



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE PULPA DE COCO DE LA EMPRESA PLANHOFA C.A, UBICADA EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA HACIA ESTADOS UNIDOS LOS ÁNGELES CALIFORNIA, PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA, PERIODO 2015”.

AUTOR:

DIEGO ARMANDO GUACHAMBALA RAMOS

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DE TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo de investigación sobre el tema, **PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE PULPA DE COCO DE LA EMPRESA PLANHOFA C.A, UBICADA EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA HACIA ESTADOS UNIDOS LOS ÁNGELES CALIFORNIA, PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA, PERIODO 2015.** Previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por el Sr. **DIEGO ARMANDO GUACHAMBALA RAMOS**, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación.

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

DIRECTOR TRIBUNAL

MIEMBRO TRIBUNAL

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Yo, Diego Armando Guachambala Ramos, estudiante de la Escuela de Ingeniería en 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.

Diego Armando Guachambala Ramos

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios y a mis padres Mesias Guachambala y Alicia Ramos quienes han sido un pilar muy importante en mi vida, por su bondad, comprensión y su sacrificio para llegar a donde hoy me encuentro. A mis hermanos y a toda mi familia que de una forma u otra supieron brindarme su apoyo y motivación para culminar con mis estudios académicos.

Diego Armando Guachambala Ramos

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a Dios por la salud y bendición que me brinda para cumplir con mis metas planteadas.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, que por medio de la Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería en Comercio Exterior a los docentes que son parte de ella, quienes me brindaron sus conocimientos y experiencias en lo largo de mi formación académica, en especial a mis tutores Ing. Gabriel Pilaguano e Ing. Juan C. Alarcón quienes me brindaron su ayuda para poder llevar a cabo este trabajo de titulación.

A mis amigos, y a todas las personas que estuvieron a mi lado brindándome su apoyo en todo el transcurso de mis estudios, y a la persona que me supo colaborar para la elaboración de este trabajo, Ing. Homero Medina.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula.....	i
Certificación de Tribunal.....	ii
Certificado de Autoría.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de Contenido.....	vi
Índice de Cuadros.....	xii
Índice de Gráficos.....	xiii
Índice de Anexos.....	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xv
Summary.....	xvi
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Formulación del problema.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3 OBJETIVOS.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
2.1.1 Antecedentes de la Empresa.....	5
2.1.2 Reseña Histórica de la Empresa.....	5
2.1.3 Misión de la Empresa.....	7
2.1.4 Visión de la Empresa.....	7
2.1.5 Objetivos Organizacionales de la Empresa.....	7
2.1.6 Ubicación Geográfica de la Empresa.....	8
2.1.7 Estructura Organizacional de la Empresa.....	9
2.1.8 Productos que Ofrece.....	10

2.1.9	Análisis e interpretación del FODA de la empresa.....	11
2.2	ANTECEDENTES DEL COCO	12
2.2.1	Historia del coco	12
2.2.2	Botánica	12
2.2.3	Requerimientos Climáticos.....	14
2.2.4	Cultivo	15
2.2.5	Cosecha.....	16
2.2.6	Propiedades Nutritivas del Cocotero	16
2.2.7	Aplicaciones del Cocotero (Coco).....	17
2.2.8	La pulpa de coco	19
2.2.8.1	Características	19
2.2.8.2	Usos de la pulpa de coco.....	19
2.2.8.3	Beneficios de consumir pulpa de fruta	20
2.3	MARCO CONCEPTUAL	20
2.3.1	Acceso a mercados.....	20
2.3.2	Acuerdo Comercial	21
2.3.3	Aduana	21
2.3.4	Aforo.....	22
2.3.5	Arancel.....	22
2.3.6	Balanza Comercial.....	22
2.3.7	Certificado de Origen.....	23
2.3.8	Comercio Internacional.....	23
2.3.9	Contrato de Seguro	23
2.3.10	Control Aduanero	23
2.3.11	Declaración Aduanera de Exportación (DAE)	24
2.3.12	Demanda	24
2.3.13	Documento de transporte	24
2.3.14	Empaque	24
2.3.15	Exportación.....	24
2.3.16	Factura comercial.....	25
2.3.17	Incoterms	25
2.3.18	Mercado objetivo	25
2.3.19	Producto Interno Bruto PIB	26

