



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESCUELA DE FINANZAS Y COMERCIO
EXTERIOR**

CARRERA COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

Ingenieras en Comercio Exterior

TEMA:

“Plan de exportación de claveles de la Empresa Merizalde & Ramírez desde el Cantón Pujili Provincia de Cotopaxi hacia el mercado de Hamburgo - Alemania”.

Ana Paulina Mise Palomo
Cristina Shamire Salas Arroyo

Riobamba – Ecuador
2011

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación

Ing. Víctor Cevallos
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Juan Aguilar
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE AUTORIA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras

Ana Paulina Mise

Cristina Shamire Salas

Dedicatoria

A mis padres, ya que son sus pasos los que quiero seguir porque gracias a ellos y a su amor aprendí lo importante que es luchar por mis objetivos y metas, son quienes me ayudaron a comprender que con trabajo, dedicación y esmero los sueños se hacen realidad; y a mis hermanos por su cariño, consejos y respaldo a mis decisiones.

Ana Mise

Con mucho cariño a mi recordado padre y a mi valiosa madre quien a guiado mis pasos hasta conseguir mi meta académica y personal llenándome de amor y fe cada día, a mis hermanos quienes han sido ejemplo de perseverancia.

Cristina Salas

Agradecimiento

Agradecemos a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por acogernos en sus instalaciones y brindarnos la oportunidad de acceder a una educación superior de calidad, la misma que ha cubierto las necesidades de superación que como emigrantes de otras provincias hemos buscado. Institución que a demás nos ha brindado ayuda a través de sus programas de becas académicas, con lo cual incentiva la dedicación y esmero hacia la amplitud de los conocimientos.

A la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, por facilitarnos docentes de la más alta calidad tanto en el aspecto laboral, moral y espiritual; docentes que han sabido impartir sus conocimientos científicos entregando su dedicación y esmero a los estudiantes, convirtiendo los salones de clase en verdaderos centros de formación profesional.

A nuestros docentes, que a lo largo de nuestra trayectoria por la Facultad y Escuela hemos llegado a conocer y hemos tenido la oportunidad no solo de compartir ciencia sino también experiencias de la vida personal, que nos han formado el carácter en pos de una excelente participación y desarrollo positivo en la sociedad; de manera especial hacemos extenso nuestro agradecimiento al ingeniero Víctor Cevallos y Juan Aguilar por su guía y sabias recomendaciones para la culminación de la presente tesis de grado.

ÍNDICE

TÍTULO	PÁGINA
Portada	I
Certificación del tribunal	II
Certificación de autoría	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Índice de contenidos	VI
Índice de tablas	IX
Índice de gráficos	IX
Índice de fotografías	X
Introducción	XI
CAPÍTULO I	1
1. Diagnóstico situacional de la empresa Merizalde & Ramírez	1
1.1. Descripción de la empresa Merizalde & Ramirez.....	1
1.1.1. Antecedentes	2
1.1.2. Reseña histórica	3
1.2 diagnóstico externo e interno de la empresa	5
1.2.1. Análisis externo de la empresa M&R S.A.	5
1.2.1.1. Macroentorno	5
1.2.1.2. Microentorno.....	8
1.2.3. Análisis foda.....	15
1.2.4. Formulación estratégica	16
1.2.4.3. Objetivos	16
1.2.4.4. Valores organizacionales	17
CAPITULO II	19
2. Estudio de mercado en Hamburgo - Alemania	19
2.1. Descripción del producto (claveles).....	19
2.1.1. Características	19
2.1.2. Usos.....	21

2.2.	Análisis del mercado objetivo	22
2.2.1.	Segmentación del mercado	22
2.2.1.2.	Metodología	24
2.3.	Análisis de la demanda.....	25
2.3.1.	Perfil de clientes potenciales	27
2.4.	Análisis de la oferta.....	27
2.4.2.	Producción.....	30
2.4.3.	Importaciones y exportaciones de claveles en Alemania.....	31
2.4.3.1.	Importaciones.....	31
2.4.3.2.	Exportaciones.....	33
2.5.	Comercialización.....	35
2.5.1.	Canales de distribución	35
2.5.2.	Cálculo del flete	36
2.5.3.	Precios	40
2.5.3.1.	Precios al consumidor	40
2.5.3.2.	Precios de importación.....	40
2.5.3.3.	Estructura de precios.....	41
2.6.	Marca.....	41
2.7.	Logotipo	42
2.8.	Empaque.....	43
CAPÍTULO III.....		44
3	Estudio técnico	44
3.1.	Localización	44
3.1.1.	Macrolocalización	44
3.1.2.	Microlocalización.....	47
3.2.	Tamaño de la empresa.....	49
3.2.1.	Capacidad de producción	49
3.2.2.	Proceso productivo	49
3.2.3.	Infraestructura	54
3.2.3.1.	Área administrativa	54
3.2.3.2.	Área de producción	55
3.2.4.	Equipamiento tecnológico	55

CAPÍTULO IV.....	61
4. Estudio administrativo y legal.....	61
4.1. Organigrama estructural.....	61
4.2. Tipo de empresa.....	62
4.3. Análisis de los aspectos legales para la exportacion.....	67
4.4. Procedimientos y trámites para exportación.....	69
4.4.1. Procedimientos para exportar desde ecuador.....	69
4.4.2. Trámites para exportación.....	78
4.5. Incoterm:.....	93
4.6. Sistema de preferencias generalizadas.....	94
CAPÍTULO V.....	103
5. Estudio financiero.....	103
5.1. Inversion.....	103
5.2. Costos.....	105
5.3. Presupuesto de costos y gastos.....	107
5.4. Financiamiento.....	109
5.5. Flujo de caja.....	110
5.6. Ingresos del proyecto.....	111
5.7. Estado de resultados.....	112
5.8. Balance general.....	113
5.9.1. Tasa interna de retorno.....	114
5.9.2. Valor actual neto.....	115
5.9.3. Relación benefico costo.....	117
CAPITULO VI.....	119
6. Conclusiones y recomendaciones.....	119
6.1. Conclusiones.....	119
6.2. Recomendaciones.....	120
Resumen	
Summary	
Bibliografía	
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

No	TITULO	Pág.
1	Análisis Macroentorno	5
2	Análisis Microentorno	8
3	Análisis Situacional Interno	11
4	Matriz de Analisis Interno	14
5	Demanda proyectada en dólares	26
6	Demanda proyectada en claveles	26
7	Oferta proyectada en dólares	29
8	Oferta proyectada en claveles	29
9	Demanda, Oferta y Demanda Insatisfecha en dólares	34
10	Demanda, Oferta y Demanda Insatisfecha en claveles	35
11	Participación en el Mercado	43

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No	TITULO	Pág.
1	Mono bouquets más vendidos en Alemania	25
2	Consumo de flores por edades	28
3	Evolución del Valor del Mercado Alemán de las flores	28
4	Importaciones de flores ornamentales	32
5	Principales proveedores de flores ornamentales	33
6	Exportación de flores ornamentales	34
7	Sistema de Distribución	38
8	Precio de flores en subastas	40
9	Diagrama de Flujo del Proceso Productivo	53
10	Organigrama Estructural	61
11	Procedimiento de Exportaciones	72
12	Diagrama de Flujo de Proceso de Exportación	73

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

No	TÍTULO	Pág.
1	Caja con el Logotipo	2
2	Preparación del clavel para el empaque	21
3	Bandera y Escudo de Hamburgo	23
4	Mapa de Hamburgo	23
5	Proceso de Exportación Ecuador-Alemania	39
6	Marca de la Empresa	41
7	Logotipo de la Empresa	42
8	Empaque del clavel	43
9	Ubicación en el mundo de la Empresa Merizalde & Ramírez S.A.	45
10	Ubicación por sector de la Empresa Merizalde & Ramírez S.A.	47
11	Mapa del Catón Pujili	48
12	Siembra del clavel	49
13	Cultivo del clavel	50
14	Cosecha del clavel	51
15	Poscosecha del clavel	51
16	Trasporte del clavel	52
17	Oficinas de la Empresa	54
18	Invernaderos de los claveles	55
19	Tractor agrícola	56
20	Sistema de riego por goteo	56
21	Fumigadora	57
22	Medidor de flores	57
23	Cinta transportadora	58
24	Cuarto frío	59
25	Montacargas	59
26	Camión de cava térmica	60
27	INCOTERM Free On Board	94

INTRODUCCIÓN

La industria florícola del país se ha convertido en una actividad muy importante que con el pasar de los años ha logrado consolidarse en el mercado norteamericano principalmente y en menor escala en Europa, lo cual ha contribuido a generar empleo y divisas al país, activando ciertos polos de desarrollo local en el tema.

Uno de los rubros de exportación de productos no tradicionales es el de las flores, que “en los cinco primeros meses del presente año el Ecuador exportó 50 748 toneladas de flores naturales, lo que representa un 5,78 por ciento más que el mismo periodo del 2010, cuando se vendieron 47 979”¹.

En el Ecuador la introducción del cultivo no tradicional de flores se produjo a finales de los años 70 y su exportación comenzó en 1980, durante el Gobierno de Oswaldo Hurtado, época en que empresarios y grupos de poder económico vieron en los cultivos y exportación un negocio muy lucrativo.

Cuando en 1980 las empresas florícolas empezaron a exportar su producto a los mercados extranjeros, la demanda fue masiva, siendo esto uno de los factores más importantes que despertó el interés de muchos inversionistas para la instalación de nuevas plantaciones.

Se había despertado la ambición de los inversionistas precursores y nuevos, expandiéndose las plantaciones de flores por las provincias de Pichincha, Imbabura, Azuay, Cotopaxi, Tungurahua, Cañar, Carchi, Chimborazo y ahora sectores de la Costa como Guayas, El Oro y Los Ríos.

El boom de las flores ha crecido tanto que en la última década el repunte es evidente, la superficie de cultivo se ha incrementado del 46% al 64%, de 38 empresas florícolas a 271 empresas, según las registradas en la Asociación de Productores y Exportadores de Flores (Expoflores). Sin embargo, se estima que existen más de 300 empresas florícolas entre grandes y pequeñas

¹ www.comercioexterior.com.ec

Los principales productos florícolas que se produce en Cotopaxi y se exporta son: rosas, gypsophilas, claveles, belladona, flores de verano y en menor escala, de otras variedades.

Si bien los Estados Unidos es el mercado natural de las flores ecuatorianas, el posicionamiento del mercado europeo (el de mayor consumo per cápita en el mundo), por parte del producto ecuatoriano es aún incipiente, lo que nos proporcionará excelentes posibilidades de desarrollo a futuro, amparados en la calidad de las flores y en su certificación (sello verde).

Cotopaxi podría convertirse en la cuna de la agroindustria de exportación de flores en el País, por la diversidad de producción de sus 90 empresas registradas, dedicadas a la producción de flores cortadas.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA MERIZALDE & RAMÍREZ

A continuación se detallará los antecedentes y generalidades de la empresa, desde sus inicios hasta la actualidad.

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA MERIZALDE & RAMIREZ

MERIZALDE & RAMIREZ es una empresa florícola dedicada al cultivo y exportación del clavel y rosas a diferentes partes del mundo como: Estados Unidos, Rusia, Chile, entre otros. En los últimos años se ha exportado gran parte de su producción a Estados Unidos porque contaba con el Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act (ATPDEA), e ingresaba el producto con cero arancel, lo que facilitaba el ingreso a ese país; desde que se suspendió temporalmente este acuerdo se está buscando nuevos mercados.

La empresa se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi en el cantón Pujili, a una altura de 2.800 metros sobre el nivel del mar. El clima existente en la finca permite ofrecer a los clientes un producto de primera calidad, capaz de competir y satisfacer las más altas exigencias del mercado mundial.

MERIZALDE & RAMIREZ es creada con una visión joven enmarcada en los estándares ecológicos y fitosanitarios.

El Logotipo se ha hecho conocer a nivel mundial, es alegórico a nuestros antepasados, el cual es representado por el Danzante que simboliza el folclor de este sector, donde los indígenas usando su indumentaria (traje típico) daban gracias al sol, la luna y las estrellas por haber obtenido una buena cosecha.

FOTO 1 Caja con logotipo



Fuente: Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Merizalde & Ramírez S.A

1.1.1. ANTECEDENTES

Ecuador posee gran potencial para cultivar y exportar flores. El clima es propicio para el cultivo de muchas especies, incluidos claveles, rosas, astromelias, crisantemos, margaritas, limonium, entre otras, con las que ha captado una porción importante del mercado internacional. “La líder del conjunto es la rosa, y el Ecuador exporta 60 variedades, incluidas las variedades de la rosa roja “First Red”, “Classi”, “Dallas”, “Mahalia”, “Madame Del Bar” y “Royal Velvet”. “²

El clavel es originario de la cuenca mediterránea. Los primeros claveles adaptados a la producción de flor cortada fueron seleccionados en Lyon alrededor del año 1845. A partir de 1942, William Sim, obtuvo por hibridaciones y selecciones una serie de claveles que llevan su nombre "Clavel Sim o Clavel Americano", que han dado origen al espectacular desarrollo de la producción en invernadero y bajo túneles. Siendo una de las más importantes flores de corte en el comercio mundial. Además, debido a su fácil y rápida multiplicación.

Canadá, Alemania, Holanda, Italia, Rusia y los Estados Unidos son los principales países a los que se exportan estas flores.

² <http://www.ecuador.com/espanol/blog/las-flores-abundan-en-el-ecuador>

El principal destino de las flores ecuatorianas es Estados Unidos con quien tiene preferencias arancelarias, al suspenderse este acuerdo temporalmente el país ha empezado a buscar nuevos mercados como: Austria, Chile, Argentina, República Checa, Francia, Hong Kong, España, Suecia, Suiza y el continente asiático.

En la actualidad, se cultivan más de 2.000 hectáreas (5.000 acres); debido ha, las condiciones climáticas ideales. La ubicación geográfica del Ecuador y sus condiciones naturales brindan al país una ventaja. Las fortalezas tecnológicas del país y los factores de infraestructura hacen de la industria ecuatoriana de flores de corte uno de los líderes mundiales.

La biodiversidad geográfica del Ecuador, desde las bajas tierras costeras hasta los altos Andes (Sierra), además del área subtropical de Oriente y el Amazonas, favorece el crecimiento de un gran número de flores. Una de las atracciones turísticas más famosas del Ecuador es el Mercado de flores, que se encuentra en la pequeña Plaza del Carmen, en la ciudad de Cuenca. Este encantador pueblo del antiguo mundo está lleno de visitantes, pero serán pocos los que no se conmoverán con el mercado de flores.

Además el Ecuador cuenta con el sistema de preferencias generalizadas (SPG) en el cual se suspenden completamente el arancel para todos los productos (sensibles y no sensibles) que tengan derechos ad valorem o específicos.

1.1.2. RESEÑA HISTÓRICA

Empresa Merizalde & Ramírez S.A. fue fundada en el año 1971 por el Ingeniero agrónomo José Augusto Merizalde Lara, quien optó por adquirir una propiedad dedicada a la agricultura y ganadería, ubicada en el sector vía a la merced cantón Pujili provincia de Cotopaxi.

Hace 11 años el Ingeniero Merizalde después de realizar un estudio del suelo y clima determino que el mismo era apto para el cultivo de flores, por lo que se dedico a la producción de claveles donde consiguió aceptación por parte de los consumidores a nivel

nacional razón por la cual le invitaron a participar en un concurso en Holanda obteniendo el primer lugar a través del cual se dio a conocer a nivel internacional.

Al primer país que exporto fue a Estados Unidos en el año de 2001 logrando éxito en sus primeras negociaciones, posteriormente recibió pedidos de otros países como Rusia, Chile y Argentina; además por la calidad del producto estos mercados son fijos en sus requerimientos; lo que se trata de conseguir ampliar la producción y por ende los destinos de las flores.

En el año 2003 la empresa decide ampliar su oferta exportable, por lo que comienza con la producción y comercialización de rosas, logrando de esta manera ingresar a nuevos mercados.

Ya por el año 2005 comienza el recambio generacional dentro de Empresa. El Ingeniero José Merizalde Ramírez, hijo del fundador se incorpora a la ya próspera empresa familiar, comenzando a participar en la conducción de la misma, con ideas innovadoras. Y de esta manera la Empresa continúa creciendo al ritmo de esa sangre nueva mezclada con la savia de la experiencia, y continúa marcando rumbos en esta difícil actividad, acrecentando el prestigio y generando tradición con una de las Empresas más antiguas de Pujili y de la provincia de Cotopaxi.³

³ www.floresmerizalde.com

1.2 DIAGNÓSTICO EXTERNO E INTERNO DE LA EMPRESA

Vamos a realizar un estudio sobre la situación actual de la empresa y el país, para determinar si está en condiciones de incrementar su producción y ampliar su mercado.

1.2.1. ANÁLISIS EXTERNO DE LA EMPRESA M&R S.A.

Se analizará los factores que influyen en el desarrollo y realización de las actividades de la empresa, por lo cual se efectuará una investigación del macroentorno y microentorno de la empresa.

1.2.1.1. MACROENTORNO

TABLA 1: ANÁLISIS MACROENTORNO

CÓDIGO	FACTOR	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	RESPUESTA
DIMENSIÓN ECONÓMICA				
E1	Tasa de inflación 3,88%	A la alza	Sube los costos de materia prima	Aumenta el costo de producción y ventas
E2	Créditos	Aumento	Incremento de la producción	Ampliación del mercado y obtención de mayor utilidad
E3	Sueldos	Estable	Estabilidad económica de la empresa	Mantener e incrementar al personal
E4	Impuestos (IVA, IR, aranceles)	Estable	Se mantienen los precios	La empresa es competitiva

DIMENSIÓN POLÍTICA				
P5	Política	Estable	Confianza en el país e incremento en la inversión extranjera	Apertura de nuevos mercados
DIMENSIÓN LEGAL				
L6	Código Orgánico de Producción Comercio e Inversión y su reglamento	Estable	Se mantienen los procesos y trámites	No existe confusión en los procesos a realizar
DIMENSIÓN SOCIO CULTURAL				
SC7	Idioma (Ingles)	Medio	Impedimento para negociar con otros países	Contratar a personal que hable otros idiomas
DIMENSIÓN TECNOLÓGICO				
T8	Tecnología para la producción de flores	Alta	Mejoramiento de la calidad y competitividad	Nuevas inversiones en moderna tecnología
T9	Tecnología de la Información (INTERNET)	Alta	Facilita el comercio internacional y simplifica las operaciones comerciales y financieras	Incrementar el nivel de comunicación internacional
DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL				
M10	Clima	Variable	Variación en el proceso de producción	Cumplimiento de estándares internacionales de calidad
M11	Alto uso de productos químicos y	En aumento	Deterioro del medio ambiente	Implementación de nuevas técnicas de producción limpias para la protección del

	contaminantes			medio ambiente.
M12	Fenómenos Naturales	Imprevisto	Disminución de la producción y ventas	Baja la utilidad y rentabilidad
DIMENSIÓN DE GLOBALIZACIÓN				
G13	Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)	Eventual	Fácil ingreso al mercado europeo.	Incremento en la producción y exportación del producto
G14	Competitividad	Creciente	Aumenta la oferta y variedad de las flores a nivel internacional	Mejoramiento de la calidad de las flores ecuatorianas
G15	Expansión del Mercado	Aumento	Mayor oportunidad de oferta de productos.	Investigación del mercado.
G16	Imagen internacional del país	Débil	Deterioro de la imagen internacional, falta de inversión extranjera, falta de apertura comercial en el mercado internacional	Diversificar la producción y buscar nuevos mercados
MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL				
M17	Oferta	Variable	Posibilidad de captar mayor número de clientes	Mejora la calidad del producto
M18	Demanda	Variable	Posibilidad de incrementar ventas	Aumenta la variedad de flores
M19	Imagen de la empresa	Creciente	Posicionamiento de la empresa	Incremento de pedidos

Fuente: Banco Central del Ecuador, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones y Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

1.2.1.2. MICROENTORNO

TABLA 2: ANÁLISIS MICROENTORNO

CODIGO	FACTOR	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	RESPUESTA
PROVEEDORES				
P1	Entrega	Oportuna	Genera confianza en los clientes	Ampliar su mercado
COMPETENCIA				
C1	Actual	Agresivo	Pérdida de competitividad debido a altos costos de producción	Altos niveles de eficiencia y estricto cumplimiento de estándares de calidad
C2	Potencial	Alto	Alta competitividad	Aprovechamiento de ventajas comparativas en relación a otros países productores
CLIENTES				
C3	Actuales	Creciente	Incremento de las cuotas de mercado	Incremento y diversificación de la producción de flores
C4	Potenciales	Incremento	Aumentan las ventas de claveles	Producción y comercialización de claveles

Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

1.2.2. ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO

TABLA 3: ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO

CODIGO	FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	RESPUESTA
PRODUCCIÓN				
PRO1	Maquinaria	Adecuada para la producción de flores	Flores de calidad	Optimización de la maquinaria
PRO2	Capacidad Instalada	100% Utilizada	Adecuada utilización de maquinaria	Mayor producción
PRO3	Distribución de la Planta	Adecuada	Optimización de procesos	Mantener la distribución de los espacios físicos
PRO4	Materia Prima Utilizada	Eficiente	Ahorro de recursos y tiempo	Seleccionar la materia prima de mejor calidad para realizar los productos
FINANZAS				
F5	Inversión de Materia Prima	Existente	Contar con materia prima	Incrementan las inversiones
MARKETING				

MK6	Publicidad	Amplia	Sus servicios son reconocidos por su prestigio y nombre	Mayor publicidad internacional
MK7	Servicio al Cliente	Favorable	Mantiene buenas relaciones con los clientes	Dar un servicio y producto de calidad para tener clientes satisfechos
MK8	Ventas	Constante	Las Ventas producen mayor rentabilidad	Determinar un nivel de ventas
MK9	Precio al Mayor	Existente	Mayor volumen de ventas	Fijar precios de los productos al por mayor
MK10	Precio Frente a la Competencia	Equilibrio	Mayor competitividad de la empresa	Fijar precios en función a la competencia y a la calidad del producto
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO				
ID11	Estudio de Mercado	Medio	No realiza investigación constante de nuevos mercados	Desconocimiento de los mercados existentes
RECURSOS HUMANOS				
RH11	Capacitación del Personal	Poca	Desconocimiento del personal de los nuevos avances tecnológicos	Realizar capacitación cuando se requiera

RH12	Inspecciones de Trabajo	Permanente	Mayor control de las actividades	Realizar inspecciones permanentes
RH13	Ambiente Laboral	Adecuado	Incremento de productividad en la empresa	Realizar actividades de integración dentro y fuera de la empresa
RH14	Idioma (Inglés)	Medio	La empresa no cuenta con el personal adecuado para introducirse al mercado internacional	Contratar personal
RH 15	Idioma (Alemán)	Bajo	No posee personal adecuado para introducirse al mercado alemán	Contratar personal
ORGANIZACIÓN				
O16	Estructura organizacional	Estable	Bien definidas las tareas a realizar por cada uno de los empleados	Eficiencia y eficacia en las labores realizadas
O17	Comunicación	Medio	Intercambio de información adecuado entre los diferentes departamentos	Mayor control de las tareas

O18	Liderazgo	Existente	capacidad de un jefe para guiar y dirigir	Mejor organización de la empresa
O19	Cultura de calidad	Alto	La empresa busca realizar todos los procesos con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes	Productos de calidad
O20	Investigación y desarrollo	Medio	Falta investigan sobre nuevos mercados	Desconocimiento de los mercados a los que puede dirigirse
ADMINISTRACIÓN				
A21	Planificación Estratégica	Existente	Lineamientos de gestión fijas	Calidad en la gestión
A22	Control de gestión	Adecuado	Encamina la gestión de la empresa hacia los objetivos de la misma	Permite evaluar la situación real de la empresa
A23	Productividad	Alto	Eficiencia en las procesos realizados y obtención de productos de calidad	Menor utilización de recursos

A24	Rentabilidad	Existente	Buen rendimiento de la empresa	Mayor utilidad
A25	Liquidez	Inmediata	Poseen el dinero para cubrir sus deudas	Estabilidad en la empresa
A26	Endeudamiento	Bajo	Utilizan mayormente recursos propios para las operaciones de la empresa	Seguridad en la empresa

Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

Tabla 4: MATRIZ DE ANÁLISIS INTERNO

FACTORES	GRANDES	FORTALEZAS	FORTALEZAS	EQUILIBRIO	DEBILIDADES	GRANDES	DEBILIDADES
Proveedores			X				
Competencia actual				X			
Clientes	X						
Oferta				X			
Demanda			X				
Imagen de la empresa	X						
Capacitación					X		
Idioma							X
Estructura organizacional				X			
Comunicación					X		
Liderazgo				X			
Cultura de calidad	X						
Investigación y desarrollo					X		
Planificación estratégica			X				
Control de gestión			X				
Productividad	X						
Rentabilidad				X			
Liquidez				X			
Endeudamiento			X				
TOTAL	4	5	6	3	1		

Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

1.2.3. ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS:

1. Buena Imagen corporativa a nivel nacional e internacional (Administrativo)
2. La Empresa ha desarrollado un mercado internacional y cuenta con clientes fijos (Marketing)
3. Productos de calidad que cumplen normas internacionales para la exportación (Producción)
4. La empresa tiene experiencia en la exportación de flores al mercado europeo (producción y comercialización)
5. La empresa cuenta con un plan estratégicos y planes operativos en cada una de sus áreas funcionales (Producción, ventas y finanzas)

OPORTUNIDADES:

1. Crecimiento de la demanda de flores en el mercado internacional (Alemania)
2. Las flores ecuatorianas son reconocidas internacionalmente por su calidad
3. Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) el cual permite el ingreso de productos ecuatorianos con preferencias arancelarias
4. Aumento de créditos para producción agrícola
5. Estabilidad en el Código Orgánico de La Producción Comercio e Inversiones

DEBILIDADES

1. Falta capacitación a los empleados (T. Humano)
2. No realizan investigación constante para apertura de nuevos mercados
3. La empresa no cuenta con personal que hable alemán e inglés al 100% por lo que se le dificulta negociar con otros países (T. humano)
4. No contar con un sistema de comunicación confiable (Investigación y desarrollo))

AMENAZAS:

1. Pérdida de competitividad en el mercado internacional debido al incremento de costos de producción de las flores ecuatorianas
2. Bajo nivel de confianza e imagen del país en los mercados internacionales

3. Incremento de la inflación lo que genera aumento en los costos de producción
4. Alta contaminación ambiental que puede generar daños en el medio ambiente
5. Cambios climáticos repentinos
6. La demanda de flores varía de acuerdo a temporadas

1.2.4. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Para que la empresa sea competitiva ha elaborado los siguientes factores: misión, visión, objetivos y valores organizacionales a seguir para el desarrollo de la misma.

1.2.4.1. MISIÓN

Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en el ámbito nacional e internacional, brindándoles calidad total en la producción y exportación de Claveles y rosas.

La búsqueda de estos propósitos y el crecimiento continuo de la calidad está inspirado en valores y principios del más alto contenido ético, que sirve de guía a cada empleado enmarcados dentro de los lineamientos de la organización empresarial, calidad en el proceso y eficiencia en sus operaciones con tecnología adecuada.

1.2.4.2. VISIÓN

MERIZALDE & RAMIREZ se proyecta como una empresa floricultora con la más alta calidad del mundo, de tal forma que sea reconocida fácilmente y pueda cubrir el amplio mercado internacional.⁴

1.2.4.3. OBJETIVOS

1.2.4.3.1. Objetivo general

- Ser la empresa líder en la producción y comercialización de claveles tanto a nivel nacional como internacional; a través, del incremento de la oferta y así obtener mayor rentabilidad.

⁴ www.floresmerizalde.com

1.2.4.3.2. Objetivos específicos

- Ser una marca reconocida a nivel internacional por la calidad y variedad de flores.
- Tener mayor rentabilidad a fin de expandir su empresa.
- Ofrecer una buena atención al cliente para conservarlo.
- Brindar un buen ambiente de trabajo para mejorar el desempeño de los empleados.
- Mantener capacitado al personal de la empresa con la finalidad de tener eficiencia de los mismos.

1.2.4.4. VALORES ORGANIZACIONALES

MERIZALDE & RAMIREZ cuenta con un grupo de valores, principios y comportamientos los cuales son la piedra angular en el desarrollo de esta:

Honestidad: Ofrecer a los clientes lo que la Empresa está en condiciones de cumplir. Ser coherentes con su razón de ser, actuar dentro de la verdad, con honradez, responsabilidad y total transparencia.

