



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO  
EXTERIOR**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TESIS DE GRADO**

**Previo a la obtención del título de  
INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MORA  
DE LA EMPRESA PLANHOFA C.A. DE AMBATO – ECUADOR,  
HACIA LA CIUDAD DE VALPARAÍSO – CHILE, PARA EL  
PERIODO 2014”**

**Autora:**

**VIVIANA JAQUELINE CAIZA CUZCO**

**RIOBAMBA - ECUADOR**

**2014**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MORA DE LA EMPRESA PLANHOFA C.A. DE AMBATO – ECUADOR HACIA LA CIUDAD DE VALPARAÍSO – CHILE PARA EL PERIODO 2014”. previo a la obtención del título de ingeniera en comercio exterior, ha sido desarrollado por la Srta. VIVIANA JAQUELINE CAIZA CUZCO, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

**ING. GABRIEL PILAGUANO**  
**DIRECTOR DE TESIS**

**ING. BOLÍVAR RICAURTE**  
**MIEMBRO DE TESIS**

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Yo, VIVIANA JAQUELINE CAIZA CUZCO, estudiante de la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

-----  
**VIVIANA JAQUELINE CAIZA CUZCO**

## **AGRADECIMIENTO**

“A Dios por haberme creado con un propósito, a mis padres y hermanos por su constante apoyo y por ser fuente de inspiración para llegar al cumplimiento de una de mis metas”.

“A todo el personal de Planhofa C.A. quienes colaboraron para la elaboración de este proyecto, gracias por su acogida, cariño y ayuda”.

“A mi director de Tesis por su ayuda y colaboración”.

**Viviana Jaqueline Caiza Cuzco**

## **DEDICATORIA**

“A mis padres por su apoyo, ejemplo y amor incondicional. A mis hermanos, amigos y familiares por su constante apoyo moral durante mi carrera estudiantil, se los dedico con mucho aprecio”.

**Viviana Jaqueline Caiza Cuzco**

## ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice general.....	vi
Índice de figuras.....	x
Índice de gráficos .....	x
Índice de tablas .....	xi
Índice de anexos.....	xii
Introducción .....	xiii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
1. El problema .....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema .....	1
1.3. Delimitación del problema.....	1
1.4. Justificación .....	2
1.5. Objetivos .....	3
1.5.1. Objetivo general.....	3
1.5.2. Objetivos específicos .....	3
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>4</b>
2. Marco teórico .....	4
2.1 Antecedentes investigativos.....	4
2.2. Fundamentación teórica .....	4
2.2.1. Exportaciones.....	4
2.2.2. Consideraciones sobre las exportaciones .....	5
2.2.3. Balanza comercial.....	6
2.2.4. Logística.....	6
2.2.5. International commercial terms (INCOTERMS) .....	7
2.3. Marco conceptual.....	12
2.4. Idea a defender .....	13
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>14</b>

3.	Marco metodológico .....	14
3.1	Modalidad de la investigación .....	14
3.2	Tipos de investigación .....	14
3.3	Métodos, técnicas e instrumentos .....	14
3.3.2.	Técnicas de investigación .....	15
3.3.3.	Instrumentos de recopilación de datos:.....	15
3.4.	Diagnostico situacional.....	16
3.4.1.	Grupos de interés .....	16
3.4.2.	Análisis externo: macroentorno .....	18
3.4.2.1.	Factores económicos.....	18
3.4.2.2.	Factores externos sociales.....	21
3.4.2.3.	Factores externos tecnológicos .....	22
3.4.2.4.	Factores externos medioambientales .....	23
3.4.3.	Análisis externo: microentorno.....	23
3.4.3.1.	Amenaza de los competidores potenciales en el mercado objetivo de la empresa. .....	24
3.4.3.2.	Amenaza de entrada de productos sustitutos en el mercado objetivo de la empresa. ....	25
3.4.3.3.	Poder de negociación de los clientes .....	25
3.4.3.4.	Poder de negociación de los proveedores .....	25
3.4.4.	Análisis interno .....	26
3.4.5.	Análisis FODA de Planhofa C.A. ....	27
3.5.	Estudio de mercado.....	29
3.5.1.	El Mercado: Chile.....	29
3.5.1.1.	Geografía .....	29
3.5.1.2.	Clima.....	30
3.5.1.3.	Superficie agrícola .....	30
3.5.1.4.	Demografía y sociedad .....	31
3.5.1.5.	Población activa.....	33
3.5.1.6.	Organización político administrativa de Chile .....	33
3.5.1.7.	Relaciones internacionales/regionales (organismos adscritos, acuerdos comerciales suscritos).....	34
3.5.2.	Valparaíso .....	36
3.5.2.1.	Demografía .....	37

3.5.2.2. Producción .....	38
3.5.2.3. Pobreza.....	38
3.5.3. Análisis de la demanda .....	38
3.5.3.1. Demanda de mermelada de mora en Valparaíso .....	40
3.5.3.2. Oferta .....	41
3.5.4. Análisis de la comercialización .....	42
3.5.4.1. Empresas que requieren mermelada de mora en Chile.....	42
3.5.5. Elección de la empresa contraparte.....	43
3.6. Estudio técnico.....	44
3.6.1. Antecedentes históricos de Planhofa C.A.....	44
3.6.2. Base legal .....	46
3.6.3. Accionistas de la empresa Planhofa C.A. ....	47
3.6.4. Misión de Planhofa C.A.....	47
3.6.5. Visión de Planhofa C.A. ....	48
3.6.6. Principios y valores de Planhofa C.A. ....	48
3.6.6.1. Principios .....	48
3.6.7. Estructura organizacional de Planhofa C.A.....	49
3.6.8. Descripción de la planta.....	49
3.6.9. Tipos de productos.....	50
3.6.10. Ingeniería .....	50
3.6.11. Capacidad de producción (mermeladas):.....	53
3.6.12. Maquinarias y equipos .....	53
3.6.13. Materia prima requerida.....	54
3.6.14. Calendario de producción .....	54
CAPÍTULO IV .....	55
4. Propuesta: Proyecto de exportación de mermelada de mora de la Empresa Planhofa C.A. de Ambato – Ecuador hacia la Ciudad de Valparaíso – Chile para el periodo 2014 .	55
4.1. Introducción .....	55
4.2. Esquema básico de exportación propuesto .....	55
4.3. Requisitos y documentos para exportar .....	56
4.3.1. Registro único de contribuyentes (RUC).....	56
4.3.2. Certificado digital .....	56
4.3.2.1. Certificado digital – Banco Central del Ecuador.....	56



4.3.2.2. Certificado digital – Security Data .....	61
4.3.3. Registro en Ecuapass .....	62
4.3.4. Proceso de exportación .....	67
4.3.5. Documentos para exportar .....	69
4.4. Regímenes aduaneros.....	77
4.5. Elección de la forma de pago .....	78
4.6. Elección del puerto.....	79
4.7. Incoterms.....	80
4.8. Aranceles.....	80
4.9. Requisitos logísticos. ....	81
4.10. Estudio financiero .....	82
4.10.1. Inversiones para la línea de exportación de mora .....	82
4.10.2. Costos .....	83
4.10.2.1. Costo de producción .....	85
4.10.2.2. Costo promedio y determinación del precio de venta.....	85
4.10.3. Calculo de los ingresos. ....	86
4.10.4. Estado de resultados.....	88
4.10.5. Flujo de caja.....	89
4.11. Evaluación del estudio financiero .....	90
4.11.1. Valor actual neto .....	90
4.11.2. Tasa interna de retorno .....	90
4.11.3. Relación beneficio-costo .....	92
4.11.4. Punto de equilibrio.....	93
4.11.5. Periodo de recuperación de la inversión.....	94
4.11.6. Resumen de indicadores .....	95
4.11.7. Análisis del tipo de cambio. ....	96
Conclusiones y recomendaciones .....	97
Conclusiones.....	97
Recomendaciones .....	98
Resumen.....	99
Summary.....	100
Bibliografía .....	101
Webgrafía.....	101
Anexos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

No. TÍTULO	Página
1. Incoterms .....	8
2. Fuerzas de Porter .....	24
3. Producto .....	42
4. Estructura organizacional de Planhofa C.A. ....	49
5. Flujograma de producción de mermelada de mora.....	52
6. Partida Arancelaria .....	55
7. Esquema básico de exportación propuesto .....	56
8. Autorización firmada por el representante legal.....	58
9. Registro de la empresa.....	59
10. Portal de Ecuapass .....	63
11. Solicitud de uso.....	64
12. Crear usuario y contraseña.....	65
13. Ingresar la identificación única de certificado digital.....	66
14. Ingresar la identificación única de certificado digital.....	66
15. Ingresar a Ventanilla única .....	67
16. Modelo de factura proforma .....	70
17. Modelo de factura comercial .....	72
18. Modelo de Carta de Porte .....	74
19. Lista de Empaque - Packing List .....	76
20. Puertos en Ecuador .....	79
21. Incoterms .....	80
22. Caja master .....	81

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

No. TÍTULO	Página
1. Inflación.....	18
2. Demografía .....	37
3. Pobreza.....	38
4. Evolución del consumo nacional aparente de Chile .....	39
5. Punto de equilibrio.....	93

## ÍNDICE DE TABLAS

No. TÍTULO	Página
1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	15
2. Grupos de interés .....	16
3. Tasas de interés activas efectivas vigentes .....	20
4. FODA.....	28
5. Población de Chile por ciudad principal.....	32
6. Población de Chile por ciudad principal.....	32
7. Población Activa.....	33
8. Acuerdos suscritos por Chile .....	35
9. Consumo nacional aparente de Chile(tm).....	39
10. Proyección del consumo nacional aparente de Chile.....	40
11. Demanda de mermelada de mora en Valparaíso (toneladas).....	40
12. Oferta de mermelada de mora de Ecuador.....	41
13. Empresa Rocofrut .....	42
14. Empresa Langer .....	43
15. Empresa Lecker Delikatessen Puerto Octay .....	43
16. Parámetros de negociación .....	44
17. Participación de accionistas de Planhofa C.A. ....	47
18. Tarifa – TOKEN .....	60
19. Tarifa – HSM.....	60
20. Tarifa – Archivo.....	61
21. Tarifa – ROAMING.....	61
22. Regímenes aduaneros .....	77
23. Matriz de Inversiones.....	82
24. Ingresos proyectados.....	87
25. Matriz de costos y gastos .....	84
26. Costo de producción .....	85
27. Estado de resultados.....	88
28. Flujo de caja.....	89
29. Valor actual neto .....	90
30. Valor actual neto (-).....	91
31. Ingresos actualizados .....	92

32. Período de recuperación de la inversión .....	94
33. Resumen de indicadores .....	95
34. Tipo de cambio .....	96

## ÍNDICE DE ANEXOS

No. TÍTULO	Página
1. Registros adicionales para exportaciones varias.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2. Depreciaciones y amortizaciones.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
3. Personal.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
4. Especificaciones técnicas del producto.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
5. Los 20 errores más comunes en los que se incurre en la actividad de las exportaciones según el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. BANCOMEXT .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## **INTRODUCCIÓN**

La actividad exportadora no es eventual o de corto plazo, ni responde a situaciones coyunturales, por el contrario es una actividad que exige una visión de mediano plazo y una planeación de los recursos financieros, humanos y técnicos.

En la actualidad es necesario ingresar a nuevos mercados, los cuales ofrezcan oportunidades de crecimiento, sostenibilidad y sustentabilidad de las actividades productoras y comercializadoras de las empresas, es así que se ha tomado la decisión de exportar la mermelada de mora a Valparaíso – Chile, considerando que es uno de los principales puertos y que facilitará el transporte del producto.

A través de la presente investigación se mostraran las generalidades del país al cual se quiere exportar en relación a su demografía, cultura y demás aspectos que se deberán considerar en el momento de las negociaciones, de igual manera será necesario conocer el mercado por lo que se determinará el consumo nacional aparente de la mermelada de mora, que será el resultado de la producción más las importaciones y menos las exportaciones de mermeladas en Chile, y se extrapolará a través de una regla de tres hacia Valparaíso.

Teniendo el consumo nacional aparente y considerando que no existe exportaciones de mermeladas desde Ecuador hacia Chile, se tendrá que el consumo nacional aparente se transforma en la demanda insatisfecha, además de recolectar información de empresas que puedan comercializar el producto.

Conociendo la demanda insatisfecha y teniendo una empresa que comercialice el producto en Valparaíso se podrá proceder con el plan de exportación en el cual se muestren los procesos y procedimientos a seguir para la realizar la exportación, considerando la existencia de los nuevos trámites existentes en el Ecuador a través de la ventanilla única llamado al sistema Ecuapass, el cual permite realizar los trámites a través de la internet.

Para finalizar es necesario indicar como afecta la exportación a la posición financiera de la empresa, en relación a sus ventas y utilidades.

# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA

### 1.1. Planteamiento del problema

El Ecuador a través del tiempo ha dependido de la exportación de una cantidad limitada de productos tradicionales, y se ha dedicado a solucionar problemas con base a los rendimientos generados por la exportación del petróleo dejando a un lado a un sector de gran importancia como es el agrícola.

En la provincia de Tungurahua las pequeñas empresas por falta de recursos y por temor a correr riesgos o pérdidas económicas prefieren mantenerse en el estado actual que explorar mercados extranjeros.

PLANHOFA es una empresa de economía mixta teniendo entre sus accionistas instituciones públicas que integran el directorio de la Planta. La empresa está dedicada al procesamiento y comercialización de frutas; produciendo todo lo que son pulpas mermeladas, jaleas, frutas en almíbar, frutas en mitades. Dentro de la clasificación Municipal la empresa está considerada como de bajo impacto, su principal problema para realizar la exportación son las demoras en la obtención de permisos y complejos trámites, además la falta de capacitación en la elección de un mercado para exportar.

Sin embargo la mermelada de la empresa ha llegado a posicionarse a nivel local en importantes supermercados del país, más no a nivel internacional debido a que no cuenta con un plan de exportación, que indique los requisitos y trámites de exportación, lo que genera limitaciones en sus ingresos tanto para productores como inversionistas.

### 1.2. Formulación del problema

¿Cuál es la factibilidad de exportación de mermelada de mora de la empresa Planhofa C.A. de Ambato – Ecuador hacia la ciudad de Valparaíso – Chile?

### 1.3. Delimitación del problema

La delimitación del problema se la ha realizado en tres aspectos:

**Campo de acción:** Proyecto de exportación de mermelada de mora de la empresa Planhofa C.A.

**Espacio:** De Ambato – Ecuador hacia la ciudad de Valparaíso – Chile

**Tiempo:** periodo 2014.

#### **1.4. Justificación**

El presente proyecto sobre la exportación de mermelada de mora es importante pues permitirá conocer su factibilidad, detallando las ventajas y desventajas que tendría la implementación del mismo y para lograrlo se realizará un análisis global tanto de factores externos como internos de la empresa, lo que le servirá además para mejorar su gestión.

La investigación tiene relevancia, pues considerando que existe una tendencia hacia el consumo de productos saludables como frutas, concentrados y productos orgánicos, es decir que no se utilizan fertilizantes o químicos, existe un mercado amplio que puede ser explotado por la empresa, lo que le permitirá expandir sus ventas y alcanzar nuevos mercados, además de la posibilidad de obtener precios más rentables debido a la mayor demanda del producto y a ventajas competitiva que posee el Ecuador, todos estos aspectos se verán reflejados en mayores beneficios para los inversionistas de la empresa Planhofa C.A.

El tema tiene muchos beneficios para la empresa considerando que además de la factibilidad que presenta, el estado ecuatoriano mediante instituciones como PROECUADOR (Instituto de promoción de exportaciones e inversiones), el Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e integración, entre otras, ayudan a las empresas a ubicar sus productos en mercados extranjeros. A través de sus sitios web, ferias nacionales o en las oficinas de dichas instituciones, lo que facilita y beneficia la realización de los procesos de exportación.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Elaborar un proyecto de exportación de mermelada de mora de la Empresa PLANHOFA C.A. de Ambato – Ecuador hacia la ciudad de Valparaíso de Chile.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la empresa PLANHOFA C.A.
- Efectuar un estudio de mercado que identifique el producto, el mercado y las empresas que requieren el producto en Chile.
- Proponer un plan de exportación que identifique los trámites, requisitos y documentos para exportar la mermelada de mora.



## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes investigativos

Se investigó la existencia de investigaciones relacionadas al tema, encontrando la tesis: “Elaborar un plan de exportación de pulpa de mora para la empresa mermeladas Mel LTDA. a Santiago de Chile”, presentada por Natalia Andrea Orozco Alarcón y Carmen Janeth Sadva Ausay de la escuela de comercio exterior de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, en la cual se demostró la factibilidad de exportar este producto desde el ámbito legal, de mercado y financiero.

Se debe considerar que el tema presenta relación pues el producto tiene similares características, y es al mismo país, aunque no es desde la misma empresa ni a la ciudad de Valparaíso.

#### 2.2. Fundamentación teórica

##### 2.2.1. Exportaciones

La Exportación es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero, generalmente se contempla dos tipos de exportación: la definitiva y la temporal.<sup>1</sup>

La exportación definitiva se encuentra definida como la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado y la exportación temporal es la salida de mercancías del territorio nacional para retornar posteriormente al país. Se realiza con el objeto de permanecer en el extranjero por tiempo limitado y con una finalidad específica, para retornar al país en el mismo estado, o para elaboración, transformación o reparación.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Bancomext. (2005). Guía básica del exportador. México: Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C.

<sup>2</sup> Bancomext. (2005). Guía básica del exportador. México: Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C.

Para exportar, lo primero y esencial es mantener y revigorizar la actitud de todo empresario exitoso y tener metas claras, ya que sólo quien las tiene puede alcanzarlas. Después, prepárese para exportar.

Algunas ventajas que se obtienen de la actividad exportadora son:<sup>3</sup>

- Mejora de la competitividad e imagen de la empresa.
- Mayor estabilidad financiera de la empresa por flujos en otras divisas.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- Reducción de costos por mayores volúmenes de venta.

### **2.2.2. Consideraciones sobre las exportaciones**

Cuando se inicie actividades de exportación se deberá cuidar especialmente algunos aspectos, como:<sup>4</sup>

- Considerar la capacidad de producción para atender los volúmenes demandados.
- Cumplir con las especificaciones técnicas y características requeridas de su producto.
- Calcular adecuadamente costos y precios de venta, para no perder utilidades ni vender debajo de sus costos.
- Contar con contratos internacionales que consideren los derechos y obligaciones de las partes.
- Contratar seguros.
- Conocer la confiabilidad del cliente y su historial de pago.
- Usar cartas de crédito.
- Aprovechar los apoyos de fomento a las exportaciones.

---

<sup>3</sup> Bancomext. (2005). Guía básica del exportador. México: Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C.

<sup>4</sup> Bancomext. (2005). Guía básica del exportador. México: Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C.

Además de estos factores se deberá tener en cuenta si ya se encuentra en alguna etapa del proceso de exportación o quiere incorporarse a éste, las primeras preguntas que debe hacerse son: <sup>5</sup>

- ¿Qué producto deseo exportar?
- ¿A qué mercado quiero exportar?
- ¿Cuál es la fracción arancelaria de mi producto?
- ¿Qué arancel debo pagar?
- ¿Qué normas debo cumplir?
- ¿Qué documentación requiero para exportar?
- ¿Qué transporte es conveniente utilizar para exportar?

### **2.2.3. Balanza comercial**

La balanza comercial de un país es la diferencia entre el valor total de sus exportaciones y el valor total de sus importaciones (en general se incluyen tanto los bienes como los servicios).<sup>6</sup>

### **2.2.4. Logística**

La logística es una función administrativa, operativa, comercial y financiera que comprende todas las actividades necesarias para la administración estratégica del flujo, almacenamiento de materias primas, componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en la forma adecuada, en el lugar correcto, al costo y en el momento apropiado.<sup>7</sup>

La logística internacional se ha convertido en uno de los sectores claves en el actual entorno económico mundial, suele ser un diferenciador al momento de costear un producto por los ahorros que puede generar, debido a la importancia de esta actividad en

---

<sup>5</sup> Bancomext. (2005). Guía básica del exportador. México: Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C.

