



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALDES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE

TEMA:

SISTEMA NACIONAL INFORMÁTICO INTEGRADOS DE PARTICIPACIÓN DE
PRODUCTOS ECUATORIANOS EN MERCADOS EXTRANJEROS

AUTORES:

JEAN PAUL JARAMILLO TOLEDO

XAVIER ALBERTO PITA OROZCO

Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:
INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

TUTOR:

Ing. Mauricio Garzón Rodas, MSc.

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALDES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **los Sres. Xavier Alberto Pita Orozco y Jean Paul Jaramillo Toledo** como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

TUTOR

OPONENTE

Ing. Mauricio Garzón Rodas MSc.

(Nombres, apellidos)

**DECANO(A)/
DIRECTOR(A) DE CARRERA**

**COORDINADOR(A) DE ÁREA
/DOCENTE DE LA CARRERA**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Jean Paul Jaramillo Toledo y Xavier Alberto Pita Orozco

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Sistema Nacional Informático Integrados de Participación De Productos Ecuatorianos en Mercados Extranjeros previo a la obtención del Título de INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2015

LOS AUTORES

JEAN PAUL JARAMILLO TOLEDO

XAVIER ALBERTO PITA OROZCO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Jean Paul Jaramillo Toledo y Xavier Alberto Pita Orozco

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Sistema Nacional Informático Integrados de Participación De Productos Ecuatorianos en Mercados Extranjeros, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2015

LOS AUTORES,

JEAN PAUL JARAMILLO TOLEDO

XAVIER ALBERTO PITA OROZCO

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad de poder estudiar en este prestigioso establecimiento, a las personas que desde un inicio y hasta culminar me acompañaron en este proceso tan difícil y confiaron en mis aptitudes.

Sobre todo a mi madre que a pesar que no pueda estar presente, siempre me apoyo, me dio valor y fuerzas para no decaer nunca. A mis amigos con los que juntos empezamos, hasta el último momento, siempre nos apoyamos.

A los profesores en especial a nuestro tutor, el Ing. Mauricio Garzón por dirigirnos en la realización de este Trabajo de Titulación, nuestro más infinito agradecimiento

XAVIER ALBERTO PITA OROZCO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la oportunidad que me dio de culminar mis estudios universitarios, le agradeceré el resto de mi vida a mi madre la Dra. Adela Toledo por ser una madre responsable, preocupada, estricta y amorosa ya que gracias ella me encuentro terminando mi trabajo de titulación, ella ha sido mi inspiración y el pilar fundamental en mi vida.

Nuevamente le agradezco a dios por poner en mi camino a grandes amigos que creía solo encontraría en el colegio pero tuve la gran oportunidad de encontrarlos también en esta prestigiosa Universidad, a Xavier Pita que aparte de ser mi compañero de tesis se convirtió en uno de mis mejores amigos durante toda la trayectoria universitaria y espero se mantenga así.

A los profesores en especial a nuestro tutor, el Ing. Mauricio Garzón Rodas MSc. que nos ha dirigido a lo largo del Trabajo de Titulación, y a nuestra profesora la Ing. María Josefina Alcívar que se preocupó por nosotros a lo largo del Trabajo de Titulación.

JEAN PAUL JARAMILLO TOLEDO

DEDICATORIA

El Trabajo de Titulación va dedicado a mi querida madre, la Dra. Adela Toledo que con mucho amor le dedico todos mis logros y esfuerzos, todo lo que consiga en mi vida será gracias a ti, ya que supiste inculcarme buenos valores y principios a lo largo de mi vida, nunca voy a defraudarte y todos los días de mi vida haré que te sientas orgullosa de mi querida madre.

JEAN PAUL JARAMILLO TOLEDO

DEDICATORIA

Dedico este presente trabajo a mi madre , que a pesar que no pueda acompañarme a lo largo de mi vida tanto personal como profesional , fue parte fundamental y pilar en todos los aspectos de mi vida, mi inspiración para seguir adelante , ser mejor , y seguir superándome. Aseguro que todos los logros que pueda llegar a conseguir en mi vida, será por ejemplo de TU de sacrificio, dedicación, esmero, con los que me supiste dar una formación y la mejor educación.

Mis mejores amigos Jean , Stefy ,Anamaria, Jorge, Tonny, agradezco la oportunidad de poder haber compartido con ustedes cada momento , todos aquellos fueron insuperables , irrepetibles y a pesar que en algunas ocasiones creíamos que podíamos fallar , siempre hubieron alientos de fuerza para no decaer. En todo momento podrán contar conmigo amigos míos, son unas increíbles personas y espero no alejarnos ante cualquier circunstancia.

También dedicamos el presente trabajo a la Carrera de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, quienes nos han apoyado y Guiado en cada paso para la formación de nuestras vidas Profesionales

XAVIER ALBERTO PITA OROZCO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN
(Se colocan los espacios necesarios)

Ing. Mauricio Garzón Rodas MSc.

PROFESOR TUTOR

EC. Servio Correa **Bustamante**, Mgs.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

(NOMBRES Y APELLIDOS)

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

(NOMBRES Y APELLIDOS)

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

CALIFICACIÓN

Ing. Mauricio Garzón Rodas MSc.

PROFESOR TUTOR

(NOMBRES Y APELLIDOS)

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

(NOMBRES Y APELLIDOS)

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

(NOMBRES Y APELLIDOS)

OPONENTE

INDICE GENERAL

CAPITULO 1	1
1.2.1 ANTECEDENTES.....	1
1.2.2 DELIMITACIÓN.....	3
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.4.1 OBJETIVOS GENERALES.....	4
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	4
1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5.1 JUSTIFICACIÓN TEORICA.....	6
1.5.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	6
1.5.3 JUSTIFICACIÓN SOCIAL.....	7
2. BASE CONCEPTUAL.....	8
2.1 BASE REFERENCIAL.....	8
CAPITULO 3	14
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	14
3.2 POBLACIÓN	14
3.3. MUESTRA	15
3.4 TÉCNICAS Y DEMÁS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	16
3.5 INSTRUMENTOS: ENTREVISTAS/ ENCUESTAS.....	17
3.6 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	19
CAPITULO 4	20
4. ANALISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTA.....	20
4.1 ENCUESTAS A LOS PRODUCTORES.....	20
4.1.1 COMPENDIO DE LA ENCUESTA.....	28

4.2 ENTREVISTA A EXPERTO.....	29
CAPITULO 5	37
5.1 BLOQUES COMERCIALES A LOS QUE PERTENECE ECUADOR.....	37
5.1.1 COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES.....	37
5.1.2 EVOLUCIÓN DEL CAN COMO ENTIDAD DE INTEGRACIÓN.....	39
5.1.3 SOCIOS COMERCIALES DE LA COMUNIDAD ANDINA.....	40
5.1.4 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS ENTRE PAÍSES MIEMBROS DE LA CAN.....	45
5.2 ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN (ALADI).....	48
5.2.1 TRATADO DE MONTEVIDEO 1980 (TM80).....	48
5.2.2 PAÍSES MIEMBROS DE ALADI.....	49
5.2.3 VENTAJAS PARA LOS PAISES MIEMBROS DE ALADI.....	50
5.2.4 EXPORTACIONES TOTALES DEL ECUADOR HACIA LOS PAISES MIEMBROS DE ALADI	51
5.3 SISTEMA GLOBAL DE PREFERENCIAS COMERCIALES ENTRE LOS PAISES EN DESARROLLO (SGPC).....	52
5.3.1 PAISES QUE CONFORMAN EL ACUERDO DE SGPC.....	53
5.3.2 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS.....	53
5.3.3 MAYORES EXPORTADORES EUROPEOS.....	55
5.4 Síntesis del estudio de Bloque Comercial.....	56
CAPITULO 6	58
6.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO: ECONÓMICO, POLÍTICO, SOCIAL, LEGAL, TECNOLÓGICO. ..	58
6.1.1 Análisis PEST.....	58
6.1.2 FUERZAS DE PORTER.....	61
6.1.2.1 BARRERAS DE ENTRADAS.....	61
6.1.2.2 NEGOCIANDO CON CLIENTES.....	62
6.1.2.3 PODER DE LOS PROVEEDORES.....	62
6.1.2.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	62

6.2 ANÁLISIS FODA.....	63
6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA PLATAFORMA.....	65
6.3.1 MISIÓN	65
6.3.2 VISIÓN.....	65
6.4 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN	66
6.4.1 DESIGNACIÓN DE FUNCIONES	67
6.5 ESTRUCTURA DE PROCESOS AGRICULTOR- PLATAFORMA.....	69
6.5.1 ESTRUCTURA DE PROCESOS Y DISEÑO DEL SISTEMA.	70
6.5.2 FLUJO DE SEGURIDAD DEL PORTAL INFORMÁTICO.....	71
6.5.3 DISEÑO DE LA PLATAFORMA INFORMATICA.	74
6.5.4 SISTEMA DE CLASIFICACION DEL PRODUCTO.....	75
6.6 PROGRAMAS PARA EL DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA INFORMATICA.....	76
6.6.1 ENTREVISTA A EXPERTO.....	76
6.7 PLAN PROMOCIÓN.....	80
6.7.1 Descripción de la Actividad.....	80
6.7.2 Ámbito Geográfico	80
7. Estructura Financiera	81
7.1 Estructura del Presupuesto del capital Operativo	81
9. Conclusiones	86
10. Recomendaciones	87
11. Bibliografía.....	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Objetivos de Entrevistas y Encuestas	18
Tabla 2 Nivel de Conocimiento de Plataforma Informática.....	20
Tabla 3 Disponibilidad de Sistema informático en su empresa	21
Tabla 4 Actividades de exportación	22
Tabla 5 Capacidad para realizar exportaciones	23
Tabla 6 Contacto con el demandante del exterior.....	24
Tabla 7 Interés del Desarrollo de Plataforma Informática	25
Tabla 8 confianza para usar Plataforma Informatica para exportaciones	26
Tabla 9 Importancia de uso de Plataforma Informática	27
Tabla 10 Exportaciones del CAN al mundo	40
Tabla 11 Exportaciones Intercomunitarias	43
Tabla 12 Participación de las Exportaciones entre Países miembros del CAN	44
Tabla 13 CAN: Principales productos exportados al mundo	46
Tabla 14 Tarifas Arancelarias de los Países miembros de la CAN	47
Tabla 15 Indicadores Socioeconómicos de ALADI	49
Tabla 16 Exportaciones de ALADI.....	50
Tabla 17 Exportaciones Totales del Ecuador.....	51
Tabla 18 Análisis PESTN	59
Tabla 19 FODA.....	63
Tabla 20 VENTAJAS Y DESVEJAS DE PROGRAMAS.....	79
Tabla 21 Presupuesto de Capital.....	82
Tabla 22 Estructura del SIP	83
Tabla 23 AÑO 1	83
Tabla 24 AÑO 2.....	83

Tabla 25 AÑO 3.....	84
Tabla 26 AÑO 4.....	84
Tabla 27 AÑO 5.....	85
Tabla 28 Amortización.....	86
Tabla 29 Balance general.....	87

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Nivel de Conocimiento de Plataforma Informática	20
Ilustración 2 Disponibilidad de Sistema Informático en su empresa.....	21
Ilustración 3 Actividades de Exportación.....	22
Ilustración 4 Capacidad para realizar exportaciones.....	23
Ilustración 5 Contacto con el demandante del exterior	24
Ilustración 6 Interés del Desarrollo de Plataforma Informática	25
Ilustración 7 Confianza para usar Plataforma Informática para Exportaciones	26
Ilustración 8 Importancia de uso de Plataforma Informática	27
Ilustración 9 Exportaciones del CAN al mundo	41
Ilustración 10 Destinos de exportación en porcentajes.....	42
Ilustración 11 Exportaciones Intracomunitarias.....	43
Ilustración 12 Exportaciones Intracomunitarias.....	45
Ilustración 13 Importaciones y exportaciones de la Unión Europea a Ecuador	54
Ilustración 14 Exportadores europeos	55
Ilustración 15 Estructura de procesos Agricultor- Plataforma	69
Ilustración 16 Estructura de Procesos y Diseño del Sistema.....	70
Ilustración 17 Flujo de Seguridad del Portal Informático	71
Ilustración 18 Diseño de la Plataforma Informática	74
Ilustración 19 Clasificación del Producto.....	75

RESUMEN

PROPUESTA DE DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA INFORMÁTICA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EXTRANJEROS, QUE INTEGRE A LOS PRODUCTORES ECUATORIANOS UBICADOS EN LA REGIÓN COSTA CON EL MERCADO INTERNACIONAL.

El presente trabajo de titulación se enfoca en los productores ecuatorianos que tienen el interés de competir en el mercado internacional pero que no cuentan con el conocimiento o no tienen las herramientas para realizar dichas actividades, esta propuesta tiene como finalidad incentivar a los productores ecuatorianos a llevar a su producto al mercado extranjero la misma que ayudaría al desarrollo de la economía ecuatoriana. Dentro del trabajo se encontrara definido el planteamiento del problema direccionado a la necesidad de implementar una plataforma informática para los productores. En la base conceptual mencionaremos conocimientos científicos por parte de expertos para poder comprender mejor las definiciones que se encontraran el trabajo, artículos de plataformas similares para poder validar nuestra propuesta. En el capítulo de análisis de investigación del mercado objetivo mostraremos los resultados y entrevista a expertos acorde a nuestro trabajo.

Continuando con el resumen encontraremos un análisis de los bloques comerciales que pertenece el Ecuador con el fin de conocer los beneficios que tienen los exportadores ecuatorianos por ser un país miembro. También se mostraremos como funcionaria la plataforma, y como se verá para el exportador, los software que se usarían para el desarrollo de la misma y toda la inversión necesaria para la implementación de la Plataforma Informática para los exportadores.

Palabras Claves: Plataforma Informática, bloques comerciales, software.

(ABSTRACT)

The present work is focused in Ecuadorian producers that have the needs to compete in the international market, but they don't have the tools and knowledge to do it, in order to offer a tool to improve the exports and also the country's development we did a proposal of a platform that link the Ecuadorian export with the foreign costumer. We included some scientific knowledge from expert, to understand better the topic, also we did it a market research to know the needs of the Ecuadorians producers, to continue, we did a study of the trading blocks that Ecuador belongs to know the advantages of this agreements. We show some software to develop a platform according the expert opinion and finally all the investment for the creation of the platform.

Palabras Claves: (registrar por lo menos 6 palabras claves)

CAPITULO 1

1.1 PROBLEMA

1.2 PLANTEACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 ANTECEDENTES

La importancia de enviar un producto o servicio fuera de las fronteras del país con propósitos comerciales, es decir venderlo o intercambiarlo siempre ha sido beneficioso en el ámbito microeconómico y macroeconómico del país.

Para explicar de mejor manera estos dos niveles podemos decir que en el nivel macroeconómico resulta beneficioso para la cuenta corriente, balanza comercial y de pagos de cualquier país ya que las exportaciones son el resultado de la demanda en el mercado internacional del producto o servicio nacional. En el nivel microeconómico estamos refiriéndonos a las empresas, productores y agricultores en el caso de Ecuador esta actividad no solo aumenta su volumen de venta y utilidades sino también crea una imagen y reputación en el exterior tanto para el país como para el productor.

Los productores o empresas tienen dos formas de llevar al exterior su producto o servicio, de acuerdo al libro "International Business" (Jhon D. Daniels, 2007) existen las exportaciones directas e indirectas pero la decisión de cuál de estas dos opciones beneficia a la empresa depende de factores como el volumen a exportar, experiencia y recursos financieros. La exportación indirecta se lleva a cabo a través de intermediarios o "trading" que buscan compradores en el mercado internacional, la decisión del intermediario a usar es importante, ya que básicamente depende de esta entidad o persona la total capacidad de venta de nuestro producto o servicio.

Una opción similar es la creación de una agrupación de exportadores el concepto es similar al del intermediario pero esta vez los recursos son compartidos ya que las empresas nacionales se vuelven socios porque todos están participando por un mismo objetivo, promoviendo y aportando con dicha asociación.

Contamos con otra opción para exportar llamada exportación directa, básicamente es tener un contacto directamente con el comprador, el productor o empresa asume todos los gastos de promoción, comercialización, conocimiento del mercado, contactos, personal especializado etc. La ventaja de este tipo de exportación es que la ganancia es del 100% para el productor o empresa, es la manera más directa para obtener un crecimiento empresarial.

Una vez explicado esto el Ecuador se caracteriza por la producción de productos agrícolas los mismos que son exportados a través de intermediarios que se llevan una parte de la ganancia y gracias a esto el producto ecuatoriano se vuelve menos competitivo en el mercado en termino de precios.

1.2.2 DELIMITACIÓN

Campo: Comercio Exterior

Área: Negocios Internacionales

Aspecto: Plataforma Informática

Tema: Sistema Nacional Informático Integrado de Participación de Productos Ecuatorianos en Mercados Extranjeros

Problema: La mayoría de los productores Ecuatorianos carecen de conocimientos y herramientas suficientes para que su producción pueda expandirse a otros mercados, en muchas ocasiones sus productos son óptimos para poder promocionarse en mercados extranjeros. En estas circunstancias quienes se han beneficiado de esta situación son los Intermediarios, quienes compran en gran volumen y precios módicos, para luego los mismos productos ser vendidos en el exterior montos más elevados.

