900	103395	37730.7	39617.235	41994.2691	45143.8393

Elaborado: Johanna Zambrano

Tabla 21 Costos Operacionales

Costo por 48 cajas	
Transporte nacional terrestres	\$ 120.00
Flete contenido 20	\$ 2,050.00
Documentos de transporte	\$ 50.00
Sello portuario	\$ 10.00
Aforo mercaderia	\$ 90.00
Tasa de almacenaje	\$ 7.00
Seguro	\$ 2,203.92
tramite aduana declaracion	\$ 100.00
Agente aduanero	\$ 150.00
manipuleo	\$ 40.00
manejo carga	\$ 25.00
factura comercial	\$ 0.50
Certificado fitosanitario	\$ 70.00
Certificado de Origen	\$ 40.00
Costo total	\$ 4,956.42
Costo unitario	\$ 103.26

Elaborado: Johanna Zambrano

Tabla 22 Estado de Situación Inicial

Período	Años						
	0	1	2	3	4	5	6
Activos							
Activos corrientes							
Efectivo	\$ 57,670.97	\$ 58,179.49	\$ 69,546.19	\$ 91,182.71	\$ 138,291.58	\$ 235,301.55	\$ 316,975.35
CXC	\$ -	\$ 25,834.33	\$ 29,347.82	\$ 35,908.07	\$ 43,828.03	\$ 53,424.87	\$ 63,265.29
Inventarios	\$ 75,571.17	\$ 11,799.25	\$ 399.20	\$ 1,225.93	\$ 2,250.49	\$ 3,200.55	\$ 200,847.93
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total activo corriente	\$ 133,242.14	\$ 95,813.07	\$ 99,293.21	\$ 128,316.70	\$ 184,370.09	\$ 291,926.97	\$ 581,088.57
Activos No corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos	\$ 1,615.00	\$ 1,076.67	\$ 538.33	\$ 1,570.14	\$ 1,031.81	\$ 882.36	\$ 2,469.72
Inmuebles	\$ 1,149.00	\$ 1,034.10	\$ 919.20	\$ 804.30	\$ 689.40	\$ 574.50	\$ 459.60
INTANGIBLES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Licencias	\$ 150.00	\$ 100.00	\$ 50.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total activo no corriente	\$ 2,914.00	\$ 2,210.77	\$ 1,507.53	\$ 2,374.44	\$ 1,721.21	\$ 1,456.86	\$ 2,929.32
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total activos	\$ 136,156.14	\$ 98,023.84	\$ 100,800.74	\$ 130,691.14	\$ 186,091.30	\$ 293,383.83	\$ 584,017.89
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivos corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

CXP Proveedores	\$ 56,156.14	\$ 25,010.71	\$ 28,133.93	\$ 33,116.91	\$ 38,513.82	\$ 45,677.09	\$ 200,933.10
CXP Empleados (provisiones)	\$ -	\$ 3,002.00	\$ 3,245.44	\$ 3,508.62	\$ 3,793.14	\$ 4,100.73	\$ 4,433.27
Cxp Sri	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,608.47	\$ 7,795.04	\$ 16,125.47	\$ 19,996.61
Cxp 15% participacion	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,696.64	\$ 6,252.71	\$ 12,934.87	\$ 16,040.06
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total pasivos corrientes	\$ 56,156.14	\$ 28,012.71	\$ 31,379.37	\$ 44,930.64	\$ 56,354.70	\$ 78,838.16	\$ 241,403.04
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivos No Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deuda a largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pasivos	\$ 56,156.14	\$ 28,012.71	\$ 31,379.37	\$ 44,930.64	\$ 56,354.70	\$ 78,838.16	\$ 241,403.04
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Patrimonio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00
Utilidad o perdida	\$ -	\$ (9,988.87)	\$ (10,578.63)	\$ 5,760.50	\$ 49,736.59	\$ 134,545.67	\$ 262,614.85
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total patrimonio	\$ 80,000.00	\$ 70,011.13	\$ 69,421.37	\$ 85,760.50	\$ 129,736.59	\$ 214,545.67	\$ 342,614.85
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Pas + Pat	\$ 136,156.14	\$ 98,023.84	\$ 100,800.74	\$ 130,691.14	\$ 186,091.30	\$ 293,383.83	\$ 584,017.89