<sup>6</sup> Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverte.

<sup>7</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

la globalización económica internacional, nuevas tecnologías y soporte a la actividad industrial, lo cual supone que una infraestructura logística internacional adecuada es un elemento imprescindible para el posicionamiento de cualquier país en el panorama económico internacional.

### **2.2.5. International commercial terms (INCOTERMS)**

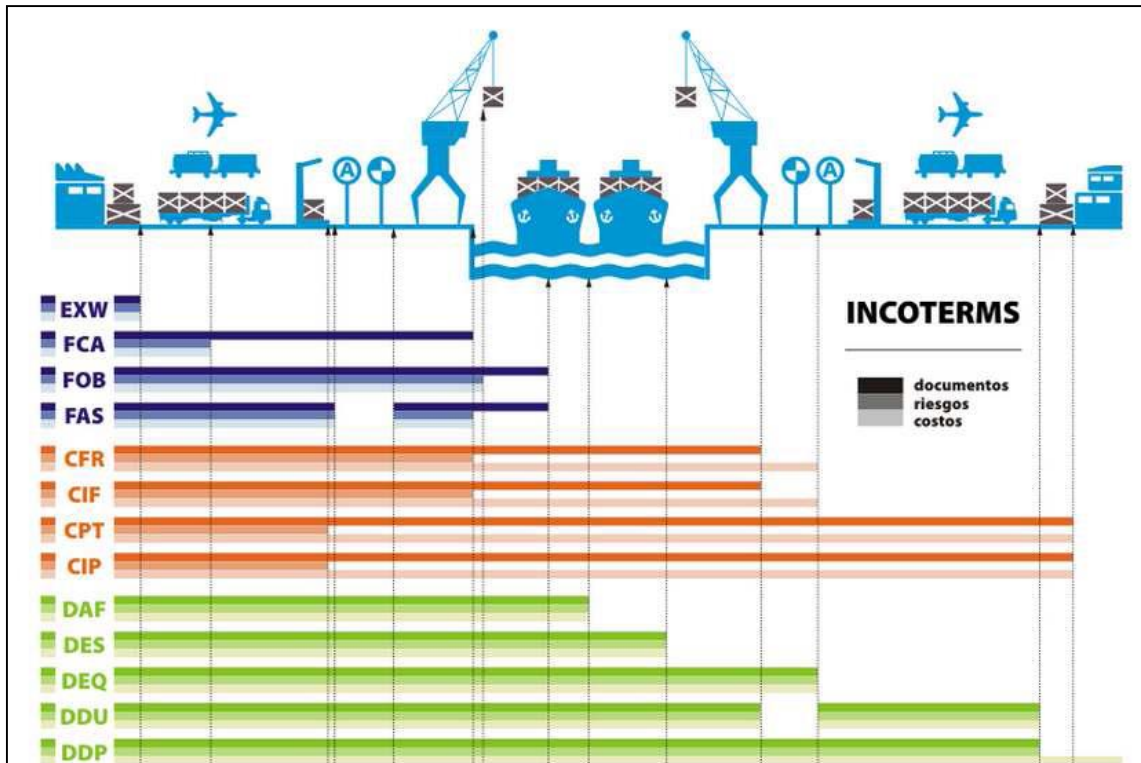
Los INCOTERMS son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, entre el exportador y el importador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras. En otras palabras los INCOTERMS describen el momento en que el riesgo sobre la mercancía se transfiere del vendedor (fabricante o no) al comprador (sea este el usuario final o no).<sup>8</sup>

La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: International Chamber of Commerce) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1953, 1980, 1990, 2000 y 2010) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional. Actualmente están en vigor los INCOTERMS 2010 (Desde el 1 de enero de 2011) se definen de manera privada entre las partes negociantes y se incluyen en los contratos de compra venta internacional y facturas comerciales.

---

<sup>8</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

**Figura No. 1**  
**Incoterms**



Fuente: (ProEcuador, Guía logística internacional, 2012)

- **Categoría E**

**Ex Works** El vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en los propios locales del vendedor; esto es, una entrega directa a la salida.<sup>9</sup>

- **Categoría F**

Al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el Comprador; esto es, una entrega indirecta sin pago del transporte principal.

**FAS Free Along side Ship Franco al costado del buque (puerto de carga convenido).** El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de

<sup>9</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

carga convenido; esto es, al lado del barco. El Incoterm FAS es propio de mercancías de carga a granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle. El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana. El INCOTERM FAS sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

**FOB Free On Board o Franco a bordo El vendedor entrega la mercancía sobre el buque.** El vendedor contrata el transporte, pero el coste del transporte lo asume el comprador. El Incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general (bidones, bobinas, contenedores, etc.) de mercancías. El INCOTERM FOB se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

**FCA Free Carrier o franco transportista** .El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen (este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista). Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen. El incoterm FCA se puede utilizar con cualquier tipo de transporte: transporte aéreo, ferroviario, por carretera y en contenedores/transporte multimodal. Sin embargo, es un incoterm poco usado.

- **Categoría C: CFR, CIF, CPT y CIP**

El vendedor contrata el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de la mercancía o de costes adicionales por los hechos acaecidos después de la carga y despacho; esto es, una entrega indirecta con pago del transporte principal.<sup>10</sup>

**C&F Cost and Freight ‘coste y flete’ o CFR (puerto de destino convenido).** El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el

---

<sup>10</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

país de origen. Se debe utilizar para carga general, que no se transporta en contenedores; tampoco es apropiado para los graneles. El incoterm CFR sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

**CIF Cost, Insurance and Freight ‘coste, seguro y flete (puerto de destino convenido).** El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador. Como en el incoterm anterior, CFR, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. El Incoterm CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa. Se debe utilizar para carga general o convencional, pero no se debe utilizar cuando se transporta en contenedores. El incoterm CIF se utiliza para cualquier transporte, pero sobretodo barco, ya sea marítimo o fluvial.

**CPT Carriage Paid To Transporte pagado hasta (lugar de destino convenido).** El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. El incoterm CPT se puede utilizar con cualquier modo de transporte.

**CIP Carriage and insurance paid to transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido).** El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador. El incoterm CIP se puede utilizar con cualquier modo de transporte o con una combinación de ellos (transporte multimodal).<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

- **Categoría D: DAT, DAP y DDP**

El vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino; esto es una entrega directa a la llegada. Los costes y los riesgos se transmiten en el mismo punto, como los términos en E y los términos en F.

Los términos en D no se proponen cuando el pago de la transacción se realiza a través de un crédito documentario, básicamente porque las entidades financieras no lo aceptan.

**Delivered At Terminal (DAT) Entregado en terminal (puerto de destino convenido).** El incoterm DAT se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos incoterms 2010 con DAP y reemplaza el incoterm DEQ. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en la terminal definida. También asume los riesgos hasta ese momento. El concepto terminal es bastante amplio e incluye terminales terrestres y marítimas, puertos, aeropuertos, zonas francas, etc.): por ello es importante que se especifique claramente el lugar de entrega de la mercancía y que este lugar coincida con el que se especifique en el contrato de transporte.

**Delivered at place (DAP) entregado en un punto (lugar de destino convenido).** El incoterm DAP se utiliza para todos los tipos de transporte. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio) pero no de los costes asociados a la importación, hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado. También asume los riesgos hasta ese momento.<sup>12</sup>

**Delivered Duty Paid (DDP): ‘entregada derechos pagados (lugar de destino convenido)’.** El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los

---

<sup>12</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.



gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor. Para un término dado, "Sí" indica que el vendedor tiene la responsabilidad de proveer el servicio incluido en el precio; "No" indica que es responsabilidad del comprador. Si el seguro no está incluido en los términos (por ejemplo, CFR) entonces el seguro para el transporte es responsabilidad del comprador.<sup>13</sup>

### **2.3. Marco conceptual**

#### **Balanza comercial bilateral**

Recoge las diferencias entre exportaciones e importaciones entre dos países.<sup>14</sup>

#### **Barreras comerciales**

Se refiere a todos los factores que influyen sobre la cantidad de bienes y servicios intercambiados entre países.<sup>15</sup>

#### **Carga General**

Es aquella que se presenta en estado sólido, líquido o gaseoso, y que estando embalada o sin embalar, puede ser tratada como unidad.<sup>16</sup>

#### **Contenedores**

Un contenedor o container en inglés es un recipiente de carga para el transporte aéreo, marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal. Las dimensiones del contenedor se encuentran normalizadas para facilitar su manipulación.<sup>17</sup>

#### **Déficit comercial.**

Países que importan más de lo que exportan.<sup>18</sup>

---

<sup>13</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

<sup>14</sup> Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverte.

<sup>15</sup> Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverte.

<sup>16</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

<sup>17</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

<sup>18</sup> Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverte.

**Embalaje**

Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía.<sup>19</sup>

**Exportación**

Venta de un bien o servicio a otro país.<sup>20</sup>

**Excedente comercial**

Los países que exportan más de lo que importan.<sup>21</sup>

**Importación**

Compra de un bien o servicio procedente de otro país.<sup>22</sup>

**Producto Interior Bruto (PIB)**

Es el valor de los bienes y servicios finales producidos durante un año.<sup>23</sup>

**2.4. Idea a defender**

El proyecto de exportación de mermelada de mora hacia el mercado Valparaíso de Chile mejorará las ventas y utilidades de la empresa.

---

<sup>19</sup> ProEcuador. (2012). Guía logística internacional. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

<sup>20</sup> Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverte.

<sup>21</sup> Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverte.

<sup>22</sup> Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverte.

<sup>23</sup> Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverte.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Modalidad de la investigación

Se utilizará la modalidad cualitativa que ofrecerá una amplitud de criterios durante el proceso de investigación y con la modalidad cuantitativa para la recolección y análisis de datos a través de métodos estadísticos.

#### 3.2 Tipos de investigación

La investigación será de los siguientes tipos:

- **De campo.-** se realizará la recolección de información directamente de empresa sujeta a investigación.
- **Bibliográfica-Documental.-** Pues será necesaria la recolección de información de diferentes libros y específicamente en relación a las normas de comercio exterior, leyes y formularios.
- **Descriptiva.-** porque está dirigida a determinar como es y cómo está la situación de las variables de la investigación.

#### 3.3 Métodos, técnicas e instrumentos

##### 3.3.1. Métodos

Para obtener un criterio general para la elaboración del presente trabajo se utilizaran métodos y técnicas científicas:

- **Método Inductivo**

Como medio para obtener conocimientos, el razonamiento inductivo inicia observando casos particulares y partiendo del examen de estos hechos llega a una conclusión general.

- **Método deductivo**

La deducción se caracteriza porque va de lo universal a lo particular.

### 3.3.2. Técnicas de investigación

- **Entrevistas**

Esta técnica se aplica al personal que se encuentra laborando como directivo o funcionario de la empresa, con el fin de obtener información sobre todos los aspectos relacionados con la investigación.

- **Análisis documental**

Esta técnica se aplica para analizar las normas, principios, procesos, procedimientos, criterios, políticas y otros aspectos relacionados con la exportación del producto hacia Chile.

- **Investigación electrónica**

A través de esta técnica se recortará información sobre las variables macroeconómicas y estadísticas el país de destino.

### 3.3.3. Instrumentos de recopilación de datos:

Los instrumentos que se han utilizado en la investigación, están relacionados con las técnicas antes mencionadas, del siguiente modo:

**Tabla No. 1**

**Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
Entrevista	Guía de entrevista
Análisis documental	Guía de análisis documental
Investigación electrónica	Digitalización de archivos

**Elaborado por:** La autora

## Calculo de la demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda se utilizará la fórmula del consumo nacional aparente, es decir la producción nacional, más las importaciones y menos las exportaciones ( $CNA = PN + I - E$ ). En relación a la oferta se consideraran todas las exportaciones de mermelada de mora hacia Chile y la diferencia de la demanda menos la oferta determinará la existencia de una demanda insatisfecha.<sup>24</sup>

Se considerará además la existencia de empresas que sirvan de contraparte para la negociación que será con las cuales se negocie directamente y se encargadas de la venta y distribución del producto.

### 3.4. Diagnostico situacional

En el diagnostico situacional se mostrará además de las personas, instituciones y organizaciones involucradas, los factores tanto externos como internos que afectaran al desarrollo del plan de exportación.

#### 3.4.1. Grupos de interés

Como grupos de interés se señalaran a las personas, grupo de personas u organizaciones, que de una u otra manera están relacionados con la exportación.

**Tabla No. 2**  
**Grupos de interés**

<b>IMPLICADOS</b>	<b>CRITERIO</b>
<b>Accionistas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proporcionan el capital.</li><li>• Participan de utilidades.</li></ul>
<b>Administrador.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Toma decisiones.</li></ul>

<sup>24</sup> <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20II/tecnicas.htm>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable del éxito o del fracaso de la empresa.</li> <li>• Representa a la empresa</li> </ul>
<b>Gobierno.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influye con leyes y/o políticas.</li> <li>• Ofrece incentivos.</li> </ul>
<b>Proveedores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suministran la materia prima, para la realización del producto.</li> </ul>
<b>Competidores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afectan el precio del producto por leyes de oferta.</li> <li>• Obligan a ser competitivos</li> </ul>
<b>Distribuidores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecen servicios de distribución del producto.</li> </ul>
<b>Trabajadores.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestan sus servicios.</li> <li>• Reciben un salario.</li> </ul>
<b>Clientes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumen el producto.</li> </ul>
<b>Instituciones financieras.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento.</li> </ul>
<b>País Importador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El país que tiene la empresa que se encargara de comercializar el producto</li> </ul>

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Investigación

### 3.4.2. Análisis externo: macroentorno

Los factores externos son las fuerzas que no se puede controlar, es decir que están fuera del alcance de la empresa y en lo que ella no tiene ningún grado de intervención, básicamente consideraremos cuatro aspectos que son los siguientes:

- Factor Económico.
- Factor Social.
- Factor Tecnológico.
- Factor Medio Ambiental

#### 3.4.2.1. Factores económicos

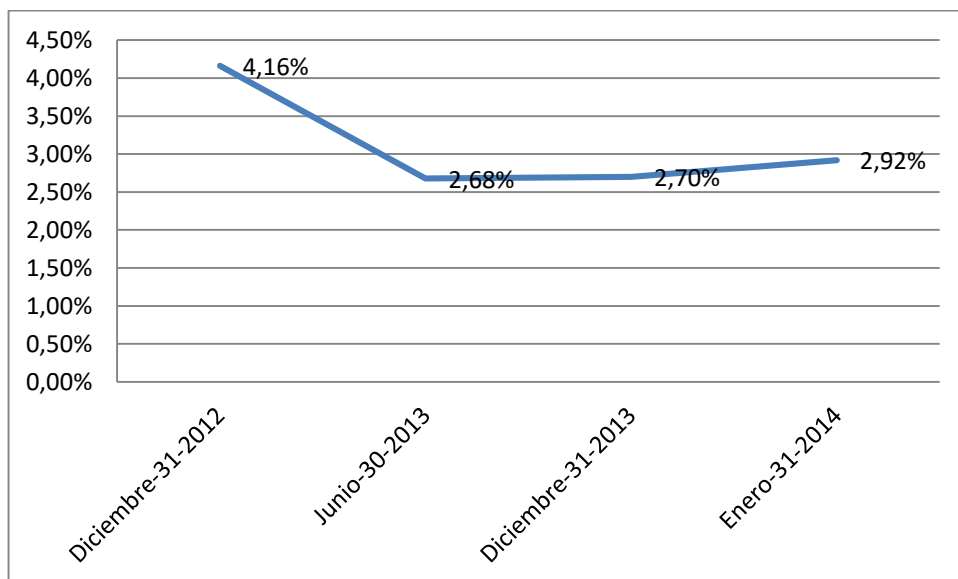
- **Inflación**

Describe una disminución del valor del dinero en relación a la cantidad de bienes y servicios que se pueden comprar con el mismo.

**Comportamiento:**

**Gráfico No. 1**

**Inflación**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

### **Impacto**

Debido a que tiene un valor estable con una tendencia a la baja no existe afectación, pero se la debe tener en cuenta debido a que la misma muestra como pierde poder adquisitivo el dinero, y se encarecen los productos y servicios

- **Impuestos:** Son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley.

### **Comportamiento**

El comportamiento de esta variable ha sido estable en lo que se refiere al IVA, y en lo que respecta al impuesto a la renta existió una reducción progresiva de la tarifa 24% el 2011, 23% en 2012, y a partir del 2013, en adelante, la tarifa impositiva es del 22%.

### **Impacto**

Afecta directamente y beneficiosamente a la empresa pues la misma pagará el impuesto a la renta en los términos establecidos al ser una compañía anónima.

- **Tasa Activa Referencial.**

Es el promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84 y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo.



## Comportamiento:

Tabla No. 3

### Tasas de interés activas efectivas vigentes

noviembre 2013			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:		Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50

Fuente: Banco Central del Ecuador

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

## Impacto

Esta tasa mantiene un comportamiento estable en relación a otros indicadores, lo cual beneficia pues a través del financiamiento se podrán realizar planes de aumento de capacidad productiva, o para el mismo plan de exportación.

- **El dólar a nivel mundial.**

Se refiere a con qué frecuencia se utiliza esta moneda para transacciones sean internacionales o nacionales.

## Comportamiento:

El dólar es una moneda fuerte, pues la economía estadounidense por ser fuerte la respalda de buena manera, por lo que posee estabilidad.

### **Impacto**

Afecta al plan de exportación, pues considerando que Chile maneja una moneda diferente se hace necesario el constante seguimiento a la variación del peso chileno en relación al dólar, para que el producto sea competitivo.

#### **3.4.2.2. Factores externos sociales**

- **Migración Interna**

Traslado de personas de un lugar a otro para residir en él.

#### **Comportamiento:**

Existe una amplia tendencia a la migración interna en nuestro país, la gente está saliendo a la ciudad para residir en ella y abandona el campo.

### **Impacto**

Esta variable no tiene un impacto significativo para el plan de exportación

- **Clase social.**

La clase social se divide en alta, media, media – baja, baja

#### **Comportamiento:**

Aunque existen esfuerzos por parte del gobierno hay una gran brecha entre las clases sociales, al existir una alta concentración de dinero en manos de unos pocos, y las diferencias con las demás clases son muy amplias

### **Impacto**

La variable clases sociales no tiene un impacto significativo en la empresa pues el producto es accesible al tener un precio bajo, en lo que respecta al mercado local y en relación al mercado chileno, de igual manera se considera que el producto está enfocado a todas las clases al ser un producto económico.

- **Desempleo**

Muestra el paro forzoso o desocupación de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran puesto de trabajo

**Comportamiento:**

El comportamiento de esta variable en el último semestre ha estado entre 9.09% y 5.07% con tendencia a la baja.

**Impacto**

Tiene un impacto pues el desempleo afecta a la liquidez de las personas lo que puede ocasionar que no compren el producto tanto a nivel local como extranjero.

### **3.4.2.3. Factores externos tecnológicos**

- **Telecomunicaciones.**

Son las compañías que prestan servicios de comunicación necesarios para el funcionamiento de una empresa

**Comportamiento:**

El comportamiento de esta variable es favorable al existir precios descendentes debido a la fuerte competencia existente en el mercado.

**Impacto**

Beneficia de buena manera pues permite a la empresa reducir sus costos en cuanto a la comunicación con proveedores, clientes y clientes extranjeros.

- **Accesibilidad a Internet**

Es la capacidad que tiene el usuario para acceder a internet.

**Comportamiento:**

En los últimos años la accesibilidad a internet se ha visto incrementada ya que su costo se ha reducido considerablemente

### **Impacto**

Beneficia directamente, pues permite promocionar la empresa a costos más económicos y con un mayor alcance, además de permitir el contacto con las empresas que servirán de contraparte de la negociación.