Delimitación espacial: Productores ubicados en la provincia del Guayas- Ecuador y futuras provincias del Ecuador.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible plantear una estrategia de integración entre productores nacionales y compradores internacionales a través de una plataforma en la cual se podrá conocer en tiempo real las necesidades de los compradores tanto en precio, calidad, cantidad, tiempo de entrega del producto y modelo de negociación?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 OBJETIVOS GENERALES

- Desarrollar una propuesta de una plataforma informática de investigación de mercados extranjeros, que integre a los productores ecuatorianos ubicados en la región costa con el mercado internacional.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar una encuesta a una muestra representativa de productores ubicados en la región costa, específicamente en la provincia del guayas, con el objetivo de conocer la importancia y la aceptación de la plataforma informática.
- Investigar los tratados comerciales que sostiene Ecuador con los diferentes bloques comerciales con el fin de analizar la importancia de las exportaciones de los productos ecuatorianos.
- Diseñar estrategias de promoción para la plataforma, la misma que promoverá la participación entre los productores nacionales y los demandantes en el exterior.

- Investigar la factibilidad técnica y operativa de la página web, con proyecciones a que la misma sea autosustentable.

1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Según el mandato presidencial redactado en el año 2008 menciona que el estado fomenta el apoyo en cuanto refiere a la educación y el desarrollo profesional.

Art. 80. El Estado Promoverá la ciencia y la tecnología, en todos los niveles educativos, dirigidas a mejorar la productividad, la competitividad, el manejo sostenible de los recursos naturales, y a complacer las necesidades básicas de la población. (Constitución Política del Ecuador, 2008)

Mediante las teorías investigadas sobre el costo de transacción y comercio internacional; es relevante contrastar como estas teorías se sitúan en la práctica, las mismas que marcan diferencias significativas a la hora de comercializar un producto a diferentes partes del mundo.

Las teorías mencionadas son relevantes al momento de realizar un estudio de factibilidad de una plataforma informática para los exportadores, ya que permitirá evaluar el sistema utilizado por los vendedores, y determinar si es el más óptimo o no a la hora de comercializar sus productos en mercados internacionales.

1.5.1 JUSTIFICACIÓN TEORICA

Los métodos de investigación para recopilar, analizar, procesar la información serán Analítico-Estadístico- Experimental, se tomará en consideración la utilización de fuentes primarias y secundarias, las mismas que serán de utilidad a la hora de determinar la factibilidad del proyecto.

1.5.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

La mayor parte de los recursos producidos en el Ecuador son agrícolas , un gran porcentaje de las ganancias son distribuidas entre los comerciantes , los mismos que desempeñan una función de intermediario , sin embargo el escenario se torna diferente cuando los productos son comercializados en el exterior aunque el intermediario continua con mayor participación de utilidades de los productos , en consecuencia los vuelve menos competitivos con respecto a otros ofertantes , sin embargo los productores nacionales en muchas ocasiones son quienes apenas justifican sus costos de producción.

Los ejemplos más relevantes son los sectores petroleros, mineros en donde el país productor de los recursos naturales son los que menor participación tienen sobre las ganancias, no obstante el territorio explotado es el que lleva mayores repercusiones ambientales, sociales y en muchas ocasiones irreparables

1.5.3 JUSTIFICACIÓN SOCIAL

Uno de los ejes para la transformación de la Matriz Productiva es fomentar las exportaciones de los productos ecuatorianos particularmente de economía popular y solidaria o que incluyan un valor agregado es decir cambiar de un país primario exportador a una producción diversificada, también buscara ampliar los destinos internacionales de los productos ecuatorianos, de esta manera el Ecuador intenta superar el actual modelo de generación de riquezas (SENPLADES, 2013).

Partiendo de este eje el proyecto del desarrollo de una plataforma informático integrado de participación de productos ecuatorianos en el extranjero ayudará a los exportadores a encontrar la demanda en el extranjero sin necesidad de acudir a tantos intermediarios de esta manera el producto ecuatoriano contará con un valor agregado.

Continuando con el perfil de Egresado de la Carrera de Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe dice lo siguiente: Gestiona las actividades del comercio internacional; siendo el motivo más importante para dichas actividades internacionales, es por esto que el desarrollo de una plataforma integrada de participación de productos ecuatorianos en el mercado extranjero facilitará la búsqueda de la demanda en el exterior haciendo de manera más eficiente dichas actividades internacionales.

2. BASE CONCEPTUAL.

2.1 BASE REFERENCIAL.

De acuerdo a los conocimientos del autor (Roque, 2007) una plataforma es un sistema que sirve de base para poder manejar tipos de software o hardware que son semejantes. Este sistema está estructurado por una serie de estándares el cual especifica su diseño de hardware y una plataforma de software.

Dicho esto al crear una plataforma informática se diseña una arquitectura, lenguaje de programación, sistema operativo que sea compatibles entre ellos. La plataforma debe integrarse con un sistema informático que nos permitirá guardar y procesar la información ingresada por los usuarios, que será administrado por un personal llamado “soporte técnico” que ayuda a crear y mantener la plataforma.

Practicando lo aprendido en clase, de esta manera se podrá contribuir al desarrollo del comercio exterior en el Ecuador. En la actualidad la teoría y la práctica están fuertemente vinculadas, ya que una depende de la otra.

La idea principal que plantea el autor: El progreso tecnológico ha sido una herramienta muy elemental para el desarrollo de diversos sectores económicos como: ciencia, agricultura, telecomunicaciones, la industria y la educación. Las TICS son los instrumentos tecnológicos destinados para optimizar de manera sustancial las comunicaciones humanas que están al servicio de la información y comunicación. (Fernán Barona, 2009).

Los consumidores del exterior, toman conciencia al momento de realizar la compra, no solamente por su propio beneficio, sino por todos los miembros que conforman la cadena de producción, esto quiere decir que el comercio justo cada vez tiene más importancia en las transacciones internacionales.

Continuando con el comercio justo, una forma de promoverlo sería la creación de una plataforma para la eliminación de intermediarios que no cumplen con un pago justo del producto, de esta manera el productor ecuatoriano tendría contacto directo con el cliente.

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) que tiene como misión: Alentar, fomentar y auxiliar los trabajos de los Estados Miembros para conseguir un crecimiento agrícola y la tranquilidad rural por medio del apoyo experto internacional. (IICA, 2015) Cuenta con una plataforma de exportación que tiene más de 95 empresas participantes, de acuerdo a un artículo de Panamá Export la plataforma consiste en capacitar y seleccionar los posibles mercados para participar en eventos internacionales, los productos de las empresas participantes deben ser subidos en la plataforma y cumplir requisitos para ser válidos, las empresas deben presentar muestras para que tengan el visto bueno de los técnicos. (Export Panamá, 2013).

En referencia a las teorías propuestas por el autor se indica que “Las comunicaciones mercantiles, los medios masivos (mass media), permiten a las empresas llegar a una población cada vez mayor; obtienen mediante las ventas de sus productos, una mayor rentabilidad de sus productos, por ende una mayor rentabilidad de sus inversiones”. (Fernán Barona, 2009).

Los convenios comerciales con los diferentes bloques han proporcionado un incremento significativo en las exportaciones y potencializando otros sectores económicos. La tecnología aplicada al comercio exterior permitirá un intercambio de bienes más justo, incremento en la oferta exportable ecuatoriana, mayor participación de productos en mercados extranjeros y la reducción de tiempos en los negocios.

Actualmente no se ha realizado un estudio sobre la factibilidad de integrar una plataforma informática a los diferentes ministerios, cámaras de comercio, entre otras instituciones involucradas sin embargo el plan de estudio mencionado en la rama de comercio exterior e informática no cuenta con la basta practica en este tema. Para evidenciar todo aquello que se discuta se deberá en el marco metodológico que comprende: Encuestas, Entrevistas a expertos en temas comerciales, Entrevistas a productores, entre otro tipo de recolección de datos que se valide de manera veraz las teorías mencionadas.

PLATAFORMA INFORMÁTICA.

De acuerdo a la definición del autor nos dice que: Es un tipo de hardware o software con el que es compatible una aplicación y permite ser ejecutada. Una plataforma es un sistema operativo ya que sirve como base para ejecutar determinadas herramientas que son compatibles con el mismo. (Leandro, 2010). (ALEGSA, 2010)

EXPORTACIÓN

De acuerdo al autor indica que “Las exportaciones de una economía son todas las mercancías que esa economía vende a personas o empresas residentes en el resto del mundo, todas las exportaciones se consideran mercancías finales con independencia del uso que les vayan a dar sus compradores” (Díaz, 1999).

BLOQUE COMERCIAL

Según el autor nos dice que “Los bloques comerciales son acuerdos o convenios multinacionales que establecen normas de tratamiento preferencial en las relaciones comerciales entre los países firmantes. En esencia, la generación de bloques comerciales implica la instauración de tratamiento discriminatorio hacia las naciones que no forman parte de ellos.” (Alejandro & Enrique, 2010).

BASE LEGAL

La Plataforma Nacional Informática Integrado de Participación de Productos Ecuatorianos en Mercados Extranjeros ayudará en el crecimiento y desarrollo de los pequeños productores que tengan como objetivo el mercado extranjero.

De acuerdo al Art. 8 literal “e” de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOE): “Aportar con el cumplimiento de objetivos del régimen de desarrollo previsto en la Constitución y en el Plan Nacional de Desarrollo”.

La creación de esta plataforma informática se convertiría en un gran apoyo para los productores ecuatorianos que tienen como objetivo exportar, esto aportaría con el desarrollo económico del país convirtiendo al producto ecuatoriano más competitivo en el mercado extranjero ya que mediante esta plataforma se reducirían el número de intermediarios usados en las exportaciones, el uso de esta plataforma quedará para las futuras generaciones de productores ecuatorianos y tendrá como objetivo principal el beneficio y crecimiento económico del país.

Continuando con el Art. 8 el literal “a” nos dice: “Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas”.

El desarrollo de La Plataforma Informática Integrado de Participación de Productos Ecuatorianos en Mercados Extranjeros sería una herramienta tecnológica usada por los productores ecuatorianos, de esta manera se ayudaría a realizar las actividades comerciales más eficientes ya que con la plataforma informática se encontraría la demanda internacional optimizando recursos

De acuerdo al Art. 4 de la Ley del Sistema Nacional de Registro de Datos Públicos: Responsabilidad de la información.-“Los establecimientos del sector público y privado y las personas naturales que en el presente o en el futuro suministren bases o registros de datos públicos, son encargados de la moralidad, seguridad y manejo de los registros y bases de datos. Estos establecimientos responderán por la sinceridad, legitimidad, vigilancia y debida protección de los registros. El compromiso sobre la sinceridad y legitimidad de los datos registrados, es privilegio de la o el testificante cuando esta o este proveen toda la información. Las personas agredidas por datos

falsos o imprecisos, publicado o documentado por registradores, tendrán derecho a las debidas indemnizaciones, antes del ejercicio de la respectiva acción legal.”

Toda tipo de información que contenga la plataforma será autentica y respaldada con sus respectivos documentos, la plataforma será un medio confiable para realizar acuerdos comerciales, de esta manera tanto el exportador ecuatoriano como el importador usarán este medio con ética y responsabilidad con el fin de llevar a cabo su contrato.

CAPITULO 3

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizará una encuesta de aproximadamente de 10 preguntas, a una muestra representativa de los productores ecuatorianos ubicados en la región costa con el fin de conocer si existe una posible aceptación y necesidad de la creación de una plataforma informática que ayude a la exportación de los productos ecuatorianos, también se realizarán entrevistas a expertos en el comercio exterior del Ecuador con el objetivo de conocer la importancia de las actividades comerciales con la demanda internacional y conocer la opinión de la creación de una plataforma para dichas actividades mencionadas.

3.2 POBLACIÓN

Acorde a los conocimientos del autor:

Es el entorno en el que se desarrolla un grupo de individuos, los cuales tienen una característica en particular y cumplen con ciertas propiedades, de los cuales serán estudiados para obtener datos. Una población puede entender que abarca todo un conjunto de elementos, y para que pueda ser efectiva, deberá ser definida sobre la base de las características que la limitan (Sábado, 2010: 21)

Basándonos en estos conocimientos y de acuerdo a la información que nos proporcionó el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

contamos con una población en la región costa provincia del guayas de 186 establecimientos que se dedican a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

3.3. MUESTRA

De acuerdo a los conocimientos del autor:

Es una subcategoría de la población , en la que se observa una situación en particular para que pueda ser estudiada , a partir de estos individuos , se sacara conclusiones generales para toda la población. Se puede decir que una muestra es grande cuando el número de individuos seleccionados es igual o mayor a 30 y pequeña cuando los datos son menores a 30. (Sábado, 2010: 22)

Para el desarrollo de la investigación se tomará en consideración los productores de la región costa ubicados en la provincia del guayas, instituciones públicas relacionadas al comercio exterior; en vista que el proyecto está enfocado en el comercialización de productos por medio de una plataforma, el Banco de Fomento (Institución Publica) facilitará con un listada de pequeños y medianos productores.

De acuerdo a la empresa de investigación Netquest, una muestra considerable corresponde a un total de 126 encuestados de la provincia de Guayas, el total de la muestra fue obtenida mediante la fórmula del muestreo aleatorio simple tomando en cuenta los siguientes puntos de confianza 95% (equivale al 1,96) y error de muestreo 5%.(Netquest, 2001)

La fórmula de muestreo simple utilizada es la siguiente:

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

Donde:

n= El tamaño de la muestra que queremos calcular.

N= Tamaño del universo

Z= Es la desviación del valor que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado, nuestro caso el nivel de confianza es del 95% (Z=1,96)

p= Proporción que se espera encontrar.

e= Margen de error máximo que admito (5%)

3.4 TÉCNICAS Y DEMÁS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Con el objetivo de recopilar una información veraz, puntual y detalla, se procede a realizar entrevistas, encuestas y reuniones con los sectores involucrados.

Las encuestas estarán estructuradas en base a preguntas abiertas, cerradas y de criterio al entrevistado, dicho esto, posteriormente se efectuara la tabulación de datos.

Según el autor “La indagación es un medio de captura de la información organizado, lo que puede tener una gran influencia sobre la información investigada” (Alvira, 2012)

Otro medio de investigación es la entrevista ya sea a expertos o a profesionales en el campo e involucrados, en el concepto nos puede indicar que “La entrevista es un medio de indagación comunicable, la misma que no requiere muchas descripciones ni explicaciones” (Gutierrez, 2013: 40)

La entrevista fue encaminada a las necesidades de los productores de los principales sectores productivos de exportación, empresarios, ministerio de comercio exterior (Pro Ecuador).

3.5 INSTRUMENTOS: ENTREVISTAS/ ENCUESTAS

A continuación se detalla las encuestas y entrevistas que fueron realizadas.

Las encuestas fueron dirigidas a productores ubicados en la región costa con la finalidad de conocer si les parece factible una plataforma informática que les ayudaría a conocer la demanda internacional y poder realizar una comercialización de productos ecuatorianos con dicha demanda.

La entrevista estuvo direccionada a empresarios y funcionarios públicos que están vinculados al área de comercio exterior, los mismos que saben de la importancia de las TICS¹ aplicadas al intercambio de productos, la reunión tenía como objetivo conocer la opinión sobre el desarrollo de la plataforma informática para los productores, al igual saber si estarían dispuestos a utilizar estos servicios o implementarlos en otros productos.

¹ Tics: Tecnologías de la Información y las Comunicación

Tabla 1 Objetivos de Entrevistas y Encuestas

Objetivos	Instrumentos de Investigación	Encuestados	Variables
Desarrollar una propuesta de un sistema informático para productores	Encuesta Entrevista	Productores Profesionales de instituciones involucradas	Factibilidad
Definir la utilidad e importancia de la plataforma.	Entrevista	Productores	Aceptación o Rechazo del sistema
Definir modelo de mercadeo por medio de las oficinas comerciales /instituciones involucradas	Entrevista	Profesionales de instituciones involucradas	Factibilidad
Definir la factibilidad técnica y operativa del sistema con proyecciones sustentables a largo tiempo	Entrevistas	Productores Instituciones Involucradas	Sostenibilidad a largo plazo Confianza

Elaborado por: Los Autores

3.6 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El siguiente paso para procesar la información recopilada, será la tabulación de las encuestas. El instrumento utilizado para el análisis y recopilación de la información es Microsoft Excel, dicho instrumento tiene herramientas de gran utilidad para la investigación de mercado para profesionales, por lo que permite un análisis de datos en corto tiempo.

CAPITULO 4

4. ANALISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTA.

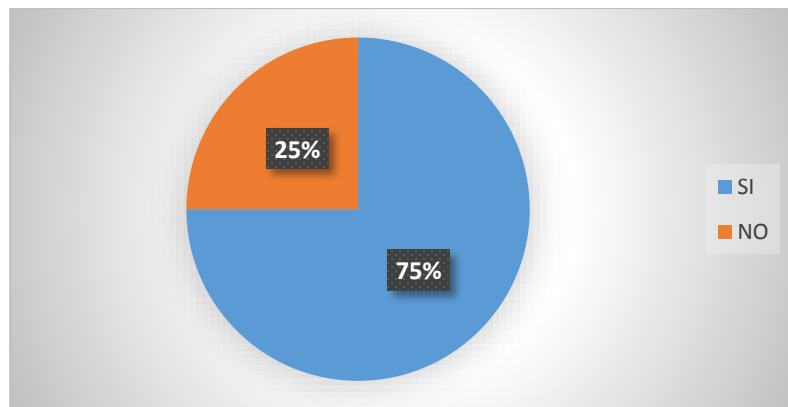
4.1 ENCUESTAS A LOS PRODUCTORES.

1.- ¿Tiene conocimientos en el uso de una plataforma informática (página web, aplicación móvil, etc.)?