Elaborado: Johanna Zambra

Tabla 23 Estado de resultados

Período	Años						
	0	1	2	3	4	5	6
Ventas		\$ 401,962.86	\$ 451,887.02	\$ 541,678.30	\$ 659,835.65	\$ 820,064.42	\$ 975,316.47
=-Costo de ventas (sale de los inventarios)'		\$ 321,374.76	\$ 358,239.92	\$ 416,938.65	\$ 487,630.33	\$ 579,511.49	\$ 661,018.92
Utilidad Bruta		\$ 80,588.10	\$ 93,647.10	\$ 124,739.66	\$ 172,205.32	\$ 240,552.93	\$ 314,297.55
Gastos administrativos (salarios)		\$ 26,237.74	\$ 28,365.41	\$ 30,665.62	\$ 33,152.36	\$ 35,840.76	\$ 38,747.16
Depreciaciones (Gasto)		\$ 653.23	\$ 653.23	\$ 698.09	\$ 653.23	\$ 664.34	\$ 942.54
Arriendo oficina		\$ 4,800.00	\$ 5,040.00	\$ 5,342.40	\$ 5,609.52	\$ 5,946.09	\$ 6,392.05
Arriendo Bodega		\$ 4,200.00	\$ 4,410.00	\$ 4,674.60	\$ 4,908.33	\$ 5,202.83	\$ 5,593.04
Servicios básicos		\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00
Amortizaciones (Gasto)		\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ -	\$ -	\$ -
Promoción y publicidad		\$ 18,000.00	\$ 18,900.00	\$ 20,034.00	\$ 21,035.70	\$ 22,087.49	\$ 23,412.73
Otros Gastos		\$ 33,900.00	\$ 35,595.00	\$ 37,730.70	\$ 39,617.24	\$ 41,994.27	\$ 45,143.84
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilida Operativa (EBIT)		\$ (9,988.87)	\$ (266.55)	\$ 24,644.24	\$ 66,328.94	\$ 127,917.16	\$ 193,166.19
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos intereses		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UAI (Base imponible)		\$ (9,988.87)	\$ (266.55)	\$ 24,644.24	\$ 66,328.94	\$ 127,917.16	\$ 193,166.19

Participaciones trabajadores 15%	\$ (1,498.33)	\$ (39.98)	\$ 3,696.64	\$ 9,949.34	\$ 19,187.57	\$ 28,974.93
Impuestos 22%	\$ (1,867.92)	\$ (49.84)	\$ 4,608.47	\$ 12,403.51	\$ 23,920.51	\$ 36,122.08
Utilidad Neta o Pérdida Neta	\$ (9,988.87)	\$ (589.76)	\$ 16,339.13	\$ 43,976.09	\$ 84,809.08	\$ 128,069.18

Elaborado: Johanna Zambrano

Tabla 24 Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
<i>Años</i>	1	2	3	4	5	6
FLUJOS OPERACIONALES						
Utilidad Neta	-9988.87	-589.76	16339.13	43976.09	84809.08	128069.18
+ Depreciacion y Amortizacion	703.23	703.23	748.09	653.23	664.34	942.54
- Δ CxC	25834.33	3513.49	6560.25	7919.96	9596.85	9840.42
- Δ Inventario	-63771.92	-11400.05	826.73	1024.56	950.06	197647.39
+ Δ CxP proveedores	-31145.43	3123.22	4982.98	5396.91	7163.27	155256.01
+ Δ CxP empleados	3002.00	243.44	263.18	284.52	307.59	332.54
+ Δ CxP 15% trabajadores	0.00	0.00	3696.64	2556.07	6682.16	3105.19
+ Δ CxP SRI	0.00	0.00	4608.47	3186.57	8330.43	3871.14
TOTAL FLUJO OPERACIONAL	508.52	11366.70	23251.51	47108.87	97409.97	84088.80
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJOS DE INVERSION	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Propiedad planta y equipos:	0.00	0.00	1615.00	0.00	400.00	2415.00
Total Flujo de Inversion	0.00	0.00	-1615.00	0.00	-400.00	-2415.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO DE FINANCIAMIENTO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
+ Δ Doc por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
+ Δ Deuda Largo Plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
- Pago de dividendos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
+ Δ Capital	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Flujo de Financiamiento	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL FLUJO DE EFECTIVO	508.52	11366.70	21636.51	47108.87	97009.97	81673.80
+ Valor Inicial	737140.47	847749.07	958837.74	1277674.34	2096963.90	3295555.68
=Saldo Final de Efectivo	737648.99	859115.78	980474.25	1324783.21	2193973.88	3377229.48

Elaborado: Johanna Zambrano

Tabla 25 Valor actual neto (VAN) (TIR)