#### **3.4.2.4. Factores externos medioambientales**

- **Clima**

El clima hace referencia en general a las condiciones del cantón en cuanto a la temperatura y fenómenos climáticos.

#### **Comportamiento:**

El clima en relación a las actividades agropecuarias es beneficioso pues permite tener una producción constante de las diferentes frutas, especialmente de la mora que será objeto de esta investigación.

### **Impacto**

El clima impacta moderadamente considerando su variabilidad en los últimos periodos.

- **Condiciones agro-ecológicas**

Las condiciones agroecológicas se refieren al contexto agrícola del Ecuador, en referencia al cultivo de las frutas, hortalizas, etc.

#### **Comportamiento:**

Ecuador posee condiciones agro-ecológicas favorables para el desarrollo de una amplia y variada gama de productos frutícolas

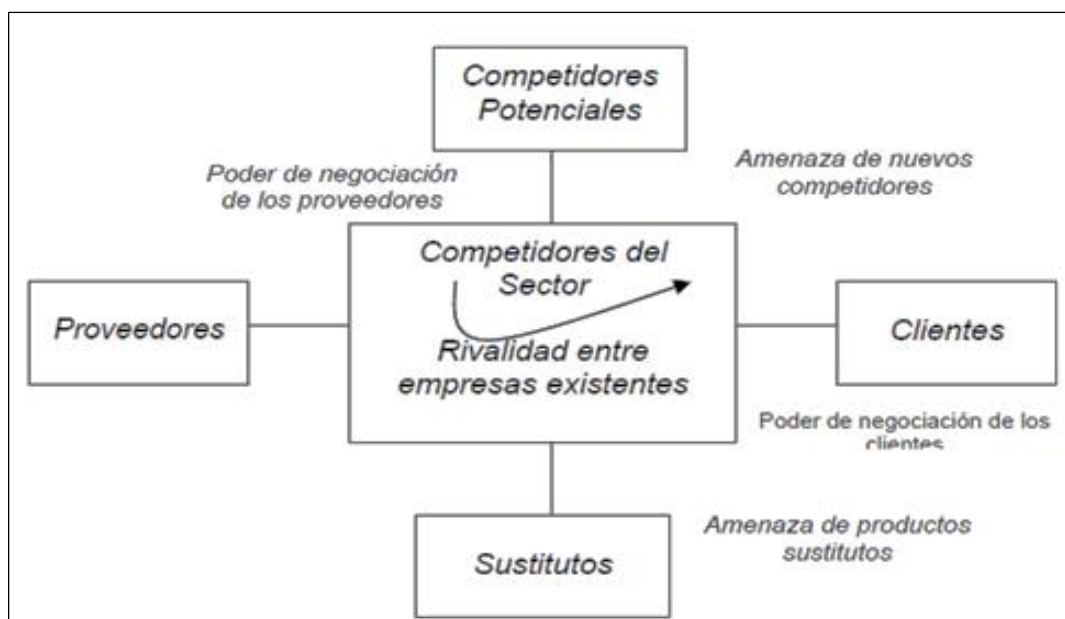
### **Impacto**

Impacta beneficiosamente pues se convierte en una ventaja competitiva frente a otros países, en este caso Chile.

#### **3.4.3. Análisis externo: microentorno**

El microentorno se lo analizará desde las 5 fuerzas de Porter, las cuales se detallan a continuación:

**Figura No. 2**  
**Fuerzas de Porter**



**Fuente:** Marketing Estratégico, Jean-Jacques Lambin

**Elaborado por:** La autora

### **3.4.3.1. Amenaza de los competidores potenciales en el mercado objetivo de la empresa.**

El ingreso de nuevos competidores en este tipo de industria es factible en pequeñas escalas de producción, esto porque la inversión no sería demasiado costosa con respecto a otro tipo de negocios que necesitan altas cantidades de inversión. Además, Ecuador esta aun en inicios de una cultura de calidad, por este motivo han aparecido un gran número de nuevas empresas en esta área, que ofrecen sus productos sin un aseguramiento de calidad. Este a la vez es otro de los motivos por lo que las empresas no invierten en conocimiento especializado para la elaboración de sus productos, por creer que los procesos de fabricación son sencillos.

La dificultad vendría al querer obtener buena calidad en los productos y ganar la preferencia de los clientes por el reconocimiento de elaborar productos sanos y de calidad.

Los controles para dar cumplimiento a las leyes que aseguran un buen sistema de gestión de calidad aún son escasos, no teniendo claro por parte de las empresas cuales son los estamentos públicos o privados que deben llevar a cabo este control y las funciones específicas de cada uno, siendo este un comportamiento generalizado para las

empresas alimenticias y generando así inseguridad en el consumidor. Este desconocimiento de leyes, normas, sistemas se da especialmente a la falta de capacitación de las empresas.

#### **3.4.3.2. Amenaza de entrada de productos sustitutos en el mercado objetivo de la empresa.**

Los productos sustitutivos son los productos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, productos sustitutos de la mermelada son las pulpas jaleas, manjares, dulce de frutas, entre otros; es decir que existe una gran variedad de productos incrementado esta amenaza.

#### **3.4.3.3. Poder de negociación de los clientes**

Los clientes pueden influir los ingresos potenciales de una actividad obligando a la empresa a realizar bajadas de precios, exigiendo servicios más amplios, condiciones de pago más favorables o también enfrentando a un competidor contra otro.

Planhofa, tiene clientes que requieren grandes volúmenes. A estas empresas se les otorga precios preferenciales por la cantidad de compra y también facilidades de pago. Planhofa se encarga de suministrar materia prima a otras empresas para la elaboración de otros productos, como es el caso de Ecuajugos S.A., Proloceki-kiosko, Industrias Lácteas Toni y otras; incluso Planhofa vende a otras procesadoras de pulpas. Esto podría representar una amenaza futura para la empresa. Porque actualmente tiene como principales consumidores a empresas que requieren volúmenes elevados de producto y podría darse algún momento, que ellos presionen para obtener precios bajos y no beneficiosos para la empresa.

#### **3.4.3.4. Poder de negociación de los proveedores**

Una de las ventajas de Planhofa, es que se encuentra en Ambato, Provincia de Tungurahua, zona central de la Región Interandina del Ecuador, que concentra una fuerte tradición frutícola – hortícola; teniendo una frecuencia productiva de acción que abarca las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar. Además esta ciudad es muy cercana a la ciudad de Quito, como también es la principal vía de ingreso hacia la región centro- oriente del país. Por todos estos beneficios la empresa surge

como una respuesta a las necesidades de los agricultores de esta zona, quienes requerían de un centro de acopio de sus productos y a la vez que les permita agregar valor a los mismos mediante el procesamiento.

Otra gran ventaja es que muchos de los agricultores que proveen a Planhoba pertenecen a la UNAPEMAT, tienen un representante que frecuentemente se encuentra trabajando en la planta y poseen un 49.16% de participación de las acciones de la empresa.

La empresa paga un poco más del precio normal del producto, del que se encuentra en el mercado. Todas las frutas que van a ser procesadas son de origen nacional.

Uno de los problemas es el abastecimiento de materia prima. Esto se da de manera irregular especialmente en las cantidades de aprovisionamiento, puesto que la empresa receipta materia prima en función de los requerimientos semanales de los pedidos por parte de los clientes y no existen acuerdos con estos para abastecerles regularmente de producto. Pero tampoco existen acuerdos con los proveedores, para asegurarles la venta de sus materias primas.

A pesar, de que algunos proveedores de fruta proveen a la empresa de volúmenes altamente importantes al año, la empresa intenta abastecerse de materia prima especialmente en temporada de alta cosecha cuando los precios de la fruta caen.

Este si bien es un problema, ya que si bien es cierto que las frutas se producen estacionalmente, hay momento en que se necesita abastecerse de fruta cuando hay escasez de esta o no son productos que se pueden encontrar por la zona. En estos instantes el precio de las materias primas es muy alto, por lo que se puede decir que el poder de negociación de los proveedores es alto y se convierte en una amenaza.

#### **3.4.4. Análisis interno**

En el análisis interno se analizaran sobre las áreas funcionales de la empresa y se determinaran si en términos generales se convierten en una fortaleza o debilidades para la organización.

## **Marketing**

El marketing abarca muchas áreas dentro de sí mismo, en la empresa se determinó que necesita designar más presupuesto para esta área, y realizar un plan de comunicación.

## **Producción**

La empresa tiene bien estructurada esta área, inclusive tiene diagramado todas las funciones y tareas a realizar, lo que se constituye en una gran fortaleza.

## **Talento Humano**

El personal de la empresa tiene una amplia experiencia en lo que se refiere a la preparación del producto y el uso de la maquinaria, además se nota un buen ambiente de trabajo.

## **Finanzas**

En el ámbito financiero la empresa se maneja muy bien tiene una deuda controlada que le ha permitido mejorar su capacidad de producción dado que el mercado demanda más producto.

## **Administración.**

El administrador lleva mucho tiempo dirigiendo y ha demostrado manejarla de manera adecuada.

### **3.4.5. Análisis FODA de Planhofa C.A.**

Considerando el análisis de los factores externos tanto del macroambiente como del microambiente, además del análisis interno se procede a evaluarlos en una matriz FODA, clasificándolos en fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.



**Tabla No. 4**

**FODA**

<b>Factores Externos</b>	<b>Factores Internos</b>
<b>Oportunidades</b>	<b>Fortalezas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuestos (reducción del I.R.)</li> <li>• Tasa activa referencial (estabilidad)</li> <li>• Telecomunicaciones( reducción de costos)</li> <li>• Acceso al internet ( Facilita la comunicación con el país extranjero, reduce costos)</li> <li>• Clima (adecuado para la mora)</li> <li>• Condiciones agroecológicas (adecuadas la para la mora)</li> <li>• Reducción de la amenaza de los competidores potenciales en el mercado objetivo de la empresa por la dificultad de los tramites sanitarios</li> <li>• Apertura de nuevos mercados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción: Funciones claras en los procesos y procedimientos de producción.</li> <li>• Talento Humano: El personal de la empresa tiene una amplia experiencia en lo que se refiere a la preparación del producto y el uso de la maquinaria, además se nota un buen ambiente de trabajo.</li> <li>• Finanzas: En el ámbito financiero la empresa se maneja muy bien tiene una deuda controlada que le ha permitido mejorar su capacidad de producción dado que el mercado demanda más producto.</li> <li>• Administración: El administrador lleva mucho tiempo dirigiendo y ha demostrado manejarla de manera adecuada.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inflación (Variabilidad)</li> <li>• Comportamiento del dólar (dólar – peso chileno)</li> <li>• Desempleo (liquidez de los clientes)</li> <li>• Existe la amenaza de los competidores potenciales en el mercado objetivo de la empresa por la facilidad de realización del</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing: Se convierte en debilidad el bajo presupuesto para esta área y la inexistencia de un plan comunicacional.</li> <li>• Desconocimiento de los trámites y documentos para exportar</li> </ul>

<p>producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplia gama de productos sustitutos.</li> <li>• Cliente con alta capacidad de negociación.</li> <li>• Proveedores con alta capacidad de negociación</li> </ul>	
--	--

**Realizado por:** La Autora

**Fuente:** Investigación

### **3.5. Estudio de mercado**

#### **3.5.1. El Mercado: Chile**

A continuación se muestran generalidades acerca del mercado al cual se enfocan las exportaciones.

##### **3.5.1.1. Geografía**

Chile es una larga y angosta franja de tierra ubicada en el extremo sudoeste de América que sorprende por su geografía, instituciones y personas. Con sus 4,300 Km (2,672 millas) de longitud y 180 kilómetros (112 millas) de ancho en promedio, de norte a sur se extiende entre la Línea de la Concordia y el Estrecho de Magallanes. De este a oeste, lo protegen la Cordillera de los Andes y el Océano Pacífico. Chile, limita al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina, al sur con el Polo Sur y al oeste con el Océano Pacífico. La zona norte del país se caracteriza por su riqueza minera y marítima. En el centro, del territorio se ubica la capital, Santiago, y aquí se encuentran las mayores áreas cultivables e instalaciones industriales del país. El sur de Chile posee importantes recursos pesqueros y forestales, que son explotados de acuerdo a una política de reforestación y cuidado del medioambiente.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> (ProEcuador, Guía comercial de Chile , 2013)

### **3.5.1.2. Clima**

El clima de Santiago se determina con las estaciones del año: desde el verano con temperaturas entre los 30°C, hasta el invierno en que baja la temperatura con mínimas de hasta 5°C. Chile es un país de cuatro estaciones.<sup>26</sup>

### **3.5.1.3. Superficie agrícola**

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) realizó en 2009 una encuesta entre las regiones de Elqui y de Los Lagos, cuyo objetivo principal fue determinar la superficie sembrada de cereales, chacras y cultivos industriales, correspondientes al año agrícola 2009 - 2010. En relación a los antecedentes obtenidos, ellos indican que en la temporada 2009 - 2010 las siembras totalizaron un área cultivada de 672,735 hectáreas, superficie inferior en un 5.2% a la del año agrícola precedente. El grupo de los cereales presentó una superficie sembrada de 527,182 hectáreas, con una disminución anual de un 8.6% respecto a la temporada pasada, donde tan solo el arroz muestra un crecimiento de 3.6%. El resto de los cereales, exhiben retrocesos en su área cultivada: maíz, 4.4%; trigo, 5.8%; cebada, 9.0%; avena, 24.9% y otros cereales, 6.3%. El grupo de las chacras registró un incremento anual de un 3.5% en sus siembras, totalizando 70,085 hectáreas. Dentro de esta agrupación, tanto la lenteja y la papa exhibieron crecimientos, alcanzando la primera a un incremento de un 28.0% y la segunda a un 12.6%, respecto a la temporada anterior. Por otra parte, en este mismo grupo, los cultivos del poroto, garbanzo y otras chacras, muestran disminuciones anuales en superficie de 19.1%, 0.2% y 12.4%, respectivamente. En tanto, los cultivos industriales en su conjunto, incrementaron su superficie sembrada en 15.5%, sumando 75,468 hectáreas. Esta temporada, las oleaginosas exhiben variaciones negativas: la maravilla, que disminuyó sus siembras en un 29.9%, con un área cultivada de 3,053 hectáreas y el raps, con una significativa baja de 56.3%, con 10,983 hectáreas. En cambio, el resto de los cultivos industriales presentaron notorias alzas en su superficie, destacando el lupino, que presentó el mayor incremento, con 190.6% y 29,887 hectáreas. Le sigue el tabaco, con una variación positiva de 51.9% y contratos por 2,509 hectáreas. Finalmente, la

---

<sup>26</sup> (ProEcuador, Guía comercial de Chile , 2013)

remolacha con una mayor superficie contratada de 26.4%, alcanzando a 16,264 hectáreas.<sup>27</sup>

#### **3.5.1.4. Demografía y sociedad**

##### **a) Población, etnias, densidad demográfica y tasas de crecimiento**

Los resultados preliminares del Censo 2012, indican que la población estimada en Chile es de 16.572.475 habitantes, el crecimiento poblacional en dicho período fue de 10.1%; es decir, la población residente aumentó en 1.521.339 personas, consistente con el saldo de nacimientos y defunciones del período intercensal. “Lo anterior indica que la tasa promedio de crecimiento anual de la población de los últimos diez años es de 0.97%, la que es inferior a las experimentadas en los períodos 1982 – 1992 y 1992 – 2002, que fueron de 1.6% y 1.27% respectivamente”<sup>28</sup>

##### **b) Población urbana y principales ciudades de Chile**

La actividad económica se concentra en la Región Metropolitana, donde se encuentra su capital, Santiago, con el 40% de la población, y en la V Región, donde se sitúan las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, con el 10,2% de la población total.

---

<sup>27</sup> (ProEcuador, Guía comercial de Chile , 2013)

<sup>28</sup> (INE 2012)

**Tabla No. 5**

**Población de Chile por ciudad principal**

<b>Ciudad</b>	<b>Habitantes</b>
Santiago	7.213.110
Concepción	945.650
<b><u>Valparaíso</u></b>	<b><u>930.220</u></b>
La Serena	412.586
Antofagasta	346.126
Temuco	339.664
Iquique	278.250
Rancagua	276.527
Puerto Montt	266.200

**Fuente:** Instituto de Estadísticas y Censo, INE Chile (Censo 2012)

**Elaborado por:** La autora

**c) Distribución de la población por edades y sexos**

En la siguiente tabla se presenta la distribución de la población chilena por edad y por sexo, según lo que indican las estadísticas oficiales del país:

**Tabla No. 6**

**Población de Chile por ciudad principal**

<b>Edades</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Participación</b>
0-14 años	1.860.839	1.784.269	21.40%
15-64 años	5.860.877	5.953.630	69.00%
65 años en adelante	669.559	938.195	9.40%

**Fuente:** Instituto de Estadísticas y Censo, INE Chile (Censo 2012)

**Elaborado por:** La autora

### 3.5.1.5. Población activa

De acuerdo al censo realizado en el 2012, en las siguientes tablas se indica la población activa por sectores y el nivel de desempleo del país.

**Tabla No. 7**  
**Población Activa**

<b>Sector</b>	<b>Ocupados</b>	<b>%</b>
Comercio	1.516.000	19,69%
Industrias manufactureras	873.000	11,34%
Agricultura, ganadería, caza	745.000	9,68%
Construcción	650.000	8,44%
Transporte y telecomunicaciones	545.000	7,07%
Otros	3.371.000	43,78%
Total	7.700.000	100,00%

**Fuente:** Instituto de Estadísticas y Censo, INE Chile (Censo 2012)

**Elaborado por:** La autora

### 3.5.1.6. Organización político administrativa de Chile

#### a) Gobierno

Desde 1990, Chile tiene ya una larga estabilidad democrática. Posee un sistema político republicano, democrático y representativo, con un gobierno de carácter presidencial. El Estado está dividido en tres poderes independientes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial. A la cabeza del Poder Ejecutivo se encuentra el Presidente, el cual es elegido por sufragio popular y directo por todos los ciudadanos chilenos mayores de 18 años, por períodos de 4 años, sin derecho a reelección.<sup>29</sup>

#### b) Organización administrativa y territorial del Estado

En términos administrativos, a partir del segundo semestre del 2007, el Estado tiene 15 regiones, de norte a sur: Arica-Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo,

---

<sup>29</sup> Página oficial del Congreso Nacional de Chile (<http://www.congreso.cl/>)

Valparaíso, Metropolitana, del Libertador Bernardo O'Higgins, Maule, Biobío, Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo, Magallanes y Antártica Chilena. Cada una tiene un intendente, quien es designado por el Presidente de la República. Las regiones registran 50 provincias encabezadas por un Gobernador, también designado por el Presidente de la República y 341 municipios, a cargo de un Alcalde y un número variable de concejales, elegidos por votación directa cada 4 años. El Estado chileno mantiene una clara división entre los poderes ejecutivo, legislativo y judicial.<sup>30</sup>

### **3.5.1.7. Relaciones internacionales/regionales (organismos adscritos, acuerdos comerciales suscritos)**

Chile orienta sus actividades principalmente a seguir avanzando en el proceso de apertura económico-comercial que ha mantenido durante los últimos 20 años, fortaleciendo las relaciones vecinales en materia comercial, avanzando sustantivamente en negociaciones con países emergentes del Asia, desarrollando y manteniendo la función de administrar los Tratados de Libre Comercio (TLC) o acuerdos comerciales suscritos por Chile y fortaleciendo los servicios de promoción comercial que apoyan el desarrollo del proceso exportador y la internacionalización de sectores emergentes. Este proceso de internacionalización busca la ampliación, consolidación y profundización de la base exportadora nacional, manteniendo una imagen país sólida frente al resto de los actores relevantes del comercio mundial, permitiendo posicionar la “marca Chile” dentro de la múltiple gama de actuales oferentes.<sup>31</sup>

Chile es un país abierto al mundo que promueve el libre comercio y busca activamente acuerdos con otros países y bloques comerciales. “22 acuerdos comerciales con 60 países / 4,300 millones de personas que representan el 62% de la población mundial”<sup>32</sup> Los tratados de libre comercio unidos a los acuerdos comerciales firmados con la mayoría de los países de Latinoamérica, permiten a Chile acceder de forma privilegiada a un mercado de 4,300 millones de habitantes en el mundo, lo que convierte al país en

---

<sup>30</sup> (ProEcuador, Guía comercial de Chile , 2013)

<sup>31</sup> (ProEcuador, Guía comercial de Chile , 2013)

<sup>32</sup> (Direcon, 2013).

un puente natural entre América Latina y Asia Pacífico. Se adjunta un cuadro resumen de los acuerdos suscritos por Chile:

**Tabla No. 8**  
**Acuerdos suscritos por Chile**

Venezuela	Acuerdo de complementación
Bolivia	Acuerdo de complementación
Mercosur	Acuerdo de complementación
Canadá	Tratado de libre comercio
México	Tratado de libre comercio
Costa Rica (TLC Chile- Centroamérica)	Protocolo bilateral / Tratado de libre comercio
El Salvador (TLC Chile- Centroamérica)	Protocolo bilateral / Tratado de libre comercio
Unión Europea	Acuerdo de asociación económica
Estados Unidos	Tratado de libre comercio
Corea	Tratado de libre comercio
EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio)	Tratado de libre comercio
China	Tratado de libre comercio
India	Acuerdo de alcance parcial
Japón	Acuerdo de asociación económica
Panamá	Tratado de libre comercio
Cuba	Acuerdo de alcance parcial
Honduras	Protocolo bilateral / Tratado de libre comercio
Perú	Tratado de libre comercio
Australia	Tratado de libre comercio
Colombia	Tratado de libre comercio
Ecuador	Acuerdo de asociación económica
Guatemala	Tratado de libre comercio
Turquía	Tratado de libre comercio
Malasia	Tratado de libre comercio
Nicaragua	Protocolo bilateral / Tratado de libre comercio

**Fuente:** (ProEcuador, Guía comercial de Chile , 2013)

**Elaborado por:** La autora

Entre Ecuador y Chile existe un acuerdo de asociación económica el cual está destinado a facilitar la integración entre ambos países a través de la liberalización comercial gradual y la mejora de la cooperación relacionada con el comercio, el mismo está



adaptados para adecuarse a circunstancias regionales específicas y fomentar el crecimiento sostenible y la reducción de la pobreza a través del comercio.