Tabla 2 Nivel de Conocimiento de Plataforma Informática

	FREC. ABS	FREC. RELAT
SI	94	75%
NO	32	25%
TOTAL	126	100%

Ilustración 1 Nivel de Conocimiento de Plataforma Informática



Elaborado por: Los Autores

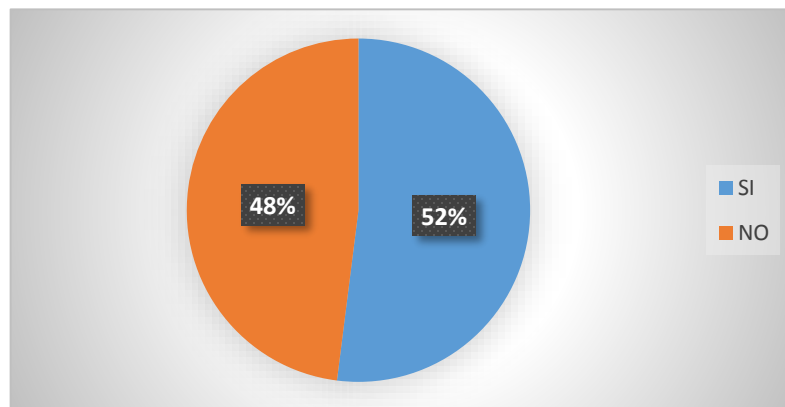
Del total de encuestados el 75% sabe usar algún tipo de plataforma informática, se partió desde esta pregunta para conocer el nivel de conocimiento tecnológico del productor, el 25% restante desconocía el manejo de alguna plataforma informática.

2.- ¿Usted dispone de algún sistema informático (página web, aplicación móvil, etc.) al momento de realizar una transacción en su empresa o negocio?

Tabla 3 Disponibilidad de Sistema informático en su empresa

	FREC. ABS	FREC. RELAT
SI	65	52%
NO	61	48%
TOTAL	126	100%

Ilustración 2 Disponibilidad de Sistema Informático en su empresa



Elaborado por: Los Autores

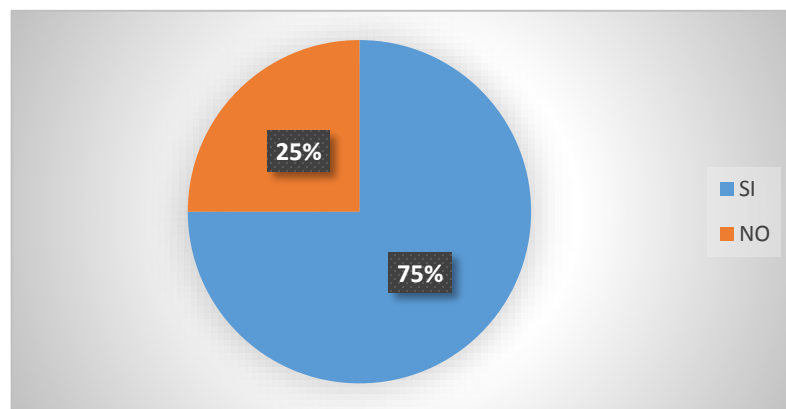
El 52% de los productores respondieron que SI esto nos dice que en el giro de la empresa o negocio ellos usan algún tipo de plataforma informática, el 48% dijo que no utilizaban sistemas informáticos en sus transacciones. Sin embargo los sistemas que ellos utilizan son muy básicos y no les permite hacer transacciones en línea.

3.- ¿En su negocio o empresa usted realiza exportaciones?

Tabla 4 Actividades de exportación

	FREC. ABS	FREC. RELAT
SI	95	75%
NO	31	25%
TOTAL	126	100%

Ilustración 3 Actividades de Exportación



Elaborado por: Los Autores

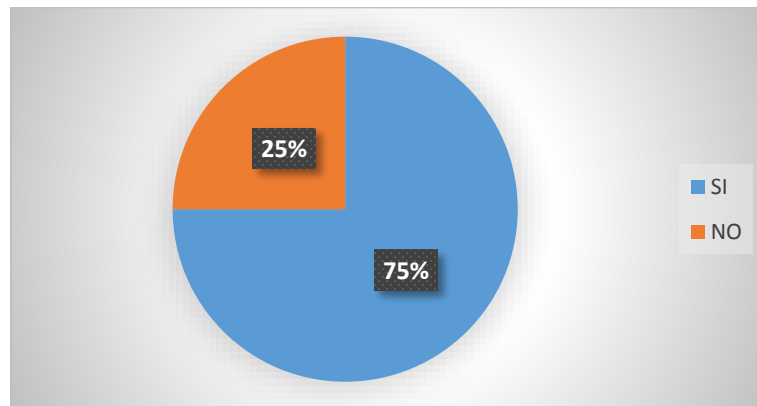
Con respecto a las actividades de exportación el 75% respondió que SI esto nos dice que la mayoría de los productores ya realizan estas actividades. Solo el 25% de los entrevistados aún no realizaban estas actividades. Según argumentos de los productores la mayoría eran proveedores de los grandes exportadores.

4.- ¿Tiene la capacidad de realizar exportaciones en su empresa o negocio?

Tabla 5 Capacidad para realizar exportaciones

	FREC. ABS	FREC. RELAT
SI	95	75%
NO	31	25%
TOTAL	126	100%

Ilustración 4 Capacidad para realizar exportaciones



Elaborado por: Los Autores

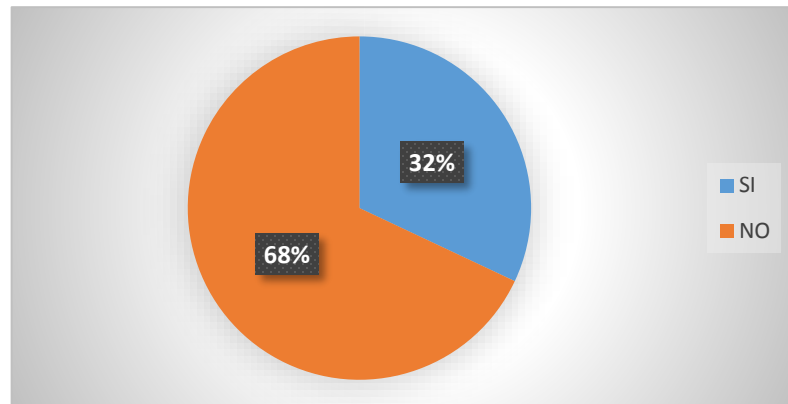
El 25% de los encuestados nos dijeron que muchas veces no se encuentran en la capacidad para cumplir con la capacidad de la demanda del exterior, muchas de las respuestas fueron por falta de conocimiento de la demanda existente en el exterior y por los estándares que piden la demanda internacional. El 100% de los encuestados buscan el mismo propósito de competir en el exterior.

5.- ¿Al momento de realizar la exportación de su producto, usted tiene contacto con el demandante del exterior?

Tabla 6 Contacto con el demandante del exterior

	FREC. ABS	FREC. RELAT
SI	40	32%
NO	86	68%
TOTAL	126	100%

Ilustración 5 Contacto con el demandante del exterior



Elaborado por: Los Autores

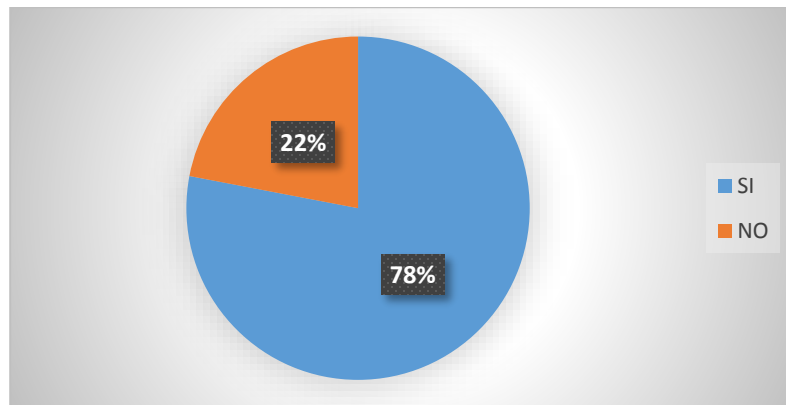
Según los resultados obtenidos de esta pregunta el 68% de los productores no tenían un contacto con el demandante de su producto, esto se debe al uso de intermediarios que es el que entra en negociación con el demandante, otra de las razones es por la afiliación que tienen ciertos productores a las diferentes asociaciones de los productos.

6.- ¿Considera que sería de gran ayuda que se desarrolle una plataforma informática que pueda ser aplicada a su empresa con el objetivo de tener un intercambio directo?

Tabla 7 Interés del Desarrollo de Plataforma Informática

	FREC. ABS	FREC. RELAT
SI	98	78%
NO	28	22%
TOTAL	126	100%

Ilustración 6 Interés del Desarrollo de Plataforma Informática



Elaborado por: Los Autores

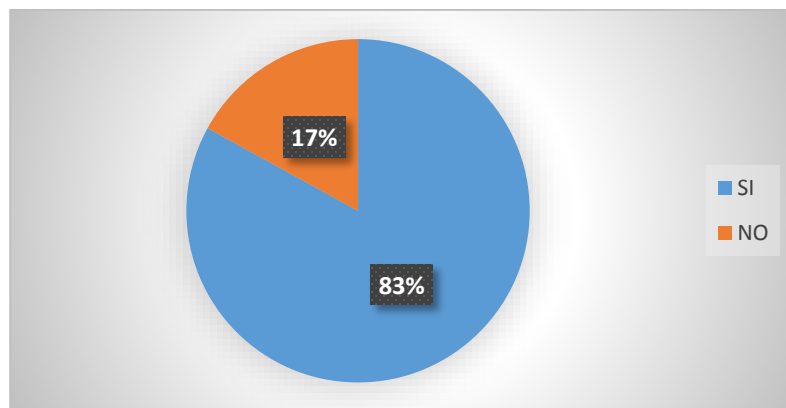
Los resultados de esta pregunta nos muestran un 78% de aceptación de la plataforma informática con el fin de eliminar intermediarios ya que la mayoría argumenta que esto de alguna forma hace que tenga que aumentar el precio final del producto en el exterior y como resultado se vuelve menos competitivo en relación con los oferentes del exterior.

7.- ¿Usted usaría una plataforma informática para hacer negocios en el exterior?

Tabla 8 confianza para usar Plataforma Informática para exportaciones

	FREC. ABS	FREC. RELAT
SI	105	83%
NO	21	17%
TOTAL	126	100%

Ilustración 7 Confianza para usar Plataforma Informática para Exportaciones



Elaborado por: Los Autores

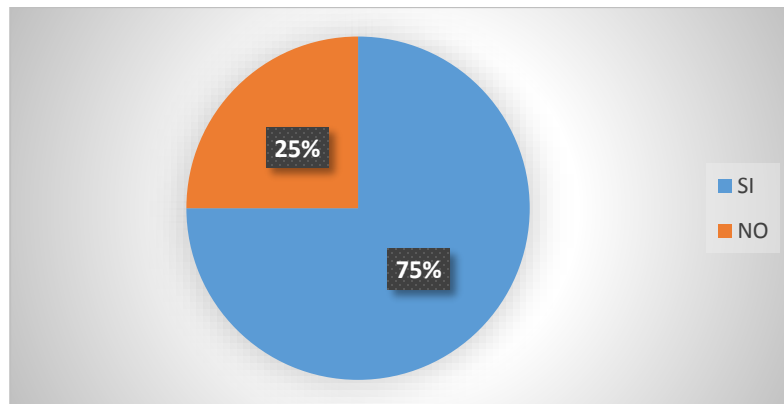
El 83% considera necesario usar una plataforma informática en la que puedan realizar transacciones en diversos mercados extranjeros, de esta manera podrían ahorrar costos logísticos, por lo tanto se volverían más competitivos con los precios de sus productos.

8.- ¿Considera importante el uso de una plataforma informática que integre su producto con la demanda del exterior?

Tabla 9 Importancia de uso de Plataforma Informática

	FREC. ABS	FREC. RELAT
SI	95	75%
NO	31	25%
TOTAL	126	100%

Ilustración 8 Importancia de uso de Plataforma Informática



Elaborado por: Los Autores

De acuerdo a los resultados de esta pregunta nos mostró una aceptación del 75%, argumentaron que esto podría ser una gran ayuda para pequeños exportadores que recién estarían incursando en el comercio exterior y por ende se volvería indispensable el uso de esta plataforma.

4.1.1 COMPENDIO DE LA ENCUESTA.

Según los resultados analizados , muestra que hay una gran aceptación de los productores con respecto a la plataforma , los mismos consideran que utilizar un instrumento informatico para realizar operaciones de comercio exterior seria de gran ayuda para conectarse con nuevas técnicas de intercambio , producción . La mayoría de los encuestados supieron manifestar que la idea de implementar un sistema de intercambio directo seria favorable para el sector agrícola , sin embargo es necesario recalcar que antes de presentar un sistema , es obligatorio implementar programas de capacitación a la asociaciones agrícolas , pequeños productores , de esta manera se podría asegurar un funcionamiento optimo del sistema y la consecución de las metas a corto y largo plazo.

Los agricultores consideraron también que al implementar este sistema , podrían ahorrar costos de intercambio , también ofrecer sus productos de manera directa , sin necesidad de utilizar un intermediario , adicional a esto también dejarían de ser proveedores de productos de las grandes exportadoras puesto que sus bienes son comprados a precios muy bajos , de esta manera los productores no pueden mejorar sus técnicas de sembrado.

Se manifestó que es primordial que instituciones involucradas al comercio exterior y sector financiero presten una difusión de los planes de financiamiento para el sector agropecuario, en vista que la mayoría de los encuestados desconoce que pueden aplicar a un crédito con el objetivo de mejorar la calidad de sus productos , sin embargo esto se sugiere que debería ir implementado junto con capacitaciones de nuevas técnicas mas eficientes para la producción.

En conclusión, los productores están dispuestos a usar la plataforma, pero consideran que deben ir junto con los requerimientos manifestados, ya que de otra forma no podría ser eficiente el sistema.

4.2 ENTREVISTA A EXPERTO.

El objetivo de esta entrevista es conocer la opinión profesional acerca del uso de una plataforma informática que ayude al exportador con su producto, reforzar la información ya recopilada para demostrar la importancia de una plataforma informática que integre los productos ecuatorianos con el mercado extranjero.

Se realizó la entrevista el día miércoles 5 de agosto del presente año a las 4:00 pm en las oficinas administrativas de “PROECUADOR” a la Economista Belén Henks, analista de mercado y al Ingeniero Abel Ojeda director del departamento de marketing, ambos laboran para el instituto de promoción de exportaciones e inversiones “PROECUADOR”.

1. ¿Qué opina acerca de una plataforma informática que está dirigida a los Productores?

En la situación de los productores es un poco preocupante , sin embargo Proecuador tienen una ruta dirigida para los exportadores , en las que incluyen diferentes etapas de capacitaciones , ya que muchas veces los exportadores no saben lo que es un Incoterm, de esta manera lo preparamos para exportar. Proecuador ayuda a los pequeños productores a enviar sus primeras muestras mediante “EXPORTA FACIL”, pero una vez que esté preparado.

En el caso de una plataforma es más arriesgado y complicado porque es el nombre de Ecuador que esta de imagen, por lo que se podría presentar la situación en la que un comprador del Exterior envía un mail en inglés y un productor no pueda responderlo, o en el caso de una llamada, otro factor podría ser la necesidad inmediata del producto, pero que el productor no tenga la capacidad suficiente para cubrir esta demanda.

No se puede ofertar un producto si no tienes buena calidad, o si no tienes un tipo de certificación, por ende la imagen de Ecuador se vería afectada, por lo que hay que evaluar bien los procesos de producción de los agricultores.

2. ¿Se podría integrar esta plataforma con otra institución?

En el caso se podría integrar con “AGROCALIDAD” ya que ellos certifican que el producto este bien, por lo que sería un buen filtro.

3. ¿Existen Muchos intermediarios que encarezcan el producto Ecuatoriano en el Exterior?

Nosotros trabajamos más con asociaciones, y pocos intermediarios, en el caso del cacao preferimos no trabajar con intermediarios.

4. ¿Qué concepto tiene sobre la idea de integrar a los productores a una red de comercio directa?

La idea de la plataforma es excelente, sin embargo tienes que empezar desde las capacitaciones de la plataforma a los productores, y los temas de comercio exterior.

5. ¿Existe actualmente un sistema de similares características en alguna institución?

Actualmente no existe ninguna plataforma, ni tampoco está en procesos de desarrollo, tampoco algo parecido.

6. ¿El sistema utilizado en las macro ruedas de negocios tendría alguna característica similar a la plataforma?

No, el sistema utilizado en la macro rueda no cumple con la misma con esa función, en las macro ruedas se utiliza una plataforma en la que te puedes agendar con las empresas, y es para que puedas manejar tus citas con las empresas durante el día. Tampoco puedes interactuar con los compradores.

7. ¿Cómo se integraría con las oficinas comerciales?

Netamente se trabajaría con las oficinas comerciales, ya que ellos son los que alimentan las oportunidades comerciales, ellos son los que tienen los contactos con los compradores e identifican las oportunidades de negocio en el destino que estén.

8. Como se promociona la página de pro ecuador en el exterior.

Como páginas web no se promocionan, sin embargo a cada oficina comercial en el exterior se le exige que tenga redes sociales en las que suben las oportunidades de negocio. En el caso de actividades que hacemos, se contratan a agencias de relaciones públicas, entre las obligaciones que tiene que dar la empresa, son las publicaciones gratuitas. Desde pro ecuador se

mandan las directrices para que todas las oficinas comerciales hagan lo mismo.

Comerciales masivos no se ejecutan porque son muy caros, medios ATL no se están utilizando, sin embargo en grandes eventos se promocionan con productos Ecuatorianos, tampoco existe una partida presupuestaria para la promoción de Pro Ecuador.

Entrevista a MAGAP

Se realizó la entrevista a un funcionario de AGROCALIDAD, el Ingeniero José Montoya del departamento de inocuidad el día 6 de agosto del presente año a la 1:00 pm el mismo que estaba encargado de la investigación de los sectores agrícolas, especialmente en Cacao.

¿Por qué los productores no pueden exportar?