EVALUACION			
PERIODO DE RECUPERACION		SALDO POR RECUPERAR	Per. Recuperación
	\$	\$	
INVERSION INICIAL	(41,118.07)	(41,118.07)	
RESULTADO DEL FLUJO	\$	\$	
	1 (7,657.65)	(48,775.72)	1.00
	\$	\$	
	2 7,572.81	(41,202.91)	1.00
	\$	\$	
	3 15,080.87	(26,122.04)	1.00
	\$	\$	
	4 35,502.00	9,379.96	0.74
	\$	\$	
	5 85,323.87	94,703.83	
	\$	\$	
	6 165,304.91	260,008.74	
	\$		
	7 -		
		Recuperación en años:	3.74
TIR	45.85%		
	\$		
VAN 23,69%	56,410.10		

Elaborado: Johanna Zambrano

Riesgo de los bonos soberanos del estado	10%
Beta	0.93
Rendimiento del Mercado	14.43%
Tasa libre de riesgo	3.83%

CAMP 13.69%

Como se trata de un negocio dentro del Ecuador se aumentara la tasa de pagos Soberanos del estado como ajuste de riesgo sobre la inversión en el Ecuador.

CAPM Ajustado 23.69%

CAMP 13.69%

Como se trata de un negocio dentro del Ecuador se aumentara la tasa de pagos Soberanos del estado como ajuste de riesgo sobre la inversión en el Ecuador.

CAPM Ajustado 23.69%

Tabla 26 Punto de equilibrio

	AÑOS		
Salarios	26237.736	28365.4094	30665.6204
Publicidad	18000	18900	20034
Arriendo Bodega	44237.736	47265.4094	50699.6204
Arriendo oficina	4800	5040	5342.4
Servicios básicos	900	900	900
Otros gastos	5700	5940	6242.4
Total	88037.736	93210.4094	99347.3204
Precio por caja	4080	4284	4675.5576
Costo variable	3255.105	3385.3092	3588.42775
Producción	1182.2437	1265.78998	1389.75554
Costos fijos/(precio-costo variable)	1280.71189	1244.61596	1100.7057
Desde que marca 1 se encuentra el punto de equilibrio	0	9	12

Elaborado: Johanna Zambrano

Tabla 27 Matriz Costos EXW-DDP

DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Costo Total	62	1260
Margen de Ganancia	2	60
Precio de Venta	64	1320
EX WORK	64	1320
Costo Empaque	0.22	6.6
transporte Interno	6.76	200
Factura comercial	0.02	0.5
Declaracion Aduana	3.33	100
Aforo	3	90
Documento de Transporte	1.67	50
FAS	79	1767.1
Servicio de almacenaje	0.37	11.1
Manejo de Carga	0.83	25
FOB (Duty-unpaid)	80.2	1803.2
Agente Aduanero	5	150
FOB (Duty Paid)	85.2	1953.2

Elaborado: Joahanna Zambrano

METODOLOGIA PARA EL OBJETIVO ESPECIFICO 3:

Localización de la Empresa

La localización de la empresa es otro factor importante para el correcto desarrollo y progreso de una empresa, debido a que teniendo una localización apropiada permitirá optimizar tiempo y dinero.

La empresa estará domiciliada en la Parroquia Belisario Quevedo calle Gil Ramirez Dávalos OE1-42 y Av. 10 de Agosto

Figura 5 Localización de la Empresa



La Empresa

Analizadas las características de las diferentes clases de compañías así como las características que el proyecto presenta se ha creído conveniente constituir la empresa como Compañía de Responsabilidad Limitada.

Se ha considerado constituir la empresa de forma jurídica como una compañía de responsabilidad limitada debido a que los socios que la conforman son 2.

Constitución de la Empresa

Razón Social

Es el nombre con el que se constituye una empresa y que aparece como tal en el documento público o privado de constitución o en los documentos posteriores que la reforman. La descripción de la razón social es un planteamiento importante y cuando hacemos la redacción de la descripción, hace falta ser precisos y ver un poco más lejos que el primer año de operación. Las palabras que definen globalmente los servicios y productos aportaran un extenso campo de desarrollo futuro. Entonces se ha decidido que la Empresa se llamará

“MADEEXPORT CIA.LTDA”

Representante Legal

Para el proyecto se tomará como representante legal al mentalizador del proyecto es decir el primer socio, la señorita Johanna Zambrano la persona con conocimientos afines a comercio exterior y administrativos. La misma que se encargará del control y desarrollo de una manera profunda del proyecto.

Organigrama Organizacional

Dentro del proyecto como tal estructurado para el proceso contaremos como pilar la Propietaria, de un Administrador y Contador para que lleve el manejo adecuado de la compañía y lo financiero, de exportación contara con un Ingeniero en Comercio exterior que realizara los tramites de exportación, y por ultimo una secretaria quien se encargara del manejo de los requerimientos que se presente.

Conforme vaya creciendo la empresa con la ayuda de la página y demanda del producto, se podrá pensar en contratar más personas en caso de ser necesario, analizando la situación cuidadosamente para no incurrir en gastos innecesarios.

