



Universidad del Azuay

Facultad de Ciencias Jurídicas

Escuela de Estudios Internacionales

Prospección de Nuevos Mercados en Sudamérica para la empresa Plastiazuary S.A.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Estudios Internacionales Mención Bilingüe en Comercio Exterior.

Autor: Edgar Renato Llerena Ibarra

Director: Ing. Juan Francisco Álvarez

Cuenca, Ecuador

2015-2016

## **DEDICATORIA**

El siguiente trabajo de titulación va dedicado principalmente a Dios por siempre estar guiando mi vida, a mi familia Edgar, Margarita, Juan Pablo y Gabriel por ser el pilar fundamental para la obtención de mis principales metas ya que sin ellos no contaría con la misma motivación para realizar este trabajo como distintas actividades, a mi enamorada María Paz por su paciencia y cariño durante todo este tiempo, además de a mis grandes amigos por siempre estar presentes en buenos y malos momentos.

## **AGRADECIMIENTO**

Al Ing. Juan Francisco Álvarez por su dedicación, tiempo y apoyo durante la realización de este proyecto, a mis profesores que me educaron para la vida profesional, además a mis compañeros con los que compartí durante muchos años momentos y vivencias inolvidables.

## **RESUMEN**

La presente investigación parte de un estudio bibliográfico del concepto de comercio exterior o internacional, de los tratados y convenios internacionales, aranceles y su importancia en la economía de un país, uno de los principales puntos analizados son las importaciones y las exportaciones de los principales países de Sudamérica, así como también los principales productos plásticos que cada país importa, con este análisis se realiza una prospección de posibles nuevos mercados para la exportación de productos de la empresa Plastiazaguay S.A.

## **ABSTRACT**

This research is based on a bibliographic study of the concept of foreign trade, international treaties and agreements, tariffs, and their importance in a country's economy. One of the main points analyzed are the imports and exports of major South American countries as well as the main plastic products that each country imports. This analysis aims to prospect possible new markets for Plastiazaguay SA's potential exports.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|  |     |
|--|-----|
| DEDICATORIA .....  | ii  |
| AGRADECIMIENTO .....   | iii |
| RESUMEN .....  | iv  |
| ABSTRACT.....  | iv  |
| ÍNDICE DE CONTENIDO .....  | v   |
| INTRODUCCIÓN .....   | 9   |
| CAPÍTULO I .....   | 10  |
| MARCO TEÓRICO.....   | 10  |
| 1.1. Comercio Exterior o Internacional.....  | 10  |
| 1.2. Estudio de Mercado. ....  | 11  |
| 1.3. Marketing Mix .....   | 12  |
| 1.3.1. Producto. ....  | 12  |
| 1.3.2. Precio. ....  | 13  |
| 1.3.3. Plaza.....  | 13  |
| 1.3.4. Promoción. ....   | 13  |
| 1.4. ¿Qué son las Exportaciones?.....  | 13  |
| 1.5. ¿Qué es la Importación?.....  | 14  |
| 1.6. Tratados y Convenios Internacionales. ....  | 15  |
| 1.7. ¿Qué son los Aranceles? .....   | 16  |
| 1.8. Normas Tecinas de Comercio Exterior.....  | 17  |
| CAPÍTULO II.....   | 18  |
| ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA PLASTIAZUAY S.A.<br>ENTRE LOS AÑOS 2010 – 2014. ....                   | 18  |
| Introducción .....   | 18  |
| 2.1. ¿Qué es Plastiazuay S.A?.....   | 18  |
| 2.2. Marketing Mix de la empresa Plastiazuay S. A. ....  | 20  |
| 2.3. Exportaciones entre los años 2010-2014.....   | 24  |
| CAPÍTULO III.....  | 29  |
| IDENTIFICAR LOS PAÍSES DE SUDAMÉRICA IMPORTADORES DE PRODUCTOS<br>SIMILARES A LOS QUE BRINDA PLASTIAZUAY S.A. .... | 29  |
| 3.1. Exportaciones e Importaciones de los principales países de Sudamérica. ....                                   | 29  |
| 3.1.1. Principales países Exportadores e Importadores:.....  | 29  |
| 3.2. Países Importadores de productos Sintéticos en Sudamérica.....  | 40  |
| 3.3. Convenios de importación entre Ecuador y países de Sudamérica .....   | 51  |
| 3.4. Análisis de los potenciales mercados para la exportación. ....  | 56  |

|   |    |
|---|----|
| 3.5. Aranceles de los nuevos mercados.....        | 57 |
| 3.6. Normas técnicas de los nuevos mercados. .... | 62 |
| CONCLUSIONES .....                                | 65 |
| RECOMENDACIONES.....                              | 68 |
| BIBLIOGRAFÍA .....                                | 70 |
| ANEXOS .....                                      | 72 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1.</b> Exportaciones Anuales de Plastiazuay S.A. ....                                  | 25 |
| <b>Figura 2</b> Principales productos de exportación .....                                       | 26 |
| <b>Figura 3</b> Principales países para la Exportación. ....                                     | 27 |
| <b>Figura 4</b> Exportaciones e importaciones de Brasil .....                                    | 30 |
| <b>Figura 5</b> Principales Productos de Importación de Brasil.....                              | 30 |
| <b>Figura 6</b> Exportaciones e importaciones de Chile .....                                     | 31 |
| <b>Figura 7</b> Principales Productos de Importación de Chile.....                               | 32 |
| <b>Figura 8</b> Exportaciones e importaciones de Argentina .....                                 | 32 |
| <b>Figura 9</b> Principales Productos de Importación de Argentina. ....                          | 33 |
| <b>Figura 10</b> . Exportaciones e importaciones de Venezuela .....                              | 34 |
| <b>Figura 11</b> Principales Productos de Importación de Venezuela. ....                         | 35 |
| <b>Figura 12</b> Exportaciones e importaciones de Colombia .....                                 | 35 |
| <b>Figura 13</b> Principales Productos de Importación de Colombia.....                           | 36 |
| <b>Figura 14</b> Exportaciones e importaciones de Perú.....                                      | 37 |
| <b>Figura 15.</b> Principales Productos de Importación de Perú. ....                             | 37 |
| <b>Figura 16</b> Exportaciones e importaciones de Ecuador.....                                   | 38 |
| <b>Figura 17</b> Principales Productos de Importación de Ecuador.....                            | 39 |
| <b>Figura 18</b> Total de Importaciones de Plásticos y Cauchos por país.....                     | 40 |
| <b>Figura 19</b> Países importadores de lonas de Plástico .....                                  | 41 |
| <b>Figura 20</b> Importaciones de lonas de Plástico de los países de Sudamérica.....             | 41 |
| <b>Figura 21</b> Países importadores de tubos de plástico .....                                  | 42 |
| <b>Figura 22</b> . Importaciones de tubos de Plástico de los países de Sudamérica.....           | 43 |
| <b>Figura 23</b> Países importadores de tapas de plástico.....                                   | 43 |
| <b>Figura 24</b> Importaciones de tapas de Plástico de los países de Sudamérica .....            | 44 |
| <b>Figura 25</b> Países importadores de Otro Plastic láminas .....                               | 45 |
| <b>Figura 26</b> . Importaciones de Otro Plastic láminas de los países de Sudamérica ....        | 45 |
| <b>Figura 27</b> Países importadores de Otros productos de plástico .....                        | 46 |
| <b>Figura 28</b> . Importaciones de Otros productos de Plástico de los países de Sudamérica..... | 47 |
| <b>Figura 29</b> Países importadores de asientos .....   | 47 |
| <b>Figura 30</b> Importaciones de asientos de los países de Sudamérica.....                      | 48 |
| <b>Figura 31</b> Total de importaciones de expandible .....                                      | 49 |
| <b>Figura 32</b> Total de Importaciones de Strech Film .....                                     | 50 |
| <b>Figura 33</b> Total Importaciones Cuero de Piel .....   | 51 |
| <b>Figura 34</b> Arancel Preferencial Promedio.....  | 57 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1.</b> Distribuidores autorizados en Ecuador .....                              | 22 |
| <b>Tabla 2.</b> Importadores por países .....  | 23 |
| <b>Tabla 3.</b> Aranceles aplicados al Expandible por Brasil año 2015 .....              | 58 |
| <b>Tabla 4.</b> Aranceles aplicados al Strech Film por Brasil año 2015 .....             | 59 |
| <b>Tabla 5.</b> Aranceles aplicados al Cuero de piel y Carpas por Brasil, año 2015 ..... | 59 |
| <b>Tabla 6.</b> Aranceles aplicados al Expandible por Chile, año 2015 .....              | 60 |
| <b>Tabla 7.</b> Aranceles aplicados al Strech Film por Chile, año 2015 .....             | 61 |
| <b>Tabla 8.</b> Aranceles aplicados al Cuero de piel por Chile, año 2015 .....           | 61 |
| <b>Tabla 9.</b> Aranceles aplicados al Carpas por Chile, año 2015 .....                  | 62 |
| <b>Tabla 10.</b> Reglas de embalaje y etiquetado en Brasil.....                          | 62 |
| <b>Tabla 11.</b> Las Normas Comerciales e Industriales en Brasil.....                    | 63 |
| <b>Tabla 12.</b> Normas Técnicas de Chile .....  | 63 |



## **INTRODUCCIÓN**

Las exportaciones son fundamentales para el crecimiento de las empresas y una de las principales razones es su impacto positivo en la balanza comercial, este es el caso de Plastiazuay S.A., quien ya amplio su mercado en el extranjero dándose a conocer en Sudamérica y demostrando su calidad y compromiso con sus proveedores.

La empresa ya exporta su producto a ciertos países de Sudamérica pero es necesario abrirse nuevos campos, esta es la razón por la cual que se plantea este estudio para analizar los principales países que importan los productos y con esto llegar a conocer los posibles nuevos mercados en Sudamérica para la empresa.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

Para comprender el análisis de la prospección de nuevos mercados en Sudamérica de la empresa Plastiazuay S.A. y el estudio de las importaciones de los diferentes países de Sudamérica es necesario conocer las distintas teorías y conceptos de todo lo que abarca el comercio exterior, las exportaciones e importaciones en las cuales nos vamos a centrar en todo este estudio, a continuación se detallan algunos conceptos esenciales para mayor entendimiento y comprensión del documento.

### **1.1. Comercio Exterior o Internacional.**

El Comercio Internacional siempre ha tenido un rol importante en la economía de los distintos países, este surge a finales del siglo XV ya que los estados tenían la necesidad de intercambiar sus recursos (bienes y servicios) con la finalidad de satisfacer la necesidad económica del estado. Los primeros intercambios realizados se dieron mediante el trueque que consistía dar algo por algo, con el transcurrir del tiempo el oro y la plata se convirtieron en la principal fuente para realizar el intercambio comercial. Desde ese momento surgen las distintas teorías del comercio internacional (Gaytán, 2005).

La teoría del mercantilismo y el liberalismo surgen entre los siglos XVI, XVII. El mercantilismo se basa fundamentalmente en el proteccionismo de la economía nacional, como también en la acumulación de oro y plata como fuentes de poder; esta teoría incentiva las exportaciones e impone restricciones a las importaciones para mantener una balanza comercial favorable, estas barreras o restricciones eran creadas por el estado para su enriquecimiento (Blanco, 2011).

Adam Smith fue un economista y un filósofo escocés que da paso a la teoría sobre Liberalismo, él nos dice *“los distintos bienes deberán producirse en aquel país en que sea más bajo su coste de producción y desde allí, exportarse al resto de las naciones”*, por lo tanto la define como Ventaja Absoluta la cual consiste en que un país es capaz de producir un bien utilizando menos factores productivos que otro, es decir, un costo de

producción menor. El liberalismo no cree en la intervención del estado como ente regulador, Smith habla sobre la Mano Invisible que es una economía auto reguladora del libre comercio.

Con el pasar de los años han surgido nuevas teorías del Comercio Internacional como las que nos presenta Michael Porter, quien es profesor de la escuela de negocios en la universidad de Harvard, Porter señala que el factor primordial para la clave del éxito de una empresa reside en el posicionamiento estratégico, en la cual la empresa debe analizar las fuerzas en los países donde opera y tener en cuenta que estas son variables.

Según Baena, Sánchez, & Suárez (2003), la teoría de las cinco fuerzas de Porter se basa en observar las fuerzas más oportunas y amenazadoras para la empresa (rivalidad entre competidores actuales, amenaza de competidores potenciales, poder de negociación de proveedores, poder de negociación de clientes, amenaza de los productos sustitutos).

## **1.2. Estudio de Mercado.**

Autores como Kotler & Bloom (2004), indican que el estudio de mercado "*consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización*". Estas teorías han sido mejoradas con el transcurrir del tiempo, sin embargo, nuevos doctrinarios de este tema analizaron las teorías del pasado y las han traído a la actualidad.

Thompson (2006), considera que el estudio de mercado es un:

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

Con esta teoría se puede crear un plan de negocios, para lanzar nuevos productos a nuevos mercados, ya sean nacionales o internacionales, como también puede ser utilizado para determinar qué cantidad de la población accederá al nuevo producto o servicio, basado en variables como género, edad, ingresos y ubicación.

El Estudio de Mercado puede ser secundario, se basa en que la empresa puede utilizar información ya obtenida por otras fuentes relacionadas al producto nuevo o existente. El

Estudio de Mercado primario se basa en realizar pruebas como focus group, encuestas, investigaciones de terreno, observaciones y entrevistas, para que se puedan adaptar al producto (Thompson, 2006).

La segmentación del mercado no es más que la división de la población en distintas categorías con propósitos iguales. Las principales divisiones son geográficas, personalidades, diferencias demográficas y las diferencias que tienen en el uso del producto.

### **1.3. Marketing Mix**

De acuerdo a Espinosa (2014):

El término Marketing Mix fue creado en el año de 1960 por McCarthy, en donde intervienen cuatro componentes básicos: producto, distribución, precio y promoción, estas cuatro variables también son reconocidas como las 4Ps (product, Price, place, promotion). Las variables ayudan a que la empresa, compañía puedan alcanzar u conseguir sus objetivos comerciales planteados para el año de trabajo (...).

Marketing Mix adopta un nuevo enfoque en el siglo XXI, lo cual consiste en tener al cliente como protagonista principal, ya que en la actualidad no es viable elaborar productos para luego intentar venderlos en el mercado, si no estudiar las necesidades de los respectivos clientes y desarrollar el producto adecuado y de calidad para ellos (Espinosa, 2014).

#### **1.3.1. Producto.**

Se refiere al producto o servicio que brinda la empresa, estos pueden ser tangibles (bienes muebles u objetos) como pueden ser intangibles (servicios) que son puestos en el mercado para satisfacer necesidades. Se debe tener claro cuáles son los productos o servicios que se ofrecen a los distintos clientes, ya que esto va a ser lo que caracterice a la compañía. El producto tiene un ciclo de vida que depende del cliente y la competencia, comprende cuatro fases este ciclo, introducción o lanzamiento, crecimiento del producto, madurez del producto y declive del producto (Espinosa, 2014).

### **1.3.2. Precio.**

Según Espinosa (2014), para colocar el precio de los productos que se van a ofrecer en las distintas plazas, se necesita conocer el precio de la competencia, como también el precio de los productos sustitutos para poder ofrecer descuentos, garantías, rebajas, etc. También se deberá analizar el costo de producción que tiene la empresa y a qué clase de clientes se quiere llegar o al mercado que nos dirigimos.

### **1.3.3. Plaza**

La plaza se refiere al lugar en donde se va distribuir y ofrecer el producto, esta puede ser un lugar físico como también un país, donde se encontrara a los clientes o a las compañías que ayudaran a distribuir los productos ofrecidos por la empresa. La distribución es realmente importante, porque se conocerá las condiciones y el tiempo en que el producto llega a manos del cliente (Velásquez, 2015).

### **1.3.4. Promoción.**

Según Velásquez (2015), la promoción es la manera de cómo informar, comunicar y persuadir al cliente, sobre el producto que se va a lanzar en las distintas plazas de mercado, se puede utilizar diferentes herramientas como publicidad, promociones, promoción de ventad y la comunicación por medio de internet.

## **1.4. ¿Qué son las Exportaciones?**

Las exportaciones son definidas como cualquier bien o servicio que son enviados desde un país hacia otra parte del mundo, es decir, es el tráfico legítimo de un bien o servicio que se traslada de un país a otro. Es por eso que las exportaciones tratan de asegurar el crecimiento de la empresa vendiendo sus productos a terceros países (Espinoza, 2013).

Las condiciones de las exportaciones dependen netamente de las legislaciones de cada país y de las partes involucradas, en donde el precio de venta se fija al momento de realizar la negociación, ya que depende mucho de los distintos aranceles que tienen los países, como también el costo de flete o el costo de producir distintos tipos de producto. En este sentido, el funcionamiento de las exportaciones depende de los países, ya que estos no

producen todos los bienes y servicios existentes, si no que tienen la necesidad de fabricar aquellos que tienen una ventaja productiva con respecto de otro país. Toda empresa exportadora experimenta riesgos, los cuales se originan por las preferencias que tienen los consumidores (Ventura, 2011).

Los países del mundo exportan porque tienen la necesidad de mantener la balanza comercial equilibrada para conseguir ingresos que ayuden las finanzas y la economía de la nación. Por otra parte, la empresa tiene la necesidad de exportar para obtener distintos beneficios y poder ingresar a nuevos mercados internacionales ganando una ventaja competitiva en comparación de otras.

Dentro del proceso productivo existen dos tipos de productos los tradicionales y los no tradicionales. Los tradicionales, son exportaciones de productos de origen natural, como es la materia prima que son utilizadas para la producción de manufacturas, esta no cuenta con mucho valor agregado al momento de realizar la exportación. Los no tradicionales son aquellas exportaciones que han sufrido un proceso de transformación, donde obtienen un valor agregado al producto, es decir, son productos manufacturados (Ventura, 2011).

### **1.5. ¿Qué es la Importación?**

La importación no es más que la compra de bienes y servicios que provienen de países o empresas extranjeras hacia el país importador de una manera legal, generalmente para el consumo o para propósitos comerciales (Ceballos, 2014).

Las empresas dispuestas a importar generan nuevas oportunidades de negocios, tomando la decisión de importar debido a dos razones principales: la falta de producción de un producto en el campo nacional y el bajo costo económico que genera la importación comparado con los altos costos de producción o de comercialización en el país.

Según Ceballos (2014), existen dos tipos de importación, directa e indirecta.

Importación Directa no es más que el trabajo que realizan las empresas dedicadas a la importación de distintos tipos de bienes y servicios para la distribución en el mercado nacional. La empresa es responsable de todos los pagos correspondientes como impuestos, gastos aduaneros etc.

Importación Indirecta es cuando una empresa contrata a otra empresa para realizar la importación correspondiente, la empresa intermediaria será la responsable de realizar todos

los pasos correspondiente para desaduanizar la mercadería, además de cubrir todos los gastos aduaneros.

Es importante señalar que no solo las empresas con una economía alta pueden importar, también pueden realizar dicha actividad personas naturales y jurídicas, micro empresas y pymes.

### **1.6. Tratados y Convenios Internacionales.**

El tratado es un acuerdo internacional, que de manera formal puede celebrarse entre un Estado y otros Estados, entre organizaciones internacionales y entre Estados y organizaciones internacionales (Velecela, 2008).

Según la Enciclopedia jurídica (2015), los tratados sirven para realizar negocios jurídicos internacionales, estos están regulado por la Convención de Viena de 1969, de tal manera que es un acuerdo internacional celebrado por escrito entre Estados y regido por el derecho internacional. Existen algunos requisitos para que se efectuara el tratado o negocio jurídico, la capacidad jurídica, que mediante la soberanía de un Estado, es la capacidad de adoptar derechos y obligaciones para cumplir lo establecido en el tratado. Consentimiento, es la voluntad de las partes involucradas a celebrar el tratado con las distintas norma establecidas.

Objeto y causa son los fines y las razones por la cual se va a realizar el negocio jurídico y que no se pueden ir en contra de la moral y al derecho internacional. Formalidades no es más de cómo se va a llevar acabo la negociación y poder ratificar el tratado por ambas partes una vez que haya concluido la negociación del tratado.

Los tratados pueden ser de diferentes tipos como: Tratados comerciales, culturales, políticos, humanitarios, sobre derechos humanos, o de distintos temas, también podemos encontrar tratados abiertos en los cuales admiten a nuevos miembros, tratados cerrados que no permiten nuevos miembros porque esto implica una nueva celebración de tratado. Encontramos tratados de duración determinada y tratados de duración indeterminada (Enciclopedia jurídica, 2015).

Según la Convención de Viena (1969), un convenio es un acuerdo formal de voluntad entre los Estados, esto crea derecho y obligaciones jurídicas. Los convenios

internacionales son tratados internacionales obligatorios para las partes una vez que aceptan las normas del convenio, estos tienen carácter vinculante, es decir, se pueden exigir jurídicamente. La vigencia que tienen los convenios es netamente un acuerdo de las partes involucradas.

### **1.7. ¿Qué son los Aranceles?**

Se denomina arancel a los derechos de aduanas aplicado a las importaciones y exportaciones de mercadería de un país. Generalmente son impuestos para los bienes o servicios que son importados del exterior. En la antigüedad se trató el tema de aranceles en la Ronda de Uruguay, con el fin de proteger la economía del Estado, hoy en día se sigue tratando este tema en el Programa de Doha (OMC, 2014).

Los aranceles tienen dos propósitos fundamentales, los cuales son: proteger todos los bienes y servicios nacionales con respecto del mundo y servir como una fuente de ingreso para los gobiernos. Los aranceles otorgan a las mercancías producidas dentro de la nación una ventaja en cuanto a precios con respecto de las mercaderías similares importadas.

Según Carbaugh, 2004, estos impuestos fueron creados con la finalidad de aumentar el tesoro nacional, hoy en día es un instrumento de política económica para incrementar el empleo y mantener un equilibrio exterior. Cuenta con dos finalidades:

Finalidad Recaudatoria: para incrementar los ingresos económicos del país, ya que se trata de un impuesto, este no debe ser elevado con el fin de eliminar todas las importaciones, porque estas generan ingresos públicos.

Finalidad Protectora: protege al sector industrial nacional imponiendo un impuesto contra las mercancías similares producidas a un menor costo en comparación de la mercadería interna de un país (Carbaugh, 2004).

Los efectos que surgen al momento de imponer aranceles en un Estado son: disminuyen las importaciones dentro del país, incrementa la producción doméstica, aumenta la recaudación fiscal (ingreso económico) y favorece a la redistribución de consumidores-productores.



## **1.8. Normas Técnicas de Comercio Exterior.**

Las normas técnicas son las especificaciones que deben tener los diferentes productos para la comercialización, tanto en el mercado interno, como en el mercado internacional con el fin de mantener la salud de las personas, animales, plantas, como también proteger al medio ambiente (Senlle, García, & Perozo, 1994).

Estas generan características particulares a un producto, es decir, la forma de elaboración de un producto, el proceso que este tiene y de donde se originó el producto. Las normas técnicas son establecidas para los intereses privados de una empresa con objetivos comerciales.

Permiten optimizar los productos para incrementar oportunidades comerciales y mejora la calidad del producto, para así llegar a operadores comerciales privados.

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE LA EMPRESA PLASTIAZUAY S.A.

#### ENTRE LOS AÑOS 2010 – 2014.

##### Introducción

Desde el principio del siglo XVI las importaciones y exportaciones han tenido un rol importante en el comercio mundial. Es por ello que Plastiazuay S.A. es una empresa que se enfoca en las exportaciones de productos sintéticos de calidad, los cuales se están distribuyendo a nivel nacional y con poca acogida en el campo internacional. Sin embargo, Plastiazuay S.A. buscará nuevos mercados a nivel de Sudamérica para poder consolidarse como una empresa proveedora de productos sintéticos.

##### 2.1. ¿Qué es Plastiazuay S.A.?

La empresa Plastiazuay S.A. nace en la ciudad de Cuenca en el año de 1985 en el sector del parque industrial (sector patamarca) con un enfoque industrial y comercial en la elaboración de productos a base de PVC, Polietileno, Calandrados y Laminados. Teniendo como resultado una variedad de productos sintéticos, entre los cuales tenemos geomembranas, carpas, lonas, laminas para invernaderos, cuerinas y Stretch film, de alta calidad.

La misión de la Empresa “*somos una industria que manufactura materiales sintéticos brindando soluciones integrales de calidad para las diferentes empresas*” (Plastiazuay S.A, 2016)

La visión “*para el año 2016, es ser un empresa en expansión que se consolide como proveedor confiable de productos sintéticos a nivel nacional e internacional*” (Plastiazuay S.A, 2016).

Los valores inculcados por la Empresa Plastiazuay S.A. Son indispensables y primordiales en la corporación: honestidad, puntualidad, responsabilidad, compromiso, calidad de producto y servicio.

Plastiazuay S.A. mantiene una política necesaria para el día a día de trabajo; es compromiso de la empresa la satisfacción de nuestros clientes con productos y servicios de calidad, mantener un ambiente de trabajo confortable para el desarrollo de actividades del personal interno como externo, el cuidado del medio ambiente con procesos productivos controlados que minimicen los impactos. Para así alcanzar la mejora continua y obtener un crecimiento sostenible en base a los objetivos planteados.

El objetivo principal de la empresa Plastiazuay S.A. es ser el proveedor principal de productos sintéticos de calidad en el campo nacional e internacional, para poder consolidarse como fuente indispensable de productos sintéticos para el resto de países. El posicionamiento de la empresa en los últimos años a nivel nacional es confiable ya que brinda sus productos a empresas relevantes como Coca-Cola, Corp. Azende Cía. Ltda. Pepsi Cola, entre otras. Sin embargo, el posicionamiento en el mercado internacional no es el esperado para la empresa. En cada sector de la empresa se establecen objetivos para ser cumplidos en cada año.