Los pequeños productores no tienen volumen, cuando esto sucede se deben asociar para reunir el volumen, pero la gente no tiene la cultura de asociación, ya que deben asistir a reuniones y en ocasiones deben asistir a diferentes instancias. Otra situación es que para exportar se necesitan recursos y los pequeños productores por no tener la cantidad no pueden almacenar sus productos. Los agricultores hacen un trabajo inmediatista.

En el caso del cacao los productores se han unido para exportar y formaron una asociación, por medio de esta asociación están exportando. Los productores exportan a través de la asociación y la misma se encarga de pagar todos sus costos, concretada la venta los productores cogen su dinero.

2. Necesitan un intermediario para acceder a esta asociación.

Si hubiese una entidad que les ayude con la capacitación de los trámites, sería beneficioso porque ellos no tienen el conocimiento ni el recurso. Si va al campo nos podemos dar cuenta que la mayoría de productores tienen tierras por las herencias que han tenido sus padres, en muchas ocasiones las tierras son vendidas o viven en ese mismo lugar y trabajan como jornaleros.

El MAGAP tiene un programa que está registrando a los pequeños productores, pero la situación con el jornalero es que no tiene la capacidad para poder manejar sistemas informáticos, en muchas ocasiones son desconfiados y al hacer el registro de los productores en, muchas ocasiones mienten porque piensan que les van a quitar sus tierras o les van a quitar el bono.

El consejo para las exportaciones es la educación con el fin que puedan agruparse, el otro objetivo también es que puedan sacar un producto de calidad.

3. Al momento de asociarse hay que pagar algún valor

Las asociaciones que están unidas son cuando están en seguimiento de un proyecto, de no ser así muy difícilmente se pueden agrupar. El problema de ellos es que necesitan recursos para comprar instrumentos para seguir trabajando la tierra, el pequeño productor está a la deriva que llueva para poder regar sus productos.

4. Las asociaciones pagan lo justo a los productores

Los intermediarios se aprovechan en muchas cosas, se aprovechan por que al momento que el productor quiere vender rápido, él no lo vende a la humedad que es, impureza. Los intermediarios deben invertir en los productos que no están en la calidad óptima para ofrecer, el descuento es justo, pero en la mayoría de veces se aprovechan de esta situación.

5. Existe alguna institución que regule el precio de los productos ofrecidos a las asociaciones

Actualmente no existe ninguna institución, sin embargo el productor ya tiene más conocimiento sobre los precios en los que se deben vender sus productos.

6. Como se podría implementar la plataforma.

Una desventaja es que los productores están dependientes de sus sobrinos o alguien que sepa manejar una computadora. El productor debería ser educado, pero se debe inducirlos a trabajar en asociaciones en vista que es un grupo que tiene un objetivo común y tiene más clara sus ideas y el mismo pensamiento. Mediante las asociaciones se podría empezar a registrar a los pequeños productores.

7. Usted cree que este proyecto se podría integrar a otras instituciones

Yo creo que se podrían integrar instituciones relacionadas al comercio exterior como PROECUADOR, AGROCALIDAD, entre otras.

4.2.1 Síntesis de los Entrevistados

Como un criterio común entre los entrevistados, desde su punto de vista , los agricultores en este momento no se encontrarían aptos para usar una plataforma , por lo que se sugiere que se debe crear un plan de

capacitación en el uso del sistema, difusión , asesoría sobre métodos más eficientes para el cultivo con el objetivo que puedan cumplir con los estándares de calidad de los mercados demandantes.

Otro punto importante que se pudo evidenciar es que en algunas comunidades no disponen de servicios de internet, computadoras, bajo este esquema se llegó a un consenso entre los entrevistados y miembros del proyecto en que se podría llegar a un acuerdo con las asociaciones, agricultores para la implementación de equipos de computación y dispositivos WIFI. Los equipos de computación podrían ser implementados en sitios estratégicos y en cada comunidad, la cantidad de los equipos debería ser en función del número de productores registrados.

Acorde con los resultados que nos da la encuesta, la idea de una plataforma informática para los productores resulta viable ya que resultaría eficiente al momento de realizar la exportación, se podría negociar de mejor forma con el demandante, el productor va a tener la oportunidad de clasificar y establecer con cuanto podría cubrir la demanda, actualmente no existe algo como esta idea de plataforma informática y a los productores les pareció atractivo dicha idea, podría existir una mejor competitividad entre ellos ya que de forma individual ingresarían con su producto a la plataforma.

Algunos de los pequeños productores encarecían del conocimiento de uso de una plataforma informática y por lo general cuando se les hablaba de esta idea preferían no continuar con la encuesta es por ello que previo al uso de la plataforma informática debe existir una capacitación para los pequeños productores, de acuerdo a las opiniones dadas por los productores que son miembros de asociaciones de productos que buscan unirse por el bien común de exportación, las capacitaciones podrían darse por

instituciones públicas como es Pro Ecuador o MAGAP ya ya que cuenta con los recursos necesarios para este proyecto.

CAPITULO 5

5.1 BLOQUES COMERCIALES A LOS QUE PERTENECE ECUADOR

En este capítulo se presentaran los diferentes acuerdos comerciales a los que pertenece el Ecuador, se redactará una breve historia de las organizaciones a las que pertenece y los bloques comerciales que participa el país.

Antes de dar inicio con el capítulo se debe conocer que el Ecuador ha firmado muchos acuerdos comerciales sean estos bilaterales o multilaterales como un bloque económico, básicamente estos otorgan una preferencia arancelaria la cual puede ser parcial o total de algunos productos que exporta el Ecuador obviamente de esto depende el país al cual se pretende ingresar y que tratado o convenio comercial pertenece. Es por esto que el comercio exterior del Ecuador gira entorno a estos mecanismos ya sea de libre comercio o preferencia arancelaria que busca reducir los aranceles o reduce los trámites aduaneros que debe seguir el exportador para ingresar al país destino.

5.1.1 COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES

La Comunidad Andina de Naciones (CAN), es una organización de carácter regional, económico y político, su principal objetivo es alcanzar el desarrollo integral de sus miembros mediante la integración andina. Fue constituida en el acuerdo de Cartagena, el 26 de mayo de 1969.

Está ubicada en América del Sur , sus miembros son cuatro países andinos , que en su totalidad agrupan 103 millones de habitantes , dentro de una superficie de 3.798 kilómetros cuadrados , y con un producto interno bruto que ascendió de 607.044 millones de dólares en el 2012 a 679.744 ,tasa de crecimiento anual PIB de 5.3 y un índice inflacionario de 3.0%.

Al presente está integrada por Bolivia, Ecuador, Colombia y Perú, en conjunto con órganos e instituciones del Sistema Andino de Integración (SAI).

Las primeras iniciativas se centraron en temas netamente económicos. La integración en sus inicios fue bastante lenta, sin embargo tuvo un gran impulso en los 90 con el comercio entre los países miembros del bloque.

En septiembre del 2008, el consejo de ministros de relaciones exteriores concedió a Chile la condición de país miembro asociado del CAN, por lo que se abrió camino para posible reingreso.

En la actualidad la CAN está integrada por órganos e instituciones del sistema andino de integración (SAI), la finalidad es permitir la coordinación eficiente entre sí, de este modo profundizar la integración subregional andina.

Órganos que integran el SAI:

- Consejo Presidencial Andino
- Parlamento Andino
- Secretaria General
- Tribunal de Justicia
- Corporación Andina de Fomento

- Comisión
- Consejos Consultivos Empresarial y Laboral

LOS OBJETIVOS DEL CAN:

- Acelerar el crecimiento regional y generación de empleo
- Promover el desarrollo de la calidad de vida de sus habitantes
- Impulsar desarrollo equilibrado y armónico de países miembros mediante la integración y cooperación económica y social
- Impulsar la integración regional con perspectivas a formar un mercado común latinoamericano.

5.1.2 EVOLUCIÓN DEL CAN COMO ENTIDAD DE INTEGRACIÓN.

Desde años anteriores se han logrado grandes avances en los procesos impulsados para la integración, lo que ha permitido alcanzar los principales objetivos del acuerdo de Cartagena, entre uno de los acuerdos importantes, la liberación de bienes entre los países miembros, preferencias arancelarias en común, entre otros.

Los estados que firmaron el tratado de Cartagena iniciaron con la formación de una zona de libre comercio, por lo que se dio inicio al programa de liberación de acciones encaminadas a eliminar gravámenes y restricciones de cualquier ámbito, los países como: Bolivia, Venezuela, Colombia, finalizaron la apertura de sus mercados el 30 de septiembre de 1992, mientras que Ecuador culminó su proceso el 31 de enero de 1993.

El 26 de noviembre de 1994 se adoptó por común acuerdo la Comisión de Arancel Externo Común, en dicha medida los países miembros

se comprometieron a establecer un mismo arancel para todas las importaciones provenientes de otros países fuera de la subregión andina.

La adopción del Arancel Común reclasifica las partidas impositivas en cada uno de los cuatro segmentos básicos: 0%, 5%, 10% y 20%. Mediante esta estructura arancelaria permiten a los miembros apartarse de la estructura básica.

5.1.3 SOCIOS COMERCIALES DE LA COMUNIDAD ANDINA

Los principales mercados comerciales de la CAN, están constituidos por Unión Europea, Mercosur, China, Estados Unidos.

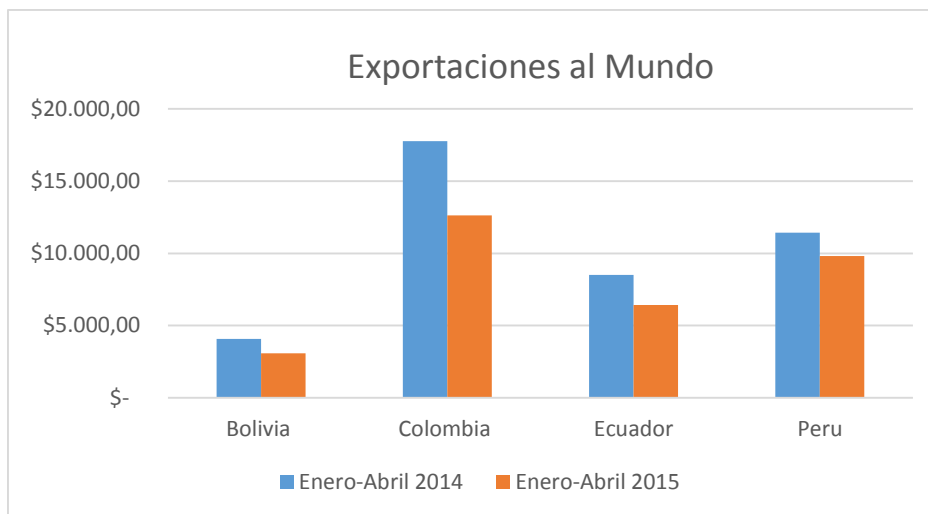
Tabla 10 Exportaciones del CAN al mundo

	Enero-Abril 2014	Enero-Abril 2015	Índice de Variación
Bolivia	\$ 4,075.00	\$ 3,085.00	-24.30%
Colombia	\$ 17,757.00	\$ 12,618.00	-28.90%
Ecuador	\$ 8,504.00	\$ 6,423.00	-24.50%
Peru	\$ 11,421.00	\$ 9,813.00	-14.10%
Total	\$ 41,757.00	\$ 31,939.00	-23.50%

Fuente: CAN

Elaboración: Autores

Ilustración 9 Exportaciones del CAN al mundo



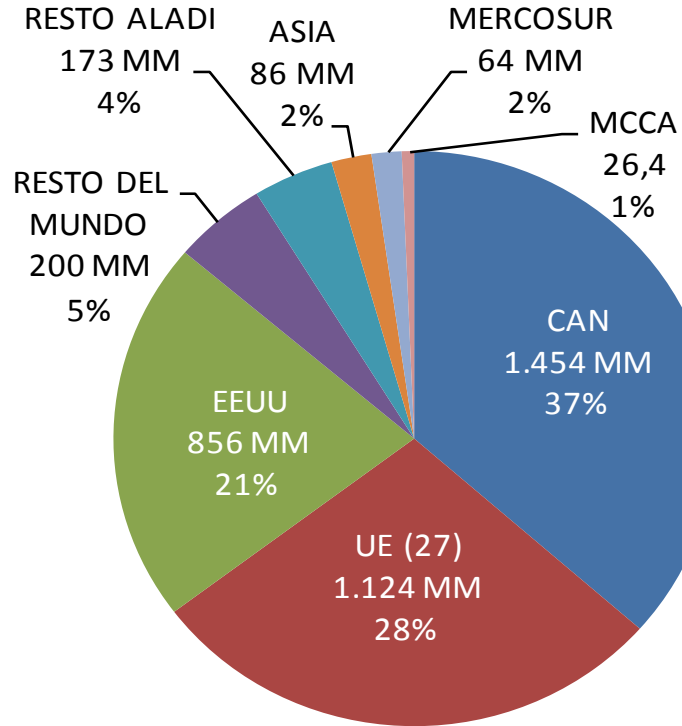
Fuente: CAN

Elaboración: Autores

En el periodo de Enero-Abril 2015, las exportaciones de la CAN alcanzaron \$31.939MM, por lo que represento una variación negativa del 23.5% en relación con el mismo periodo del año anterior.

En el listado de los 150 productos que Ecuador envía a la Comunidad Andina , se concentran el 92% de las exportaciones a este destino , mientras que 64 se envían a la Unión Europea (27%) , los 5 principales productos como : cacao , flores y productos de pesca concentran el 84% . A EEUU se envían 98 del total de 150 productos, el cacao, flores y productos de pesca representan el 90%.

Ilustración 10 Destinos de exportación en porcentajes



Fuente: BCE
Elaboración: Autores

Para el Ecuador, el mercado andino es uno de los principales mercados, en vista que la mayor parte de sus productos se envían a miembros de este bloque, sin embargo el grado de diversificación de los productos es escaso.

Tabla 11 Exportaciones Intercomunitarias

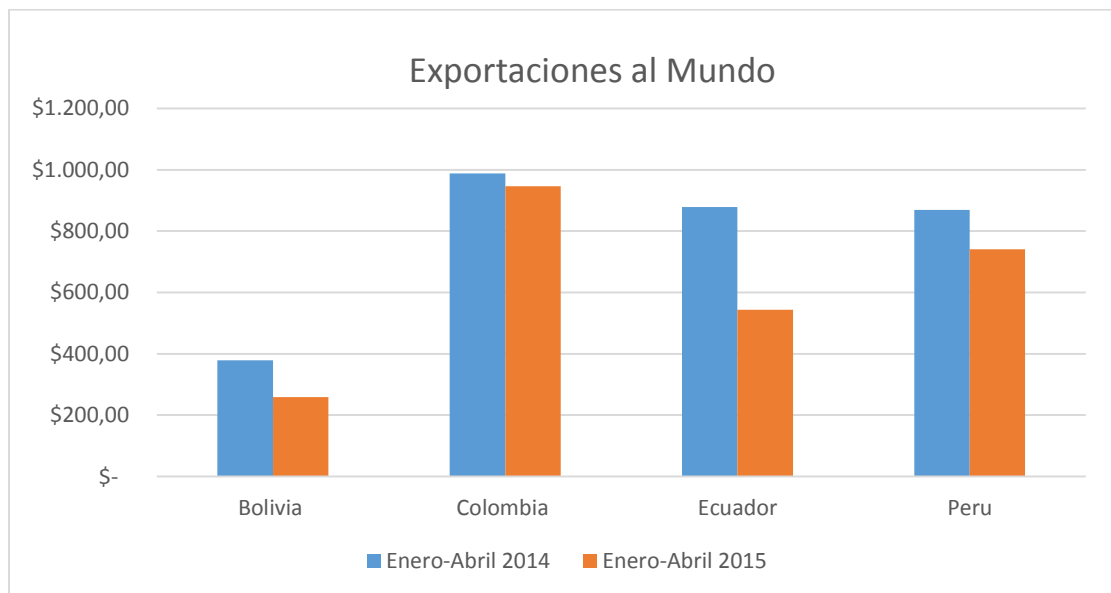
	Enero-Abril 2014	Enero-Abril 2015	Índice de Variación
Bolivia	\$ 379.00	\$ 259.00	-31.70%
Colombia	\$ 988.00	\$ 946.00	-4.30%
Ecuador	\$ 879.00	\$ 544.00	-38.10%
Perú	\$ 869.00	\$ 741.00	-14.70%
Total	\$ 3,115.00	\$ 2,490.00	-20.10%

Exportaciones Intracomunitarias 1

Fuente: CAN

Elaboración: Autores

Ilustración 11 Exportaciones Intracomunitarias



Fuente: CAN

Elaboración: Autores

Las exportaciones intracomunitarias se registró hasta abril del 2015 un total de 2.490MM , por lo que se puede registrar un descenso del 20.1% , en relación con el periodo anterior.

Tabla 12 Participación de las Exportaciones entre Países miembros del CAN

Países Exportador	Países de Destino					
	Bolivia	Colombia	Ecuador	Perú	Intracomunitarias	Participación
Bolivia	0	742	66	512	1320	14%
Colombia	139		1884	1187	3210	33%
Ecuador	26	944		1575	2545	26%
Perú	645	1193	811		2649	27%
					9724	100%

Participación Por Países Miembros

Fuente: CAN, Banco central del Ecuador, Instituto de estadísticas de Bolivia, Aduana de Perú
Elaboración: Autores

5.1.4 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS ENTRE PAÍSES MIEMBROS DE LA CAN

Los principales productos exportados entre miembros de la CAN durante el periodo que comprende de Enero- Abril 2015 fueron : Aceites crudos de petróleo por un valor total (195 MM) , tortas y demás residuos de Soja (120MM) , alambre de cobre refinado (55MM) , aceite de soja (55MM) , gasolinas(54MM).