2.4	MARCO LEGAL.....	26
2.4.1	Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro	26
2.4.2	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)	27
2.4.3	Ministerio de la Agricultura, Acuicultura y Pesca (MAGAP).....	27
2.4.4	Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	27
2.4.5	Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) 28	
2.4.6	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).....	28
2.4.7	Servicio de Rentas Internas (SRI).....	29
2.5	IDEA A DEFENDER	29
2.6	TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO		31
3.1	DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO.....	31
3.1.1	Objetivos del Estudio de Mercado	31
3.2	ANÁLISIS GLOBAL	31
3.2.1	Relaciones Comerciales entre Ecuador y los Estados Unidos	31
3.2.2	Inversión Extranjera Directa de Estados Unidos en Ecuador	32
3.2.3	Balanza Comercial entre Ecuador y Estados Unidos.....	32
3.2.4	Exportaciones Ecuatorianas hacia Estados Unidos	33
3.2.5	Importaciones desde Estados Unidos	34
3.2.6	Productos Ecuatorianos con potencial en el Mercado de Estados Unidos	35
3.2.7	Partida Arancelaria Sugerida	36
3.2.8	Barreras Arancelarias.....	37
3.3	LA DEMANDA.....	37
3.3.1	Metodología para la estimación de la demanda	37
3.3.2	Factores que afectan a la Demanda.....	38
3.3.3	Principales Importadores Mundiales de la subpartida 2008.99	39
3.3.4	Principales Proveedores de Estados Unidos	40
3.3.5	Los Estados Unidos.....	41
3.3.5.1	El Mercado de Los Ángeles – California.....	43
3.3.5.2	Economía de Los Ángeles.....	44
3.3.5.3	Población.....	44
3.3.5.4	Religión.....	45
3.3.5.5	Clima.....	45
3.3.5.6	Moneda.....	45

3.3.5.7	Idioma	46
3.3.5.8	Puertos y Aeropuertos de Los Ángeles	46
3.3.5.8.1	Puertos	46
3.3.5.8.2	Aeropuertos.....	47
3.3.5.9	Segmentación de Mercado	47
3.4	SOCIO COMERCIAL	49
3.4.1	Requerimientos del producto a exportar	49
3.4.2	Proyecciones de Demanda	50
3.5	OFERTA	51
3.5.1	Factores que afectan a la oferta.....	51
3.5.2	Principales Exportadores Mundiales	52
3.5.3	Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas	53
3.5.4	Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas	54
3.5.5	Producción Nacional.....	54
3.5.6	Capacidad Exportable de la Empresa	55
3.5.7	Proyección de la oferta de la Empresa.....	56
3.6	DEMANDA INSATISFECHA.....	57
3.7	ANÁLISIS DE PRECIOS	57
3.7.1	Factores que determinan el precio	57
3.7.2	Precio	58
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO		59
4.1	DEFINICIÓN DE ESTUDIO TÉCNICO.....	59
4.1.1	Objetivos del Estudio Técnico	59
4.2	TAMAÑO DEL PROYECTO	59
4.3	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	60
4.3.1	Macrolocalización.....	60
4.3.2	Microlocalización	61
4.4	INGENIERÍA DEL PROYECTO	61
4.4.1	Proceso de Producción.....	62
4.4.1.1	Recepción.....	63
4.4.1.2	Pesado	63
4.4.1.3	Lavado	63
4.4.1.4	Selección y Pelado	63
4.4.1.5	Escaldado	64

4.4.1.6	Despulpado	64
4.4.1.7	Refinado.....	65
4.4.1.8	Normalizado.....	65
4.4.1.9	Pasteurizado	65
4.4.1.10	Envasado	66
4.4.1.11	Almacenado	66
4.4.2	Proceso de exportación	67
4.4.2.1	Cotización de Exportación.....	67
4.4.2.2	Incoterms	69
4.4.2.3	Transporte	71
4.4.2.4	Condiciones de Pago.....	72
4.4.2.5	Requisitos para exportar	72
4.4.2.5.1	Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	72
4.4.2.5.2	Certificado Digital	73
4.4.2.5.3	Registro en el ECUAPASS.....	75
4.4.2.6	Fase de Pre-Embarque y Post-Embarque.....	76
4.4.2.6.1	Etapa de Pre-Embarque	76
4.4.2.6.2	Etapa de Post – Embarque	77
4.4.2.6	Documentos de Acompañamiento	78
4.4.2.7	Documentos de Soporte	78
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO		80
5.1	COSTOS DEL PROYECTO	80
5.1.1	Costo de producción	82
5.1.2	Gastos de Venta	83
5.2	INVERSIONES DEL PROYECTO	83
5.3	EVALUACIÓN FINANCIERA	84
5.3.1	Estados de Resultados.....	84
5.3.2	Balance General	86
5.3.3	Flujo de Efectivo.....	88
5.3.4	Valor Actual Neto (VAN).....	89
5.3.5	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	90
5.3.6	Beneficio Costo B/C	91
5.3.7	Periodo de Recuperación de Capital	92
CONCLUSIONES		94