En el área administrativa el principal objetivo es controlar las metas propuestas para el 2016, en el área de ventas es cumplir con el presupuesto del 2016 con un incremento del 7% con respecto al 2015, en el área de talento humano es capacitar a todo el personal durante 16 horas por trabajador, el objetivo en bodegas es disponer de stocks reales de producto terminado semanal, como también despachar producto terminado según la planificación realizada.

Plastiazuay S.A. está constituido por un Directorio de Accionistas, como principales dentro de la posición jerárquica, desprendiéndose del mismo grupo el Presidente Ejecutivo, Vicepresidente y Vocales. Posteriormente en la junta de accionistas anual se nombra al representante legal o Gerente General de la Empresa. Además existen las Jefaturas de Comercialización, Producción, Contabilidad, Mantenimiento, Recursos Humanos y Bodegas, cada una de ellas con sus respectivos asistentes. Complementado en cuanto a la estructura organizacional existen un sin número de factores además de la posición jerárquica detallada están los productos y servicios que ofrecen, los beneficios sociales, la posibilidad de incentivos y recompensas con los cumplimientos de tareas y las políticas organizacionales impuestas, concluyendo que si un colaborador ya tiene cubierta

las necesidades primarias continuará por satisfacer las necesidades secundarias, buscando en Plastiazuay S.A. las oportunidades de logro y reconocimiento.

## **2.2. Marketing Mix de la empresa Plastiazuay S. A.**

En la empresa Plastiazuay S.A. la herramienta del Marketing Mix funciona con el enfoque del siglo XXI, la cual consiste en tener al cliente como protagonista principal, ya que en la actualidad no es viable elaborar productos para luego intentar venderlos en el mercado, si no estudiar las necesidades de los respectivos clientes y desarrollar el producto adecuado y de calidad para ellos.

### **Producto:**

Los productos que brinda la empresa Plastiazuay S.A. son elaborados con gran tecnología para que el producto terminado sea de calidad y confiable para los clientes. La empresa se caracteriza por dividir sus productos en tres principales líneas de trabajo: Línea Calandrado, Línea Extrusora, Línea Recubrimiento. En donde se pueden encontrar un sin número de productos sintéticos que ofrece la empresa.

**Línea Calandrado:** se elabora Geo-membrana de PVC o HDPE, en donde se garantiza mayor impermeabilidad y alta resistencia a los químicos, el producto es ideal para la agricultura, industria petrolera, construcción, obras públicas, etc. En esta línea de trabajo también se fabrica Carpas, las que pueden ser intermedias, pesada y vinilona.

**Línea Extrusora:** cuenta con tres productos principales:

Stretch Film que es una película de polietileno extruida y coextruida, que se aplica alrededor de una carga o producto, por su alta resistencia es usado para embalaje en el sector industrial o comercial, ofreciendo a los productos mayor rapidez al momento del despacho y protección en la movilización de la carga.

Stretch Henolaje es una película extruida con un alto porcentaje de estiramiento y máxima resistencia a perforaciones y rasgados, este producto es desarrollado para el empaque de rollos de heno húmedos y secos.

Termoencogible es un Stretch film resistente el impacto, punzonado y rasgado, que cuenta con un sellado firme y una película de protección para el producto final, se utiliza necesariamente para el embalaje de productos pesados, resiste todas las etapas por las que atraviesa el producto desde embalaje, almacenamiento, transporte y distribución.

**Línea Recubrimiento:** brinda productos como Cuerinas, Guayos, Carpas y Fibra, estos materiales producidos en esta línea tienen varias aplicaciones, como calzado, tapicería, correas, balones, lona publicitaria, entre otras.













**Plaza o Distribución:**

A nivel nacional la empresa Plastiazuay S.A. cuenta con una gran cantidad de distribuidores en las principales ciudades del país como Cuenca, Quito, Guayaquil y Ambato.

En la ciudad de Cuenca los productos de la compañía son distribuidos mediante distintos comerciales: Madecons, Karina Polo, Tapidex, Empaquim y Simaproduct que también cuenta con una sucursal en Manta. Para la ciudad de Quito los distribuidores son: Dis. Armas, José Rocha y geosolutions.

En Ambato, Comercial Yolanda Salazar, es el distribuidor autorizado de la empresa y en la ciudad de Guayaquil cuenta con Oremplas, Su Tapizariato y Almacén Loja que incluso trabaja en la provincia de Santo Domingo con un nuevo almacén.

**Tabla 1.** Distribuidores autorizados en Ecuador

| Ciudad    | Distribuidor autorizado   |                           | Dirección   |
|-----------|---|---------------------------|---|
| Cuenca    |    | Tapitex                   | Av. Hurtado de Mendoza 2-17 y J. J. Olmedo                  |
|           |    | Karina Polo               | Latino América 1120 y Remigio Crespo                        |
|           |    | Madecons                  | Vía a Miraflores y Antonio Neumann                          |
|           |    | Simaprod                  | Puerto de Manta: Av. 14 #1105 entre Calle 11 y 12           |
|           |    | Epaquim                   | Parque Industrial   |
| Quito     |   | Dis. Armas                | Ulloa 31-123 Entre Pasaje. San Gabriel y Mariana de Jesús.  |
|           |  | José Rocha                | AV. 6 de Diciembre N 45-337 y Pio Valdivieso Sector el Inca |
|           |  | Geosolutions              | Martínez 811 y Juan B. Vela.                                |
| Guayaquil |  | Su Tapizariato            | Av. Portete No. 1722 e/ José de Antepará y García Moreno    |
|           |  | Oremplas                  | Km 8.5 Vía Daule frente a PEPSICO                           |
| Ambato    |  | Comercial Yolanda Salazar | Martínez 811 y Juan B. Vela.                                |
| Manta     |  | Simaprod                  | Puerto de Manta: Av. 14 #1105 entre Calle 11 y 12           |

|                      |                       |              |                            |
|----------------------|-----------------------|--------------|----------------------------|
| <b>Santo Domingo</b> | <b>ALMACENES LOJA</b> | Almacén Loja | Av. 29 de Mayo y Atahualpa |
|----------------------|-----------------------|--------------|----------------------------|

**Fuente:** Plastiazuay S.A.


**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

Los distribuidores autorizados por la empresa Plastiazuay S.A. ofrecen todos los productos de la empresa al público, no cuentan solo con una línea de productos, es por eso que la empresa se encuentra posicionada en el mercado de productos sintéticos.

En el Campo Internacional las principales plazas de destino para los productos son Perú, Colombia, Venezuela, Bolivia y Guatemala en donde se exporta productos como Expandible, Cuero Piel, Carpas y Stretch Film que son requeridos por el cliente o por los principales importadores.

**Tabla 2.** Importadores por países

| PAIS      | Cliente o Importador  |                     | Dirección  |
|-----------|---|---------------------|--|
| Perú      |  | Leo Arte S.A.C.     | Asociación Los Jardines De Santa Anita                   |
|           |  | Industrias el Tigre | Av. Gerardo Unger Mz. B Lt. 5B, Urb. Los Claveles de Pro |
|           |  | Plavimars S.A.C.    | Albert Einstein N°144 Urb., Ate, Peru                    |
|           | <b>Ray Valderrama N</b>   | Ray Valderrama N    | Cliente  |
| Colombia  | <b>Ing. Jorge Suarez</b>  | Ing. Jorge Suarez   | Cliente  |
| Venezuela | <b>Ing. Manuel Ascanio</b>  | Ing. Manuel Ascanio | Cliente  |
| Bolivia   | <b>Lizbeth Céspedes</b>   | Lizbeth Céspedes    | Cliente  |

|           |   |               |                                       |
|-----------|---|---------------|---------------------------------------|
| Guatemala |  | Acuamaya S.A. | 7 Ave. 3-74 Zona 9 # 301<br>Guatemala |
|-----------|---|---------------|---------------------------------------|

**Fuente:** Plastiazuay S.A.

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

**Precio:**

El Precio de los productos es relativo en Plastiazuay S.A, el valor que se le da a los productos depende mucho del costo de materias primas y del precio que coloque la competencia a sus productos ya que son las principales variables para colocar el valor al producto terminado. Cuando las ventas se realizan, la empresa brinda descuentos del 10% a distribuidores autorizados, un 20% a la minoría y con un 30% el precio de venta al público.

**Promoción:**

Ciertamente es una herramienta importante para que el producto se llegue a conocer a nivel nacional e internacional, sin embargo, Plastiazuay S.A. no cuenta con una fuerte publicidad o promoción de sus productos pues los encargados de realizar este proceso son los distribuidores autorizados.

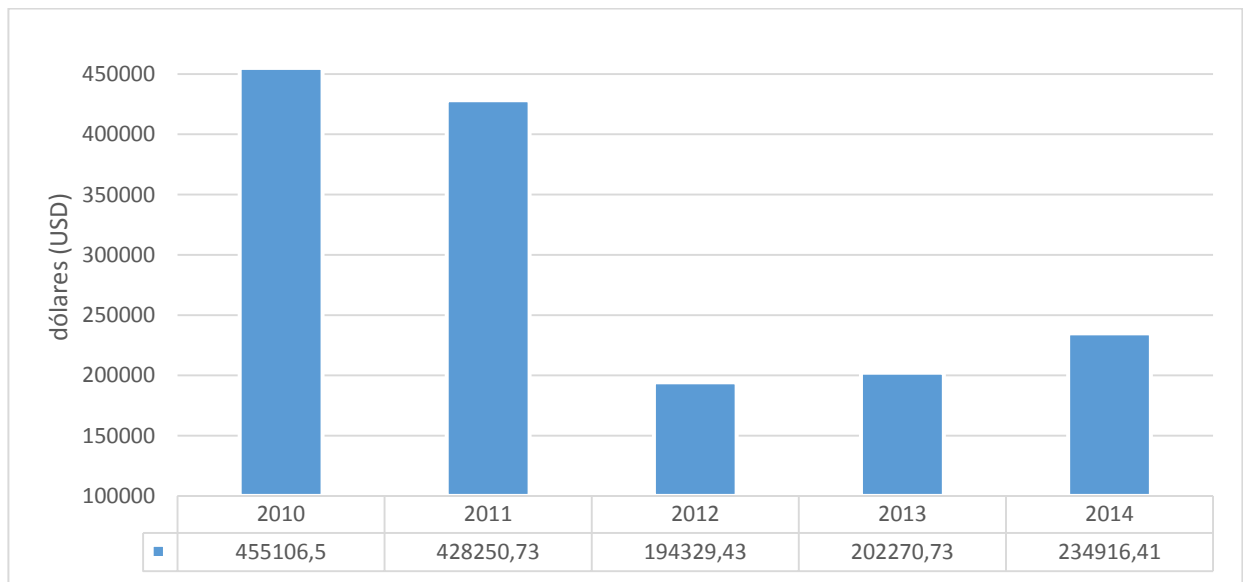
**2.3. Exportaciones entre los años 2010-2014.**

Plastiazuay S.A. es una empresa importadora de materias primas y exportadora de productos sintéticos manufacturados, en donde las exportaciones son indispensables para los ingresos económicos de la empresa.

Exporta a países como Venezuela, Colombia, Bolivia, Perú y Guatemala, ofreciendo una gama de productos elaborados con alta tecnología; entre los principales productos que brinda están: carpas, cuero piel, expandibles y stretch film.



**Figura 1.** Exportaciones Anuales de Plastiazuay S.A.



**Fuente:** Plastiazuay S.A.

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

Las exportaciones en el año 2010 fueron las mejores para la empresa, llegando a exportar 451.000 dólares de producto terminado a los principales destinos de exportación, esto se debe a la crisis mundial en los años 2009-2010 en los cuales el precio de la materia prima bajo con respecto a los otros años, el costo de fletes disminuyo notablemente, dicho esto, fue el mejor año para la empresa Plastiazuay S.A. en cuanto a exportaciones.

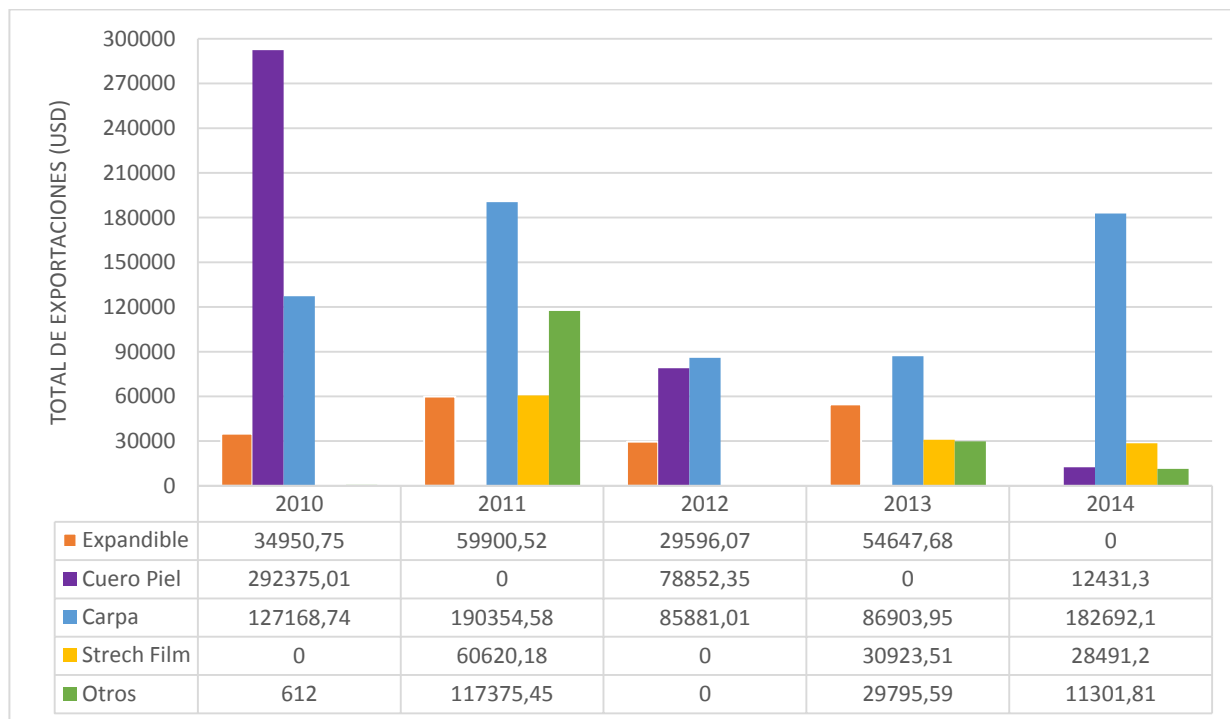
Para el año 2011 las exportaciones siguieron de igual manera para la compañía, llegando a exportar 431.000 dólares aproximadamente, los costos de materia prima y flete continuaban a un precio favorable, sin afectar los costos de producción de la empresa.

En los años 2012-2013 Plastiazuay S.A. sufre un declive en exportaciones debido a una alza de precios de materia prima, incluso el precio del barril de petróleo tuvo un incremento muy alto, es por eso que con dicha alza se procedió a colocar un precio de venta fijo para la exportaciones, este fue el detonante para que la empresa sufriera esta baja en las ventas internacionales.

En el año 2014 las exportaciones incrementaron en cierta manera, ya que los precios de exportación se regularon, sin embargo, no se llegó a cumplir con los objetivos propuestos

en ventas ya que el gobierno del Ecuador implemento los impuestos conocidos como salvaguardias, lo cual afecto directamente los costos de materia prima para Plastiazuay S.A.

**Figura 2** Principales productos de exportación



**Fuente:** Plastiazuay S.A.

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

Como podemos observar en la figura 2, los productos más representativos en la cartera para la exportación son: cuero piel, carpas y stretch film, estos ítems fueron desarrollados con un bajo costo (optimización de materias primas) dicha estrategia permitió abaratar costos lo que permite bajar precios.

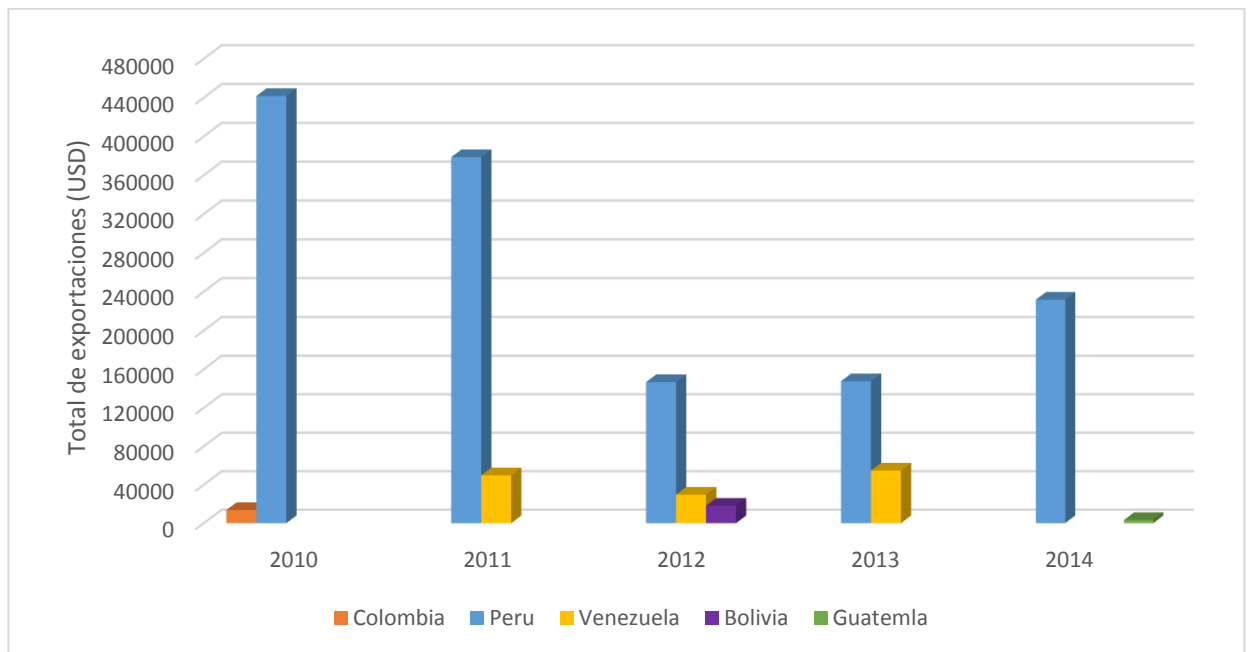
En el caso de stretch film se pudo introducir al mercado un film de peso especial lo que también permitió ofertar a un precio accesible al mercado. Sin embargo, en el grafico se observa que la demanda entre los años 2010-2014 no fue la deseada por la empresa.

Para el mercado Venezolano siempre se oferto un Expandible de gran calidad, mismo que fue evaluado por diferentes ensambladoras de carros ubicados en dicho país; en este caso el precio fue superficial, pues el producto era de alta gama.

El Cuero Piel es un producto con gran demanda en el mercado internacional, razón por la cual se exporta en gran cantidad todos los años a diferentes destinos internacionales. Es un producto de calidad que se aplica en la confección de muebles, calzado, correas, casacas, accesorios pues utiliza varios tejidos como el plumón y jersey. Este producto sirve como sustituto del cuero real, porque la empresa no está de acuerdo con el sacrificio de animales para la utilizar su piel.

La carpa es producto fabricado Poliéster de alta tenacidad que se utiliza en diferentes aplicaciones tales como carpas para camiones, contenedores, lonas publicitarias, camaroneras etc. Plastiazuay S.A. no se hace cargo de la confección en sí de la carpa, si no que venden la carpa en rollo en donde distintas empresas la confecciona para tener el producto deseado. La materia prima de este producto es importada desde Corea, Argentina y Colombia con precios accesibles ya que en el país no existe este tipo de tejido de alta calidad.

**Figura 3** Principales países para la Exportación.



**Fuente:** Plastiazuay S.A.

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

El principal destino para las exportaciones de Plastiazuay S.A. es Perú, se puede observar en el gráfico que todos los años se ha exportado una gran cantidad en dólares al país vecino.

Las razones fundamentales de que Perú sea el principal socio comercial de la empresa son: brinda una facilidad de pago, es decir, son pagos directos sin necesidad de garantías bancarias, la cercanía que se tiene con dicho país, pues el costo del flete es más económico para las dos empresas (exportadora-importadora). Otro factor importante es que las empresas importadoras del producto son de gran confiabilidad, esto hace que la empresa entregue un producto de calidad a un bajo costo con un tiempo de entrega óptimo.

Venezuela fue un mercado interesante para Plastiazuay S.A. entre los años 2011-2013 como se observa en el gráfico, esto se debe a que la empresa aprovecho las oportunidades de mercado para exportar su producto, ya que en este país no se puede encontrar el producto que brinda la empresa.

Para el siguiente año las exportaciones disminuyeron notablemente, el principal factor en el tema de exportación a Venezuela fue la crisis que el país sufre, existe un temor en todo el sector industrial, lamentablemente no todos quieren arriesgar por tema netamente económico.

Los otros países de destino son Colombia, Bolivia y Guatemala en donde Plastiazuay S.A. realiza exportaciones esporádicamente, aprovecha las situaciones que se tienen para exportar el producto requerido por el cliente.

## **CAPÍTULO III**

### **IDENTIFICAR LOS PAÍSES DE SUDAMÉRICA IMPORTADORES DE PRODUCTOS SIMILARES A LOS QUE BRINDA PLASTIAZUAY S.A.**

Plastiazuay S.A. es una empresa importadora de materias primas puesto que en el país no se encuentra este tipo de recursos, sin embargo, la empresa no se caracteriza por ser importadora más bien realiza transformaciones de la materia prima para elaborar productos sintéticos de calidad.

Argentina, Corea, Colombia, Estados Unidos, Brasil, entre otras, son los proveedores de materias primas para la empresa. Los costos de la importación son accesibles para la empresa debido a la cercanía en algunos casos, por otro lado, el valor de la materia prima es menor comparado con el resto de mercados internacionales.

#### **3.1. Exportaciones e Importaciones de los principales países de Sudamérica.**

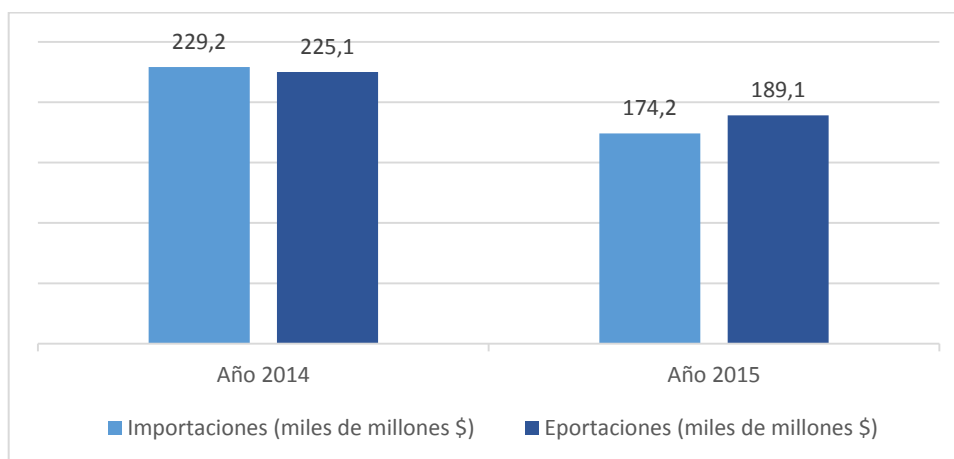
Sudamérica se encuentra conformada por doce países, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay y Venezuela. Varios de estos países son relevantes para la economía de Sudamérica, es decir, son países en donde las exportaciones e importaciones de materias primas y productos manufacturados dejan grandes ingresos económicos.

##### **3.1.1. Principales países Exportadores e Importadores:**

###### **Brasil:**

Uno de los países más grandes a nivel mundial y el más grande de Sudamérica es el principal exportador e importador de América del Sur por ser una de las economías más importantes del mundo, sus principales socios comerciales para la exportación son China 19.1%, Estados Unidos 12.6%, Argentina 6% y Holanda 5.3%, los principales productos de exportación son equipos de transporte, mineral de hierro, frijol-soja, calzado, café y automóviles.

**Figura 4** Exportaciones e importaciones de Brasil



**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

En cuanto a las importaciones de Brasil para el año 2014 fueron más representativas en la balanza comercial con 229.2 miles de millones de dólares con respecto a las exportaciones que fueron de 225.1 miles de millones de dólares, cuenta con socios comerciales que son China 18.1%, Estados Unidos 15.3%, Alemania 6%, Argentina 6% y Nigeria 4.2%, los productos de importación como podemos observar en la figura 5, son maquinaria con un 26%, productos minerales con un 20%, productos químicos 16%, transporte con un 11% metales con un 6% y plásticos y cauchos con un 5.6 % con esto quiere decir que Brasil importa la cantidad de \$12.8 miles de millones en productos plásticos al año que es el ítem que más nos interesa en este análisis.

**Figura 5** Principales Productos de Importación de Brasil.

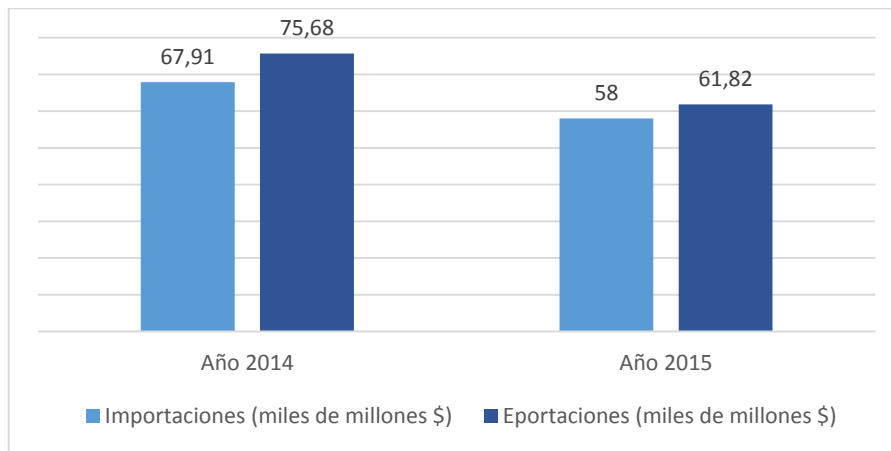


**Fuente:** OEC, (2014)

## Chile:

El país chileno se caracteriza por su producción interna es por esto que puede exportar en grandes cantidades la materia prima del cobre, así como también sus cultivos de frutas, pulpa, pescado y vino, los productos químicos y el papel también son de gran importancia en las exportaciones de este país. Los principales socios comerciales son China 24.4%, Estados Unidos 12.3%, Japón 10%, Corea del Sur 6.2% y Brasil 5.4% para el año 2015.