El 10 de marzo de 2008, con ocasión de la visita de Estado del Presidente de la República del Ecuador a Chile, economista Rafael Correa, el mandatario ecuatoriano y la presidenta Michelle Bachelet, suscribieron un Acuerdo de Asociación, el cual, además de los componentes de cooperación y diálogo político, incluye un nuevo Acuerdo de Complementación Económica que profundiza las disciplinas que rigen la relación comercial entre Ecuador y Chile, establecidas en el Acuerdo de Complementación Económica -ACE 32- de 1994.<sup>33</sup>

El Acuerdo tiene por objeto fortalecer la relación bilateral fundada en la comunidad de intereses, en la histórica relación de amistad y en los principios de solidaridad y beneficio equitativo. El Acuerdo impulsará con especial énfasis: la profundización y ampliación del diálogo político y social sobre cuestiones bilaterales e internacionales de interés mutuo; la intensificación de la cooperación en los más diversos ámbitos identificados como prioritarios por ambas Partes; el fortalecimiento de las acciones orientadas a mejorar las condiciones de vida, combatir la pobreza, la desigualdad y la exclusión social; la dinamización de la relación económica comercial a través de una profundización de los compromisos acordados en los instrumentos correspondientes; la colaboración y el intercambio en las diversas manifestaciones de la cultura como un medio privilegiado para lograr la integración y conocimiento de sus pueblos, a través de sus múltiples expresiones.<sup>34</sup>

### **3.5.2. Valparaíso**

La región de Valparaíso es, sin lugar a dudas, parte fundamental de la historia y de la identidad de Chile. Declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y sede del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, la región ha sido históricamente la principal zona portuaria del territorio nacional, permitiendo por siglos el contacto comercial y

---

<sup>33</sup> ProEcuador. (2013). Guía comercial de Chile . Quito: Instituto de promoción de exportaciones e importaciones. Pag. 21

<sup>34</sup> ProEcuador. (2013). Guía comercial de Chile . Quito: Instituto de promoción de exportaciones e importaciones. Pag. 21

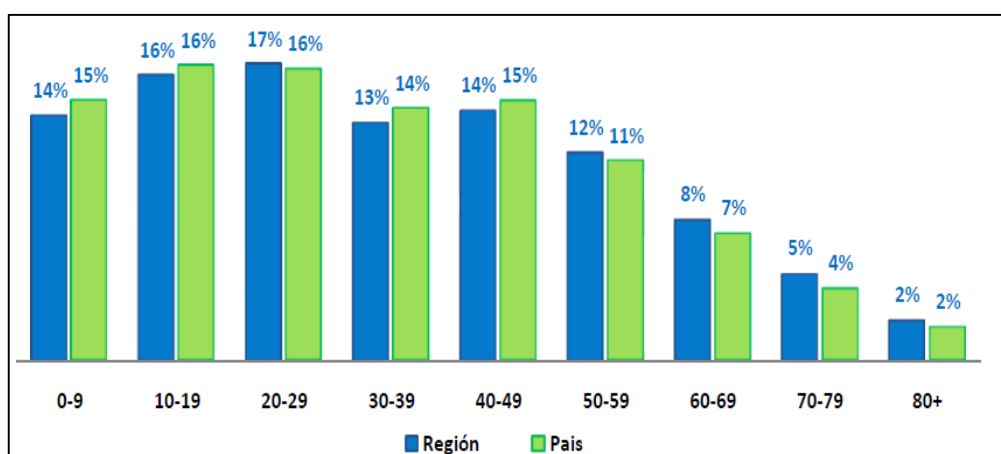
cultural de nuestro país con muchas otras latitudes, lo que la sitúa como un relevante centro productivo y administrativo no sólo de Chile, sino también de toda la cuenca del Pacífico. De tal relevancia es la región de Valparaíso, que en la actualidad alberga el Congreso Nacional, el periódico más antiguo del país y diversos centros académicos e industriales.<sup>35</sup>

### 3.5.2.1. Demografía

La región de Valparaíso cuenta con una población estimada en 1.759.167 personas y una superficie de 16.396,1 Km<sup>2</sup>, lo que da una densidad de 107,29 Habitantes/Km<sup>2</sup>. Se divide administrativamente en 8 provincias: Isla de Pascua, Los Andes, Marga-Marga, Petorca, Quillota, San Antonio, San Felipe y Valparaíso, siendo esta última la que alberga la capital regional del mismo nombre.<sup>36</sup>

Del total de la población, un 91,5% habita en zonas urbanas; a su vez, más de la mitad de este último grupo (55,6%) lo hace en la provincia de Valparaíso. Sólo el 8,5% restante habita en zonas rurales, evidenciando una alta tasa de urbanización de la región, si se considera que el promedio de ruralidad nacional es de un 13% aproximadamente. En la siguiente figura se puede observar la distribución etaria de la región, la cual no presenta grandes diferencias al ser contrastada con el promedio país.

**Gráfico No. 2**  
**Demografía**



Fuente: Plan Valparaíso 2010-2014

<sup>35</sup> Plan Valparaíso 2010-2014

<sup>36</sup> Plan Valparaíso 2010-2014

### 3.5.2.2. Producción

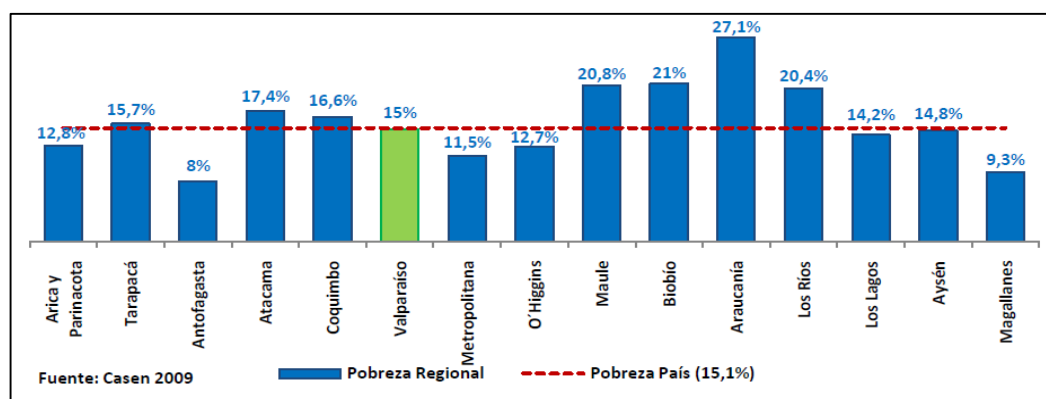
En cuanto al PIB regional, éste representaba una participación en el PIB nacional de 7,8% el año 2007; de un 7,9% el 2008 y de un 7,8% el 2009. En tanto, el aumento del PIB en la región fue de un 5,2% en 2008, cifra por sobre el promedio nacional que fue de un 3,7% para el mismo periodo. En 2009 el país tuvo un crecimiento de -1,5%, mientras que la región resintió la crisis de manera más pronunciada con un crecimiento de -2,7%.<sup>37</sup>

### 3.5.2.3. Pobreza

Según la encuesta CASEN 2009, la región de Valparaíso tiene una tasa de pobreza de 15%, 0,1 puntos porcentuales por debajo del promedio país (15,1%).

**Gráfico No. 3**

#### **Pobreza**



Fuente: Plan Valparaíso 2010-2014

### 3.5.3. Análisis de la demanda

En la siguiente tabla se encuentra el consumo nacional aparente, mismo que está dado por la producción nacional más las importaciones y menos las exportaciones.

<sup>37</sup> Plan Valparaíso 2010-2014

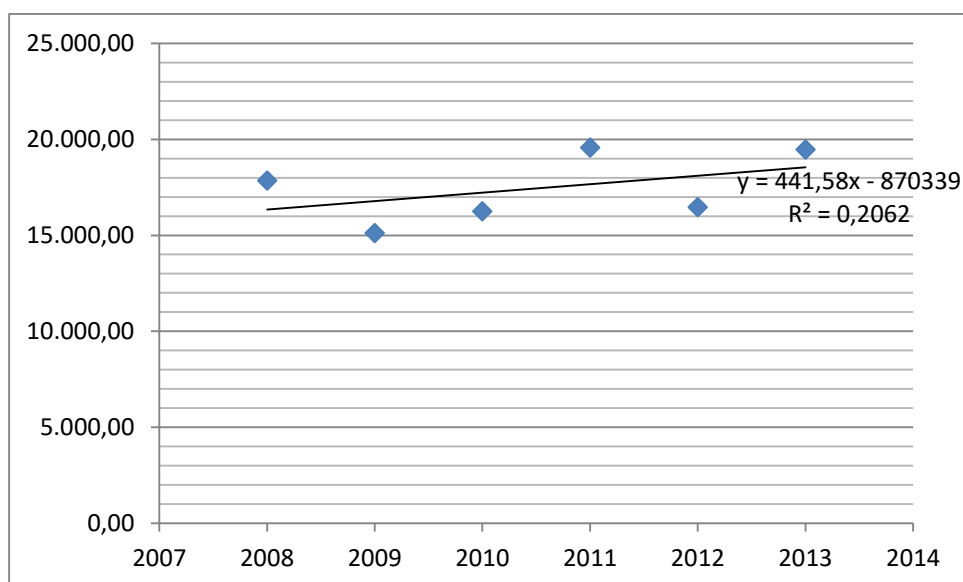
**Tabla No. 9**  
**Consumo nacional aparente de Chile(tm)**

<b>Año</b>	<b>CNA</b>	<b>Producción</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Exportaciones</b>
2008	17.842,39	35.690,48	2.138,57	19986,67
2009	15.110,64	36.046,39	2.854,87	23790,61
2010	16.246,37	36.408,05	2.775,39	22937,07
2011	19.569,14	36.626,50	2.354,68	19412,05
2012	16.467,55	36.882,89	2.820,88	23236,22
2013	19.454,72	36.956,65	2.454,66	19956,59

**Fuente:** Asociación Chilena Berries <http://asoberries.es.tl/>

**Elaborado por:** La autora

**Gráfico No. 4**  
**Evolución del consumo nacional aparente de Chile**



**Fuente:** Tabla No. 9

**Elaborado por:** La autora

Al graficar los datos se puede observar que no existe una tendencia lineal significativa, por lo que para pronosticar para los siguientes años se ha considerado utilizar el pronóstico de promedio móvil, pues es óptimo para patrones de demanda aleatorios o nivelados donde se pretende eliminar el impacto de los elementos irregulares históricos mediante un enfoque en períodos de demanda reciente.

**Tabla No. 10**

**Proyección del consumo nacional aparente de Chile**

<b>Año</b>	<b>CNA</b>	<b>Promedio Móvil</b>
2011	19.569,14	
2012	16.467,55	
2013	19.454,72	18.497,14
2014	18.497,14	18.139,80
2015	18.139,80	18.697,22
2016	18.697,22	18.444,72
2017	18.444,72	18.427,25
2018	18.427,25	18.523,06

**Fuente:** Cuadro No. 9 – Proyección investigadora

**Elaborado por:** La autora

**3.5.3.1. Demanda de mermelada de mora en Valparaíso**

Considerando que los datos anteriores abarcan a todo Chile y a las mermeladas de mora 57% y frutilla 43% se determinará el porcentaje específico para la mermelada de mora y para Valparaíso que representa el 5,61% de la población total de Chile. Se considera además que no hay oferta pues no existe exportación de mermelada de mora hacia Chile por parte de Ecuador.

**Tabla No. 11**

**Demanda de mermelada de mora en Valparaíso (toneladas)**

<b>Año</b>	<b>CNA</b>	<b>Mermelada de mora (57%)</b>	<b>Demanda Valparaíso (5,61%)</b>
2013	19.454,72	11.089,19	622,10
2014	18.497,14	10.543,37	591,48
2015	18.139,80	10.339,69	580,06
2016	18.697,22	10.657,42	597,88
2017	18.444,72	10.513,49	589,81
2018	18.427,25	10.503,53	589,25

**Fuente:** Cuadro No 10

**Elaborado por:** La autora

### 3.5.3.2. Oferta

La mora es un producto con alto valor unitario, los precios varían a través del año en función de la producción local, son más bajos cuando la producción es mayor y suben en invierno, cuando la producción en Estados Unidos y Europa disminuye<sup>38</sup>. En relación a la oferta de Ecuador a otros países de confituras, jaleas y mermeladas se muestra una disminución, por el hecho de que las mayores exportaciones se enfocan en los Estados Unidos dejando de lado mercados sudamericanos y al existir mayor producción de mora en Estados Unidos o al no poder competir con otros países con ventajas competitivas mayores a las de Ecuador se presentan disminuciones en las exportaciones.

**Tabla No. 12**  
**Oferta de mermelada de mora de Ecuador**

<b>Año</b>	<b>Toneladas</b>	<b>País</b>
2009	14,04	Italia, España, Francia, República de Corea (Sur),
2010	11,57	Italia, España, Francia, Cuba, Reino Unido
2011	2,67	España, Francia
2012	1,99	Estados Unidos, Francia
2013	1,06	Francia

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Banco central del Ecuador

En relación a la oferta de la empresa, la misma ofrece la mermelada de mora en forma de pasta homogénea obtenida por la cocción de la pulpa de fruta fresca de óptima calidad, preparada con edulcorantes naturales y conservantes permitidos, el producto tiene las siguientes presentaciones:

- Frasco 500 g.
- Frasco 400 g.
- Frasco 250 g.

---

<sup>38</sup> <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/mora.pdf>

### Figura No. 3

#### Producto



Fuente: Planhofa

#### 3.5.4. Análisis de la comercialización

A continuación se encuentran las empresas que presentan requerimiento de mermeladas de mora.

##### 3.5.4.1. Empresas que requieren mermelada de mora en Chile

A continuación se presentan las empresas que requieren mermelada de mora para la comercialización dentro de Valparaíso.

Tabla No. 13

#### Empresa Rocofrut

<b>DIRECCIÓN:</b>	Avenida Luis Thayer Ojeda 0130 Of. 610
<b>TELÉFONOS:</b>	(56) - (2) - 3352109
<b>FAX:</b>	(56-2) 3350879
<b>DIRECCIÓN ELECTRÓNICA</b>	<a href="http://www.rocofrut.cl">http://www.rocofrut.cl</a>
<b>INICIO ACTIVIDADES</b>	01-01-1993
<b>ACTIVIDADES</b>	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas
<b>CONTACTOS:</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>ÁREA</b>
Francisco Beauchemin	Ventas / marketing / publicidad
Adriano Donoso	Gerencia general

Elaborado por. La autora

**Tabla No. 14**  
**Empresa Langer**

<b>DIRECCIÓN:</b>	Los Cipreses 2569
<b>TELÉFONOS:</b>	(56-2) 8521240
<b>FAX:</b>	(56-2) 8529003
<b>DIRECCIÓN ELECTRÓNICA</b>	<a href="http://www.langer.cl">http://www.langer.cl</a>
<b>CONTACTOS:</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>ÁREA</b>
José Manuel Langer	Gerencia General

Elaborado por. La autora

**Tabla No. 15**  
**Empresa Lecker Delicatesen Puerto Octay**  
**Heidi Carolina Kramm Marty**

<b>DIRECCIÓN:</b>	<b>Calle monjitas 620</b>
<b>TELÉFONOS:</b>	(56) - (2) - 6644358
<b>FAX:</b>	(56-2) 6644358
<b>DIRECCIÓN ELECTRÓNICA</b>	<a href="http://www.lecker.cl">http://www.lecker.cl</a>
<b>CONTACTOS:</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>ÁREA</b>
Heidi Kramm	Ventas / Marketing / Publicidad

Elaborado por. La autora

### 3.5.5. Elección de la empresa contraparte

Se contactó con todas la empresas, mismas que estuvieron dispuestas a negociar, a continuación se presentan los términos de negociación expuestos por las mismas.



**Tabla No. 16**

**Parámetros de negociación**

<b>Empresa</b>	<b>Términos de Negociación</b>	<b>Cantidad Mínima Requerida TM</b>	<b>Forma de Pago</b>
Rocofrut S.A.	CIF	1,00	T/CC
LANGER	FOB	1,50	T/CC
Lecker Delikatessen Puerto Octay	CIF	0,50	CC

Elaborado por. La autora

**Referencia:**

T: Transferencia

CC: Carta de crédito.

Para la elección de la empresa con la cual se realizarán las negociaciones se ha tenido en cuenta a las que pueden negociar en términos FOB, pues prestarán facilidades a la empresa en cuanto al traslado del producto, solo hasta el puerto y librará de responsabilidades a la misma, se preferirá además a las empresas que manejen la carta de crédito como forma de pago, por lo que la elección más adecuada considerando dichos criterios es la empresa Langer, al negociar en términos FOB y utilizar la carta de crédito como forma de pago. Langer requiere comprar tonelada y media de mermelada de mora, en frascos de 400 gramos, es decir 3750 frascos mensuales.

**3.6. Estudio técnico**

A continuación se muestran las generalidades de la empresa en relación a sus antecedentes históricos, direccionamiento estratégico y aspectos técnicos en relación a la producción de los productos.