RECOMENDACIONES.....	95
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	101

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Análisis FODA de “PLANHOFA C.A.”	11
Cuadro 2: Componentes Nutricionales del coco.....	17
Cuadro 3: Principales Productos Exportados a Estados Unidos.....	34
Cuadro 4: Productos importados por Ecuador desde Estados Unidos.....	35
Cuadro 5: Productos Potenciales para el mercado de Estados Unidos	36
Cuadro 6: Subpartida Arancelaria Sugerida: 2008.99	37
Cuadro 7: Principales Importadores Mundiales de la Subpartida 2008.99.....	39
Cuadro 8: Lista de los mercados proveedores de Estados Unidos	40
Cuadro 9: Indicadores Socioeconómicos.....	42
Cuadro 10: Principales Sectores Productivos	43
Cuadro 11: Costos del Transporte Marítimo	46
Cuadro 12: Tiempo de transito de Transporte Aéreo	47
Cuadro 13: Segmentación de mercado	48
Cuadro 14: Cálculo de la proyección de la demanda.....	50
Cuadro 15: Proyección de la Demanda.....	50
Cuadro 16: Principales Exportadores Mundiales de la subpartida 2008.99	52
Cuadro 17: Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas	53
Cuadro 18: Principales Destinos de Exportación	54
Cuadro 19: Producción de coco en el Ecuador	55
Cuadro 20: Capacidad exportable de Planhofa C.A	55
Cuadro 21: Calculo de la proyección de la oferta.....	56
Cuadro 22: Oferta Proyectada.....	56
Cuadro 23: Cálculo de la Demanda Insatisfecha	57
Cuadro 24: Costo Unitario Consumidor	58
Cuadro 25: Capacidad productiva de Planhofa C.A	60
Cuadro 26: Responsabilidades del Exportador e Importador	71
Cuadro 27: Características del Contenedor	72
Cuadro 28: Mano de Obra Directa.....	81
Cuadro 29: Materiales Indirectos.....	81
Cuadro 30: Suministros e Insumos	81

Cuadro 32: Costo de producción	82
Cuadro 33: Gastos de Venta	83
Cuadro 34: Inversión Total	83
Cuadro 35: Costo Unitario de Venta.....	84
Cuadro 36: Estado de resultados.....	85
Cuadro 37: Balance General	86
Cuadro 38: Flujo del Efectivo.....	88
Cuadro 39: Indicadores Financieros	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ubicación de la Empresa	8
Gráfico 2: Organigrama Estructural de la Empresa.....	9
Gráfico 3: Productos de la Empresa	10
Gráfico 4: Cosecha del coco	16
Gráfico 5: IED Neto de Estados Unidos en Ecuador.....	32
Gráfico 6: Balanza Comercial entre Ecuador y Estados Unidos	33
Gráfico 7: Mapa Físico de Estados Unidos	41
Gráfico 8: Bandera de Los Ángeles.....	43
Gráfico 9: Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas en Miles FOB	53
Gráfico 10: Macrolocalización	61
Gráfico 11: Flujograma Elaboración Pulpa de Coco	62
Gráfico 12: Máquina de Pesado.....	63
Gráfico 13: Pelado de coco.....	64
Gráfico 14: Despulpado	64
Gráfico 15: Normalizado	65
Gráfico 16: Pasteurización.....	65
Gráfico 17: Máquina de enfundado	66
Gráfico 18: Pulpa de coco.....	66
Gráfico 19: Cuartos de Congelación.....	67
Gráfico 20: Pallets	68
Gráfico 21: Etiqueta del Producto	69

Gráfico 22: Incoterms	70
Gráfico 23: Contenedor	71

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo de Solicitud Security Data	101
Anexo 2: Modelo de Declaración Aduanera de Exportación	102
Anexo 3: Modelo de Factura Comercial	103
Anexo 4: Tasa de Interés Según el Banco Central del Ecuador	104
Anexo 5: Rol de pagos	105

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un proyecto de exportación de pulpa de coco de la empresa Planhofa C.A ubicada en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua hacia Estados Unidos Los Ángeles California, para incrementar la rentabilidad de la empresa, periodo 2015.