**Figura 6** Exportaciones e importaciones de Chile

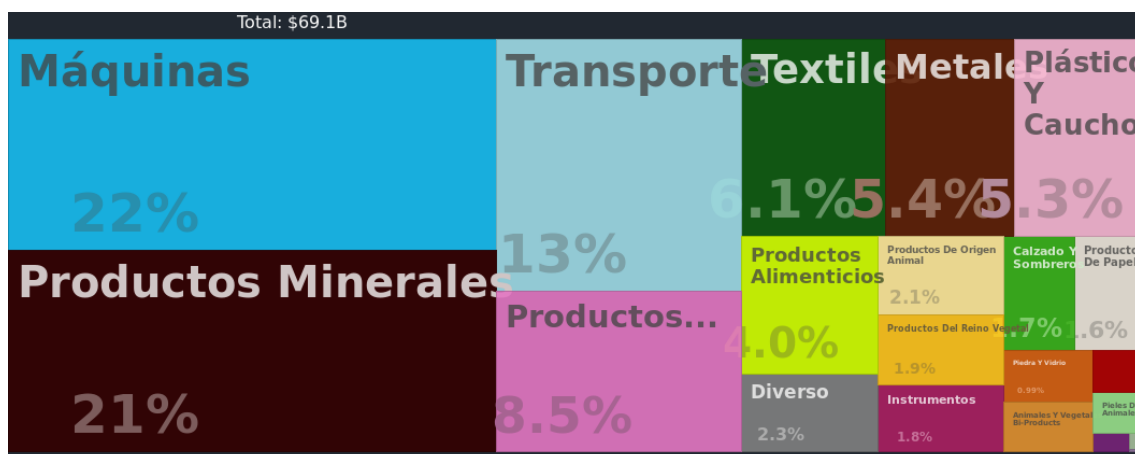


**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

Las importaciones (67.91 miles de millones) fueron un monto menos representativo que las exportaciones (75.68 miles de millones) en la balanza comercial de estos años. Como podemos observar en la figura 7, Chile es un país importador de productos como maquinaria (22%) productos minerales (21%), transporte (13%) productos químicos (8.5%), textiles (6.1%), metales (5.4%), productos alimenticios (4.0%) y plásticos y cauchos con un (5.3%) que equivale a 3.69 miles de millones de dólares que importan anualmente de sus socios comerciales como China 20.9%, Estados Unidos 19.8%, Brasil 7.9%, y Argentina 5.4%, Chile se encuentra en el puesto 49 del ranking mundial de países importadores.

**Figura 7** Principales Productos de Importación de Chile.

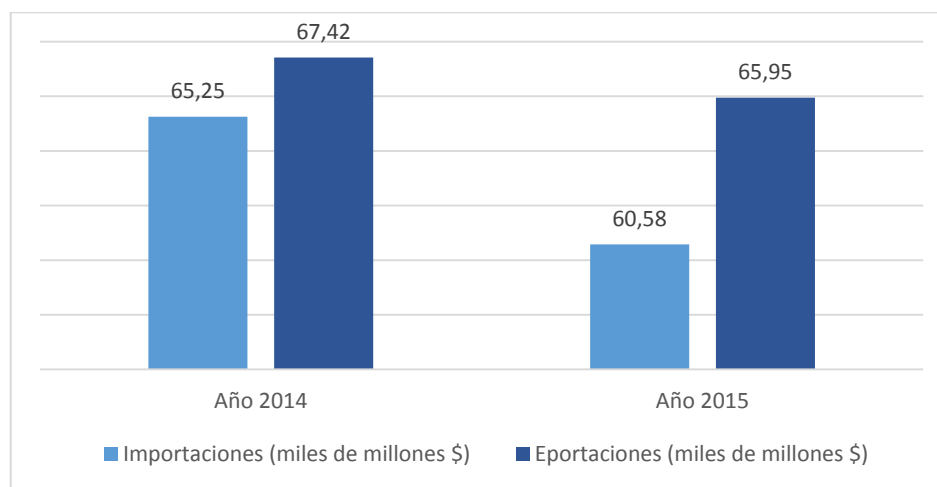


Fuente: OEC, (2014)

**Argentina:**

Gracias a su riqueza en la tierra uno de los principales productos que La Republica de Argentina exporta es la harina de soja, soja, maíz y sus derivados, trigo, vino y frijol, como también petróleo y refinado del mismo en una menor proporción; cuenta con socios comerciales como Brasil 20.5%, China 6.6%, Estados Unidos 5.7% y Chile 4.2%.

**Figura 8** Exportaciones e importaciones de Argentina



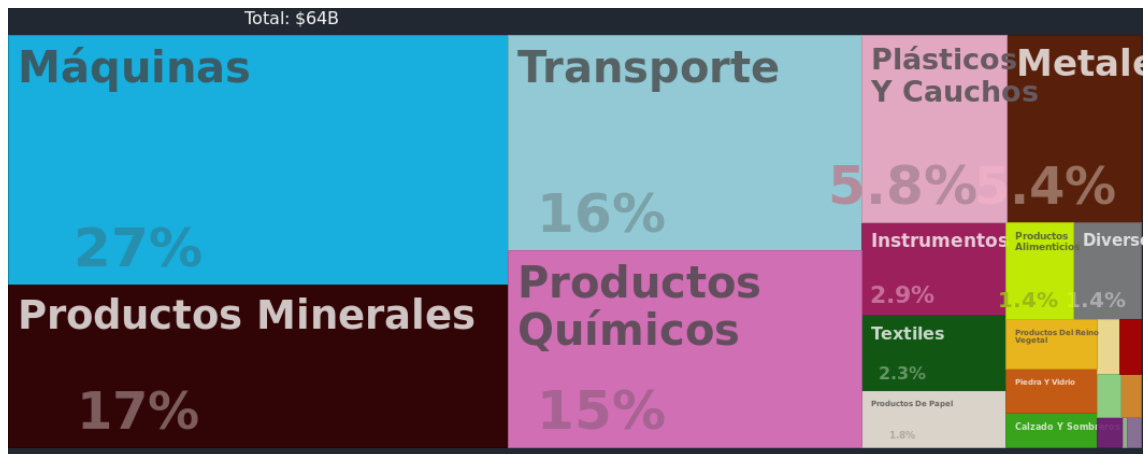
Fuente: Central Intelligence Agency

Elaborado por: Llerena Ibarra E. Renato



En cuanto a las exportaciones de Argentina para el año 2014 fueron más representativas en la balanza comercial 67.42 miles de millones de dólares con respecto a las importaciones que fueron de 65.25 miles de millones de dólares; los principales lugares de destino para importar son Brasil 22.1%, China 16.2%, Estados Unidos 13.8%, Alemania 5.4% y Bolivia 4.2%. En el ranking mundial de importadores se encuentra en el puesto 43, como podemos observar en la figura 9, los principales productos que importa Argentina son Maquinaria (27%), productos minerales (petróleo y refinado de petróleo con un 17%), Transporte (16%), productos químicos (15%), plásticos y cauchos con un 5.8% que equivale a 3.7 miles de millones de dólares que Argentina importa anualmente.

**Figura 9** Principales Productos de Importación de Argentina.

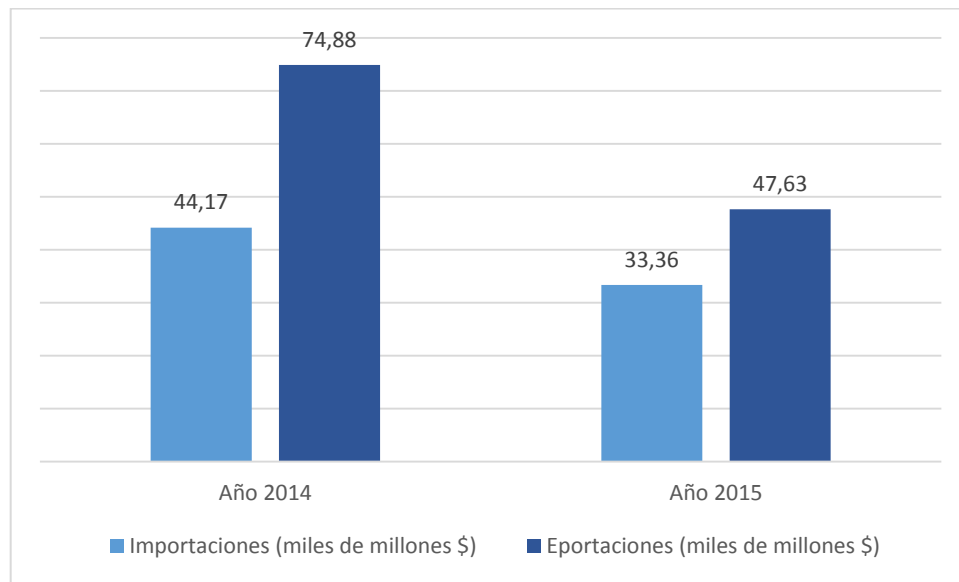


**Fuente:** OEC, (2014)

### **Venezuela:**

Los principales productos de exportación para Venezuela y su principal ingreso económico con más del 90% del total de exportaciones son el petróleo crudo, el refinado de petróleo y sus derivados, otros productos para exportar son el aluminio, minerales, productos químicos, maquinaria y productos para la agricultura. Los principales mercados internacionales para el país son Estados Unidos 34.6%, India 15.1%, China 12.9%, Cuba 5.3%, Singapur 4.8% para el año 2014.

**Figura 10 . Exportaciones e importaciones de Venezuela**

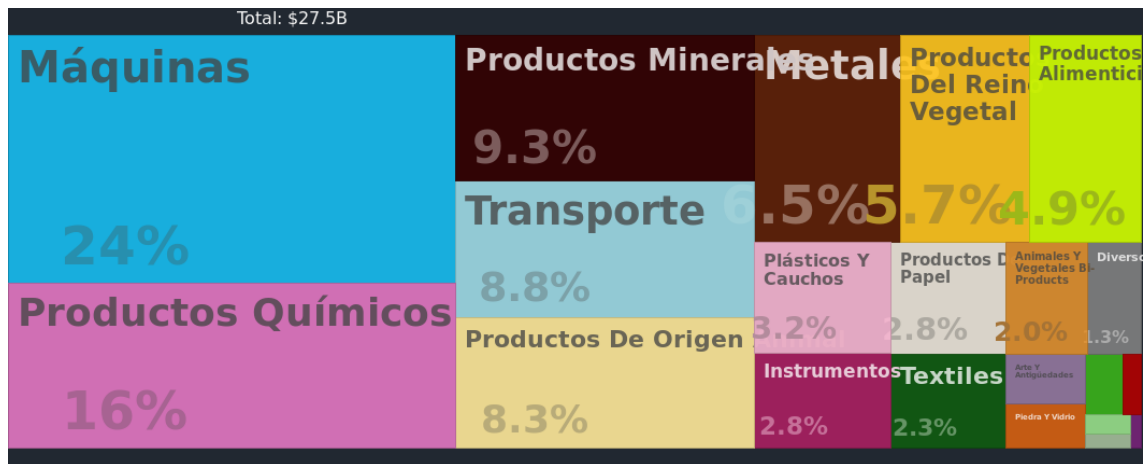


**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

Con respecto a las exportaciones de Venezuela para el año 2014 fueron bastante más representativas en la balanza comercial con 74.88 miles de millones de dólares con respecto a las importaciones 44.17 miles de millones de dólares, como podemos observar en la figura 11, sus principales productos de importación son las maquinas con 24% seguido de productos químicos con 16%, productos minerales con 9.3%, transporte 8.8%, metales con 6.5% y plásticos y cauchos con un 3.2% que equivale a 890 millones de dólares invertidos en importaciones de sus proveedores internacionales Estados Unidos 24.2%, China 12.1%, Brasil 9.9%, Colombia 4.3% y Argentina 4.1%.

**Figura 11** Principales Productos de Importación de Venezuela.

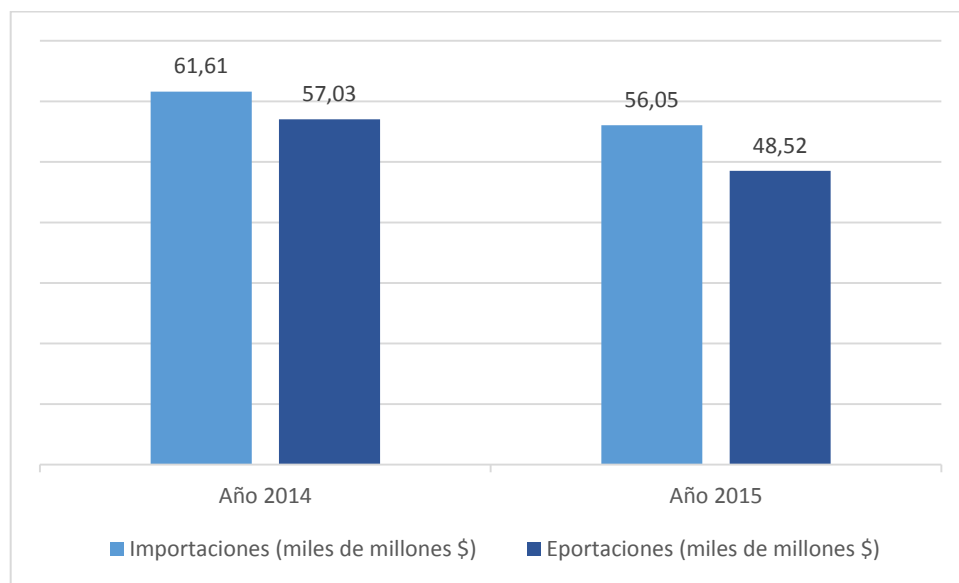


**Fuente:** OEC, (2014)

**Colombia:**

Las exportaciones de café, gracias a su popularidad alcanzan cerca del 7.2% del total de las exportaciones de Colombia, pero el petróleo crudo sigue siendo el principal producto en exportarse seguido de productos químicos, metales preciosos, textiles y maquinas, Los principales destinos internacionales de Colombia son: Estados Unidos 26.3%, China 20.5%, Panamá 6.6%, España 5.9% y India 5.1% en el año 2014.

**Figura 12** Exportaciones e importaciones de Colombia

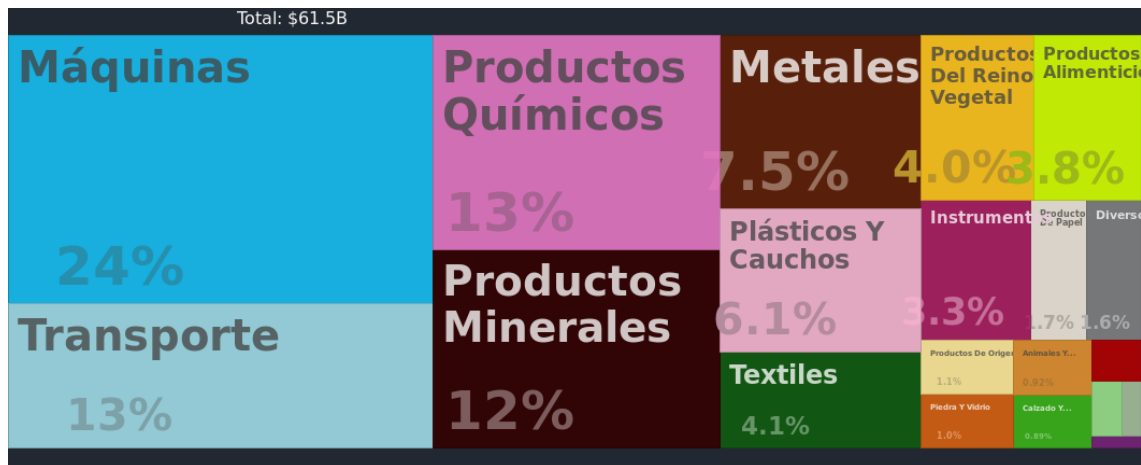


**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

En cuanto a las importaciones de Colombia para el año 2014 fueron más representativas en la balanza comercial con 61.61 miles de millones de dólares con respecto a las exportaciones 57.03 miles de millones de dólares, como se observa en la figura 13, Colombia es un país importador de maquinaria (24%), equipo de transporte (13%), producto químicos (13%), productos minerales (12%), metales (7.5%) y plásticos y cauchos (6.1%) que equivale a 3.78 miles de millones en importaciones de este producto; los principales proveedores del país son Estados Unidos 28.5%, China 18.4% y México 8.2%, llevándolo así hasta el puesto 48 del ranking de importadores mundiales.

**Figura 13** Principales Productos de Importación de Colombia.

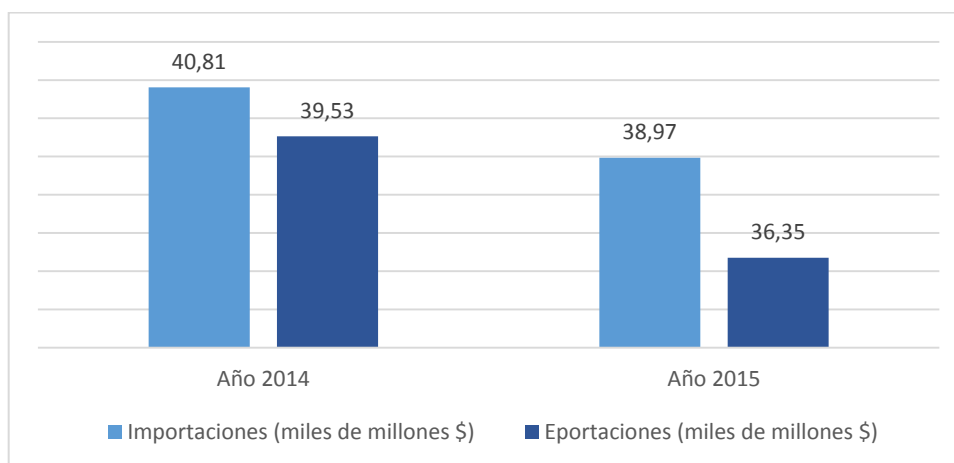


**Fuente:** OEC, (2014)

### **Perú:**

Perú gracias a la riqueza de su tierra se caracteriza por la exportación de minerales de cobre y de oro, así como también estaño, mineral de hierro, zinc, plata, crudo de petróleo y productos de petróleo, gas natural, café, vegetales, fruta, producto textil, pescado, productos químicos, productos metálicos y maquinaria. Sus principales destinos de exportación son China 18.3%, Estados Unidos 16.1%, Suiza 6.9%, Canadá 6.6%, Brasil 4.2% y Japón 4.1%.

**Figura 14** Exportaciones e importaciones de Perú.

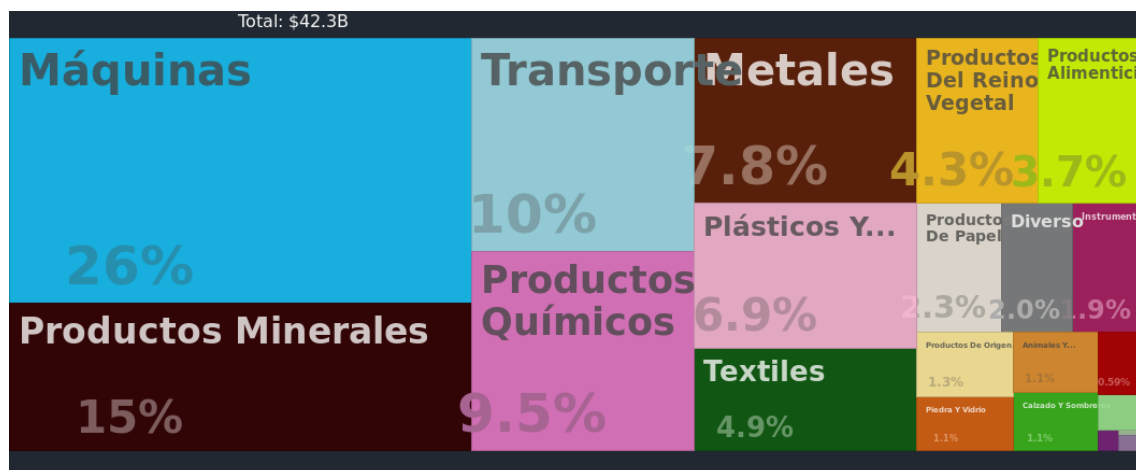


**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

En cuanto a las importaciones de Perú, para el año 2014 fueron de 40.81 miles de millones con respecto a las exportaciones que fueron 1.28 puntos porcentuales menos con un valor de 39.53 miles de millones lo cual nos dice que el país importa más de lo exporta, como podemos observar en la figura 15, el país vecino realiza importaciones en su mayoría de maquinaria con un 26% seguido de productos minerales con un 15%, transporte y productos químicos con 10% y 9.5% respectivamente y plásticos y cauchos con un 6.9% del total de las importaciones lo que equivale a 2.93 miles de millones de dólares, Perú importa productos de China 21%, Estados unidos 21%, Brasil 4.7%, México 4.6% y Ecuador 4.2%. En el ranking mundial de importadores se encuentra en el puesto 55.

**Figura 15.** Principales Productos de Importación de Perú.

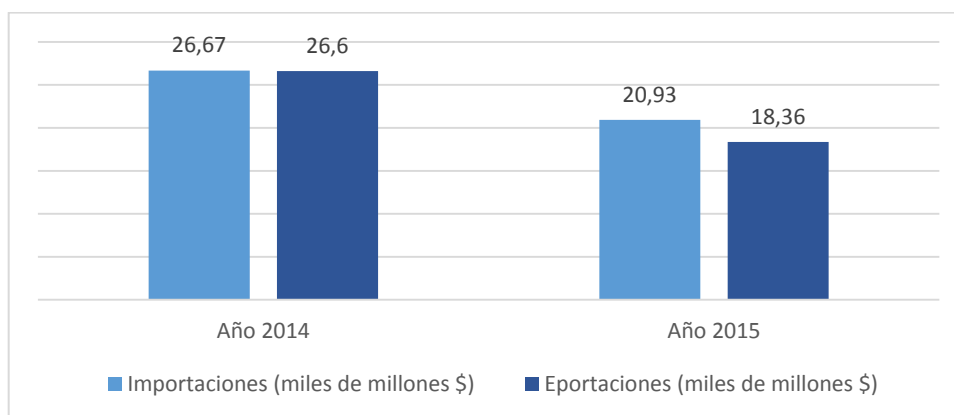


**Fuente:** OEC, (2014)

**Ecuador:**

El principal producto que Ecuador exporta es el petróleo crudo con más del 50% del total de las exportaciones seguido de plátanos, camarón, flores, cacao, café, pescado, madera y en un 0.9% plásticos y cauchos que es el producto más relevante para este análisis, si bien el porcentaje de exportación de plásticos y cauchos no es muy alto, está entre las 10 principales categorías que el Ecuador exporta; en cuanto a los principales socios comerciales de Ecuador son Estados Unidos 43.9%, Chile 8.9%, Perú 6.1% y Colombia 4.1%, Rusia y China con el 4.0%, podemos ver que exportamos a Sudamérica una gran cantidad de productos es por esto que se ve más conveniente el abrirse nuevos mercados en estos países.

**Figura 16** Exportaciones e importaciones de Ecuador

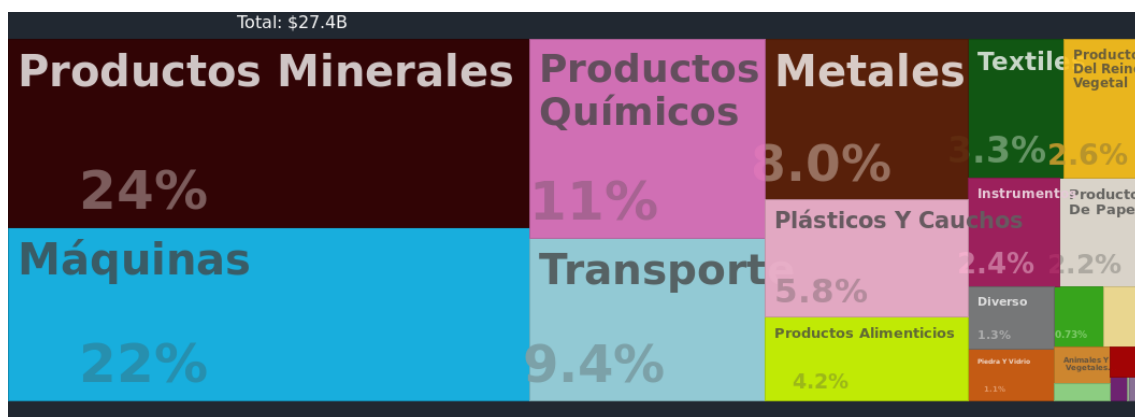


**Fuente:** Central Intelligence Agency

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

En cuanto a las importaciones de Ecuador para el año 2014 fueron más representativas en la balanza comercial con 26.67 miles de millones de dólares con respecto a las exportaciones 26.06 miles de millones de dólares, Ecuador Importa desde países como Estados Unidos 31.9%, China 13%, Colombia 8% y Panamá 5.1%. Es un país importador de productos minerales (24%), maquinaria (22%) productos químicos (11%) metales (8.0%), plásticos y cauchos (5.8%). En el año 2015 se encuentra en el puesto 72 del ranking mundial de importadores.