Trabajo en Equipo: Buscar la práctica de la mutua ayuda entre las personas, apoyando a los grupos menos favorecidos para que puedan mejorar su calidad de servicio.

Responsabilidad Social: Garantizar que las operaciones y políticas de la empresa vayan de acuerdo con las leyes y reglamentos aplicados hacia la prevención de problemas sociales creando de esta manera una imagen pública favorable.

Calidez humana: Que los clientes pueden contar con un trato amable y personalizado. El sistema de entregas y equipo humano deben estar formados para entablar relaciones comerciales cordiales y amistosas.

Puntualidad: Saber de la importancia de hacer las cosas a tiempo y en el lugar conveniente. La eficacia y la calidad de los servicios es la meta teniendo como labor la garantía de satisfacción de los clientes.

Respeto: Brindar un trato justo a todos aquellos con quien tenemos relación. Se entiende mejor cuando procuramos tratar a los demás de la manera en que deseamos ser atendidos, saludar a los demás, emplear un vocabulario adecuado, pedir las cosas amablemente, dejar el sanitario en perfectas condiciones después de usarlo y evitar inmiscuirse en la vida privada de los demás, es la forma más sencilla de vivir este valor en el trabajo.

Comunicación: Mantener una buena comunicación ayuda a desarrollar el desempeño de los procesos y mejora las relaciones con los clientes internos y externos.

Servicio: Responder de manera oportuna a las necesidades de los clientes internos y externos, propiciando una relación continua y duradera

Credibilidad: Responder siempre a las necesidades y expectativas de los clientes con la integridad y cumplimiento de promesas en las relaciones entre clientes internos y externos generando lealtad hacia la empresa.

Calidad: saber que el cliente es lo primero, por eso se debe lograr mantener las buenas relaciones brindando un excelente servicio.⁵

⁵ Augusto Merizalde

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO EN HAMBURGO - ALEMANIA

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.⁶

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO (CLAVELES)

Es el detalle del producto a ofrecerse, el cual contiene información general y específica de los claveles.

2.1.1. CARACTERÍSTICAS

El clavel pertenece a la familia de las Cariofiláceas se encuentran dentro del género *Dianthus*, que significa en griego "Flor de Zeus". Nativa del área mediterránea.

En la empresa MERIZALDE & RAMIREZ el tipo de clavel que cultiva es el standard y se da en diferentes colores tales como: rojo, rosado, blanco, salmón, amarillo y bicolors.⁷

Alcanzan una altura entre los 45 y los 60 centímetros. Normalmente son flores de fuerte fragancia. Se multiplica por esquejes o semillas. Las semillas tardarán en germinar de 2 a 3 semanas en ambiente cálido.

Soporta bien la salinidad. Prefiere un PH entre 6,5 y 7,5. Suelo muy poroso bastante arenoso y con buen drenaje y sin arcilla.

Atacan al clavel múltiples plagas y enfermedades, destaquemos los siguientes: Nematodos: *Meloidogyne* spp.

Orugas: *Epichoristodes acerbella*, *Heliothis* spp., *Tortrix pronubana*, entre otros.

Ácaros: *Tetranychus urticae*.

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

⁷ www.floresmerizalde.com

Trips.

Gran cantidad de enfermedades: *Rhizoctonia solani*, *Alternaria dianthi*, *Alternaria dianthicola*, *Botrytis cinerea*, etc...

Los claveles a exportar normalmente miden de 45 a 60 cm aunque varían de acuerdo a los requerimientos y necesidades de los clientes.⁸

Los claveles deben estar embalados para su exportación usando papel absorbente, fundas de polipropileno y una caja protectora de cartón, de 70 cm de largo, 30 cm de ancho y 20 cm de alto. Los claveles deben estar bien hidratados antes de ser transportadas. Utilizar el espacio de corte más reducido posible para asegurarse de que el clavel se abra correctamente. Las cajas contienen 25 claveles, las destinadas para exportar deben estar claramente identificadas con calidad, nombre de la variedad, mezcla de los colores y grados.⁹

⁸ www.expoflores.com

⁹ www.floresmerizalde.com

FOTO 2 PREPARACIÓN DEL CLAVLE PARA EL EMPAQUE



Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

2.1.2. USOS

La población alemana adquiere gran cantidad de flores anualmente, la mitad destinadas para regalo y las restantes son distribuidas entre compras de flores para uso propio y compras para funerales y tumbas.

Sin embargo, las flores son el regalo número uno en Alemania, acompañadas de golosinas/chocolates, dinero, vinos y perfumes. Actualmente el segmento de la población que

corresponde a los jóvenes y hombres en particular, relaciona las flores principalmente con obsequios.

“No obstante, los jóvenes también han relacionado las flores con falta de inspiración y originalidad por parte de la persona que regala el presente, simplemente por el valor tradicional que estas poseen”.¹⁰

Una de las costumbres alemanas al visitar a una persona es llevarle un presente que este acompañado de flores en símbolo de agradecimiento.

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO

Consiste en la investigación del mercado al cual se pretende introducir el producto, determinando la posible existencia de demanda insatisfecha y la aceptación de los claveles.

2.2.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Es la selección de los clientes potenciales del total de la población, tomando en cuenta su edad, gustos y situación económica.

2.2.1.1. ESTRATIFICACIÓN

Población objetivo

La población a la cual va dirigido el producto es Hamburgo, una ciudad situada al norte de Alemania. La ciudad forma su propio estado federado, con una extensión de 755 km². A inicios del 2011 tenía 81, 802,257¹¹ habitantes, específicamente en la ciudad de Hamburgo cuenta con 1, 786,278¹² habitantes. Es una de las ciudades más importantes en Alemania, además, su puerto es el segundo más grande de Europa, tras el de Róterdam, y el noveno del mundo

El nombre completo de Hamburgo es «Ciudad libre y hanseática de Hamburgo» (Freie und Hansestadt Hamburg en alemán). Esto se debe a su historia como miembro de la liga

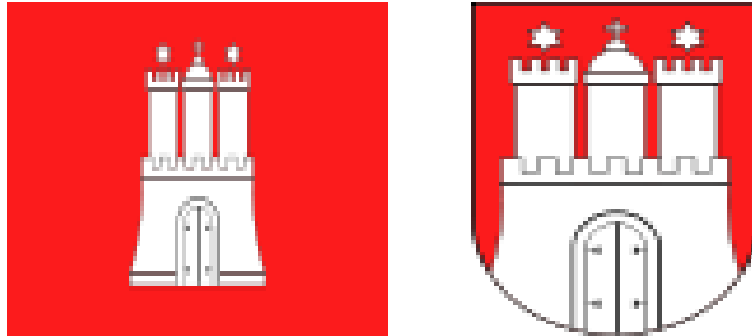
¹⁰ <http://www.al-invest4.eu/minisite/flores/alemania/alemania5.html>

¹¹ <http://www.statistik-portal.de/>

¹² http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/en/en_zs01_hh.asp

medieval hanseática y como Ciudad Imperial Libre del Sacro Imperio Romano Germánico, y también por el hecho de que es una ciudad-estado y uno de los dieciséis estados federados de Alemania.

FOTO 3 BANDERA Y ESCUDO DE HAMBURGO



Fuente: wikipedia.org

Elaborado por: Wikipedia.org

Capital: Hamburgo

Entidad: Estado

País: Alemania

Gentilicio Hamburgués/a

FOTO 4 MAPA DE HAMBURGO



Fuente: wikipedia.org

Elaborado por: Wikipedia.org

De los 1, 786,448¹³ habitantes de Hamburgo se han seleccionado los que se encuentran entre edades de 25 hasta 65 años, debido a que son los principales consumidores de flores.

Del 100% de la población, el 90% tienen de 25 años en adelante¹⁴, dando como resultado 1'607,803 habitantes.

Consumo per cápita de flores: 36€

2.2.1.2. METODOLOGÍA

PASO 1: Demanda

- **Estimación de la demanda:** en este caso es de 128624 personas las cuales representan al 8% de la población.
- **Consumo per cápita:** 128624 por \$4,14 que es lo que gasta anualmente en claveles cada persona, dando como resultado 532813
- **Proyección de la demanda,** utilizando el método de tasa de crecimiento poblacional: Consecuentemente, multiplicamos los 532813 por el (-) 0,21%¹⁵ que es la tasa de crecimiento de la población.
- Sumar el resultado con la demanda de la población
- Repetir el proceso hasta el año 2016

PASO 2: Oferta

- **Estimación de la oferta:** el total de importaciones de claveles es de 36649 dólares¹⁶ y el precio dividido clavel es de 0.22¹⁷ dólares (0.15 euros¹⁸) dando un total de 166586 dólares.
- **Tasa de producción agrícola:** Multiplicamos 166586 por el 3.95% que es la tasa de producción agrícola
- Sumar el resultado con la oferta de la población
- Repetir el proceso hasta el año 2016

¹³http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/en/en_zs01_hh.asp,
http://www.statistiknord.de/uploads/tx_standdocuments/A_I_3_j10.pdf

¹⁴ <http://www.al-invest4.eu/minisite/flores/alemania/alemania5.2.html> y <http://www.tuinbouw.nl>

¹⁵ http://www.indexmundi.com/es/alemania/tasa_de_crecimiento.html y
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

¹⁶ <http://www.al-invest4.eu/minisite/flores/alemania/alemania4.3.html>

¹⁷ <http://www.xe.com/ucc/convert.cgi?language=es&Amount=0.12&From=EUR&To=USD>

¹⁸ http://www.infoagro.com/precios_origen/flores.asp

PASÓ 3: Demanda Insatisfecha

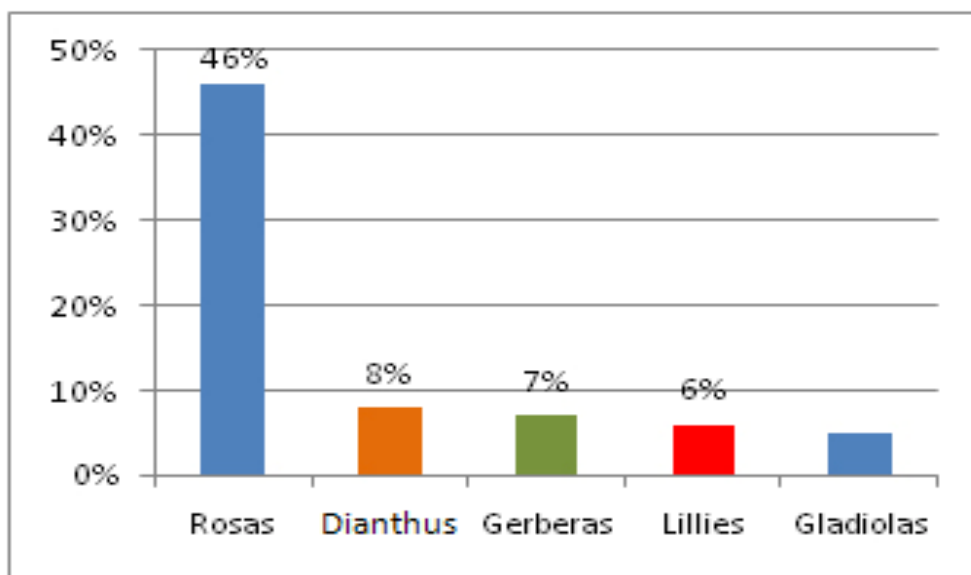
- Restar la demanda de la oferta
- Repetir proceso

2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Alemania, mercado más grande de flores de la Unión Europea, el consumo de flores es 2.881 millones de euros.

El consumo per cápita de flores cortadas es cercano al promedio de la Unión Europea, y registraba tasas de 36 euros en 2010. Una gran parte de la población (90%) compra flores y la frecuencia de compras se estima como superior que el promedio de la UE. El precio medio pagado por un ramo de flores está aumentando.¹⁹

**GRÁFICO 1 Mono bouquets mas vendidos en Alemania según tipo de flor en %
(tercer cuatrimestre 2010)**



Fuente: www.landgard.de

Elaborado por: www.al-invest4.eu/

La producción de Alemania no abastece el mercado local por lo que se ha visto en la necesidad de importar flores de todo el mundo enfocados en la calidad.

¹⁹ www.destatis.de/

TABLA 5: DEMANDA PROYECTADA EN DÓLARES

AÑOS	DEMANDA
1	532.813
2	531.694
3	530.577
4	529.463
5	528.351

Fuente: *www.destatis.de/*

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

TABLA 6: DEMANDA PROYECTADA EN CLAVELES

AÑOS	DEMANDA
1	2.421.878
2	2.416.792
3	2.411.717
4	2.406.652
5	2.401.598

Fuente: *www.destatis.de/*

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

2.3.1. PERFIL DE CLIENTES POTENCIALES

Nuestros clientes potenciales son las personas de 25 hasta 65 años de edad los cuales generalmente gastan más dinero en flores que la gente joven, por lo tanto este segmento contribuye de forma considerable a las ventas de flores y, debido a que la gente de mayor edad hará crecer este porcentaje de la población, se espera que de forma gradual la demanda de flores por este segmento aumente también.

En Alemania, la localización geográfica es también un factor importante en la venta de flores. En años anteriores, la compra de flores fue significativamente más alta en el este de Alemania que al oeste del país.

El mercado institucional se estima que represente aproximadamente un 10% del mercado total de flores en Alemania. Una de cada dos empresas en Alemania realiza compras regulares de flores²⁰

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Es el estudio del nivel de producción y la competencia existente a nivel mundial.

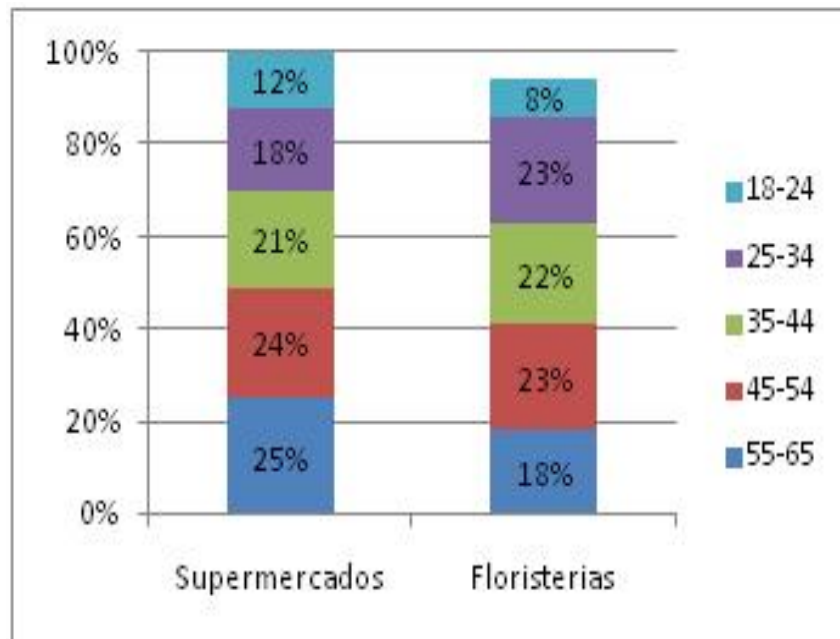
2.4.1. Tamaño de mercado

Alemania es el mercado más grande de flores cortadas en la UE. El consumo generó 2.881 millones de euros (Consejo de Flores de Holanda/Eurostat). Entre 2005 y 2007 el valor de mercado de flores cortadas disminuyó en un 1,5% anualmente. La Junta Holandesa de Productos Hortícolas reportó una disminución del 5% en la exportación de flores a Alemania durante el periodo de Enero hasta Mayo 2009, en comparación al mismo periodo en el 2008.

²⁰ <http://www.al-invest4.eu>

En 2009, las importaciones de flores representaron el 0,13% del total de las importaciones alemanas, lo que convierte al país en el mayor importador de flores cortadas de la Unión Europea, con un 23% de las importaciones del grupo de los 27.

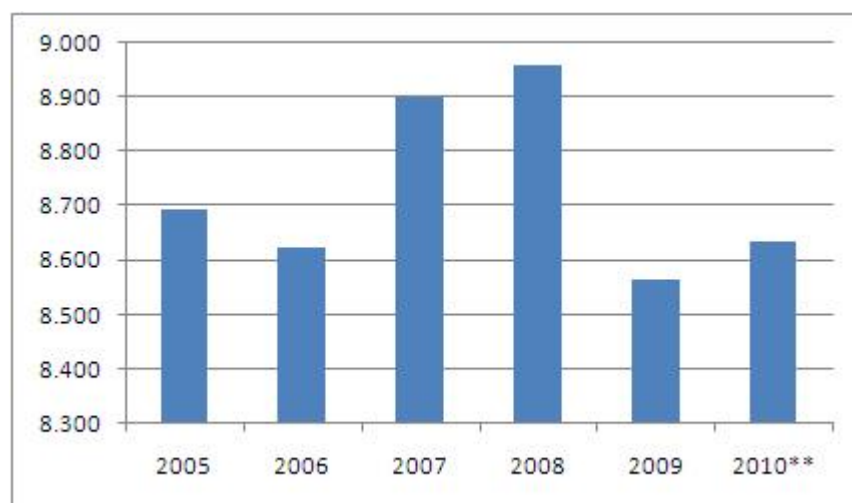
GRÁFICO 2: Consumo de Flores por edades



Fuente: <http://www.tuinbouw.nl/>

Elaborado por: <http://www.al-invest4.eu>

GRÁFICO 3: Evolución del Valor del Mercado Alemán de las Flores (millones €)



Fuente: <http://www.bgi-ev.info/>

Elaborado por: <http://www.al-invest4.eu>

En 2009, las exportaciones de flores ornamentales de Alemania se valoraron en 93.412.000 dólares estadounidenses. Entre 2005 y 2009, registran una tasa media de crecimiento anual negativa, del -4,38%. Mientras que en el 2010 se da un incremento en las importaciones de flores.

Al igual que ocurriera con las importaciones, las exportaciones mostrarían datos positivos en caso de que las analizásemos hasta 2008, año en que la crisis financiera global incidió en que disminuyeran generalmente las importaciones de todos los países.²¹

TABLA 7: OFERTA PROYECTADA EN DÓLARES

AÑOS	OFERTA
1	36.649
2	38.096
3	39.601
4	41.165
5	42.791

Fuente: <http://www.al-invest4.eu>

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

TABLA 8: OFERTA PROYECTADA EN CLAVELES

AÑOS	OFERTA
1	166.586
2	173.167
3	180.007
4	187.117
5	194.508

Fuente: <http://www.al-invest4.eu>

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

²¹ <http://www.al-invest4.eu>

2.4.2. Producción

Aunque Alemania es el mercado más grande de flores en Europa, es solo el tercer mayor productor de flores y plantas.

La producción alemana solo cubre el 20% de la demanda doméstica. Según Asociación Internacional de Productores de Horticultura (AIPH), la producción de flores y plantas ha incrementado en término de valor entre 1997 en adelante, pasando de 1.173 a 1.289 millones de euros.²²

En el 2008, la producción de flores fue realizada por 5.016 productores en 3.167 hectáreas, de las cuales 2.799 fueron a cielo abierto y 368 en invernadero.

Este área de siembra fue principalmente utilizada para flores de verano y perennes. (1.152 ha.), Rosas (454 ha.), Dendranthema (128 ha.), Gerbera (22 ha.) y otras flores (1,656 ha.) como Gladiolas, Narcisos, Tulípanes y Fresa.

Entre el 2004 y el 2010, la producción de flores en Alemania a campo abierto creció en un 3,3% y la producción en invernadero decreció un 4,2% anualmente. Esta variación fue resultado principalmente por el incremento en el costo de la electricidad.

De igual manera muchos floricultores alemanes se están saliendo del negocio debido a la competencia de muchos países de Europa Oriental (especialmente Polonia) y países en vías de desarrollo. El 70% de los floricultores alemanes son pequeños (cuentan con menos de 2 ha.). El tamaño promedio de los invernaderos por empresas es de 0,17 ha., comparado a los 1,18 ha en Holanda.

Los pequeños floricultores se enfocan en los mercados locales y venden a mercados mayoristas regionales, en subastas o de forma directa a los consumidores finales. Las

²² <http://www.al-invest4.eu>

principales regiones productoras de flores en Alemania son: Nordrhein-Westfalen (1.018 ha.), Bayern (496 ha.), Baden-Württemberg (491 ha.) y Niedersachsen (220 ha.).²³

2.4.3. Importaciones y exportaciones de claveles en Alemania

Las transacciones realizadas por el país europeo en los últimos años referentes a las flores en general y especialmente a los claveles.

2.4.3.1. Importaciones

En 2009, las importaciones alemanas de flores ornamentales se valoraron en 1.196.149.000 de dólares estadounidenses, equivalentes al 0,13% del total de productos importados por el país. Entre 2005 y 2009 reflejaron una tasa media de crecimiento anual negativa (-3,17%); no obstante, esto se debe al impacto en 2008 y 2009, de la crisis financiera internacional.²⁴

Los principales productos por valor importados por Alemania en 2009 fueron los siguientes: Las demás flores y capullos, frescos (060319) y las rosas (060311).

Por otro lado, aquellos productos que experimentaron las mayores tasas de crecimiento positivas fueron: Las demás flores y capullos (060390) y los demás follajes, hojas, ramas y demás partes de plantas sin florecer (060499).

²³ www.destatis.de/

²⁴ <http://www.al-invest4.eu/>

GRÁFICO 4: Importaciones de Flores Ornamentales por Categoría de Producto 2006
- 2010 - (Miles de US \$)

Código Producto	Descripción	Valor importado en 2006	Valor importado en 2007	Valor importado en 2008	Valor importado en 2009	Valor importado en 2010	Total 2006-2010
Total		-	-	1.276.129	1.364.969	1.196.489	(-) 3.17
.060311	Rosas	-	-	328.927	347.991	306.720	(-) 3,43
.060312	Claveles	-	-	36.056	38.838	36.649	0,82
.060313	Orquídeas	-	-	13.773	15.417	11.378	(-) 9,11
.060314	Crisantemos	-	-	49.475	46.403	39.896	(-) 10,20
.060319	Los demás	-	-	643.080	657.055	586.585	(-) 4.49
.060390	Los demás	11.022	24.901	30.933	88.935	61.323	53.58
.060410	Musgos y líquenes	3.939	2.711	2.760	3.435	3.416	(-) 3,50
.060491	Partes de plantas, sin flores ni capullos para ramos o adornos	144.359	138.526	139.307	131.099	119.353	(-) 4,64
.060499	Los demás follajes, hojas, ramas y demás partes de planta sin florecer	26.906	27.606	31.818	35.796	31.169	7,63

Fuente: www.destatis.de/

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

Dentro de la Unión Europea, Holanda e Italia fueron los principales proveedores de calzado para Alemania en 2009. En América Latina, Ecuador y Colombia, y en el resto de países del mundo, Kenia y Estados Unidos. A continuación se presentan los valores importados desde los principales proveedores de flores ornamentales de Alemania.²⁵

²⁵ <http://www.al-invest4.eu/>

**GRÁFICO 5: Principales Países Proveedores de Flores Ornamentales de Alemania -
(Miles de US \$)**

EUROPA		AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE		RESTO DEL MUNDO	
PAÍS	VALOR	PAÍS	VALOR	PAÍS	VALOR
Holanda	958.849	Ecuador	15.885	Kenia	26.483
Italia	39.364	Colombia	9.549	Estados Unidos	16.942
Dinamarca	25.400	Costa Rica	7.539	Israel	16.907
Polonia	15.865	México	4.032	India	8.207
Bélgica	1.455	Guatemala	3.309	Sudáfrica	7.039

Fuente: www.destatis.de/

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

2.4.3.2. Exportaciones

En 2009, las exportaciones de flores ornamentales de Alemania se valoraron en 93.412.000 dólares estadounidenses. Entre 2005 y 2009, registran una tasa media de crecimiento anual negativa, del -4,38%, influida por el impacto de la crisis financiera internacional.²⁶

Los principales productos por valor exportados por Alemania en 2009 fueron los siguientes: Partes de plantas sin flores ni capullos para ramos o adornos, frescos (060491) y rosas (060311).

Por otro lado, aquellos productos que experimentaron las mayores tasas de crecimiento positivas fueron los siguientes: claveles (060312) (32,08%) y Las demás flores y capullos (060390) (12,34%).²⁷

²⁶ www.destatis.de/

²⁷ <http://www.al-invest4.eu/>

GRÁFICO 6: Exportaciones de Flores Ornamentales por Categoría de Producto
(Miles de US \$)

Código Producto	Descripción	Valor importado en 2006	Valor importado en 2007	Valor importado en 2008	Valor importado en 2009	Valor importado en 2010	Total 2006-2010
Total		-	-	102.166	104.595	93.412	(-) 4.38
.060311	Rosas	-	-	29.606	28.434	22.555	(-) 12.71
.060312	Claveles	-	-	3.147	4.555	5.490	32.08
.060313	Orquídeas	-	-	1.272	741	341	(-) 48.22
.060314	Crisantemos	-	-	2.200	1.920	569	(-) 49.14
.060319	Los demás	-	-	17.810	18.083	15.304	(-7) 7.30
.060390	Los demás	1.763	3.023	2.601	4.363	2.808	12.34
.060410	Musgos y líquenes	657	756	568	711	921	8.81
.060491	Partes de plantas, sin flores ni capullos para ramos o adornos	31.100	32.681	33.419	33.892	35.906	3.66
.060499	Los demás follajes, hojas, ramas y demás partes de planta sin florecer	7.578	9.286	11.543	11.896	9.516	12.06

Fuente: www.destatis.de/

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

TABLA 9: DEMANDA, OFERTA Y DEMANDA INSATISFECHA EN DÓLARES

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA \$	DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES (CLAVELES)
2011	532813,12	36649,00	496164,12	2.255.291
2012	531694,21	38096,64	493597,58	2.243.625
2013	530577,65	39601,45	490976,20	2.231.710
2014	529463,44	41165,71	488297,73	2.219.535
2015	528351,57	42791,76	485559,81	2.207.090

Fuente: www.destatis.de/

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

TABLA 10: DEMANDA, OFERTA Y DEMANDA INSATISFECHA EN CLAVELES

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES
2011	2.421.878	166.586	2.255.291
2012	2.416.792	173.167	2.243.625
2013	2.411.717	180.007	2.231.710
2014	2.406.652	187.117	2.219.535
2015	2.401.598	194.508	2.207.090

Fuente: www.destatis.de/

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

2.5. COMERCIALIZACIÓN

Permitirá determinar el precio de venta para el producto a partir del cálculo de los precios y cantidades enviadas, y los diferentes canales de distribución por los que atraviese.

2.5.1. Canales de distribución

Los claveles serán transportados desde la empresa MERIZALDE & RAMIREZ ubicada en la Av. América N39-334 y Vozandes, C.C. La Y local #3, en Pujili, provincia Cotopaxi, hasta el aeropuerto Cotopaxi Internacional, en el cual se realizará todos los procedimientos respectivos para la salida del producto y se presentara los documentos solicitados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE); posteriormente será enviado por transporte aéreo hacia el Aeropuerto Internacional de Hamburgo y será entregada al representante de la empresa Florales & Interieur ubicada en Corneliusstraße, Hamburg – ALEMANIA.

2.5.2. Cálculo del flete

Para calcular las tarifas a aplicarse se debe conocer el peso y las medidas de cada uno de los componentes de la carga. La cantidad de carga que puede ser estibada en un avión está limitada por el peso y el volumen de la misma.

Las cargas pequeñas pero pesadas tenderán a alcanzar el límite de peso del avión antes de alcanzar el límite de volumen, lo que resulta en una capacidad de volumen no vendida.

Es por ello que se debe establecer si el peso del embarque a considerar es el peso bruto, si es una carga pequeña y pesada, o el peso volumétrico, si es una carga liviana y voluminosa.

El peso bruto es el peso de la carga que incluye el embalaje. Es usado cuando la carga es pesada en relación a su volumen, por ejemplo: metales, herramientas, maquinarias, etc. Este tipo de carga se llama de alta densidad. La carga de alta densidad es aquella que pesa más de 1 kilogramo por 6.000 cm³.²⁸

En el caso de carga voluminosa en relación a su peso, tal como por ejemplo ropa, el peso a considerar será establecido sobre la base de su volumen en lugar de su peso. El peso volumétrico será calculado y usado como el “peso a cobrar”. El peso volumétrico será calculado y usado como el peso a considerar. Este tipo de carga se denomina carga de baja densidad.