El método de investigación aplicado en el proyecto es el exploratorio, ya que este me permite recopilar, examinar y explorar información sobre el tema, tales como: la cultura, economía, gustos y preferencias del mercado meta; además este método permite obtener datos relevantes de la empresa, los mismos que determinaron que está en capacidad para exportar, debido a que cuenta con una capacidad de producción para cubrir al mercado nacional, así como también para expandirse hacia nuevos mercados. Las herramientas utilizadas para obtener la información necesaria fueron los libros, revistas, internet, etc.

Los Ángeles, California es un mercado que acepta con agrado los productos elaborados con frutas tropicales. Cuenta con el principal puerto de entrada para los productos ecuatorianos, lo que genera una gran ventaja al momento de enviar el producto.

Se realizó un análisis financiero donde se tomó en cuenta todos los costos al que se incurrirá y los ingresos que obtendrá el proyecto, con el objeto de obtener el flujo de efectivo proyectado para los próximos 5 años; el cual permite obtener el TIR, VAN, B/C y el periodo de recuperación. Una vez realizado los cálculos respectivos se observó que al exportar la pulpa de coco se generará una rentabilidad considerable para la empresa, por lo que se recomienda ejecutar el proyecto de exportación.

Palabras claves: Exportación, método, mercado.

SUMMARY

The present work aims to design a project to export coconut pulp of the company Planhofa CA located in the city of Ambato, Tungurahua Province to the United States, Los Angeles, California, to increase profitability, period 2015.

The research method applied in the project is exploratory, as it enables you to collect, examine and explore information on the topic, such as culture, economy, tastes and preferences of the target market; this method also allows to obtain relevant data from the company, the same determined that the company is able to export, because it has a production capacity to cover the domestic market as well as to expand into new markets.

Los Angeles, California is a market that welcomes accepts products made with tropical fruits. It has the main port of entry for Ecuadorian products, generating a great advantage when you submit the product.

A financial analysis which took into account all costs to be incurred and income that you get the project, in order to obtain the cash flow projected for the next five years was conducted; which allows obtaining the IRR, NPV, B/C and the recovery period. Once made the respective calculations it was observed that the export coconut pulp substantial profitability for the company is created, so it is recommended to run the export project.

Keywords: Export, method, marketplace

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional ha sido una forma de unir a los pueblos, mediante el intercambio no solo de productos y servicios sino también de costumbres y tradiciones. En la actualidad es necesario incursionar en el mercado internacional para aportar en la mejora de la economía del país y generar nuevas fuentes de trabajo.

El Ecuador exporta una serie de productos tradicionales y no tradicionales, la mayor diversidad de productos son los que se encuentran dentro de los no tradicionales de los cuales se destacan los productos agrícolas.

El principal país importador de frutas y sus derivados tenemos a Estados Unidos ya que las importaciones han aumentado en los últimos años pese a que no cuentan con un acuerdo comercial que motiven aún más al emprendedor.

En el 2014 las importaciones de Estados Unidos provenientes del Ecuador alcanzaron los \$11.297.036 convirtiéndose nuevamente en el primer mercado para las exportaciones ecuatorianas no petroleras, tomando en cuenta que entre enero y julio del mismo año el 28% de las exportaciones ecuatorianas no petroleras fueron para Estados Unidos.

Las principales zonas de cultivo de coco en el país se encuentran en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Sucumbíos y Loja.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador no cuenta con una política económica que cree el ambiente de estabilidad y confianza necesaria para el crecimiento de la capacidad productiva, la modernización del comercio exterior y procesos básicos para insertarse competitivamente en el mercado mundial y corresponde entonces a la empresa privada, a los emprendedores ecuatorianos elevar su eficiencia e incorporarse a la tendencia de la internacionalización.

Nuestro país es netamente agrícola y en busca de la sustentabilidad, el país debe encontrar propuestas para este sector, ya que debido al sector petrolero del país, la agricultura entro en crisis, más aun la agricultura orientada al mercado interno.