**Figura 17** Principales Productos de Importación de Ecuador.

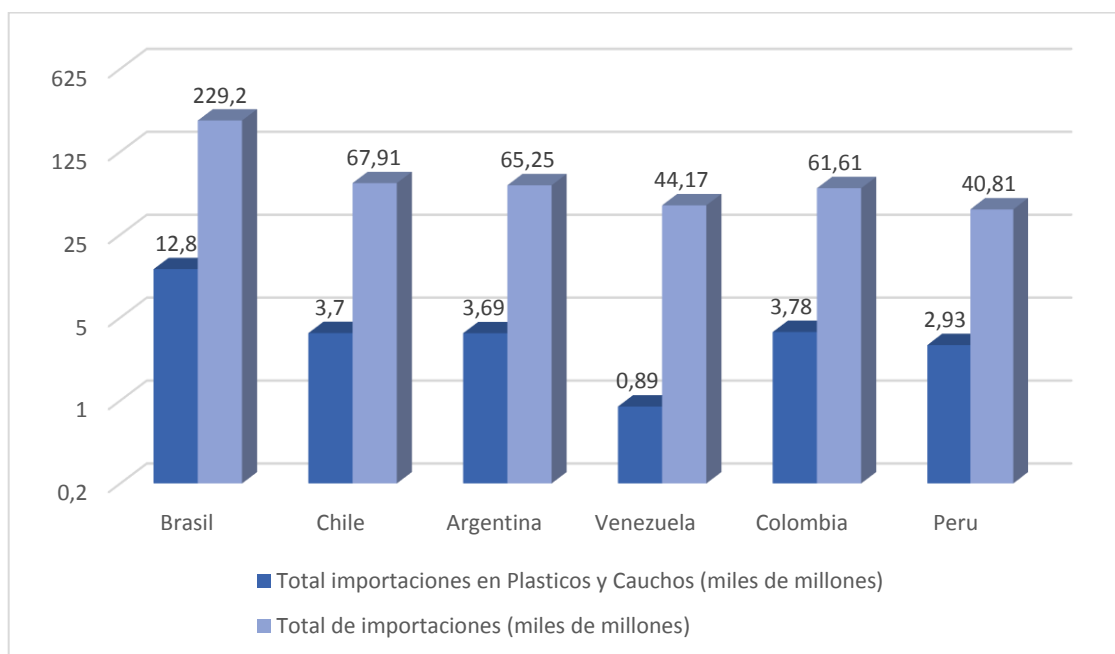


**Fuente:** OEC, (2014)

Según el monto destinado a las importaciones de la categoría de plásticos y cauchos los países más aptos para que la empresa Plastiazuay pueda exportar sus productos son Brasil con 12.8 miles de millones de dólares, Argentina con 3.69 miles de millones de dólares seguido por Chile con 3.7 miles de millones de dólares, Colombia con 3.78 miles de millones de dólares, Perú con 2.93 miles de millones de dólares y por último Venezuela con 890 millones de dólares como podemos ver en la figura 18.

Actualmente la empresa Plastiazuay S.A. ya exporta a Colombia, Perú, Venezuela y Bolivia, los posibles nuevos mercados por el monto destinado a las importaciones de plásticos y cauchos serían Brasil, Chile y Argentina.

**Figura 18** Total de Importaciones de Plásticos y Cauchos por país.



**Fuente:** OEC, (2014)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

En el siguiente apartado podremos ver las importaciones de la categoría de Plásticos y Cauchos desglosados por productos y qué países importan una mayor cantidad de estos para definir a que países de Sudamérica es más óptima la exportación que la empresa busca.

### **3.2. Países Importadores de productos Sintéticos en Sudamérica.**

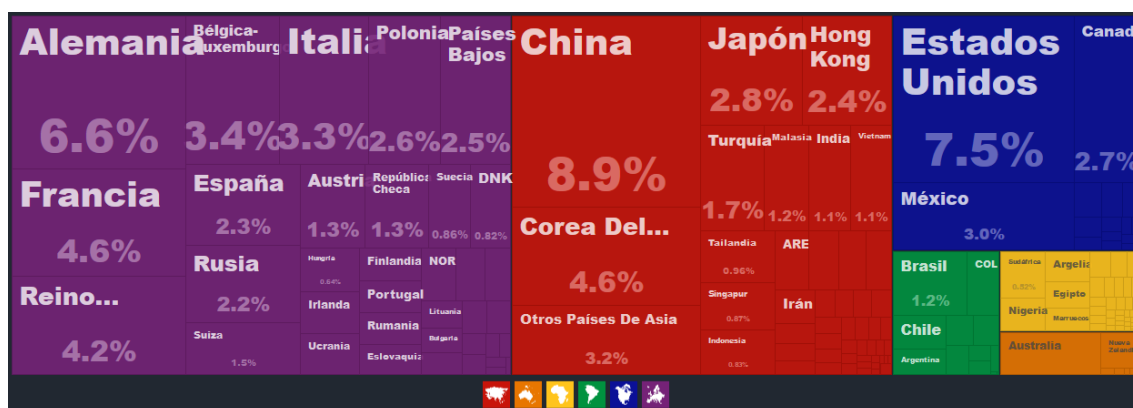
Según información obtenida del Observatorio de Complejidad Económica los países de Sudamérica principalmente Brasil, Chile, Uruguay, Argentina y Paraguay importan los siguientes productos plásticos que se detallan en el siguiente apartado:

#### **Lonas de plástico**

La Lona de Plástico es también conocida como bolsas de plástico, envases de alimentos, envases, monofilamento, tubos, varillas, placas, hojas, resina. Los principales importadores mundialmente son China (\$5,03 Miles de millones), Estados Unidos (\$4,23 Miles de millones), Alemania (\$3,69 Miles de millones), Francia (\$2,59 Miles de millones) y Corea del Sur (\$2,58 Miles de millones) (Ver Figura).



**Figura 19 Países importadores de lonas de Plástico**

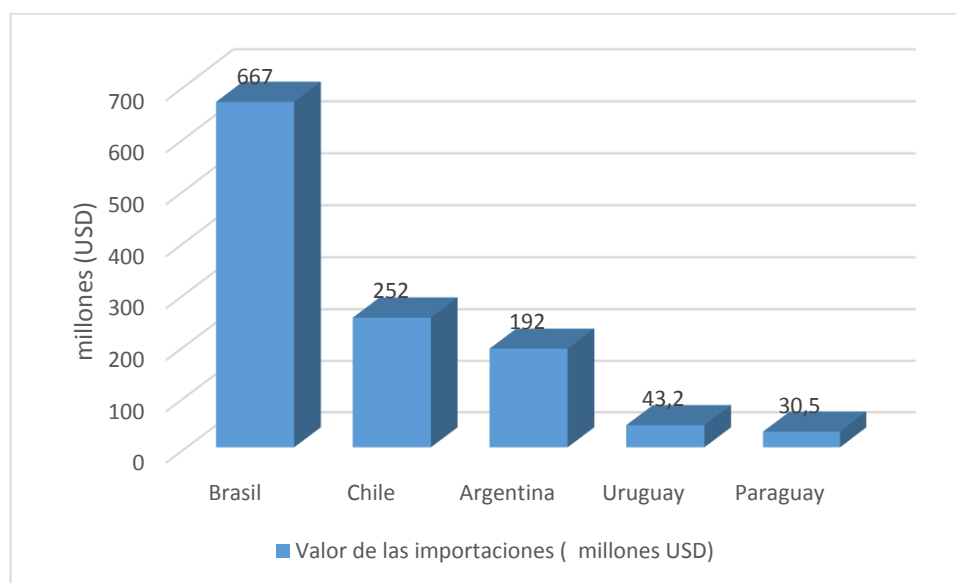


**Fuente:** OEC, (2014)

Por otro lado, los principales exportadores de Lona de Plástico son Alemania (\$6,75 Miles de millones), Japón (\$6,28 Miles de millones), los Estados Unidos (\$5,15 Miles de millones), China (\$4,63 Miles de millones) e Italia (\$3,05 Miles de millones).

En lo que respecta a los países de Sudamérica, los principales importadores de lonas de plástico son Brasil (\$667 millones), Chile (\$252 millones) y Argentina (\$192 millones) como se puede observar en la figura 12.

**Figura 20 Importaciones de lonas de Plástico de los países de Sudamérica**



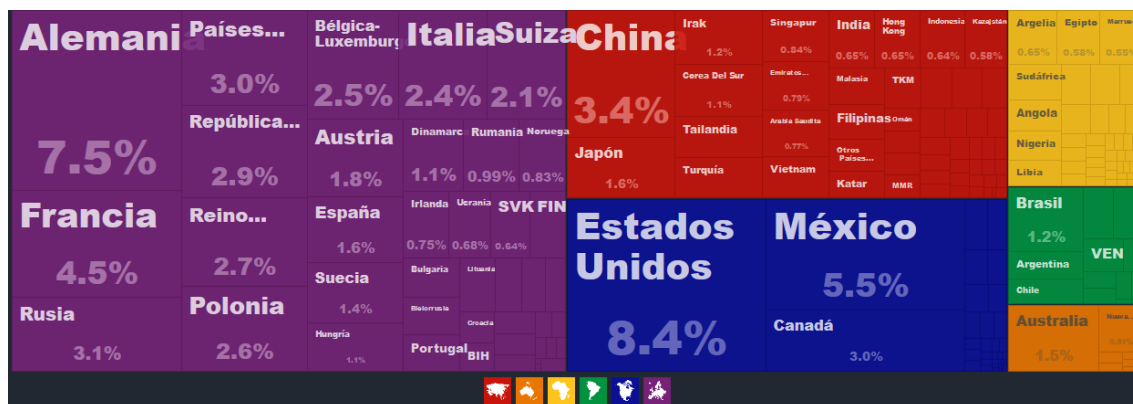
**Fuente:** OEC, (2014)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

## Tubos de plástico

Tubos de plástico también conocido como tubos, mangueras, conexiones, juntas, codos, empalmes. Los principales importadores son los Estados Unidos (\$2,01 Miles de millones), Alemania (\$1,79 Miles de millones), México (\$1,31 Miles de millones), Francia (\$1,07 Miles de millones) y China (\$803 Millones).

**Figura 21 Países importadores de tubos de plástico**

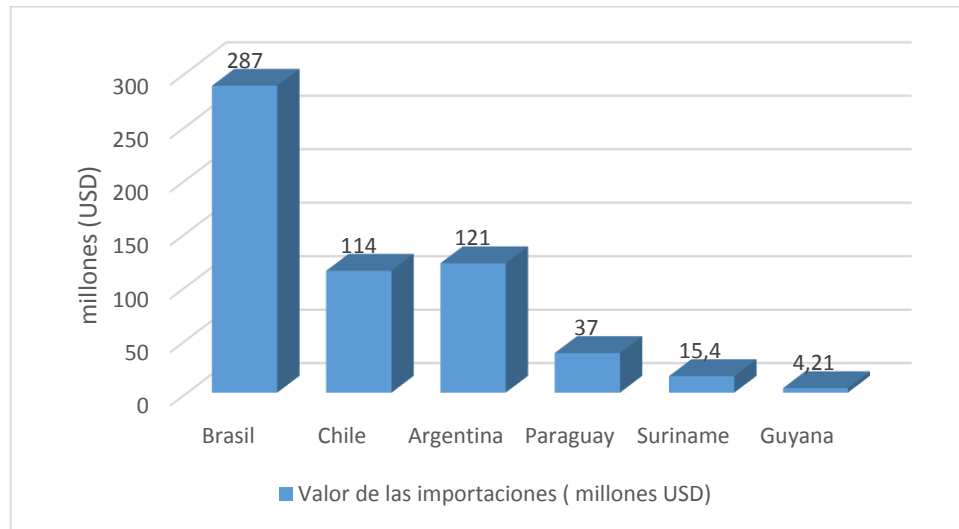


**Fuente:** OEC, (2014)

Mientras que los principales exportadores de Tubos de plástico son Alemania (\$4,08 Miles de millones), los Estados Unidos (\$2,84 Miles de millones), China (\$2,25 Miles de millones), Italia (\$1,48 Miles de millones) y Turquía (\$881 Millones).

La participación de los países de Sudamérica respecto a las importaciones se tubos de plástico se destaca Brasil (\$287 millones), en una menor proporción Argentina (121 millones) y Chile (114 millones).

**Figura 22 . Importaciones de tubos de Plástico de los países de Sudamérica**



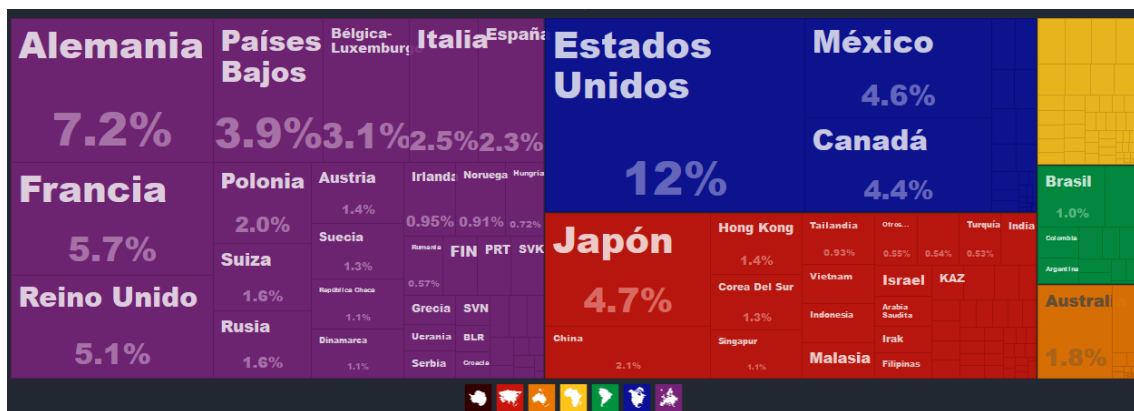
**Fuente:** OEC, (2014)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

### Tapas de plástico

Las tapas de plástico también conocido como cierres, tapones y tapas. Los principales importadores son Estados Unidos (\$6,39 Miles de millones), Alemania (\$3,7 Miles de millones), Francia (\$2,9 Miles de millones), el Reino Unido (\$2,6 Miles de millones) y Japón (\$2,38 Miles de millones).

**Figura 23 Países importadores de tapas de plástico**

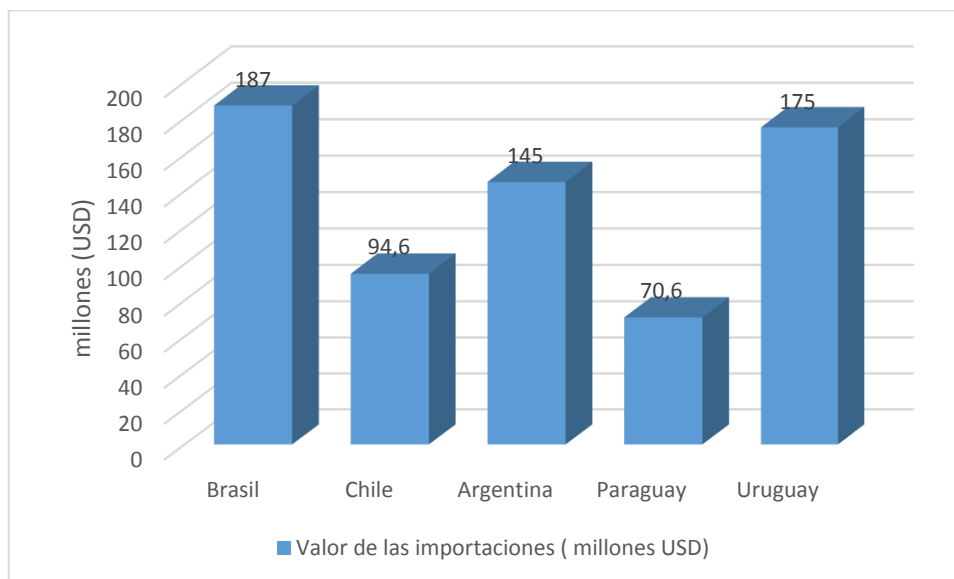


**Fuente:** OEC, (2014)

Los principales exportadores de Las tapas de plástico son China (\$8,75 Miles de millones), Alemania (\$5,28 Miles de millones), los Estados Unidos (\$5,18 Miles de millones), Francia (\$2,38 Miles de millones) y Italia (\$2,06 Miles de millones).

En relación de la participación de los países de Sudamérica importadores de Tapas de plástico se destacan Brasil (\$ 187 millones), Uruguay (175 millones), Argentina (145 millones) y Chile (\$96,6 millones).

**Figura 24** Importaciones de tapas de Plástico de los países de Sudamérica



**Fuente:** OEC, (2014)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

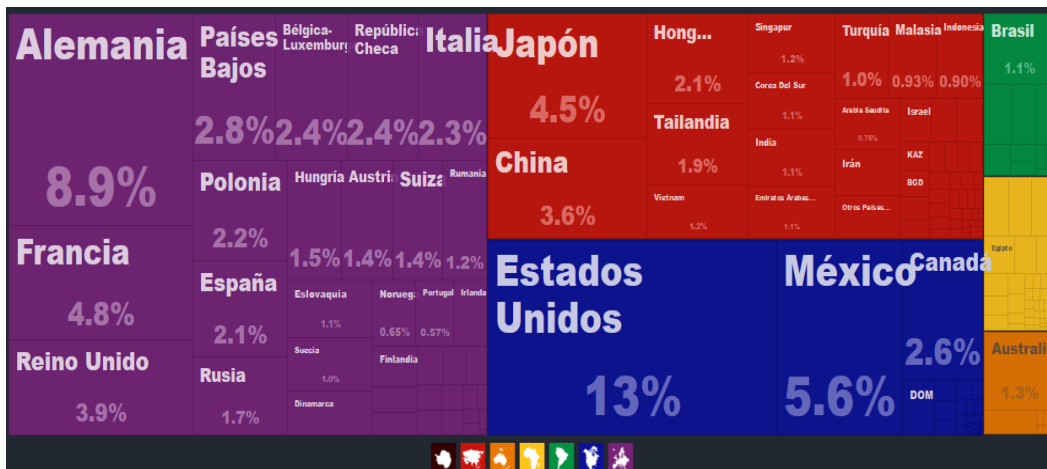
### Otro Plastic láminas

Otro Plastic láminas también conocido como hojas, películas, bandas. Los principales importadores son Estados Unidos (\$2,18 Miles de millones), Alemania (\$2,01 Miles de millones), China (\$1,5 Miles de millones), Francia (\$1,46 Miles de millones) y México (\$1,44 Miles de millones).



Otros productos de plástico también conocido como material de oficina, material escolar, accesorios de vestir, estatuillas, objetos de adorno, muebles. Los principales importadores son los Estados Unidos (\$9 Miles de millones), Alemania (\$6,21 Miles de millones), México (\$3,94 Miles de millones), Francia (\$3,36 Miles de millones) y Japón (\$3,15 Miles de millones).

**Figura 27** Países importadores de Otros productos de plástico

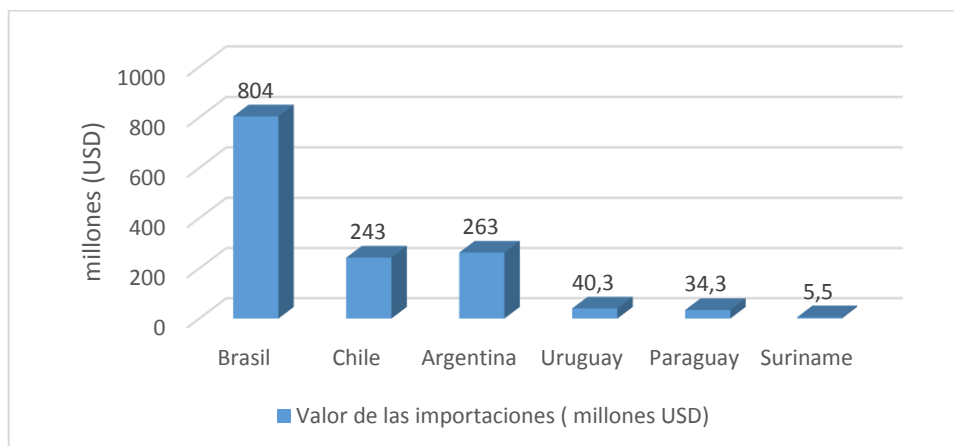


**Fuente:** OEC, (2014)

Los principales exportadores de Otros productos de plástico son China (\$19,3 Miles de millones), Alemania (\$9 Miles de millones), los Estados Unidos (\$6,9 Miles de millones), Italia (\$2,75 Miles de millones) y Japón (\$2,63 Miles de millones).

En lo que respecta a otros productos de plástico en América del Sur importan en una mayor proporción Brasil (\$804 millones), Argentina (\$263 millones) y Chile (\$243 millones).

**Figura 28 . Importaciones de Otros productos de Plástico de los países de Sudamérica**



**Fuente:** OEC, (2014)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

### Asientos

Asientos también conocido como asientos de avión, asientos de vehículos de motor, sillas. Los principales importadores son los Estados Unidos (\$19,7 Miles de millones), Alemania (\$8,87 Miles de millones), el Reino Unido (\$3,75 Miles de millones), Francia (\$3,54 Miles de millones) y Canadá (\$3,42 Miles de millones).

**Figura 29 Países importadores de asientos**

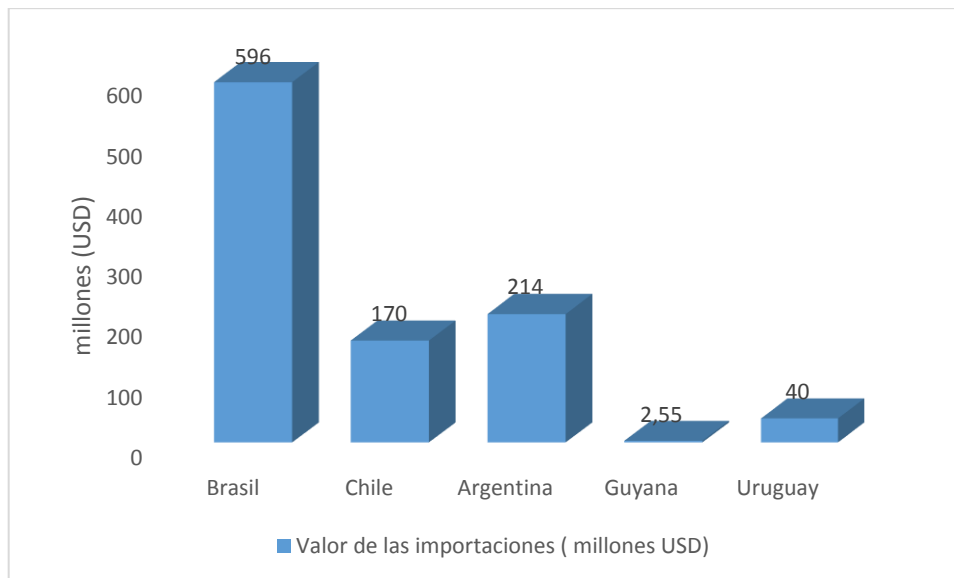


**Fuente:** OEC, (2014)

Los principales exportadores de Asientos son China (\$23,2 Miles de millones), México (\$7,4 Miles de millones), Polonia (\$5,11 Miles de millones), Alemania (\$4,51 Miles de millones) y los Estados Unidos (\$3,88 Miles de millones).

Mientras que los principales importadores de asientos de América del Sur son Brasil (\$596 millones), Argentina (\$214 millones) y Chile (\$170 millones).

**Figura 30** Importaciones de asientos de los países de Sudamérica



**Fuente:** OEC, (2014)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

De acuerdo a la información anteriormente expuesta se puede concluir que los países de Sudamérica importadores de productos similares a los que brinda Plastiazuay a excepción de los que viene comercializando actualmente (Perú, Colombia, Venezuela, Bolivia y Guatemala) se encuentra Brasil, Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay, Surinam y Guyana. Los cuales exportan principalmente de Alemania, Estados Unidos, China, Italia, Japón y Francia.

### 3.2.1. Principales Productos de Plastiazuay S.A

**Producto:** Expandible

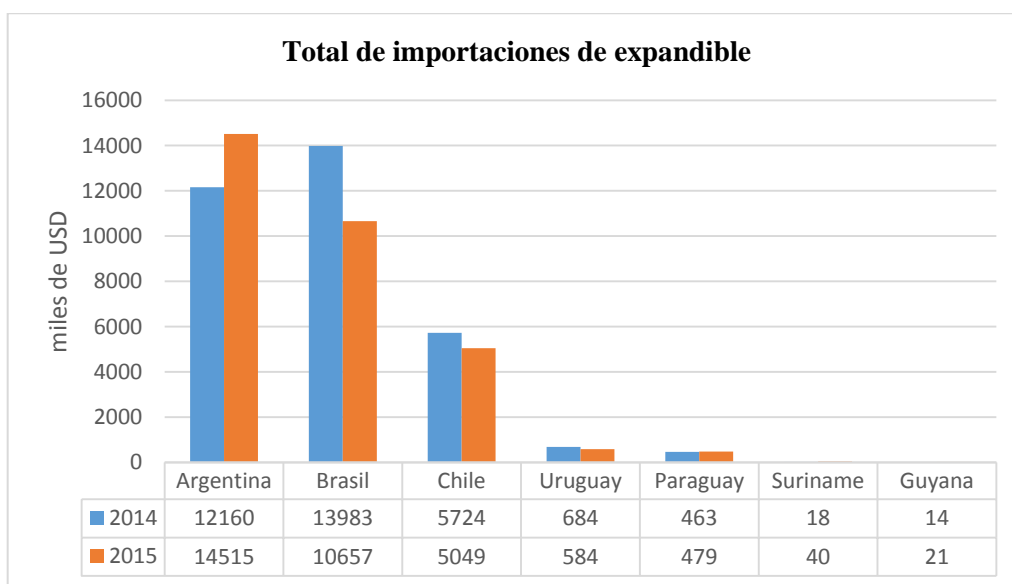
**Partida arancelaria:** 3921120000



**Descripción:** Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros celulares de cloruro de vinilo, sin trabajar.

Dentro de los países importadores de Sudamérica de productos expandibles se encuentran en Brasil, Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay, Surinam y Guyana. En el año 2015 se destaca Argentina (26675 miles de USD) y Brasil (24640 miles de USD) las cuales han importado un valor superior. Los principales países exportadores de este bien son Estados Unidos y China (Ver anexo).