**3.6.1. Antecedentes históricos de Planhofa C.A.<sup>39</sup>**

La planta industrial se encuentra localizada en Ecuador, ciudad de Ambato capital de la Provincia del Tungurahua, a 250 Km. de la capital, Quito, su dirección: Avenida El

---

<sup>39</sup> Planhofa

Cóndor y Avenida Bolivariana. Su establecimiento se lo realizó considerando el punto geográfico estratégico y localmente el desarrollo de la ciudad, además de la vecindad con el centro de acopio más importante del centro del país, conocido como el Mercado Mayorista de Ambato, sin tener ninguna relación con ninguna empresa similar en su proximidad.

En junio de 1978 los Gobiernos de las Repúblicas de Italia y Ecuador firman el “Convenio de Cooperación Económica, Industrial y Técnica” con el propósito de consolidar, desarrollar y diversificar sus relaciones en este campo.

En noviembre de 1981 se firma el convenio de “Asistencia Técnica”, entre el Instituto de Comercio Exterior (ICE) y Ministerio de Agricultura y Ganadería, en representación de los gobiernos de Italia y Ecuador, respectivamente, para realizar el estudio de factibilidad en el área específica de “Producción, Conservación, Transformación y Comercialización de Productos Alimenticios Perecederos”.

En septiembre de 1982, el Ice de Italia y el MAG, contratan a la consultora italiana AGROTEC y en base a varias alternativas definen cinco proyectos, entre ellos la “Planta de Tratamiento en Fresco y Procesado de Productos Hortofrutícolas en Ambato”, Provincia del Tungurahua.

En mayo de 1983, el MAG solicita a la Embajada de Italia en Quito, la cooperación técnica italiana para ejecutar tres de los cinco proyectos, entre ellos la planta en Ambato.

En febrero de 1984, el Gobierno italiano contesta favorablemente a la solicitud ecuatoriana de Cooperación Técnica.

En agosto de 1985, el Gobierno ecuatoriano reitera su pedido al Gobierno de Italia, designando como entidad Ejecutora del proyecto en referencia al Ministerio de Agricultura y Ganadería.

En el marco de Convenio de Cooperación técnica Industrial y económica, el gobierno de Italia en el año de 1986 con el gobierno ecuatoriano firman un acuerdo complementario para la realización de un programa de comercialización de productos alimenticios perecederos e intervención en las áreas prioritarias de Tungurahua con la instalación de una planta industrial

Para la transformación de productos hortícolas. La ejecución del programa entra en vigencia en 1987.

El gobierno de la Republica de Italia, dando cumplimiento al acuerdo firmado con el gobierno de Ecuador entregó al Ministerio de Agricultura y Ganadería (M.A.G) para ser instalados en la Planta Hortofrutícola Ambato Compañía Anónima. Estos equipos y maquinarias, fueron entregados mediante acta de entrega recepción al Ministerio de Agricultura el 9 de julio del 2002

Acta mediante la cual el (M.A.G) se compromete a transferir equipos y maquinarias producto de la donación del Gobierno de Italia a los productores que hayan hecho los aportes necesarios a Planhofa, mediante un fideicomiso mercantil.

La situación geográfica de la Provincia de Tungurahua y por tanto de su capital, Ambato, hacen de ella el punto ideal para negocios agrícolas e industriales. Ambato constituye el centro de distribución y consumo de los productos agrícolas que son directamente comercializados por los agricultores, los mercados reciben el gran número de comerciantes que distribuyen grandes volúmenes de productos agrícolas, además que en el Ecuador, las provincias que se encuentran en la zona central del país son las provincias productoras de frutas es decir, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar razón para pensar en una planta de este tipo.

El sistema vial actual converge en la Planta como paso obligado para los cuatro puntos cardinales del país, siendo una fortaleza que favorece una distribución ideal.

### **3.6.2. Base legal**

La Planta Hortofrutícola Ambato Planhofa C.A., inició sus actividades Económicas de Producción de Mermeladas, Pulpas y Conservas, el día viernes 22 de abril de 1988.

Planhofa Compañía Anónima tiene su base legal en el Registro Único de Contribuyentes como Compañía Anónima con el número 1890109183001, obtiene la 38 clase de contribuyente especial según Resolución N° 196 el 10 de diciembre de 1999. Inicia sus actividades en 1990, con la actividad económica principal de productos en fresco.

En la ciudad de Ambato capital de la Provincia de Tungurahua, República del Ecuador el día 07 de julio de 1988 bajo el número 251 se constituyó la compañía, el último aumento de capital suscrito de esta compañía se celebró ante el notario séptimo del cantón Ambato, por instrumento público del 9 de diciembre del 2005, inscrito en el Registro Mercantil inscrito el 22 de diciembre del 2005, bajo el número 686.

De acuerdo a tal instrumento se fijó como capital suscrito la suma de “doscientos dos mil setecientos setenta y cinco dólares” en la junta de accionistas de la Compañía celebrada el 11 de abril del 2006.

Planhofa C.A. es una industria que se constituyó mediante escritura pública en el 1988, con el objeto de realizar actividades de comercialización de productos en fresco tanto en frutas como en hortalizas, y la producción industrial de frutas y hortalizas y su comercialización.

### **3.6.3. Accionistas de la empresa Planhofa C.A.**

La empresa es una compañía anónima, entre sus accionistas se encuentran ministerios, el municipio de Ambato, organizaciones de carácter privado.

**Tabla No. 17**  
**Participación de accionistas de Planhofa C.A.**

<b>Accionistas</b>	<b>Participación</b>
Ministerio de Agricultura y Ganadería	21,79%
Ilustre Municipio de Ambato	3.08%
Unión de pequeños y medianos agricultores de Tungurahua	49.16%
Fondo Ecuatoriano Popularum Progressio	12.99%
Fondo Ecuménico de Prestamos	12.99%

**Fuente:** Planhofa

**Elaborado por:** La autora

#### **3.6.4. Misión de Planhofa C.A.**

“Somos una empresa alimenticia, honesta y comprometida en ofrecer calidad y servicio a nuestros clientes promoviendo nuestro desarrollo, en el sector agrícola de pequeños y medianos productores preferentemente de la zona central.” Planhofa (2013).

#### **3.6.5. Visión de Planhofa C.A.**

“Ser una empresa líder en el Mercado Nacional, manteniéndonos bajo los esquemas de un sistema de Gestión de Calidad para ser competitivos y exportadores de productos provenientes del esfuerzo de los agricultores mejorando la seguridad alimentaria, e impulsando alianzas entre instituciones públicas, privadas, productores y empresa para generar desarrollo a nivel local.” Planhofa (2013).

#### **3.6.6. Principios y valores de Planhofa C.A.**

##### **3.6.6.1. Principios**

- Eficiencia - Eficacia: en la producción y comercialización de los productos
- Innovación: creatividad para lograr competitividad.
- Trabajo en equipo: por parte de todos sus miembros para ofrecer un producto acorde a las necesidades.

##### **3.6.6.2. Valores corporativos**

###### *Clientes externos*

- ✓ Calidad
- ✓ Seguridad
- ✓ Ética
- ✓ Competitividad
- ✓ Medio ambiente
- ✓ Transparencia

###### *Clientes internos*

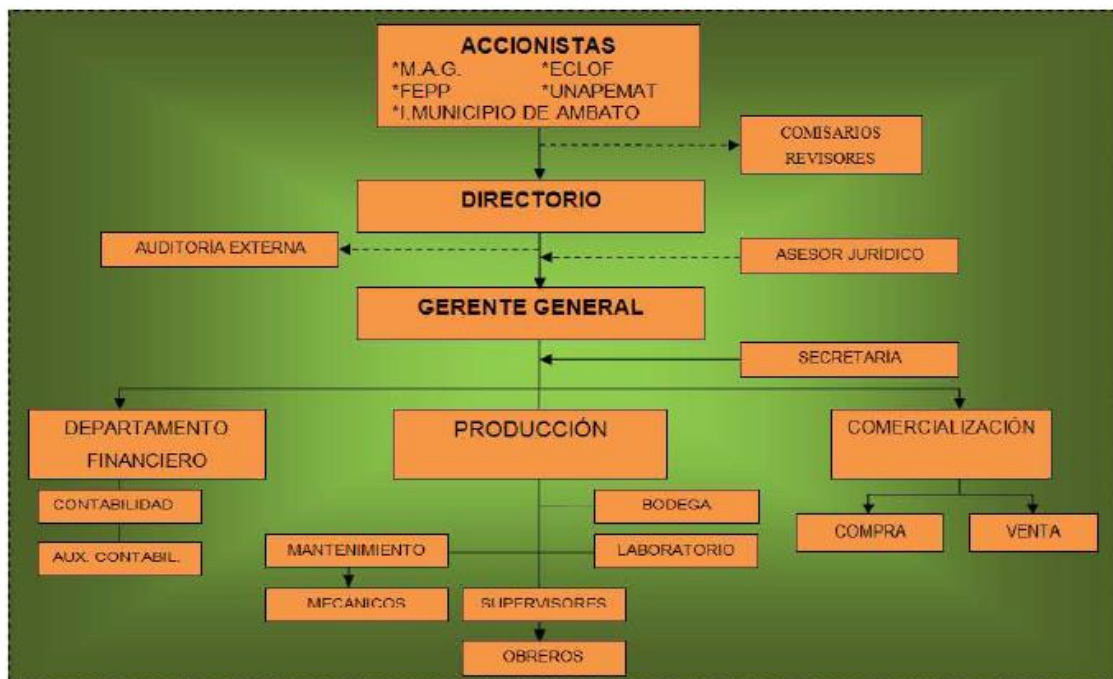
- ✓ Compromiso con la productividad y calidad.
- ✓ Minimizar los impactos ambientales

- ✓ Austeridad, transparencia y eficiencia en el uso de los recursos.
- ✓ Lealtad con la institución.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Equidad y desarrollo personal y continuo.

### 3.6.7. Estructura organizacional de Planhofa C.A.

La estructura organizacional hace referencia a como están estructuradas las diferentes áreas de la empresa.

**Figura No. 4**  
**Estructura organizacional de Planhofa C.A.**



Fuente: Planhofa

### 3.6.8. Descripción de la planta

La superficie total en donde está asentada la planta es de 25000 m<sup>2</sup>, la planta industrial ocupa un área de 4 200 metros cuadrados en un galpón compuesto por tres naves de 20 x 70 m. una al lado de la otra, que cubren además de la nave de procesado los servicios de personal y técnicos.

En el interior también se encuentra una cámara congelante a -27 grados centígrados, las dimensiones son de 7,60 x 7,60 x 4,40 m de altura con una capacidad de almacenamiento de 254 metros cúbicos. En la parte posterior se encuentran tres cámaras frías a 0 grados y un cámara de congelamiento de -9 a -17 grados centígrados con un pasillo intermedio, cada cámara tiene dimensión de 12,50 m x 8m x 6,50 m de altura útil, con una capacidad de almacenado de 650 metros cúbicos. Planhofa (2013).

La planta está dividida en dos áreas productivas, la zona de tratamiento en fresco y la zona de procesamiento, las cuales son subutilizadas. En la zona de tratamiento en fresco existen la línea frutícola, línea de tratamiento de cebolla y línea de tratamiento de zanahoria y tubérculos. En la zona de procesamiento existe la línea de frutas en almíbar y la línea de pulpas, mermeladas y jugos naturales. Planhofa (2013).

### **3.6.9. Tipos de productos**

Posee una gama de productos en frutas y hortalizas, en estado fresco, semiprocésado y procesado, como:

- ✓ Mermeladas para consumo industrial y consumidor final
- ✓ Pulpas para consumo industrial y consumidor final
- ✓ Jaleas
- ✓ Concentrados
- ✓ Frutas en almíbar
- ✓ Frutas troceadas
- ✓ Frutas Materia Prima

### **3.6.10. Ingeniería**

A continuación se muestran el proceso para la fabricación de la mermelada de mora, realizada por Planhofa en términos generales.

#### **Realizar limpieza y preparación de la maquinaria**

Considerando que existe una producción continua se requiere limpiar la maquinaria de pulpas de otras frutas y prepararla mecánicamente.

### **Receptar la materia prima**

Se receipta la materia prima y se evalúa que la misma cumpla con parámetros de color y madurez y ese las coloca en la tolva.

### **Cepillar y lavar**

La fruta para lavarse y cepillar para eliminar las impurezas que puedan existir.

### **Triturador**

Se procede a triturar la fruta hasta obtener su pulpa, la misma que aun cuenta con impurezas respecto a la misma fruta.

### **Filtro (prensa)**

En el proceso de prensado se refina la pulpa quedando lista para aumentar los aditivos correspondientes.

### **Pasteurizado**

La pulpa pasa a la marmita donde se pone el azúcar y conservante y se procede a pasteurizar.

### **Envasado**

Pasa a la maquina envasadora donde se envasa el producto en las siguientes presentaciones:

- Frasco 500 g.
- Frasco 400 g.
- Frasco 250 g.

### **Almacenado**

Se procede a almacenar el producto, cabe mencionar que no requiere refrigeración.

En el siguiente flujograma se muestran los procesos de producir diariamente 188 frascos de 400 gramos, considerando que la duración de los procesos demora 4 horas diarias y que por proceso se realizarían 94 frascos aproximadamente.



**Figura No. 5**

**Flujograma de producción de mermelada de mora**

Proceso	Tiempo	Costo	Cantidad
Inicio	--	--	--
Realizar limpieza y preparación de la maquinaria	30 min.	C. F.	--
La maquinaria esta preparada	3 min.	C. F.	--
Receptar la materia prima	10 min.	C.V. \$ 39,84	46,875 kg
Verificar que la materia prima cumpla con los requisitos	3 min.	C. F.	--
Colocar la materia prima en la tolva inicial	10 min.	C. F.	--
Cepillar y lavar	20 min.	CF	--
Triturador	15 min	C. F.	--
Filtro (prensa)	10 min	C. F.	--
Marmita de preparación	30 min.	C. F.	--
Azúcar y conservantes	3 min	C.V. \$ 38,17	Varias
Pasteurización	25 min	C. F.	--
Envasado	60 min	23,50	94 envases
Almacenamiento	21 min	C. F.	--
Fin	--	---	--

**Fuente:** Planhofa

### **3.6.11. Capacidad de producción (mermeladas):**

Planhofa C.A. es una empresa que se dedica al procesamiento de frutas con una capacidad instalada de adecuada que permite entregar productos de óptima calidad y cantidad, pero se debe considerar que la misma no podrá cumplir con una tonelada media mensual de mermelada de mora exclusivamente por lo que requerirá realizar nuevas inversiones.

Cuenta con diferentes líneas de producción que permiten mantener un segmento de mercado de los productos en: industrias de jugos, de lácteos y autoservicio.

En relación a la capacidad destinada para exportar se planea que sea de una tonelada y media mensual.

### **3.5.12. Maquinarias y equipos**

- **Caldero:** El caldero provee el calor para la realización de los procesos de una manera eficiente y rápida
- **Pulper de extracción:** La función del pulper es extraer la pulpa de la fruta.
- **Pulper de refinación:** Convierte la pulpa de fruta, y también fibra virgen, en una suspensión fibrosa (pulpa refinada).
- **Marmita:** En esta se vierte la pulpa y se añaden los aditivos, además de realizarse la pasteurización.
- **Envasadora:** la máquina envasa la mermelada en los frascos de las diferentes presentaciones de la empresa.
- **Pasteurizadora:** es una de las máquinas más importantes en el proceso pues a través de procesos térmicos reduce los agentes patógenos.

### **3.6.13. Materia Prima requerida**

En lo que se refiere a la materia prima la empresa ha dado el dato de que para fabricar 1 Tonelada métrica de mermelada de mora, se necesitaría 1,25 Tonelada métrica de la fruta mora es decir el 80% del peso de la fruta será la mermelada, la mora (mora de castilla) la proveen las personas de la zona (pequeños agricultores de Tungurahua).

### **3.6.14. Calendario de producción**

La producción tiene un lapso de 12 meses, la mora no presenta estacionalidad, es decir que se las encuentran en el mercado durante cualquier época del año, lo que permite mantener una ventaja competitiva frente a otros países, incluido Chile, pues al tener las 4 estaciones, su producción de frutas se reduce, mientras que en Ecuador se mantiene.

## CAPITULO IV

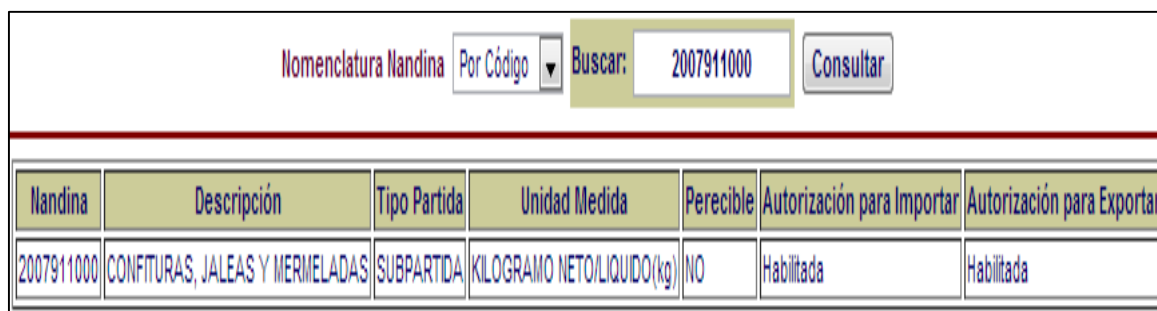
### 4. Propuesta: Proyecto de exportación de mermelada de mora de la empresa Planhofa C.A. de Ambato – Ecuador hacia la ciudad de Valparaíso – Chile para el periodo 2014

#### 4.1. Introducción

El presente plan de exportación describirá, analizará y planificará detalladamente las actividades de exportación que la empresa Planhofa C.A. debe desarrollar, el plan se convertirá en una herramienta empresarial muy útil.

El mismo servirá para la exportación puntual de mermelada de mora, cuya partida arancelaria es la 2007911000, la cual como se observa en la figura está habilitada tanto para importar como para exportar.

**Figura No. 6**  
**Partida Arancelaria**



The image shows a web interface for searching the Nomenclatura Nandina. At the top, there is a search bar with the text "Nomenclatura Nandina" and a dropdown menu set to "Por Código". To the right, there is a "Buscar:" field containing the code "2007911000" and a "Consultar" button. Below the search bar is a table with the following data:

Nandina	Descripción	Tipo Partida	Unidad Medida	Percible	Autorización para Importar	Autorización para Exportar
2007911000	CONFITURAS, JALEAS Y MERMELADAS	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIQUIDO(kg)	NO	Habilitada	Habilitada

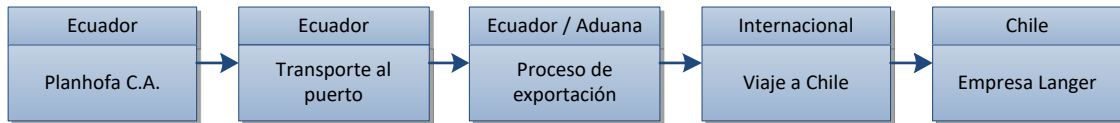
**Fuente:** [http://www.portal.bce.fin.ec/vto\\_bueno/comercio/consultaNomenclaturaNandina.jsp](http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/comercio/consultaNomenclaturaNandina.jsp)

#### 4.2. Esquema básico de exportación propuesto

Este plan se diseñará de forma flexible, de tal manera que se puedan generar cambios futuros para adaptarlo a la realidad del país en momentos dados, además que se lo podrá utilizar para la exportación de productos similares. Se debe tener en cuenta que se realiza una exportación indirecta, ya que el producto de Planhofa lo comercializará la empresa Langer y la misma pondrá su marca en el producto, por lo tanto usará sus propios canales de distribución y todo lo concerniente a lo que refiere a la publicidad.

**Figura No. 7**

**Esquema básico de exportación propuesto**



**Elaborado por:** La autora

### **4.3. Requisitos y documentos para exportar**

#### **4.3.1. Registro único de contribuyentes (RUC)**

La empresa Planhofa deberá tener el RUC debidamente actualizado en el SRI (Servicio de Rentas Internas), estar catalogada como exportadora en estado activo y con autorizaciones vigentes para: Emitir facturas o comprobantes de venta, y, guías de remisión.