La carga de baja densidad es aquella que pesa menos de 1 kilogramo por 6.000 cm³. El cálculo del peso a considerar se realiza de la siguiente forma:

Si una caja de flores (tabaco) pesa entre 11 y 12 kilos de peso bruto y mide 105 cm de largo x 27 cm de ancho y x 20 cm de alto., para poder hallar el peso volumétrico, se multiplica cada una de estas dimensiones y se divide por 6.000 cm³.
1 ton = 6 m³

²⁸ <http://www.cda.org.ar/>

$$1 * \frac{105 * 27 * 20}{6000^3} = 9,45$$

Cómo debe aplicarse el peso bruto o el peso volumétrico: el que resulte mayor, para este caso se toma como peso a considerar el peso bruto que es de 11 Kg., ya que es mayor que el peso volumétrico que es de 9,45 Kg.

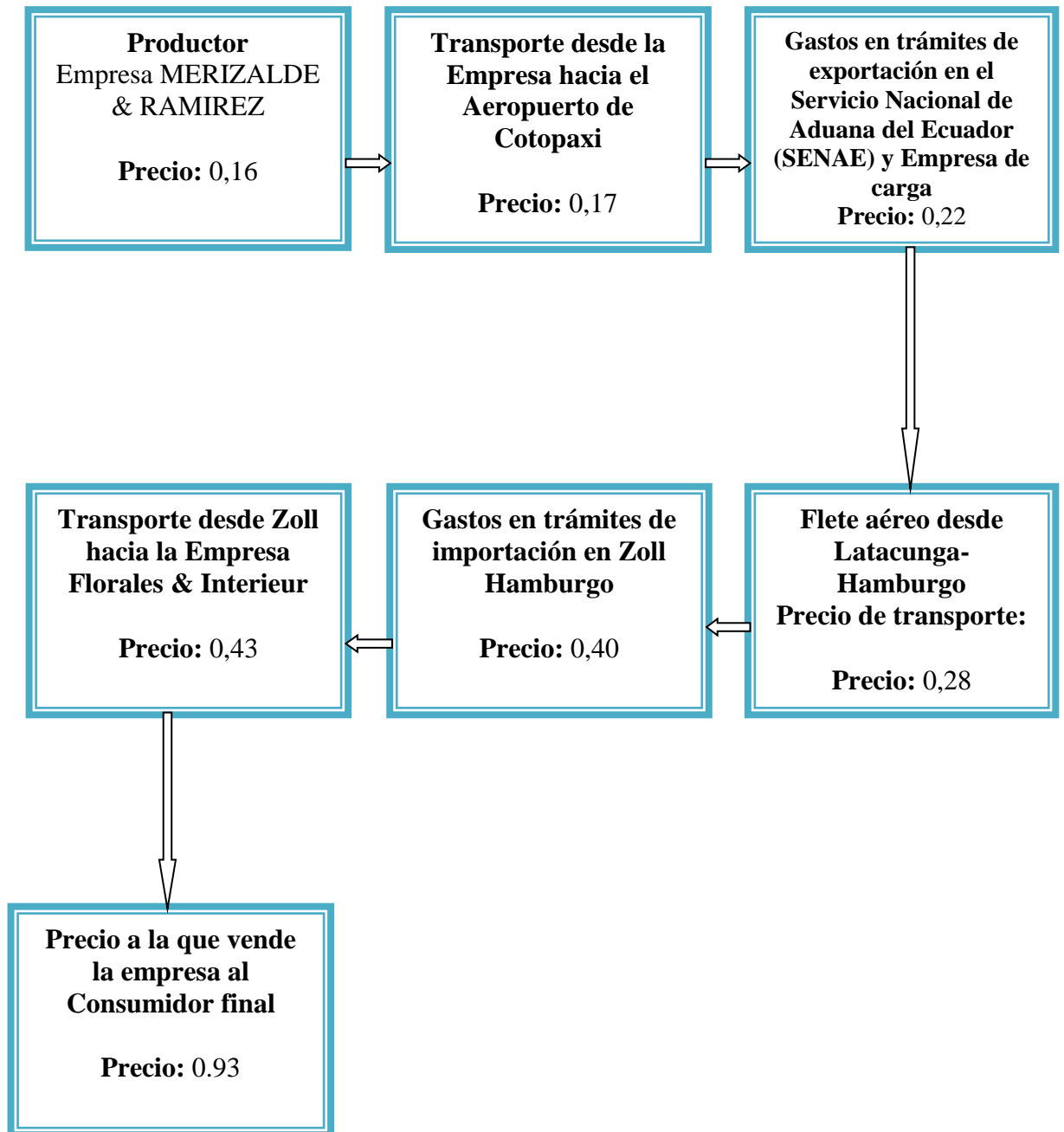
VALORES A PAGAR	
ECUCARGA	
Carga y embarque:	0,30* peso

Los claveles se enviarán en medias cajas (Tabaco), los cuales contienen 3 paquetes cada uno de 25 unidades.

La empresa de carga es ECUCARGA, la cual cobra 0,30 por caja (2 tabacos), dando como resultado 3,30 por caja. ²⁹

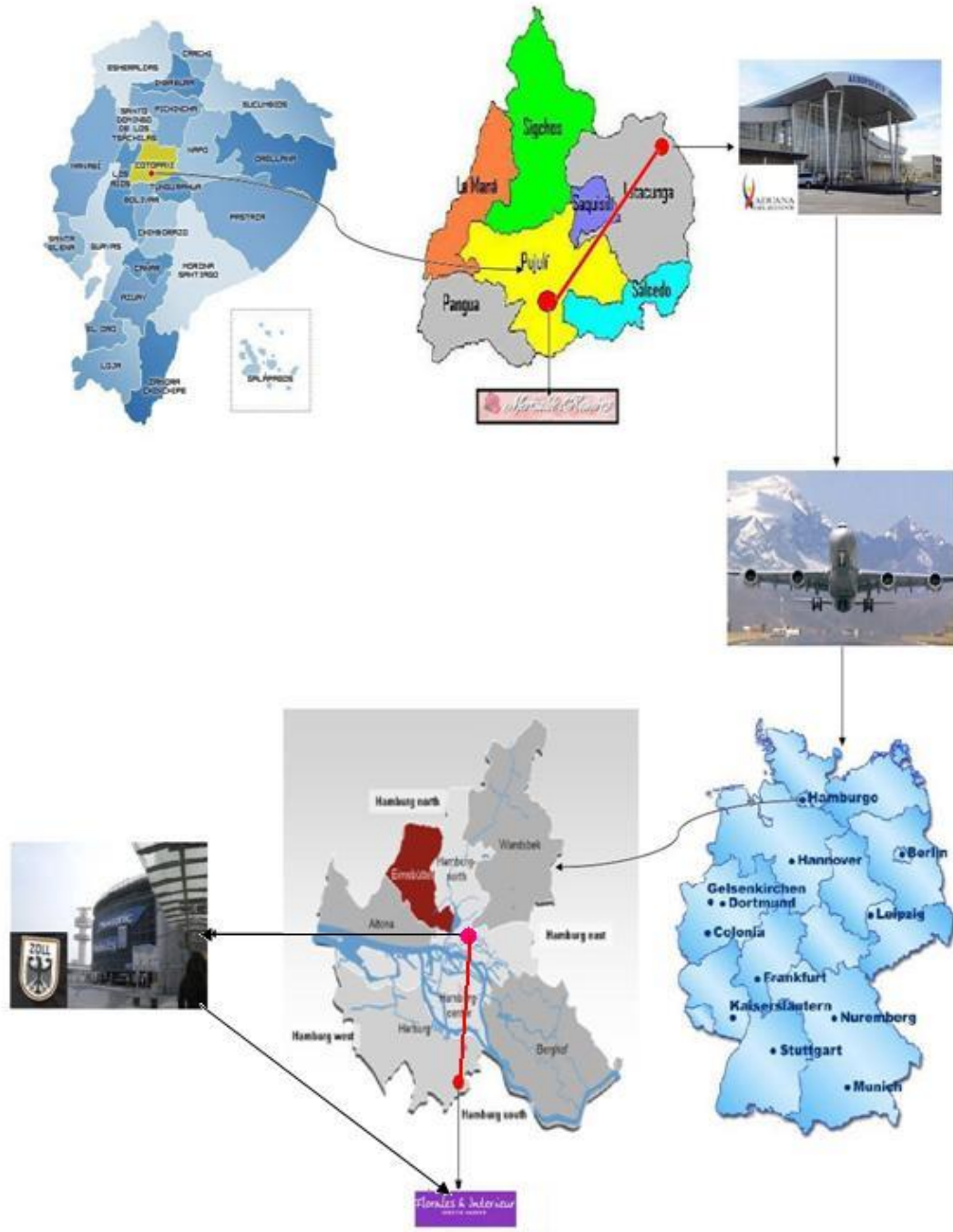
²⁹ Empresa Merizalde y Ramírez S.A.

GRÁFICO 7: SISTEMA DE DISTRIBUCION (\$)



Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas
Fuente: Aduna de Latacunga

FOTO 5: Proceso de exportación Ecuador - Alemania



Fuente: Aduana de Latacunga
Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

2.5.3. Precios

De acuerdo a los costos y gastos implicados en la producción del clavel, se determinará el precio del mismo con un margen de utilidad.

2.5.3.1. Precios al Consumidor

Las subastas juegan un papel importante en la fijación de precios en el mercado. En las tiendas alemanas, el precio promedio de un ramo con un solo tipo de flor es entre 6 y 8 euros, mientras un bouquet tiene en promedio un precio de entre 10-15 euros. Los precios más baratos se encuentran en los supermercados de descuentos, con precios desde 1,99 euros, sin embargo a raíz a la crisis este paso a 2,45 euros.³⁰

2.5.3.2. Precios de Importación

En general, la evolución de precios está en sintonía con el resto de países de la Unión Europea. Las subastas holandesas fijan los precios para la mayoría de las flores que se venden en Alemania, principalmente porque las flores comercializadas en Alemania pasan por las subastas holandesas o son suministradas por mayoristas holandeses.³¹

A continuación se muestra el precio de importación promedio según su especie.

GRÁFICO 8: Precio de Flores en Subastas Landgard (€)

Tipo de Flor	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Rosa	0,19	0,20	0,20	0,20	0,21	0,23
Tulipanes	0,13	0,14	0,14	0,15	0,15	0,17
Gerbera	0,19	0,19	0,14	0,14	0,16	0,15
Dedranthem	0,22	0,20	0,23	0,24	0,25	0,25
Lilium	0,27	0,29	0,28	0,28	0,29	0,29
Gypsofilia	0,16	0,18	0,17	0,18	0,18	0,19
Solidago	0,13	0,14	0,15	0,16	0,17	0,18
Diantus	0,10	0,10	0,12	0,13	0,14	0,15

Fuente: Landgard

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

³⁰ <http://www.al-invest4.eu/>

³¹ www.destatis.de/

2.5.3.3. Estructura de Precios

Diferentes precios y márgenes de ganancias se aplican a través de los distintos canales de comercialización.

La estructura de precios depende del tipo de canal de distribución y el rol de cada agente comercial individual. El margen de ganancia del mayorista puede variar entre el 25% y el 50%.

Los márgenes de los detallistas pueden variar mucho más, entre un 50% y hasta un 150%. Los supermercados fijan márgenes menores en comparación a las floristerías, especialmente los supermercados de descuentos como Aldi y Lidl. El margen de ganancia promedio de las floristerías es de entre 100% y 120%. Los márgenes de ganancia en Alemania son más alto que en Holanda, pero iguales o menores que en la mayoría de los países de UE.³²

Para disponer de información sobre los precios de flores ornamentales se pueden consultar los sitios web de los principales mayoristas e importadores de Alemania:

- Bloomways. (formada por SBH, Florimex, Danners).
- Omniflora. enfocado en supermercados.
- HBI.
- Inflor. Enfocada en floristerías.
- Fantasía. Enfocada en floristerías.

2.6. Marca

FOTO 6: Marca de la empresa



Fuente: Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Merizalde & Ramírez S.A.

³² <http://www.al-invest4.eu/>

La empresa Merizalde & Ramirez es reconocida tanto a nivel nacional como internacional gracias a la calidad de sus flores y por el excelente servicio que brinda, siendo su especialidad los claveles desde hace 14 años. A lo largo del tiempo ha ido incrementando su oferta exportable ubicándose entre las empresas más importantes del país.³³

2.7. Logotipo

El Logotipo se ha hecho conocer a nivel mundial, es alegórico a los antepasados, el cual es representado por el Danzante que representa el folclor de este sector, donde los indígenas usando su indumentaria (traje típico) daban gracias al sol, la luna y las estrellas por haber obtenido una buena cosecha.³⁴

FOTO 7: Logotipo de la empresa



Fuente: Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Merizalde & Ramírez S.A.

³³ Empresa Merizalde & Ramirez S.A.

³⁴ www.floresmerizlade.com

2.8. Empaque

FOTO 8: Empaque del clavel



Fuente: Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Merizalde & Ramírez S.A.

Los claveles son agrupados por docenas con ligas posteriormente son envueltas con plástico y finalmente cuatro paquetes son colocados en cajas de cartón con el logotipo de la empresa.³⁵

TABLA 11: PARTICIPACION EN EL MERCADO

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA \$	DEMANDA INSATISFECHA EN (CLAVELES)	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	496164,12	2255291	30%
2	493597,58	2243625	35%
3	490976,20	2231710	40%
4	488297,73	2219535	45%
5	485559,81	2207090	50%

Fuente: Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

³⁵ Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO TÉCNICO

Estudia los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto, el tamaño y la localización de la planta que la empresa va a tener su funcionamiento.

3.1. LOCALIZACIÓN

Actualmente las empresas deben analizar todas las facetas y las variables a afrontar, en la búsqueda de ventajas competitivas y un criterio importante es la localización sin importar si se trata de una pequeña empresa, gran empresa, una sucursal o un almacén. Cada día, la localización se relaciona más estrechamente con la distribución, comercialización y venta de productos.³⁶

En lo que se refiere a la ubicación, se realiza tomando en cuenta dos aspectos fundamentales: la macrolocalización y la microlocalización.

3.1.1. MACROLOCALIZACIÓN

La empresa MERIZALDE & RAMIREZ se encuentra ubicada, en el Cantón Pujili, en la Provincia de Cotopaxi, en el centro del Ecuador.³⁷

³⁶ <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/22/localizacion.htm>

³⁷ Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

FOTO 9: Ubicación en el mundo de la Empresa Merizalde & Ramírez S.A.



Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

La provincia de Cotacachi se encuentra conformada por 7 cantones, su población llega casi a los 300.000 habitantes de los cuales 100 mil son urbanos y 200 mil son rurales. El clima es templado, entre 12 y 17 °C, va desde el gélido de las cumbres andinas hasta el cálido húmedo en el subtrópico occidental, la hoya que ocupa la provincia de Cotacachi es la cuarta desde el norte. Se caracteriza por sus tradiciones populares y sus mercados

artesanales. En esta provincia también se presenta actividad volcánica con su volcán Cotopaxi. Su arquitectura es colonial española, sus calles adoquinadas y sus pequeñas casas hacen de esta provincia una de las más atractivas para el turismo. El turismo de aventura se extiende hasta los volcanes³⁸ y los nevados, allí los turistas disfrutaban de las maravillas que esta provincia les puede brindar.

Los principales productos florícolas que se produce en Cotopaxi y se exporta son: rosas, gypsophilas, claveles, belladona, flores de verano y en menor escala, de otras variedades. Esta gama de productos será ofertada al mercado internacional por la comercializadora en proyecto.

Uno de los factores más importantes, base de la actividad florícola ecuatoriana, son sus condiciones climáticas, que garantizará la oferta del producto todo el año.

Si bien los Estados Unidos es el mercado principal de las flores ecuatorianas, el posicionamiento del mercado europeo – el de mayor consumo per cápita en el mundo-, por parte del producto es aún incipiente, lo que nos proporcionará excelentes posibilidades de desarrollo a futuro, amparados en la calidad de las flores y en su certificación (sello verde).

Cotopaxi podría convertirse en la cuna de la agroindustria de exportación de flores en el País, por la diversidad de producción de sus 90 empresas registradas, dedicadas a la producción de flores cortadas

Un destino muy particular para los productores ecuatorianos es sin duda el mercado ruso. Por muchos años la provincia de Cotopaxi, antes de presentarse la crisis rusa que devastó su economía, destinaba gran parte de su producción a su demanda. Si bien el mercado ruso es uno de los más exigentes en cuanto al tamaño, color y calidad de las flores, no es menos cierto que allí se pagan los mejores precios del mercado. Y se busca a futuro por medio de la comercializadora la inserción de las flores cortadas a este mercado.

³⁸ <http://ecuadorextremo.com/provincias/cotopaxi.htm>

3.1.2. MICROLOCALIZACIÓN

MERIZALDE & RAMIREZ está ubicada en la Av. América N39-334 y Vozandes, C.C. La Y local #3, en Pujili; el cantón presenta varios climas: templado en su zona urbana, frío en las regiones altas y cálidas en áreas del subtrópico. El cantón tiene un área de 1.305 km².

FOTO 10: Ubicación por sector de la empresa Merizalde & Ramírez S.A.



Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

Información de Pujili:

- Pujili es el segundo cantón más antiguo de nuestra provincia, su historia honra al país por su intelectualidad y acciones emancipadoras.
- San Buenaventura de Pujili ha sido cuna natal de valiosos valores humanos en la historia del país.

Cabecera cantonal: San Buenaventura de Pujili

Ubicación: Centro sur de la provincia

Fundación: 1657

Fecha de Cantonización: 14 de octubre de 1852

Población: 60.728 hab (2001)

Extensión: 1.308 Km²

Altura: 2461 msnm

Temperatura: 14° C

Parroquias: La Matriz, Angamarca, El Tingo - La Esperanza, Pilaló, La Victoria, Guangaje, Zumbahua³⁹

FOTO 11: Mapa Del Cantón Pujili



Fuente: Encarta

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

³⁹ <http://www.cotopaxi.gov.ec/internas/interna.asp?t=Menu&id=62>

3.2. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Nos indica la infraestructura administrativa y productiva de la empresa.

3.2.1. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La empresa cuenta con 32 hectáreas de invernaderos en las cuales se encuentran sembradas más de 70 variedades de clavel estándar, dividido en tres áreas que conforman la finca.

En el área de producción están sembradas alrededor de 7000000 de plantas, renovándolas a una edad máxima de 18 meses.⁴⁰

3.2.2. PROCESO PRODUCTIVO

SIEMBRA

FOTO 12: Siembra del clavel



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Después del mantenimiento de suelos y fertilizaciones orgánicas, viene la siembra, para llegar a este proceso se tiene que escoger las variedades y colores que estarán de moda, es decir, este proceso es planificado con un año de anticipación. En el momento de la siembra los métodos y recomendaciones de nuestros técnicos se aplican sin restringir un solo detalle, ya que es el inicio para obtener una producción de alta calidad, que satisfaga a los clientes tanto en el tamaño, peso y color del producto final, el cual llegará al consumidor en condiciones óptimas y con una atractiva estética.

⁴⁰ www.floresmerizalde.com

En Merizalde & Ramírez se encuentran sembradas más de 7.000.000 de plantas de producción, renovándolas a una edad máxima de 18 meses, contando desde su primera siembra.

CULTIVOS

FOTO 13: Cultivo del clavel



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

En cada bloque de invernadero se siembra y se divide el cultivo de acuerdo a la necesidad del consumidor, es decir, un 50% en color rojo, 10% en blanco, 10% en rosado, y 30% en novedades, de esta forma se puede conformar un mix por colores en cajas, ofreciendo la oportunidad al cliente para que solicite colores sólidos.

Dentro del cultivo vienen procedimientos muy importantes, como es la fertilización, el tutoraje, controles de plagas, temperaturas y corte de producto en su estado y punto requeridos para ser exportados.

Para poder realizar estos trabajos Merizalde & Ramírez cuenta con personal altamente calificada, el cual es periódicamente capacitado, contando con una nomina de más de 150 empleados directos. De esta manera ayudamos al desarrollo integral de nuestro principal recurso: La mano de obra.⁴¹

⁴¹ www.floresmerizalde.com

COSECHA

FOTO 14: Cosecha del clavel



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

La cosecha es realizada entre las 28 semanas, después de haber sido sembrada la planta o esqueje; este paso es cuidadosamente realizado ya que durante todo este tiempo que ha sido de trabajo, cuidado y esfuerzo por un mal procedimiento puede venirse abajo. Los cosechadores están conscientes de su alta responsabilidad, ya que un mal corte, o un mal movimiento puede producir la pérdida total del producto y del trabajo y esfuerzo de la empresa. Después de realizar el corte, la flor tiene que ser llevada a pos cosecha, ya que inicio su proceso de deshidratación y envejecimiento, el cual tiene que ser minimizado para que el producto llegue al consumidor final sin ningún problema y en óptimas condiciones.⁴²

POSCOSECHA

FOTO 15: Post Cosecha del calvel



Fuente: www.floresmerizalde.com

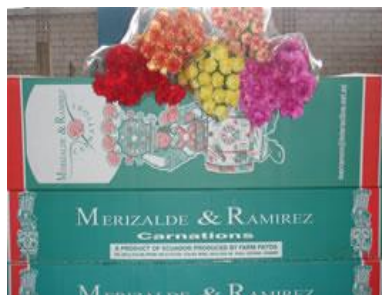
Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

⁴² www.floresmerizalde.com

En la poscosecha se realiza la clasificación y control de calidad de la flor ya cortada, aquí es donde el producto es empaquetado de acuerdo a su tamaño y color para después en su proceso de hidratación, asegurar que el producto viajara y llegar en optimas condiciones al mercado internacional, procurando que la cadena de frio que se establece no se pierda tanto en el transporte terrestre como aéreo. Aquí también se empaca el producto en cajas de cartón, para garantizar la conservación del producto, evitando problemas de manipulación que pueden ocasionar daños en la flor.

TRANSPORTE

FOTO 16



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

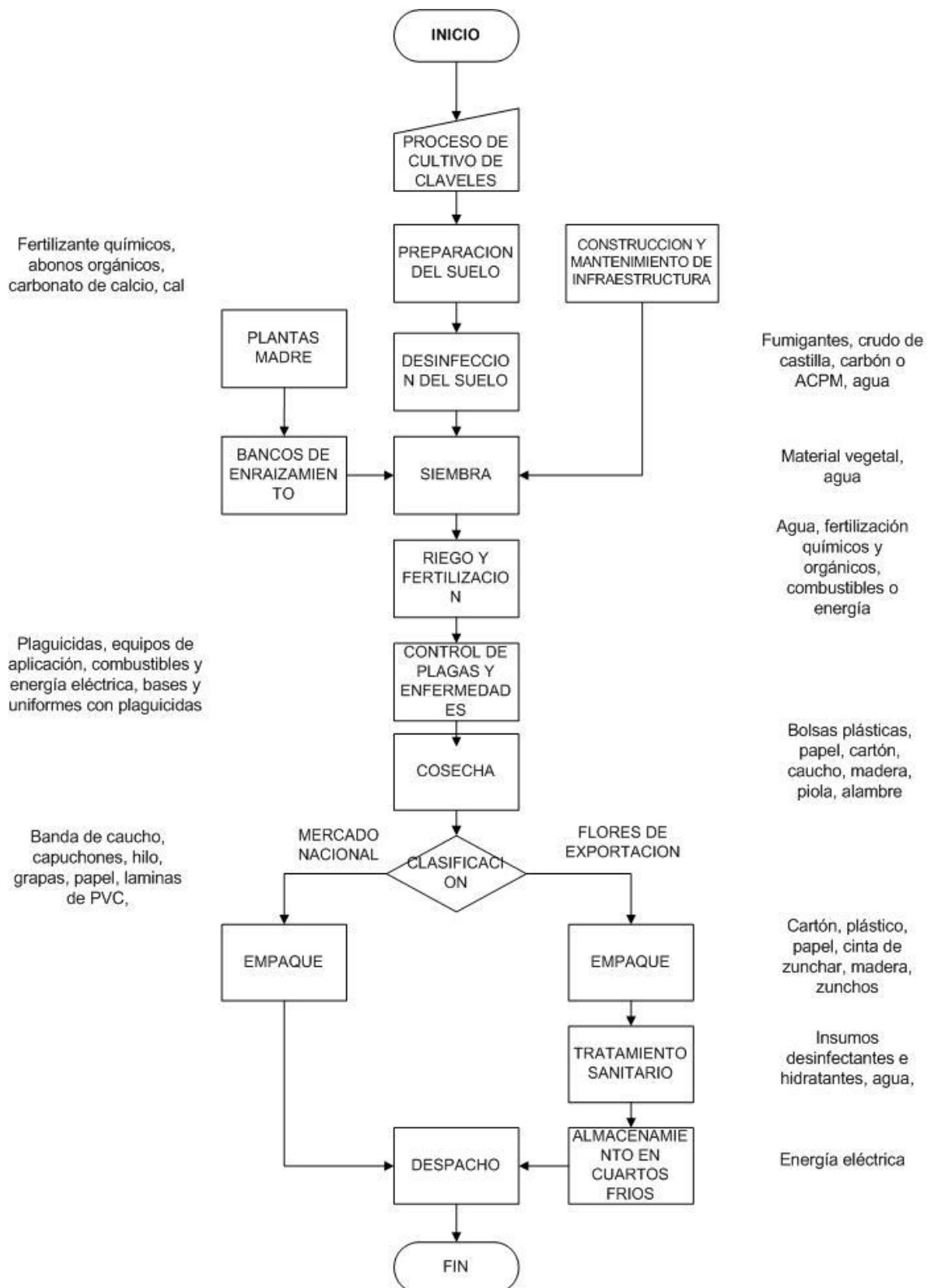
Una vez que la flor es estabilizada en una temperatura de 2° y ya embalada en cajas de cartón, es transportada en modernos camiones térmicamente sellados a una temperatura de 2°C garantizando que no exista ruptura en la cadena de frio, la cual es de vital importación para la conservación de la flor.

Así es llevada hacia la empresa de carga seleccionada por el cliente y responsable del transporte aéreo hacia su destino final.⁴³

⁴³ www.floresmerizalde.com

3.2.2.1. Diagrama de flujo del proceso productivo

GRÁFICO 9: Proceso Productivo



Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

3.2.3. INFRAESTRUCTURA

MERIZALDE & RAMIREZ está constituida por diferentes áreas entre las cuales tenemos: Administrativa y Producción.

3.2.3.1. ÁREA ADMINISTRATIVA

FOTO 17: OFICINAS



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Las oficinas están ubicadas junto al área de producción y en la parte superior de área de post-cosecha los mismos que ocupan un espacio de 220 m². Aquí es donde se maneja la parte administrativa de la empresa y es la encargada de los trámites de comercialización, exportación, despacho y contabilidad. ⁴⁴

⁴⁴ Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Cuenta con 6 oficinas principales: Gerencia, Presidencia, Jefe Producción, Jefe de Ventas, Jefe Financiero y Jefe de Recursos Humanos, el espacio restante está distribuido para el resto del personal.

La Empresa cuenta con área del estacionamiento y jardines a su alrededor.

3.2.3.2. ÁREA DE PRODUCCIÓN

FOTO 18: INVERNADEROS DE LOS CLAVELES



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Los Invernaderos son construidos de metal, con una cubierta de polipropileno de alta calidad, con protección ultravioleta y con aditivos térmicos, lo que permite que la flor tenga un mejor color y tamaño, ya que la exposición a los rayos solares es controlada y difusa dentro del área del invernadero.