**Figura 31** Total de importaciones de expandible



**Fuente:** Trade Map

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

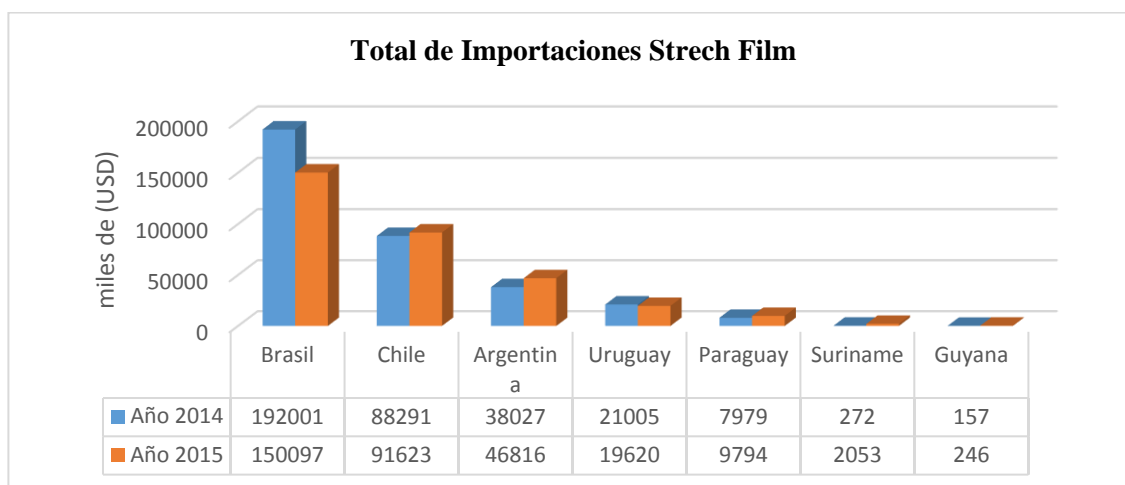
**Producto:** Stretch Film

**Partida arancelaria:** 39201000

**Descripción:** Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno y sin esfuerzo, estratificación.

En relación a Stretch Film se encuentran Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay, Surinam y Guyana. Las mayores importaciones en los últimos años se han realizado por Brasil (342098 miles de USD) y Chile (179914 miles de USD). Los principales países exportadores de Stretch Film son Estados Unidos y China (Ver Anexo).

**Figura 32** Total de Importaciones de Strech Film



**Fuente:** Trade Map

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

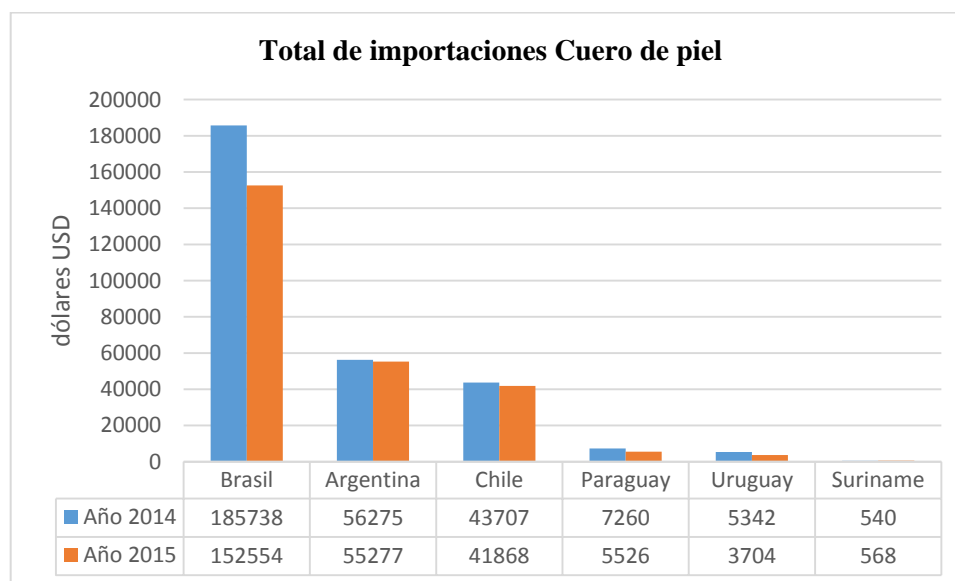
**Producto:** Cuero piel y carpas

**Partida arancelaria:** 39219010

**Descripción:** Placas, láminas, hojas y tiras, de plástico, reforzadas, estratificadas o combinadas

Los países de Sudamérica que importan Placas, láminas, hojas y tiras, de plástico, reforzadas, estratificadas o combinadas son principalmente Brasil, Argentina y Chile; mientras que una menor proporción importan este producto Uruguay y Surinam. Los que exportan en una mayor cantidad esta mercadería son Alemania y Estados Unidos (Ver Anexo).

**Figura 33** Total Importaciones Cuero de Piel



**Fuente:** Trade Map

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

### 3.3. Convenios de importación entre Ecuador y países de Sudamérica

#### 3.3.1. Acuerdo de Cartagena (Comunidad Andina)

**Países:** Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador

**Normativa en materia de origen según acuerdo preferencial:** Decisión 417 de la Comisión de la Comunidad Andina.

La Comunidad Andina de naciones según los artículos 113, 114 y 115 del Acuerdo de Cartagena y las Decisiones 222, 293 y 370 de la Comisión acuerdan:

**Artículo 1.-** La Secretaría General, de oficio o por solicitud de un País Miembro, podrá fijar Requisitos Específicos de Origen para los productos que así lo requieran, de conformidad con los criterios y procedimientos establecidos en la presente Decisión.

**Artículo 2.-** Los Requisitos Específicos de Origen se consideran un mecanismo complementario a la aplicación de las Normas Especiales de Origen vigentes y prevalecerán sobre los criterios generales para la calificación del origen.

**Artículo 3.-** Los Requisitos Específicos de Origen deberán constituir un instrumento dinámico para el desarrollo de la Subregión y ser adecuados para la consecución de los objetivos del Acuerdo. En tal sentido, se adoptarán Requisitos Específicos de Origen para adecuar las normas de origen al avance económico y tecnológico de la Subregión, así como para propiciar condiciones equitativas de competencia.

**Artículo 4.-** La Secretaría General, al fijar Requisitos Específicos de Origen, procurará que no constituyan obstáculos para el aprovechamiento de las ventajas derivadas de la

aplicación del Acuerdo.

**Artículo 5.-** Con base en los criterios de los artículos 3 y 4 de la presente Decisión, se fijarán Requisitos Específicos de Origen utilizando las siguientes modalidades:

- a) La incorporación de determinados materia- les originarios de los Países Miembros, que confieran el carácter esencial o sean materia principal de un bien, siempre que existan condiciones normales de abastecimiento sub- regional;
- b) La realización de determinados procesos pro- ductivos en la elaboración de un bien en el territorio de los Países Miembros, teniendo en cuenta los procesos productivos existentes en el conjunto de la Subregión;
- c) La incorporación de un determinado porcentaje de materiales subregionales en productos elaborados fuera del territorio de los Países Miembros, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 de la Decisión 293 o la norma que la sustituya;
- d) Porcentaje máximo de valor CIF de los materiales importados de terceros países, respecto del valor FOB del producto final;
- e) El pago del arancel externo común correspondiente a los materiales importados de terceros países;
- f) La combinación de algunas de las modalidades anteriores, excepto la referida al literal e), la cual sólo se utilizará como alternativa y vinculada al literal a) del presente artículo.

**Artículo 6.-** La Secretaría General, al fijar los Requisitos Específicos de Origen, establecerá para Bolivia el cumplimiento diferido y progresivo de dichos Requisitos, teniendo en cuenta su grado de desarrollo.

**Artículo 7.-** Cuando se estime pertinente fijar Requisitos Específicos de Origen a determinados productos, la Secretaría General comunicará su intención a los Países Miembros, explicando los motivos que le asisten y solicitará sus observaciones.

**Artículo 8.-** El País Miembro que solicite la fijación de Requisitos Específicos de Origen deberá remitir a la Secretaría General, como mínimo, la siguiente información:

- a) Descripción del producto objeto de la solicitud, características técnicas y clasificación arancelaria según la NANDINA;
- b) Materiales utilizados, proceso de producción y participación de dichos materiales en la elaboración del producto final;
- c) Justificación de la solicitud, criterios considerados y modalidad de Requisito Específico de Origen a establecer.

**Artículo 9.-** Una vez recibida la solicitud con la información completa de que trata el artículo anterior, la Secretaría General, en un plazo no superior a cinco días hábiles, verificará si dicha solicitud se ajusta a los criterios establecidos en la presente Decisión. De ser así, procederá de inmediato a solicitar sus observaciones a los demás Países Miembros. De lo contrario, la Secretaría General se pronunciará mediante

Resolución denegando la solicitud y comunicará lo pertinente al país solicitante.

**Artículo 10.-** En desarrollo de los artículos 7 y 9 de la presente Decisión, los Países Miembros dispondrán de veinte días hábiles para hacer las observaciones que estimen pertinente.

Si en las observaciones de los países hubieren objeciones, la Secretaría General dará traslado de las mismas, de manera inmediata, a los demás Países Miembros, los que dispondrán de diez días hábiles para pronunciarse(...).

**Artículo 11.-** Para los efectos de la revisión o modificación de los Requisitos Específicos de Origen, se procederá conforme a lo establecido en los Artículos 113 y 114 del Acuerdo de Cartagena (...).

**Artículo 12.-** Los Requisitos Específicos de Origen vigentes se mantendrán hasta su revisión o modificación, si fuere el caso (Acuerdo de Cartagena , 1997).

### **3.3.2. Acuerdo de Complementación Económica No. 65**

**Países:** Ecuador-Chile

**Normativa en materia de origen según acuerdo preferencial:** Acuerdo de complementación

La importancia de este acuerdo radica en fortalecer la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), y alcanzar los objetivos previstos en el Tratado de Montevideo de 1980, mediante la concertación de acuerdos bilaterales y multilaterales lo más amplios posibles. En este sentido, el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la República de Chile acuerdan:

- (a) Intensificar las relaciones económicas y comerciales entre las Partes, y estimular la expansión y la diversificación del comercio entre ellas;
- (b) Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre las Partes;
- (c) Promover condiciones de competencia leal en el comercio entre las Partes;
- (d) Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del presente Acuerdo, para su administración conjunta, y para prevenir y resolver controversias;
- (e) Establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las Partes, así como en el ámbito regional y multilateral, encaminados a ampliar y mejorar los beneficios del presente Acuerdo;
- (f) Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes, propiciando un intensivo aprovechamiento de sus mercados, y fortaleciendo su capacidad competitiva en los intercambios mundiales (Acuerdo de Complementación Económica N°65, 2008).

En lo que respecta al trato Nacional y acceso a los mercados se considera lo siguiente:

Programas de Desgravación.- Las Partes se reunirán en el plazo de tres meses, contados a partir de la entrada en vigor de este Acuerdo, para considerar programas especiales con el objeto de incorporar a un programa de desgravación las mercancías contenidas en el Anexo 3.1. Asimismo, en cualquier momento, podrán acelerar el programa de desgravación arancelaria para aquellos productos o grupos de productos que de común acuerdo convengan (...).

Impuesto a la Exportación.- Ninguna Parte podrá adoptar o mantener cualquier arancel, impuesto u otro tipo de cargo sobre las exportaciones de cualquier mercancía al territorio de la otra Parte, a menos que tal arancel, impuesto o cargo sea adoptado o mantenido sobre cualquier mercancía para consumo doméstico, sin perjuicio de las excepciones previstas en el artículo 3.6

Restricciones a la Importación y a la Exportación.- Salvo que se disponga otra cosa en este Acuerdo, ninguna Parte podrá adoptar o mantener ninguna prohibición ni restricción a la importación de cualquier mercancía de la otra Parte o a la exportación o venta para exportación de cualquier mercancía destinada al territorio de la otra Parte, excepto lo previsto en el artículo XI, XX y XXI del GATT 1994, incluidas sus notas interpretativas respectivas (...) (Acuerdo de Complementación Económica N°65, 2008).

### **3.3.3. Acuerdo de Complementación Económica No. 59**

**Países:** MERCOSUR- CAN

**Normativa en materia de origen según acuerdo preferencial:** Acuerdo de Complementación

Según el Acuerdo de Complementación Económica N°59 (2004), tiene los siguientes objetivos:

- Establecer el marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado que tienda a facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre las partes contratantes.
- Formar un área de libre comercio entre las partes contratantes mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias que afecten el comercio recíproco.
- Alcanzar el desarrollo armónico en la región, tomando en consideración las asimetrías derivadas de los diferentes niveles de desarrollo económico de las Partes Signatarias.
- Promover el desarrollo y la utilización de la infraestructura física, con especial énfasis en el establecimiento de corredores de integración que permita la disminución de costos y la generación de ventajas competitivas en el comercio regional recíproco y con terceros países fuera de la región.
- Promover e impulsar las inversiones entre las Partes Signatarias.

- Promover la complementación y cooperación económica, energética, científica y tecnológica.
- Promover consultas, cuando responda, en las negociaciones comerciales que se efectúen con terceros países y agrupaciones de países extra regionales

#### **3.3.4. Acuerdo Regional Relativo a la Preferencia Arancelaria Regional AR.PAR. No.4**

**Países:** Ecuador – Argentina, Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay

**Normativa en materia de origen según acuerdo preferencial:** Resolución 252 ALADI

De acuerdo al Instrumento que instituye la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) Montevideo de 1980 el Régimen General de Origen establecido por la Resolución 78 del Comité de Representantes, por el que se rigen en esta materia diversos acuerdos de alcance regional y parcial, reglamentado, complementado, modificado y actualizado a través de las Resoluciones 227, 232 y los Acuerdos 25, 91 y 215 del Comité de Representantes acuerdan lo siguiente:

Aprobar el texto consolidado y ordenado de la Resolución 78 del Comité de Representantes que establece el Régimen General de Origen de la Asociación, el cual contiene las disposiciones de las Resoluciones 227, 232 y de los Acuerdos 25, 91 y 215 del Comité de Representantes. A continuación se señalan algunas de estas disposiciones.

PRIMERO -Son originarias de los países participantes de un acuerdo concertado de conformidad con el Tratado de Montevideo 1980:

- a) Las mercancías elaboradas íntegramente en sus territorios, cuando en su elaboración se utilicen exclusivamente materiales de cualquiera de los países participantes del acuerdo.
- b) Las mercancías comprendidas en el ítem de la NALADISA que se indican en el Anexo 1 de la presente Resolución, por el solo hecho de ser producidas en sus territorios (...).

SEGUNDO - En los casos en que el requisito establecido en el literal c) del artículo primero no pueda ser cumplido porque el proceso de transformación operado no implica cambio de partida en la NALADISA, bastará con que el valor CIF puerto de destino o CIF puerto marítimo de los materiales de países no participantes del acuerdo no exceda del 50 (cincuenta) por ciento del valor FOB de exportación de las mercancías de que se trate.

TERCERO -Para los países de menor desarrollo económico relativo, el porcentaje establecido en literal d) del artículo primero y en el artículo segundo, será de 60 (sesenta) por ciento. El presente Régimen, alcanza, igualmente, a aquellos acuerdos en que las concesiones pactadas entre los países participantes se extienden automáticamente a los

países de menor desarrollo económico relativo, sin el otorgamiento de compensaciones e independientemente de negociación o adhesión a los mismos.

CUARTO -Para que las mercancías originarias se beneficien de los tratamientos preferenciales, las mismas deben haber sido expedidas directamente del país exportador al país importador. Para tales efectos, se considera como expedición directa (...).

SEXTO -Los países participantes en acuerdos de alcance parcial podrán establecer requisitos específicos para los productos negociados en los referidos acuerdos. Dichos requisitos no podrán ser menos exigentes que los que se hubieren establecido por aplicación de la presente Resolución, salvo que se trate de la calificación de productos originarios de los países de menor desarrollo económico relativo (...) (Tratado de Montevideo, 2008).

### **3.4. Análisis de los potenciales mercados para la exportación.**

Luego de haber analizado los países exportadores de plástico, los convenios comerciales de importación entre Ecuador y los países importadores de plástico se puede concluir que la empresa podría aperturar su mercado a los países de Brasil y Chile, puesto que los mismos tienen acuerdos comerciales con nuestro país.

Chile importa anualmente 366 millones de dólares en lonas, tubos de plástico, mangueras, conexiones, juntas codos empalmes de países de otros continentes, sin embargo Ecuador se encuentra entre los 20 primeros socios comerciales de este país, siendo este un factor primordial para dirigir la exportaciones, otro elemento es la cercanía territorial con Chile, el cual incide en la disminución de los costos de envío ya sean por avión o barco, en relación al marítimo se ratificaron en el 2010 la vigencia de los tratados suscritos en la Declaración de Santiago de 1952 y en el Convenio sobre Zona Especial Fronteriza Marítima de 1954, con lo que reafirmaron su posición de que no existen problemas de límites marítimos. (Universo , 2010)

En la III Reunión del Consejo Interministerial Binacional chileno ecuatoriana, se firmaron varios Convenio Marco de Cooperación Cultural; Convenio de Cooperación Docente, Científica y Tecnológica Ministerio de Justicia. Acuerdo de Cooperación en Materia Agrícola, Ganadera y Forestal entre el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca entre otros (Soychile, 2012)

Brasil es considerado como uno de los países con economía emergente, pues la misma es la principal en Latinoamérica y la séptima a nivel mundial. Otro indicador favorable es el saldo comercial entre ambas naciones que supera los mil millones de dólares anuales,



siendo el sexto socio más importante para el Ecuador en exportaciones, Brasil importa anualmente 954 millones de dólares en lonas, tubos de plástico, mangueras, conexiones, juntas codos empalmes de varios continentes, la cercanía territorial con Ecuador, incide en la disminución de los costos de envío. Además existen acuerdos relacionados el desarrollo de la televisión digital, agricultura, biocombustibles, medio ambiente, servicios aéreos directo entre ambos países. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)

En el año 2015 el arancel preferencial de Brasil fue en promedio el 12% y de Chile el 3% como se puede observar en la figura. Sin embargo, es importante analizar el cambio de moneda y la cantidad de producción de Brasil y Chile, lo cual se detalla en el siguiente apartado.

**Figura 34** Arancel Preferencial Promedio



**Fuente:** Trade Map

### 3.5. Aranceles de los nuevos mercados.

#### 3.5.1. Aranceles aplicados por Brasil

**Producto:** 39211200 - Otras chapas folhas películas tiras e láminas de plásticos:  
 Productos alveolares: De polímeros de cloreto de vinila

**Socio:** Ecuador

**Nomenclatura:** HS Rev.2012

**Metodología EAV:** EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

Los aranceles equivalente ad valor en total aplicados por Brasil al expandible (3921120), según resultados del análisis de datos de Trade Map son del 16%. Sin embargo, la preferencia arancelaria para Ecuador (ALADI) corresponde al 9,60% como se puede observar en la siguiente tabla.

**Tabla 3.** Aranceles aplicados al Expandible por Brasil año 2015

| Régimen arancelario                                     | Arancel aplicado (como reportado) | Arancel aplicado (convertido) | Arancel equivalente ad valorem total |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| MFN duties (Applied)                                    | 16.00%                            | 16.00%                        | 16.00%                               |
| Regional tariff preference (Aladi: AR.PAR4) for Ecuador | 9.60%                             | 9.60%                         | 9.60%                                |
| Preferential tariff (AAP.CE59) for Ecuador              | 0%                                | 0%                            | 0%                                   |

**Fuente:** ITC (MAcMap)

**Producto:** 39201010 - Outras chapas folhas películas tiras e lâminas de plásticos não alveolares não reforçadas nem estratificadas sem suporte nem associadas de forma semelhante a outras materias: De polímeros de etileno: Densidades superior o igual a 0.94 espessura inferior o igual a 19 micrômetros (mícrons) en rolos de largura inferior ou igual a 66 cm

**Socio:** Ecuador

**Nomenclatura:** HS Rev.2012

**Metodología EAV:** EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

En lo referente al arancel ad valorem total aplicado al Strech Film según partida arancelaria 392010 por Brasil, estos corresponden al 2%. Para Ecuador según la tarifa preferencial regional este se ubica en 1,20%.

**Tabla 4.** Aranceles aplicados al Strech Film por Brasil año 2015

| Régimen arancelario                                     | Arancel aplicado (como reportado) | Arancel aplicado (convertido) | Arancel equivalente ad valorem total |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| MFN duties (Applied)                                    | 2.00%                             | 2.00%                         | 2.00%                                |
| Regional tariff preference (Aladi: AR.PAR4) for Ecuador | 1.20%                             | 1.20%                         | 1.20%                                |
| Preferential tariff (AAP.CE59) for Ecuador              | 0%                                | 0%                            | 0%                                   |

**Fuente:** ITC (MAcMap)

**Producto:** 39219090 - Otras chapas folhas películas tiras e láminas de plásticos

**Socio:** Ecuador

**Fuente de datos:** ITC (MAcMap)

**Año:** 2015

**Nomenclatura:** HS Rev.2012

**Metodología EAV:** EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

Por otro lado, los aranceles ad valorem total aplicados al cuero de piel y carpas por parte de Brasil ascienden al 16%. Para Ecuador según la tarifa preferencial arancelaria de la ALADI: AR.PAR4 se ubica en el 9,60%.

**Tabla 5.** Aranceles aplicados al Cuero de piel y Carpas por Brasil, año 2015

| Régimen arancelario                                     | Arancel aplicado (como reportado) | Arancel aplicado (convertido) | Arancel equivalente ad valorem total |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| MFN duties (Applied)                                    | 16.00%                            | 16.00%                        | 16.00%                               |
| Regional tariff preference (Aladi: AR.PAR4) for Ecuador | 9.60%                             | 9.60%                         | 9.60%                                |
| Preferential tariff (AAP.CE59) for Ecuador              | 0%                                | 0%                            | 0%                                   |

**Fuente:** ITC (MAcMap)

### 3.5.2. Aranceles aplicados por Chile

**Producto:** 39211200 - Las demás placas, laminas, hojas y tiras, de plástico: Productos celulares: De polímeros de cloruro de vinilo

**Socio:** Ecuador

**Nomenclatura:** HS Rev.2012

**Metodología EAV:** EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

El arancel ad valorem aplicado al Expandible por parte de Chile corresponde al 6%, no existen tarifas preferenciales para este producto para Ecuador.

**Tabla 6.** Aranceles aplicados al Expandible por Chile, año 2015

| Régimen arancelario                        | Arancel aplicado (como reportado) | Arancel aplicado (convertido) | Arancel equivalente ad valorem total |
|--|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| MFN duties (Applied)                       | 6.00%                             | 6.00%                         | 6.00%                                |
| Preferential tariff (AAP.CE32) for Ecuador | 0%                                | 0%                            | 0%                                   |

**Fuente:** ITC (MAcMap)

**Producto:** 39219010 - Las demás placas, laminas, hojas y tiras, de plástico: Las demás: Laminados plásticos compuestos de papel Kraft impregnado y prensado con resinas fenólicas y revestido de una delgada capa de melamina (formalita y similares).

**Socio:** Ecuador

**Nomenclatura:** HS Rev.2012

**Metodología EAV:** EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

El arancel equivalente ad valorem total aplicado al Strech Film según partida arancelaria 392010 por Chile es del 6%. Para Ecuador según la tarifa preferencial ALADI: AR.PAR4 regional este se ubica en 4,32%.

**Tabla 7.** Aranceles aplicados al Strech Film por Chile, año 2015

| Régimen arancelario                                     | Arancel aplicado (como reportado) | Arancel aplicado (convertido) | Arancel equivalente ad valorem total |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| MFN duties (Applied)                                    | 6.00%                             | 6.00%                         | 6.00%                                |
| Regional tariff preference (Aladi: AR.PAR4) for Ecuador | 4.32%                             | 4.32%                         | 4.32%                                |
| Preferential tariff (AAP.CE32) for Ecuador              | 0%                                | 0%                            | 0%                                   |

**Fuente:** ITC (MAcMap)

**Producto:** 39219090 - Las demás placas, laminas, hojas y tiras, de plástico

**Socio:** Ecuador

**Nomenclatura:** HS Rev.2012

**Metodología EAV:** EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

En lo que respecta al arancel ad valorem total aplicado al cuero de piel por parte de Chile corresponde al 6%. Para Ecuador según la tarifa preferencial arancelaria de la ALADI: AR.PAR4 se ubica en el 4,32%.

**Tabla 8.** Aranceles aplicados al Cuero de piel por Chile, año 2015

| Régimen arancelario                                     | Arancel aplicado (como reportado) | Arancel aplicado (convertido) | Arancel equivalente ad valorem total |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| MFN duties (Applied)                                    | 6.00%                             | 6.00%                         | 6.00%                                |
| Regional tariff preference (Aladi: AR.PAR4) for Ecuador | 4.32%                             | 4.32%                         | 4.32%                                |
| Preferential tariff (AAP.CE32) for Ecuador              | 0%                                | 0%                            | 0%                                   |

**Fuente:** ITC (MAcMap)

**Producto:** 39201010 - Las demás placas, laminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin refuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias: De polímeros de etileno: De densidad inferior a 0,94

**Socio:** Ecuador

**Nomenclatura:** HS Rev.2012

### Metodología EAV: EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

Por otro lado, el arancele ad valorem total aplicado a las carpas por Chile asciende al 6%. Sin embargo, para este producto según la tarifa preferencial arancelaria de la ALADI: AR.PAR4 es del 0%.