En la provincia de Tungurahua por ser una zona de clima templado no existe plantaciones de cocotero (coco), ya que para llevar a cabo su cultivo se requiere contar con un clima cálido, es por ello que la mayor parte de tierras cultivadas con cocotero se encuentran ubicadas en la planicie costera del país y en algunas de sus islas, principalmente en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro. Donde se encuentra el 85% del total cultivado. Por tal motivo trasladar la materia prima hasta la empresa genera un gasto adicional para la misma, provocando que el precio del producto se eleve.

Dentro de la empresa Planhofa C.A. ubicada en la ciudad de Ambato se ha venido presentando distintos tipos de problemas específicamente en lo que se refiere al desconocimiento de los pasos, procesos y requerimientos necesarios para realizar la exportación de pulpa de coco hacia el mercado estadounidense, debido a que cuenta con una alta capacidad de producción de alcance internacional la cual no es aprovechada al máximo. Por lo cual se plantea como ayuda para la correcta exportación de su producto, un proyecto de exportación la misma que ayudara a incrementar la rentabilidad de la empresa.

1.1.1 Formulación del problema

¿Con el proyecto de exportación de pulpa de coco hacia Los Ángeles California-Estados Unidos, incidirá en el crecimiento de la rentabilidad de la empresa?

1.1.2 Delimitación del problema

Este proyecto está orientado a la exportación de pulpa de coco de la empresa PLANHOFA C.A. ubicada en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua con destino hacia el mercado de Estados Unidos Los Ángeles California para incrementar la rentabilidad de la empresa, periodo 2015.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto permitirá a la empresa PLANHOFA C.A buscar alternativas para expandirse hacia nuevos mercados con la exportación de la pulpa de coco.

A través de esta investigación la empresa podrá contar con un documento en el que conste los procesos y requerimientos necesarios (permisos, certificados, documentos, etc.) para la exportación y diversificación de sus productos hacia mercados internacionales, como es el caso del mercado Estadounidense, la cual generaría una exitosa incursión del producto, nuevas oportunidades de negocio y la industrialización de productos agrícolas, (no tradicionales), la que fortalecería los procesos productivos con estándares internacionales y la promoción de empleo.

El Ecuador goza de un amplio reconocimiento por ser un país productor de frutas tropicales debido a las amplias variaciones climáticas entre una región y otra, el país es un lugar privilegiado para el cultivo de estas frutas, siendo las principales zonas de producción las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro. Generalmente este tipo de frutas se caracterizan por ser completamente naturales, por sus sabores concentrados, colores y aromas, que son consideradas como frutas exóticas, las mismas que son altamente apetecidas en otros mercados representando una excelente

actividad comercial, tanto como fruta fresca, pulpa de frutas, jugos o frutas deshidratadas.

Actualmente las personas del mercado americano como también del europeo han cambiado sus hábitos de consumo de alimentos, inclinándose hacia los productos saludables, como son las frutas frescas, lo que representaría una oportunidad para exportar el producto ya que por sus características nutricionales tendría buena acogida en el mercado estadounidense.

El presente trabajo de investigación se llevará a cabo para dar cumplimiento con lo establecido en el reglamento de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo para la obtención del título de ingeniero en Comercio Exterior. Además me permitirá poner en práctica los conocimientos obtenidos durante el periodo académico, y sea de provecho para mi futuro laboral ya que podre experimentar y conocer todo lo necesario para realizar una negociación a nivel internacional.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un proyecto de exportación de pulpa de coco de la empresa Planhofa C.A, a Los Ángeles California Estados Unidos.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa.
- Realizar un estudio del mercado, tendiente al consumo de pulpa de coco en Estados Unidos-Los Ángeles California.
- Establecer una propuesta de exportación de pulpa de coco hacia el mercado estadounidense.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Antecedentes de la Empresa

En el marco del Convenio de Cooperación Técnica, Industrial y Económica, el Gobierno de la Republica de Italia en el año 1986, firma con el Gobierno Ecuatoriano, 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 hortofrutícolas. Este proyecto fue destinado para apoyar al desarrollo Hortofrutícola de la Provincia de Tungurahua sobre todo de los pequeños y medianos agricultores.

PLANHOFA, es una industria que se constituyó mediante escritura pública en el año 1988, con el objeto de dedicarse a la selección, acondicionamiento, embalaje, conservación y comercialización de frutas y hortalizas variadas, así como también la elaboración de productos transformados en pulpas, néctares, mermeladas y jugos para la venta, distribución y exportación. (PLANHOFA, 2015)

2.1.2 Reseña Histórica de la Empresa

En junio de 1978 los Gobiernos de la Republicas 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 de 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 de 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, designado como entidad Ejecutora del proyecto en referencia al Ministerio de Agricultura y Ganadería.