El suelo es apto para la producción de flores debido a la posición geográfica y al clima de la región.⁴⁵

3.2.4. EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO

Los equipos utilizados para el área de producción son:

⁴⁵ Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

FOTO 19: Tractor Agrícola



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Tractor Agrícola con apero: Es una máquina que al desplazarse tiene la capacidad de ejecutar funciones concretas, tales como: abonar, sembrar, segar, labrar, acondicionar una cosecha, abrir zanjas, nivelar los terrenos, realizar recolecciones y todo tipo de tareas relacionadas con acciones de carga y descarga.⁴⁶

FOTO 20: Sistema de Riego por Goteo



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Sistema de Riego por goteo: Ayuda a una mejor distribución de agua en el invernadero. El riego por goteo es un medio eficaz y pertinente de aportar agua a la planta, ya sea en cultivos. Este sistema de riego presenta diversas ventajas desde los puntos de vista

⁴⁶ <http://www.maquinariapro.com/maquinas/tractores-agricolas.html>

agronómicos, técnicos y económicos, derivados de un uso más eficiente del agua y de la mano de obra. Además, permite utilizar caudales pequeños de agua.⁴⁷

FOTO 21: Fumigadora



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Fumigadora: Aparato para fumigar o desinfectar por medio de humo, gas o vapores adecuados. Valiéndose de polvos en suspensión, sirve para eliminar las plagas y otros organismos nocivos en las plantas⁴⁸

FOTO 22: Medidor de Flores



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

⁴⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Riego_por_goteo

⁴⁸ <http://www.infojardin.net/glosario/asca/asperjadora-fumigadora.htm>

Medidor de Flores: Tiene gran exactitud y toma todo tipo de medidas. Para medir longitudes largas de flores.

FOTO 23: Cinta Transportadora



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Cinta Transportadora: Es un sistema de transporte continuo, sirve para trasladar las flores sin importar demasiado sus magnitudes.

FOTO 24: Cuarto Frío



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Cuarto Frío: La temperatura es un factor decisivo para determinar la calidad de las flores convirtiéndose en el principal aspecto que debemos tomar en cuenta para el almacenamiento y transporte de las mismas.

Entre más corto sea el tiempo que transcurre entre el corte y el enfriamiento mayor será su durabilidad.

FOTO 25: Montacargas



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Montacargas: Como su nombre lo indica sirve para trasportar cajas de flores en grandes cantidades dentro de la empresa.

FOTO 26: Camión de Cava Térmica



Fuente: www.floresmerizalde.com

Elaborado por: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.

Camión de cava térmica: Es un vehículo utilizado para el transporte de las flores manteniéndolas en una temperatura adecuada para garantizar su optima conservación a su destino final.

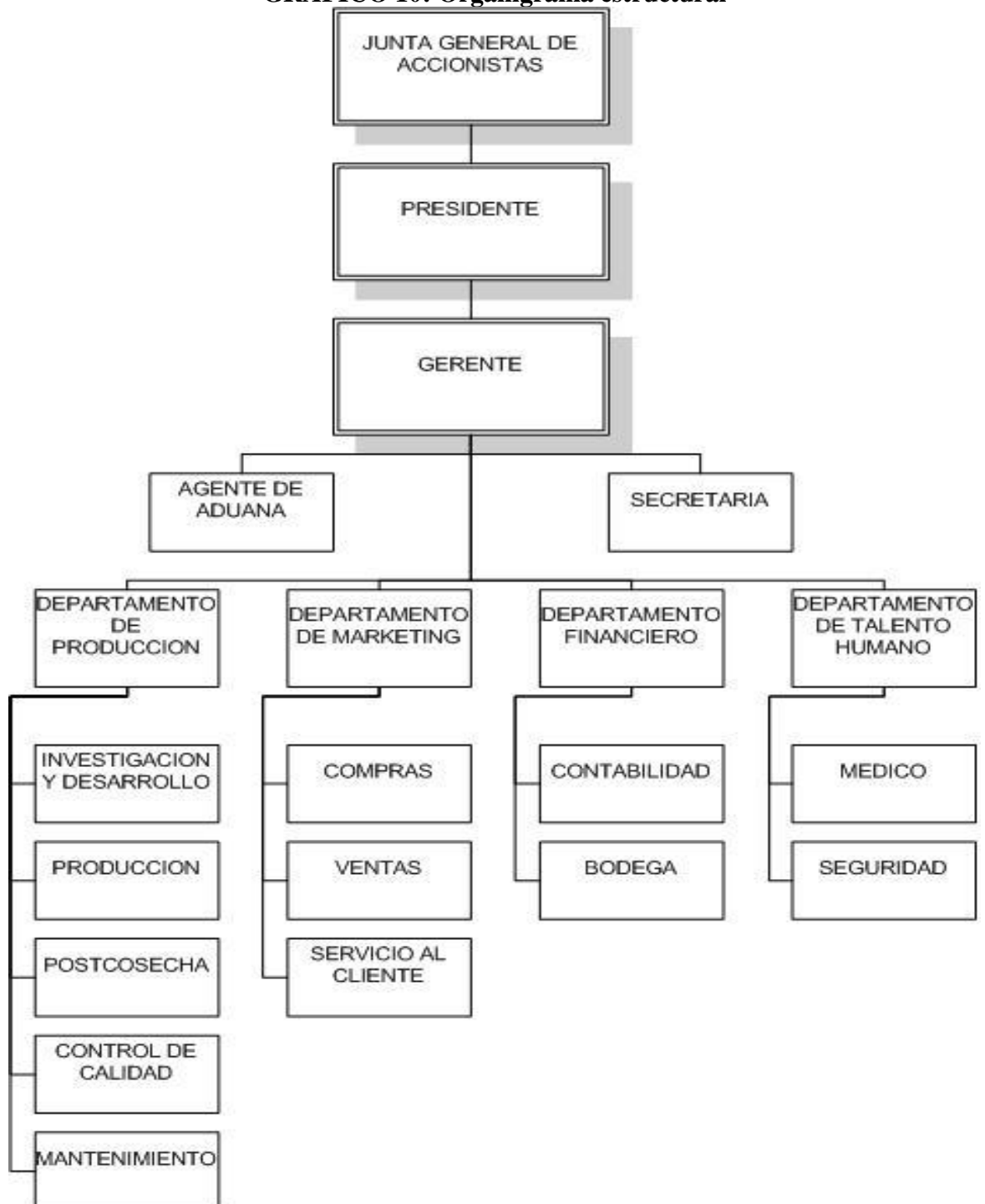
CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Estructura organizacional de la empresa y aspectos legales para la exportación.

4.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRÁFICO 10: Organigrama estructural



Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez S.A.
Elaborado por: Merizalde & Ramírez S.A.

RECURSOS HUMANOS

- **Presidente:** Ing. José Augusto Merizalde Lara
- **Gerente:** Ing. José Merizalde Ramírez
- **Secretaria**
- **Medico**
- **Agente de aduana**

Departamento de Producción

- Compras
- Producción
- Post cosecha
- Control de calidad

Departamento de Ventas

- Marketing
- Exportación
- Bodega

Departamento Financiero

- Contabilidad
- Cobranzas

Departamento de Recursos Humanos

- Psicólogo

4.2.TIPO DE EMPRESA

SOCIEDAD ANÓNIMA

“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles.” Art. 143 de la Ley de Compañías

Características básicas.-

- La legislación ecuatoriana considera a la sociedad como un contrato entre dos o más personas, por lo que para la validez de este contrato se requiere la capacidad de las personas que intervienen en el mismo, su consentimiento para la celebración de dicho contrato, el objeto lícito, la causa lícita y las solemnidades que prescribe la ley.
- La sociedad anónima es esencialmente capitalista lo que quiere decir que no se conforma en consideración a las personas. El capital se divide en acciones, que son títulos negociables en el mercado, sin limitaciones.
- La responsabilidad de los accionistas es limitada, pues responde únicamente hasta el monto de sus acciones.
- Actúa bajo una denominación objetiva, que se refiere a las actividades de la compañía, como consecuencia de lo expresado en el sentido de que en estas sociedades interesa el capital y no las personas que lo conforman.

Constitución:

Conforme a las instrucciones de la Superintendencia de Compañías, el trámite para la constitución de una compañía anónima es el siguiente:

- Presentación de la minuta de escritura pública que debe contener el contrato constitutivo, el estatuto social y la forma de integración de capital.
- Apertura de una cuenta de integración en un banco, en la que se depositara los aportes suscritos y pagos. Cuando se aporta en bienes, se debe hacer constar el avalúo de los mismos.
- Afiliación a la cámara de producción que corresponda al objeto social y obtener las autorizaciones que se requiera en los casos especiales que determina la ley.
- Otorgamiento de la escritura pública de constitución y presentación de tres copias notariales ante la Superintendencia de Compañías solicitándole con firma de abogado, la aprobación de la constitución.
- Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías, inscripción en el Registro Mercantil y publicación por una sola vez de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

- Designación de los administradores de la compañía, inscripción en el Registro Único de Contribuyentes, inscripción del nombramiento de los administradores en el Registro Mercantil.
- Autorización de la Superintendencia de Compañías para que pueda ser retirados de la cuenta de integración los fondos depositados.
- El número de accionistas según lo dispone el Art. 1 de la Ley de Compañías, es mínimo de dos, que puede ser personas naturales o jurídicas.
- Para que una persona pueda intervenir en la constitución de una compañía anónima basta que tenga capacidad civil para contratar, sin embargo de lo cual, no pueda intervenir los dos cónyuges por sus propios derechos, no obstante, con posterioridad los cónyuges pueden resultar accionistas de la compañía ya constituida mediante la transferencia de acciones.

Tampoco pueden constituirse una compañía anónima entre padres e hijos no emancipados. Un hijo no emancipado si puede intervenir en la constitución de un compañía anónima debidamente representado, siempre que no se de la concurrencia de sus padres.

- La compañía anónima puede constituirse por cualquier plazo, un año, diez años, cincuenta años, etc. Sin embargo no es admisible que se estipule un plazo indefinido. Si la prórroga del plazo de duración de una compañía anónima no es elevada a escritura pública y presentada a consideración de la Superintendencia de Compañías, antes del vencimiento del plazo inicial, la compañía se disuelve de pleno derecho.⁴⁹

El capital.-

- Capital autorizado.- puede constituirse con un capital autorizado, el cual se determinará en la escritura de constitución. El capital autorizado no podrá exceder de dos veces el valor del capital suscrito.
- Capital Suscrito.- es aquel que los accionistas de la compañía suscriben al momento de la constitución y que pueden llegar hasta el monto del capital

⁴⁹ Ley de Compañías

autorizado, si lo hubiera. La compañía emitirá acciones por el monto del capital suscrito.

- Capital Pagado.- al momento de la constitución de la compañía y suscripción del capital, debe pagarse por lo menos una cuarta parte del mismo. Esto significa que todas y cada una de las acciones deben estar pagadas en una cuarta parte de su valor al momento de la constitución.
- Capital mínimo.- el capital suscrito y pagado mínimo son establecidos mediante resolución de carácter general que expide la Superintendencia de Compañías.
- Los aportes o pago de capital pueden hacerse en dinero en efectivo o en especies o bienes muebles o inmuebles de cualquier naturaleza siempre que correspondan al género de comercio de la compañía. Según la doctrina de la Superintendencia no se pueden aportar intangibles, por cuanto este tipo de aportes no están previstos en la legislación.
- Aumento de capital autorizado.- será resuelto por la Junta General de accionistas y como implica una reforma del estatuto, deberán cumplirse todas las formalidades establecidas para la constitución, inclusive su aprobación por la Superintendencia de Compañías y su inscripción en el Registro Mercantil.
- Aumento del capital suscrito.- una vez que se haya pagado cincuenta por ciento por lo menos del capital inicial o de un aumento acordado anteriormente, se puede aumentar el capital suscrito. Dicho aumento se puede realizar de dos formas:
 - a) Por emisión de nuevas acciones,
 - b) Elevación del valor de las acciones ya emitidas.
- Disminución del capital suscrito.- cuando las pérdidas de una compañía anónima alcancen el cincuenta por ciento o más del capital suscrito y el total de las reservas, la compañía se pondrá necesariamente en proceso de disolución y liquidación. Este proceso se podrá evitar de dos maneras:
 1. Reponiendo el valor de las pérdidas
 2. Limitando el fondo social al capital existente, es decir disminuyéndolo

La disminución deberá ser resuelta por la Junta General de Accionistas y aprobada por la Superintendencia de Compañías.⁵⁰

NOMBRE DE ACCIONISTAS	NUMERO DE ACCIONES	CAPITAL SUSCRITO
José Augusto Merizalde Lara	50	40.000,00
Jorge Ernesto Ramírez Vaca	50	40.000,00

Las acciones.-

La acción es indivisible, si existen varios propietarios de una misma acción, debe nombrarse un administrador común.

Clases de acciones:

- a) En relación al titular de la acción pueden ser: Nominativas o al Portador, según conste o no en el título el nombre del dueño de las mismas.
- b) En relación a los derechos de los accionistas pueden ser: Ordinarias y Preferidas.

Ordinarias.- son aquellas que confieren todos los derechos fundamentales que la ley reconoce a los accionistas.

Preferidas.- son aquellas que no reconocen derecho a voto, pero si derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía. El monto máximo de las acciones no podrá exceder del 50% del capital suscrito.

Por ser una compañía anónima una sociedad de capital, el derecho a negociar acciones no admite liquidación de ninguna clase.

La distribución de utilidades o dividendos al accionista se hará en proporción al valor pagado de las acciones a la fecha de balance. Solo podrá repartirse el beneficio líquido y percibido del balance anual.

⁵⁰ Ley de Compañías

4.3. ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS LEGALES PARA LA EXPORTACION

Para exportar desde el Ecuador se debe tomar en cuenta las siguientes disposiciones:

- El Artículo 306 de la Constitución de la República dispone la obligación estatal de promover las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.
- El Estado promoverá el sistema electrónico de interconexión entre todas las instituciones del sector público y privado, que tengan relación con el comercio exterior, para facilitar y agilizar las operaciones de importación y exportación de mercancías, el que se ejecutará por parte de la autoridad aduanera nacional. La autoridad aduanera estará a cargo de la implementación y desarrollo de este sistema. (Art. 81 del COPCI) ⁵¹
- Para la aplicación de medidas arancelarias y no arancelarias a la importación y exportación de mercancías, así como para las estadísticas de comercio exterior, se utilizará la nomenclatura que defina el órgano rector en materia de comercio exterior, de conformidad con el Convenio sobre el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Sistema Armonizado), así como de cualquier otro sistema reconocido en los tratados internacionales debidamente ratificados por Ecuador. El órgano rector en materia de comercio exterior podrá crear códigos adicionales o suplementarios para la aplicación de medidas comerciales específicas, respecto de productos que no puedan ser clasificados, total o parcialmente, en las nomenclaturas vigentes. (Art. 83 del COPCI)
- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:
 - a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios

⁵¹ Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;

b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;

c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;

d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes. (Art. 83 del COPCI)

- La persona natural o jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la Directora o el Director General. En las importaciones, contribuyente es el propietario o consignatario de las mercancías; y, en las exportaciones, contribuyente es el consignante. (Art. 111 del COPCI)
- Las mercancías destinadas a la exportación estarán sometidas a la potestad de la Administración Aduanera hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre que corresponda, autorice la salida del medio de transporte. (Art. 131 del COPCI)

- **Exportación definitiva.**- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables. (Art. 154 del COPCI)

4.4.PROCEDIMIENTOS Y TRÁMITES PARA EXPORTACIÓN

Los procedimientos a seguir y los trámites a realizarse para la exportación de claveles desde el Ecuador hacia Hamburgo son los siguientes:

4.4.1. PROCEDIMIENTOS PARA EXPORTAR DESDE ECUADOR

Declaración de Exportación.

Todas las exportaciones deben presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.⁵²

Documentos a presentar. Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.

Trámite.

⁵² www.aduana.gob.ec

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque, que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana, deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.⁵³

Fase Post-Embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 30 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para las exportaciones por vía aérea de productos perecibles en estado fresco podrá presentarse una sola Declaración Aduanera, para varios embarques hacia un mismo destino, realizados dentro de un mismo mes. Esta declaración deberá presentarse 3 días hábiles antes del inicio de cada mes y sus documentos de acompañamiento, de soporte y correcciones podrán presentarse hasta 30 días posteriores a la finalización del mes.

Si por causas debidas al transporte de las mercancías, no pudiera cumplirse el plazo mencionado en este inciso, el Director Distrital podrá prorrogar dicho plazo conforme a las

⁵³ www.aduana.gob.ec

necesidades del exportador, sin perjuicio de la aplicación de la sanción por falta reglamentaria respectiva.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.⁵⁴

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI.

Agente Afianzado de Aduana

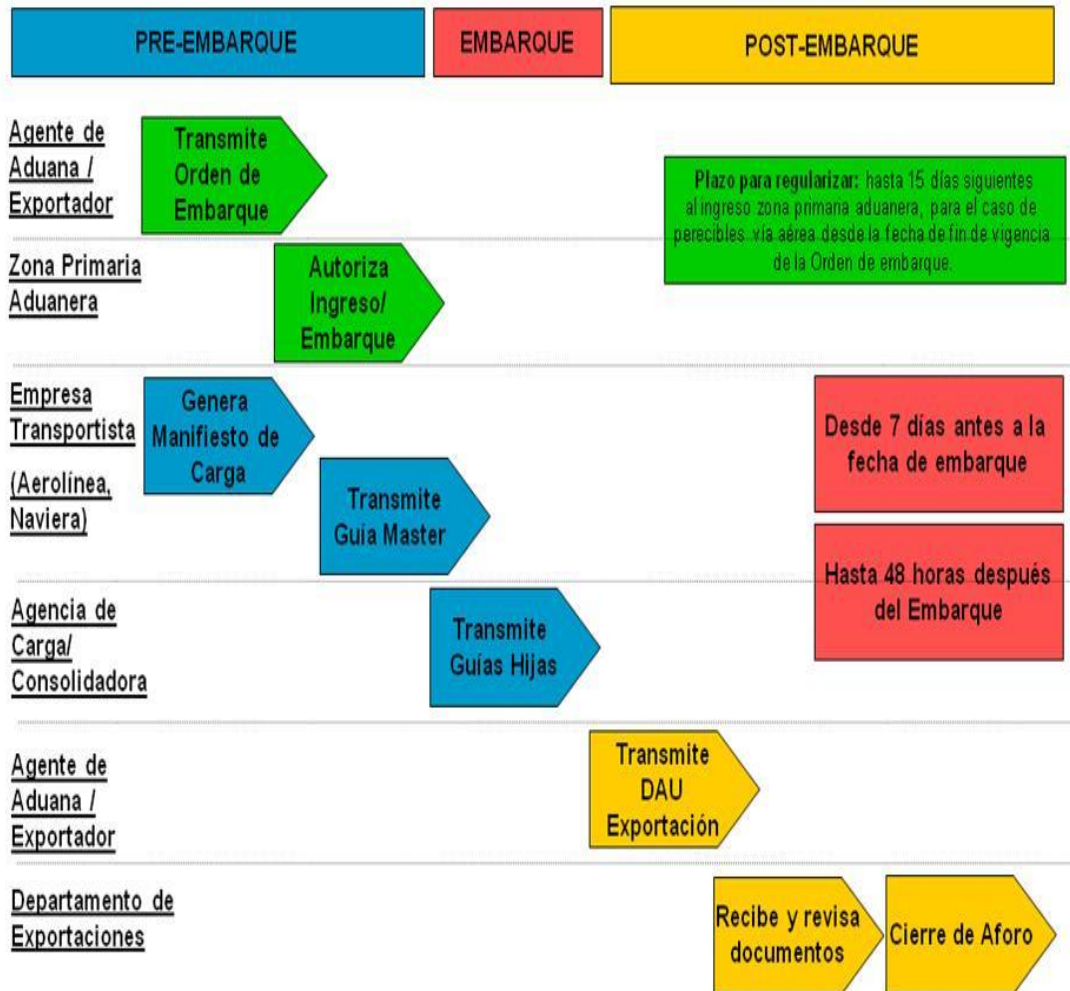
Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

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

⁵⁴ www.aduana.gob.ec

GRÁFICO 11

Procedimiento Exportaciones

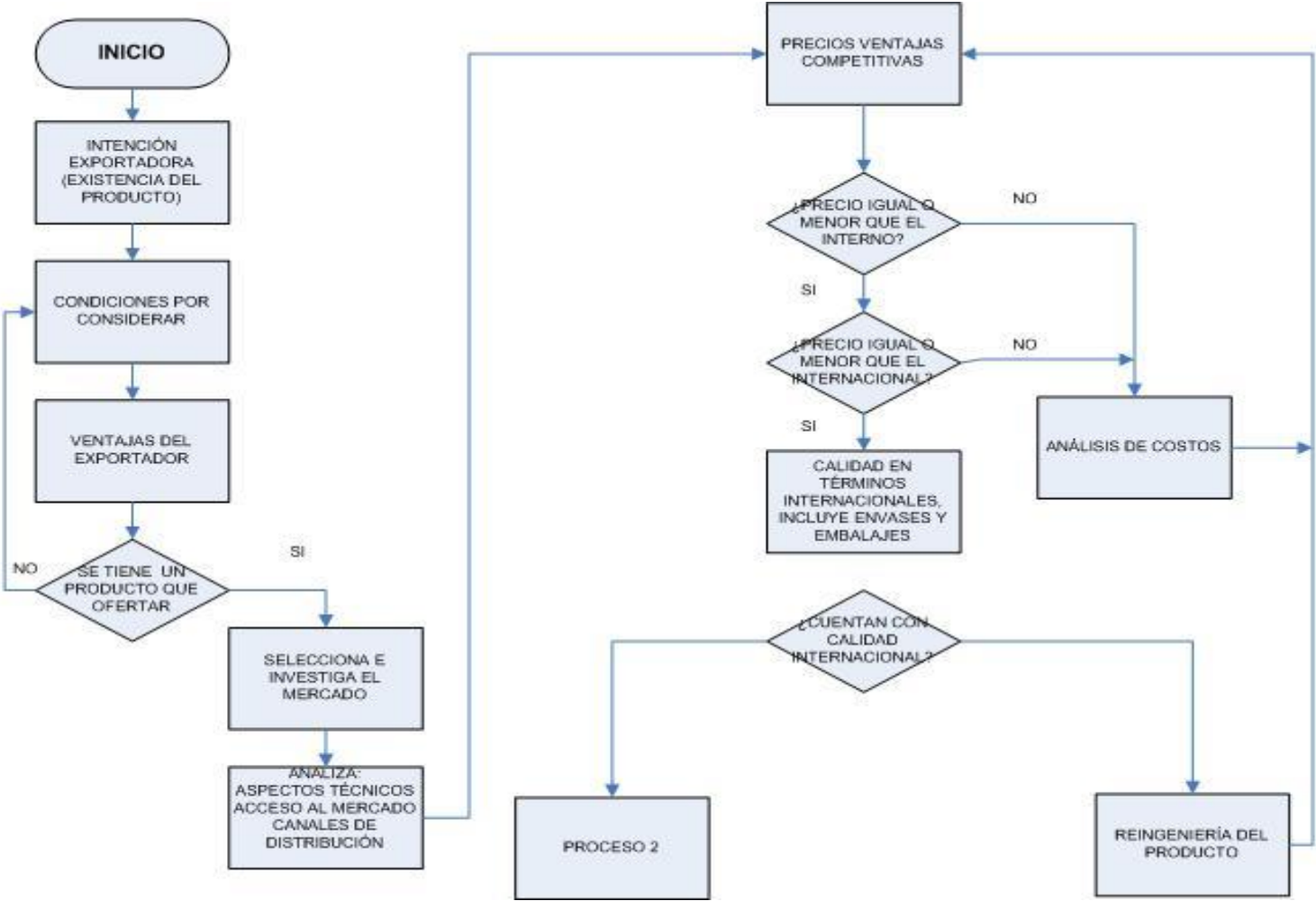


55

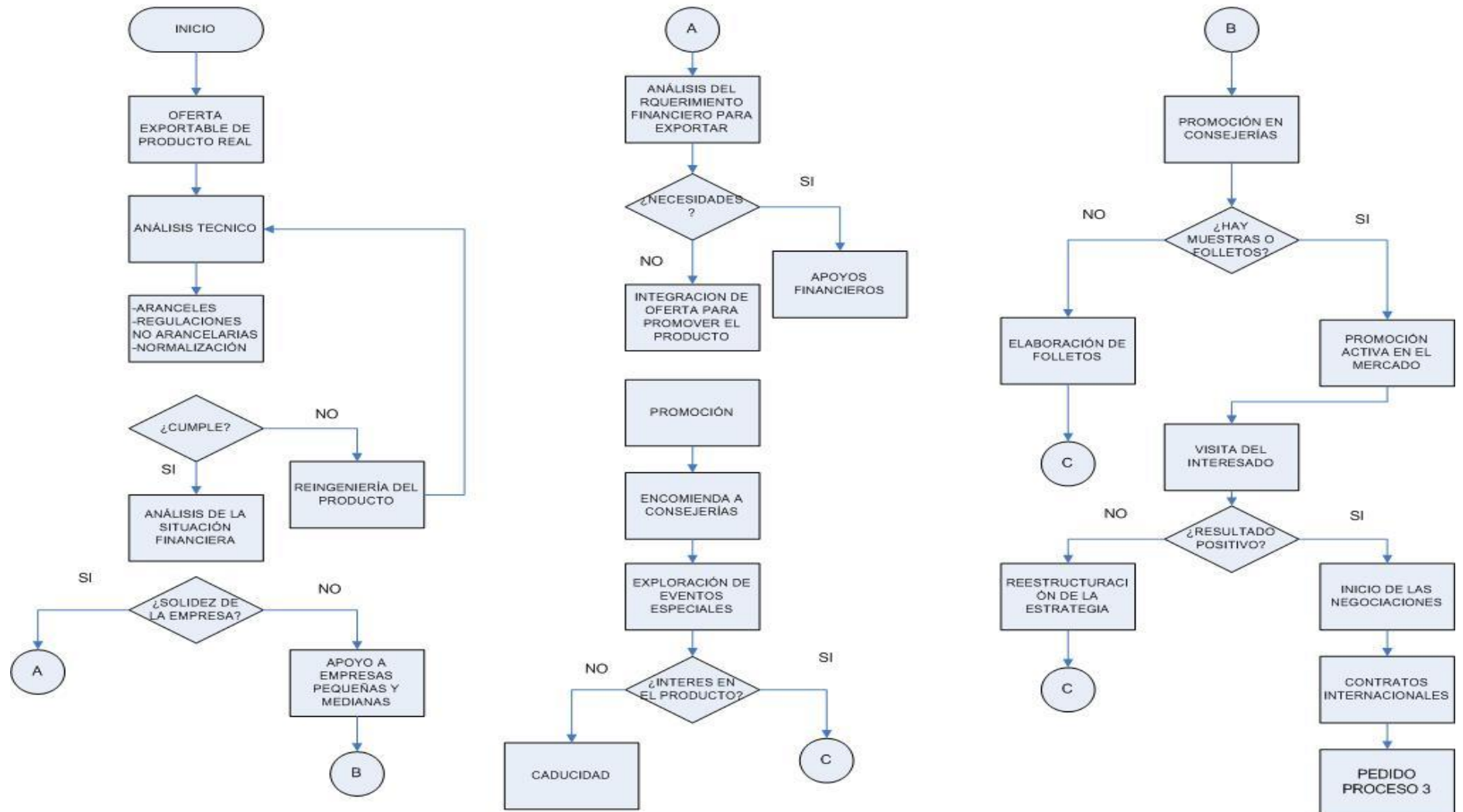
Fuente: www.aduana.gob.ec

Elaborado por: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

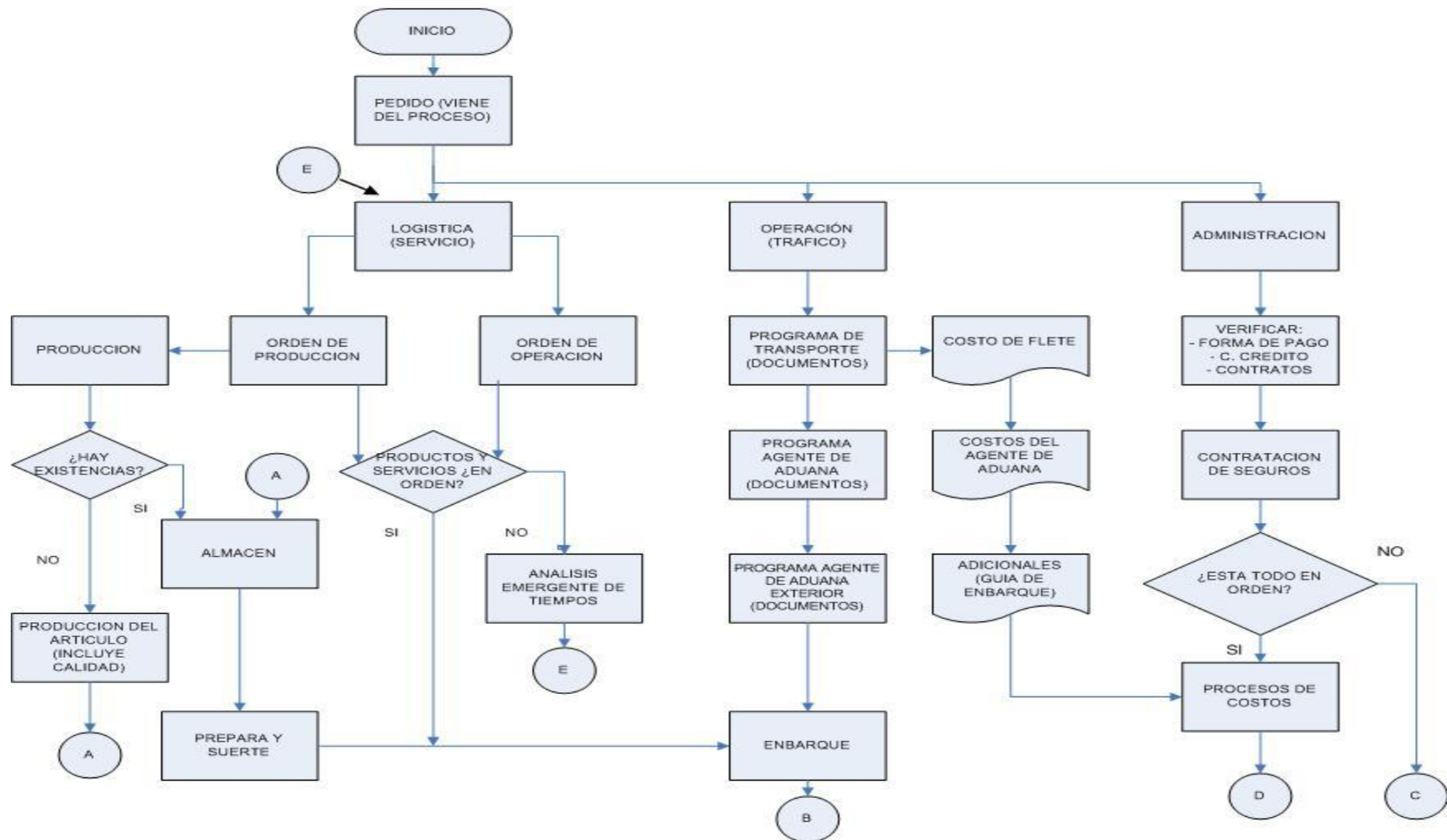
GRÁFICO 12: Diagrama de flujo del proceso de exportación