Especificar qué requisitos legales y de comercio exterior se deben cumplir para exportar la caña guadua procesada en parquet al mercado Alemán en el 2015.

Acuerdos Comerciales

Comerciales Suscritos por Alemania

El Ecuador ha firmado un sin número de Acuerdos comerciales sean estos bilaterales o multilaterales como bloque económico, los mismos que le otorgan el beneficio de preferencia arancelaria total o parcial para el ingreso de productos ecuatorianos a muchos de esos países con que constan en el Acuerdo. Es por esto que, la política de comercio exterior ha girado en torno al establecimiento de convenios y tratados comerciales, ya sea de libre comercio o de tratamiento preferencial, para eliminar o disminuir la discriminación en los aranceles aduaneros de un país contra los productos originarios de otro, o bien para reducir los trámites de que deben seguir para ingresar, con Alemania el acuerdo que disponía es: Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC)

Tabla 28 Tratado bilateral entre Ecuador y Alemania de inversión

ACUERDO	FECHA DE VIGOR	COMENTARIO	INTEGRANTES
Tratado sobre fomento y protección de inversiones de capital	21/03/1996	Acuerdo de Inversión	Ecuador Alemania

Elaborado: Johanna Zambrano

Fuente: <http://www.sice.oas.org>.

ACUERDO	COMENTARIO	INTEGRANTES
Protección del medio ambiente y de los recursos naturales	Acuerdo de cooperación Alemania -Ecuador	Ecuador Alemania

Elaborado: Johanna Zambrano

Fuente: <http://www.sice.oas.org>.

Registro de operador de exportación

La empresa “Madeexport” se registrará en el Sistema del Ecuapass con los siguientes requisitos: RUC y copias del RUC, estatutos de constitución y referencias sobre dirección y directivos.

Una vez incorporada la actividad de comercio exterior en el Registro Único de Contribuyentes regulado por el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1: Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Pasó 2: Registrarse en el portal de ECUAPASS: <https://portal.aduana.gob.ec/>

Aquí se podrá: 1. Crear usuario y contraseña del representante de la compañía.

2. Aprobar registro de uso de empleado de la compañía.

3. Llenar la Declaración Juramentada de Origen.
4. Llenar el Certificado de Origen.
5. Llenar la Declaración Aduanera de Exportación.
6. Aceptar las políticas de uso
7. Registrar firma electrónica. (www.aduana.gob.ec, 2015)

Solicitud de Exportación: Obtención del Token

Para la obtención del token y la firma digital se debe primero ingresar a la página web del banco central , luego se debe verificar el listado o documentación que se solicita en formato PDF que se deben adjuntar a la solicitud del mismo, luego se completar todos los datos de envía la solicitud de certificado e imprimirla luego el solicitante recibirá un correo electrónico de aprobación a la solicitud realizada, luego el solicitante debe acercarse a las oficinas del banco central para efectuar el pago de 65 más IVA ((\$30 Emisión del Certificado + \$35 Dispositivo portable o Token), luego se presentara la solicitud del certificado junto al comprobante de pago y el oficio de autorización del representante legal para que el asesor del banco central proceda con la entrega del token y la clave al solicitante. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Icoterms

Grafico No 7 Icoterms

Las modalidades de transporte a las que hace referencia el gráfico comprende dos divisiones: Marítimo: El cual se refiere únicamente al transporte por mar o vías navegables. Polivalente: El cual refiere a los diversos medios de transporte, tal como aéreo, terrestre o marítimo. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Figura 6 Incoterms

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CAF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Vendedor
 Comprador
 Vendedor / Comprador

Fuente: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>

Elaborado: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>

El Dentro de la exportación que va a realizar la empresa se trabajará en términos **FCA (Franco Porteador)**

Se establece que el vendedor ha cumplido con sus respectivas obligaciones una vez que la mercancía haya sido entregada en el lugar convenido, al transportista o la persona designada por el comprador. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

- El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.
- El vendedor debe entregar la mercancía al transportista o a la persona designada por el comprador en el punto acordado y dentro del plazo acordado.
- El vendedor corre con todos los riesgos y pérdida de la mercancía hasta que se haya entregado.
- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro. Sin embargo, el vendedor debe de proporcionar a riesgos y expensas del

comprador la información necesaria para que el comprador pueda contratar el seguro, o viceversa.