En junio y agosto de 1986, luego de intercambios protocolarios entre ambos embajadores se firma el “Acuerdo Complementario de Cooperación Técnica”, contemplando en este como prioritaria la intervención en el área de Tungurahua (Planta de Ambato).

En julio de 1988 se firma el Acuerdo de Ejecución Técnica entre el MAG y AGROTEC.

La infraestructura de servicio eléctrico es óptima y existe un servicio que satisface los requerimientos, aunque por situaciones geopolíticas el coste es alto. El servicio de agua potable por el contrario es deficiente y es un limitante que debe ser satisfecho con comercializadoras especializadas en el ramo.

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 agrícola que son directamente comercializados por los agricultores, los mercados reciben en 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. (PLANHOFA, 2015)

2.1.3 Misión de la Empresa

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, 2015)

2.1.4 Visión de la Empresa

- 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 nuestros productos.
- Exportadores de productos provenientes del esfuerzo de los agricultores.
- Alianzas entre instituciones públicas, privadas productores y empresas para generar el desarrollo a nivel local.
- Mejorar la seguridad alimentaria. (PLANHOFA, 2015)

2.1.5 Objetivos Organizacionales de la Empresa

Objetivo General

Definir la naturaleza de PLANHOFA y su relación con los productores, posicionándola como empresa emblemática y motora del desarrollo del sector hortofrutícola de Tungurahua y provincias vecinas. (PLANHOFA, 2015)

Objetivos Específicos

Considerando los diversos criterios de los ejecutivos de la empresa se han definido los siguientes objetivos empresariales:

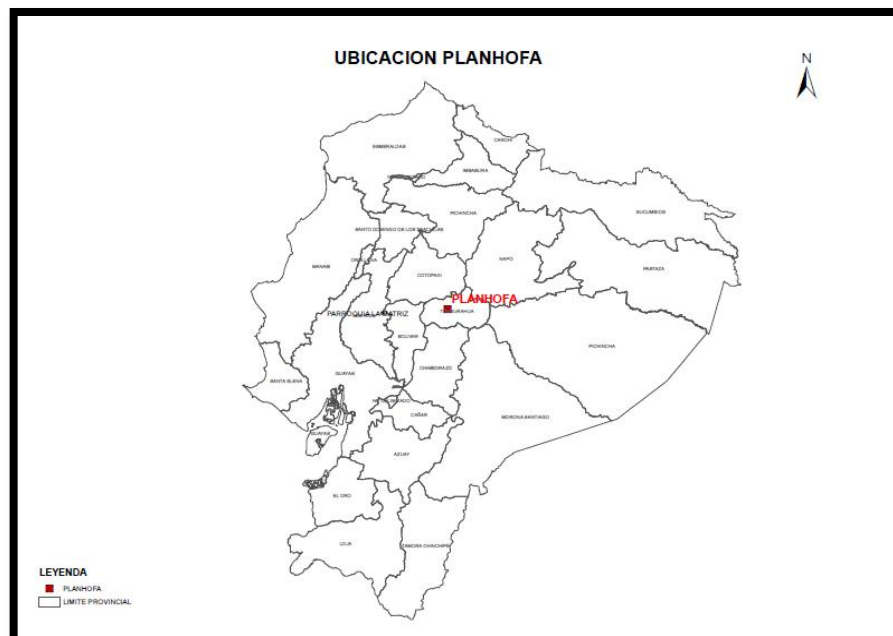
- Unificación de las diversas visiones sobre los objetivos y misión de la empresa.
- Actualización Plan Estratégico, dado que se tuvo en cuenta todo lo avanzado en diversos documentos ya desarrollados por la empresa.
- Plan de Negocios, en su parte inicial, para poder asegurar el consenso en su parte de fundamentación para posteriormente desarrollarlo con los responsables de Planta.

- Implementar canales de distribución directos y tercerizados a nivel nacional en los próximos 5 años en sierra, costa y oriente.
- Incrementar volúmenes de ventas anuales en 30% en el primer año (con respecto al año anterior) y mantener un crecimiento progresivo en ventas del 40%, 50% y 60% en los siguientes años.
- Lograr un certificado internacional de calidad para poder exportar.
- Localizar un nicho internacional para producto bandera de la empresa.
(PLANHOFA, 2015)

2.1.6 Ubicación Geográfica de la Empresa

La planta industrial se encuentra localizada en Ecuador, ciudad de Ambato capital de la provincia de Tungurahua, a 250 Km. De la capital, Quito, su dirección: avenida El 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. (PLANHOFA, 2015).