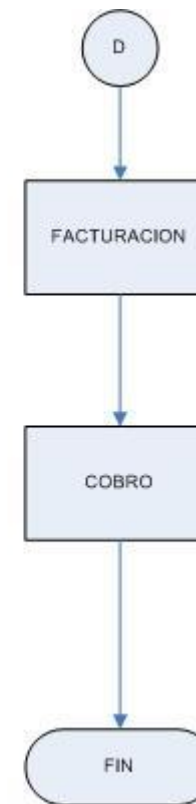


PROCESO 2: VIABILIDAD REAL

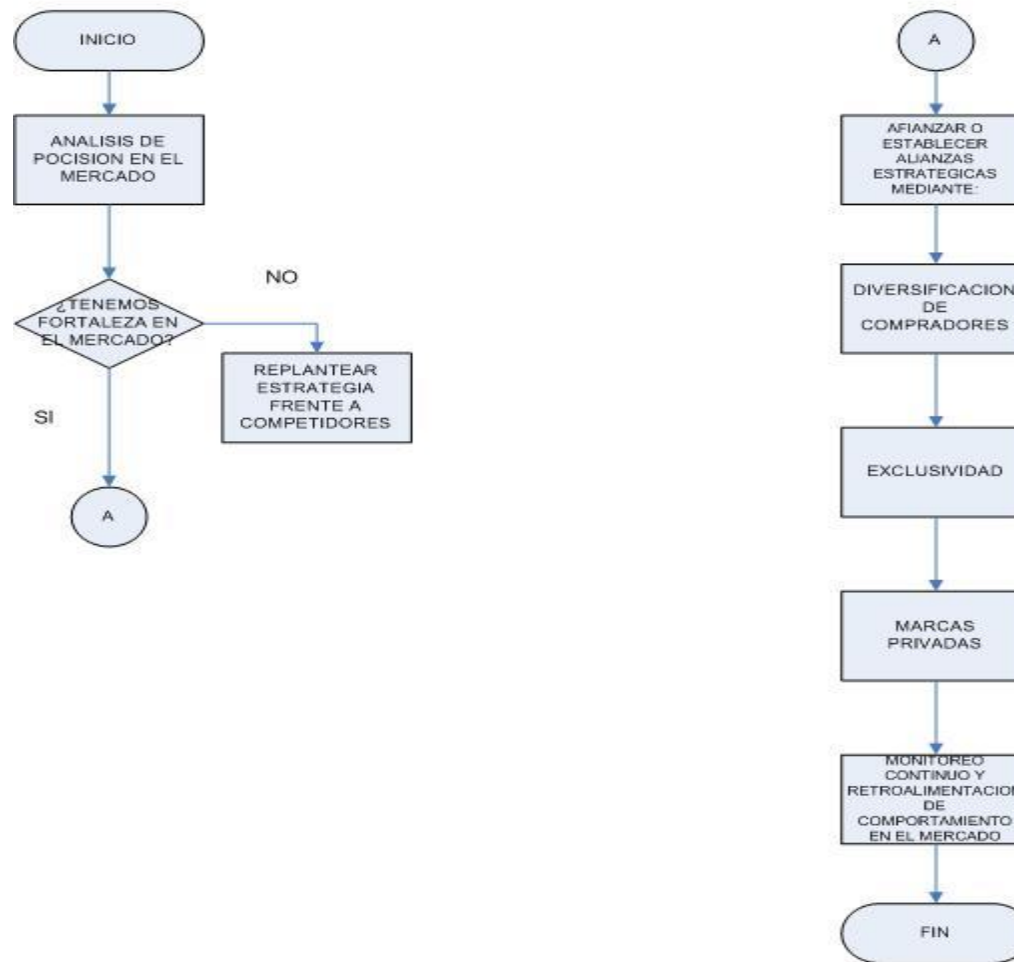


PROCESO 3





PROCESO 4



Fuente: Empresa Merizalde & Ramírez S.A., Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Elaborado por: Ana Mise y Cristina Salas

4.4.2. TRÁMITES PARA EXPORTACIÓN

Declaración Aduanera Única: contiene información detallada de cada ítem a ser exportado, con los precios ofertados por el proveedor, desglose de costos adicionales que se debe hacer (seguro, flete, etc.).

La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Una sola Declaración Aduanera, podrá contener las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y demás documentos de soporte o de acompañamiento que conformen la importación o exportación, siempre y cuando correspondan a un mismo declarante y puerto, aeropuerto o paso fronterizo de arribo para las importaciones y de embarque y destino de las exportaciones. En las exportaciones la Declaración Aduanera podrá ser transmitida o presentada por un Agente de Carga de Exportación autorizado para el efecto y podrá presentarse hasta 24 horas antes del ingreso de las mercancías a Zona Primaria debiendo presentar los documentos de acompañamiento, de soporte y correcciones a la declaración hasta 30 días posteriores al embarque de las mercancías. (Art. 63 y 64 del Reglamento del COPCI).

Para las exportaciones por vía aérea de productos perecibles en estado fresco podrá presentarse una sola Declaración Aduanera, para varios embarques hacia un mismo destino, realizados dentro de un mismo mes. Esta declaración deberá presentarse 3 días hábiles antes del inicio de cada mes y sus documentos de acompañamiento, de soporte y correcciones podrán presentarse hasta 30 días posteriores a la finalización del mes. (Art. 66 del Reglamento del COPCI).⁵⁶

⁵⁶ Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA UNICA

15895843 A

A ADUANA / BANCO										B REFRENDO													
01	Nº ORDEN	AÑO	02	ADUANA	CÓDIGO	03	RÉGIMEN	CÓDIGO	04	FECHA / HORA TX.	09	NÚMERO	127-2009-40-000288-1										
	003103	2010		LATACUNGA	127		EXPORTACION A	40		28/08/2010 19:57		FECHA RECEP	28/08/2010										
05	# VTO. BNO.		06	BANCO	CIUDAD	OFICINA	07	FECHA EMISIÓN	08	TIPO DESPACHO		HORA	19:57										
								//		0	NORMAL		AFORO	AFORO DOCUMENTAL									
C CONTRIBUYENTE / AGENTE																							
10	IMPORTADOR / EXPORTADOR					11	TIPO y Nº. DOC. ID.		12	CIUDAD													
	MERIZALDE & RAMIREZ S.A.						1	0591701622001		LATACUNGA													
13	DIRECCIÓN					14	TELÉFONO		15	NIVEL COMERCIAL													
	AV. AMERICA N. 39/334 Y VOZANDES, LA Y						2723029			1													
16	DECLARANTE / AGENTE				CÓDIGO	17	SECTOR		18	CIU		19	T.DECLARADO USD (IMP-CIF; EXP-FOB)										
	SERRANO RODRIGUEZ MIGUEL ANGEL				4222		11			0113			6,817.25										
D RÉGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO																							
20	RÉGIMEN PRECEDENTE		AÑO	21	SERIES		22	ADUANA RÉGIMEN		23	FECHA ACEPT.		24	FECHA VENCIM.		25	DEPÓSITO		CÓDIGO	26	Nº DESP PAR		
	000521		2010					LATACUNGA			29/05/2010			01/07/2010									
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN																							
27	CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO					28	DIRECCIÓN					29	BENEFICIARIO DEL GIRO			30	PAÍS PROCED. / DESTINO						
	J VAN DE PUT						FOLKSTONEWEG 66 1118 LN SCHIPOL						LOS MISMOS				RUSIA						
31	NATURALEZA TRANSACCIÓN			32	FORMA DE PAGO			33	EX.CIE		34	C.ORG.		35	OT.EX.		36	MT.VL.		37	ALMACÉN		CÓDIGO
					17										NO						ALMACEN NO		8000
38	TIPO DE TRATAMIENTO				39	CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO				40	CÓD. DE PROD. ACOG. DESP. URGENTE		41	CÓDIGO DE ENDOSO									
	PRODUCTOS PERESIBLES													40									
F TRANSPORTE																							
42	VÍA DE TRANSPORTE		CÓDIGO	43	FECHA EMBARQUE		44	FECHA LLEGADA		45	CARGA		CÓD.	46	BANDERA		CÓD.	47	LÍNEA TRANSPORTE		CÓD.		
	AEREA		4		05/06/2010			05/06/2010			GENERAL		1		LUXEMBURGO		LU		CARGOLUX		6363		
48	CÓD. MANIFIESTO		AÑO	TIPO MANIF	#. MANIFIESTO	49	AG. CARGA / TRANSP		CÓD.	50	N.NAVE/AEREA/MAT VEH		51	#. CONOC./G.AEREA/C.PORTE									
	127		2010	05	000231		MASTER		1060		CV7815			MTR-043375									
52	NOM NAVE/MATRIC. VEH.			53	ADUANA SALIDA		54	VÍA SALIDA		55	ADUANA DESTINO		56	TIPO DESTINO		57	PAÍS DESTINO		58	T. TRAT.			
					127			4						2			RUSIA			1			
G DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE																							
CONCEPTO		MONEDA	T. C.AMB. USD	TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN			TOTAL EN DÓLARES USD			TOTAL EN MONEDA NACIONAL													
59	FOB		USD	1,000,000			6,817.25			6,817.25													
60	FLETE		USD	1,000,000																			
61	SEGURO																						
62	VALOR ADUANA						6,817.25			6,817.25													
63	TOTAL SERIES / PARTIDAS		64	PESO NETO (Kilos)		65	PESO BRUTO (Kilos)		66	TOTAL BULTOS		67	TOTAL CONTENEDORES		68	TOTAL U. FÍSICAS		69	TOTAL U. COM.				
	1			1,580.00			1,584.00			132.00						17,625.00			66.00				
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO																							
	CLASE	NÚMERO	TIPO	EMISIÓN			VIGENCIA			# SR.	PARTIDA NANDINA	MONEDA	MONTO USD.										
				EMISOR	PAÍS	FECHA	DESDE	HASTA															
70		69904	10	FLORELOY	EC	04/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
71		69905	10	FLORELOY	EC	04/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
72		69906	10	FLORELOY	EC	04/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
73		69907	10	FLORELOY	EC	04/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
74		69912	10	FLORELOY	EC	04/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
75		69952	10	FLORELOY	EC	04/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
76		69953	10	FLORELOY	EC	04/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
77		70054	10	FLORELOY	EC	08/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
78		70065	10	FLORELOY	EC	08/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
79		70066	10	FLORELOY	EC	08/06/2009			//			0603.11.00.00	USD										
I DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA																							
80	Nº. SERIE	TIPO	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA	\$	BULTOS		U. FÍSICAS		U. COM.		PESO (Kgs.)		MARCAS Y		T							
						CL.	CANT.	TP.	CANT.	TP.	CANT.	NETO	BRUTO	NÚMEROS	M								
	1		0603.11.00.00-7	ROSAS	1	BX	132.00	11	17,625.00	U	66.00	1,580.00	1,584.00		MERIZALDE & RAMI	0							
TPCI	TPNG	TPNE	PAÍS DE ORIGEN		CÓDIGO	FOB USD		FLETE USD		SEGURO USD		CIF USD											
	407		ECUADOR		EC	6,817.25						6,817.25											
J OBSERVACIONES																							
81	SECUENCIA		82	TIPO OBS.		83	CONTENIDO OBS.																
K FIRMAS Y SELLOS																							
FIRMA CONTRIBUYENTE										OBSERVACIONES					CÓD. Y FIRMA AFORADOR								

RUC de exportador.- Como requisito previo al inicio del trámite de una importación o exportación, todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas en el Registro Único de Contribuyente (RUC), constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de ventas y guías de remisión, constar como contribuyente ubicado y estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI). La lista blanca se puede consultar en la página web: www.sri.gob.ec

Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.- Adicionalmente deben registrarse en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Para el efecto, los operadores de comercio exterior (OCE's) deben llenar el formulario de registro de datos en la página web de la SENAE: www.aduana.gob.ec, (opción 'OCE's', Registro de datos), enviarlo y obtener la respuesta de envió exitoso.

Factura comercial original.- Es un documento preparado por el fabricante o el vendedor. El comprador necesita esta factura para demostrar que los productos le pertenecen y para efectuar los arreglos de pago. La aduana solicita este documento al momento de la entrega y puede utilizarlo para evaluar las tarifas de importación. El importador debe asegurarse de antemano de que la factura comercial esté certificada y legalizada por un consulado, embajada o cámara de comercio. Estos pequeños detalles podrían llegar a detener el flete en el puerto de entrada,⁵⁷ por ese motivo, es necesario que no omita ninguno. El formulario debe incluir la siguiente información:

- Descripción completa de la mercancía con el precio y la declaración de origen
- Dirección completa del embarcador, vendedor y destinatario
- Número de permiso de importación (si existe)
- Fecha del pedido
- Número de conocimiento de embarque
- Número de carta de crédito

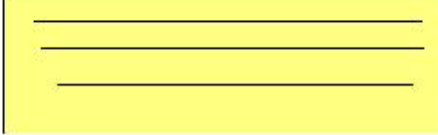
⁵⁷ http://ecuador.acambiode.com/producto/factura-comercial_117255

- Fecha de embarque, número del contenedor, medios de transporte, punto de partida y puerto de entrada
- Términos y condiciones de entrega y de pago
- Marcajes para exportaciones

La copia de la factura que retiene el exportador debe incluir una declaración notarial como la que sigue:

“Yo (nombre, compañía, cargo), certifico que la presente mercancía coincide exactamente con el pedido del comprador, que proviene y que se fabricó en los EE.UU. (o que algún otro país intervino como tercero), que la factura es fiel y correcta en todo sentido y, por la presente, asumo total responsabilidad por cualquier inexactitud o errores que pudieran existir.”

FACTURA COMERCIAL

EMPRESA EXPORTADORA: Direccion:..... Telefono / Fax:..... E-mail:.....							
Señores: EMPRESA IMPORTADORA: Direccion:..... Atencion:..... INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°.....		Nombre de Contacto:..... Nuestra referencia:..... N° Cliente:..... N° de Orden de Pedido.....					
La mercancia ha sido enviada en: Fecha:..... Dimensiones Embalaje: Grossweight (Peso Bruto): 231,524.60 kg Netweight (Peso Neto): 230,000.00 kg Marks (marcas): CALLAO PERU Via: Maritima Made in: Brasil							
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCIÓN DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
01	CONTAINERS 14 (9.200 BAGS)	230	TM DE POLIPROPILENO PROLEM			USD / MT 760.87	USD 175,000.00
			FOB VALUE				175,000.00
			FREIGHT VALUE				25,700.00
			CFR CALLAO				200,700.00
			FREIGHT PREPAID				
INCOTERM: CFR CALLAO			TOTAL FACTURADO				200,700.00

La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aún cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las

mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente;

Autorizaciones Previas.- La exportación de ciertos productos requieren autorización previa de las siguientes entidades:

- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para la exportación de ganado y productos o subproductos de origen animal.
- Ministerio del Ambiente/ Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) para la exportación de productos forestales (diferentes de la madera) y productos forestales semielaborados.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural para la exportación temporal de bienes pertenecientes al Patrimonio Nacional, a ser exhibidos en exposiciones o con otros fines similares.
- Ministerio de Defensa Nacional para la exportación de armas, municiones, explosivos y accesorios de uso militar o policial.
- Comisión de Energía Atómica para la exportación de materiales fértiles, fisionables y radioactivos.
- Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (CONSEP) para la exportación de sustancias sujetas a fiscalización a favor de instituciones científicas de los sectores públicos y privado, que lo soliciten motivadamente con fines exclusivos a la investigación, experimentación o adiestramientos de personal encargado de control, represión o rehabilitación, así como para insumos componentes, precursores u otros productos químicos específicos, preparados o derivados, previa calificación del exportador.

- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) para la exportación de animales de compañía.⁵⁸

CERTIFICADOS EXIGIDOS

Entre los principales certificados se pueden mencionar los siguientes:

Certificado de Origen: Las exportaciones de los productos que se acogen a preferencias arancelarias concedidas al Ecuador, deberán sujetarse al Reglamento que norma la verificación y certificación del origen preferencial de las mercancías ecuatorianas de exportación. El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) es la autoridad gubernamental competente para verificar y certificar el origen de las mercancías ecuatorianas de exportación, excepto hidrocarburos. Esta facultad, podrá ser delegada a las entidades que el Mipro declare habilitadas.

Este documento permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios.

⁵⁸ Aduana de Latacunga

CERTIFICADO DE ORIGEN

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
ASSOCIACAO LATINO-AMERICANA DE INTEGRACAO

PAIS EXPORTADOR

PAIS IMPORTADOR

No. de orden (1):	NABALALC	DENOMINACION DE LA MERCADERIA			
Valor US\$	Peso Neto:	(Kgs.)	Peso Bruto:	(Kgs.)	

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondiente a la Factura Comercial No., cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose:

No. de Orden:	NORMAS (3)
NIT:	
Fecha:	
Razón social, sello y firma de exportador o productor:	

OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN	
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de	
Nombre, sello y firma entidad certificadora:	

- **El certificado modelo “A”**

El Certificado de Origen Modelo “A” es el documento que permite importar en la Unión Europea productos originarios de países en vías de desarrollo; es decir, del

Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG), con la condición de que hayan sido transportados directamente a la Unión Europea.

El Modelo “A” es el documento exigible para poder aplicar los beneficios de las preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea a dichos países del SPG y podrá expedirse únicamente cuando se pueda utilizar como justificante para tales efectos. Se expedirá una vez realizada la exportación y se pondrá a disposición del exportador. Este certificado será expedido por organismos autorizados, autoridades aduaneras o gubernamentales del país de exportación.

La autoridad competente del país de exportación deberá presentar el certificado a las autoridades aduaneras del Estado miembro de importación en un plazo máximo de diez meses contados a partir de la fecha de expedición. Así mismo, si por ejemplo se presenta una mercancía acogida al SPG en una aduana comunitaria y posteriormente se quiere reexpedir toda o parte de la mercancía a otra aduana comunitaria, el certificado original puede ser sustituido por otro expedido por la aduana donde se hayan presentado las mercancías. De esta forma, la mercancía podrá también acogerse al SPG después de haber realizado las comprobaciones oportunas.

En el caso de pérdida o robo, se puede solicitar un duplicado de este certificado, pero en ese caso, en el mismo aparecería la indicación “duplicado” y produciría efectos a partir de la fecha de expedición del documento original.⁵⁹

⁵⁹ <http://documentosdelcomercioexterior.wordpress.com/documentos-del-sistema-aduanero/el-certificado-modelo-a/>

1. Goods consigned from (exporter's business, name, address, country),		Reference No. A			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country),		GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A			
		Issued in _____ (country) See notes overleaf			
3. Means of transport and route (as far as known).			4. For official use.		
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; descriptor of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. _____ <small>Place and date, signature and stamp of certifying authority.</small>			12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in _____ (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to. _____ (importing country) _____ <small>Place and date, signature of authorized signatory.</small>		

- **Corresponde al Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), emitir y entregar el certificado de origen de la Organización Internacional del Café (OIC), solicitado**

por un exportador de café. Para las exportaciones de productos pesqueros hacia la Unión Europea amparadas en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), otorgado por la Subsecretaría de Recursos Pesqueros.

- **Certificado de calidad, otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN)** para productos ecuatorianos de exportación que deban tener un certificado de conformidad con norma para ingresar a otros países, debido a exigencias de reglamentos técnicos de esos países.

- **Certificado de cumplimiento de las regulaciones del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control –HACCP**, para la exportación de productos pesqueros y acuícolas, otorgados por el Instituto Nacional de Pesca (INP).

- **Certificado de calidad, para la exportación de cacao en grano y sus derivados, otorgado por el MAGAP** a través de la Agencia Ecuatoriana de Calidad del Agro (AGROCALIDAD).

- **Certificado de calidad y variedad del café de exportación**, emitido por el Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC)

CERTIFICADOS SANITARIOS.- Adicionalmente se requiere la obtención de, entre otros, los siguientes certificados sanitarios o registros:

- Certificado fitosanitario de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP) para la exportación de material vegetal o productos agrícolas en cualquiera de sus formas, excepto industrializados, para fines de propagación⁶⁰

⁶⁰ Aduana de Latacunga



0720000000

REPÚBLICA DEL ECUADOR
 SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA
 CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN
 Phytosanitary Certificate for Export



P N° 100041

Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection Organization of Ecuador		A: Organización(es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization(s) of FEDERACION RUSA	
I. Descripción del Envío / Description of Consignment			
1. Nombre y dirección del exportador Name and address of exporter FINCA ROSIFRANC FLOWERS FRANCISCO CAMILO SALAZAR ERAZO, La Esperanza, Calle Simón Bolívar y Calle Secundaria		2. Nombre y dirección declarados del destinatario Declared name and address of consignee POLISVET BOT / TRUCK FOREVER, POLISVET BOT / TRUCK FOREVER 117420, STREET NAMETKINA, BUILDING 21 B	
3. Lugar de origen / Place of origin PICHINCHA- ECUADOR		4. Medios de transporte declarados / Declared means of conveyance Aéreo 074-2647 2474	
5. Punto de entrada declarado / Declared point of entry MOSCOW		6. Marcas distintivas / Distinguishing marks LAS DEL EXPORTADOR	
7. Número y descripción de los bultos Number and description of packages 1 - Pieza		8. Cantidad declarada y nombre del producto Name of produce and quantity declared 150 Tallos de ROSA	
9. Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants Rose spp.			
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</p>			
II. Declaración Adicional / Additional Declaration			
.....NINGUNO.....			
III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment			
10. Fecha / Date Ninguno		11. Tratamiento / Treatment Ninguno	
12. Producto químico (ingrediente activo) Chemical (active ingredient) Ninguno		13. Duración y temperatura Duration and temperature Ninguno	14. Concentración Concentration Ninguno
15. Información adicional / Additional information		16. Nombre del funcionario autorizado / Name of authorized officer 	
Lugar de expedición Place of issue SESA Aeropuerto Quito		Firma / Signature Ana Luce Colaguzo	
Fecha / Date 7/26/2008			



- Certificado Zoosanitario emitido por Agrocalidad para la exportación de ganado, productos u subproductos de origen animal.
- Certificado ictiosanitario del Instituto Nacional de Pesca (INP) para la exportación de productos acuícolas y pesqueros.
- Registro Sanitario para la exportación de alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutraceuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos u productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnostico, productos higiénicos u plaguicidas para uso domestico e industrial.
- Registro de exportadores de flores y ramas cortadas, plantas, productos vegetales o material vegetal de propagación de especies de plantas ornamentales, en Agrocalidad. Marca que garantiza el tratamiento de los embalajes de madera y para los países que lo establezcan como requisito, certificado fitosanitario de Agrocalidad.
- Certificado fitosanitario de Agrocalidad para exportación de maíz duro y soya
- Certificado fitosanitario de Agrocalidad para exportación de cacao.

OTROS REQUISITOS PREVIOS.- Dependiendo de la clase de producto que se vaya a exportar, se podrá requerir otros requisitos como estos:

- Los animales con fines de exportación, que previamente hayan cumplido con los requisitos sanitarios establecidos por el país importador deberán cumplir con los requisitos que establezca el Sistema Nacional de Identificación y Trazabilidad Animal.
- Para calificarse como exportador de banano, las personas naturales o jurídicas, deberán suscribir contratos de compra venta de la fruta con los productores, estipulando de manera expresa el precio de venta del banano, el cual no podrá ser inferior al precio mínimo de sustentación vigente a la fecha de suscripción del contrato. Copia del o los contratos se adjuntaran a la documentación requerida para su calificación.

- Los exportadores o comercializadores, debidamente inscritos con sus marcas registradas legalmente, no podrán comprar la fruta a aquellos productores que tengan contrato firmado y vigente con otras compañías exportadoras o comercializadoras.
- Los exportadores y/o comercializadores de banano deberán utilizar el Sistema de Pagos Interbancarios (SPI) del Banco Central del Ecuador, a través de las instituciones del sistema financiero, para la liquidación y pago de las cajas de banano adquiridas a los productores de esta fruta.
- Registro de Volumen de compras de producción nacional en la Corporación Bolsa Nacional de productos Agropecuarios, previo a las exportaciones de maíz amarillo duro y soya en grano.
- Registro de exportador de cueros y pieles para los productos clasificados en las subpartidas 4101.20.00.00, 4101.50.00.00, 4101.90.00.00, 4103.90.00.00, 4104.11.00.00 y 4101.9.00.00 del Arancel Nacional de Importaciones, como un requisito de carácter obligatorio para la comercialización de exportación de este tipo de bienes. Las personas naturales o jurídicas dedicadas a exportar cueros y pieles, clasificables en las subpartidas señaladas deberán inscribirse en el registro de exportadores del Sistema de Información Empresarial del Ministerio de Industrias y productividad (MIPRO). Las personas naturales o jurídicas que se dedican a la producción, comercialización y exportación de cacao, deberán cumplir con los procedimientos que establece el Programa de Certificación Fitosanitaria de Cacao de Exportación (PCFCE).
- Registro de exportadores de plaguicidas, en Agrocalidad.
- Registro de operadores para la exportación de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados.⁶¹

Documento de Transporte.-

Guía aérea (Airwaybill).- Documento equivalente al Conocimiento de Embarque, utilizado en el transporte aéreo de mercancías, mediante el cual la empresa de aeronavegación reconoce el hecho del embarque de mercancías y expresa las condiciones del transporte convenido.