- El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

- El comprador corre con todos los riesgos y pérdida de la mercancía desde que ha recibido la misma. En el caso de que el comprador no haya notificado si éste iba a realizar el contrato de transporte o la persona designada, o en el caso de que la persona designada no se quiera hacer cargo de la mercancía, el comprador tendrá que asumir los riesgos y costos siempre y cuando la mercancía sea objeto del contrato.
- El comprador debe notificar al vendedor el nombre del transportista o la persona designada con el tiempo suficiente para permitir al vendedor entregar la mercancía. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

METODOLOGIA PARA EL OBJETIVO ESPECIFICO 4:

Indicar Considerar cuáles serán las actividades de comercio exterior que se realizarán para la exportación de caña guadua procesada en parquet al mercado alemán en el 2015

Logística de exportación// tiempo

El tiempo estipulado para que la mercadería llegue al puerto de destino, desde el Ecuador al puerto de Hamburgo en Alemania es de 32-35 días, tiempo que ya estará estipulado en el contrato que se realizara por parte de la compañía Madeexport con la empresa Alemana. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Figura 7 Contenedores



Fuente: www.proecuador.gob

Medida arancelaria y no arancelaria:

Medidas Arancelarias de Comercio Exterior

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional.

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos.

Derechos Arancelarios.- Estos están previstos en el arancel de importaciones de mercancías y en el caso del Ecuador es la Nomenclatura Andina (NANDINA) y son aplicables para todas las mercaderías comprendidas en el arancel de importaciones.

Sólo hay dos tipos de aranceles, los *ad-valorem* y los específicos, de ellos se desprenden otras combinaciones:

- Arancel de valor agregado o *ad-valorem* es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ejemplo: 5% del valor CIF.
- Arancel específico, se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo USD 5 por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado.
- Arancel *anti-dumping* es un arancel que se aplica a la importación de productos que reciben subvenciones de los países donde se producen. Estas subvenciones les permiten exportar por debajo del costo de producción.
- Arancel mixto es el que está compuesto por un *ad-valorem* y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación.

Arancel de Exportación.- Es uno de los tipos de aranceles menos empleado por la mayor parte de los países a nivel mundial, ya que las mercancías exportadas generalmente quedan exentas de todo tipo de derechos arancelarios. En todo caso, un arancel de exportación determina un derecho arancelario para los productos exportados.

Medidas No Arancelarias de Comercio Exterior

Se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

- Barreras Sanitarias.
- Barreras Técnicas.

Barreras Sanitarias: Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

Barreras Técnicas: Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

Agente Afianzado de Aduanas

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

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- Para los regímenes especiales.

La empresa Madeexport contratara un agente de aduanas para que se encargue de realizar los trámites respectivos para la exportación. (www.aduana.gob.ec, 2015)

Vía de Transporte Marítimo

El producto tiene que estar fumigado dentro del contenedor cerrado y posteriormente será embarcado en el puerto de Guayaquil a través de la compañía naviera MARGLOBAL y será recibo en el Puerto de Hamburgo, el mismo que se encuentra en Alemania sobre el Río Elba y desemboca en el Mar del Norte. El contenedor de 20 pies es el más adecuado para la transportación de caña guadua procesada en parquet, Sus dimensiones son: medidas externas base: 606 x253cm ;maximo alta 260 cm ;medidas internas: base 590 x 235 cm máximo alta 239 cm ;Su capacidad máxima en peso es de hasta 21.770kg y en volumen 33.20m3. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

En el contenedor se acomodaran 10 paletas, cada paleta llevara 9 cajas de tablonos o parquet de caña guadua, en cada caja se encontraran 12 tablonos peso de la caja 10kg.

El transporte que se utilizará para la exportación de la mercadería es el marítimo en pallets de acuerdo al tamaño y peso del producto.

Este medio de transporte cuenta con las siguientes ventajas:

- Es idóneo para el transporte de mercancías.
- Fiabilidad. Existe regularidad y generalmente puntualidad.
- Son los más utilizados para transportar los productos.
- Menores costos de seguros y embalaje. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

El costo DDP de nuestra caña será:

Costos país de origen +transporte internacional +costo destino

$$\$85+\$2050+\$90=2.225$$

Si comparamos nuestro precio de \$85 con los precios de la competencia que son de \$ 90 hacia arriba podemos decir que nuestro costo es muy conveniente y competitivo.

Empaque o Embalaje

Los empaques facilitan la manipulación del producto y además permiten que se haga uso de los medios mecánicos o automáticos como carretillas, y elevadores para el almacenamiento y distribución del producto.

Adicional los empaques, tienen una función específica de marketing que consiste en promover las ventas del producto que contienen en las mismas, El empaque actúa como un vendedor del producto silencioso a través de su diseño que debe ser muy importante ya que por medio del mismo los clientes podrán identificar la marca y el producto.

Para efectos del siguiente proyecto se cuenta con cajas que contienen el producto en empaques primarios y secundarios, de igual manera con un embalaje que proteja al parquet de caña guadua para que llegue en buen estado a su destino final.