Ilustración 12 Exportaciones Intracomunitarias



Fuente: CAN, Banco central del Ecuador, Instituto de estadísticas de Bolivia, Aduana de Perú
Elaboración: Autores

Tabla 13 CAN: Principales productos exportados al mundo

Código	Descripción	Ene - Abr 2015
1 27090000	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso.	6 963
2 71081200	Las demás formas en bruto de oro para uso no monetario	2 563
3 26030000	Minerales de cobre y sus concentrados.	1 730
4 27011200	Hulla bituminosa	1 631
5 27112100	Gas natural en estado gaseoso	1 533
6 08030012	Plátanos tipo «cavendish valery» frescos	1 327
7 09011190	Los demás Cafés sin tostar sin descafeinar	956
8 26080000	Minerales de cinc y sus concentrados.	663
9 74031100	Cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado en bruto	531
10 27101922	Fueloils (fuel)	497

Fuente: CAN, Banco central del Ecuador, Instituto de estadísticas de Bolivia, Aduana de Perú

Elaboración: CAN

El beneficio que Ecuador cuente con preferencias arancelarias a nivel andino, le permite obtener una ventaja en relación con terceros, en vista que los países miembros de la CAN aplican tarifas arancelarias no preferenciales a gran parte de los principales productos que Ecuador ofrece pero provenientes de otras naciones no pertenecientes a la Comunidad Andina.

Los aranceles a terceros países pueden estar comprendidos desde el 35% como es el caso de Colombia, Perú 17%, Venezuela 40% mientras que Bolivia 15%.

Tabla 14 Tarifas Arancelarias de los Países miembros de la CAN

País	Cant. de Item	Grav. Mínimo	Grav. Máximo	Grav.
Argentina	10.037	0.00	35.00	12.01
Bolivia	7.371	0.00	40.00	10.97
Brasil	10.038	0.00	55.00	11.60
Colombia	7.479	0.00	98.00	8.67
Cuba	5.889	0.00	30.00	10.05
Chile	7.857	0.00	185.00	6.05
Ecuador	7.539	0.00	85.00	21.94
México	12.318	0.00	125.00	5.47
Panamá	8.806	0.00	260.00	7.75
Paraguay	10.025	0.00	30.00	8.50
Perú	7.565	0.00	11.00	3.17
Uruguay	11.609	0.00	35.00	9.41
Venezuela	11.938	0.00	40.00	10.76

Fuente: CAN

Elaborado: Autores

5.2 ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN (ALADI)

ALADI es una organización latinoamericana que patrocina la creación de un área de preferencias económicas, con el objetivo de lograr un mercado común entre los países miembros, con la ayuda de 3 herramientas:

- Preferencia arancelaria que se aplica para los productos de los países miembros de ALADI frente a los aranceles que se aplica a los países terceros.
- Acuerdo de alcance por Región.
- Acuerdo de alcance parcial, con la participación de dos o más países del área.

En los acuerdos se pueden tocar varios temas como desgravación arancelaria, promoción del comercio, ayuda financiera, comercio agropecuario y muchos otros campos que se encuentran previstos o no en el TM 80.


5.2.1 TRATADO DE MONTEVIDEO 1980 (TM80)

Para entender de mejor manera ALADI tiene como marco jurídico global constitutivo el TM80, fue suscrito el 12 de agosto de 1980 bajo los siguientes principios generales: unir progresivamente acciones parciales hacia la formación de un mercado común; pluralidad política y económica; cuenta con tratamientos preferenciales de acuerdo al nivel de desarrollo del país miembro y variedad en las formas de concertación de instrumentos comerciales. (ALADI, 2015)

5.2.2 PAÍSES MIEMBROS DE ALADI

La Asociación Latinoamericana de Integración está conformada por los países que comprenden América del Sur, incluyendo a México, y Cuba

Tabla 15 Indicadores Socioeconómicos de ALADI

									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
I. SOCIALES/DEMOGRÁFICOS									
Populacion total (em milhões hab.)	496,5	502,4	508,2	513,9	519,6	525,3	531,1	536,8	542,6
% de la poblacion mundial	15,9	16,1	16,3	16,4	16,6	16,8	17,0	17,2	17,3
Crecimiento demográfico (%)	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0
Populacion urbana (%)	76,2	76,4	76,7	76,9	77,2	77,4	77,6	77,9	78,1
Dependencia demográfica - Niños (1)	56,9	51,9
Dependencia demográfica - Adultos (1)	11,0	11,8
Expectativa de vida (años)	73,7	73,9	74,1	74,4	74,6	74,8	75,0	75,2	...
Natalidad (tasa media anual c/1000 hab.)	20,4	20,1	19,7	19,4	19,1	18,9	18,6	18,4	...
Mortalidad (tasa media anual c/1000 hab.)	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	6,1	0,0
Mortalidade infantil (t.m.a. c/1000 nascidos vivos)	18,8	18,1	17,4	16,7	16,2	15,6	15,1	14,6	14,1
Analfabetismo (%) (2)	6,4	5,3	0,0
Taxa média anual de desemprego urbano	9,4	8,7	7,6	7,1	8,0	7,5	6,7
Índice de Desenvolvimento Humano	0,716	0,737	...	0,744	0,747	0,748	0,751

Fuente: ALADI

Elaborado: ALADI

Tabla 16 Exportaciones de ALADI

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
III. COMÉRCIO EXTERIOR									
Exportacion global FOB (milh. de dólares) (1)	525.592	628.047	710.199	830.716	635.117	814.932	1.013.007	1.027.038	1.027.893
Importacion global CIF (milh. de dólares) (1)(3)	437.418	522.086	627.080	773.345	583.349	763.356	935.053	971.260	1.000.979
Exportacion intra-regional FOB (milh. de dólares) (1)(2)	76.790	95.539	115.271	144.149	105.853	136.405	166.719	168.087	170.378
Importacion intra-regional CIF (milh. de dólares) (1)(2)(3)	76.141	94.578	115.068	143.392	105.833	130.227	162.151	161.918	158.029
Balanza comercial global de bens (milhões de dólares)	88.174	105.961	83.118	57.372	51.768	51.576	77.955	55.778	26.914
Coef. exportacion intra-regional / global	14,6	15,2	16,2	17,4	16,7	16,7	16,5	16,4	16,6
Coef. importacion intra-regional / global	17,4	18,1	18,3	18,5	18,1	17,1	17,3	16,7	15,8

Fuente: ALADI

Elaborado: Los Autores

5.2.3 VENTAJAS PARA LOS PAISES MIEMBROS DE ALADI

Una de las ventajas que tiene los países miembros de ALADI es la facilitación del comercio, esto comprende la agilidad en los trámites aduaneros, reducción o eliminación de las barreras que impidan de manera injustificada el comercio internacional (ALADI , 2015)

El Consejo de Ministros de la ALADI, es el máximo organismo político de la organización, bajo las resoluciones 59; 79; 60, dispuso dar prioridad a la facilitación del comercio, esto es un gran beneficio para los países miembros ya que les estaría otorgando una ventaja contra los demás productos que no son miembros de esta organización.

Otros de los beneficios de ALADI es la prestación de servicios de transporte digitalización de los documentos que intervienen en el comercio internacional como es el caso del certificado de origen digital de ALADI y desarrollo de logística, ALADI también cuenta con convenios de pagos suscritos con los bancos centrales de cada región, estos convenios cubren los pagos de comercio exterior de productos y algunos servicios efectuados por personas que residen en los países miembros, ALADI también brinda ruedas de negocios y ferias con el objetivo de aumentar y diversificar el comercio regional (ALADI , 2015).

5.2.4 EXPORTACIONES TOTALES DEL ECUADOR HACIA LOS PAISES MIEMBROS DE ALADI

Tabla 17 Exportaciones Totales del Ecuador

PAISES MIEMBROS DE ALADI	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	\$ 76.419.00	\$ 94.519.00	\$ 99.706.00	\$ 114.297.00	\$ 89.111.00	\$ 105.156.00	\$ 145.506.00	\$ 61.147.00
Bolivia	\$ 13.369.00	\$ 22.982.00	\$ 10.670.00	\$ 13.675.00	\$ 22.658.00	\$ 21.712.00	\$ 23.470.00	\$ 7.080.00
Brasil	\$ 41.026.00	\$ 46.034.00	\$ 39.963.00	\$ 51.407.00	\$ 89.771.00	\$ 135.089.00	\$ 132.252.00	\$ 42.702.00
Colombia	\$ 739.646.00	\$ 803.777.00	\$ 678.336.00	\$ 793.060.00	\$ 1.025.508.00	\$ 1.055.943.00	\$ 921.665.00	\$ 315.155.00
Cuba	\$ 11.324.00	\$ 15.046.00	\$ 10.306.00	\$ 11.073.00	\$ 12.418.00	\$ 16.719.00	\$ 32.800.00	\$ 4.116.00
Chile	\$ 664.539.00	\$ 1.509.367.00	\$ 899.981.00	\$ 846.628.00	\$ 1.106.158.00	\$ 1.990.563.00	\$ 2.464.235.00	\$ 868.708.00
México	\$ 83.854.00	\$ 100.313.00	\$ 70.693.00	\$ 87.371.00	\$ 98.472.00	\$ 101.056.00	\$ 124.519.00	\$ 55.240.00
Panamá	\$ 480.559.00	\$ 879.419.00	\$ 1.963.836.00	\$ 2.139.170.00	\$ 1.042.057.00	\$ 923.436.00	\$ 628.361.00	\$ 502.325.00
Paraguay	\$ 935.00	\$ 1.877.00	\$ 1.431.00	\$ 1.936.00	\$ 1.735.00	\$ 3.300.00	\$ 3.620.00	\$ 1.674.00
Perú	\$ 1.505.072.00	\$ 1.731.041.00	\$ 939.435.00	\$ 1.335.588.00	\$ 1.766.268.00	\$ 1.991.317.00	\$ 1.882.866.00	\$ 558.464.00
Uruguay	\$ 3.944.00	\$ 5.242.00	\$ 6.687.00	\$ 32.660.00	\$ 53.044.00	\$ 13.680.00	\$ 20.586.00	\$ 6.508.00
Venezuela	\$ 591.573.00	\$ 719.551.00	\$ 563.932.00	\$ 973.960.00	\$ 1.474.470.00	\$ 1.006.027.00	\$ 464.225.00	\$ 148.788.00
TOTALES DEL AREA	\$ 4.212.260.00	\$ 5.929.168.00	\$ 5.284.976.00	\$ 6.400.825.00	\$ 6.781.670.00	\$ 7.363.998.00	\$ 6.844.105.00	\$ 2.571.907.00

Fuente: ALADI

ELABORADO: Los Autores

Los beneficios que existen para los países miembros de ALADI son tanto para el importador y exportador, en el caso de Ecuador varían acorde al producto importado, uno de los tratados es el del el Art. 12 del TM80 el cual le brinda a ciertos productos del Ecuador un gravamen preferencial acordado ad- valorem de 0%

5.3 SISTEMA GLOBAL DE PREFERENCIAS COMERCIALES ENTRE LOS PAISES EN DESARROLLO (SGPC)

El Sistema Global de Preferencias comerciales entre los países en desarrollo se estableció en 1989 para la aplicación de reducciones arancelarias y otras medidas de apoyo entre dichos países.

El acuerdo está conformado por 34 artículos que habla sobre acuerdos arancelarios; acuerdos sobre derechos arancelarios; acuerdos sobre medidas no arancelarias; acuerdos sectoriales; negociaciones de producto por producto; reducciones arancelarias generales; negociaciones sectoriales; medidas de salvaguardia entre otros.

El SGPC es un instrumento a disposición de los países en desarrollo que debe ser usado en beneficio mutuo para que de esta forma dichos países tengan una mayor participación comercial internacional, de acuerdo a la Conferencia de las Naciones Unidas (UNCTAD sus siglas en inglés) sobre comercio y desarrollo señaló que estos 43 países participantes representan al 20% de la economía mundial, gracias a este acuerdo se plantearán medidas para aumentar la participación mundial de estos países en desarrollo (UNCTAD, 2012)

5.3.1 PAISES QUE CONFORMAN EL ACUERDO DE SGPC

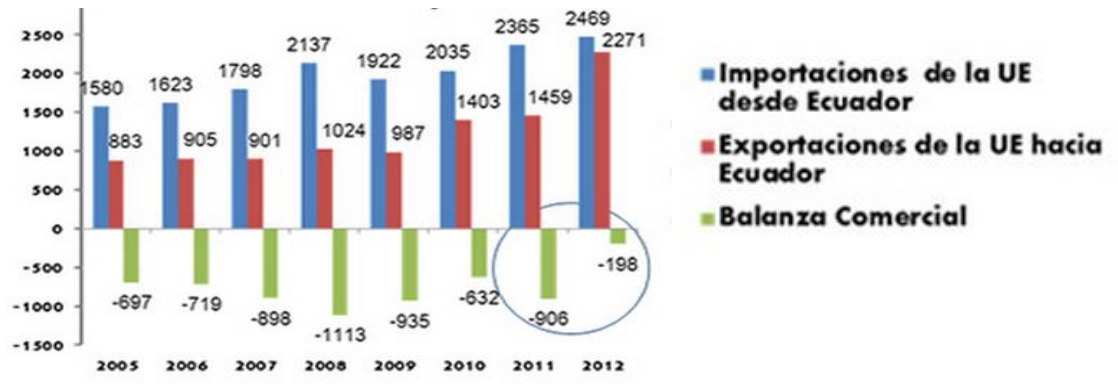
Son 43 los países participantes del SGPC y son la República Unida de Tanzania, Singapur, Sri Lanka, el Sudán, Tailandia, Trinidad y Tabago, Túnez, Venezuela, Viet Nam, Zimbabwe, Argelia, la Argentina, Bangladesh, Benin, Bolivia, el Brasil, el Camerún, Chile, Colombia, Cuba, el Ecuador, Egipto, Filipinas, Guinea, Guyana, la India, Indonesia, el Iraq, la Jamahiriya Árabe Libia, Malasia, Marruecos, México, Mozambique, Myanmar, Nicaragua, Nigeria, el Pakistán, el Perú, la República de Corea, la República Islámica de Irán y la República Popular Democrática de Corea.

5.3.2 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS (SGP)

Es un acuerdo firmado con la Unión Europea que le permite a ciertos productos del Ecuador ingresar con preferencias arancelarias, este acuerdo se espera aplicar en el año 2016 (El Universo, 2014).

De acuerdo a Eurostat, el comercio entre Ecuador y la Unión Europea ha tenido un comportamiento positivo en los últimos años, las exportaciones de la UE han ido aumentando considerablemente.

Ilustración 13 Importaciones y exportaciones de la Unión Europea a Ecuador



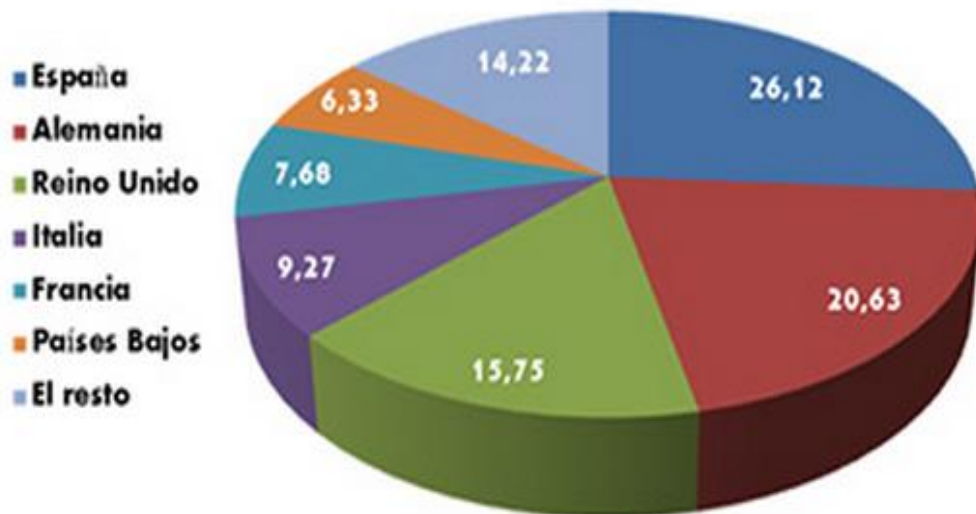
Fuente: Eurostat

Elaborado: Los Autores

Podemos ver desde el año 2005 hasta el año 2012 las importaciones de UE desde Ecuador han aumentado más de € 100 millones cada año, llegando a € 2469 millones de euros en el 2012, la mayoría de estas exportaciones son productos primarios como frutas, cacao, atunes y derivados de minería.

5.3.3 MAYORES EXPORTADORES EUROPEOS

Ilustración 14 Exportadores europeos



Fuente: Eurostat

Elaborado: Los Autores

De acuerdo a este gráfico que nos indica los países exportadores de la Unión Europea, tenemos a Holanda o Países Bajos como el mayor exportador con un porcentaje del 20,63%, estos países concentraron en un 86% las exportaciones del Ecuador, aun así el Ecuador solo representa el 0.1% de las importaciones de la UE pero se encuentra en los 10 primeros países que son proveedores a nivel de Latinoamérica.

5.4 Síntesis del estudio de Bloque Comercial

El objetivo de haber realizado un estudio de los bloques económicos que pertenece el Ecuador es conocer que el país obtiene una ventaja que es suprimir las fronteras, a través de acuerdos comerciales, cuando hablamos de fronteras quiere decir las fronteras políticas, de esta forma eliminar o reducir los aranceles o impuestos que se hayan establecido en ese país con el fin de mejorar la economía de los países subdesarrollados y en vías de desarrollo.

En vista que el agrupamiento de varias naciones a un propósito en común tiende a desarrollar las fronteras entre los países miembros, como resultado es elevar el nivel de competitividad de los productores en relación con sus competidores.