#### **4.3.2. Certificado digital**

Para poder exportar Planhofa obligatoriamente deberá adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:<sup>40</sup>

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

##### **4.3.2.1. Certificado digital – Banco Central del Ecuador**

A continuación se presentan los trámites para obtener el certificado digital en el Banco Central del Ecuador.

- **Solicitar el certificado digital.**

Previo a solicitar un certificado digital de firma electrónica, revisar las normativas correspondientes a cada tipo de certificado DPC (Declaración de Prácticas de Certificación), PC(Políticas de Certificados).

<sup>40</sup> [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)

Antes de iniciar su solicitud, se deberá tener los documentos escaneados en formato PDF, (tamaño menor o igual a 1Mb y legibles), que requerirá subir para el registro, entre estos:<sup>41</sup>


- Conocer el número de RUC de la empresa.
- Copia de Cédula o pasaporte a Color.
- Copia de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad).
- Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal.
- Autorización firmada por el Representante Legal. (En caso de subrogación o delegación, adjuntar el oficio de encargo o delegación) Importante: Para el día en que realice el pago, traer esta autorización en formato impreso.

---

<sup>41</sup> <http://www.eci.bce.ec/web/guest/solicitud-de-certificado1>

## Figura No. 8

### Autorización firmada por el representante legal

**PLANHOFA C.A.**  
PLANHOFA C.A. ES UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE INGENIERIA Y CONSULTORIA

Ambato 3 de febrero del 2014  
No. de oficio

Ingeniero  
Hernán González López  
Director de la Entidad de Certificación de Información  
BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
Presente

**Asunto: Autorización de Certificados Digitales para funcionarios de (Nombre Entidad)**

De mi consideración:

En mi calidad de Representante Legal de (Nombre Entidad), solicito a usted la emisión de los certificados digitales de Firma Electrónica para los siguientes funcionarios de esta institución:

#	Titular	Cargo
1	Homero Medina	Gerente general

**Persona de contacto:**  
*Nombre: Homero Medina*  
*Teléfono: 0322410017*  
*Correo electrónico: info@planhofa.com*

Atentamente,

\_\_\_\_\_  
*Homero Medina*  
Representante Legal

Fuente: <https://www.eci.bce.ec/solicitud-de-certificado-requisitos;jsessionid=bff65b5e7adfd1f095df3775c3ed>

## Registro de la empresa

Para esto se deberá registrar a la empresa en la página:  
<http://www.eci.bce.ec/web/guest/registro-empresa-u-organizacion>.

**Figura No. 9**  
**Registro de la empresa**

**Registro de Empresa**

**Información Empresa**

\*Tipo de Empresa:  PUBLICA  PRIVADAS

\*RUC: 1890109183001

\*Razón Social: PLANTA HORTIFRUTIC

\*Actividad Económica: P- Actividades de hogares priv., empleadores y act. no diferenciadas hogares priv., como productores

\*Dirección: AVDA. EL CONDOR Y AVDA BOLIVARIANA

\*Teléfono: 032410017 Extensión: Eliminar Agregar

Fax: Ext. Fax:

\*Provincia: TUNGURAHUA

\*Ciudad: Ambato

**Información Representante**

\*Representante Legal - Nombres Completos: HOMERO MEDINA

\*Representante Legal - Tipo de Identificación: Cédula

\*Representante Legal - Cédula:

\*Correo Electrónico: info@planhofa.com Eliminar Agregar

**Para fines internos de validación**

Responda las preguntas de validación que ingreso al momento del registro de la solicitud.

\*Pregunta 1: LUGAR DE DESTINO FAVORITO

\*Pregunta 2: NOMBRE DE LA INSTITUCION DONDE REALIZO SUS ESTUDIOS SECUNDARIO

**Información Contacto**

Contacto - Nombres Completos: HOMERO MEDINA

Contacto - Teléfono: 32410017

Contacto - Correo Electrónico:

**Requisitos (Solo archivos PDF de tamaño menor o igual a 1Mb)**

*Copia del RUC de la Empresa	Seleccionar archivo RUC.doc	Limpiar
*Copia del Nombramiento del Representante Legal	Seleccionar archivo REPRESENTA...LEGAL.doc	Limpiar
*Copia a color cédula o pasaporte del Representante Legal	Seleccionar archivo CEDULA.doc	Limpiar

Subir Archivos

Toda la información contenida en este formulario es real y autorizo a la ECIBCE que verifique la misma

Por favor llene todos los campos que contienen el asterisco (\*)

Registrar Cancelar Ayuda

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/solicitud-de-certificado1>



Después de la aprobación la firma electrónica, la misma puede ser contenida de algunas formas y en algunos dispositivos, los cuales manejan tarifas diferenciadas, la empresa podrá elegir entre uno de los siguientes dispositivos.

**TOKEN** (Es un dispositivo criptográfico USB, donde se almacena su certificado digital de forma segura) - vigencia 2 años

**Tabla No. 18**  
**Tarifa – TOKEN**

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (token)	\$ 30,00 + IVA
Dispositivo Portable Seguro - Token	\$ 35,00 + IVA
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 65,00 + IVA</b>
Renovación del Certificado (válido por 2 años)	\$ 20,00 + IVA

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/tarifas2>

**HSM** (Hardware Security Module, es un dispositivo criptográfico ideal para altos volúmenes de transacciones, ejemplo: facturación electrónica) - vigencia 3 años

**Tabla No. 19**  
**Tarifa – HSM**

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (HSM)	\$ 90,00 + IVA
HSM - Puede adquirir a distribuidores locales	-----
Renovación del Certificado (válido por 3 años)	\$ 90,00 + IVA

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/tarifas2>

**ARCHIVO** (Es un certificado estandar x.509 en formato p12, que puede ser integrado en cualquier sistema operativo) - vigencia 1 año.

**Tabla No. 20**  
**Tarifa – Archivo**

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Archivo)	\$ 20,00 + IVA
TOTAL	\$ 20,00 + IVA
Renovación del Certificado (válido por 1 año)	\$ 15,00 + IVA

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/tarifas2>

**ROAMING** (Certificado almacenado de forma segura en servidores de la ECIBCE, que le permite realizar operaciones mediante el uso del applet publicado por la ECIBCE-ROAMING o un aplicativo opcional llamado ESP) - vigencia 2 años

**Tabla No. 21**  
**Tarifa – ROAMING**

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Roaming)	\$ 30,00 + IVA
TOTAL	\$ 30,00 + IVA
Renovación del Certificado (válido por 2 años)	\$ 20,00 + IVA

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/tarifas2>

#### **4.3.2.2. Certificado digital – security data**

Además de la opción del Banco Central del Ecuador, Planhoha podrá sacar su certificado digital a través de Security Data que es una Entidad Certificadora de firma electrónica y servicios relacionados autorizada por el CONATEL según la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> <http://www.securitydata.net.ec/>

A continuación se muestran los requisitos que Planhofa deberá presentar obligatoriamente:

- Original o copia certificada (notariada) del Registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa.
- Original o copia certificada (notariada) del Registro único de Proveedores (RUP) de la empresa en caso de Disponerlo.
- Original o copia certificada y legible del nombramiento del representante legal (se acepta nombramientos con un mínimo de vigencia de 1 mes). adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (debe tener al menos un mes de vigencia) u Original o copia certificada (notariada) de constitución de la Empresa solicitante.
- Original de la Autorización firmada por el representante legal.
- Formulario de solicitud lleno y firmado.
- Presentarse en Entidad que le proporcionó la cita físicamente para firmar el contrato, validar la identidad y emisión del certificado.

#### **4.3.3. Registro en Ecuapass**

Planhofa requerirá obligatoriamente registrarse en Ecuapass, el mismo es un punto de acceso virtual, donde se pueden desarrollar los trámites de autorización para la exportación o importación, sin la necesidad de visitar de manera presencial las instituciones gubernamentales que regulan el comercio exterior.<sup>43</sup>

Entre sus principales beneficios se tienen:

- Envío y recepción electrónica de información electrónica desde y hacia las entidades públicas.
- Aumenta la eficiencia en los procesos.
- Reducción en los tiempos totales de importación y exportación.

---

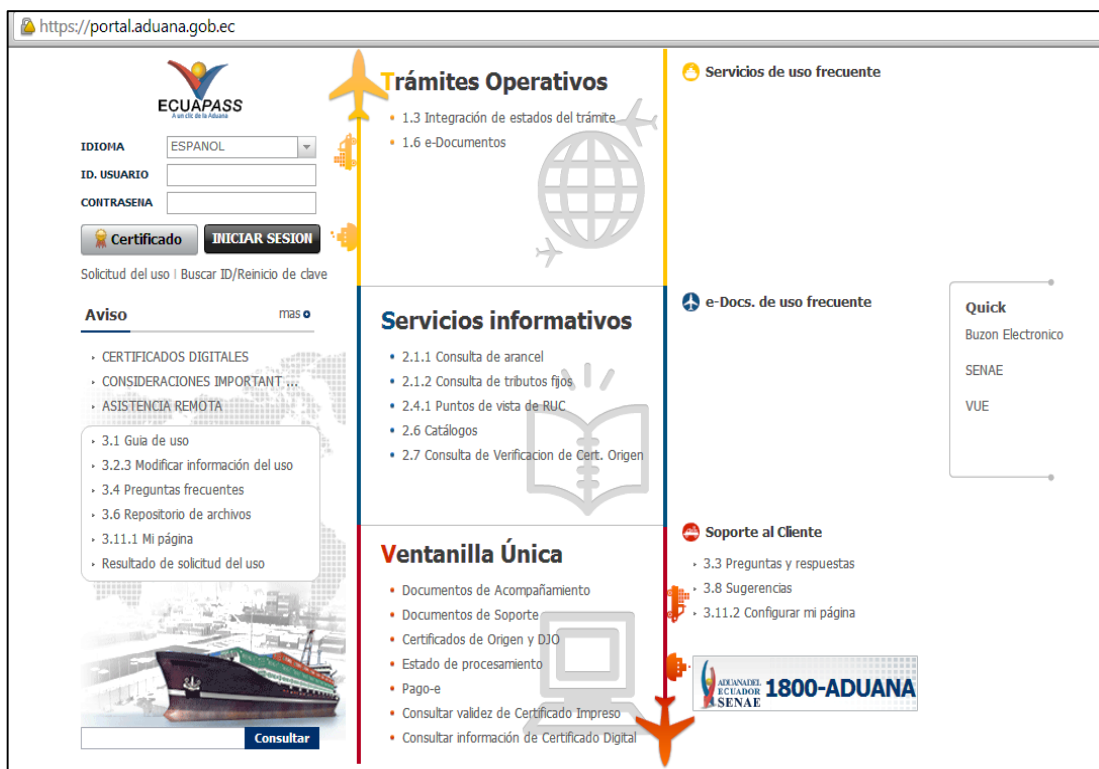
<sup>43</sup> Adunas del Ecuador

- Seguridad de información (uso de identificación única de certificado digital)
- Declarantes y entidades públicas o privadas pueden conocer el estado de los trámites.
- Disponibilidad inmediata de registros entre las instituciones públicas involucradas
- Eliminación de la inconsistencia de la información

Una vez que Planhoha haya adquirido el certificado digital, sea en el Banco Central del Ecuador o en Security Data, deberá registre en ECUAPASS, para esto deberá seguir los siguientes pasos:<sup>44</sup>

1. Ingresar al portal de Ecuapass, introduciendo la siguiente dirección: (<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>).

**Figura No. 10**  
**Portal de Ecuapass**



<sup>44</sup> <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>

2. El gerente o encargado del proceso deberá, hacer click en el link “solicitud de uso”.

**Figura No. 11**  
**Solicitud de uso**



The image shows a web browser window with the URL <https://portal.aduana.gob.ec> in the address bar. The page features the ECUAPASS logo, which includes a stylized figure with arms raised and the text "ECUAPASS" and "A un clic de la Aduana". Below the logo, there is a language selection dropdown menu set to "ESPAÑOL". There are two input fields for "ID. USUARIO" and "CONTRASEÑA". Below these fields are two buttons: "Certificado" (with a ribbon icon) and "INICIAR SESION" (in a black box). At the bottom, there is a link for "Solicitud del uso" and a text link "Buscar ID/Reinicio de clave". On the right side of the page, there is a vertical yellow graphic element featuring an airplane and a building icon.

Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

3. A continuación se desplazará la siguiente página, en la cual se deberá Crear usuario y contraseña, llenando datos como:

- Ruc
- Razón Social
- Dirección de la empresa
- Teléfono de la empresa
- Información del representante legal

**Figura No. 12**  
**Crear usuario y contraseña**

The screenshot shows the 'Solicitud del uso(Representante)' page on the ECUAPASS portal. The page includes a navigation menu with 'Trámites Operativos', 'Servicios Informativos', and 'Soporte al Cliente'. The main form is divided into several sections:

- Información de empresa:**
  - RUC empresa: 1890109183001
  - Razon Social: PLANTA HORTIFRUTICOLA AMBATO COMPANIA ANONIMA PLANHOFA C.A.
  - Direccion de empresa: [Empty]
  - Telefono empresa: [Empty]
- Información de representante:**
  - ID.usuario: [Empty]
  - Doc. Identificacion: CEDULA DE IDENTIDAD
  - Nombre Usuario: USUARIO
  - Contraseña: [Masked]
  - Confirmación de Contraseña: [Empty]
  - Preguntas de Clave:
    - Clave1: ¿LUGAR DE NACIMIENTO DE SU PAPA? Respuesta: PLANHOFA
    - Clave2: ¿IGLESIA DONDE SE CASO? Respuesta: PLANHOFA
    - Clave3: ¿NOMBRE DE SU CIUDAD PREFERIDA? Respuesta: PLANHOFA
  - Provincia: TUNGURAHUA
  - Ciudad: --Selección--
  - Dirección: [Empty]
  - Telefono1: [Empty]
  - Telefono2: [Empty]
  - Celular: MOVISTAR
  - Fax: [Empty]
  - Correo Electronico: [Empty]
  - Confirmación de correo electronico: [Empty]
  - Posicion: REPRESENTANTES
  - SENAE Correo Electronico: [Empty]
  - Recibir mensaje SMS:  Recibir  No recibir
- Tipo de OCEs:** AGENTE DE ADUANA
- Table of OCEs:**

No	Código de OCEs	En el informe se clasifican	Solicitar nuevo código
1	16938975	IMP/EXPORTADOR	EMISION
- Identificación única de certificado digital:** [Empty]
- File Upload Table:**

<input type="checkbox"/>	Nombre del archivo	Tamaño del archivo
<input type="checkbox"/>		KByte
- Tamaño total de archivo: [Empty]

Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

4. El representante deberá ingresar la información de firma digital, eligiendo según la ubicación de certificación como se muestra en la figura a continuación:

**Figura No. 13**

**Ingresar la identificación única de certificado digital**



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

5. Planhoha deberá aceptar las políticas de uso para poder continuar, que es el contrato que normará las relaciones que se realizan a través de Ecuapass.

**Figura No. 14**

**Ingresar la identificación única de certificado digital**



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

6. A continuación el personal encargado de la exportación de Planhofa ya podrá acceder al portal Ecuapass y dirigirse al módulo de ventanilla única.

**Figura No. 15**  
**Ingresar a Ventanilla única**



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

#### **4.3.4. Proceso de exportación**

Planhofa deberá iniciar con la transmisión electrónica de una declaración aduanera de exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del Planhofa.



Los datos que se consignarán en la DAE son:<sup>45</sup>

- Del exportador o declarante: Planhofa
- Descripción de mercancía por ítem de factura: Mermelada de mora
- Datos del consignante: Planhofa
- Destino de la carga: Valparaíso - Chile
- Cantidades: 1½ tonelada
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía: datos específicos

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de aforo documental
- Canal de aforo físico intrusivo
- Canal de aforo automático

Para el caso del canal de aforo automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del canal de aforo documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren

---

<sup>45</sup> [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)

novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del canal de aforo físico intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

#### **4.3.5. Documentos para exportar**

Los documentos requeridos para exportar son los siguientes:

##### **Factura Proforma**

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Factura Pro Forma No
- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm.
- Plazo de validez.
- Firma del exportador.

**Figura No. 16**  
**Modelo de factura proforma**

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE				
<b>REMITENTE</b>				
Empresa: Planhofa				
Contacto: Homero Medina				
Dirección: Avda. Cóndor S/N Avda. Bolivariana				
Teléfono: 3 2410017				
<b>DESTINATARIO</b>				
Empresa: Langer				
Contacto: José Manuel Langer				
Dirección (incluir código postal): Los Cipreses 2569 C.P. 2340000				
Teléfono: (56-2) 8529003				
Guía n°				
ítem	Descripción detallada de los bienes ítem x ítem (Evitar colocar no de artículo)	Cantidad por unidad	Valor unitario en \$	Valor total en \$
01	Mermelada de mora	3750	2,25	8437,50
Total piezas: 3750		Total \$ 8437,50		
Peso total: 1875 kilogramos				
<p>Planhofa certifica que la información declarada en esta factura proforma es verdadera y correcta y que los contenidos de este envío corresponden a los declarados en esta factura proforma.</p> <p>Planhofa autoriza a DHL a ejecutar cualquier documento adicional necesario para la exportación de la mercadería aquí declarada.</p> <p>Planhofa hereby certify that the information on this invoice is true and correct and that the contents of this shipment are as slated above.</p> <p>Planhofa do hereby authorize DHL Corporation lo execute any additional documents necessary for the export of merchandise described herein on my/our behalf.</p> <p>Firma _____ Fecha _____</p> <p>Aclaración _____</p>				

**Fuente:** adexdatatrade.com

**Elaborado por:** La autora

## **Factura Comercial:**

Es emitida por el exportador, y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

**Figura No. 17**  
**Modelo de factura comercial**

EMPRESA EXPORTADORA: Planhofa							
Dirección: Avda. Cóndor S/N Avda. Bolivariana							
Teléfono / Fax: 3 2410017							
E-mail : info@langer.cl							
Señores		Nombre de Contacto: José Manuel Langer					
EMPRESA IMPORTADORA: Langer							
Dirección: Los Cipreses 2569 C.P. 2340000		Nuestra referencia: 001					
Atención		N° Cliente: 001					
INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N° 001		N° de Orden de pedido: 001					
La mercancía ha sido enviada en: transporte terrestre		Fecha					
Dimensiones Embalaje: 1 m x 1 m x 0.5 m							
Grossweight (peso Bruto): 1884,38 kg.							
Netweight (Peso) Neto): 1875 kg.							
Marks (marcas): N/A							
Vía:							
Made in Ecuador							
Ítem	Cantidad	Unid	Descripción de mercaderías	Partida arancelaria	Moneda	Precio Unitario	Precio total
01	3750	Unid.	Frascos de mermelada	2007911000	Dólar de Estados Unidos	\$2,25	\$ 8437,50
INCOTERM: FOB				TOTAL FACTURADO			\$ 8437,50

**Fuente:** adexdatatrade.com

**Elaborado por:** La autora

### **Carta de Porte:**

Es el documento más importante en la carga terrestre dado que cumple las mismas funciones que el conocimiento de embarque marítimo, es decir que concede la titularidad de la mercadería al poseedor del mismo; por lo general, este es emitido por la compañía de transporte terrestre, y en el figuran los siguientes datos:

- Exportador.
- Consignatario.
- Importador.
- Lugar y fecha de emisión.
- Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.
- Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.
- Ruta y plazo del transporte.
- Marcas y números.
- Aduana de salida del país exportador y aduana de entrada del país importador.
- Formalidades para el despacho de la mercadería.
- Declaración del valor de la mercadería.
- Documentos anexos (copias de factura, certificados, etc.)
- De acuerdo a los requerimientos bancarios y de lo oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos originales de la mercadería pueden viajar con el medio de transporte o ser enviados por separado.