Marcado y Rotulado de los Embalajes

Marcas de Manipulación

Son indicaciones gráficas para el manejo de embalajes de transporte. Es en un conjunto de símbolos, usados convencionalmente para transmitir las instrucciones de manejo. Dichas indicaciones gráficas están normalizadas mediante la norma ISO 780: “Packaging Pictorial emitida por la International Organization for Standardisation, ISO. (www.comunicer.com, 2015)

Estas marcas, impresas en color negro, se deben ubicar siempre en la esquina superior, dependiendo de su tipo, y tener una medida mínima de 10cm. La que utilizaremos para este producto es la de protéjase de la Humedad, ya que por ser madera procesada no es recomendable mojarla ya que perdería su calidad. (www.comunicer.com, 2015)

Figura 8 Tipos de Marcas



Fuente: <http://comunicer.com/wp-content/uploads/2013/06/Marcado-y-Rotulado.pdf>

Elaborado: <http://comunicer.com/wp-content/uploads/2013/06/Marcado-y-Rotulado.pdf>

El En mercado se definirá los datos de la comercializadora Madeexport para que de esta manera sea fácil de agilizar el proceso de confrontar las cantidades físicas con los documentos en el caso de los inventarios, y de igual manera se especificara de manera leve la información del producto, donde pondremos el número de cajas, marca, fecha de fabricación, él peso de la caja que será 10 kg. Y con las marcas correspondientes para el producto como es el de protegerse de la humedad (Keep dry)

Figura 9 Cajas con Marcas



Elaborado: Johanna Zambrano

Fuente: Johanna Zambrano

Tramites de exportación al mercado Alemán.

Dentro de la negociación que se va a realizar con la importadora de Alemania, luego de haber acordado el pedido del producto, se procederá a la firma del contrato entre las partes, determinando el incoterm que se utilizará y a forma de pago pactada

Requisitos Exigibles para el Tramite Externo

Factura Comercial

La evidencia de la formalización del contacto regularmente utilizada es la Factura Proforma, la misma debe contener los datos sobre el exportador y el importador, datos sobre el producto a exportar, la modalidad y condiciones de la transacción y transporte, plazos, Nomenclatura arancelaria, etc.

En base a la Factura proforma se confecciona la Factura Comercial, una vez concretada la venta de la mercadería. Este documento es una Declaración Jurada que debe ser impresa y tener numeración correlativa, sirve para dar inicio a los trámites de exportación. Debe especificar lo siguiente:

Datos y dirección del exportador, lugar y fecha de emisión, número de RUC, datos y dirección del importador, país de origen, país de destino, puerto de embarque y puerto de destino, empresa transportadora, peso neto y bruto, descripción de la mercadería, cantidades del producto, nomenclatura arancelaria, precios unitario y totales, costo del flete (hasta donde termina la responsabilidad del exportador), costo del seguro (dependiendo de la condición de venta), condiciones de venta, forma de pago. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Lista de empaque, es un documento complementario de la Factura Comercial, en la Nota de Empaque se describe cómo se embarca la mercadería.

Conocimiento de Embarque

Es el documento emitido por la compañía de transporte que acredita el acto de embarque, y contiene fecha, lugar, cantidad y condiciones de la mercadería recibida a bordo.

El conocimiento de embarque constituye un título de propiedad para el consignatario y lo habilita para solicitar la entrega de las mercaderías en el puerto de destino. No debe tener ninguna alteración que pueda afectar su condición (tachaduras, enmiendas, etc.). (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Según el medio de transporte a utilizar pueden ser:

- Conocimiento aéreo y/o guía aérea,
- Conocimiento de embarque marítimo,
- Conocimiento de embarque terrestre,
- Conocimiento de embarque combinado.

Los interesados en exportar material o productos agropecuarios en cualquiera de sus formas, excepto industrializados y que no esté prohibida su exportación, deberán obtener los siguientes certificados: (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Certificado de Origen

“Esta certificación se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a los países de ALADI, CAN, Sistema General de Preferencias de los países de la Comunidad

Andina CE y Estados Unidos de Norte América, según lo establecido en la Ley de

Preferencias Arancelarias Andinas.

Los certificados de origen son expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y por delegación suya, por las Cámaras de la Industria, Pequeña Industria, Comercio y

Artesanos y por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR), como ya se indicó anteriormente este certificado lo otorga el MICIP. (www.proecuador.gob.ec, 2015)

Certificado Fitosanitario

Para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, excepto industrializados los interesados deberán acercarse a las oficinas de Cuarentena Vegetal del Servicio

Ecuatoriano de Sanidad Agropecuario (SESA), localizados en los diferentes puertos marítimos, aeropuertos y puertos terrestres de las fronteras, para adquirir dicho certificado.