El aprovechamiento y la especialización de un sector productivo desarrollan ventajas competitivas y comparativas, por lo que permite crear un modelo de perfeccionamiento en el uso de sus recursos. El Ecuador es un país especializado en el sector agrícola ya que por sus diferentes climas puede producir casi cualquier producto, lo que convierte a Ecuador en un país altamente competitivo y con la capacidad de abastecer a países industrializados.

El análisis de los bloques comerciales comprende los principales mercados en los que podría ser más atractiva la comercialización de los bienes producidos por los pequeños productores. Al generar un comercio directo sin intermediarios, como resultado es el rango de precios a negociar entre el comprador y vendedor, de esta manera el productor es el único beneficiado vendiendo sus productos al precio justo y obteniendo la mayor

parte de las ganancias, por otro lado el comprador se beneficia en el abastecimiento y diversificación de bienes que pueda obtener.

Los acuerdos comerciales multilaterales como es el de la Unión Europea al estar comprendido varios países dentro de un mismo régimen arancelario se puede traducir como un incremento en las oportunidades de negocio , al mismo tiempo que los productores pueden buscar nuevos destinos para sus mercancías.

Actualmente la situación de los micros productores no se desarrolla en un ambiente favorable puesto que por su idiosincrasia, desconocimiento y falta de oportunidades, no han podido progresar en cuanto a la manera en la que siembran sus cultivos y se han vuelto abastecedores de los grandes exportadores aunque muchas veces tengan productos de excelente calidad.

Los acuerdos comerciales hacen más fácil el comercio entre los países, y pueden brindar apoyo emergente, la suscripción de este tipo de convenios pueden ser beneficioso para la adquisición de instrumentos de trabajo para la agricultura, de esta manera el pequeño productor puede industrializar su producción al igual que incrementar la calidad del producto, bajo las mismas circunstancias se podría incrementar la competencia con los diferentes oferentes internacionales.

CAPITULO 6

FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA WEB

6.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO: ECONÓMICO, POLÍTICO, SOCIAL, LEGAL, TECNOLÓGICO.

6.1.1 Análisis PEST

Lo que el autor argumente respecto a este análisis es: “El análisis PEST radica en analizar el impacto de aquellos agentes que están fuera de la responsabilidad de la empresa pero que afectan en su rendimiento futuro” (Martínez, 2012)

Este estudio será de gran utilidad ya que nos permitirá hacer un estudio exhaustivo de los factores que podrían tener un impacto ya sea positivo o negativo a la página web. A su vez al estudiar los diversos escenarios que se podrían presentar, se podría diseñar estrategias contingentes en caso de que el escenario se torne negativo para el funcionamiento de la plataforma.

Tabla 18 Análisis PESTN

Entorno Político	<ul style="list-style-type: none">• Las variaciones de las políticas arancelarias podrían afectar de los diferentes actores Miembros de un bloque comercial, por lo que la demanda de productos podría sufrir una contracción negativa, en consecuencia La oferta de productos podría decrecer.• La variación de los salarios influiría de manera significativa para el desempeño de la página, ya que en caso de haber un incremento en la afluencia de la página web, se necesitaría aumentar el personal, en consecuencia aumentaría los costos operativos.
Entorno tecnológico	<ul style="list-style-type: none">• Las constantes variaciones en la tecnología podrían influir en los requerimientos que se deban implementar continuas actualizaciones en la página.• Desarrollo de páginas con similares características por parte de instituciones gubernamentales, privadas.• El escaso desarrollo en el acceso al internet en ciertas zonas rurales, dificultaría la utilización de la plataforma.
Entorno Social	<ul style="list-style-type: none">• La dificultad del aprendizaje para el manejo de la página web por parte de los productores sería un factor clave, ya que constantemente deberían actualizar sus

conocimientos con las nuevas herramientas que se puedan integrar.

- Los costos que no estarían dispuestos a incurrir los productores en el caso que el servicio amerite un costo extra.
- La desconformidad por parte de los intermediarios podría tener un impacto sobre la utilización de la página.

Entorno Económico

- El fortalecimiento del dólar, sería un factor negativo para los productores, en vista que le restaría competitividad con otras naciones que no tienen al dólar como moneda.
- Una contracción económica en el Ecuador, se vería reflejada en la contratación de fuerza laboral, además de encarecer los costos operativos.

Fuente: Eurostat

Elaborado: Los Autores

6.1.2 FUERZAS DE PORTER

Según el autor, las fuerzas nos indican: “Las cinco fuerzas de Porter nos permite determinar cómo aumentar la situación competitiva de una firma con relación a cada una de las fuerzas” (Martínez, 2012).

Mediante el análisis de las fuerzas de Porter, se puede investigar los competidores, proveedores, clientes, productos sustitutos y como mitigar los riesgos frente a estos actores.

6.1.2.1 BARRERAS DE ENTRADAS.

El alto costo del diseño, programación, estructuración de una página web y el tiempo de implementación son los factores que influirían en la creación de una plataforma, sin embargo en este estudio se contempla máximo dos productos como plan de factibilidad. En el caso de la inclusión de más productos, a su vez incrementaría el número de productores, por lo que el levantamiento de una investigación de mercado sería muy costosa, en vista de estos factores la ejecución de la plataforma sería proyectada a largo plazo.

El diagnóstico en cuanto al manejo de las tecnologías de la información, calidad de productos y capacidad de producción se debería realizar a los sectores productivos involucrados, en vista que no todos podrán cumplir con los estándares exigidos por los bloques comerciales, países con acuerdos, de esta manera la puesta en marcha de un plan contingente para los productores, con el objetivo que puedan cumplir con las exigencias del mercado para la exportación.

6.1.2.2 NEGOCIANDO CON CLIENTES.

En vista de la propuesta efectuada para los productores, los mismos estarán entusiasmados con la iniciativa, en vista que los productos tendrían precios más competitivos, el margen de ganancias aumentaría, ahorraría costos de logística y comunicación, por ende se podría concluir que los productores tendrían un escaso margen de poder de negociación en lo que respecta a la página web.

6.1.2.3 PODER DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores, son parte fundamental en la estructura de la página web, en vista que los diseñadores de la propuesta no tienen una educación profunda de aspectos informáticos, y programación, por lo tanto son dependientes de técnicos especializados en esta área.

Los precios de la prestación de servicios informáticos son costosos, sin embargo se podrían implementar convenios o acuerdos durante el periodo de diseño, implementación y ejecución de la página web.

6.1.2.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS

En la actualidad no existe una plataforma informática que integre servicios orientados a los productores, ni tampoco una instituciones de comercio exterior que estén en procesos de implementación de un sistema con similares características, sin embargo es fundamental analizar estrategias de integración con instituciones involucradas al comercio exterior, ya que el sistema podría ser plagiado con similares características en el transcurso del tiempo.

6.2 ANÁLISIS FODA

El autor nos indica que el FODA permite “permite a las empresas identificar su ventaja competitiva, la cual es un conjunto de características únicas de una empresa y sus productos, percibida por el mercado meta como significativa y superior a la competencia” (Lamb, 2011)

Se realiza un análisis con la finalidad de evaluar la estructura interna y factores externos que podrían afectar al desempeño de la página.

Tabla 19 FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Pioneros en el diseño de una estrategia dirigida para productores.• Diseño de la plataforma adaptado a las necesidades de los productores y entorno social.• Planes contingentes emulados para las diversas situaciones que se generen en el mercado.• Planes de capacitaciones constantes tanto para empleados como para usuarios de la página.	<ul style="list-style-type: none">• Oficinas comerciales ubicadas en los mercados más atractivos de exportación.• Necesidad de la implementación de un sistema con similares características.• Productos ecuatorianos de excelente calidad apetecidos por nuevos mercados.• Fortalecimiento de lazos comerciales entre los productores y compradores.• Ahorro de tiempo en las diversas negociaciones.• Abastecimiento de productos en tiempos óptimos.

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de los productores en sistemas informáticos. • Procesos de levantamiento de la información altamente costosos. • Los costos elevados en las nuevas actualizaciones que se puedan implementar en el sistema. • Alta dependencia de profesionales informáticos. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de sistemas y herramientas sustitutas por parte de otras instituciones que presten servicios de comercio exterior. • Alto escepticismo por parte de los productores. • Altos costos de nuevos diseños que se puedan integrar a la plataforma.
--	---

Elaborado: Los Autores

6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA PLATAFORMA

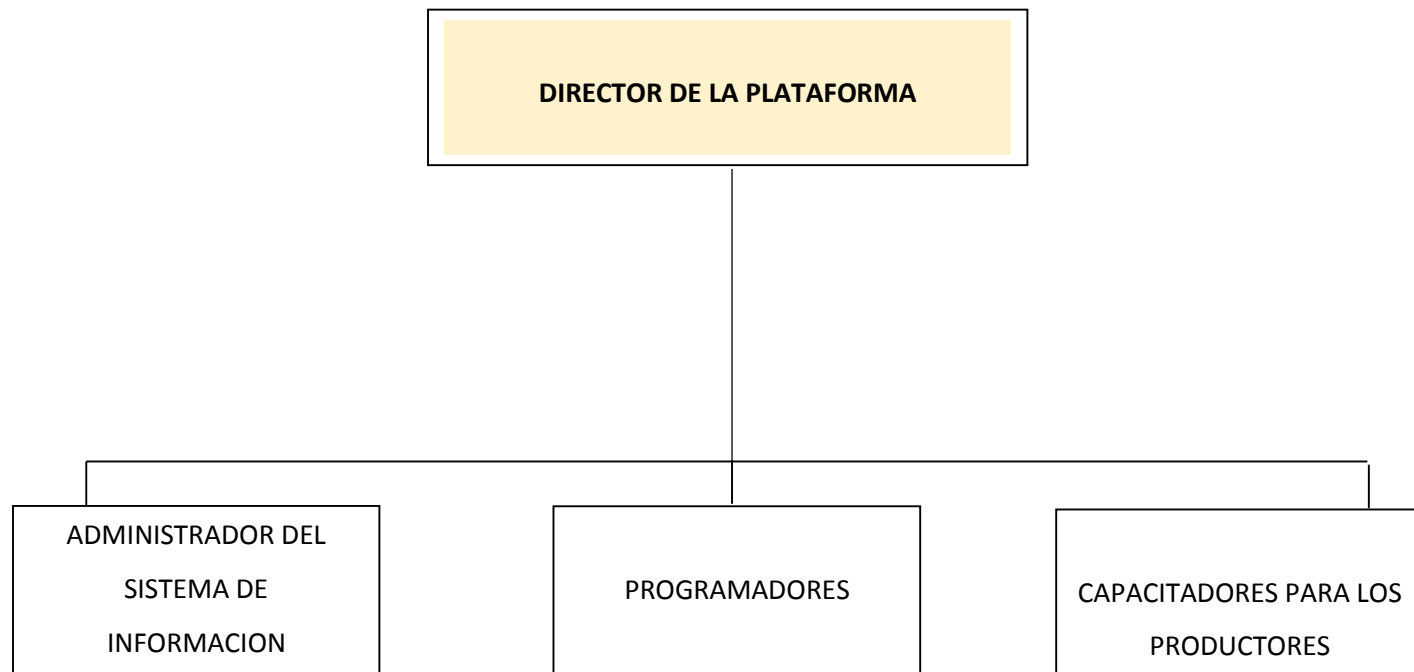
6.3.1 MISIÓN

Brindar servicios de calidad relacionada con el manejo de información oportuna y veraz dirigida inicialmente para los productores agrícolas y demandantes internacionales con el fin de contribuir al desarrollo en la participación comercial de los agricultores

6.3.2 VISIÓN

Ser una página referente a nivel nacional e internacional en modelos para el comercio exterior, incrementar el volumen de productos ofertados en el sistema así como aumentar la cartera de compradores, mantener y generar convenios internacionales con las instituciones y oficinas comerciales involucradas.

6.4 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN



6.4.1 DESIGNACIÓN DE FUNCIONES

DIRECTOR DE PLATAFORMA

Atender de manera oportuna los asuntos relacionados a la planeación, organización, coordinación, ejecución y supervisión del sistema informático. El director estará encargado de la innovación y actualización de los servicios que la plataforma pueda ofrecer, a su vez dar seguimiento a los negocios que puedan concretarse de manera efectiva.

SUPERVISORES DE INFORMACIÓN NACIONAL

Supervisar la información, los registros de productores, empresas, asociaciones que se adhieran a la plataforma, la misma que será validada en las instituciones competentes.

SUPERVISORES DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL

Supervisar la información, los registros de empresas, asociaciones que se adhieran a la plataforma, la misma que será validada en las instituciones internacionales competentes.

PROGRAMADORES

Desarrollar los nuevos algoritmos para las nuevas tendencias y necesidades que se presente en el mercado.

ADMINISTRADOR DE SISTEMA

Entre las funciones primordiales están las de implementación, configuración, mantenimiento así como monitorear y asegurar el correcto funcionamiento de la plataforma.

CAPACITADORES

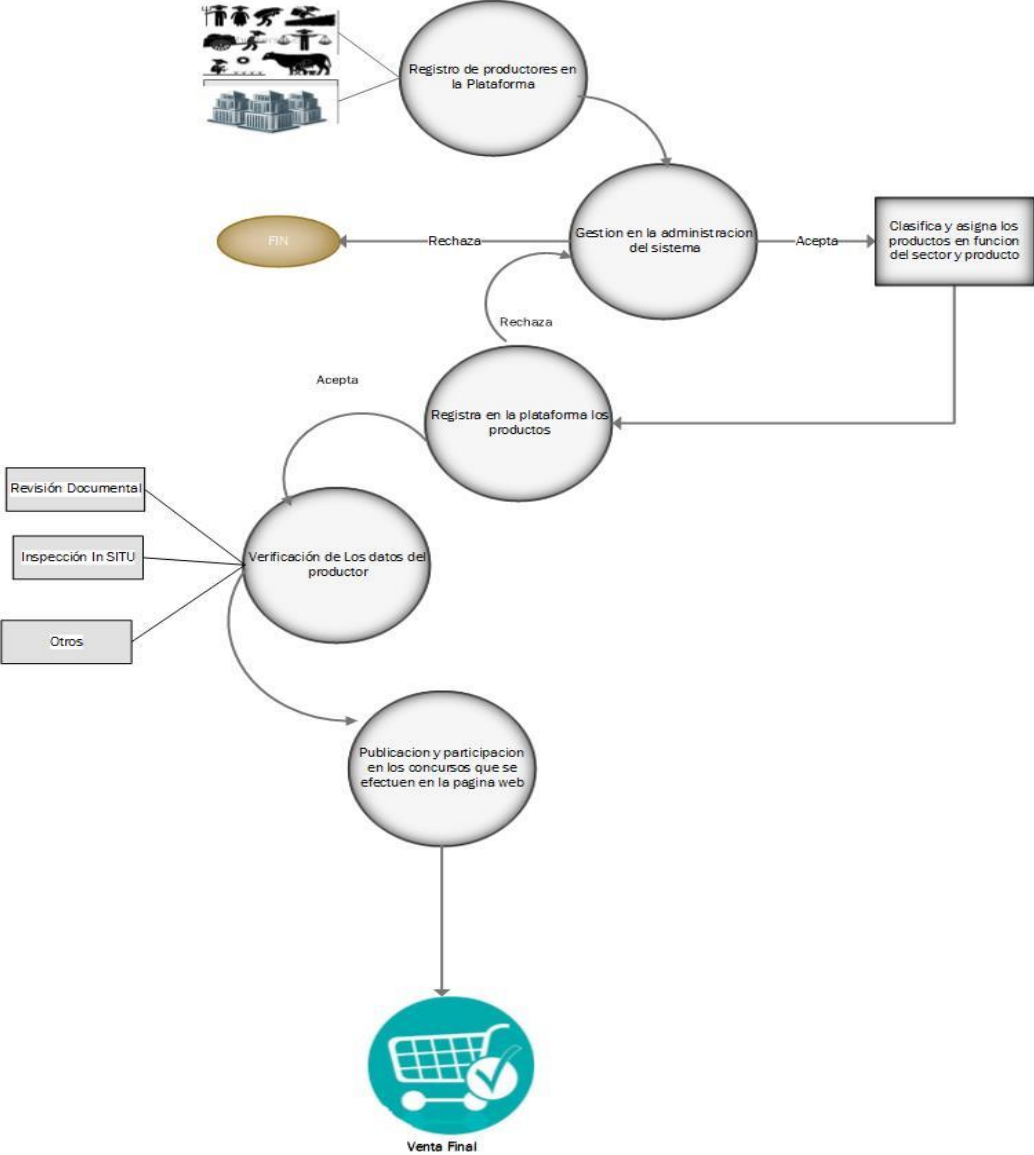
Entre sus funciones, estará la implementación de planes de capacitación para los sectores más vulnerables y en lo posible de concentración masiva, en donde se brindará asesoría en el uso del internet desde el nivel más básico, hasta el funcionamiento de la plataforma.

SERVICIO AL CLIENTE

Resolver los inconvenientes que puedan presentarse por parte de los clientes y resolverlos de manera oportuna, atender sus peticiones y procesarlas en tiempos óptimos.