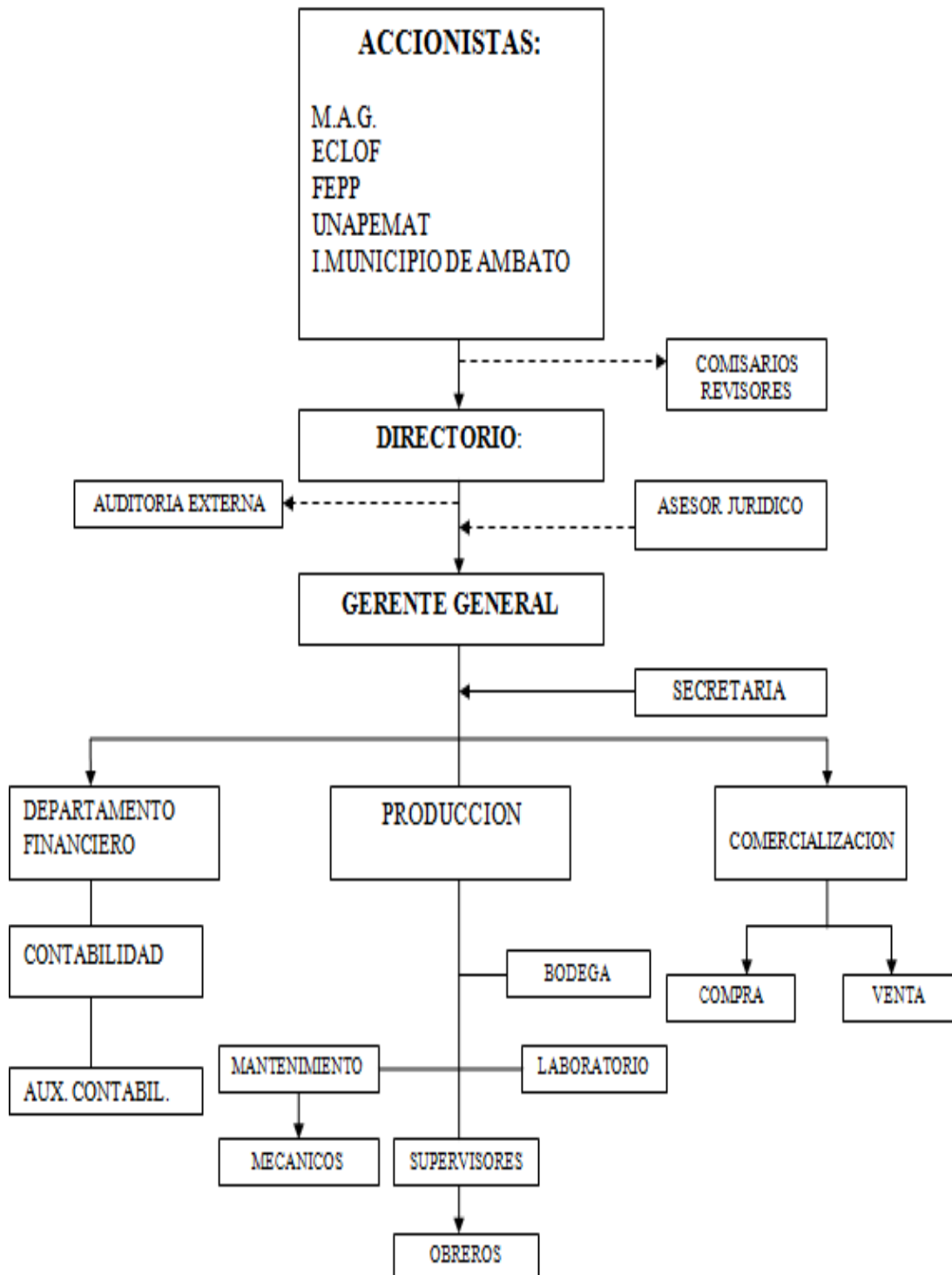
Gráfico 1: Ubicación de la Empresa



Fuente: Planhofa C.A.
Elaborado por: Diego Guachambala

2.1.7 Estructura Organizacional de la Empresa

Gráfico 2: Organigrama Estructural de la Empresa



Fuente: Planhofa C.A

Elaborado por: Diego Guachambala

2.1.8 Productos que Ofrece

Los principales productos que la empresa Planhofa C.A, produce son:

PULPAS DE: Mora, Fresa, Manzana, Durazno, Maracuyá, Naranja, Tomate de Árbol, Guanábana, Guayaba, Mango, Piña, Coco, Tamarindo, Taxo, Papaya.