(www.proecuador.gob.ec, 2015)

3.2. Análisis de los Resultados de los Objetivos

Objetivo 1.

Una vez establecido el mix de marketing para la exportación se comprueba la factibilidad que tiene la venta del producto al mercado Alemán.

Objetivo 2.

Una vez realizado el análisis financiero se puede determinar que existe una rentabilidad para la exportación nuestro producto ya que obtuvimos y Van y un Tir lo que demuestra que se obtendrá una ganancia a partir del 3 año con la venta del producto.

Objetivo 3

Una vez que se ha cumplido con los requerimientos establecidos por la Senae para la obtención de registro y/o permiso de exportador vemos las facilidades que esta entidad presta ahora para los empresarios que desean exportar.

Objetivo 4

Después de realizar los estudios adecuados de los trámites mediante las actividades y trámites aduaneros tanto en Alemania como en el Ecuador, se obtienen los permisos respectivos para el trámite de exportación, y se verifica que los instrumentos que se utilizaran son los más adecuados para la venta de nuestro producto.

CAPITULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Se observa que de acuerdo al estudio financiero, así mismo, es un proyecto factible de acuerdo al VAN 23.69% y al TIR, del 45.85% teniendo valores positivos y mayores a cero, de igual manera podemos reflejar que existirá un periodo de recuperación a partir del 3 año y medio, tiempo estimado que es muy bueno ya que por lo general el tiempo máximo de recuperación para una inversión es de 5 años, por lo que se puede considerar que es una buena inversión.
2. La localización del proyecto así como el funcionamiento del mismo se determinó estratégicamente basándose en los factores que facilitan la exportación y comercialización del producto.
3. La demanda de caña guadua para los años consiguientes se incrementa brindando así grandes oportunidades de crecimiento y consolidación de la empresa en el mercado, ya que es un producto no tradicional que se puede utilizar para diferentes fines como construcción, o en este caso como parquet que es de muy buena calidad y presenta una buena alternativa de exportación, generando así un ingreso de divisas para el Ecuador apoyando así al crecimiento.
4. El diseño de una página web que contenga toda clase de información acerca del producto es una estrategia muy fuerte que permitirá a los clientes tener más conocimiento del mismo.

RECOMENDACIONES

1. A medida que la demanda se vaya incrementando en cuanto a la compra de Caña Guadua, se analizará un estudio de mercado para poder ingresar a más mercados, ya que este mercado no es el único que se podría explotar, de igual manera analizar los productos de bambú o caña guadua para realizar un cadena e indicar los diferentes usos que se puede dar a este producto.
2. Mantenerse siempre informado en cuanto a las leyes de comercio exterior, debido a que siempre se encuentran en constantes cambios, para evitar cualquier problema o retrasos dentro del proyecto.
3. Analizar la competencia que tiene este producto para de esta manera poder crear mejores estrategias de marketing, y de esta manera ver como posicionar más la compañía, de igual forma crear lazos con los compradores externos para afianzar el producto en otros países.
4. Escoger proveedores serios; con el fin de ofrecer un producto de alta calidad a un precio competitivo y de esta manera ganar confianza con cliente del mercado alemán y satisfacer su necesidad

Bibliografía

(s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/plan-de-negocios/>

definicion.de plan-de-negocios. (15 de enero de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/plan-de-negocios/>

artescana.blogspot.com. (16 de 02 de 2015). Obtenido de [artescana.blogspot.com](http://artescana.blogspot.com/2007/02/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-la.html):
<http://artescana.blogspot.com/2007/02/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-la.html>

FUERTES, Á. (25 de 02 de 2015). *repositorio.ute.edu.ec*. Obtenido de [repositorio.ute.edu.ec](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7003/1/29464_1.pdf):
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7003/1/29464_1.pdf

Lamazares, O. (18 de 01 de 20015). *Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf*. Obtenido de [Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf](http://www.globalnegotiator.com/blog/wp-content/uploads/2014/12/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf): <http://www.globalnegotiator.com/blog/wp-content/uploads/2014/12/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>

Orth, P. H. (18 de 02 de 2015). *www.tatsachen-ueber-deutschland.de*. Obtenido de [www.tatsachen-ueber-deutschland.de](http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/economia/main-content-06/un-potente-foco-economico-en-el-mercado-global.html): <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/economia/main-content-06/un-potente-foco-economico-en-el-mercado-global.html>

prototipod.blogspot.com. (13 de 02 de 2015). Obtenido de [prototipod.blogspot.com](http://prototipod.blogspot.com/2007/02/diseando-con-bamb.html):
<http://prototipod.blogspot.com/2007/02/diseando-con-bamb.html>