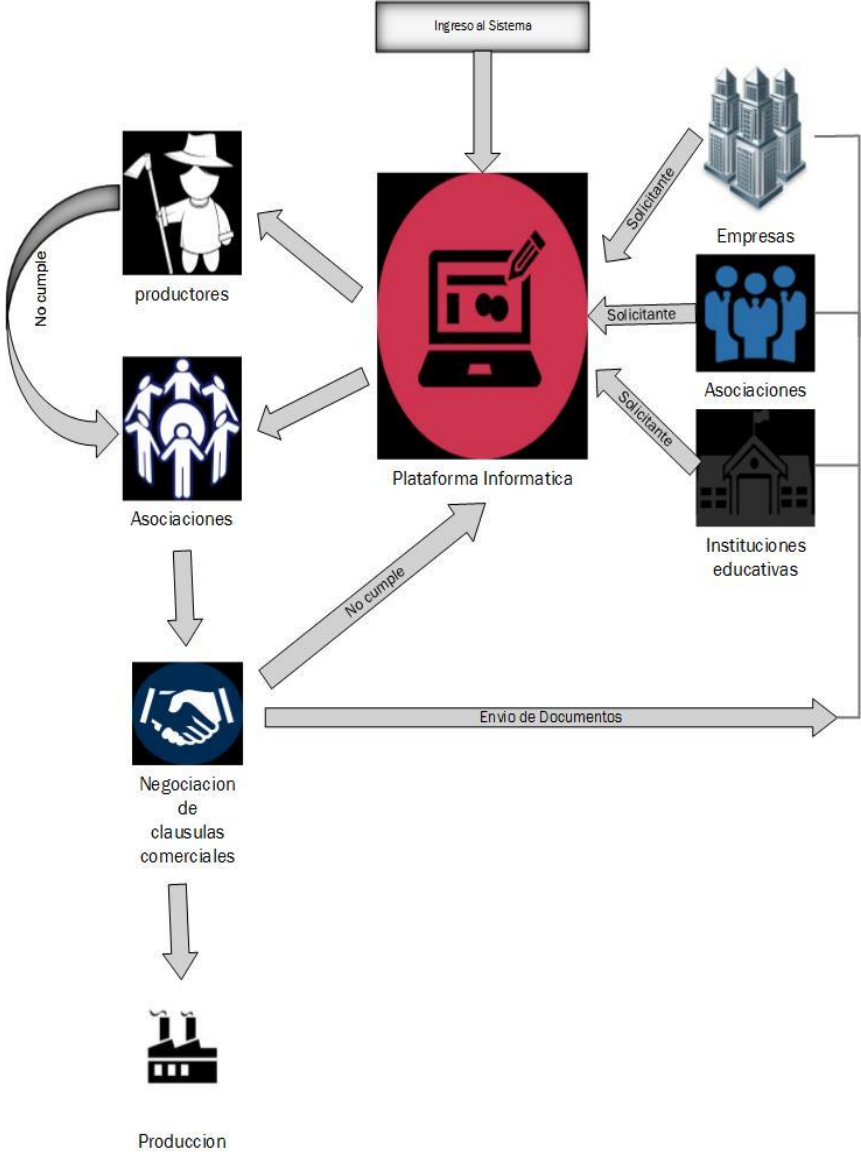
6.5 ESTRUCTURA DE PROCESOS AGRICULTOR- PLATAFORMA

Ilustración 15 Estructura de procesos Agricultor- Plataforma



6.5.1 ESTRUCTURA DE PROCESOS Y DISEÑO DEL SISTEMA.

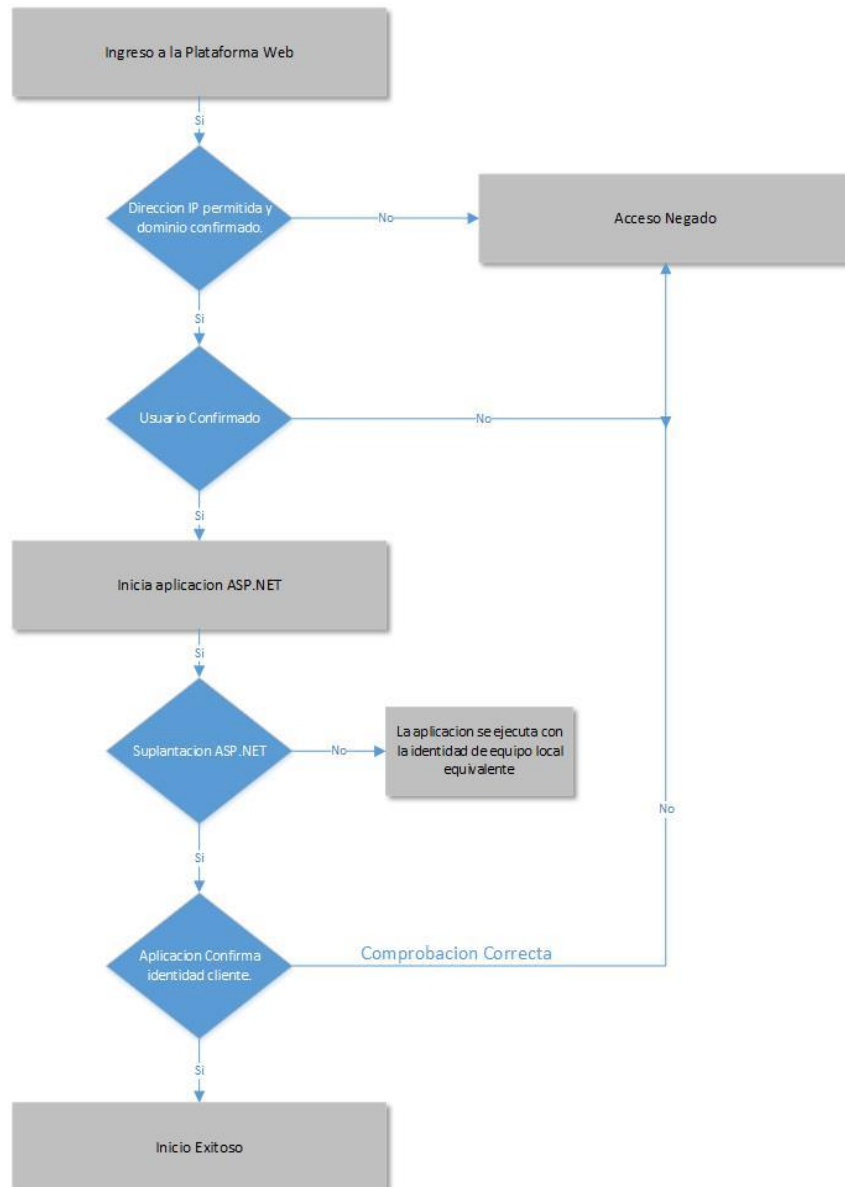
Ilustración 16 Estructura de Procesos y Diseño del Sistema



Elaborado: Los Autores

6.5.2 FLUJO DE SEGURIDAD DEL PORTAL INFORMÁTICO

Ilustración 17 Flujo de Seguridad del Portal Informático



Elaborado: Los Autores

6.5.3 DISEÑO DE LA PLATAFORMA INFORMÁTICA.

En este punto se mostrará un modelo de cómo se vería la plataforma en la red, indicaremos brevemente el contenido de la plataforma.

En la plataforma informática el productor va a tener que ingresar al sistema con su nombre de usuario y su número de identificación para poder manejar su información, tendrá opciones de consulta y la opción de dejar sus quejas para futuras mejoras de la plataforma.

Ilustración 18 Diseño de la Plataforma Informática



Elaborado: Los Autore

6.5.4 SISTEMA DE CLASIFICACION DEL PRODUCTO.

Ilustración 19 Clasificación del Producto

The screenshot shows the website interface for 'SISTEMA INTEGRADO DE PRODUCTORES NACIONALES'. At the top left is the S.I.P. logo. The main header contains the site name and a navigation menu with 'HOME', 'CATALOG', 'BLOG', and 'ABOUT US'. Below the header is a date and time indicator: 'Lunes 17 de Agosto de 2015 | 22:47'. The main content area is titled 'Buscador de Productos con la Clasificación, Central de Productos'. It includes instructions: 'En el caso de Buscar en el clasificador, escriba el nombre de su producto y presione buscar.' and 'En el caso de Navegar en el clasificador, haga click en el signo más hasta llegar a un último nivel.' Below these instructions are three buttons: 'Buscar en el Clasificador', 'Navegar en el Clasificador', and 'Bien / Servicio'. The 'Navegar en el Clasificador' button is active, displaying a list of classification levels from 0 to 9, each preceded by a plus sign icon.

SISTEMA INTEGRADO DE PRODUCTORES NACIONALES

HOME CATALOG BLOG ABOUT US

Lunes 17 de Agosto de 2015 | 22:47

Buscador de Productos con la Clasificación, Central de Productos

En el caso de Buscar en el clasificador, escriba el nombre de su producto y presione buscar.
En el caso de Navegar en el clasificador, haga click en el signo más hasta llegar a un último nivel.

Buscar en el Clasificador Navegar en el Clasificador Bien / Servicio

- + 0 PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA, SILVICULTURA Y LA PESCA
- + 1 MINERALES; ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA
- + 2 PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO; TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y PRODUCTOS DE CUERO
- + 3 OTROS BIENES TRANSPORTABLES, EXCEPTO PRODUCTOS METALICOS, MAQUINARIA Y EQUIPO
- + 4 PRODUCTOS METALICOS, MAQUINARIA Y EQUIPO
- + 5 ACTIVOS INTANGIBLES ; TERRENOS; CONSTRUCCIONES; SERVICIOS DE CONSTRUCCION
- + 6 SERVICIOS COMERCIALES DE DISTRIBUCION ; ALOJAMIENTO ; SERVICIOS DE SUMINISTRO DE COMIDAS Y BEBIDAS, SERVICIOS DE TRANSPORTE ; Y SERVICIOS DE DISTRIBUCION DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA
- + 7 SERVICIOS FINANCIEROS Y SERVICIOS CONEXOS, SERVICIOS INMOBILIARIOS, Y SERVICIOS DE ARRENDAMIENTO CON O SIN OPCION DE COMPRA.
- + 8 SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS Y SERVICIOS DE PRODUCCION
- + 9 SERVICIOS PARA LA COMUNIDAD, SOCIALES Y PERSONALES

Elaborado: Los Autores

Una vez que el productor ingreso con su nombre de usuario y contraseña el tendrá la opción de subir su producto de acuerdo a su categoría la plataforma tendrá subcategorizaciones de niveles hasta llegar al que más se relacione con el producto ecuatoriano.

6.6 PROGRAMAS PARA EL DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA INFORMATICA.

En este punto se realizó una entrevista al Ing. Mao Garzón experto en informática y docente en la Universidad Católica de Guayaquil el día martes 4 de agosto a las 5:00 pm, acorde a las recomendaciones dadas por el docente se realizó una tabla con el nombre de los programas sus ventajas y desventajas.

6.6.1 ENTREVISTA A EXPERTO.

1.- ¿Qué programas se necesitan para la creación de una plataforma informática?

Para poder producir algo en internet ya sea un portal comercial o gubernamental se necesita una base tecnológica que se prefiere este conformada por Mysql y Php es un servidor seguro que por lo general está conformado por Linux, sobre esta base existen muchos productos comerciales y también los open source que son programas gratuitos, Mysql es líder del mercado además de ser gratuito, también tiene parches con costo pero uno puede comenzar a programar con el lenguaje php y son sumamente seguros.

2.- ¿Cuál es la diferencia entre programas pagados y open source?

En las Tics existen lo pagado y los open source los pagados o parches comerciales contienen programaciones exclusivas pero la mejor opción es el open source, ya que el internet es gratuito para diseño de la página se puede usar programas como Joomla el soporte está dado por lo

que tu encuentres en la red totalmente gratuito, por lo general la gente no conoce los beneficios que brinda los open source y son totalmente seguros.

3.- ¿Cuántas personas se necesitan para desarrollar una plataforma informática?

Se debe tener un equipo dependiendo del alcance de la plataforma y el nivel de seguridad ya que no es como una red social, el nivel de seguridad debe ser sumamente alto, hay que armar un equipo el cual contenga un experto en seguridad y otro en plataformas comerciales, se puede manejar la información incluso con esta base tecnológica a mano pero demoraría mucho, yo no soy muy participe de esto pero existen otros que usan algo llamado CMS (content management systems) básicamente lo que hace un CMS sin ser un técnico en la materia tu puedes construir un portal, pero igual se recomienda que sea un técnico quien lo maneje porque siempre puede existir algo dificultoso, la parte administrativa la puede manejar cualquier persona y joomla trabaja de manera genérica puede hacer cualquier portal y puede agregar extensiones con respecto a funcionalidad, joomla tiene más de 10000 extensiones algunas open source y otras pagadas.

4.- ¿Cuánto sería un aproximado en gasto de personal?

En un proyecto como estos se necesitarían tres personas y uno de ellos debe ser experto en diseño gráfico para la página sea atractiva para el cliente el sueldo será alrededor de 800 y 1200 dólares, y poner en marcha un proyecto de este tipo debe tomar unos 5 meses.

5.- ¿Cómo se puede hacer sostenible esta plataforma?

Para poderlo hacer sostenible debería manejarlo una persona de la cámara de comercio o alguien que conozca de los temas de exportación también se lo necesitaría capacitar para que conozca de informática, el estado podría financiar esta clase de proyectos ya que actualmente se encuentra muy interesado en temas así.

6.- ¿Cuánto sería un aproximado de costos de hardware para el desarrollo de esta plataforma?

Los costos de hardware son sumamente baratos todas las portátiles de icore 7 sirven para esta clase de plataformas, lo más importante es conocer que empresa va alojar la plataforma, máximo para esta clase de proyectos se pagan unos 200 dólares al año, solo se debe pagar por el dominio que es el nombre de la página, el resto se aloja en la nube, otro tema importante es conseguir a las personas idóneas para esto y transmitirle la información acerca del propósito de la página.

CONCLUSIÓN DE ENTREVISTA A EXPERTO

Gracias a la entrevista a experto conocimos que hoy en día la creación de una plataforma informática no es algo costoso ni complicado como antiguamente lo era, gracias a los avances tecnológicos se puede crear una plataforma informática con una laptop de oficina, nos dimos cuenta que existen programas excelentes para la creación de una plataforma informática, que son usados por compañías conocidas y son totalmente gratuitos solo basta con tener los conocimientos adecuados y una buena administración de la plataforma.

Tabla 20 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE PROGRAMAS

PROGRAMAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
PHP	<ul style="list-style-type: none"> • Es un lenguaje de programación libre. • El entorno de desarrollo es eficaz y de fácil manejo • Acceso simple a la base de datos. • Actualizaciones con mejoras totalmente gratis descargando desde la página web oficial • PHP es multiplataforma 	<ul style="list-style-type: none"> • A la hora de pre diseñar puede resultar un poco complicado ya que no cuenta con códigos prediseñados.
Mysql	<ul style="list-style-type: none"> • Es un software open source (libre) • Bajos costos para la elaboración de base de datos. • Probabilidad mínima de corromper datos • Cuenta con una alta conectividad, velocidad y seguridad para acceder a base de datos en internet 	<ul style="list-style-type: none"> • No es intuitivo como otros programas
PROGRAMAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
joomla	<ul style="list-style-type: none"> • Es un software open source (Libre) • Cuenta con una gran biblioteca de extensiones • Plantillas fácil de usar • Actualizaciones gratuitas • No requiere de muchos recursos para su instalación y manejo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La modificación y creación de los diseños puede resultar complicada si no se tiene una gran relación previamente.

Elaborado: Los Autores

6.7 PLAN PROMOCIÓN

De acuerdo a los conocimientos del autor:

“Es un documento en el que se recopilan los objetivos, las estrategias, los planes de acción referente a los elementos de Marketing-Mix, que simplificarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia dictada en el ambiente corporativo, los siguientes años”. (CMV MARKETING, 2009)

En el plan de marketing estará orientado en la difusión de la página web en los principales eventos que sean organizados por las oficinas comerciales de Pro Ecuador, además de una agresiva campaña publicitaria en las principales asociaciones productivas agrícolas.

6.7.1 Descripción de la Actividad

La actividad estará orientada a la promoción y negociación virtual de productos Ecuatorianos producidos por los pequeños agricultores. Los demandantes de productos tendrán que registrarse en la plataforma y la información será validada por el personal administrativo del sistema SIP (Sistema integrado de productores), con el fin que puedan participar en las negociaciones con los productores dependiendo de su giro de negocio.

6.7.2 Ámbito Geográfico

La plataforma informática está orientada para los pequeños productores, las diferentes asociaciones, por otro lado se contemplaron las variables para cualquier tipo de comprador y diferente segmento de negocio y producto en las principales ciudades y de mayor población en las que Ecuador tenga acuerdos comerciales.

7. Estructura Financiera

7.1 Estructura del Presupuesto del capital Operativo

En la presente estructura se detalla los activos fijos que serán necesarios para la implementación de la plataforma informática (SIP), tomando en cuenta que los software a usar no están contemplados en esta estructura, ya que son de carácter libre (Open Source).

Tabla 21 Presupuesto de Capital

Presupuesto de Capital				
Detalle	Numero	Costo Unitario	Costo Total	
ACTIVOS				\$
				6,223.00
Muebles de oficina			\$	2,320.00
Mesas	4	\$ 350.00	\$	1,400.00
Sillas	6	\$ 70.00	\$	420.00
Escritorio doble	2	\$ 250.00	\$	500.00
Equipo de Oficina			\$	1,603.00
Proyector	1	\$ 690.00	\$	690.00
Pantalla de proyector	1	\$ 45.00	\$	45.00
Televisores	1	\$ 868.00	\$	868.00
Dominio de la pagina			\$	200.00
Licencias		\$ 200.00		
Equipo de Computación			\$	2,100.00
Computadora completa HP	4	\$ 500.00	\$	2,000.00
routers	2	\$ 50.00	\$	100.00
				\$
				6,223.00

Fuente: Los autores

7.2 Estructura del Presupuesto del capital Operativo

El capital operativo está comprendido entre el total de los activos fijos que deberán estar considerados para el óptimo funcionamiento de la página, sin embargo también se incluye el total del capital de trabajo con el que deberá funcionar mensualmente, además de un margen pre operacional. El total de la inversión será financiada por instituciones privadas en un tiempo de 6 años y el capital de trabajo a 3 años.