⁶¹ Aduana de Latacunga

El documento de transporte constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP, Ministerio de Defensa, entre otras;

RE-ORDER FROM ESP PRINTING - MIAMI, FL
"THE IMPORT & EXPORT FORMS SPECIALISTS" TO REORDER CALL: 305-715-9545

380 - 10002613

Shipper's Name and Address		Shipper's Account Number		Not Negotiable Air WayBill		TRANSCARGA INTL AIRWAYS 8472 N.W. 72nd STREET MIAMI, FLORIDA 33166 USA								
Consignee's Name and Address		Consignee's Account Number		Issued by										
Issuing Carrier's Agent Name and City		Accounting Information		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity.										
Agent's IATA Code		Account No.		It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher for carriage and paying a supplemental charge if required.										
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing		Reference Number		Optional Shipping Information										
To	By First Carrier	Routing and Destination	to	by	to	by	Currency	Special Code	WT/WAL	Other	Declared Value for Carriage	Declared Value for Customs		
Airport of Destination		Flight/Date	Pre-Carrier Use Only	Flight/Date	Amount of Insurance		INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance".							
Handing Information											These commodities, technology or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Ultimate destination		Division contrary to U.S. law prohibited.	SCI
No. of Pieces RCP	Gross Weight	kg	lb	Rate Class	Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate	Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)				
Prepaid		Weight Charge		Collect		Other Charges								
Valuation Charge														
Tax														
Total Other Charges Due Agent														
Total Other Charge Due Carrier														
Total Prepaid						Total Collect						Signature of Shipper or his Agent		
Currency Conversion Rates						CC Charges in Dest. Currency						Executed on (date) at (place) Signature of Issuing Carrier or its Agent		
For Carriers Use only at Destination						Charges at Destination						Total Collect Charges		

380 - 10002613

NO. 3 ORIGINAL (FOR SHIPPERS)

Carta de porte.- Documento de transporte terrestre, exige la existencia de un portador que a la vez es el responsable de la mercadería.

4.5. INCOTERM:

El INCOTERM a utilizar para la exportación de claveles a Hamburgo es el siguiente:

Free on board: Las siglas FOB (acrónimo del término en inglés Free On Board, «franco a bordo, puerto de carga convenido») se refieren a un incoterm, o cláusula de comercio internacional, que se utiliza para operaciones de compraventa en que el transporte de la mercancía se realiza por barco (mar o vías de navegación interior). Se debe utilizar siempre seguido de un puerto de carga. El incoterm «FOB-puerto de carga convenido» es uno de los más utilizados.⁶²

Descripción del FOB

El vendedor entrega la mercancía en el momento en que la carga sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido; en ese momento se traspasan los riesgos de pérdida o daño de la mercancía del vendedor al comprador. El vendedor contrata el transporte principal, a través de un transitario o un consignatario, por cuenta del comprador. El vendedor también realiza los trámites aduaneros necesarios para la exportación.

El comprador paga todos los costes posteriores a la entrega de la mercancía: el flete, la descarga en el puerto de destino, los trámites de la aduana de importación, como parte de su precio de compra. Puede, si lo desea, contratar un seguro que cubra el riesgo durante el transporte en barco.

Uso del término FOB

El incoterm FOB debe usarse para transporte marítimo o fluvial. Si el transporte se realiza a través de diversos medios, se trata de transporte multimodal y existen otros términos más apropiados, como FCA.

⁶² www.todocomercioexterior.com

El incoterm FOB se utiliza para carga general, que no esté incluida en un contenedor; pueden utilizarse palés, bidones, cajas, fardos, etc. Los costes de las operaciones desde que la mercancía llega al puerto hasta que se carga en el buque se denominan «gastos FOB estrictos», y son los gastos de recepción, acarreo y carga. Los gastos de estiba suelen estar incluidos en el flete.

FOTO 27: INCOTERM Free On Board



Fuente: todocomercioexterior.com

Elaborado por: todocomercioexterior.com

4.6. SISTEMA DE PREFERENCIAS GENERALIZADAS:

¿Qué es el SPG?

La política comercial desempeña un papel preponderante en las relaciones de la Unión Europea con el resto del mundo siendo uno de los actores de mayor importancia en el comercio internacional, pues representa una quinta parte de la totalidad mundial del comercio.

La UE se esfuerza por fomentar la inclusión de los países en desarrollo en el sistema del comercio mundial de modo que todos los países puedan participar de los beneficios potenciales de éste.

La política comercial común de la Unión debe consolidar los objetivos de la política de desarrollo y ser coherente con ellos, especialmente la erradicación de la pobreza y el fomento del desarrollo sostenible en los países en desarrollo.

El comercio ha demostrado ser una de las herramientas más efectivas para estimular el desarrollo. Un comercio más intenso con los países en vías de desarrollo hace aumentar sus ingresos por exportación, estimula la industrialización y les ayuda a diversificar sus economías y a acelerar su crecimiento económico. El instrumento clásico para lograr estos objetivos consiste en concederles preferencias arancelarias, lo que representa un incentivo para que los operadores importen productos de estos países; de esta forma se contribuye a que sean más competitivos en los mercados internacionales. Estas preferencias arancelarias deberían ser suficientemente atractivas con el objetivo de motivar a los operadores a usar las oportunidades ofrecidas por el esquema.

El Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) de la UE ofrece aranceles más bajos o un acceso en franquicia de derechos al mercado de la Unión a las importaciones procedentes de 178 países y territorios en desarrollo. También ofrece beneficios especiales a los 49 países menos desarrollados y a los países que cumplen determinadas normas básicas en el ámbito laboral y en el del medio ambiente. La UE concede las preferencias sin exigir contrapartidas a los países beneficiarios.⁶³

Estructura del SPG

Tanto la concesión de las preferencias arancelarias como su alcance dependen del régimen acordado al país beneficiario del que es originario el producto.

Regímenes

Los países beneficiarios cuentan con cinco regímenes con arreglo al SPG:

- > Régimen general,
- > Régimen especial de estímulo a la protección de los derechos laborales,
- > Régimen especial de estímulo a la protección del medio ambiente,
- > Régimen especial en favor de los países menos desarrollados,
- > Régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de droga.

Países beneficiarios

⁶³ *trade.ec.europa.eu*

Los países beneficiarios son países en desarrollo, es decir, los miembros del grupo de 77. Entre los países beneficiarios se incluye también China, las llamadas «economías de transición» surgidas después del desmembramiento de la Unión Soviética y los territorios dependientes con un nivel de desarrollo similar al de los países en desarrollo. El sistema incluye 142 países y 36 territorios beneficiarios.

Para tener derecho a un trato arancelario preferencial de conformidad con el SPG de la Unión Europea, los productos deben ser originarios de un país beneficiario del SPG. Las normas preferenciales de origen para el SPG determinan si las mercancías producidas en los países beneficiarios tienen opción a beneficiarse de dichas normas. El país tiene que beneficiarse también de un régimen SPG que incluya esos productos. El SPG incluye solamente productos sometidos a derechos aduaneros. Por supuesto, no es posible conceder preferencias arancelarias a importaciones de productos cuyo derechos arancelarios NMF sean ya cero. Además, el SPG no incluye la importación de los productos que figuran en el capítulo 93 (armas y municiones) del arancel aduanero común.⁶⁴

> Régimen general Finalidad

El régimen general abarca aproximadamente 7.000 productos, de los cuales 3.250 están clasificados como no sensibles y 3.750 como sensibles. La sensibilidad de los productos viene determinada por la situación del sector de la UE que fabrica estos mismos productos. Los productos sensibles requieren todavía una protección aduanera, mientras que los no sensibles pueden competir con las importaciones en franquicia de derechos.

Régimen especial de estímulo a la protección de los derechos laborales

Fomentar el respeto de las normas laborales internacionales mediante
Preferencias arancelarias adicionales.

Productos incluidos

Este régimen abarca todos los productos sensibles incluidos en el régimen general (puesto que los productos no sensibles exentos de impuestos con arreglo al régimen general no pueden optar a preferencias adicionales).

⁶⁴ *trade.ec.europa.eu*

> Régimen especial de estímulo a la protección del medio ambiente

Promover el respeto de las normas ambientales internacionales por medio de preferencias arancelarias adicionales.

Productos incluidos

Este régimen abarca aproximadamente 50 líneas arancelarias de productos originarios del bosque tropical.

> Régimen especial en favor de los países menos desarrollados

Muchos países en desarrollo se enfrentan en la actualidad a problemas específicos, que dificultan sus esfuerzos para desarrollarse. En este grupo se encuentran los 49 países que han sido identificados por la ONU como «menos desarrollados» en base a su bajo PIB per capital, sus débiles activos humanos y su alto grado de vulnerabilidad económica. La pobreza extrema tiende a extenderse a todos los sectores y a persistir en la mayor parte de los países menos desarrollados, muchos de los cuales dependen de sus exportaciones de productos primarios. La pobreza generalizada en los países menos desarrollados tiene efectos a nivel nacional que hacen que la pobreza persista e incluso se incremente. La rápida reducción de la pobreza extrema en los países menos desarrollados se puede lograr a través del crecimiento económico sostenido. Este régimen especial (también conocido como iniciativa EBA – «todo excepto las armas») se creó para responder a las necesidades particulares de este grupo de países.

Productos incluidos

Todos los productos sujetos a derechos de aduana (más o menos 8.200 partidas arancelarias, a excepción del capítulo 93, armas y municiones) están incluidos en este régimen especial, que concede el acceso en franquicia al mercado de la UE.

> Régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de droga

Este régimen especial tiene por objetivo respaldar a los países beneficiarios en su lucha contra las producciones ilegales, ofreciéndoles posibilidades de exportación para los cultivos de sustitución y mejorando su desarrollo económico y social. El objetivo consiste no sólo en estimular la industrialización y la diversificación, sino también en promover el desarrollo sostenible.

Productos incluidos

El régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de droga prevé la entrada en franquicia de todos los productos industriales (capítulos 25 a 97 del Arancel Aduanero Común, a excepción del capítulo 93) que figuran en el régimen general y que están clasificados como sensibles (los productos no sensibles no pueden beneficiarse de una preferencia suplementaria). También cubren algunos productos agrícolas (capítulos 1 a 24 del AAC), que están incluidos en el régimen general y clasificados como sensibles, así como ciertos productos agrícolas que no están cubiertos por el régimen general.

Beneficios

Este régimen prevé el acceso en franquicia a los productos mencionados incluidos en el régimen.

Beneficiarios

Este régimen se concedió unilateralmente por parte de la Unión Europea en 1990 a los países de la Comunidad Andina, en relación con las importaciones de determinados productos originarios de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, y más tarde Venezuela. Posteriormente, el régimen especial se extendió a los países miembros del Mercado Común Centroamericano (Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador), así como a Panamá y, más recientemente, a Pakistán.

Normas de origen

Las preferencias del SPG se aplican a las importaciones en el territorio aduanero de la Comunidad Europea de productos específicos procedentes de países individuales.

Dichos productos deben ser originarios de un país beneficiario que disfrute del régimen SPG que incluye estos productos.

Para que se consideren originarios del país exportador, los productos deben satisfacer algunas exigencias que se establecen en las normas de origen. Las normas de origen que se aplican a las importaciones en el marco del SPG tienen por objeto garantizar que las preferencias arancelarias favorezcan el desarrollo de los países beneficiarios. Están contenidas en el Reglamento (CEE) n° 2454/93 (consulte el Guía sobre las normas de origen SPG en la dirección de Internet de la última página).

Mientras que los productos enteramente obtenidos en el país exportador se consideran originarios de este país, los productos fabricados a partir de elementos procedentes de otros países se consideran originarios solamente si fueron sometidos a una elaboración o una transformación suficiente.

Las normas de origen prevén también que los productos deben ir acompañados de un certificado de origen modelo A o de una declaración en factura y deben expedirse directamente a la Comunidad.

Acumulación del origen

Las normas de origen que se aplican a las importaciones en el marco del SPG autorizan, en determinadas condiciones, la acumulación del origen. Cuando estas condiciones se cumplen, los elementos procedentes de otros países se consideran originarios del país exportador. Para fomentar la integración regional, las normas de origen prevén la posibilidad de una acumulación regional del origen entre los miembros de grupos regionales. Cuando se fabrica un producto en dos o varios países que pertenecen a un grupo que se beneficia de la acumulación regional o a partir de elementos procedentes de estos países, los elementos procedentes de otros países del mismo grupo se tratan como si fueran originarios del país exportador beneficiario.⁶⁵

Actualmente, tres grupos regionales se benefician de la acumulación regional:

> Grupo I

Brunéi Darussalam, Camboya, Filipinas, Indonesia, Laos, Malasia, Singapur⁴, Tailandia y Vietnam.

> Grupo II

Costa Rica, Honduras, Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Panamá, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, y Venezuela.

> Grupo III

Bangladesh, Bután, India, Maldivas, Nepal, Pakistán y Sri Lanka.

Para fomentar la cooperación económica entre la Comunidad y los países beneficiarios, las normas de origen prevén que todas las importaciones en el marco del SPG puedan

⁶⁵ *trade.ec.europa.eu*

beneficiarse de la acumulación bilateral del origen, también llamado «elemento del país donante».

> **Lista de control:** cómo beneficiarse del SPG de la UE

Paso 1 > Determinar la clasificación del producto y su tipo de derecho preferencial

Determinar la clasificación arancelaria de ocho dígitos del producto conforme a la nomenclatura combinada y el tipo del derecho preferencial del producto consultando la base de datos TARIC de la UE en la dirección de Internet al final de esta publicación.

En esta página web se muestra el tipo de SPG para un país y un producto determinados, con las ventajas de los regímenes especiales de los que disfruta el país incluido en el tipo de SPG. Los tipos de derecho NMF se muestran también. Si un producto no presenta un tipo de derecho preferencial puede deberse a las siguientes circunstancias:

- El país no forma parte del SPG (los países beneficiarios aparecen clasificados en el Anexo I del Reglamento 2501/2001).
- El producto no se beneficia de la cobertura del SPG (los productos incluidos aparecen clasificados en el Anexo IV del Reglamento 2501/2001).
- El sector al que pertenece el producto ha sido graduado (excluido del SPG) para el país en cuestión (para obtener información sobre los sectores graduados, consulte el Reglamento vigente en la dirección Internet de la página web SPG que aparece al final de esta publicación).

Paso 2 > Comprobar los criterios de origen

Comprobar que el producto cumple las normas de origen especificadas por la UE.

Paso 3 > Comprobar las condiciones de envío

Comprobar que las modalidades que rigen el transporte de mercancías desde el país que se beneficia de la preferencia al mercado de la UE cumplen las disposiciones de «transporte directo» establecidas en las normas de origen.

Paso 4 > Elaborar los certificados justificativos

Rellenar correctamente el certificado de origen modelo A o la declaración en factura. Son los documentos oficiales en los que se basan las autoridades aduaneras de la UE para conceder las ventajas del SPG a los productos.

Paso 5 > Enviar el producto y presentar los documentos a las autoridades aduaneras de la UE

Para saber más sobre los pasos 2 y 4, consulte la guía de reglas de origen en la página web al final de esta publicación.

Gestión del SPG

La Comisión Europea administra el SPG de la UE con la ayuda del Comité de Preferencias Generalizadas, que está compuesto por representantes de los Estados miembros de la UE y presidido por la Comisión.

Cooperación administrativa

Es imprescindible la cooperación administrativa con las autoridades de los países beneficiarios en el control del cumplimiento de los requisitos necesarios para beneficiarse de las preferencias arancelarias. En el marco de esta cooperación, las autoridades aduaneras de la Comunidad podrán invitar a las autoridades de los países beneficiarios responsables del control de los certificados de origen modelo A que confirmen la autenticidad de los mismos y comprueben los controles iniciales. En caso de fraude o de que las autoridades se nieguen a cooperar, se les puede retirar temporalmente el beneficio del régimen.

Exclusión de países beneficiarios

Algunos países en desarrollo han alcanzado un nivel de desarrollo similar al de los países desarrollados. En ese caso, deja de existir la justificación para la concesión de las preferencias arancelarias. Por lo tanto, el sistema del SPG proporciona la posibilidad de excluir a los países que se desarrollan suficientemente y que durante tres años consecutivos cumplen determinados criterios. Cada año, la Comisión determina qué países cumplen los criterios y se lo notifica. Un país podrá ser readmitido después de haber sido excluido si durante tres años consecutivos no cumple los mencionados criterios.

Medidas de salvaguardia

Dado que el trato preferencial del SPG se concede sin limitación cuantitativa, puede darse el caso de que las importaciones preferenciales aumenten hasta el punto de generar graves dificultades para los productores comunitarios de productos similares o directamente competidores. Por esta razón, el Reglamento SPG prevé la posibilidad de aplicar medidas de salvaguardia, es decir, de reintroducir los derechos del arancel aduanero común, cuando se presenten tales dificultades.

Retirada temporal

En cualquier momento puede retirarse temporalmente un régimen a todos los productos procedentes de un país beneficiario o a algunos de ellos solamente, y por distintos motivos. Las razones pueden incluir, entre otras, la práctica de la esclavitud o el trabajo forzado, la violación de ciertas normas laborales básicas de la OIT, en relación, por ejemplo, con la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, y la falta de cooperación administrativa. La retirada temporal de preferencias es una medida excepcional que sólo se aplica en casos de prácticas claramente inaceptables.

66

⁶⁶ *trade.ec.europa.eu*

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Se tomará en cuenta todos los procedimientos de inversión a realizarse, considerando los gastos administrativos, los costos directos e indirectos de fabricación, y comercialización.

5.1. INVERSION

CALENDARIO DE INVERSIONES DEL PROYECTO

RUBRO DE INVERSIONES	AÑOS
	0
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA	35995,00
HERRAMIENTAS	2000,00
EQUIPO DE OFICINA	2052,00
EQUIPO DE COMPUTO	7863,97
MUEBLES DE OFICINA	7708,00
VEHÍCULOS	49100,00
EDIFICIOS	35000,00
TERRENOS	55000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	194718,97
ACTIVOS DIFERIDOS	
ESTUDIO DEL PROYECTO	1757,70
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1757,70
CAPITAL DE TRABAJO	
CAJA-BANCOS	3523,33
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	3523,33
TOTAL INVERSIONES	200000,00

ESTRUCTURA DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

INVERSIONES DEL PROYECTO	VALOR	%
ACTIVO CORRIENTE		
CAJA BANCOS	3523,33	1,76
ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA	35995,00	18,00
HERRAMIENTAS	2000,00	1,00
EQUIPO DE OFICINA	2052,00	1,03
EQUIPO DE COMPUTO	7863,97	3,93
MUEBLES DE OFICINA	7708,00	3,85
VEHÍCULOS	49100,00	24,55
EDIFICIOS	35000,00	17,50
TERRENOS	55000,00	27,50
ACTIVOS DIFERIDOS		
ESTUDIO DEL PROYECTO	1757,70	0,88
TOTAL ACTIVOS	200000,00	100

FINANCIAMIENTO		
PASIVO		
PRESTAMO	40000,00	20
TOTAL PASIVO	40000,00	
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	160000,00	80
TOTAL PATRIMONIO	160000,00	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	200000,00	100

En el año 2008, MERIZALDE & RAMIREZ S.A. incremento su capital, pasando de 80000,00 a 160000,00

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.

DEPRECIACIONES

HERRAMIENTA	VALOR TOTAL	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION ANUAL
MAQUINARIA	35995,00	10	3599,50
HERRAMIENTAS	2000,00	10	200,00
EQUIPO DE OFICINA	2052,00	10	205,20
EQUIPO DE COMPUTO	7863,97	3	2621,32
MUEBLES DE OFICINA	7708,00	10	770,80
VEHÍCULOS	49100,00	5	9820,00
EDIFICIOS	35000,00	20	1750,00

18966,82

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.
AMORTIZACIÓN

CUENTA	VALOR TOTAL	VIDA UTIL (AÑOS)	AMORTIZACION ANUAL
ESTUDIO DEL PROYECTO	1757,70	5	351,54

5.2. COSTOS

Para obtener el costo de producción es necesario establecer la unidad de producción; por esta razón, el costo de producción a obtenerse se lo realiza por cada hectárea y con la duración de un año (un ciclo).

Se han considerado algunas herramientas como: pala, azadón, rastrillo, tijeras, como herramientas utilizadas y gastadas en el ciclo productivo del clavel, el resto de herramientas se las deprecia un 10% anual porque su duración es mayor.

El ciclo del proceso productivo del clavel en MERIZALDE & RAMIREZ cada dos hectáreas tiene un costo final de \$ 74337,78, distribuido en tres etapas que presenta en dicho ciclo.

En cuanto a las etapas del proceso productivo del clavel, la fase que tiene mayor peso es la etapa del PROCESO PRODUCTIVO, con un porcentaje de 61,23%, seguida por los costos de la etapa de POST COSECHA con un 26,71%, terminando con la fase de PRE SIEMBRA con un 12,06%.

A continuación se presenta un cuadro resumen de los Costos De Producción por etapa del clavel, en donde se puede observar que elementos requieren mayor recurso económico.

MERIZALDE & RAMIREZ S.A. Elementos del costo de producción por hectárea
--

ELEMENTO	VALOR	%
Mano de obra	19678,00	26,471
Materiales Directos	31236,04	42,83
Costos Indirectos de fabricación	23423,74	30,699
	74337,78	

Fácilmente se puede apreciar que dentro de los tres elementos que intervienen en los costos de producción, los que representan el valor más elevado son los materiales directos con un 42,84% del total del costo, puesto que los esquejes aún no tienen un elevado valor, la cantidad que se adquiere hace que represente un valor considerable, de igual manera los químicos que se utilizan.

Los Costos Indirectos de Fabricación (CIF) representa el 30,69% del valor total del costo de producción, esto se debe a que los materiales que intervienen en el proceso son varios, y algunos de elevado precio.

Por último la mano de obra con 26,47%, es el recurso que menos porcentaje tiene, y esto se debe a que la mano de obra del sector de Cotopaxi es barata, pues equivale al 0,75% por hora.

Considerando el ciclo de producción del clavel de MERIZALDE & RAMIREZ S.A., se ha podido determinar que el costo de producción por hectárea es de \$

74337,78; este valor dividido para el número de tallos que se obtiene en un año (1'238963) da un costo por tallo de \$ 0,06.

5.3. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS						
AÑOS	Año 1			AÑO 2		
	CF	CV	TOTAL	CF	CV	TOTAL
COSTOS						
COSTOS DE PRODUCCION						
COSTOS DIRECTOS						
Materia Prima Directa		31236,04	31236,04		34009,80	34009,80
Mano de Obra Directa		19678,00	19678,00		19678,00	19678,00
COSTOS INDIRECTOS (Gastos de Fabricación)						
Materia Prima Indirecta		602,50	602,50		656,002	656,00
Costo Indirecto	12227,92	10593,32	22821,24	13313,8	11534	24847,77
Combustibles y Lubricantes		385,00	385,00		385,00	385,00
Depreciaciones de maquinaria y herramienta	3799,50		3799,50	3799,50		3799,50
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	16027,42	62494,9	78522,28	17113,26	66262,81	83376,07
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Sueldos Administrativos	18692,41		18692,41	18692,41		18692,41
Prestaciones Sociales	1792,17		1792,17	1792,17		1792,17
Servicios Básicos	1150,84		1150,84	1150,84		1150,84
Depreciaciones de otros activos fijos	15167,32		15167,32	15167,32		15167,32
Amortizaciones	351,54		351,54	351,54		351,54
Materiales de oficina		3752,42	3752,42		3898,01	3898,01
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	37154,29	3752,42	40906,71	37154,29	3898,01	41052,30
GASTOS DE VENTAS						
Publicidad y Promoción	6000,00		6000,00	6000,00		6000,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	6000,00	0,00	6000,00	6000,00		6000,00
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses	5659,20		5659,20	3772,80		3772,80
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	5659,20	0,00	5659,20	3772,80		3772,80
COSTO TOTAL	64840,91	66247,28	131088,19	64040,35	70160,82	134201,17

PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS

AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
CF	CV	TOTAL	CF	CV	TOTAL	CF	CV	TOTAL
	37029,87	37029,87		40318,12	40318,12		43898,37	43898,37
	19678,00	19678,00		19678,00	19678,00		19678,00	19678,00
	714,255	714,25		777,681	777,68		846,739	846,74
14496	12558,2	27054,25	15783,2678	13673,4	29456,66	17184,82198	14887,6	32072,42
	385,00	385,00		385,00	385,00		385,00	385,00
3799,50		3799,50	3799,50		3799,50	3799,50		3799,50
18295,52	70365,35	88660,87	19582,77	74832,20	94414,97	20984,32	79695,71	100680,03
18692,41		18692,41	18692,41		18692,41	18692,41		18692,41
1792,17		1792,17	1792,17		1792,17	1792,17		1792,17
1150,84		1150,84	1150,84		1150,84	1150,84		1150,84
15167,32		15167,32	15167,32		15167,32	15167,32		15167,32
351,54		351,54	351,54		351,54	351,54		351,54
	4049,26	4049,26		4206,37	4206,37		4369,58	4369,58
37154,29	4049,26	41203,54	37154,29	4206,37	41360,66	37154,29	4369,58	41523,86
6000,00		6000,00	6000,00		6000,00	6000,00		6000,00
6000,00		6000,00	6000,00		6000,00	6000,00		6000,00
1886,40		1886,40			0,00			0,00
1886,40		1886,40	0,00		0,00			0,00
63336,21	74414,61	137750,82	62737,06	79038,57	141775,63	64138,61	84065,28	148203,89

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

RUBROS	1	2	3	4	5
Costos de Producción	78522,28	83376,07	88660,87	94414,97	100680,03
Gastos de Administración	40906,71	41052,30	41203,54	41360,66	41523,86
Gastos de Ventas	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
Gastos Financieros	5659,20	3772,80	1886,40		
COSTO TOTAL	131088,19	134201,17	137750,82	141775,63	148203,89

5.4. FINANCIAMIENTO

MERIZALDE & RAMIREZ S.A. posee capital propio para el desarrollo de sus actividades el mismo es aportado por sus accionistas en forma igualitaria, posteriormente la utilidad será repartida de igual manera.

RUBROS DE INVERSIÓN Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

RUBROS DE INVERSIÓN	INVERSIONES	FINANCIAMIENTO	
		PROPIO	BANCO 1
ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA	35995,00	35995,00	
HERRAMIENTAS	2000,00	2000,00	
EQUIPO DE OFICINA	2052,00	2052,00	
EQUIPO DE COMPUTO	7863,97	7863,97	
MUEBLES DE OFICINA	7708,00	7708,00	
VEHÍCULOS	49100,00	49100,00	
EDIFICIOS	35000,00	25000,00	10000,00
TERRENOS	55000,00	25000,00	30000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	194718,97	154718,97	40000,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
ESTUDIO DEL PROYECTO	1757,70	1757,70	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1757,70	1757,70	
CAPITAL DE TRABAJO			
CAJA BANCOS	3523,33	3523,33	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	3523,33	3523,33	
TOTAL	200000,00	160000,00	40000,00

CALCULO DEL SERVICIO DE LA DEUDA

PRESTAMO DEL BANCO DEL
PICHINCHA

TASA DEL 11,79%

METODO DEL CALCULO: SOBRE
SALDOS

TIEMPO: 3 AÑOS
36 MESES

AÑO	DEUDA	INTERES	PRINCIPAL	PAGO ANUAL	SALDO
2011	40000,00	5659,20	13333,33	18992,53	26666,67
2012	26666,67	3772,80	13333,33	17106,13	13333,33
2013	13333,33	1886,40	13333,33	15219,73	0,00
TOTAL		11318,40	40000,00	51318,40	

5.5. INGRESOS DEL PROYECTO

CALCULO DE LOS INGRESOS DEL PROYECTO

RUBROS	1			2			3			4			5		
	Cant.	P.U.	TOTAL	Cant.	P.U.	TOTAL	Cant.	P.U.	TOTAL	Cant.	P.U.	TOTAL	Cant.	P.U.	TOTAL
Claveles	676587	0,22	148849,24	785269	0,23	179462,21	892684	0,24	211926,04	998791	0,25	246316,24	1103545	0,26	282709,56
TOTAL INGRESOS			148849,24			179462,21			211926,04			246316,24			282709,56

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA \$	DEMANDA INSATISFECHA EN (CLAVELES)	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	# claveles en base al porcentaje
2011	496164,12	2255291	30%	676587
2012	493597,58	2243625	35%	785269
2013	490976,20	2231710	40%	892684
2014	488297,73	2219535	45%	998791
2015	485559,81	2207090	50%	1103545

5.6. ESTADO DE RESULTADOS

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.