Ramirez, M. (25 de 02 de 2015). *repositorio.ute.edu.ec*. Obtenido de [repositorio.ute.edu.ec](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15390/1/44455_1.pdf):
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15390/1/44455_1.pdf

wikipedia.org. (25 de 01 de 2015). Obtenido de [wikipedia.org](http://es.wikipedia.org/wiki/Alemania):
<http://es.wikipedia.org/wiki/Alemania>

www.aduana.gob.ec. (15 de 04 de 2015). Obtenido de www.aduana.gob.ec:
<http://www.aduana.gob.ec/>

www.aduana.gob.ec. (20 de 04 de 2015). Obtenido de [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec/files/pro/pro/oce/2012/SENAE-RDEO-103-V1.zip):
<http://www.aduana.gob.ec/files/pro/pro/oce/2012/SENAE-RDEO-103-V1.zip>

www.analisislatino.com. (18 de mayo de 20014). Obtenido de [www.analisislatino.com](http://www.analisislatino.com/notas.asp?id=627):
<http://www.analisislatino.com/notas.asp?id=627>

www.anla.gov.co. (09 de 02 de 2015). Obtenido de [www.anla.gov.co](http://www.anla.gov.co/documentos/324_analisis_guadua.pdf):
http://www.anla.gov.co/documentos/324_analisis_guadua.pdf

www.bce.fin.ec. (20 de 04 de 2015). Obtenido de [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000009):
<http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000009>

www.comercioexterior.gob.ec. (17 de 04 de 2015). Obtenido de [www.comercioexterior.gob.ec](http://comercioexterior.gob.ec/comex/):
<http://comercioexterior.gob.ec/comex/>

www.comunicer.com. (20 de 04 de 2015). Obtenido de [www.comunicer.com](http://comunicer.com/wp-content/uploads/2013/06/Marcado-y-Rotulado.pdf):
<http://comunicer.com/wp-content/uploads/2013/06/Marcado-y-Rotulado.pdf>

www.datosmacro.com (Ed.). (06 de 02 de 2015). Obtenido de *www.datosmacro.com*:
www.datosmacro.com/pib/alemania

www.ecotec.edu.ec. (28 de 02 de 2015). Obtenido de *www.ecotec.edu.ec*:
http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cdocentes_y_directivos%5Carticulos/5506_TRECALDE_00118.pdf

www.ehoenespañol.com. (16 de enero de 2015). Obtenido de *www.ehoenespañol.com*:
http://www.ehoenespañol.com/diferentes-tipos-planos-negocios-sobre_445979/

www.ehowenespanol.com. (19 de 01 de 2015). Obtenido de *www.ehowenespanol.com*:
http://www.ehowenespanol.com/diferentes-tipos-planos-negocios-sobre_445979/

www.inen.gob.ec. (18 de 04 de 2015). Obtenido de *www.inen.gob.ec*: <http://www.inen.gob.ec>

www.inigemm.gob.ec . (22 de 04 de 2015). Obtenido de *www.inigemm.gob.ec* :
<http://www.inigemm.gob.ec>

www.lacamaradequito.com. (25 de 04 de 2015). Obtenido de *www.lacamaradequito.com*:
<http://lacamaradequito.com/dmdocumentos/jurcodcom120805.pdf>

www.morales-troncoso.com. (28 de 01 de 2015). Obtenido de *www.morales-troncoso.com*:
http://www.morales-troncoso.com/doc/pdf/presentacion_introduccion.pdf

www.oas.org. (01 de 05 de 2015). Obtenido de *www.oas.org*:
http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf

www.pge.gob.ec . (23 de 04 de 2015). Obtenido de *www.pge.gob.ec* : <http://www.pge.gob.ec>

www.proecuador.gob.ec. (03 de 03 de 2015). Obtenido de *www.proecuador.gob.ec*:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/Bolet%C3%ADn-de-Comercio-Exterior-Jun-Jul-2014-final.pdf>

www.proecuador.gob.ec. (21 de 04 de 2015). Obtenido de *www.proecuador.gob.ec*:
<http://www.proecuador.gob.ec/pro-ecuador/quienes-somos/>

www.sri.gob.ec . (19 de 04 de 2015). Obtenido de *www.sri.gob.ec* : <http://www.sri.gob.ec>

www.studylands.com. (28 de 01 de 2015). Obtenido de *www.studylands.com*:
<http://www.studylands.com/es/guia-paises/DE-economy.htm>

www.vivejardin.com. (11 de 02 de 2015). Obtenido de *www.vivejardin.com*:
<http://www.vivejardin.com/detalle-secciones.html?id=89>