Tabla 22 Estructura del SIP

Estructura SIP

Presupuesto de Capital

Alquiler de oficina		
Equipos de Computación	\$	2,100.00
Muebles de Oficina	\$	2,320.00
Propiedad Intelectual	\$	200.00
Equipos de Oficina	\$	1,603.00
Otros	\$	2,000.00
Subtotal	\$	8,223.00
Capital de Trabajo	\$	5,112.37
Gastos pre-operacionales	\$	1,200.00
Subtotal	\$	6,312.37
Inversión Total	\$	14,535.37

Financiamiento

Bancos Públicos o Privados	\$	13,335.37
Préstamo Activos Fijos	\$	8,223.00
	\$	5,112.3

Préstamo Capital de Trabajo Sin Pre-Operacional
 Activos Fijos: 6 años, 9.11% pagos fijos y mensual
 Capital de Trabajo: 3 años, 9.11%, decreciente y mensual

DEPRECIACION		Tiempo Util	Dep. Mensual	
Muebles de Oficina	\$	2,320.00	\$ 232.00	\$ 19.33
Equipos de Computación	\$	2,100.00	\$ 700.00	\$ 58.33
Equipos de Oficina	\$	1,603.00	\$ 160.30	\$ 13.36
		\$	1,092.30	\$ 91.03

Fuente: Los autores

7.3 Estructura del Capital de Trabajo

Tabla 23 AÑO 1

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERACIONALES PRIMER AÑO													SUPUESTO INCREMENTO SERVICIOS BASICOS		1%
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL		
SUELDO	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 45,600.00		
APOR. PATRONAL	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 461.70	\$ 5,540.40		
DEC. TERCERO	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00		
DEC. CUARTO	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 29.50	\$ 354.00		
VACACIONES	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 1,900.00		
FONDO DE RESERVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
TOTAL SUELDOS	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 4,766.20	\$ 57,194.40		
SER. BASICOS	\$ 150.00	\$ 151.50	\$ 153.02	\$ 154.55	\$ 156.09	\$ 157.65	\$ 159.23	\$ 160.82	\$ 162.43	\$ 164.05	\$ 165.69	\$ 167.35	\$ 1,902.38		
DEPRECIACION	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 1,092.30		
AMORTIZACION	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 91.61	\$ 1,099.37		
TOTAL	\$ 5,098.84	\$ 5,100.34	\$ 5,101.85	\$ 5,103.38	\$ 5,104.93	\$ 5,106.49	\$ 5,108.07	\$ 5,109.66	\$ 5,111.27	\$ 5,112.89	\$ 5,114.53	\$ 5,116.19	\$ 61,288.45		

Tabla 24 AÑO 2

SEGUNDO AÑO													SUPUESTO INCREMENTO SERVICIOS BASICOS		1%
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL		
SUELDO	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 45,600.00		
APOR. PATRONAL	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 5,084.40		
DEC. TERCERO	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00		
DEC. CUARTO	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 680.00		
VACACIONES	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 1,900.00		
FONDO DE RESERVA	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00		
TOTAL SUELDOS	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 60,864.40		
SER. BASICOS	\$ 120.00	\$ 121.20	\$ 122.41	\$ 123.64	\$ 124.87	\$ 126.12	\$ 127.38	\$ 128.66	\$ 129.94	\$ 131.24	\$ 132.55	\$ 133.88	\$ 1,521.90		
DEPRECIACION	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 1,092.30		
AMORTIZACION	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 69.98	\$ 839.70		
TOTAL	\$ 5,353.03	\$ 5,354.23	\$ 5,355.45	\$ 5,356.67	\$ 5,357.91	\$ 5,359.15	\$ 5,360.42	\$ 5,361.69	\$ 5,362.98	\$ 5,364.28	\$ 5,365.59	\$ 5,366.91	\$ 64,318.30		

Tabla 25 AÑO 3

TERCER AÑO	SUPUESTO INCREMENTO SERVICIOS BASICOS												1%
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SUELDO	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 45,600.00
APOR. PATRONAL	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 5,084.40
DEC. TERCERO	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00
DEC. CUARTO	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 680.00
VACACIONES	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 1,900.00
FONDO DE RESERVA	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00
TOTAL SUELDOS	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 60,864.40
SER. BASICOS	\$ 120.00	\$ 121.20	\$ 122.41	\$ 123.64	\$ 124.87	\$ 126.12	\$ 127.38	\$ 128.66	\$ 129.94	\$ 131.24	\$ 132.55	\$ 133.88	\$ 1,521.90
DEPRECIACION	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 91.03	\$ 1,092.30
AMORTIZACION	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 47.78	\$ 573.41
TOTAL	\$ 5,330.84	\$ 5,332.04	\$ 5,333.25	\$ 5,334.48	\$ 5,335.71	\$ 5,336.96	\$ 5,338.22	\$ 5,339.50	\$ 5,340.79	\$ 5,342.08	\$ 5,343.40	\$ 5,344.72	\$ 64,052.01

Tabla 26 AÑO 4

CUARTO AÑO	SUPUESTO INCREMENTO SERVICIOS BASICOS												1%
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SUELDO	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 45,600.00
APOR. PATRONAL	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 5,084.40
DEC. TERCERO	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00
DEC. CUARTO	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 680.00
VACACIONES	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 1,900.00
FONDO DE RESERVA	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00
TOTAL SUELDOS	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 60,864.40
SER. BASICOS	\$ 120.00	\$ 121.20	\$ 122.41	\$ 123.64	\$ 124.87	\$ 126.12	\$ 127.38	\$ 128.66	\$ 129.94	\$ 131.24	\$ 132.55	\$ 133.88	\$ 1,521.90
DEPRECIACION	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 392.30
AMORTIZACION	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 30.59	\$ 367.04
TOTAL	\$ 5,255.31	\$ 5,256.51	\$ 5,257.72	\$ 5,258.95	\$ 5,260.18	\$ 5,261.43	\$ 5,262.69	\$ 5,263.97	\$ 5,265.25	\$ 5,266.55	\$ 5,267.87	\$ 5,269.19	\$ 63,145.64

Tabla 27 AÑO 5

QUINTO AÑO	SUPUESTO INCREMENTO SERVICIOS BASICOS												1%	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
SUELDO	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 45,600.00
APOR. PATRONAL	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 423.70	\$ 5,084.40
DEC. TERCERO	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00
DEC. CUARTO	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 56.67	\$ 680.00
VACACIONES	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 158.33	\$ 1,900.00
FONDO DE RESERVA	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 316.67	\$ 3,800.00
TOTAL SUELDOS	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 5,072.03	\$ 60,864.40
SER. BASICOS	\$ 120.00	\$ 121.20	\$ 122.41	\$ 123.64	\$ 124.87	\$ 126.12	\$ 127.38	\$ 128.66	\$ 129.94	\$ 131.24	\$ 132.55	\$ 133.88	\$ 135.21	\$ 1,521.90
DEPRECIACION	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 32.69	\$ 392.30
AMORTIZACION	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 19.37	\$ 232.42
TOTAL	\$ 5,244.09	\$ 5,245.29	\$ 5,246.50	\$ 5,247.73	\$ 5,248.97	\$ 5,250.21	\$ 5,251.48	\$ 5,252.75	\$ 5,254.04	\$ 5,255.34	\$ 5,256.65	\$ 5,257.97	\$ 5,259.28	\$ 63,011.02

7.4 Estructura de la Amortización

Tipo de Crédito	Crédito Comercial	
Valor Solicitado	\$	8,223
Plazo (meses)		12
Sistema de Pago Elegido	Cuota fija (Francesa)	

Ventas del Cliente	>= \$100,000
--------------------	--------------

Valor a Financiar	\$	8,264.12
Contribución de Solca	\$	41.12
Primera Cuota (mensual)	\$	731
Tasa Nominal Anual		11.23%
Tasa Efectiva Anual		11.83%
Tasa anual del costo del crédito		12.88%
Valor a Desembolsar	\$	8,223.00

Tabla 28 Amortización

# Cuota	Saldo	Interés	Capital	Cuota Mensual
0	\$ 8,264	\$ -	\$ -	\$ -
1	\$ 7,610	\$ 77	\$ 654	\$ 731
2	\$ 6,950	\$ 71	\$ 660	\$ 731
3	\$ 6,284	\$ 65	\$ 666	\$ 731
4	\$ 5,611	\$ 59	\$ 672	\$ 731
5	\$ 4,933	\$ 53	\$ 679	\$ 731
6	\$ 4,247	\$ 46	\$ 685	\$ 731
7	\$ 3,556	\$ 40	\$ 692	\$ 731
8	\$ 2,858	\$ 33	\$ 698	\$ 731
9	\$ 2,153	\$ 27	\$ 705	\$ 731
10	\$ 1,442	\$ 20	\$ 711	\$ 731
11	\$ 725	\$ 13	\$ 718	\$ 731
12	\$ 0	\$ 7	\$ 725	\$ 731
Total	\$ -	\$ 511	\$ 8,264	\$ 8,775

7.5 Estructura del Balance General

Tabla 29 Balance general

BALANCE GENERAL		1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES DE OFICINA	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00	\$ 2,320.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1,603.00	\$ 1,603.00	\$ 1,603.00	\$ 1,603.00	\$ 1,603.00	\$ 1,603.00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00
EDIFICIO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PROPIEDAD INTELECTUAL	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
(-)Amortización						
(-)Depreciation						
SUBTOTAL	\$ 6,223.00	\$ 6,223.00	\$ 6,223.00	\$ 6,223.00	\$ 6,223.00	\$ 6,223.00
OTHERS	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
TOTAL ACTIVOS	\$ 8,223.00	\$ 8,223.00	\$ 8,223.00	\$ 8,223.00	\$ 8,223.00	\$ 8,223.00
PASIVOS						
CORRIENTES						
Cuentas por pagar	\$ 2,769.97	\$ 2,872.50	\$ 839.70	\$ 839.70	\$ 69.98	\$ 69.98
Deuda largo plazo	\$ 10,525.06	\$ 7,652.56	\$ 4,667.78	\$ 3,250.74	\$ 1,699.08	\$ 1,699.08
TOTAL LIABILITY	\$ 13,295.03	\$ 10,525.06	\$ 5,507.49	\$ 4,090.44	\$ 1,769.05	\$ 1,769.05
EQUITY						

9. Conclusiones

Según el estudio realizado a los pequeños productores, se pudo constatar algo que a ciencia no se conocía, pero se presumía de manera efímera y es que el principal problema de los agricultores es la falta de cultura, idiosincrasia, escaso acceso a la tecnología, y limitada capacitación por parte de instituciones gubernamentales involucradas al sector agrícola.

La propuesta de la creación de una plataforma se pudo llegar a la conclusión junto con varios profesionales relacionados al comercio exterior, sector agrícola que es una opción que beneficiaría en gran cantidad a los exportadores, productores, sin embargo bajo este sistema no solamente se pueden ofertar productos agrícolas, ya que en un tiempo determinado, también se podrían incluir otro tipo de bienes o hasta incluso servicios de prestaciones profesionales. De esta manera se estaría generando un mayor ingreso de flujo económico para el Ecuador, permitiría a los usuarios de la plataforma en ahorro de costos relacionados a la promoción de sus productos en el extranjero, disminución en el uso de los servicios de intermediarios, acceso al mercado extranjero por parte de los pequeños agricultores.

El desarrollo de nuevas técnicas para la agricultura, convertiría al Ecuador en un país de mayor competitividad, ofertando una mejor calidad de sus productos. En el aspecto de relaciones comerciales entre países es importante mencionar que el análisis de los bloques comerciales que se hizo en el presente documento, son una guía para los mercados potenciales a los que productos Ecuatorianos pueden llegar, sin encarecer en mayor cantidad su precio, y fueron tomados con el objetivo que en la plataforma sirva como una guía, la misma que tendría una tabla de los aranceles consolidados y aplicados por zona, país, bloque comercial.

Según los autores creen que la plataforma no solo podría ser utilizada por parte de instituciones gubernamentales, sino también por cámaras de comercio, asociaciones de productores, entre otros.

10. Recomendaciones

En el presente documento se puede constatar en las entrevistas , encuestas , que los productores buscan un programa de capacitaciones para su sector , en vista que no han podido mejorar su producción y se ven limitados a ser proveedores de empresas grandes , exportadoras , en consecuencia esto les deja poco margen de ganancias puesto que los productos ofrecidos sufren un castigo por no tener el grado de calidad requerido por las grandes empresas, de esto modo ellos no han podido adquirir mejores maquinarias para producir un mejor producto , puesto que ganan lo suficiente para mantenerse día al día.

Promover la integración de los campesinos a las asociaciones debería ser un factor primordial , ya que de este modo los agricultores tienen un objetivo común , pueden exportar por volumen y no se ven vulnerados. El acceso a la tecnología es el factor principal cuando nos referimos a la integración entre naciones , por este motivo la cobertura de internet , teléfono , debe estar presente en las haciendas.

En el proyecto SIP se contempla un plan de capacitación a los agricultores en un cierto periodo de tiempo, con actualizaciones constantes, el programa no solo comprende el uso de la plataforma, también comprende programas de capacitación para sistemas utilitarios, traductor, páginas de búsqueda de información, en este plan se pretende trabajar con las asociaciones, y posteriormente los agricultores que tengan producciones en gran volumen.

Se recomienda el uso de esta plataforma , ya que de este modo permitiría generar un dinamismo en el comercio exterior , podría llegar a generar incluso mayores beneficios que las macro ruedas de negocios promocionados por PROECUADOR , puesto que la plataforma estaría operativa todo el tiempo , tendría interacción virtual en tiempo real entre compradores y vendedores.

11. Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

ALADI . (2015). *Asociacion Latinoamericana de Integracion* . Recuperado el 25 Julio de 2015 en: <http://www.aladi.org/sitioAladi/quienesSomos.html>

ALEGSA, L. (12 de MAYOR de 2010). Recuperado el 25 Julio de 2015 en: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/plataforma.php>

Alejandro, L., & Enrique, C. (2010). Mercado Plaza. En *Comercio y Marketing Internacional* (pág. 302). Cengage Learning Editores.

Camara de Industrias de Guayaquil. (2011). *Acuerdos comerciales del Ecuador*. Recuperado el 25 Julio de 2015 en: http://www.industrias.ec/archivos/documentos/acuerdos_comerciales.pdf

CAN. (2013). *Dimension Economico Comercial de la Comunidad Andina*. Recuperado el 25 Julio de 2015 en: http://www.comunidadandina.org/Upload/2013422163744Folleto_Dimension.pdf

Díaz, J. (1999). Exportaciones. En J. Díaz, *Macroeconomía: Primeros conceptos* (pág. 155). Barcelona: Antoni Bosch editor.

El Universo. (12 de diciembre de 2014). *El Universo*. Recuperado el 25 Julio de 2015 en: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/12/nota/4334506/ecuador-ue-firman-acuerdo-comercial-que-esperan-aplicar-2016>

Export Panamá. (2013). Recuperado el 25 Julio de 2015 en:
[http://www.panamaexport.gob.pa/es/eventos/201-productores-
aprovechan-las-plataformas-de-exportacion.html](http://www.panamaexport.gob.pa/es/eventos/201-productores-
aprovechan-las-plataformas-de-exportacion.html)

IICA. (2015). IICA. Recuperado el 25 Julio de 2015 en:
<http://www.iica.int/Esp/infoinstitucional/Paginas/default.aspx>

Jhon D. Daniels, L. H. (2007). *International Business*. Pearson .

Leandro, A. (12 de mayo de 2010). Recuperado el 25 Julio de 2015 en:
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/plataforma.php>

Netquest. (2001). *SOLUCIONES NETQUEST DE INVESTIGACIÓN S.L.*
Recuperado el 25 Julio de 2015 en:
[http://www.netquest.com/es/compania/investigacion-mercados-america-
latina.html](http://www.netquest.com/es/compania/investigacion-mercados-america-
latina.html)

Roque, E. G. (2007). *Principios basicos de Informatica* . Editorial Dykinson.

SENPLADES. (s.f.). *Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo.*
Recuperado el 25 Julio de 2015 en: [http://www.planificacion.gob.ec/wp-
content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-
content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)

UNCTAD. (2012). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y
Desarrollo.* Recuperado el 25 Julio de 2015 en:
<http://unctad.org/es/Paginas/AboutUs.aspx>

ANEXOS

ANEXO 1

Formato de encuestas.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

El uso de la información recolectada a través de las encuestas es netamente académico, sin fines de lucro.

Objetivo.

El objetivo de esta encuesta es conocer si existe una aceptación para los productores, la creación de una plataforma informática para productos ecuatorianos que tengan participación en el mercado extranjero.

Marque con una X su respuesta.

- 1- ¿Tiene conocimientos en el uso de una plataforma informática (página web, aplicación móvil, etc.)?

SI _____

NO _____

2- ¿Usted dispone de alguna plataforma informática (página web, aplicación móvil, etc.) al momento de realizar una transacción en su empresa o negocio?

SI _____

NO _____

3- ¿En su negocio o empresa usted realiza exportaciones?

SI _____

NO _____

4- ¿Tiene la capacidad de realizar exportaciones en su empresa?

SI _____

NO _____

5- ¿Al momento de realizar la exportación de su producto, usted tiene contacto con el demandante del exterior?

SI _____

NO _____

6- ¿Considera que sería de gran ayuda que se desarrolle una plataforma informática que pueda ser aplicada en su empresa con el objetivo de tener un intercambio directo?

1 _____

2 _____

3 _____

Más de tres _____

7- ¿Usted usaría una plataforma informática para hacer negocios en el exterior? **(por favor argumentar su respuesta)**

SI _____

NO _____

PORQUE: _____

8- ¿Considera importante el uso de una plataforma informática que integre su producto con la demanda exterior?

SI _____

NO _____