**Figura No. 18**  
**Modelo de Carta de Porte**

<b>CARTA DE PORTE</b>					
<b>ORIGEN:</b>				<b>DESTINO:</b>	
<b>REMITENTE</b>			<b>CONSIGNATARIO</b>		
<b>CALLE Y NUMERO</b>			<b>CALLE Y NÚMERO</b>		
<b>RFC</b>		<b>E-MAIL</b>		<b>RFC</b>	
<b>CONTACTO</b>		<b>TELÉFONO</b>		<b>CONTACTO</b>	
<b>FACTURAR A ( SI ES DIFERENTE AL CLIENTE ESPECIFIQUE):</b>			<b>NÚMERO DE R.F.C.</b>		
<b>CALLE Y NUMERO:</b>			<b>CONTACTO PAGO</b>		<b>E-MAIL</b>
<b>CIUDAD:</b>		<b>ESTADO</b>		<b>NÚMERO DE CLIENTE</b>	
<b>NUMERO DE PIEZAS</b>	<b>TIPO DE EMBALAJE</b>	<b>CONTENIDO GENÉRICO DECLARADO POR EL REMITENTE NUEVO O USADO</b>		<b>PESO BRUTO</b>	<b>VOLUMEN EN M<sup>3</sup></b>
<b>INFORMACIÓN ADICIONAL PRIMERA VENTA</b>					
<b>MERCANCÍA NACIONAL:</b>		<b>SI ( ) NO ( )</b>		<b>VALOR TOTAL DECLARADO POR PARTE DEL CLIENTE:</b>	
<b>DE IMPORTACIÓN:</b>		<b>SI ( ) NO ( )</b>		<b>0,00</b>	
<b>RECIBIDO EL EMBARQUE POR.....:</b>			<b>SE PAGARÁ A LOS 15 DÍAS FECHA FACTURA EN UNA SOLA EXHIBICIÓN</b>		
<b>NOMBRE</b>		<b>FECHA</b>	<b>FIRMA</b>		<b>TARIFA DE SERVICIOS BÁSICOS</b>
					<b>FLETE</b>
					\$0,00
					<b>TOTAL DE OTROS</b>
					\$0,00
					<b>SUB-TOTAL</b>
					\$0,00
<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>				<b>IVA DE % (según sea el caso)</b>	
<b>PREEXPEDICIÓN</b>	0,00	<b>EMBALAJE</b>	0,00	<b>TOTAL DE FLETE Y OTROS</b>	
<b>PREVIA CITA</b>	0,00	<b>KILOMETRAJE</b>	0,00	<b>SEGURO OPCIONAL</b>	
				<b>IVA DEL SEGURO %</b>	
<b>ALMACENAJE</b>	0,00	<b>CAMBIO PALLET / REPALETIZADO</b>		<b>TOTAL DEL SEGURO MAS IVA</b>	
<b>DEVOLUCIÓN A ORIGEN</b>	0,00		0,00	<b>GRAN TOTAL A FACTURAR</b>	
				<b>\$0,00</b>	
<b>CANTIDAD CON LETRA:</b>					
<b>FECHA COMPROMISO DE ENTREGA:</b>					
<b>EL REMITENTE ACEPTA LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES ESTABLECIDAS EN EL PRESENTE DOCUMENTO</b>					
<b>POR EL REMITENTE</b>			<b>ENTREGA EN DESTINO</b>		
<b>NOMBRE :</b>			<b>NOMBRE:</b>	<b>FIRMA:</b>	
<b>FECHA</b>			<b>FECHA Y HORA DE RECEPCIÓN :</b>		
<b>FIRMA</b>			<b>OBSERVACIONES CLIENTE:</b>		

**Fuente:** adexdatatrade.com

**Elaborado por:** La autora

## **Lista de Empaque - Packing List**

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo éste factor de la naturaleza de las mercaderías.

Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.

Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.



**Figura No. 19**  
**Lista de Empaque - Packing List**

Lista de Empaque / Packing List						
<b>Fecha:</b> 01/02/2014						
<b><u>Exporter:</u></b> NOMBRE: Planhofa DIRECCIÓN Avda. Cóndor S/N Avda. Bolivariana PAÍS: Ecuador			<b><u>Consignee:</u></b> NOMBRE: Langer DIRECCIÓN: Los Cipreses 2569 PAÍS: Chile			
<b>Incoterms:</b>			<b><u>Notify:</u></b>			
<b>Peso Bruto:</b> 1884,38 kg						
<b>Peso Neto:</b> 1875 kg						
<b>M. Cúbicos:</b> 6,5 m <sup>3</sup>						
<b>Forma de Pago:</b> carta de crédito						
<b>Plazo de Pago:</b> N/A						
<b>Puerto de embarque:</b> Puerto de Guayaquil						
<b>Puerto de destino:</b> Puerto de Valparaíso						
ÍTEM	CAJAS	DESCRIPCIÓN	P. BRUTO	P. NETO	M3	CAJAS
01	13	Frascos de mermelada	1884,38 kg	1875 kg	6,5	13
<b><u>OBSERVACIONES:</u></b> no requiere refrigeración						

**Fuente:** adexdatatrade.com

**Elaborado por:** La autora

**Certificados de Calidad para conservas alimenticias**

Este certificado ya lo tiene Planhofa, el mismo se lo utiliza tanto para exportar como para la comercialización interna, lo otorga el INEN y tiene por objeto establecer el contenido de plomo en conservas vegetales.

#### 4.4. Regímenes aduaneros

Existen varios regímenes aduaneros a los cuales una exportación se puede acoger.

**Tabla No. 22**

**Regímenes aduaneros**

<b>Exportación a consumo:</b>	<b>Exportación temporal con reimportación en el mismo estado:</b>	<b>Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo:</b>	<b>Reexportación:</b>	<b>Exportación bajo régimen de maquila:</b>	<b>Ferias internacionales:</b>
Las mercaderías salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.	Las mercaderías son utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con un fin determinado y son reimportadas sin modificación alguna.	Permite la salida de mercaderías para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.	Cuando retornan al país mercaderías exportadas a consumo definitivo por haber sido rechazadas en el país de destino.	Es un régimen suspensivo de pago de impuestos, que permite el ingreso de mercaderías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación, ser reexportadas.	Es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración.

El régimen aduanero al cual Planhofa C.A. se apega es el régimen de consumo, considerando que las mermeladas salen del Ecuador para su uso o consumo definitivo en el Chile, pues las mismas no volverán a ingresar en el territorio ecuatoriano.

#### **4.5. Elección de la forma de pago**

En los contratos comerciales se establecen condiciones de entrega de las mercancías, forma de pago, garantías, seguros, reparto de costos y riesgos del transporte entre las partes, la mayoría de transacciones se efectúan mediante el pago contra presentación de documentos o pago documentario.

Las formas de pago más convenientes para el tipo de producto y considerando que ambas empresas tiene un alto grado de seriedad son:

**Pago a la vista.-** El comprador recibe la factura del vendedor y paga por adelantado o en la fecha convenida, sin más formalidades;

**Pago por documentos.-** Este es un sistema muy utilizado, pues los documentos que existen de por medio entre exportador e importador, constituyen la base que evidencia la exportación, o sirve como prueba de que la exportación ha sido ya efectuada.

Y por último en esta investigación se destaca la utilización de la carta de crédito o crédito documentario que es uno de los métodos más utilizados, conocidos y convenientes.

**Crédito documentario.-** Las posibilidades de que el importador rechace la mercadería o no quiera pagar es mínima o inexistente con esta modalidad de pago: crédito documentario, ya que no deja esta libertad al comprador, porque no dispone más del monto de la transacción que ha sido bloqueado por el Banco del importador.

**Procedimiento.-** Un Banco del Exterior a nombre y cuenta del importador emite una obligación de pago en favor del exportador a través de un Banco Corresponsal, una vez que se hayan cumplido todas y cada una de las condiciones estipuladas en dicha carta de crédito.

Por lo tanto se recomienda a la empresa utilizar el crédito documentario el mismo que presta muchas facilidades y seguridad de pago, pues las posibilidades de que el importador en Chile rechace la mercadería o no quiera pagar es mínima con el crédito documentario, ya que no deja esta libertad al comprador, porque no dispone más del monto de la transacción que ha sido bloqueado por el Banco del importador.

#### 4.6. Elección del puerto

Para la selección del puerto considerando que todos los trámites se los realiza a través de internet y que no hay mayor diferencia en los trámites de exportación se elegirá el puerto considerando la distancia, a continuación se muestran los puertos del Ecuador

**Figura No. 20**  
**Puertos en Ecuador**



Fuente: [http://www.remar.com.ec/remar/es/Puertos\\_/Puertos%20de%20Ecuador](http://www.remar.com.ec/remar/es/Puertos_/Puertos%20de%20Ecuador)

#### Distancias a los principales puertos:

Ambato – Manta: 404 km

Ambato – Guayaquil: 288 km

Ambato – Esmeraldas: 390 km

Por lo que Planhofa deberá elegir al puerto de Guayaquil para la exportación, el flete se demorará aproximadamente 5 horas y media, en llegar al mismo, y desde ahí partirá al puerto destino que será Valparaíso que se encuentra a 2633,54 kilómetros<sup>46</sup>, el cual se demorará de 8 a 15 días por vía marítima, ya que la misma abarata los costos y es más rápida.

#### 4.7. Incoterms

El incoterm a utilizar es FOB (Free On Board o Franco a bordo) es decir la empresa Planhofa entregará las mermeladas sobre el buque. El vendedor, en este caso Langer contrata el transporte, para transportar las mermeladas hasta el puerto se utilizará un camión de fletes desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil.

**Figura No. 21**  
**Incoterms**



Elaborado por: La autora

#### 4.8. Aranceles

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional. Solo se pagará el impuesto FONDINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) que es del 0,5%.<sup>47</sup>

<sup>46</sup> <http://www.shoa.cl/servicios/descargas/pdf/pub3010.pdf>

<sup>47</sup> [http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/forum/topics/cuales-son-la-principales-barreras-a-las-exportaciones?commentId=2927438%3AComment%3A46186&xg\\_source=activity](http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/forum/topics/cuales-son-la-principales-barreras-a-las-exportaciones?commentId=2927438%3AComment%3A46186&xg_source=activity)

#### 4.9. Requisitos logísticos.

Entre los requisitos logísticos para poder exportar el producto se encuentran:

- Refrigeración  
Este producto no requiere refrigeración.
- Envase  
El envase utilizado por Planhoba es un recipiente de vidrio sellado al vacío.
- Contenedor de envase  
El contenedor será una caja master, la misma es una caja que contiene una o más unidades del producto previamente empacado o no, para agrupar, debidamente normalizada, lista para paletizar, o distribuir. Dentro de cada caja se empacaran 300 frascos y se enviarán 13 cajas.

**Figura No. 22**

**Caja master**



- Contenedor  
El contenedor será compartido con otros productos, el mismo tiene medidas estándar, las cuales se detallan a continuación:
  - Alto: 230 cm
  - Ancho: 590 cm
  - Profundidad: 12000 cm

#### 4.10. Estudio financiero

El estudio financiero busca dar una idea de cómo estarán estructurados los principales costos y las inversiones necesarias que se tendrá que realizar para la realización de la exportación de la mermelada de mora, basados en los datos obtenidos previamente.

##### 4.10.1. Inversiones para la línea de exportación de mora

En lo que se refiere a las inversiones se las ha dividido en tres: Inversión fija, intangible y en capital de trabajo, en el cual se desglosa en costos, gastos administrativos y gastos venta necesarios para producir los 3750 frascos de mermelada mora de 400 gramos, que representan la tonelada y media que requiere la empresa Langer.

**Tabla No. 23**  
**Matriz de Inversiones**

<b>INVERSIÓN FIJA</b>			
<b><u>Maquinaria</u></b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
Caldero	1	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
Marmita	1	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Pulper de extracción	1	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00
Pulper de refinación	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Envasadora	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Pasteurizadora	1	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00
Bascula	2	\$ 300,00	\$ 600,00
<b><u>Muebles de Oficina</u></b>		\$ 460,00	\$ 460,00
<b><u>Equipo de cómputo</u></b>		\$ 800,00	\$ 800,00
<b>INVERSIÓN FIJA TOTAL</b>			<b>\$ 21.860,00</b>
<b>Intangibles</b>			
Firma digital			\$ 72,80
Renovación de certificado digital			\$ 67,20
<b>INVERSIÓN INTANGIBLE TOTAL</b>			<b>\$ 140,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO (mensual)</b>			
<b>Materia Prima</b>			
Mora (toneladas)	1,875	\$ 850,00	\$ 1.593,75
Azúcar (kilos)	937,500	\$ 0,88	\$ 825,00
Pectina (kilos)	46,875	\$ 14,92	\$ 699,38

Conservantes (kilos)	0,938	\$ 2,38	\$ 2,23
<b>Materiales Directos</b>			
Frasco vidrio 350 cc	3750	\$ 0,25	\$ 937,50
Cajas master	13	\$ 1,50	\$ 19,50
<b>Mano de Obra</b>			
Obrero 1			\$ 402,79
Obrero 2			\$ 402,79
<b>Costos Indirectos de fabricación</b>			
Energía Eléctrica			\$ 70,00
Mantenimiento			\$ 100,00
<b>Gasto Administrativo</b>			
Sueldos			\$ 1.378,27
Servicios Básicos			\$ 15,00
<b>Gasto de Ventas</b>			
Sueldos			\$ 689,13
Servicios Básicos			\$ 15,00
Transporte al puerto			\$ 180,00
Agente trámite aduanero			\$ 150,00
<b>Total capital de trabajo</b>			<b>\$ 7.480,33</b>
<b>Total de la inversión</b>			<b>\$ 29.480,33</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora

#### 4.10.2. Costos

A los costos de los clasificará en costos fijos y variables, considerando que los costos fijos no se afectan por las unidades producidas de producto y que los costos variables están relacionados directamente a la producción de la empresa.



**Tabla No. 24**  
**Matriz de costos y gastos (anual)**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Dólares</b>	<b>Fijo</b>	<b>Variable</b>	<b>Total</b>
<b>Materia Prima</b>					\$ 37.444,28
Mora (toneladas)	22,50	\$ 850,00		\$ 19.125,00	
Azúcar (kilos)	11250,00	\$ 0,88		\$ 9.900,00	
Pectina (kilos)	562,50	\$ 14,92		\$ 8.392,50	
Conservantes (kilos)	11,25	\$ 2,38		\$ 26,78	
<b>Materiales Directos</b>					\$ 11.475,00
Frasco vidrio 350 cc	45000	\$ 0,25		\$ 11.250,00	
Cajas master	150	\$ 1,50		\$ 225,00	
<b>Mano de Obra</b>					\$ 9.666,88
Obrero 1		\$ 4.833,44	\$ 4.833,44		
Obrero 2		\$ 4.833,44	\$ 4.833,44		
<b>Costos Indirectos de fabricación</b>					\$ 4.334,00
Depreciación		\$ 2.266,00	\$ 2.266,00		
Amortización		\$ 28,00	\$ 28,00		
Energía Eléctrica		\$ 840,00		\$ 840,00	
Mantenimiento		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00		
<b>Gasto Administrativo</b>					\$ 16.719,20
Sueldos		\$ 16.539,20	\$ 16.539,20		
Servicios Básicos		\$ 180,00	\$ 180,00		
<b>Gasto de Ventas</b>					\$ 12.409,60
Sueldos		\$ 8.269,60	\$ 8.269,60		
Servicios Básicos		\$ 180,00	\$ 180,00		
Transporte al puerto		\$ 2.160,00	\$ 2.160,00		
Agente trámite aduanero		\$ 1.800,00	\$ 1.800,00		
<b>Egresos Anuales</b>			\$ 42.289,68	\$ 49.759,28	\$ 92.048,96

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La autora

En relación al costo por unidad, se lo determina dividiendo el costo total que asciende a \$ 92.048,96 para las unidades producidas que son de 45000, dando como resultado \$ 2,05.

#### 4.10.2.1. Costo de producción

El costo de producción está compuesto por la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación y esta relacionadas directamente al producto.

**Tabla No. 25**  
**Costo de producción**

<b>Materia prima</b>	\$ 37.444,28
<b>Materiales directos</b>	\$ 11.475,00
<b>Mano de obra</b>	\$ 9.666,88
<b>Costos indirectos</b>	\$ 4.334,00
<b>Total</b>	\$ 62.920,16

Fuente: Tabla No. 24

Elaborado por: La autora

#### 4.10.2.2. Costo promedio y determinación del precio de venta

El costo promedio mostrara cuánto cuesta la producción de una unidad producida.

**Costo promedio** = Costo total / unidades producidas

**Costo promedio** = \$ 92.048,9 / 45000

**Costo promedio** = \$ 2,05

El precio de venta será fijado aumentando al costo promedio el 9.9% de utilidad que es el porcentaje máximo que hace que el precio sea aceptable en el mercado chileno considerando la variación del tipo de cambio.

**Precio de venta** = Costo promedio + (Costo promedio x % de utilidad)

**Precio de venta** = \$ 2,05+ (\$ 2,05 x 9,9%)

**Precio de venta** = \$ 2,05+ (\$ 0,20)

**Precio de venta** = \$ 2,25

#### 4.10.3. Calculo de los ingresos.

Se ha considerado que la producción de la empresa será de 45000 frascos de 400 gramos, el precio se fijó en 2,25 dólares, para la empresa Langer.

Ventas anuales: 45000 unidades x \$ 2,25 = \$ 101.250,00

Los ingresos se proyectaran considerando un incremento en la producción del 5%, considerando el crecimiento de la empresa en los últimos años según el gerente de la misma.