ESTADO DE RESULTADOS

	1	2	3	4	5
Ventas	148849,24	179462,21	211926,04	246316,24	282709,56
(-) Costos de Producción	78522,28	83376,07	88660,87	94414,97	100680,03
Utilidad Bruta en Ventas	70326,96	96086,14	123265,16	151901,27	182029,54
Gastos de Administración	40906,71	41052,30	41203,54	41360,66	41523,86
Gastos de Ventas	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
Gastos Financieros	5659,20	3772,80	1886,40	0,00	0,00
Utilidad antes de participación	17761,05	45261,04	74175,22	104540,61	134505,67
(-) 15% Reparto trabajadores	2664,16	6789,16	11126,28	15681,09	20175,85
Utilidad antes de impuesto a la renta	15096,89	38471,88	63048,93	88859,52	114329,82
(-) 25% Impuesto a la renta	3774,22	9617,97	15762,23	22214,88	28582,46
Utilidad neta	11322,67	28853,91	47286,70	66644,64	85747,37

5.7.BALANCE GENERAL

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.

BALANCE GENERAL

	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA-BANCOS	3523,33	27269,4073	60754,4258	87789,667	137473,426	186756,85
ACTIVOS FIJOS						
MAQUINARIA	35995,00	32395,50	28796,00	25196,50	21597,00	17997,50
HERRAMIENTAS	2000,00	1800,00	1600,00	1400,00	1200,00	1000,00
EQUIPO DE OFICINA	2052,00	1846,80	1641,60	1436,40	1231,20	1026,00
EQUIPO DE COMPUTO	7863,97	5242,65	2621,32	7863,97	5242,65	2621,32
MUEBLES DE OFICINA	7708,00	6937,20	6166,40	5395,60	4624,80	3854,00
VEHÍCULOS	49100,00	39280,00	29460,00	19640,00	9820,00	0,00
EDIFICIOS	35000,00	33250,00	31500,00	29750,00	28000,00	26250,00
TERRENOS	55000,00	55000,00	55000,00	55000,00	55000,00	55000,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
ESTUDIO DEL PROYECTO	1757,70	1406,16	1054,62	703,08	351,54	0,00
TOTAL ACTIVOS	200000,00	204427,71	218594,37	234175,22	264540,61	294505,67
PASIVO						
PRESTAMO	40000,00	26666,67	13333,33	0,00	0,00	0,00
15% REPARTO TRABAJADORES		2664,16	6789,16	11126,28	15681,09	20175,85
25% IMPUESTO A LA RENTA		3774,22	9617,97	15762,23	22214,88	28582,46
TOTAL PASIVO	40000,00	33105,05	29740,46	26888,52	37895,97	48758,31
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	160000,00	160000,00	160000,00	160000,00	160000,00	160000,00
UTILIDAD		11322,67	28853,91	47286,70	66644,64	85747,37
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	200000,00	204427,71	218594,37	234175,22	264540,61	294505,67

5.8. EVALUACION FINANCIERA

Ayuda a verificar la viabilidad del proyecto.

5.8.1. TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = Tasa\ inferior + \left[Diferencia\ entre\ tasas \left(\frac{VAN\ de\ la\ tasa\ inferior}{Diferencia\ absoluta\ entre\ VAN} \right) \right]$$

$$TIR = 8,46\% + \left[0,40 - 0,0846 \left(\frac{154356,97}{154356,97 - (-45651,34)} \right) \right]$$

TIR: 0,3280 = 32,80%

La tasa interna de retorno, es 32,80% lo que quiere decir que el proyecto es viable desde el punto de vista de la TIR.

5.8.2. VALOR ACTUAL NETO

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.

Valor Actual neto							
periodo	valores corrientes			factor de actualización	Valores Actualizados		
	inversión	Ingresos	Egresos		inversión	Ingresos	Egresos
0	200000,00			1	200000,00		
1		148849,24	111769,82	0,921998894		137238,83	103051,655
2		179462,21	114882,81	0,85008196		152557,58	97659,80
3		211926,04	118432,45	0,783774626		166102,25	92824,35
4		246316,24	122457,26	0,722639338		177997,80	88492,43
5		282709,56	128885,53	0,66627267		188361,66	85872,90
total	200000,00	1069263,28	596427,88	3,944767489	200000,00	822258,12	467901,15

VAN 154356,97

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.

Valor Actual neto							
periodo	valores corrientes			factor de actualización	Valores Actualizados		
	inversión	Ingresos	Egresos		inversión	Ingresos	Egresos
0	200000,00			1	200000,00		
1		148849,24	111769,82	0,714285714		106320,882	79835,59
2		179462,21	114882,81	0,510204082		91562,3502	58613,68
3		211926,04	118432,45	0,364431487		77232,5202	43160,52
4		246316,24	122457,26	0,260308205		64118,1376	31876,63
5		282709,56	128885,53	0,185934432		52565,4423	23964,26
	200000,00	1069263,28	596427,88	2,03516392	200000	391799,333	237450,669

VAN -45651,34

TIR 0,328010833

VAN (8.46%)= 154356,97

VAN (40%)= -45651,34

El VAN es mayor a cero, ya que los ingresos son mayores que los egresos, por lo tanto el proyecto debe realizarse.

5.8.3. RELACIÓN BENEFICO COSTO

BENEFICIO COSTO			
Concepto	Inversión	Ingresos	Egresos
Inversión Inicial	200000,00		
		134851,636	101259,127
		147296,431	94291,8723
		157584,372	88064,2342
		165932,51	82494,1183
		172539,507	78659,6856
Total	200000,00	778204,455	444769,038

Beneficio Costo

1,67

BC: \$1,67

Por cada dólar invertido se recuperará \$1,67, por lo tanto la ejecución del proyectos resultaría rentable. Lo cual significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los gastos (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará riqueza al ejecutor (es) del proyecto. En consecuencia si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social.

5.8.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERIODO DE RECUPERACION DE UNA INVERSION

periodo	inversión	utilidad	Utilidad acumulada
0	164372,57		
1		103960,33	103960,33
2		137653,73	241614,06
3		174372,31	415986,36
4		214389,09	630375,45
5	9972,97	258001,54	888376,99
TOTAL	174345,54	888376,99	2280313,19

Pay back	53756,05	0,63	Meses	8
			Semanas	33
			Días	163

Recuperación de la inversión
4 año 8 meses
4 año 33 semanas
4 año y 163 días

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- MERIZALDE & RAMIREZ gracias a la calidad de su producto ha logrado posicionarse como una de las mejores florícolas a nivel nacional e internacional.
- En la empresa no existe una constante capacitación a los empleados que permita aprovechar al máximo las aptitudes de su personal.
- El clavel es la segunda flor mas requerida en Alemania siendo los principales consumidores las personas de 25 años en adelante.
- En el estudio de mercado se ha determinado que existe demanda insatisfecha de claveles en Hamburgo.
- La empresa cuenta con una excelente posición geográfica, el suelo y sus condiciones climáticas garantizan la oferta del producto todo el año.
- Posee una infraestructura adecuada para el desarrollo de sus actividades tanto administrativas como de producción.
- Correcta distribución de responsabilidades en la empresa.
- El sistema de preferencias generalizadas permite y facilita el ingreso de productos ecuatorianos al mercado europeo.
- A través de los estados financieros podemos visualizar el grado de rentabilidad que tiene el proyecto, con lo cual podemos darnos cuenta que la implantación de este proyecto es lucrativo desde el punto de vista financiero.
- Por cada \$ 1,00 invertido se recupera \$ 1,67, con lo cual los accionistas asegurar la recuperación de su inversión.

6.2. RECOMENDACIONES

- La empresa debe mantener su buena imagen corporativa ante los clientes y proveedores para lograr incrementar su mercado.
- En el proceso de globalización en el que estamos inmersos es recomendable capacitar al talento humano por lo menos dos veces al año.
- Incrementar la variedad y calidad de los claveles para conseguir introducirse en el mercado alemán y satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Aumentar la producción de claveles en la empresa para exportar hacia Hamburgo y cubrir parte de la demanda insatisfecha.
- Evitar el uso excesivo de químicos para impedir el deterioro del suelo.
- Cuidar la infraestructura de posibles daños para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Mantener la buena comunicación entre los departamentos y el óptimo desempeño en las actividades realizadas.
- Aprovechar el beneficio existente con el sistema de preferencias generalizadas para introducirse en nuevos mercados europeos.
- Que el proyecto sea ejecutado de manera práctica y de manera responsable por sus inversionistas para la consecución del mismo.
- Que los inversionistas o administradores del proyecto en ejecución no desmayen en cuanto al control y análisis de los costos con la finalidad de obtener siempre una rentabilidad óptima.

RESUMEN

La presente tesis “Plan de exportación de claveles de la Empresa Merizalde & Ramírez desde el Cantón Pujili Provincia de Cotopaxi hacia el mercado de Hamburgo - Alemania”, tiene como finalidad ampliar la cobertura hacia el mercado internacional.

De acuerdo a estudios realizados Hamburgo-Alemania es un lugar recomendable para exportar claveles basándonos en datos históricos del país como: población, tasa de crecimiento poblacional, nivel de consumo, total de importaciones y exportaciones, entre otros, para determinar la existencia de demanda insatisfecha

Europa es un mercado accesible debido al Sistema de Preferencias Generalizadas el cual brinda beneficios arancelarios a países en vías de desarrollo. Ecuador pertenece al Régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de droga, este régimen especial respalda a los países beneficiarios en su lucha contra las producciones ilegales, ofreciéndoles posibilidades de exportación para los cultivos de sustitución y mejorando su desarrollo económico y social. El objetivo consiste no sólo en estimular la industrialización y la diversificación, sino también en promover el desarrollo sostenible.

Se recomienda incrementar la variedad y calidad de los claveles para conseguir introducirse en el mercado alemán y satisfacer las necesidades de los consumidores ya que el análisis financiero demuestra que la puesta en marcha del proyecto resultará viable y rentable.



ABSTRACT

“Merizalde & Ramirez Corporation Plan for Exporting Carnation from Pujilí, Cotopaxi province, destined to Hamburg – Germany”

Europe is an accessible market for Ecuador has a great opportunity with the countries that belong to the European Union. With the Scheme of Generalized Tariff Preferences, the European Union gives tax benefits to developing countries and supports countries like Ecuador that are inside the special arrangements to combat drug production and trafficking. European Union offers opportunities for export of products that substitute illegal cultivation; therefore, they also promote sustainable development.

The objective of this study is to expand the coverage of exportations in the international market. The study tried to find a recommended place to export carnations based on data such as population, population growth rate, rate of consumption, monetary value of exports and imports; in order to determine the existence of an unmet demand.

The study found that Hamburg, Germany is a highly recommended place to export carnations, and that this project will be viable and profitable.

It is important, however, to increase the variety and the quality of carnations to get into the German market and satisfy its customer needs.



BIBLIOGRAFIA

- COSTALES, Bolívar. Diseño y Evaluación de Proyectos e Inversión. 2da Edición. Quito. Editorial Politécnica (ESPE, Escuela Politécnica del Ejército) 2008, páginas 25,26,32-35,55
- SALTOS, Héctor Aníbal. Diseño de Proyectos y Evaluación de Impactos. Ambato. Universidad Técnica de Ambato, 2001, paginas 36,37,38
- AVALOS, Juan Alberto. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Riobamba. Seracomp, Ecuador, 2007,75,76,89,90
- CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. Quito. CEP, 2011
- CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES. Reglamento Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. Quito. CEP, 2011
- CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES. Ley de Sanidad Vegetal, Quito. CEP, 2010
- CHIRIBOGA, Luis. Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito. Jokama, 2003
- ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. Facultad de Administración de Empresas. Décimo semestre comercio exterior. Diccionario Términos Económicos y de comercio exterior. Riobamba, 2010
- BURBANO, Gonzalo G. – MESTANZA, Mónica. Diccionario de términos usuales en el comercio exterior ecuatoriano. Quito. PUDELECO editores S.A.1995
- www.gestiopolis.com (En línea)
- www.wikipedia.org (En línea)
- www.bce.fin.ec (En línea)
- www.aduana.gob.ec (En línea)
- <http://www.ecuador.com/espanol/blog/las-flores-abundan-en-el-ecuador> (En línea)
- www.expoflores.com/ (En línea)
- <http://www.al-invest4.eu/minisite/flores/alemania/alemania5.html> (En línea)
- <http://www.statistik-portal.de/> (En línea)
- http://www.statistiknord.de/uploads/tx_standdocuments/A_I_3_j10.pdf (En línea)

- <http://www.tuinbouw.nl> (En línea)
- http://www.indexmundi.com/es/alemania/tasa_de_crecimiento.html (En línea)
- <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (En línea)
- <http://www.xe.com/ucc/convert.cgi?language=es&Amount=0.12&From=EUR&To=USD> (En línea)
- http://www.infoagro.com/precios_origen/flores.asp (En línea)
- www.landgard.de/ (En línea)
- www.ecucarga.com/ (En línea)
- www.agrocalidad.gov.ec/ (En línea)
- www.pichincha.com (En línea)
- www.floresmerizalde.com/ (En línea)
- <http://www.cotopaxi.gov.ec/internas/interna.asp?t=Menu&id=62> (En línea)
- http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/r11016_es.htm (En línea)
- <http://english.hamburg.de/?ba=other> (En línea)
- www.floriscopio.com (En línea)
- www.agriflor.com (En línea)

ANEXOS

Minuta de constitución simultanea de compañía anónima

MINUTA DE CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE COMPAÑÍA ANÓNIMA
SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sirvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura el señor Jose Augusto Merizalda Lara con cedula N.- 050152205-8 de nacionalidad ecuatoriana y Jorge Ernesto Ramirez Vaca con cedula N.- 050176483-1 de nacionalidad ecuatoriana

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, por la via simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Comercio, a los convenios de las parte y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO I

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1°.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es MERIZALDE & RAMIREZ S.A.

Artículo 2°.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es Cantón Pujili. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3°.- Objeto.- el objeto de la compañía consiste en Producción y Comercialización de flores.

En el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4°.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 20 años contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II

Del capital

Artículo 5°.- Capital y de las acciones.- El capital social es de 80000 dolares de los Estados Unidos de América, dividido en 100 acciones ordinarias y nominativas, de 800 dolares de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del 001 al 100

TITULO III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso

que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8º.- Clases de juntas.- Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2º, 3º y 4º del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

Artículo 9º.- Quórum general de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de accionistas presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

Artículo 10º.- Quórum especial de instalación.- Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución de capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia de al menos el 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la tercera parte del capital pagado.

Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo 11º.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

Artículo 12º.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima.

Artículo 13.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir

el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 14°.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un periodo de 5 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas;
- Y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 15°.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un periodo de 5 años a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; Y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

DE LA FISCALIZACIÓN

Artículo 16°.- Comisarios.- La junta general designará 1 comisario cada 5 años, quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

TITULO V

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 17°.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

CUARTA.- APORTES.-

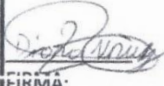
NOMBRE DE ACCIONISTAS	NUMERO DE ACCIONES	CAPITAL SUSCRITO
José Augusto Merizalde Lara	50	40.000,00
Jorge Ernesto Ramirez Vaca	50	40.000,00

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para Los periodos señalados en los articulos 14° y 15° del estatuto, se designa como presidente (a) de la compañía al señor José Augusto Merizalde Lara y como gerente de la misma al señor José Remigio Merizalde Ramirez, respectivamente.



C.E. WINGARRAZAETA RASTOR
 MORADA PRIMERA DEL CANTON
 LA TRINCHERA
 AV. ROMONALMI Y ROSARIOVEL
 TELEFONO: 021274 08011980

Comprobante de Pago

jun-11		MERIZALDE & RAMIREZ S.A.		51
NOMBRE:	TUL LUZPA DIANA MARIANELA	CEDULA:	0502827025	
AREA:	PERSONAL AREA # 02	SUELDO:	268,22	
DIAS LAB.	29			
INGRESOS		EGRESOS		
SUELDO	169,86	IESS 9,35%		15,88
FONDOS DE RESERVA	0	COMEDOR		
HORAS EXTRAS 50%		FALTAS		53,64
HORAS EXTRAS 100%		HORAS NO TRABAJADAS		
BONO DE RESPONSABILIDAD		PRETAMOS		
RETROACTIVO MESES A.	-	OTROS DESCUENTOS		20
TOTAL INGRESOS:	\$ 169,86	TOTAL EGRESOS:		89,52
TOTAL A RECIBIR:				80,34
 FIRMA:				

Cupón CORPEI

CUPON CORPEI DE EXPORTACION
 CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI

Ciudad: Quito Fecha: 21/07/09 No: 3570778

Nombre del Aportante: _____

Tipo/Numero Identificación: C.C. C.I. PASAPORTE

Nº FUE / DAU: 6750

Valor FOB: USD \$ 6750 Valor Cuota: USD \$ 500

(Base Imponible) en el año 2009-07-21 Casa: 0168 Hora: 09:41:22 REF: 3594110 Usr: EPANDO

DECLARO QUE LA INFORMACION CONTENIDA EN ESTE FORMULARIO TIENE ORIGEN LÍCIDO, ES VERDADERA, Y EXIMO A LA INSTITUCION FINANCIERA RECAUDADORA DE TODA RESPONSABILIDAD INCLUSIVE RESPECTO A LO QUE SI ESTA DECLARACION FUESE FALSA O ERROÑEA.

Firma de Responsabilidad: 

FOR-FOR-09/Ver Jun 03

Factura Comercial

FACTURA

Dirección:

001-001

0032920

RUC:

Telefax: (593) _____
Latacunga - Ecuador

Aut. **SRI**: 1106795607

CONTRIBUYENTE ESPECIAL SEGÚN RESOLUCIÓN N° 1120 DEL 20 / 08 / 2008

Invoice: 51339

Cliente:	ZVEZDA	Fecha:	June, 5 del 2009
Dirección:	ORKY 9 MOSCOW RUSSIA	RUC:	
Teléfonos:		Consumidor Final:	SI NO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	Precio Unitario	TOTAL
0.500 F/B	FLORES NATURALES ROSAS 0603.10.00.00 FUE #: 008565 ECUCARGA AWB: 129-46190782	67.50	67.50

PAGARÉ A LA ORDEN DE _____

Por: _____

Debo(emos) y Pagaré (mos) a la orden de _____

_____ en _____

SUBTOTAL	67.50
IVA Tarifa 0%	
IVA Tarifa 12%	
TOTAL	67.50

Esta cantidad me(nos) obligo(amos) incondicionalmente a pagarla en moneda de curso legal al vencimiento del plazo acordado, al mero requerimiento verbal del acreedor. Pagare (mos) el interes del % anual, desde esta fecha hasta los vencimientos indicados. Estos intereses han sido incluidos en las cuotas antes detalladas. En caso de mora, pagare (mos) la maxima tasa anual de interes por mora fijado por la Autoridad competente, asi como los gastos judiciales y extrajudiciales, incluyendo honorarios profesionales por el Cobro de esta obligacion, bastando para determinar estos valores, la sola afirmacion unilateral del acreedor. Al fiel cumplimiento de lo convenido me(nos) abligo(amos) con todos mis(nuestros) bienes presentes y futuros. El pago no podra hacerse por partes, ni aun por mis(nuestros) herederos o sucesores. Sin protesto. Eximiese de presentacion para el pago y de avisos por falta del mismo. El incumplimiento en el pago de uno o varios de los pagos, cuyos vencimientos sucesivos estan previstos en este instrumento dara lugar a que _____ declare de plazo vencido todas las obligaciones pendientes de pago y pueda exigir el pago total del credito; judicialmente, por via ejecutiva o verbal sumaria a su eleccion. Quedo(mos) sometido(s) a los jueces o tribunales competentes de Latacunga, para cuyo efecto renuncio(amos) fuero y domicilio.

Declaro(mos) solamente tener conocimiento pleno del contrato de financiamiento y compra de cartera o factoring suscrito entre _____ y la compania _____ y de la cesion del presente credito que al amparo del mismo se ha efectuado o efectuara de manera que este pagare ha sido cedido o cederá a aquel. Esta declaracion se tendra como notificacion al deudor, de conformidad con la Ley.

Fecha: _____
f) _____

NOMBRE:

C.I.:

VISTO BUENO: FECHA UT SUPRA

Fecha: _____
f) _____

NOMBRE:

C.I.:

VISTO BUENO: FECHA UT SUPRA

BLANCA: ADOQUINANTE / AMARILLA: EMISOR / VERDE: Sin Derecho o Credito Tributario

M. Chiribari (Chiribari) Impres. (Colofore) "Nacion Mundial". RUC: 0600037106001 AIT 1000 Telef 2813 877. - Fax: +593 011501 al 019500 CADUCA: M8870 - 2010

Guía Aérea

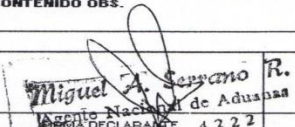
LTX **AWB# 172-9196 3001** **HAWB: 00000180184**

Shipper's Name And Address LATA CUNGA ECUADOR		Shipper's Account Number		Not Negotiable			
Consignee's Name And Address ZVEZDA GORKI STREET 9 PH 8951254714 FX 8951254714 MOSCOW RUSSIA		Consignee's Account Number		House Air Waybill Issued by Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity			
Issuing Carrier's Agent Name and City ECUCARGA CIA LTDA 1791402316001 AV DE LA PRENSA Y GONZALO GALLO QUITO ECUADOR		Accounting Information FREIGHT PREPAID		It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper can increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required. Carrier is not liable for the goods until they are received at its own terminal or airport office.			
Agents IATA Code 79-1-0017-0004		Account No. 0		Currency ORIG. WT./VAL. Other Declared Value for Carriage Declared Value for Customs USD PP XX XX NCV NDV			
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requesting Routing AEROPUERTO INTERNACIONAL COTOPAXI		To By First Carrier to by to by LUX CARGOLUX AIRLINES AMS CV		Amount of Insurance INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance". MAX FREE			
Airport of Destination AMSTERDAM HOLLAND		Flight / Date For Carrier Use Only		Flight / Date			
Handling Information REFRENDO: -*- NUMERO MANIFIESTO: 127-2009-05-000 PIECES: 1							
No. of Pieces RCP	Gross Weight	kg lb	Rate Class Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)
1	13.00	K		13.00	AS AGREED	AS AGREED	FULL BXS: 0.50
1	13.00	K				AS AGREED	
Prepaid AS AGREED		Weight Charge		Collect	Other Charges		
Valuation Charge		Tax		Total Other Charges Due Agent			
Total Other Charges Due Agent		Total Other Charges Due Carrier		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations. And the packing is subject to item 13 on the reverse hereof.			
Total Prepaid AS AGREED		Total Collect		----- ECUCARGA CIA LTDA QUITO ECUADOR ----- Signature of Shipper or his Agent			
Currency Conversion Rates		CC Charges in Destination Currency		JUN-05-2009 QUITO ECUADOR Executed on (date) at (place)		Signature of Issuing Carrier or his Agent	
For Carriers Use only at Destination		Charges at Destination		Total Collect Charges			

HAWB: 00000180184

ORIGINAL

Declaración Aduanera Única

CAE CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA				15895843 A	
A ADUANA / BANCO						B REFRENDO	
01 Nº ORDEN 003103	02 AÑO 2010	03 ADUANA LATAKUNGA	04 CÓDIGO 127	05 RÉGIMEN EXPORTACION A	06 CÓDIGO 40	07 FECHA / HORA TX. 28/08/2010 19:57	08 NÚMERO 127-2009-40-000288-1
09 # VTO. BND.	10 BANCO	11 CIUDAD	12 OFICINA	13 FECHA EMISIÓN / /	14 TIPO DESPACHO 0 NORMAL	15 FECHA RECEP 28/08/2010	16 HORA 19:57
C CONTRIBUYENTE / AGENTE						AFORO AFORO DOCUMENTAL	
10 IMPORTADOR / EXPORTADOR MERIZALDE & RAMIREZ S.A.			11 TIPO y Nº. DOC. ID. 1 0591701622001		12 CIUDAD LATAKUNGA		19 T.DECLARADO USD (IMP=CIF; EXP=FOB) 6,817.25
13 DIRECCIÓN AV. AMERICA N. 39/334 Y VOZANDES, LA Y			14 TELÉFONO 2723029		15 NIVEL COMERCIAL 1		
16 DECLARANTE / AGENTE SERRANO RODRIGUEZ MIGUEL ANGEL			17 CÓDIGO 4222	18 SECTOR 11	19 CIU 0113		
D RÉGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO							
20 RÉGIMEN PRECEDENTE AÑO 000521	21 AÑO 2010	22 SERIES	23 ADUANA RÉGIMEN LATAKUNGA	24 FECHA ACEPT. 29/05/2010	25 FECHA VENCIM. 01/07/2010	26 DEPÓSITO	27 CÓDIGO
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN							
28 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO J.VAN DE PUT			29 DIRECCIÓN FOLKSTONEWEG 66 1118 LN SCHIPOL		30 BENEFICIARIO DEL GIRO LOS MISMOS		31 PAÍS PROCED. / DESTINO RUSIA
32 NATURALEZA TRANSACCIÓN	33 FORMA DE PAGO	34 EX.CIE	35 C.ORG.	36 OT.EX.	37 MT.VL.	38 ALMACÉN ALMACEN NO	39 CÓDIGO 8000
40 TIPO DE TRATAMIENTO PRODUCTOS PERESIBLES	41 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO	42 Cód. de PROD. ACOG. DESP. URGENTE	43 Cód. de ENDOSO				
F TRANSPORTE							
44 VÍA DE TRANSPORTE AEREA	45 CÓDIGO 4	46 FECHA EMBARQUE 05/06/2010	47 FECHA LLEGADA 05/06/2010	48 CARGA GENERAL	49 Cód. 1	50 BANDERA LUXEMBURGO	51 Cód. LU
52 Cód. MANIFIESTO 127	53 AÑO 2010	54 TIPO MANIF. 05	55 # MANIFIESTO 000231	56 AG. CARGA / TRANSP. MASTER	57 Cód. 1060	58 N.NAVE/AEREA/MAT VEH CV7815	59 #.CONOC./G.AEREA/C.PORTE MTR-043375
60 NOM NAVE/MATRIC. VEH. 127	61 ADUANA SALIDA	62 VÍA SALIDA 4	63 ADUANA DESTINO	64 TIPO DESTINO 2	65 PAÍS DESTINO RUSIA	66 T. TRAT. 1	
G DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE							
67 CONCEPTO	68 MONEDA	69 T.CAMB.USD	70 TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN	71 TOTAL EN DÓLARES USD	72 TOTAL EN MONEDA NACIONAL		
67 FOB	USD	1.0000000	6,817.25	6,817.25	6,817.25		
67 FLETE	USD	1.0000000					
67 SEGURO							
67 VALOR ADUANA				6,817.25	6,817.25		
68 TOTAL SERIES / PARTIDAS 1	69 PESO NETO (Kilos) 1,580.00	70 PESO BRUTO (Kilos) 1,584.00	71 TOTAL BULTOS 132.00	72 TOTAL CONTENEDORES 66	73 TOTAL U. FÍSICAS 17,625.00	74 TOTAL U. COM. 66.00	
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO							
75 CLASE	76 NÚMERO	77 TIPO	78 EMISIÓN		79 VIGENCIA		80 # SR.
			81 EMISOR	82 PAÍS	83 FECHA	84 DESDE	85 HASTA
75 70	69904	10	FLORELOY	EC	04/06/2009	/ /	/ /
75 71	69905	10	FLORELOY	EC	04/06/2009	/ /	/ /
75 72	69906	10	FLORELOY	EC	04/06/2009	/ /	/ /
75 73	69907	10	FLORELOY	EC	04/06/2009	/ /	/ /
75 74	69912	10	FLORELOY	EC	04/06/2009	/ /	/ /
75 75	69952	10	FLORELOY	EC	04/06/2009	/ /	/ /
75 76	69953	10	FLORELOY	EC	04/06/2009	/ /	/ /
75 77	70054	10	FLORELOY	EC	08/06/2009	/ /	/ /
75 78	70065	10	FLORELOY	EC	08/06/2009	/ /	/ /
75 79	70066	10	FLORELOY	EC	08/06/2009	/ /	/ /
I DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA							
86 Nº. SERIE	87 TIPO SUFJO	88 SUBPARTIDA NACIONAL	89 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA	90 \$ BULTOS	91 U. FÍSICAS	92 U. COM.	93 PESO (Kgs.)
86 1	0603	11.00.00-7	ROSAS	132.00	11	U	NETO 1,580.00 BRUTO 1,584.00
94 TPCI	95 TPNG	96 TPNE	97 PAÍS DE ORIGEN	98 CódIGO	99 FOB USD	100 FLETE USD	101 SEGURO USD
94 407			ECUADOR	EC	6,817.25		6,817.25
J OBSERVACIONES							
102 SECUENCIA	103 TIPO OBS.	104 CONTENIDO OBS.					
K FIRMAS Y SELLOS							
FIRMA CONTRIBUYENTE			 Miguel A. Serrano R. Agente Declarante 4 2 2 2		OBSERVACIONES		Cód. Y FIRMA AFORADOR