**Tabla 9.** Aranceles aplicados al Carpas por Chile, año 2015

| Régimen arancelario                        | Arancel aplicado (como reportado) | Arancel aplicado (convertido) | Arancel equivalente ad valorem total |
|--|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| MFN duties (Applied)                       | 6.00%                             | 6.00%                         | 6.00%                                |
| Preferential tariff (AAP.CE32) for Ecuador | 0%                                | 0%                            | 0%                                   |

**Fuente:** ITC (MAcMap)

### 3.6. Normas técnicas de los nuevos mercados.

#### Brasil

**Tabla 10.** Reglas de embalaje y etiquetado en Brasil

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| El embalaje                      | Se lo debe realizar de acuerdo al Código Brasileño del Consumidor adoptado en 1990. Porque requiere que el embalaje de un producto le dé al consumidor información correcta, legible, clara y precisa sobre la calidad, la cantidad, la composición, el precio, la garantía, el origen, la fecha de expiración y los riesgos para la salud y la seguridad del producto. |
| Unidades de medida autorizadas   | Sistema métrico decimal.  |
| Marcado de origen "Hecho en"     | Sí  |
| Normativa relativa al etiquetado | Calidad, cantidad, composición, precio, garantía, origen, fecha de expiración y riesgos para la salud y la seguridad.   |
| Reglamentos específicos          | Todo producto que contenga OGM debe estar indicado muy claramente.  |

**Fuente:** Banco Santander, S.A, (2016)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

**Tabla 11.** Las Normas Comerciales e Industriales en Brasil

|   |  |
|---|--|
| Organismos de normalización                     | Asociación Brasileña de Normas Técnicas<br>Comité Brasileño para la Normalización en el Sector Eléctrico, Electrónico y de las Telecomunicaciones<br>Consejo Nacional de la Metrología, la Normalización y la Calidad Industrial (CONMETRO)<br>Instituto Nacional de la Metrología, la Normalización y la Calidad Industrial (INMETRO)   |
| Entrada a la red internacional de normalización | Miembro de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), de la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC), de la Red Mundial de Ecolabelling (GEN), de la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT), de la Asociación Mercosul para la Estandarización (AMN) y del Código Comercial Uniforme (UCC), que es ahora GS1 después de la fusión con un grupo europeo (organización que se preocupa de las cadenas logísticas y los códigos de barras). |
| Obligación de utilización de normas             | La conformidad con las normas es obligatoria para ciertos productos y para otros es opcional. Al igual que con todas las normas voluntarias, las fuerzas del mercado y las preferencias a menudo llevan a una certificación específica.  |
| Clasificación de las normas                     | ABNT, estándares NBR.  |

**Fuente:** Banco Santander, S.A, (2016)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato

## Chile

**Tabla 12.** Normas Técnicas de Chile

|  |  |
|--|--|
| Requisitos de etiquetado, clasificación y embalaje | Los productos empaquetados deben estar marcados de forma que muestren calidad, pureza, ingredientes o mezclas, peso neto o medida de los contenidos. |
|--|--|

|  |   |
|--|---|
| <p>Instituto Nacional de Normalización (INN)</p> | <p>Es el organismo encargado de desarrollar la normalización técnica a nivel nacional. Impulsa la certificación y gestión de la calidad, promueve la importancia y beneficios de estas actividades y participa en la normalización internacional representando a Chile ante los organismos internacionales, regionales y extranjeros que persigan fines análogos.</p>                                 |
| <p>Normas ISO</p>                                | <p>Chile es miembro desde 1947 de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) a través del INN. Las normas ISO son siempre de carácter voluntario. El INN no exige que un producto cuente con una certificación ISO para ser comercializado en Chile. Sólo los reglamentos técnicos elaborados por los Ministerios, establecen obligaciones y su incumplimiento conlleva sanción.</p> |
| <p>Reglamento de Productos plásticos</p>         | <p>El Reglamento de rotulación para productos plásticos integra las normas técnicas relativas a éste producto y especifica la rotulación que debe de llevar todo producto plástico, ya sea nacional o importado, con el objetivo de verificar al fabricante o importador.</p>   |
| <p>Normas de Emisión</p>                         | <p>Establecen los límites a la cantidad de contaminación que emiten al aire o al agua las instalaciones industriales o fuentes emisoras en general. El objetivo de estas normas es la prevención de la contaminación o de sus efectos y el restablecimiento de los niveles de calidad del aire o del agua cuando estos son sobrepasados.</p>  |

**Fuente:** Régimen de Comercio Exterior y Aduanas Chile (2015)

**Elaborado por:** Llerena Ibarra E. Renato



## CONCLUSIONES

- Para la empresa Plastiazuay es de vital importancia la exportación de sus productos puesto que logra posicionarse mejor en el mercado internacional y nacional, mejora la calidad de sus productos ya que se rige a normas técnicas internacionales, amplía la producción para cumplir las necesidades de los proveedores por lo tanto aumenta la mano de obra, es decir, incrementa las fuentes de empleo por lo que beneficia a la economía del país; con el incremento de las exportaciones se da un superávit en la balanza comercial lo que beneficia no solo a Plastiazuay sino al país.
- Para el año 2010 la empresa Plastiazuay recaudó un total de \$455106.5 en exportaciones pero en el año 2014 este monto se redujo en un 50% por la implementación de los nuevos aranceles y salvaguardias para las importaciones, lo cual afecta directamente a la adquisición de materia prima, aumenta el costo del producto final y los proveedores internacionales buscan mejores ofertas afectando a las exportaciones del producto que brinda dicha empresa.
- Plastiazuay S.A entre el 2010 y 2014 ha exportado a diferentes países de Sudamérica, el principal destino es Perú, con más del 80% del total de las exportaciones de productos plásticos seguido por Venezuela, Bolivia y Colombia por la cercanía de estos países con Ecuador que minimiza costos de fletes para la empresa y por último a Guatemala que es uno de los países de centro américa que cuenta con una economía favorable para la importación de los productos plásticos que brinda la empresa.
- Los países de Sudamérica importadores de productos similares a los que brinda Plastiazuay S.A. son Brasil, Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay, Surinam y Guyana importando principalmente lonas de plástico, tubos plásticos, tapones, tapas, hojas, películas, bandas, material de oficina, material escolar, asientos de vehículos de motor y sillas; por su gran demanda de producto estos países serían

idóneos para ser los posibles mercados de la empresa de acuerdo al monto de importaciones anuales.

- El portafolio de productos de Plastiazuay S.A. más cotizados en el mercado internacional son Carpa, Cuero Piel, Expandible y Stretch Film los cuales se han caracterizado por su alta calidad, su precio accesible debido a la optimización de la materia prima, gracias a sus múltiples usos conllevan a ser un producto indispensable para las empresas y por su preocupación por los animales como el Cuero Piel que es sustituto del cuero real, los productos de Plastiazuay son los ideales para la exportación.
- Las normas Técnicas que utiliza la empresa Plastiazuay S.A. son fundamentales para los procesos de importaciones y exportaciones, su misión es garantizar a los consumidores la calidad del producto que se está importando, especificar las propiedades y características que se deben cumplir en el mercado del plástico, Ecuador cuenta con similares normas técnicas que los países como Chile y Brasil esto es una ventaja al momento de exportar a los nuevos mercados.
- Luego de haber analizado la importancia de las exportaciones para la empresa, los países de Sudamérica a los cuales ya se está exportando, los países que más demandan los productos similares a los que exporta Plastiazuay, se puede concluir que los posibles mercados para la empresa son Brasil y Chile puesto que los dos son grandes importadores y se han mantenido constantes en la importación de productos plásticos, tienen acuerdos comerciales con Ecuador como el de ALADI AR.PAR4 para los principales productos de la empresa y en la actualidad tienen una participación significativa dentro de los países importadores de productos sintéticos a nivel internacional.
- Chile es el tercer país de Sudamérica que importa productos plásticos y el segundo país en importar productos similares a los que exporta Plastiazuay como Expandible, Strech Film, Cuero Piel y Carpas, cuenta con tratados comerciales que

facilitan las exportaciones a este país y se reducen costos por los fletes ya que es un país al cual podemos acceder vía terrestre, sin dejar de lado que Ecuador se encuentra entre los 20 primeros socios comerciales de este país, por todo lo antes mencionado Chile es un posible mercado para la empresa.

- Brasil es una de las 7 economías más emergentes a nivel mundial y el primer país en Sudamérica en importar productos plásticos similares a los que la empresa Plastiazuay S.A. ofrece, cuenta con tarifas preferenciales arancelarias de la ALADI AR.PAR4 lo que beneficia y facilita el proceso de exportación, la cercanía del país vecino es un factor fundamental a la hora de exportar ya que disminuye el costo de envío de los productos, por todo lo antes expuesto, Brasil es un país idóneo para la exportación del portafolio de la empresa Plastiazuay S.A.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar proyecciones de mercado en diferentes países de Sudamérica para llegar a conocer las necesidades propias de cada proveedor y del país en general para poder desarrollar estrategias de marketing para bajar los costos con la optimización de la materia prima y con esto aumentar el volumen de ventas en las exportaciones.
- La empresa debería dar a conocer todo su portafolio e incentivar la utilización de los productos que no tienen mayor demanda en el mercado internacional dando a conocer los múltiples usos que se podrían dar a cada uno como por ejemplo el Strech Film, sería más factible exportar este producto puesto que no solo es una cinta de embalaje industrial sino también se puede utilizar para una mejor conservación de los alimentos, para envolver equipaje con el propósito de que este no se maltrate, conservar mejor los pallets, en sí para el cuidado de cualquier tipo de bien mueble e inmueble del hogar.
- Se sugiere continuar con la exportación al principal socio comercial que es Perú por su cercanía con nuestro país se disminuyen costos de envío en fletes, por los diferentes convenios comerciales que existen entre estos dos países y el cambio de moneda es un factor positivo que facilita la comercialización con este país, aunque en el último año las exportaciones de la empresa disminuyeron, para exportar hay que tener una visión a largo plazo ya que el éxito no se consigue de un año a otro sino con la constancia y con un análisis continuo de la demanda.
- Las exportaciones a Centro América son un mercado óptimo para Ecuador es por esto que se recomienda incentivar las exportaciones de la empresa Plastiazuay S.A. a Guatemala y no exportar esporádicamente como se ha venido realizando para poder abrirse campo a más países de Centro América y poder dar a conocer el portafolio que la empresa oferta.

- La razón por la cual las exportaciones de la empresa Plastiazuay S.A. disminuyeron para el año 2014 fueron las salvaguardias impuestas por el gobierno ecuatoriano, en consecuencia a esto el precio de la materia prima aumentó y se dificultó la exportación del producto, esto no debería ser un motivo para que la empresa suspenda las exportaciones de sus productos puesto que estos impuestos estarán vigentes temporalmente hasta que la balanza comercial vuelva a su equilibrio y la empresa debería intentar conservar a sus proveedores para futuras exportaciones.
- La empresa Plastiazuay S.A. debería continuar con las normas técnicas que se vienen utilizando puesto que son similares a las de Chile y Brasil tomando en cuenta que Ecuador se rige bajo la norma ISO que es el estándar más alto que garantiza la calidad y facilita el proceso de exportación del producto que en algunos países es de carácter voluntario.

## BIBLIOGRAFÍA

Acuerdo de Cartagena . (1997). *DECISION 417 de la Comisión de la Comunidad Andina*.

Acuerdo de Complementación Económica No. 59. (2 de diciembre de 2004).  
Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACUERDO-ACE-59.pdf>

Acuerdo de Complementación Económica N°65, C. E. (10 de marzo de 2008).  
Obtenido de [http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACE65\\_Acuerdo.pdf](http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACE65_Acuerdo.pdf)

Baena, E., Sánchez, J., & Suárez, O. (2003). *El entorno Empresarial y la Teoría de las cinco fuerzas competitivas. Scientia et Technica*.

Banco Santander S.A. (2016). Obtenido de [https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/brasil/empaques-y-nomas#reglas\\_de\\_embalaje\\_y\\_etiquetado\\_en\\_brasil](https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/brasil/empaques-y-nomas#reglas_de_embalaje_y_etiquetado_en_brasil)

Blanco, R. G. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. *Revista de Economía*, 103-118.

Carbaugh, R. (2004). *Economía Internacional*. Obtenido de [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35395178/Economia-Internacional-Carbaugh-12th\\_redacted1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1472234643&Signature=HSQ7usAanLLR8yo9faT%2FfEep7tw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35395178/Economia-Internacional-Carbaugh-12th_redacted1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1472234643&Signature=HSQ7usAanLLR8yo9faT%2FfEep7tw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D)

Ceballos, L. (2014). *Comercio y aduanas*. Obtenido de Proyecto Desarrollado por el Instituto Nacional de Comercio Exterior y aduanas: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/120-que-es-importar>

Convención de Viena. (1969). *Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados*.

Convención de Viena. (1988). *El Derecho de los Tratados entre Estados y Organizaciones Internacionales*.

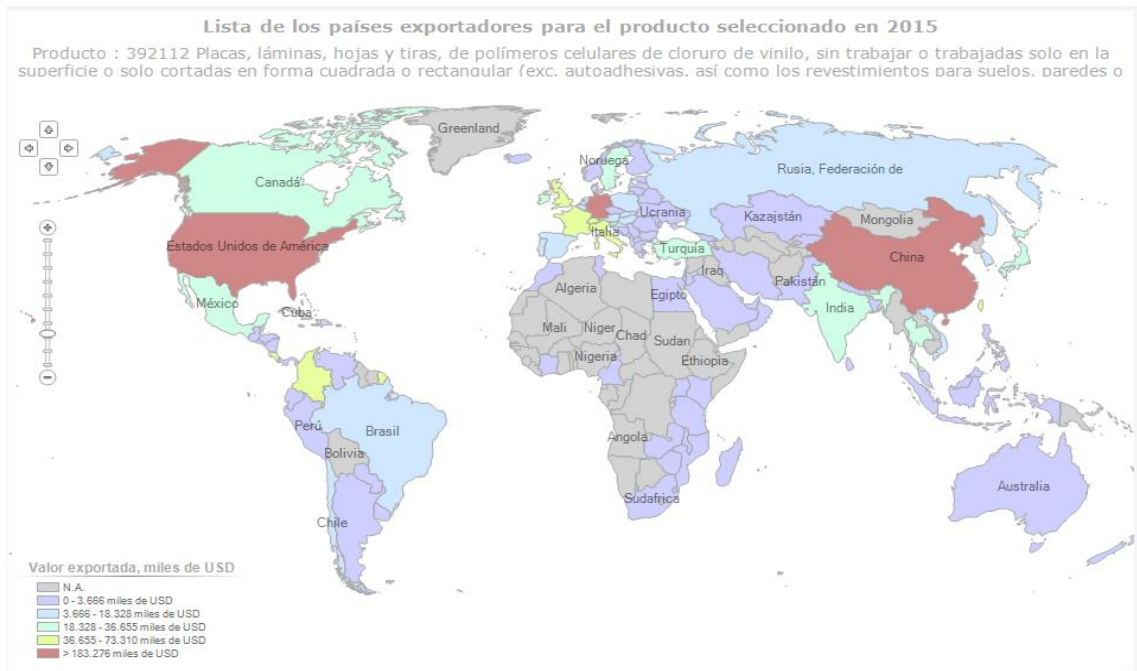
DIP. (2012). *Derecho en Red*. Obtenido de Derecho internacional público: <http://www.derecho-internacional-publico.com/2013/04/clases-de-tratados-internacionales.html>

Enciclopedia jurídica. (2015). *ENCICLOPEDIA JURIDICA*. Obtenido de Tratados. Derecho internacional: <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/tratados/tratados.htm>

- Espinosa, R. (6 de mayo de 2014). *Marketing Mix: Las 4PS*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Espinoza, A. (2013). *Comercio exterior*. Obtenido de Las exportaciones: <https://tusclasesdecomercioexterior.wordpress.com/2015/01/13/las-exportaciones/>
- Gaytán, R. T. (2005). *Teoría del Comercio internacional. Siglo XXI*.
- Kotler, P., & Bloom, B. (2004). *Dirección de Marketing. Décima cuarta edición*. Pearson.
- Luarde, J., & Molleda, P. (2015). *Régimen de Comercio Exterior y Aduanas*. Obtenido de <http://www.camaco.es.cl/images/pdf/GuiaImportarChile110615.pdf>
- OECD. (2014). *Observatorio de la Complejidad Económica*. Obtenido de <http://atlas.media.mit.edu/en/>
- OMC. (2014). *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO*. Obtenido de Aranceles: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tariffs\\_s/tariffs\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm)
- Plastiazua S.A. (2016). Planificación Estratégica Plastiazua. *Departamento de Calidad*. Azuay.
- Senlle, A., García, A., & Perozo, V. (1994). *ISO 9000: Las normas para la calidad en la práctica: calidad total y normalización*. Bogotá: CEPAL.
- Thompson, I. (8 de diciembre de 2006). *El proceso de Investigación de mercados*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/proceso.html>
- Tratado de Montevideo. (18 de septiembre de 2008). *Montevideo-Resolución 252 del Comité de Representantes*. Obtenido de ALADI: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Texto-Resolucion-252.pdf>
- Velásquez, G. (19 de septiembre de 2015). *Marketing Puro*. Obtenido de EL MARKETING DESDE DIVERSAS PERSPECTIVAS: <http://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>
- Velecela, L. (2008). *Los tratados y convenios internacionales como parte del ordenamiento jurídico constitucional del Ecuador*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Ventura, S. (2011). *GESTIÓN ORG*. Obtenido de Què es la exportación: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>

## ANEXOS

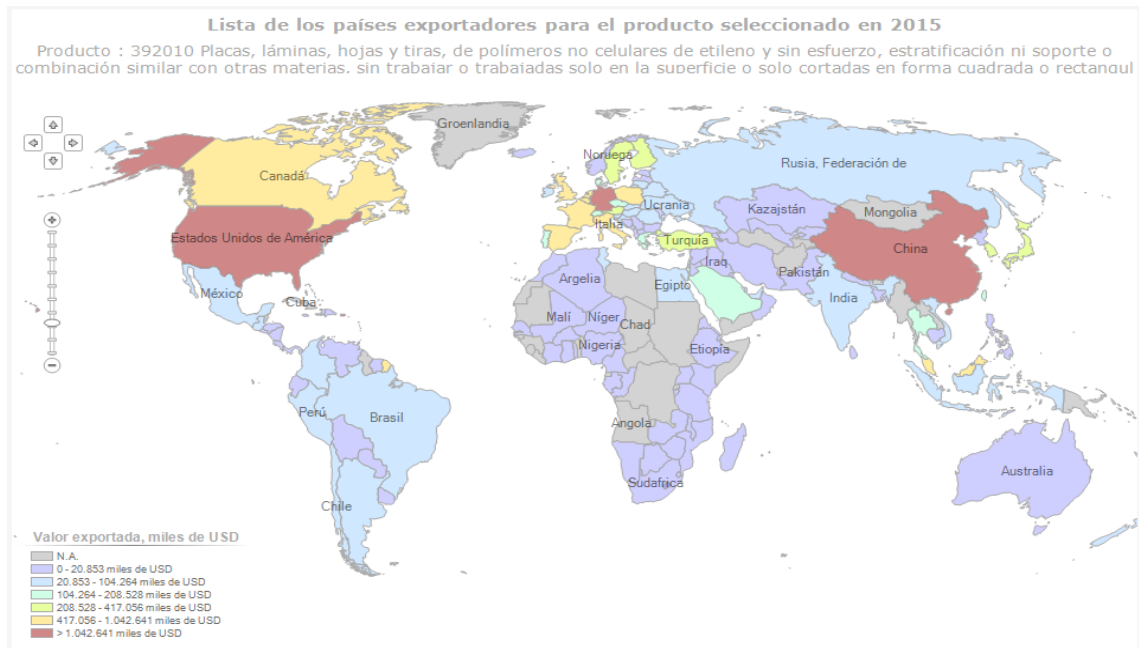
### Países Exportadores de Expandible



Fuente: Trade Map

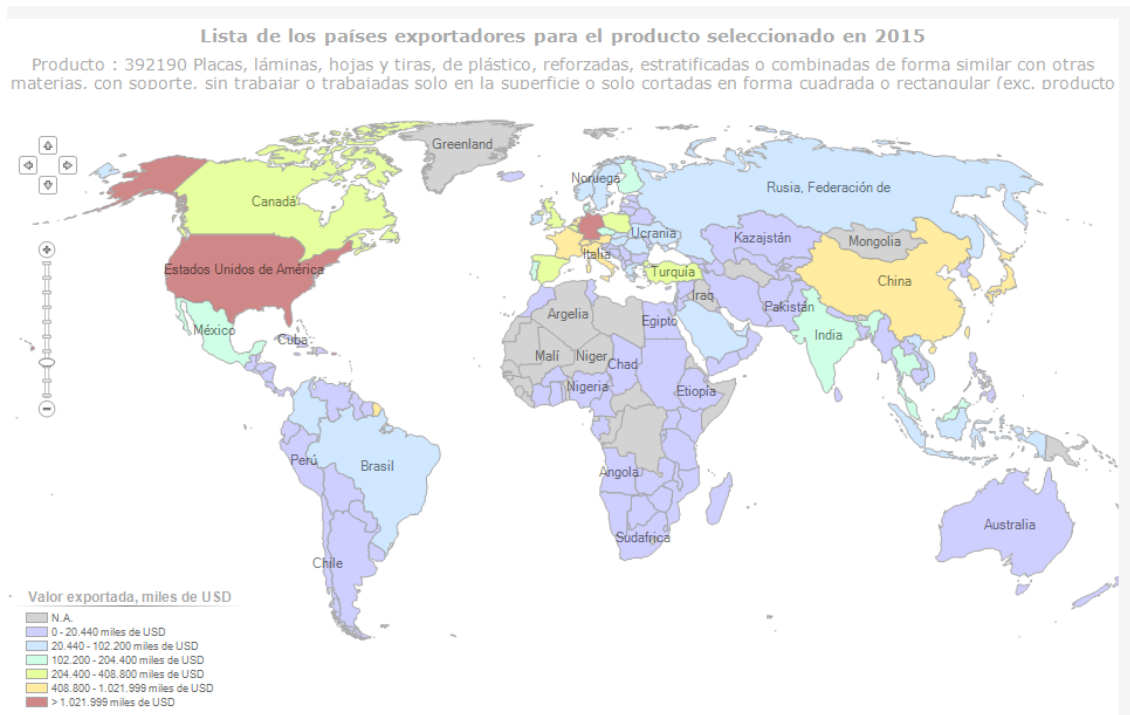


## Países exportadores de Strech Film



Fuente: Trade Map

## Países exportadores de Cuero piel



**Fuente:** Trade Map

## CARPAS



## STRETCH FILM



## CUERO PIEL



## EXPANDIBLE





**EXPORT PERMITS**

| #  | DATE       | IMPORTER          | COUNTRY   | ITEM       | PRODUCT | FUE #  | NET WEIGHT KG | TOTAL MTS | VALUE FOB | TOTAL US\$ | TERM | JUSTIFICATION OF CURRENCIES |
|----|------------|-------------------|-----------|------------|---------|--------|---------------|-----------|-----------|------------|------|-----------------------------|
| 1  | 10/08/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 371872 | 5.248,10      | 2.499,00  | 7.122,15  | 7.122,15   | 90   | 26/11/1999                  |
| 2  | 10/08/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 371873 | 5.888,20      | 2.809,00  | 8.005,65  | 8.005,65   | 90   | 26/11/1999                  |
| 3  | 05/11/1999 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3918.10.10 | SHEET   | 726277 | 37.004,00     | 38.143,40 | 61.029,44 | 65.629,44  | 30   | 16/12/1999                  |
| 4  | 13/09/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 726271 | 6.551,00      | 2.990,00  | 8.537,95  | 8.537,95   | 90   | 16/12/1999                  |
| 5  | 29/11/1999 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 809303 | 2.524,00      | 2.000,00  | 4.560,00  | 4.560,00   | 15   | 20/12/1999                  |
| 6  | 29/11/1999 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 809304 | 2.491,00      | 2.000,00  | 4.560,00  | 4.560,00   | 15   | 20/12/1999                  |
| 7  | 17/09/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 726272 | 4.407,00      | 1.996,00  | 5.688,60  | 5.688,60   | 90   | 20/12/1999                  |
| 8  | 27/09/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 726274 | 3.476,00      | 1.727,00  | 4.921,95  | 4.921,95   | 90   | 27/12/1999                  |
| 9  | 27/09/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 726273 | 2.495,00      | 1.240,00  | 3.534,00  | 3.534,00   | 90   | 27/12/1999                  |
| 14 | 06/12/1999 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 809305 | 3.225,00      | 3.072,00  | 9.000,96  | 9.000,96   | 30   | 05/01/2000                  |
| 10 | 08/10/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 726275 | 6.501,00      | 3.269,00  | 9.316,65  | 9.316,65   | 90   | 05/01/2000                  |
| 11 | 11/10/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 726276 | 6.580,00      | 3.161,00  | 9.008,85  | 9.008,85   | 90   | 05/01/2000                  |
| 16 | 27/12/1999 | SANTIAGO MARTINEZ | CHILE     | 3920.42.00 | SHEET   | 809307 | 174,00        | 308,00    | 369,60    | 369,60     | 15   | 05/01/2000                  |
| 15 | 20/12/1999 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 809306 | 12.059,00     | 11.000,00 | 20.250,00 | 20.250,00  | 30   | 03/02/2000                  |
| 12 | 16/11/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 726279 | 1.047,00      | 594,00    | 1.544,40  | 1.544,40   | 90   | 02/03/2000                  |
| 13 | 25/11/1999 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 726280 | 6.877,00      | 4.219,00  | 10.969,40 | 10.969,40  | 90   | 02/03/2000                  |
| 17 | 27/12/1999 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 809308 | 830,00        | 838,00    | 2.120,00  | 2.120,00   | 60   | 02/03/2000                  |
| 18 | 24/01/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 809309 | 9.949,00      | 8.996,00  | 23.839,40 | 23.839,40  | 30   | 02/03/2000                  |
| 19 | 24/01/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 809235 | 9.638,00      | 12.038,00 | 19.260,70 | 19.260,70  | 30   | 02/03/2000                  |
| 20 | 04/02/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 809278 | 3.150,00      | 2.900,00  | 7.685,00  | 7.685,00   | 60   | 20/04/2000                  |
| 21 | 14/02/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 809279 | 9.009,00      | 7.000,00  | 14.910,00 | 14.910,00  | 60   | 20/04/2000                  |
| 22 | 18/02/2000 | CYDIR ALMOND S.A  | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRAZO   | 809281 | 3.314,00      | 2.047,00  | 5.219,85  | 5.219,85   | 90   | 22/06/2000                  |