Para la proyección se utilizó el método del monto, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Vf = Va(1 + r)^n$$

Dónde:

Vf = valor futuro

Va = valor actual

r = tasa de proyección (crecimiento poblacional)

n = tiempo

$$\text{Año 2014} = \text{Año 2013}(1 + 0,05)^1$$

$$\text{Año 2014} = 101250(1,05)^1$$

$$\text{Año 2014} = \$ 106.312,50$$

$$\text{Año 2015} = \text{Año 2013}(1 + 0,05)^2$$

$$\text{Año 2015} = 101250(1,05)^2$$

$$\text{Año 2015} = \$ 111.628,13$$

$$\text{Año 2016} = \text{Año 2013}(1 + 0,05)^3$$

$$\text{Año 2016} = 101250(1,05)^3$$

$$\text{Año 2016} = \$ 117.209,53$$

$$\text{Año 2017} = \text{Año 2013}(1 + 0,05)^4$$

$$\text{Año 2017} = 101250(1,05)^4$$

$$\text{Año 2017} = \$ 123.070,01$$

**Tabla No. 26**

**Ingresos proyectados**

<b>AÑOS</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Ventas</b>	\$ 101.250,00	\$ 106.312,50	\$ 111.628,13	\$ 117.209,53	\$ 123.070,01

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

#### 4.10.4. Estado de resultados

**Tabla No. 27**  
**Estado de resultados**

Ventas	\$ 101.250,00	\$ 106.312,50	\$ 111.628,13	\$ 117.209,53	\$ 123.070,01
Valor de salvamento					\$ 10.530,00
Costo de Producción	\$ 62.920,16	\$ 66.066,16	\$ 69.369,47	\$ 72.837,94	\$ 76.479,84
Utilidad Bruta	\$ 38.329,85	\$ 40.246,34	\$ 42.258,65	\$ 44.371,59	\$ 57.120,17
(-) Gastos de Administración	\$ 16.719,20	\$ 17.555,16	\$ 18.432,92	\$ 19.354,56	\$ 20.322,29
(-) Gasto de Ventas	\$ 12.409,60	\$ 13.030,08	\$ 13.681,58	\$ 14.365,66	\$ 15.083,95
Utilidad Neta antes de imp.	\$ 9.201,05	\$ 9.661,10	\$ 10.144,15	\$ 10.651,36	\$ 21.713,93
(-) 0,5% Fodinfra	\$ 506,25	\$ 531,56	\$ 558,14	\$ 586,05	\$ 615,35
Utilidad antes de part. Trab.	\$ 8.694,80	\$ 9.129,53	\$ 9.586,01	\$ 10.065,31	\$ 21.098,58
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 1.304,22	\$ 1.369,43	\$ 1.437,90	\$ 1.509,80	\$ 3.164,79
Utilidad antes de IR	\$ 7.390,58	\$ 7.760,10	\$ 8.148,11	\$ 8.555,52	\$ 17.933,79
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 1.625,93	\$ 1.707,22	\$ 1.792,58	\$ 1.882,21	\$ 3.945,43
Utilidad Neta	\$ 5.764,65	\$ 6.052,88	\$ 6.355,53	\$ 6.673,30	\$ 13.988,36

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La autora

#### 4.10.5. Flujo de caja

**Tabla No. 28**  
**Flujo de caja**

	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas		\$ 101.250,00	\$ 106.312,50	\$ 111.628,13	\$ 117.209,53	\$ 123.070,01
Valor de salvamento						\$ 10.530,00
Costo de Producción		\$ 62.920,16	\$ 66.066,16	\$ 69.369,47	\$ 72.837,94	\$ 76.479,84
Utilidad Bruta		\$ 38.329,85	\$ 40.246,34	\$ 42.258,65	\$ 44.371,59	\$ 57.120,17
(-) Gastos de Administración		\$ 16.719,20	\$ 17.555,16	\$ 18.432,92	\$ 19.354,56	\$ 20.322,29
(-) Gasto de Ventas		\$ 12.409,60	\$ 13.030,08	\$ 13.681,58	\$ 14.365,66	\$ 15.083,95
Utilidad Neta antes de imp.		\$ 9.201,05	\$ 9.661,10	\$ 10.144,15	\$ 10.651,36	\$ 21.713,93
(-) 0,5% Fondinfa		\$ 506,25	\$ 531,56	\$ 558,14	\$ 586,05	\$ 615,35
Utilidad antes de part. Trab.		\$ 8.694,80	\$ 9.129,53	\$ 9.586,01	\$ 10.065,31	\$ 21.098,58
(-) 15% part. Trabajadores		\$ 1.304,22	\$ 1.369,43	\$ 1.437,90	\$ 1.509,80	\$ 3.164,79
Utilidad antes de IR		\$ 7.390,58	\$ 7.760,10	\$ 8.148,11	\$ 8.555,52	\$ 17.933,79
(-) 22% Impuesto a la renta		\$ 1.625,93	\$ 1.707,22	\$ 1.792,58	\$ 1.882,21	\$ 3.945,43
Utilidad Neta		\$ 5.764,65	\$ 6.052,88	\$ 6.355,53	\$ 6.673,30	\$ 13.988,36
( + ) depreciación		\$ 2.266,00	\$ 2.266,00	\$ 2.266,00	\$ 2.266,00	\$ 2.266,00
( + ) amortización		\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00
Inversión Fija	-21.860,00					
Inversión Intangible	-140,00					
Capital de trabajo	-7.480,33					
Rec. Capital de trabajo						7.480,33
<b>Flujo de caja</b>	<b>-29.480,33</b>	<b>\$ 8.058,65</b>	<b>\$ 8.346,88</b>	<b>\$ 8.649,53</b>	<b>\$ 8.967,30</b>	<b>\$ 23.762,69</b>

#### 4.11. Evaluación del estudio financiero

En la evaluación del estudio se analizarán los resultados obtenidos en el proyecto, para determinar su viabilidad financiera - económica.

##### 4.11.1. Valor actual neto

Para el cálculo del VAN se ha calculado una tasa de actualización a partir de la sumatoria de la inflación acumulada 2,70% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 4,53%, es decir 7,23%

**Tabla No. 29**  
**Valor actual neto**

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual	Flujo de Efectivo Acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 29.480,33	1	-\$ 29.480,33	-\$ 29.480,33
1	\$ 8.058,65	0,932574839	\$ 7.515,29	-\$ 21.965,04
2	\$ 8.346,88	0,869695831	\$ 7.259,25	-\$ 14.705,79
3	\$ 8.649,53	0,811056449	\$ 7.015,25	-\$ 7.690,53
4	\$ 8.967,30	0,756370838	\$ 6.782,61	-\$ 907,93
5	\$ 23.762,69	0,705372412	\$ 16.761,54	\$ 15.853,61

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La autora

El valor actual neto es de \$ 15.853,61 al ser mayor que cero, el proyecto es factible.

##### 4.11.2. Tasa interna de retorno

Representa en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión elaborada.

Dicha evaluación permitirá conocer que tan rentable será la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos deberán ser analizados por el o los inversionistas para determinar si se ejecuta o no el proyecto.

Para el cálculo de la tasa interna se requiere un van negativo próximo a cero, para lo cual se aplicará una tasa de descuento del 22,45 para la aplicación de la fórmula de la misma.

**Tabla No. 30**

**Valor actual neto (-)**

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual	Flujo de Efectivo Acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 29.480,33	1	-\$ 29.480,33	-\$ 29.480,33
1	\$ 8.058,65	0,816659861	\$ 6.581,18	-\$ 22.899,15
2	\$ 8.346,88	0,666933329	\$ 5.566,81	-\$ 17.332,34
3	\$ 8.649,53	0,54465768	\$ 4.711,03	-\$ 12.621,31
4	\$ 8.967,30	0,444800065	\$ 3.988,66	-\$ 8.632,65
5	\$ 23.762,69	0,363250359	\$ 8.631,80	-\$ 0,85

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La autora

$$TIR = i_1 + (i_2 + i_1) \left( \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2} \right)$$

$$TIR = 7,23 \% + (22,50\% - 7,23 \% ) \left( \frac{\$ 15.853,61}{\$ 15.853,61 - (-\$ 0,85)} \right)$$

$$TIR = 7,23 \% + (15,22) (0,9999)$$

$$TIR = 7,23 \% + 15,219\%$$

$$TIR = 22,45\%.$$

La tasa interna de retorno es 22,45% y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.



### 4.11.3. Relación beneficio-costo

Para la aplicación de la relación beneficio costo se aplicará la siguiente fórmula:

$$R\ b/c = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

**Tabla No. 31**  
**Ingresos actualizados**

Años	Flujo de caja	Factor de Actualización	Flujo de efectivo actual
		$1 / (1 + i)^n$	
1	\$ 8.058,65	0,932574839	\$ 7.515,29
2	\$ 8.346,88	0,869695831	\$ 7.259,25
3	\$ 8.649,53	0,811056449	\$ 7.015,25
4	\$ 8.967,30	0,756370838	\$ 6.782,61
5	\$ 23.762,69	0,705372412	\$ 16.761,54
<b>Sumatoria</b>			<b>\$ 45.333,94</b>

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La autora

$$R\ b/c = \$ 45.333,94 / 29.480,33$$

$$R\ b/c = \$ 1,54$$

El proyecto muestra una relación RB/C de 1,54 resultado mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto obtiene 0,54 dólares por cada dólar invertido, asignación a la que se puede calificar como económicamente eficiente.

#### 4.11.4. Punto de equilibrio

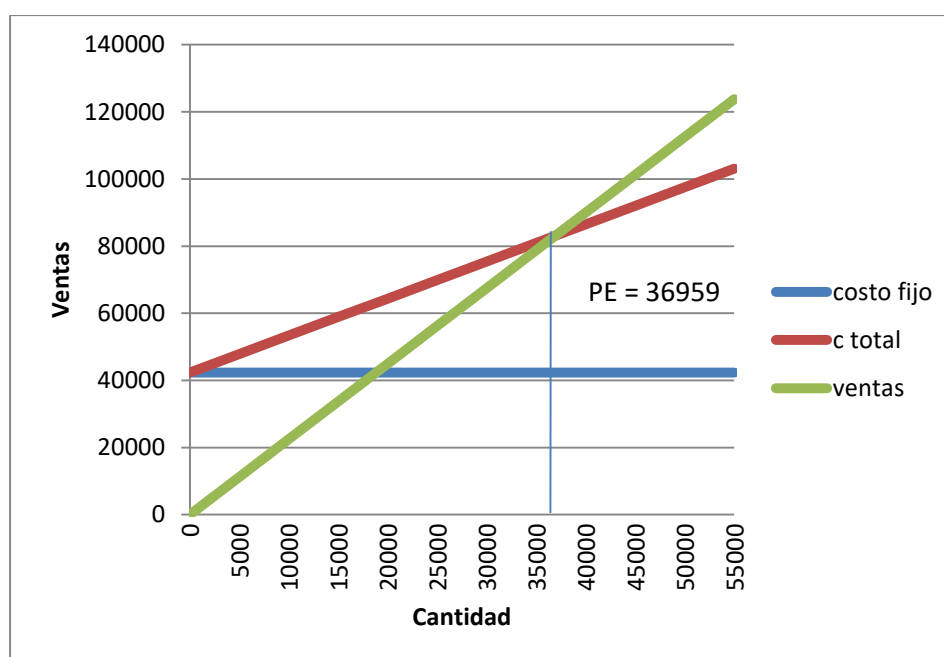
Para el cálculo del punto de equilibrio se presentan a continuación los siguientes datos.

Costo Fijo	\$ 42.289,68
Costo Variable Unitario	\$ 1,11
Producción	45000
Precio de Venta	\$ 2,25

Costo Fijo		
Precio de Venta	-	Costo Variable Unitario
\$ 42.289,68		
\$ 2,25	-	\$ 1,11
\$ 42.289,68		
\$ 1,14		

36959 unidades

**Gráfico No. 5**  
**Punto de equilibrio**



**Fuente:** Flujo de caja

**Elaborado por:** La autora

Como se observa se llega al punto de equilibrio en la unidad 36959, lo que quiere decir que al alcanzar esta unidad, la empresa no ganará, ni perderá.

#### 4.11.5. Periodo de recuperación de la inversión

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

**Tabla No. 32**

**Período de recuperación de la inversión**

Periodos	Inversión	Flujos	Flujos Acumulados
0	\$ 29.480,33		
1		\$ 8.058,65	\$ 8.058,65
2		\$ 8.346,88	\$ 16.405,53
3		\$ 8.649,53	\$ 25.055,06
4		\$ 8.967,30	\$ 34.022,36
5		\$ 23.762,69	\$ 57.785,04

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La autora

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

$$\text{Periodo de recuperación de la inversión} = a + ((b - c) / d)$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión.

**Periodo de Recuperación de la Inversión** =  $a + ((b - c) / d)$

A = 3

B = \$ 29.480,33

C = \$ 25.055,06

D = \$ 8.967,30

**Periodo de Recuperación de la Inversión** =  $3 + (\$ 29.480,33 - \$ 25.055,06) / \$8.967,30)$

**Periodo de Recuperación de la Inversión** = 3,4935

Para el cálculo más exacto se transformará 0,4935 años a días a través de una regla de tres.

Años	Meses
1	12
0,4935	5,922

El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 9 meses, y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.

#### 4.11.6. Resumen de indicadores

**Tabla No. 33**

**Resumen de indicadores**

<b>INDICADOR</b>	<b>VALOR</b>
VAN	\$ 15.853,61
TIR	22,45%
R. B/C	1,54
Punto de equilibrio	36959 unidades
PRI	3 años 9 meses

**Fuente:** Tabla 29, 30, 31, 32.

**Elaborado por:** La autora

#### 4.11.7. Análisis del tipo de cambio.

Se debe considerar que la empresa Langer estará dispuesta a comprar el producto siempre que el mismo produzca un rendimiento, lo cual puede verse afectado por el tipo de cambio entre el peso chileno y el dólar americano. El precio al que la empresa está dispuesta a comprar debe ser menor a 1400 pesos.

**Tabla No. 34**

**Tipo de cambio**

Peso chileno	Dólar
1	0,001802
1248,61	2,25

**Fuente:** Investigación (10 de febrero 2014)

**Elaborado por:** La autora

Como se observa en la tabla, el precio al cual se le venderá a Langer se encuentra dentro del rango de aceptación de la empresa.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- El estudio de mercado determinó resultados positivos, los cuales permiten visualizar una demanda amplia de 591,48 toneladas métricas, además de considerar que existe la empresa Langer que comercializará el producto en Valparaíso, la cual requiere una y media tonelada mensual.
- Existen algunos trámites para poder iniciar con las exportaciones, de los cuales el principal es la obtención del certificado digital, para la firma electrónica y autenticación otorgada por el banco central del Ecuador o security data, de igual manera es necesario obtener el RUC.
- El rubro más alto en lo que se refiere a los costos de materia prima, en cuanto a sus componentes es la fruta mora, seguido por la pectina y el azúcar.
- Se requerirá realizar nuevas inversiones para generar la cantidad a exportar sin afectar la producción local, entre estas se encuentra una inversión fija de \$ 21.860,00 para cubrir las maquinarias, muebles de oficina y equipo de cómputo, en cuanto a la inversión intangible requerirá 140 dólares para cubrir tanto la firma digital como la renovación de certificado digital, y por último \$ 7.480,33 para capital de trabajo.
- Después de haber realizado la evaluación al proyecto, mediante la aplicación de fórmulas técnico financieras y otros métodos de evaluación se ha podido obtener los siguientes resultados:
  - ✓ Punto de equilibrio: 36959 unidades
  - ✓ Periodo de Recuperación de la Inversión: 3 años 9 meses
  - ✓ Valor Actual Neto: \$ 15.853,61
  - ✓ Tasa Interna de retorno: 22,45%
  - ✓ Relación Beneficio/ Costo: 1,54

Todos los resultados muestran que el proyecto es factible desde el punto de vista económico – financiero.

## Recomendaciones

Considerando los resultados y conclusiones del proyecto se recomienda:

- Aprovechar la amplia demanda existente de mermelada de mora en Valparaíso, y negociar en términos adecuados considerando el tipo de cambio, de igual manera se debe considerar mantener una base de datos de otras empresas que quieran adquirir mermeladas en general.
- Tener cuidado y diligencia en lo que respecta a los permisos legales desde el registro único de contribuyentes hasta la firma electrónica y demás documentos que se deben llenar correctamente pues podrían ocasionar demoras y gastos imprevistos, que afectarían al proyecto en términos generales.
- Realizar alianzas estratégicas con los proveedores de la fruta mora, pues al comprar grandes cantidades de las mismas, se deberá pedir descuentos y que el precio se mantenga estable, considerando que es el componente de la materia prima más costosa.
- Para la creación de la línea de exportación de mora se recomienda considerar los rubros de las inversiones fija, intangible y capital de trabajo realizado en el estudio financiero, los cuales muestran el total de las inversiones para la puesta de marcha del proyecto.
- Analizados todos los indicadores del proyecto como son el Punto de equilibrio 36959 unidades de una producción total de 45000 unidades, un periodo de recuperación de la Inversión de 3 años 9 meses, de un periodo de evaluación del proyecto de 5 años, un valor actual neto de \$ 15.853,61 mayor a uno, una tasa interna de retorno de 22,54% superior a la tasa de descuento 7.23% (inflación acumulada + tasa pasiva) y la Relación Beneficio/ Costo de \$ 1,54 mayor a uno, se puede apreciar la factibilidad del proyecto y se recomienda ponerlo en marcha.

## **RESUMEN**

La presente Tesis es un proyecto de exportación de mermelada de mora de la empresa Planhofa C.A. de Ambato – Ecuador hacia la ciudad de Valparaíso – Chile para el periodo 2014, con el fin de ampliar su mercado y obtener mayores rendimientos para la empresa, así como generar empleo dentro de la provincia de Tungurahua tanto directo como indirecto. Se ha realizado un análisis del entorno concluyendo con un FODA en el cual se muestra las principales oportunidades como reducción de impuesto a la renta y el clima adecuado para la materia prima, en relación a las amenazas se ha determinado que la inflación podría tener un impacto en el precio de la materia prima, por lo que podría aumentar el costo de producción y por lo tanto el precio, la empresa también posee fortalezas a ser aprovechadas como la existencia de funciones claras en los procesos y procedimientos de producción, además de contar con personal con experiencia, en relación a las debilidades el marketing se convierte en debilidad por el bajo presupuesto para esta área y la inexistencia de un plan comunicacional. Se analizó el mercado de Chile en términos generales y de la ciudad de Valparaíso principalmente pues es el destino de las exportaciones, en donde se determinó la existencia de una demanda insatisfecha en relación a la mermelada de mora de 591,48 toneladas, además de contactar con la empresa Langer, la cual requiere una y media tonelada mensual de producto, dentro del estudio técnico se determinó la necesidad de realizar nuevas inversiones para poder producir la cantidad requerida por Langer. En relación a la propuesta se inició mostrando el esquema básico de exportación y los requisitos y documentos necesarios para exportar, se eligió el régimen de consumo para la exportación de la mermelada de mora pues la misma será para su consumo definitivo en el país de destino, en cuanto a la forma de pago se prefirió la carta de crédito por las seguridades que la misma presenta y los términos de negociación serán FOB, es decir que la empresa dejará el producto hasta el puerto de embarque. En relación al estudio y evaluación financiera se determinó la factibilidad de puesta en marcha del proyecto y se concluyó que es factible ponerlo en marcha.



## **SUMMARY**

The present research is a Project of exportation of blackberry jam of Planhofa Company C.A. in Ambato – Ecuador to Valparaiso – Chile for 2014, to widen the market and get more yields for the company, and for generating direct and indirect employment in Tungurahua province. It was realized an analysis of environment concluding with SWOT in wich shows the principal opportunities like reduction of rent tax and the appropriate climate for the raw material, in relation on the threats in has determined that inflation could have an impact in the price of raw material, for it could increase the production cost and therefore the price the company has the strengths like the existence of clear functions in the processes and procedures of production, besides has a personnel with experience, in relation to the weaknesses the marketing becomes in weakness for the low budget for this area and the inexistence of communicational plan. The market was analyzed of Chile in general terms and of Valparaiso city principally like destination for the exportations, in where was determined the existence of an unsatisfied demand respect to the blackberry jam of 591,48 tons, besides to contact with Langer, which requires one and half ton of product by month, into the technical studio was determined the necessity of realizing new investments to produce the required quantity by Langer. In relation to the proposal was showed the exportation basic scheme and necessary documents for export, was elected the regime of consumption for the blackberry jam exportation as well the same will be for the definitive consumption in the destination country, in terms to the pay form was preferred the credit card for the security that presents and the negotiation terms will be FOB, in other words the company will leave the product up the shipment port. In relation to the studio and financial evaluation was determined the feasibility of project and was concluded that is possible to put it into running.

## **Bibliografía**

- Agrarias, O. d. (2011). Chile: Ministerio de Agricultura .
- Alvarez, J. (2011). *Estadística para la toma de decisiones*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Bancomext. (2005). *Guía básica del exportador*. México: Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C.
- Carrasco, J. B. (2009). *Gestión de procesos*. Santiago: Evolución S.A.
- Coss, R. (2008). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Limusa.
- Direcon. (2013). *"Sabía usted que"* . Chile: Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). *Comercio Internacional*. Barcelona: Reverte.
- Galindo, E. (2010). *Estadística para la Administración y la Ingeniería*. Quito: Gráficas Mediavilla Hnos.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1999). *Administración: Una perspectiva global*. Mexico : Mc Graw Hill.
- ProEcuador. (2012). *Guía logística internacional*. Quito: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- ProEcuador. (2013). *Guía comercial de Chile* . Quito: Instituto de promoción de exportaciones e importaciones.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2009). *Economía*. Boston: Mc Graw Hill.

## **Webgrafía**

- <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- <http://www.congreso.cl/>
- <http://www.rocofrut.cl>
- <http://www.langer.cl>
- <http://www.lecker.cl>