Orden de Embarque

CAE CORPORACIÓN REUNIONERA ECUATORIANA		REPÚBLICA DEL ECUADOR ORDEN DE EMBARQUE										15275270 A													
A ADUANA / BANCO											B REFRENDO														
01 Nº ORDEN	02 AÑO	03 ADUANA	04 CÓDIGO	05 RÉGIMEN	06 CÓDIGO	07 FECHA / HORA TX.	08 NÚMERO					127-2009-15-000521-5													
003103	2009	LATACUNGA	127	ORDEN DE	15	// // 13.52																			
05 # VTO. BND.	06 BANCO	CIUDAD	OFICINA	07 FECHA EMISIÓN	08 TIPO DESPACHO	09 FECHA RECEP						29/05/2009													
				// //	0 NORMAL	10 HORA						13:52													
C CONTRIBUYENTE / AGENTE											11 TIPO y Nº. DOC. ID.			12 CIUDAD											
10 IMPORTADOR / EXPORTADOR FLORELOY S.A.											1 1791398424001			QUITO											
13 DIRECCIÓN PANAMERICANA SECTOR GUANCHALA/CAYAMBE											14 TELÉFONO			15 NIVEL COMERCIAL											
16 DECLARANTE / AGENTE SERRANO RODRIGUEZ MIGUEL ANGEL											4222			17 SECTOR			18 CIU								
											11			0113											
D RÉGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO											19 T. DECLARADO USD (IMP=CIF; EXP=FOB)			84,729.60											
20 RÉGIMEN PRECEDENTE	21 AÑO	22 SERIES	23 ADUANA RÉGIMEN	24 FECHA ACEPT.	25 FECHA VENCIM.	26 DEPÓSITO	27 CÓDIGO	28 Nº DESP PAR																	
				// //	// //																				
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN											29 BENEFICIARIO DEL GIRO			30 PAÍS PROCED. / DESTINO											
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO J VAN DE PUT											FOLKSTONEWEG 66 1118 LN SCHIPOL			LOS MISMOS											
31 NATURALEZA TRANSACCIÓN											32 FORMA DE PAGO			33 EX.CIE			34 C.ORG.								
											24														
38 TIPO DE TRATAMIENTO PRODUCTOS PERESIBLES											39 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO			40 Cód. DE PROD. ACOG. DESP. URGENTE			41 CÓDIGO DE ENDOSO								
														40											
F TRANSPORTE											42 VÍA DE TRANSPORTE			43 FECHA EMBARQUE			44 FECHA LLEGADA								
AEREA											4			// //			45 CARGA								
														GENERAL			1								
48 Cód. MANIFIESTO											AÑO			TIPO MANIF			# MANIFIESTO			49 AG. CARGA / TRANSP					
127											2009			05						50 N.NAVE/L.AÉREA/MAT VEH					
52 NOM NAVE/MATRIC. VEH.											53 ADUANA SALIDA			54 VÍA SALIDA			55 ADUANA DESTINO			56 TIPO DESTINO					
											127			4						2					
57 PAÍS DESTINO											58 T. TRAT.			RUSIA					1						
G DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE											59 CONCEPTO			60 MONEDA			61 T. CAMB. USD			62 TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN					
											FOB			USD			1.0000000			84,729.60					
											FLETE			USD			1.0000000								
											SEGURO														
											VALOR ADUANA									84,729.60					
63 TOTAL SERIES / PARTIDAS											64 PESO NETO (Kilos)			65 PESO BRUTO (Kilos)			66 TOTAL BULTOS			67 TOTAL CONTENEDORE			68 TOTAL U. FÍSICAS		
1											9,607.50			10,888.50			40.00			640.00					
69 TOTAL U. COM.											640.00			640.00			640.00			640.00					
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO											70 CLASE			71 NÚMERO			72 TIPO			73 EMISIÓN			74 VIGENCIA		
											003103			26			CAE			EC					
																	01/06/2009			30/06/2009					
																				0603.11.00.00					
																				USD					
I DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA											80 Nº. SERIE			81 TIPO			82 SUBPARTIDA NACIONAL			83 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA			84 \$		
											1			0603.11.00.00-7			ROSAS			9,607.50					
																				10,888.50					
																				FLORELOY S.A					
																				CIF USD					
																				84,729.60					
J OBSERVACIONES											81 SECUENCIA			82 TIPO OBS.			83 CONTENIDO OBS.								
K FIRMAS Y SELLOS											FIRMA CONTRIBUYENTE			FIRMA DECLARANTE			OBSERVACIONES			CÓD. Y FIRMA AFORADOR					
														Miguel Rodríguez Serrano R. Aduana Nacional de Aduanas											

Gastos

GASTOS DE MERIZALDE & RAMIREZ CARNATIONS SA.

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	12,875.84
--	------------------

GASTOS ADMINISTRATIVOS PERSONAL	5,174.10
--	-----------------

Sueldos	3,189.63
Bonificación	197.14
Dec Tercer sueldo	224.47
Dec cuarto sueldo	16.01
Vacaciones	175.66
Fondo de Reserva	224.47
Aport. Patr. Secap. Iece	327.29
Honorarios	40.00
Capacitación y entrenamiento	11.43
Componentes salariales	768.00
	5,174.10

GASTOS DE ADM Y SUMIN.	5,330.05
-------------------------------	-----------------

Agua, luz, teléfono	1,150.84
Movilización y viáticos	385.61
Combustibles y lubricante	385.00
Útiles de oficina y suministros	15.80
Atenciones sociales	50.43
Útiles de limpieza	16.23
Gastos de mantenimiento	168.44
Premios y erogaciones	90.00
Fotocopias	7.84
Refrigerios	16.20
Gasto mant. Locales	21.43
Impuestos y servicios	80.00
Fletes y transporte	1,006.23
Gasto agasajo navideño	250.00
Gastos varios	75.00
Gasto mant. Instal. Eq. Comp	180.57

Gastos alimentacion plantac.	1,243.55
Gastos multas impuestos	18.17
Gastos paseos empleados	107.71
Gastos condolencias	26.00
Gastos botiquin plantacion	35.00
	5,330.05

GASTOS DE VENTAS DE PERSONAL 592.16

Sueldos	333.12
Bonificaciones	8.57
Dec. Tercer sueldo	27.77
Dec. Cuato sueldo	2.30
Vacaciones	42.46
Fondo de reserva	27.77
Aport. Patron. Secap. Iece.	40.46
Componentes salariales	109.71

GASTOS: VTAS SERV. Y SUMINIS 1779.53

Formularios e impresos	15.86
Embalaje	50.00
Trámites Importac y Expot	1,557.67
Fletes y transporte	156.00

GASTOS FINANCIEROS 1,499.44

Intereses bancarios	1,049.47
Servicios bancarios	354.26
Otros gastos financieros	95.71

Depreciaciones

DEPRECIACIONES

HERRAMIENTA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPR. ANUAL	DEPR. POR CICLO
Invernadero	10000	3.15	31,500.00	10	3,150.00	6,300.00
Sistema de aspersión			2,625.00	10	262.50	525.00
Marcadores de Varilla	2	6.00	12.00	10	1.20	2.40
Material de riego			6,096.00	4	1,524.00	3,048.00
Motor 330 de fumigación 2 tiempos	1	560.00	560.00	6	93.33	186.67
Bomba de fumigación	1	560.00	560.00	6	93.33	186.67
Manguera de fumigación de 8,5	100	1.85	185.00	3	61.67	123.33
Lanza de fumigación	1	100.00	100.00	4	25.00	50.00
Pambil	2880	0.40	1,152.00	6	192.00	384.00
Escalerilla de varilla	50	20.00	1,000.00	4	250.00	500.00
Alambre galvanizado	130	13.85	1,800.50	10	180.05	360.10
TOTAL			45,590.50		5,833.08	11,666.17

Determinación de Costos Fijos y Variables

MERIZALDE & RAMIREZ CARNATIONS DETERMINACION DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
ETAPA 1: PRE - SIEMBRA			
ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE
1.1 Preparar el suelo			
<i>Tractor :</i>			
<i>Subsolada</i>	<i>Mano de obra</i>		50.00
<i>Arada</i>	<i>Mano de obra</i>		25.00
<i>Rastrada</i>	<i>Mano de obra</i>		25.00
<i>Enmiendas:</i>			
<i>Cascarilla</i>	<i>Costo indirecto</i>		35.70
<i>Bioway</i>	<i>Material directo</i>		23.85
<i>Abonanza</i>	<i>Material directo</i>		68.25
<i>Sulfato de Calcio</i>	<i>Material directo</i>		73.62
<i>Sulfato de Magnesio Agrícola</i>	<i>Material directo</i>		100.00

CONTINUACION ...

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.**DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES****ETAPA 1 PRE SIEMBRA**

ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE
1.1. Preparar el suelo			
Tractor:			
Subsolada	Mano de obra		50,00
Arada	Mano de obra		25,00
Rastrada	Mano de obra		25,00
Enmiendas:			
Cascarilla	Costo indirecto		35,70
Bioway	Material directo		23,86
Abonanza	Material directo		68,25
Sulfato de calcio	Material directo		73,62
Sulfato de magnesio agrícola	Material directo		100,00
Abono orgánico	Costo indirecto		800,00
Mano de obra	Mano de obra		48,00

Construcción de invernaderos	Costo indirecto	6300,00	
1.2. Elaborar camas			
Asadon	Costo indirecto		70,00
Rastrillo	Costo indirecto		40,00
Pala	Costo indirecto		64,00
Pilona nylon	Costo indirecto		1,00
Mano de obra	Mano de obra		96,00
MERIZALDE & RAMIREZ S.A.			
DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES			

ETAPA 1 PRE SIEMBRA

ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE
1.3. Sistema de asperción		525,00	
1.4. desinfección de camas			
Vitavax	Material indirecto		82,50
Terraclor	Material indirecto		32,50

Foresyte	Material indirecto		487,50
Ácido cítrico	Material directo		0,44
Fijador	Material directo		0,60
Mano de obra	Mano de obra		12,00
1.5. Marcar camas			
Marcadores de varilla	Costo indirecto	2,40	
Mano de obra	Mano de obra		6,00
TOTAL		6827,40	2141,97

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.			
DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
ETAPA 2 PROCESO DE CULTIVO			
ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE
2.1. Proceso Vegativo			
2.1.1. Desinfección de plantas y siembra			
Ácido cítrico	Material directo		0,02
captan	Material directo		0,55
	Material directo		0,90
babistin	Material directo		2,64
Ecuafix	Material directo		0,03
Raizal	Material directo		0,56
Ergostin	Material directo		3,00
Semillas	Material directo		16000,00
Mano de obra	Mano de obra		198,00
2.1.2. Pinch			
Mano de obra	Mano de obra		24,00

2.1.3. Fertilización sólida			
Sulfato de calcio	Material directo		2800,00
Sulfato de magnesio agrícola	Material directo		4312,50
Roca Fosfórica	Material directo		2500,00
Triplequince	Material directo		4250,00
Mano de obra	Mano de obra		15,00
2.1.4. Sistema de riego (Goteo)			
Materiales de riego	Costo Indirecto	3048,00	
MERIZALDE & RAMIREZ S.A.			
DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
ETAPA 2 PROCESO DE CULTIVO			
ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE
2.1.5 Fertilización y Fumigación			
FERTILIZACIÓN			
Nitrato de calcio	Material directo		19,61
Nitrato de potasio	Material directo		77,50
Nitrato de amonio	Material directo		25,74
Sulfato de magnesio tecnico	Material directo		20,88
Ácido fosfórico	Material directo		69,30
Porax	Material directo		1,86

Sulfato de manganeso	Material directo		349,80
Molidato de amonio	Material directo		510,00
FUMIGACIÓN			
Motor 330 de fumigación 2 tiempos	Costo Indirecto	186,67	
Bomba de fumigación	Costo Indirecto	186,67	
Manguera de fumigación de 8,5	Costo Indirecto	123,34	
Lanza de fumigación	Costo Indirecto	50,00	
Trajes de fumigación	Costo Indirecto	66,54	
Mascarillas de fumigación	Costo Indirecto	40,32	
Mano de obra	Mano de obra		1440,00
2.1.6. Tutorio			
Pambil	Costo Indirecto	384,00	
Escalerilla de varilla	Costo Indirecto	500,00	
Alambre galvanizado	Costo Indirecto	45,02	
Piola algodón	Costo Indirecto	11,00	
Mano de obra	Mano de obra		240,00
MERIZALDE & RAMIREZ S.A.			
DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
ETAPA 2 PROCESO DE CULTIVO			
ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE

2.1.7. Desbotone			
Mano de obra	Mano de obra		48,00
2.2. Proceso productivo			
2.2.1. Pico 1			
2.2.1.1. Corte			
Tijeras	Costo Indirecto	7,00	
Mallas	Costo Indirecto	50,00	
Cartónplas	Costo Indirecto	90,00	
2.2.1.2. Transporte del clavel			
Mano de obra	Mano de obra		3570,00
2.2.2. encajone y giada de plantas			
Piola nylon	Costo Indirecto		0,88
Mano de obra	Mano de obra		72,00
2.2.3. desbotone			
Mano de obra	Mano de obra		72,00
2.2.4. Pico 2 o repique			
Tijeras	Costo Indirecto	7,00	

Mallas	Costo Indirecto	50,00	
Cartónplás	Costo Indirecto	90,00	
2.2.4.1. Transporte del clavel			
Mano de obra	Mano de obra		1575,00

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.

DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

ETAPA 2 PROCESO DE CULTIVO

ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE
2.2.5. Encajone			
Piola Nylon	Costo indirecto		0,88
Mano de obra	Mano de obra		72,00
2.2.6. Desbotone			
Mano de obra	Mano de obra		72,00
2.2.7. Producción media			
Tijeras	Costo Indirecto	7,00	
Mallas	Costo Indirecto	50,00	
Cartonplás	Costo Indirecto	90,00	

2.2.7.1 Transporte de clavel			
Mano de obra	Mano de obra		1050,00
2.2.8. Encajone			
Piola Nylon	Costo indirecto		0,88
Mano de obra	Mano de obra		72,00
2.2.9. Desbotone			
Mano de obra	Mano de obra		72,00
2.2.10. Cola			
Tijeras	Costo Indirecto	7,00	
Mallas	Costo Indirecto	50,00	
Cartonplas	Costo Indirecto	90,00	

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.

DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

ETAPA 2 PROCESO DE CULTIVO

ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE
2.2.10.1. Transporte de clavel			
Mano de obra	Mano de obra		600,00
2.2.11. encajone			
Piola Nylon	Costo indirecto		0,88
Mano de obra	Mano de obra		72,00
2.2.12. Desbotone			
Mano de obra	Mano de obra		72,00
TOTAL		5229,56	40284,41

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.**DETERMINACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES****ETAPA 3 POST - COSECHA**

ACTIVIDAD	RECURSO	VALOR FIJO	VALOR VARIABLE
3.1 Clasificar el Clavel			
Mandiles	Costo indirecto	58,24	
Guantes	Costo indirecto	15,6	
Botas	Costo indirecto	97,12	
Mano de Obra	Mano de Obra		5400,00
3.2 Embonchar			
Capuchones	Costo indirecto		100,70
Ligas N.-16	Costo indirecto		142,60
Guillotinas	Costo indirecto		500,00
Mano de Obra	Mano de Obra		3600,00
3.3 Hidratar el Clavel			
Acido citrico	Material directo		12,00
Florisima	Material directo		12,38
Mano de Obra	Mano de Obra		360,00
3.4 Empacar			
Tapas	Costos indirectos		3782,00
Fondos	Costos indirectos		3658,00

Grapas Alex c-58	Costos indirectos		155,00
Zuncho	Costos indirectos		1092,00
Cinta de embalaje	Costos indirectos		142,50
Evillas	Costos indirectos		6,30
Mano de Obra	Mano de Obra		360,00
3.5 despachar el clavel a cuarto frio			
Mano de Obra	Mano de Obra		360,00
TOTAL		170,96	19683,48

MANO DE OBRA POR HORAS

MERIZALDE & RAMIREZ S.A.						
CALCULO DE MANO DE OBRA POR HECTAREA						
ETAPA 1: PRE-SIEMBRA						
ACTIVIDAD	hh	DIAS	HORAS	PERSONAS	VALOR HORA	TOTAL
1.1 Preparar el suelo						148,00
Subsolada	2		1	2	25	50,00
Arada	1		1	1	25	25,00
Rastrada	1		1	1	25	25,00

Mano de obra	64	2	8	4	0,75	48,00
1.2 Elaborar camas						96,00
Mano de obra	128	2	8	8	0,75	96,00
1.3 Desinfeccion de camas						12,00
Mano de obra	16	2	8	1	0,75	12,00
1.4 Marcar camas						6,00
Mano de obra	8	1	4	2	0,75	6,00
TOTAL						262,00

ETAPA 2: PROCESO DE CULTIVO

2.1 PROCESO VEGETATIVO

ACTIVIDAD	hh	DIAS	HORAS	PERSONAS	VALOR HORA	TOTAL
2.1.1 Desinfección de plantas y siembras						198,00
Desinfectar	8	1	8	1	0,75	6,00
Sembrar	256	2	8	16	0,75	192,00
2.1.2 Pinch						24,00
Mano de obra	32	1	4	8	0,75	24,00
2.1.3 Fertilización solida						15,00
Mano de obra	20	5	2	2	0,75	15,00
2.1.4 Fertilización y fumigación						1440,00
Mano de obra	1920	480	2	2	0,75	1440,00
2.1.5 Tutoreo						240,00

Mano de obra	320	5	8	8	0,75	240,00
2.1.6 Desbotone						48,00
Mano de obra	64	1	4	16	0,75	48,00
TOTAL						1965,00

2.2 PROCESO PRODUCTIVO

ACTIVIDAD	hh	DIAS	HORAS	PERSONAS	VALOR HORA	TOTAL
2.2.1 Pico 1						3570,00
2.2.1.1 Corte						
Mano de obra	4480	35	8	16	0,75	3360,00
2.2.1.2 Transportar el clavel						
Mano de obra	280	35	8	1	0,75	210,00
POST_COSECHA						
2.2.2 Encajone y guiada de plantas						72,00
Mano de obra	96	3	8	4	0,75	72,00
2.2.3 Desbotone						72,00
Mano de obra	96	3	8	4	0,75	72,00
2.2.4 Pico 2 o repique						1575,00
Mano de obra	1800	50	6	6	0,75	1350,00
2.2.4.1 Transportar el clavel						

Mano de obra	300	50	6	1	0,75	225,00
2.2.5 Encajone						72,00
Mano de obra	96	3	8	4	0,75	72,00
2.2.6 Desbotone						72,00
Mano de obra	96	3	8	4	0,75	72,00
2.2.7 Producción media						1050,00
Mano de obra	1120	70	4	4	0,75	840,00
Mano de obra	280	70	4	1	0,75	210,00
2.2.8 Encajone						72,00
Mano de obra	96	3	8	4	0,75	72,00
2.2.9 Desbotone						72,00
Mano de obra	96	3	8	4	0,75	72,00
2.2.10 Cola						600,00
Mano de obra	640	80	2	1	0,75	480,00
2.2.10.1 Trasportar el clavel						72,00
Mano de obra	160	80	2	1	0,75	72,00
2.2.11 Encajone						72,00
Mano de obra	96	3	8	4	0,75	72,00
2.2.12 Desbotone						72,00
Mano de obra	96	3	8	4	0,75	72,00
TOTAL						7371,00

ETAPA 3: POST_COSECHA

ACTIVIDAD	hh	DIAS	HORAS	PERSONAS	VALOR HORA	TOTAL
3.1 Clasificar el Clavel						5400,00
Mano de obra	7200	480	3	5	0,75	5400,00
3.2 Embonchar						3600,00
Mano de obra	4800	480	2	5	0,75	3600,00
3.3 Hidratar el clavel						360,00
Mano de obra	480	480	1	1	0,75	360,00
3.4 Empacar						360,00
Mano de obra	480	480	1	1	0,75	360,00
3.5 Despachar el clavel a cuarto frio						360,00
Mano de obra	480	480	1	1	0,75	360,00
TOTAL						10080,00

EQUIPO DE OFICINA

Cantidad	DESCRIPCIÓN	V. Unitario	V. Total
2	telefax	299,00	598,00
1	copiadora	1250,00	1250,00
12	Teléfonos	17,00	204,00
	TOTAL		2052,00

MATERIALES DE OFICINA

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
100	Carpetas de cartón	17,00	1700,00
50	Carpetas colgantes	38,00	1900,00
10	Resmas de hojas de papel boom A4	3,70	37,00
3	Cajas de esferos (24 unidades)	5,40	16,20
2	Cajas de Lápices (24 unidades)	1,62	3,24
2	Cajas de borradores	3,24	6,48
12	estiletes	0,40	4,80
22	basureros	3,85	84,70
	TOTAL		3752,42

VEHÍCULOS

Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
2	Montacargas	10800,00	21600,00
1	camión con cava térmico	16000,00	16000,00
1	camioneta	11500,00	11500,00
	total		49100,00

MAQUINARIA			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Sistema de aspersión	2625,00	2625,00
	Materiales de riego		6096,00
1	Motor 330 de fumigación 2 tiempos	560,00	560,00
1	Bomba de fumigación	560,00	560,00
100	Manguera de fumigación de 8.5	1,85	185,00
1	Lanza de fumigación	100,00	100,00
3	Cinta transportadora	4500,00	13500,00
1	Cuarto Frio	14369,00	14369,00
	Total		37995,00

ESTUDIO DEL PROYECTO			
Cantidad	Estudio del proyecto	V. Unitario	V. Total
50	Internet	0,80	40,00
200	Impresiones	0,05	10,00
3	Anillado	0,50	1,50
20	copias	0,02	0,40
	Teléfono		15,00
2	Investigadoras	700,00	1400,00
2	Esferos	0,30	0,60
20	Hojas de papel bon	0,01	0,20
1	Planos del proyecto	200,00	200,00
	Transporte		70,00
	otros gastos		20,00
	total		1757,70

POBLACIÓN DE HAMBURGO – ALEMANIA

4. Bevölkerung am 31.12.2010 nach Alters- und Geburtsjahren

– Personen insgesamt –

Land Hamburg

Alter von ... bis unter ... Jahren	Geburtsjahr	Bevölkerung			Alter von ... bis unter ... Jahren	Geburtsjahr	Bevölkerung		
		Insgesamt	männlich	weiblich			Insgesamt	männlich	weiblich
Unter 1	2010	17 086	8 769	8 317	45 - 46	1955	31 267	16 437	14 830
1 - 2	2009	16 274	8 420	7 854	46 - 47	1954	31 717	16 577	15 140
2 - 3	2008	16 206	8 285	7 921	47 - 48	1953	30 244	15 839	14 405
3 - 4	2007	16 168	8 342	7 826	48 - 49	1952	27 998	14 351	13 647
4 - 5	2006	15 349	7 942	7 407	49 - 50	1951	26 452	13 364	13 088
Zusammen		81 083	41 758	39 325	Zusammen		147 678	76 968	71 110
5 - 6	2005	15 335	7 808	7 527	50 - 51	1950	26 409	13 690	12 719
6 - 7	2004	14 990	7 669	7 321	51 - 52	1959	24 562	12 453	12 109
7 - 8	2003	14 639	7 488	7 151	52 - 53	1958	23 475	11 810	11 665
8 - 9	2002	14 508	7 419	7 089	53 - 54	1957	22 415	11 163	11 252
9 - 10	2001	14 407	7 321	7 086	54 - 55	1956	21 279	10 570	10 709
Zusammen		73 879	37 705	36 174	Zusammen		118 140	59 696	58 454
10 - 11	2000	14 550	7 535	7 015	55 - 56	1955	20 526	10 193	10 343
11 - 12	1999	14 585	7 550	7 035	56 - 57	1954	19 682	9 665	10 017
12 - 13	1998	14 814	7 528	7 286	57 - 58	1953	18 810	9 148	9 662
13 - 14	1997	15 140	7 735	7 405	58 - 59	1952	19 083	9 247	9 836
14 - 15	1996	15 073	7 748	7 325	59 - 60	1951	18 805	8 984	9 821
Zusammen		74 162	38 096	36 066	Zusammen		96 906	47 227	49 679
15 - 16	1995	14 291	7 413	6 878	60 - 61	1950	19 628	9 293	10 335
16 - 17	1994	15 025	7 793	7 232	61 - 62	1949	19 367	9 321	10 046
17 - 18	1993	15 385	7 808	7 577	62 - 63	1948	18 997	9 173	9 824
18 - 19	1992	16 126	8 121	8 005	63 - 64	1947	18 088	8 832	9 256
19 - 20	1991	17 407	8 646	8 761	64 - 65	1946	16 816	8 199	8 617
Zusammen		78 234	39 781	38 453	Zusammen		92 896	44 818	48 078
20 - 21	1990	20 022	9 868	10 154	65 - 66	1945	15 099	7 240	7 859
21 - 22	1989	21 221	10 251	10 970	66 - 67	1944	18 785	8 966	9 819
22 - 23	1988	23 637	11 372	12 265	67 - 68	1943	18 806	9 035	9 771
23 - 24	1987	24 145	11 622	12 523	68 - 69	1942	18 452	8 834	9 618
24 - 25	1986	25 021	12 118	12 903	69 - 70	1941	20 891	10 022	10 869
Zusammen		114 046	55 231	58 815	Zusammen		92 033	44 097	47 936
25 - 26	1985	25 833	12 227	13 606	70 - 71	1940	21 234	9 897	11 337
26 - 27	1984	26 694	12 923	13 771	71 - 72	1939	20 075	9 150	10 925
27 - 28	1983	28 089	13 502	14 587	72 - 73	1938	19 028	8 671	10 357
28 - 29	1982	29 507	14 316	15 191	73 - 74	1937	17 680	8 134	9 546
29 - 30	1981	30 452	14 592	15 860	74 - 75	1936	16 907	7 484	9 423
Zusammen		140 575	67 560	73 015	Zusammen		94 924	43 336	51 588
30 - 31	1980	30 758	15 095	15 663	75 - 76	1935	16 154	6 982	9 172
31 - 32	1979	29 100	14 504	14 596	76 - 77	1934	13 816	5 730	8 086
32 - 33	1978	28 464	14 481	13 983	77 - 78	1933	10 504	4 345	6 159
33 - 34	1977	27 974	14 344	13 630	78 - 79	1932	9 859	4 040	5 859
34 - 35	1976	28 025	14 441	13 584	79 - 80	1931	9 971	3 928	6 043
Zusammen		144 321	72 865	71 456	Zusammen		60 344	25 025	35 319
35 - 36	1975	26 900	14 083	12 817	80 - 81	1930	10 241	3 962	6 279
36 - 37	1974	26 182	13 761	12 421	81 - 82	1929	9 574	3 568	6 006
37 - 38	1973	25 260	12 903	12 357	82 - 83	1928	9 298	3 372	5 926
38 - 39	1972	26 755	13 953	12 802	83 - 84	1927	8 250	2 846	5 404
39 - 40	1971	28 178	14 767	13 411	84 - 85	1926	7 711	2 528	5 183
Zusammen		133 275	69 467	63 808	Zusammen		45 074	16 276	28 798
40 - 41	1970	28 665	15 141	13 524	85 - 86	1925	7 212	2 203	5 009
41 - 42	1969	30 057	15 907	14 150	86 - 87	1924	6 297	1 762	4 535
42 - 43	1968	32 044	17 093	14 951	87 - 88	1923	5 422	1 503	3 919
43 - 44	1967	32 093	16 871	15 222	88 - 89	1922	5 070	1 464	3 606
44 - 45	1966	32 277	16 956	15 321	89 - 90	1921	4 721	1 197	3 524
Zusammen		155 136	81 968	73 168	Zusammen		28 722	8 129	20 593
					90 und älter	1920	15 020	4 119	10 901
					u. früher				
					Insgesamt		1 788 448	873 712	914 736

Flors Silvia Ornaments Florals