|    |            |                   |           |            |         |        |           |           |           |           |     |            |
|----|------------|-------------------|-----------|------------|---------|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|------------|
| 23 | 02/03/2000 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3918.10.10 | SHEET   | 809283 | 996,50    | 12,00     | 2.379,20  | 2.379,20  | 30  | 20/04/2000 |
| 24 | 27/04/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3921.90.00 | SHEET   | 809284 | 8.941,00  | 7.000,00  | 14.420,00 | 14.420,00 | 60  | 05/07/2000 |
| 25 | 03/05/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 855584 | 34.032,00 | 26.800,00 | 55.208,00 | 55.208,00 | 60  | 06/07/2000 |
| 26 | 08/06/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 855585 | 17.460,00 | 13.700,00 | 28.222,00 | 28.222,00 | 60  | 06/10/2000 |
| 27 | 23/06/2000 | ROGELIO PEREZ N   | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRASO   | 811721 | 4.850,00  | 2.127,00  | 5.360,04  | 5.360,04  | 90  | 06/10/2000 |
| 28 | 27/06/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 811722 | 25.423,00 | 19.500,00 | 40.170,00 | 40.170,00 | 60  | 06/10/2000 |
| 29 | 05/07/2000 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3921.90.00 | SHEET   | 811723 | 3.079,00  | 2.850,00  | 7.980,00  | 7.980,00  | 60  | 06/10/2000 |
| 30 | 10/10/2000 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3918.10.10 | SHEET   | 811724 | 4758,00   |           | 11885,80  | 11885,80  | 30  | 14/11/2000 |
| 30 | 10/10/2000 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3506.99.00 | PEGA    | 811724 | 18,00     |           | 75,00     | 75,00     | 30  | 14/11/2000 |
| 30 | 10/10/2000 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3917.23.00 | BRACES  | 811724 | 53,00     |           | 752,64    | 752,64    | 30  | 14/11/2000 |
| 31 | 29/11/2000 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 811725 | 844,00    | 818,00    | 1.586,92  | 1.586,92  | 60  | 12/03/2001 |
| 31 | 29/11/2000 | PLAVIMARS         | PERU      | 5603.94.00 | LEATHER | 811725 | 1.218,00  | 1.657,00  | 2.883,18  | 2.883,18  | 60  | 12/03/2001 |
| 32 | 29/11/2000 | BASEL             | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 811727 | 2.535,00  | 2.471,00  | 4.793,74  | 4.793,74  | 60  | 12/03/2001 |
| 33 | 01/12/2000 | CIDELSA           | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 811728 | 6.233,00  | 10.000,00 | 10.700,00 | 10.700,00 | 60  | 12/03/2001 |
| 34 | 07/12/2000 | PLAVIMARS         | PERU      | 5603.94.00 | LEATHER | 811726 | 2.002,00  | 2.744,00  | 4.776,56  | 4.776,56  | 60  | 12/03/2001 |
| 35 | 26/12/2000 | CIDELSA           | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 811729 | 3.116,00  | 2.711,00  | 7.195,70  | 7.195,70  | 60  | 12/03/2001 |
| 36 | 09/01/2001 | CIDELSA           | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 811730 | 12.560,00 | 10.000,00 | 18.000,00 | 18.000,00 | 60  | 14/03/2001 |
| 37 | 13/03/2001 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 891242 | 6.923,00  | 6.020,00  | 6.923,00  | 6.923,00  | 60  | 27/07/2001 |
| 38 | 28/03/2001 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.90.00 | SHEET   | 891243 | 12.182,00 | 18.713,00 | 29.058,58 | 29.058,58 | 90  | 27/07/2001 |
| 39 | 29/03/2001 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3920.42.00 | SHEET   | 891244 | 3.662,00  | 3.000,00  | 5.400,00  | 5.400,00  | 60  | 27/07/2001 |
| 40 | 30/04/2001 | C.I. CANGURO S.A. | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRASO   | 891245 | 10.392,00 | 5.000,00  | 16.500,00 | 16.500,00 | 120 | 22/11/2001 |
| 41 | 27/07/2001 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 891246 | 3.372,00  | 2.937,00  | 8.223,60  | 8.223,60  | 60  | 22/11/2001 |
| 42 | 21/08/2001 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.90.00 | TENT    | 891247 | 4.469,00  | 4.657,00  | 9.314,00  | 9.314,00  | 90  | 22/11/2001 |
| 42 | 21/08/2001 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.12.00 | LEATHER | 891247 | 4.513,00  | 8.252,00  | 15.018,64 | 15.018,64 | 90  | 22/11/2001 |



|    |            |                   |           |            |            |         |           |           |           |           |     |            |
|----|------------|-------------------|-----------|------------|------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|------------|
| 43 | 22/11/2001 | MARTHA VELEZ G.   | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRASO      | 891248  | 6.614,00  | 3.571,00  | 12.498,50 | 12.498,50 | 30  | 19/12/2001 |
| 44 | 22/11/2001 | MARTHA VELEZ G.   | COLOMBIA  | 3921.12.00 | GRASO      | 891249  | 5.981,00  | 3.225,00  | 11.287,50 | 11.287,50 | 30  | 19/12/2001 |
| 45 | 26/11/2001 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3920.42.00 | SHEET      | 891250  | 1.740,00  | 1.255,88  | 10.482,00 | 10.482,00 | 30  | 08/02/2002 |
| 45 | 26/11/2001 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3506.99.00 | PEGA       | 891250  | 55,05     | 15 U      | 240,00    | 240,00    | 30  | 08/02/2002 |
| 45 | 26/11/2001 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3917.23.00 | ACCESORIOS | 891250  | 35,05     | 22 U      | 550,00    | 550,00    | 30  | 08/02/2002 |
| 46 | 05/12/2001 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.12.00 | LEATHER    | 891251  | 16.746,00 | 16.568,00 | 35.653,43 | 35.653,43 | 90  | 15/03/2002 |
| 47 | 20/12/2001 | POLIMERS          | BOLIVIA   | 3921.12.00 | TENT       | 1093273 | 12.343,00 | 14.261,00 | 30.615,48 | 31.315,48 | 90  | 20/05/2002 |
| 48 | 27/12/2001 | DIVINO NIÑO JESUS | BOLIVIA   | 3921.12.00 | PLANTILLA  | 1091048 | 12.668,00 | 13.748,00 | 30.061,81 | 30.061,81 | 90  | 20/05/2002 |
| 49 | 04/01/2002 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3917.23.00 | ACCESORIES | 1108123 | 34,80     | 22 U      | 550,00    | 550,00    | 0   | 20/05/2002 |
| 50 | 15/02/2002 | POLYMERS          | BOLIVIA   | 3921.12.00 | PUBLIFEX   | 1091050 | 8.700,00  | 12.418,00 | 24.125,18 | 24.125,18 | 90  | 20/05/2002 |
| 51 | 15/02/2002 | DIVINO NIÑO JESUS | BOLIVIA   | 3921.12.00 | PLANTILLA  | 983401  | 9.188,00  | 12.697,00 | 25.116,65 | 25.116,65 | 90  | 20/05/2002 |
| 52 | 01/03/2002 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.12.00 | TENT       | 1091049 | 31.345,66 | 16.551,00 | 31.345,66 | 31.345,66 | 120 | 09/07/2002 |
| 53 | 18/03/2002 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3920.42.00 | SHEET      | 1015023 | 855,30    | 16 U      | 2.112,00  | 2.112,00  | 30  | 20/05/2002 |
| 54 | 21/05/2002 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.12.00 | LEATHER    | 941280  | 938,00    | 1.326,00  | 2.280,72  | 2.280,72  | 120 | 20/09/2002 |
| 55 | 11/06/2002 | PLAVIMARS         | PERU      | 3920.49.00 | CARPET     | 1015024 | 17.191,00 | 18.884,00 | 36.730,55 | 37.430,55 | 120 | 15/10/2002 |
| 56 | 25/06/2002 | CIDELSA           | PERU      | 3920.49.00 | TENT       | 1015025 | 1.237,00  | 960,00    | 2.467,20  | 2.467,20  | 30  | 23/07/2002 |
| 57 | 09/07/2002 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.12.00 | PLANTILLA  | 1015026 | 9.898,00  | 11.328,00 | 20.758,25 | 20.758,25 | 120 | 20/11/2002 |
| 58 | 29/07/2002 | COMERCIAL DELTA   | PERU      | 3921.90.00 | TENT       | 1015027 | 2.077,00  | 1.715,00  | 4.544,75  | 4.544,75  | 60  | 15/10/2002 |
| 59 | 20/08/2002 | MAYASAL           | GUATEMALA | 3920.42.00 | SHEET      | 1015028 |           |           | 4135,46   | 4135,46   | 30  | 20/09/2002 |
| 59 | 20/08/2002 | MAYASAL           | GUATEMALA |            | PEGA       | 1173019 |           |           | 238,00    | 238,00    | 30  | 20/09/2002 |
| 60 | 29/08/2002 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.12.00 | TENT       | 1015031 | 2.941,00  | 3.005,00  | 6.160,25  | 6.160,25  | 60  | 20/11/2002 |
| 61 | 20/09/2002 | RENE APAZA        | IQUIQUE   | 3921.12.00 | EXPANDIBLE | 1015032 | 8.771,00  | 13.811,00 | 24.420,64 | 24.420,64 | 75  | 10/02/2003 |
| 62 | 16/10/2002 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.12.00 | LEATHER    | 1259942 | 8.562,00  | 8.343,00  | 18.384,24 | 18.384,24 | 120 | 10/02/2003 |

|    |            |                    |          |            |              |         |           |           |           |           |     |            |
|----|------------|--------------------|----------|------------|--------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|------------|
| 63 | 21/11/2002 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.12.00 | LEATHER      | 1259943 | 12.796,00 | 15.243,00 | 29.195,34 | 29.195,34 | 120 | 07/05/2003 |
| 64 | 12/03/2003 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1259945 | 3.266,00  | 4.001,00  | 7.601,90  | 7.601,90  | 120 | 24/10/2003 |
| 65 | 17/03/2003 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1259944 | 17.261,00 | 22.819,00 | 42.404,38 | 42.404,38 | 120 | 24/10/2003 |
| 66 | 13/05/2003 | RODOLFO ATOPEÑA    | PERU     | 3921.12.00 | EXPANDIBLE   | 1259946 | 2.828,00  | 4.237,00  | 8.050,30  | 8.050,30  | 30  | 24/10/2003 |
| 67 | 28/05/2003 | PROSOLDES S.R.I.   | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1259948 | 740,00    | 550,00    | 1.837,00  | 1.837,00  | 30  | 29/07/2003 |
| 68 | 02/06/2003 | CIDELSA            | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1259947 | 529,00    | 600,00    | 1.560,00  | 1.560,00  | 30  | 29/07/2003 |
| 69 | 11/06/2003 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.12.00 | LEATHER      | 1259949 | 5.733,00  | 9.212,00  | 15.568,28 | 15.568,28 | 120 | 29/07/2003 |
| 70 | 29/07/2003 | PROSOLDES S.R.I.   | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1259950 | 365,00    | 400,00    | 1.040,00  | 1.040,00  | 30  | 30/09/2003 |
| 71 | 29/07/2003 | PROSOLDES S.R.I.   | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1259951 | 469,00    | 400,00    | 1.280,00  | 1.280,00  | 30  | 30/09/2003 |
| 72 | 01/08/2003 | PLAVIMARS          | PERU     | 3920.43.00 | CARPET       | 1259953 | 9.699,00  | 12.288,00 | 22.757,68 | 22.757,68 | 120 | 30/09/2003 |
| 73 | 30/09/2003 | COMERCIAL DELTA    | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1259954 | 121,00    | 100,00    | 304,00    | 304,00    | 30  | 06/01/2004 |
| 74 | 27/10/2003 | INDTRIAS EL TIGRE  | PERU     | 3920.43.00 | SHEET PVC    | 1259956 | 903,00    | 450,00    | 1.741,50  | 1.741,50  | 30  | 06/01/2004 |
| 75 | 04/11/2003 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.12.00 | LEATHER      | 1259957 | 2.591,00  | 4.134,00  | 6.785,00  | 6.785,11  | 120 | 05/11/2003 |
| 76 | 07/11/2003 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1337736 | 20.217,00 | 21.881,00 | 44.700,63 | 44.700,63 | 120 | 06/01/2004 |
| 77 | 03/12/2003 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.12.00 | LEATHER      | 1337737 | 311,00    | 527,00    | 922,25    | 922,25    | 120 | 06/01/2004 |
| 78 | 07/01/2004 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.12.00 | LEATHER      | 1337738 | 14.111,00 | 18.393,00 | 35.141,46 | 35.141,46 | 120 | 30/03/2004 |
| 79 | 10/02/2004 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1337739 | 2.685,00  | 3.000,00  | 7.050,00  | 7.050,00  | 60  | 30/03/2004 |
| 80 | 18/02/2004 | PLAVIMARS          | PERU     | 3920.10.00 | STREtCH FILM | 1337741 | 17.960,00 | 18.493,00 | 40.635,58 | 40.635,58 | 120 | 30/03/2004 |
| 81 | 26/03/2004 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1372952 | 1.476,00  | 1.242,00  | 3.747,89  | 3.747,89  | 60  | 30/03/2004 |
| 82 | 07/05/2004 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1372953 | 4.641,00  | 4.600,00  | 12.068,00 | 12.068,00 | 60  | 27/05/2004 |
| 83 | 16/05/2004 | P.SILVATRIN DE C.  | COLOMBIA | 3920.49.00 | SHEET S/S    | 1372954 | 93,70     | 50,00     | 567,50    | 567,50    | 30  | 21/05/2004 |
| 84 | 31/05/2004 | PLAVIMARS          | PERU     | 3921.12.00 | LEATHER      | 1372955 | 8.464,00  | 13.139,00 | 22.898,48 | 22.898,48 | 120 | 17/09/2004 |
| 85 | 04/06/2004 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU     | 3921.90.00 | TENT         | 1372956 | 4.246,00  | 4.336,00  | 11.373,70 | 11.373,70 | 75  | 17/09/2004 |

|     |            |                    |           |            |              |         |           |           |           |           |     |            |
|-----|------------|--------------------|-----------|------------|--------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|------------|
| 86  | 12/07/2004 | P.SILVATRIN DE C.  | COLOMBIA  | 3920.49.00 | SHEET S/S    | 1372957 | 67,00     | 30,00     | 375,00    | 375,00    | 30  | 16/06/2004 |
| 87  | 12/07/2004 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.00 | CUERO PIEL   | 1372958 | 15.602,00 | 23.513,00 | 41.931,94 | 41.931,94 | 120 | 17/09/2004 |
| 88  | 30/09/2004 | MAYASAL S.A.       | GUATEMALA | 3920.43.00 | SHEETS       | 1372959 | 1857,15   | 1703,52   | 4633,57   | 4633,57   | 30  | 04/11/2004 |
| 89  | 30/09/2004 | MAYASAL S.A.       | GUATEMALA | 3506.99.00 | ADHESIVES    | 1372960 | 20,00     | 6 UNI     | 102,00    | 102,00    | 30  | anulado    |
| 90  | 30/09/2004 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | TENT         | 1372961 | 7.345,00  | 7.363,00  | 21.112,95 | 21.112,95 | 90  | 10/12/2004 |
| 91  | 30/09/2004 | PROSOLDES S.R.I.   | PERU      | 3921.90.00 | TENT         | 1372962 | 694,00    | 494,00    | 2.050,10  | 2.050,10  | 30  | 10/12/2004 |
| 92  | 13/10/2004 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.00 | TENT         | 1372963 | 14.412,00 | 17.825,00 | 38.985,55 | 38.985,55 | 120 | 10/12/2004 |
| 93  | 11/11/2004 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1372964 | 12.353,00 | 15.633,00 | 28.946,71 | 28.946,71 | 120 | 21/02/2005 |
| 94  | 06/01/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1372965 | 11.291,00 | 15.245,00 | 29.338,00 | 29.988,00 | 120 | 21/02/2005 |
| 95  | 21/03/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3920.43.00 | CARPET T     | 1372967 | 15.550,00 | 21.867,00 | 42.617,42 | 43.267,42 | 120 | 17/05/2005 |
| 96  | 07/04/2005 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1372969 | 1.525,00  | 1.475,00  | 4.425,00  | 4.825,00  | 0   | 17/05/2005 |
| 97  | 21/04/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1372968 | 13.107,00 | 16.404,00 | 35.640,89 | 36.190,89 | 120 | 17/05/2005 |
| 98  | 20/05/2005 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1372970 | 3.962,00  | 4.002,00  | 12.006,00 | 12.556,00 | 30  | 17/06/2005 |
| 99  | 31/05/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3920.43.00 | SHEET S      | 1372971 | 10.151,00 | 13.059,00 | 30.189,94 | 30.739,94 | 120 | 17/06/2005 |
| 100 | 17/06/2005 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1253302 | 4.072,00  | 4.114,00  | 12.342,00 | 12.892,00 | 75  | 26/07/2005 |
| 101 | 27/07/2005 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | TENT         | 1253303 | 1.161,00  | 1.166,00  | 3.582,00  | 3.882,00  | 60  | 06/09/2005 |
| 102 | 27/07/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.00 | TENT         | 1253304 | 14.627,00 | 22.933,00 | 46.028,75 | 46.678,75 | 120 | 06/09/2005 |
| 103 | 07/09/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3920.43.00 | CARPET T     | 1253305 | 17.092,50 | 25.250,00 | 52.582,66 | 53.232,66 | 120 | 28/11/2005 |
| 104 | 20/09/2005 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1253306 | 2.603,00  | 2.567,00  | 7.988,83  | 8.488,83  | 45  | 28/11/2005 |
| 105 | 12/10/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.00 | TENT         | 1253308 | 6.766,00  | 800,00    | 1.856,00  | 2.156,00  | 120 | 28/11/2005 |
| 106 | 18/10/2005 | INDUTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1253311 | 2.855,00  | 2.951,00  | 8.853,00  | 9.153,00  | 45  | 28/11/2005 |
| 107 | 28/10/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3920.43.00 | CARPET T     | 1253315 | 16.466,00 | 24.724,00 | 50.284,32 | 50.934,32 | 120 | 28/11/2005 |
| 108 | 26/10/2005 | MAYASAL S.A.       | GUATEMALA | 3920.43.00 | SHEETS       | 1253313 | 1.147,40  | 28,00     | 3.400,08  | 3.400,08  | 0   | 28/11/2005 |
| 109 | 14/11/2005 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1253317 | 2.057,00  | 3.676,00  | 7.293,12  | 7.473,12  | 120 | 28/11/2005 |

|     |            |                     |           |            |              |         |           |           |           |           |     |            |
|-----|------------|---------------------|-----------|------------|--------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|------------|
| 110 | 01/12/2005 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1253318 | 14.843,00 | 23.154,00 | 48.147,62 | 48.797,62 | 120 | 28/11/2005 |
| 111 | 20/12/2005 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1605401 | 2.831,00  | 5.180,00  | 10.485,76 | 10.665,76 | 120 |            |
| 112 | 17/02/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1253319 | 7.394,00  | 13.177,00 | 25.826,92 | 26.376,92 | 120 | 17/06/2006 |
| 113 | 02/03/2006 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1605402 | 3.127,00  | 3.911,00  | 12.202,32 | 12.502,32 | 45  | 16/04/2006 |
| 114 | 20/03/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1605403 | 21.095,00 | 29.821,00 | 62.365,73 | 63.015,73 | 120 | 18/07/2006 |
| 115 | 27/03/2006 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | TENT         | 1605404 | 4.153,00  | 4.387,00  | 14.817,30 | 15.117,30 | 75  | 10/06/2006 |
| 116 | 26/04/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1605406 | 9.231,00  | 10.987,00 | 25.859,55 | 26.409,55 | 120 | 24/08/2006 |
| 117 | 02/05/2006 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1605405 | 3.579,00  | 4.070,00  | 13.431,00 | 13.731,00 | 45  | 16/06/2006 |
| 118 | 17/05/2006 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1605407 | 3.183,00  | 3.977,00  | 13.124,10 | 13.424,10 | 45  | 01/07/2006 |
| 119 | 12/06/2006 | PROSOLDES SRI.      | PERU      | 3921.90.00 | TENT P.      | 1605408 | 714,00    | 740,00    | 3.709,30  | 4.009,30  | 0   | 12/06/2006 |
| 120 | 12/06/2006 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1605409 | 3.262,00  | 4.078,00  | 13.457,40 | 13.757,40 | 45  | 27/07/2006 |
| 121 | 28/06/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3920.43.00 | CARPET T     | 1605410 | 13.437,00 | 21.729,00 | 42.951,63 | 43.601,63 | 120 | 26/10/2006 |
| 122 | 30/06/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1605411 | 6.151,00  | 10.986,00 | 20.835,70 | 21.385,70 | 120 | 28/10/2006 |
| 123 | 07/08/2006 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1605413 | 3.807,00  | 4.006,00  | 13.219,80 | 13.519,80 | 45  | 21/09/2006 |
| 124 | 07/08/2006 | SION PUBLICIDAD     | PERU      | 3921.90.00 | LONAZUAY     | 1605414 | 262,00    | 400,00    | 1.120,00  | 1.330,00  | 30  | 06/09/2006 |
| 125 | 18/08/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1605415 | 14.704,00 | 24.264,00 | 48.380,08 | 49.030,08 | 120 | 16/12/2006 |
| 126 | 01/09/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | PLAVILONA    | 1605416 | 8.858,00  | 14.127,00 | 27.460,38 | 28.010,38 | 120 | 30/12/2006 |
| 127 | 29/09/2006 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | PUBLIMAT     | 1605417 | 4.189,00  | 4.033,00  | 13.891,70 | 14.191,70 | 45  | 13/11/2006 |
| 128 | 11/10/2006 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.00 | LONA JUMBO   | 1605418 | 3.989,00  | 2.709,00  | 16.254,00 | 16.554,00 | 45  | 25/11/2006 |
| 129 | 12/10/2006 | PROSOLDES SRI.      | PERU      | 3921.90.00 | TENT P.      | 1605419 | 434,00    | 350,00    | 1.431,50  | 1.643,50  | 45  | 26/11/2006 |
| 130 | 23/10/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921.90.00 | TENT INT     | 1605420 | 22.348,00 | 23.035,00 | 72.361,52 | 73.561,52 | 120 | 20/02/2007 |
| 131 | 23/11/2006 | ACUAMAYA            | GUATEMALA | 3920.43.00 | PERMAX       | 1655852 | 1.922,00  | 8,00      | 7.215,12  | 9.715,12  | 0   | 23/11/2006 |
| 132 | 28/11/2006 | PLAVIMARS           | PERU      | 3920.43.00 | CARPET T     | 1655854 | 17.797,00 | 25.055,00 | 53.811,81 | 54.461,81 | 120 | 28/03/2007 |

|     |            |                     |          |            |              |          |           |           |           |           |     |            |
|-----|------------|---------------------|----------|------------|--------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|------------|
| 133 | 31/01/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1655855  | 10.778,00 | 18.267,00 | 36.168,66 | 36.818,66 | 120 | 31/05/2007 |
| 134 | 16/02/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3920.43.00 | CARPET       | 1655856  | 17.345,00 | 17.887,00 | 53.028,74 | 53.678,74 | 120 | 16/06/2007 |
| 135 | 07/03/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.00 | TENT INT     | 1655857  | 720,00    | 800,00    | 1.920,00  | 2.120,00  | 120 | 05/07/2007 |
| 136 | 30/03/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3920.43.00 | LONA JUMBO   | 1655858  | 13.331,00 | 14.543,00 | 37.298,81 | 37.848,81 | 120 | 28/07/2007 |
| 137 | 16/04/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.00 | PLAVILONA    | 1655859  | 8.226,00  | 12.765,00 | 25.147,05 | 25.697,05 | 120 | 14/08/2007 |
| 138 | 28/05/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1655860  | 7.177,00  | 11.962,00 | 23.565,14 | 24.215,14 | 120 | 25/09/2007 |
| 139 | 05/06/2007 | PROSOLDES           | PERU     | 3921.90.00 | TENT PES     | 1655861  | 851,00    | 608,00    | 2.845,00  | 2.845,00  | 0   | 05/06/2007 |
| 140 | 25/06/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.00 | LEATHER SKIN | 1655862  | 11.008,00 | 14.410,00 | 31.957,10 | 32.507,10 | 120 | 23/10/2007 |
| 141 | 04/07/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3920.43.00 | CARPET       | 1655863  | 10.701,00 | 14.476,00 | 29.591,62 | 30.241,62 | 120 | 01/11/2007 |
| 142 | 02/08/2007 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU     | 3921.90.00 | TENT PESA    | 1655864  | 3.732,00  | 2.943,00  | 13.259,72 | 13.609,27 | 60  | 01/10/2007 |
| 143 | 19/09/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3920.43.00 | LEATHER SKIN | 1655865  | 8.330,00  | 12.317,00 | 26.278,07 | 26.828,07 | 120 | 17/01/2008 |
| 144 | 25/09/2007 | PROSOLDES           | PERU     | 3921.90.00 | TENT PES     | 1655867  | 1.135,00  | 805,00    | 3.678,85  | 3.678,85  | 0   | 25/09/2007 |
| 145 | 08/10/2007 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU     | 3921.90.00 | TENT PESA    | 1655868  | 6.545,00  | 5.205,00  | 23.992,35 | 24.392,25 | 60  | 07/12/2007 |
| 146 | 15/10/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.00 | TENT INTER   | 1655869  | 12.761,00 | 20.616,00 | 42.951,00 | 43.601,00 | 120 | 12/02/2008 |
| 147 | 31/10/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.10 | LEATHER SKIN | 1655870  | 11.857,00 | 19.505,00 | 38.841,69 | 39.541,69 | 120 | 28/02/2008 |
| 148 | 26/11/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.10 | LEATHER SKIN | 1655871  | 11.080,00 | 19.744,00 | 40.436,16 | 41.086,16 | 120 | 25/03/2008 |
| 149 | 03/12/2007 | SANTIAGO QUIÑONEZ   | PERU     | 3921.12.00 | EXPANDIBLE   |          | 321,00    | 402,00    | 934,56    | 934,56    | 0   | 03/12/2007 |
| 150 | 17/12/2007 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.10 | LEATHER SKIN | 13160332 | 17.974,00 | 24.895,00 | 61.491,20 | 62.176,20 | 120 | 15/04/2008 |
| 151 | 07/01/2008 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.10 | LEATHER SKIN |          | 18.879,00 | 26.916,00 | 59.398,68 | 60.083,68 | 120 | 06/05/2008 |
| 152 | 21/01/2008 | IMAPAR              | COLOMBIA | 3921.12.00 | EXPANDIBLE   | 13231493 | 738,00    | 1.031,00  | 3.196,10  | 3.196,10  | 0   | 21/01/2008 |
| 153 | 17/03/2008 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.10 | TENT         |          | 11.395,00 | 12.681,00 | 33.477,84 | 34.027,84 | 120 | 15/07/2008 |
| 154 | 26/03/2008 | PLAVIMARS           | PERU     | 3921.90.10 | LEATHER      | 1336515  | 11.117,00 | 17.933,00 | 37.533,07 | 38.183,07 | 120 | 24/07/2008 |

|     |            |                         |           |            |              |          |           |           |           |           |     |            |
|-----|------------|-------------------------|-----------|------------|--------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|------------|
| 155 | 10/04/2008 | A & R<br>CONSTRUCCIONES | TUMBES    | 3920,49,00 | PERMAX       | 13415026 | 1.127,00  |           | 4.158,00  | 4.408,00  | 0   | 10/04/2008 |
| 156 | 11/04/2008 | ACUAMAYA S.A.           | GUATEMALA | 3917,23,90 | BRACES       |          | 42,00     |           | 871,00    | 1.456,24  | 0   | 11/04/2008 |
| 157 | 14/04/2008 | CIA MINERA ANDREA       | PERU      | 3920,49,00 | PERMAX       |          | 3.161,00  | 3.132,00  | 8.769,60  | 9.039,60  | 0   | 14/04/2008 |
| 158 | 05/05/2008 | JOSE ORTIZ VARGAS       | IPIALES   | 3920.43.00 | SHEET FIBRA  |          | 2.428,58  | 474,00    | 5.413,08  | 5.688,08  | 0   | 05/05/2008 |
| 159 | 26/05/2008 | PLAVIMARS               | PERU      | 3920,43,00 | CARPET       |          | 12.805,00 | 14.860,00 | 39.504,34 | 40.054,34 | 120 | 23/09/2008 |
| 160 | 07/07/2008 | PLAVIMARS               | PERU      | 3921,90,10 | LEATHER SKIN |          | 13.384,00 | 21.381,00 | 45.291,09 | 45.941,09 | 120 | 04/11/2008 |
| 161 | 01/08/2008 | PLAVIMARS               | PERU      | 3921,90,10 | PLAVILONA    |          | 21.206,00 | 29.848,00 | 70.303,43 | 71.503,43 | 120 | 29/11/2008 |
| 162 | 14/08/2008 | IMAPAR                  | COLOMBIA  | 3921,12,00 | EXPANDIBLE   |          | 3.356,00  | 4.666,00  | 14.604,58 | 14.854,58 | 120 | 12/12/2008 |
| 163 | 04/09/2008 | PLAVIMARS               | PERU      | 3920,43,00 | CARPET       | 13907215 | 8.834,00  | 11.592,00 | 30.982,68 | 31.532,68 | 120 | 02/01/2009 |
| 164 | 08/09/2008 | SANTIAGO QUIÑONEZ       | PERU      | 3921.12.00 | EXPANDIBLE   |          | 2.975,00  | 4.024,00  | 10.703,84 | 10.703,84 | 0   | 07/10/2008 |
| 165 | 26/10/2008 | PLAVIMARS               | PERU      | 3921,90,10 | LEATHER SKIN |          | 12.352,00 | 19.923,00 | 43.377,10 | 44.062,10 | 120 | 23/02/2009 |
| 166 | 12/11/2008 | PLAVIMARS               | PERU      | 3921.90.10 | LEATHER      |          | 8.105,00  | 13.072,00 | 26.203,07 | 26.753,07 | 120 | 12/03/2009 |
| 167 | 14/12/2008 | PLAVIMARS               | PERU      | 3921.90.10 | TENT         | 34618    | 11.818,00 | 14.587,00 | 38.551,59 | 39.101,59 | 120 | 13/04/2009 |
|     |            |                         |           |            |              |          |           |           |           |           |     |            |
|     |            |                         |           |            |              |          |           |           |           |           |     |            |

**EXPORT PERMITS OF 2009**

|     | DATE       | IMPORTER           | COUNTRY   | ITEM       | PRODUCT      | BILL  | NET WEIGHT | TOTAL     | VALUE     | TOTAL      | TERM | DUE DATE   |
|-----|------------|--------------------|-----------|------------|--------------|-------|------------|-----------|-----------|------------|------|------------|
| #   |            |                    |           |            |              | #     | KG         | MTS       |           |            |      |            |
| 168 | 15/01/2009 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.10 | LEATHER SKIN | 34892 | 6.987,00   | 10.420,00 | 22.870,00 | 23.420,00  | 120  | 15/05/2009 |
| 169 | 18/02/2009 | CUEROTEC           | PERU      | 3921.90.10 | EXPANDIBLE   | 35276 | 7.923,00   | 9.608,00  | 21.433,95 |            | 0    | 18/02/2009 |
| 170 | 04/04/2009 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.10 | LEATHER SKIN | 35815 | 7.256,00   | 10.911,00 | 24.588,78 | 25.188,78  | 120  | 02/08/2009 |
| 171 | 28/04/2009 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.10 | TENT INTER   | 36081 | 6.312,00   | 7.013,00  | 19.426,91 | 20.023,01  | 120  | 26/08/2009 |
| 172 | 20/07/2009 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.10 | TENT INTER   | 37050 | 13.904,00  | 16.322,00 | 40.417,83 | 41.067,83  | 120  | 17/11/2009 |
| 173 | 27/09/2009 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.10 | LONA JUMBO   | 37920 | 20.379,00  | 24.716,00 | 59.157,09 | 59.807,09  | 120  | 25/01/2010 |
| 174 | 23/11/2009 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.10 | LEATHER SKIN |       | 14.315,00  | 14.961,00 | 40.993,37 | 41.643,37  | 120  | 23/03/2010 |
| 175 | 04/12/2009 | ING MANUEL AZCANIO | VENEZUELA | 3921.90.10 | LEATHER      | 38734 | 3.845,00   | 6.200,00  | 13.330,00 | 15.130,00  | 0    | 04/12/2009 |
| 176 | 04/12/2009 | SR.FERNANDO ORTIZ  | IPIALES   | 3920.43.00 | SHEET FIBRA  | 38746 | 5.227,10   | 1.000,00  | 8.500,00  | 8.775,00   | 0    | 04/12/2009 |
| 177 | 15/12/2009 | EMPRESA MINERA     | PERU      | 3920.49.00 | PERMAX       | 38911 | 3.716,00   | 3.917,06  | 13.861,91 | 14.136,91  | 0    | 04/12/2009 |
|     |            |                    |           |            |              |       |            |           |           |            |      |            |
|     |            |                    |           |            |              |       |            |           |           | 249.191,99 |      |            |

| EXPORT PERMITS OF 2010 |            |                   |           |            |              |       |           |           |           |            |      |            |
|------------------------|------------|-------------------|-----------|------------|--------------|-------|-----------|-----------|-----------|------------|------|------------|
|                        | DATE       | IMPORTER          | COUNTRY   | ITEM       | PRODUCT      | BILL  | NET WEIHT | TOTAL     | VALUE     | TOTAL      | TERM | DUE        |
| #                      |            |                   |           |            |              | #     | KG        | MTS       | FOB       | CFR        |      | DATE       |
| 178                    | 06/01/2010 | NEGOCIACIONES CBS | PERU      | 3921,90,10 | EXPANDIBLE   | 39201 | 4.005,90  | 5.878,00  | 12.111,00 |            | 0    | 06/01/2010 |
| 179                    | 24/01/2010 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.90.10 | LEATHER SKIN | 39357 | 17.402,00 | 19.409,00 | 49.358,53 | 49.908,53  | 120  | 24/05/2010 |
| 180                    | 10/03/2010 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.90.10 | LEATHER SKIN | 40028 | 16.847,00 | 22.396,00 | 55.528,62 | 56.178,62  | 120  | 08/07/2010 |
| 181                    | 29/03/2010 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921,90,10 | LEATHER SKIN | 40234 | 8.341,00  | 13.893,00 | 30.147,81 | 30.797,81  | 120  | 27/07/2010 |
| 182                    | 12/05/2010 | EL TIGRE S.A.     | PERU      | 3921,90,10 | TENT PESA    | 41001 | 3.858,00  | 2.968,00  | 12.910,80 | 13.160,80  | 0    | 12/05/2010 |
| 183                    | 20/05/2010 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921,90,90 | LEATHER SKIN | 41102 | 20.578,00 | 29.782,00 | 69.735,24 | 70.935,24  | 120  | 17/09/2010 |
| 184                    | 31/05/2010 | JORGE SUAREZ      | CARTAGENA | 3921,12,00 | TENT CONF    | 41184 | 2.969,00  |           | 13.533,25 | 15.633,25  | 0    | 31/05/2010 |
| 185                    | 11/06/2010 | NEGOCIACIONES CBS | PERU      | 3921,12,00 | EXPANDIBLE   | 41488 | 4.896,00  | 5.271,00  | 11.859,75 | 12.059,75  | 30   | 11/07/2010 |
| 186                    | 27/07/2010 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921,90,90 | LEATHER SKIN | 42111 | 14.029,00 | 17.067,00 | 44.133,39 | 44.683,39  | 120  | 24/11/2010 |
| 187                    | 29/09/2010 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921,90,10 | TENT INTER   | 42893 | 14.704,00 | 18.464,00 | 46.900,00 | 47.450,00  | 120  | 27/01/2011 |
| 188                    | 28/10/2010 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921.90.90 | TENT INTER   | 43310 | 16.692,00 | 17.139,00 | 53.824,69 | 54.399,69  | 120  | 25/02/2011 |
| 189                    | 09/11/2010 | SR. BARREIRO      | PERU      | 3921,12,00 | EXPANDIBLE   | 43573 | 3.416,00  | 4.880,00  | 10.980,00 | 11.180,00  | 0    | 09/11/2010 |
| 190                    | 10/11/2010 | ISLA BELLA        | PERU      | 3921,12,00 | INVERNADERO  | 43581 | 97,00     |           | 612,00    | 862,00     | 0    | 10/11/2010 |
| 191                    | 30/11/2010 | PLAVIMARS         | PERU      | 3921,90,90 | LEATHER SKIN | 43792 | 12.676,00 | 18.816,00 | 43.471,42 | 44.121,42  | 120  | 30/03/2011 |
|                        |            |                   |           |            |              |       |           |           |           | 451.370,50 |      |            |



| EXPORT PERMITS OF 2011 |            |                          |           |            |                |       |            |           |            |            |      |            |
|------------------------|------------|--------------------------|-----------|------------|----------------|-------|------------|-----------|------------|------------|------|------------|
|                        | DATE       | IMPORTER                 | COUNTRY   | ITEM       | PRODUCT        | BILL  | NET WEIGHT | TOTAL     | VALUE      | TOTAL      | TERM | DUE        |
| #                      |            |                          |           |            |                | #     | KG         | MTS       | FOB        | CFR        |      | DATE       |
| 192                    | 11/03/2011 | ASO PRODUCTORES AGRARIOS | PERU      | 3921,12,00 | EXPANDIBLE     | 45255 | 3.255,00   | 2.771,00  | 10.175,55  | 10.175,55  |      |            |
| 193                    | 18/03/2011 | PLAVIMARS                | PERU      | 3921.90.90 | TENT           | 45323 | 19.686,00  | 28.456,00 | 71.790,38  | 72.990,38  | 120  | 16/07/2011 |
| 194                    | 29/09/2011 | ING MANUEL AZCANIO       | VENEZUELA | 3921,90,10 | EXPANDIBLE VLA | 47958 | 5.575,00   |           | 21.788,39  | 23.588,39  | 0    | 21/09/2011 |
| 195                    | 25/05/2011 | PLAVIMARS                | PERU      | 3921.90.90 | TENT           | 46170 | 17.406,00  | 25.702,00 | 64.564,00  | 65.214,00  | 120  | 22/09/2011 |
| 196                    | 05/07/2011 | PLAVIMARS                | PERU      | 3920.10.00 | STRECH         | 46808 | 16.965,00  | 23.843,00 | 60.620,18  | 61.270,18  | 120  | 02/11/2011 |
| 197                    | 20/07/2011 | SAJAMI MENDOZA           | PERU      | 3921.12.00 | CARPET         | 47136 | 5.849,28   | 8.300,00  | 21.702,00  | 21.902,00  |      | 20/07/2011 |
| 198                    | 31/10/2011 | INDUSTRIAS EL TIGRE      | PERU      | 3921,90,90 | LONA JUMBO     | 48632 | 4.556,00   | 3.961,00  | 21.270,00  | 21.670,57  |      | 31/10/2011 |
| 199                    | 21/11/2011 | PLAVIMARS                | PERU      | 3920.43.00 | FIBRA CINTURON | 48875 | 13.353,00  | 17.639,00 | 49.685,45  | 50.335,45  | 120  | 20/03/2012 |
| 200                    | 21/11/2011 | INDUSTRIAS EL TIGRE      | PERU      | 3921.90.90 | TENT           | 48925 | 12.787,00  | 10.882,00 | 54.000,20  | 54.600,20  |      | 21/11/2011 |
| 201                    | 19/12/2011 | MATO GROSO               | PERU      | 3921.12.00 | CARPET         | 49507 | 6.910,00   | 6.064,00  | 24.718,00  | 24.918,40  |      | 19/12/2011 |
| 202                    | 06/01/2012 | ING MANUEL AZCANIO       | VENEZUELA | 3921,90,10 | EXPANDIBLE VLA | 49562 | 7.301,00   | 9.734,00  | 27.936,58  | 29.736,58  | 0    | 06/01/2012 |
|                        |            |                          |           |            |                |       |            |           | 428.250,73 | 436.401,70 |      |            |

| EXPORT PERMITS OF 2012 |            |                    |           |            |                   |       |            |           |            |            |      |            |
|------------------------|------------|--------------------|-----------|------------|-------------------|-------|------------|-----------|------------|------------|------|------------|
|                        | DATE       | IMPORTER           | COUNTRY   | ITEM       | PRODUCT           | BILL  | NET WEIGHT | TOTAL     | VALUE      | TOTAL      | TERM | DUE        |
| #                      |            |                    |           |            |                   | #     | KG         | MTS       | FOB        | CFR        |      | DATE       |
| 203                    | 10/02/2012 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.90 | LEATHER SKIN      | 50001 | 12.165,00  | 16.737,00 | 46.191,20  | 46.841,20  | 120  | 09/06/2012 |
| 204                    | 26/03/2012 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921,90,90 | LEATHER SKIN      | 50726 | 8.362,00   | 13.597,00 | 32.661,15  | 33.211,15  | 120  |            |
| 205                    | 12/04/2012 | LIZBETH CESPEDES   | BOLIVIA   | 3921,12,00 | CIRCUS TENT       | 50787 | 2.971,00   |           | 18.010,00  | 21.410,48  |      | 12/04/2012 |
| 206                    | 08/05/2012 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.90 | TENT INT          | 51336 | 10.492,00  | 10.813,00 | 40.191,30  | 40.841,30  | 120  | 05/09/2012 |
| 207                    | 28/06/2012 | ING-MANUEL AZCANIO | VENEZUELA | 3921,90,10 | EXPANDIBLE<br>VLA | 52207 | 7.599,00   | 10.209,00 | 29.596,07  | 31.396,07  | 0    | 28/06/2012 |
| 208                    | 07/09/2012 | PLAVIMARS          | PERU      | 3921.90.90 | TENT INT          | 53104 | 8.247,00   | 8.239,00  | 27.679,71  | 28.229,71  | 120  | 05/01/2013 |
|                        |            |                    |           |            |                   |       |            |           | 194.329,43 | 201.929,91 |      |            |

| EXPORT PERMITS OF 2013 |            |                     |           |            |                |       |            |           |           |           |      |             |
|------------------------|------------|---------------------|-----------|------------|----------------|-------|------------|-----------|-----------|-----------|------|-------------|
|                        | DATE       | IMPORTER            | COUNTRY   | ITEM       | PRODUCT        | BILL  | NET WEIGHT | TOTAL     | VALUE     | TOTAL     | TERM | DUE         |
| #                      |            |                     |           |            |                | #     | KG         | MTS       | FOB       | CFR       |      | VENCIMIENTO |
| 209                    | 06/02/2013 | MINERA SUDAMERICANA | IPIALES   | 3920,49,00 | PERMAX 750     | 55508 | 3.459,20   | 3.627,40  | 12.380,76 | 13.380,76 | 30   | 08/03/2013  |
| 210                    | 21/02/2013 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921,90,90 | TENT INT       | 55645 | 15.645,00  | 17.055,00 | 53.723,25 | 54.273,00 | 120  | 21/06/2013  |
| 211                    | 20/03/2013 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921,90,90 | TENT INT       | 56103 | 138,00     | 150,00    | 472,50    | 522,50    | 120  | 18/07/2013  |
| 212                    | 25/04/2013 | ING-MANUEL AZCANIO  | VENEZUELA | 3921,12,00 | EXPANDIBLE ULT | 56331 | 6.829,00   | 9.105,00  | 26.131,36 | 27.931,35 | 0    | 25/04/2013  |
| 213                    | 09/05/2013 | PLAVIMARS           | PERU      | 3920,10,00 | STRECH FILM    | 57011 | 6.502,00   | 10.727,00 | 30.923,51 | 31.473,51 | 120  | 06/09/2013  |
| 214                    | 20/05/2013 | MINERA SUDAMERICANA | IPIALES   | 3920,49,00 | PERMAX 750     | 57311 | 900,00     | 856,80    | 2.913,12  | 3.413,12  | 0    | 20/05/2013  |
| 215                    | 19/06/2013 | ISLA BELLA S.A.C.   | PERU      | 3920,43,00 | SHEET INV      | 57708 | 40,50      |           | 715,44    | 965,44    | 0    | 18/06/2013  |
| 216                    | 02/08/2013 | GENEMYSLTDA         | IPIALES   | 3921,12,00 | GUAYO          | 58342 | 3.227,00   | 2.683,00  | 13.786,27 | 14.106,27 | 0    | 05/08/2013  |
| 217                    | 06/08/2013 | LEO ARTE SAC        | PERU      | 3921,12,00 | TENT INT       | 58410 | 460,00     | 500,00    | 1.750,00  | 2.050,00  |      | 06/08/2013  |
| 218                    | 20/08/2013 | PLAVIMARS           | PERU      | 3921,90,90 | TENT INT       | 58470 | 9.042,00   | 9.628,00  | 30.958,20 | 31.508,20 | 120  | 18/12/2013  |
| 219                    | 23/12/2013 | FILM PLAST CA RIF   | VENEZUELA | 3921,12,00 | EXPANDIBLE ULT | 60587 | 7.452,00   | 9.936,00  | 28.516,32 | 30.433,32 | 0    | 23/12/2013  |

| EXPORT PERMITS OF 2014 |            |                     |           |            |               |       |            |           |           |           |      |            |
|------------------------|------------|---------------------|-----------|------------|---------------|-------|------------|-----------|-----------|-----------|------|------------|
|                        | DATE       | IMPORTER            | COUNTRY   | ITEM       | PRODUCT       | BILL  | NET WEIGHT | TOTAL     | VALUE     | TOTAL     | TERM | DUE        |
| #                      |            |                     |           |            |               | #     | KG         | MTS       | FOB       | CFR       |      | DATE       |
| 220                    | 28/01/2014 | PLAVIMARS S.A.C.    | PERU      | 3921,10,00 | STRECH FILM   | 60886 | 7.412,00   | 10.678,00 | 28.491,20 | 29.041,20 | 120  | 28/05/2014 |
| 221                    | 31/01/2014 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921,90,90 | TENT          | 61101 | 3.375,00   | 3.000,00  | 16.200,00 | 16.200,00 | 0    | 31/01/2014 |
| 222                    | 19/03/2014 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.90 | TENT          | 61587 | 4.184,00   | 3.783,00  | 17.780,00 | 17.780,00 | 0    | 17/03/2014 |
| 223                    | 21/03/2014 | GENEMYSLTDA         | IPIALES   | 3921.12.00 | GUAYO         | 61894 | 1.754,00   | 1.299,00  | 8.053,80  | 8.373,80  | 0    | 21/03/2014 |
| 224                    | 26/03/2014 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921,90,90 | TENT          | 61945 | 5.384,00   | 4.692,00  | 24.704,00 | 24.704,00 | 0    | 26/03/2014 |
| 225                    | 12/05/2014 | RAY VALDERRAMA N    | PERU      | 3921,90,90 | TENT          | 62700 | 2.294,00   | 1.700,00  | 10.130,00 | 10.530,42 | 0    | 12/05/2014 |
| 226                    | 08/07/2014 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.90 | TENT          | 63599 | 6.000,00   | 5.317,00  | 26.623,10 | 26.623,10 | 0    | 08/07/2014 |
| 227                    | 09/09/2014 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921,90,90 | TENT PESADA   | 64583 | 3.650,00   | 3.300,00  | 14.850,00 | 14.850,00 | 0    | 17/09/2014 |
| 228                    | 27/10/2014 | ACUAMAYA S.A.       | GUATEMALA | 3920,43,00 | PERMAX 750 MC | 65271 | 808,00     | 755,35    | 3.248,01  | 4.248,01  | 0    | 27/10/2014 |
| 229                    | 25/11/2014 | PLAVIMARS S.A.C.    | PERU      | 3921.90.90 | CUEROPIEL     | 65762 | 3.044,00   | 5.074,00  | 12.431,30 | 12.981,30 | 120  | 25/03/2015 |
| 230                    | 15/12/2014 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921,90,90 | TENT PESADA   | 66101 | 11.403,00  | 10.310,00 | 46.395,00 | 46.395,00 | 0    | 15/12/2014 |
| 231                    | 29/12/2014 | INDUSTRIAS EL TIGRE | PERU      | 3921.90.90 | TENT PESADA   | 66236 | 6.393,00   | 5.780,00  | 26.010,00 | 26.010,00 | 0    | 30/12/2014 |
|                        |            |                     |           |            |               |       |            |           |           |           |      |            |
|                        |            |                     |           |            |               |       |            |           |           |           |      |            |
|                        |            |                     |           |            |               |       |            |           |           |           |      |            |

| EXPORT PERMITS OF 2015 |            |                 |           |            |               |       |            |          |          |           |      |            |
|------------------------|------------|-----------------|-----------|------------|---------------|-------|------------|----------|----------|-----------|------|------------|
|                        | DATE       | IMPORTER        | COUNTRY   | ITEM       | PRODUCT       | BILL  | NET WEIGHT | TOTAL    | VALUE    | TOTAL     | TERM | DUE        |
| #                      |            |                 |           |            |               | #     | KG         | MTS      | FOB      | CFR       |      | DATE       |
| 232                    | 27/01/2015 | ACUAMAYA S.A.   | GUATEMALA | 3920,43,00 | PERMAX 750 MC | 66510 | 122,50     | 129,31   | 600,00   | 1.200,00  | 0    | 27/01/2015 |
| 233                    | 24/02/2015 | LEO ARTE S.A.C. | PERU      | 3921.90.90 | TENT INTER    | 67049 | 940,00     | 1.000,00 | 3.980,00 | 4.260,00  | 0    | 24/02/2015 |
| 234                    | 28/05/2015 | LEO ARTE S.A.C. | PERU      | 3921,90,90 | TENT INTER    | 68490 | 1.649,00   | 2.000,00 | 7.380,00 | 7.380,00  | 0    | 28/05/2015 |
|                        |            |                 |           |            |               |       |            |          |          |           |      |            |
|                        |            |                 |           |            |               |       |            |          |          |           |      |            |
|                        |            |                 |           |            |               |       |            |          |          | 12.840,00 |      |            |