Las pulpas FRISCO, Marca con la que comercializa PLANHOFA, son:

PASTEURIZADAS y congeladas, no contienen preservantes ni colores, son 100% naturales.

MERMELADAS CON TROZOS DE: Mora, Fresa, Durazno, Guanábana, Etc.

MERMELADAS SIN TROZOS DE: Mora, Guanaba, Maracuyá.

JALEAS DIETÉTICAS: Mora, Fresa, Durazno, Guanábana, etc.

FRUTAS EN ALMIBAR: Uvilla y Tomate de Árbol. (PLANHOFA, 2015)

Gráfico 3: Productos de la Empresa



Fuente: Planhofa C.A
Año: 2015

2.1.9 Análisis e interpretación del FODA de la empresa

Cuadro 1: Análisis FODA de “PLANHOFA C.A.”

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia y conocimiento de los procesos productivos. • Ubicación Estratégica tanto para los proveedores como para comercializar. • Distribución adecuada de la planta de producción. • Vinculación con los productores y actores del ámbito agropecuario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de nuevos mercados. • Posibilidad de exportar productos. • Posicionamiento de nuevos productos. • Nuevas y adecuadas estrategias de diferenciación del producto. • Crecimiento demográfico.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Subutilización de la planta por bajos volúmenes de producción. • Falta de distribuidores (para llegar al pequeño comercio). • Falta de capacitación de empleados. • Inadecuadas estrategias competitivas. • Desperdicios de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran variedad de marcas extranjeras que compiten por abrirse mercados. • Preferencias del consumidor por nuevas marcas. • Catástrofes naturales (volcán Tungurahua, plagas, etc.). • Incremento de la pobreza. • Inestabilidad económica del país.

Fuente: Planhofa C.A.

Elaborado por: Diego Guachambala

2.2 ANTECEDENTES DEL COCO

2.2.1 Historia del coco

El origen más probable del cocotero se cree que esta en las islas del pacifico. El coco es un fruto muy ligero a pesar de lo dura que es la cascara. Este hecho junto con la circunstancia de que los cocoteros crecen cerca de las orillas del mar y que se encuentran en zonas tropicales y exóticas dio lugar a que los navegantes rescataran los cocos del mar y que se hicieran historias y supersticiones de toda índole, ya que los navegantes desconocían la existencia de los cocoteros.

Los principales productores de coco son Indonesia, India, Malasia, Filipinas, Panamá, Brasil y el África tropical. (ALIMENTACIÓN, 2013)

2.2.2 Botánica

Taxonomía.- Pertenece a la familia Arecaceaea, cuyo nombre científico es *Cocos nucifera* y conocido comúnmente como palma de coco.

Origen.- Probablemente sea nativa de las Islas del Pacifico, y hoy en día cultivada en todos los trópicos.

Tronco.- Es una palmera monoica de tronco único, con frecuencia inclinado, de 10-20 metros de altura y de 50 centímetros de grosor en la base y estrechándose hacia la parte superior. En el ápice presenta un grupo de hojas que protegen el único punto de crecimiento o yema terminal que posee la planta.

El crecimiento en altura depende de las condiciones ecológicas, de la edad de la planta y del tipo de cocotero.

Hojas.- Son pinnadas, de 1,5-4 metros de longitud, con foliolos coriáceos de 50-70 centímetros de longitud, de color verde amarillento.

En condiciones ambientales favorables una planta adulta de crecimiento gigante emite entre 12 a 14 hojas por año, en cambio el enano puede emitir hasta 18 hojas en el mismo periodo. La copa no es muy amplia y se compone de hasta 30 hojas arqueadas.

Flores.- Posee inflorescencias paniculadas que nacen en las axilas de las hojas inferiores, protegidas por una bráctea llamada espata de hasta 70 centímetros de longitud y se desarrolla de tres a cuatro meses.

La época de floración es de noviembre a marzo y los frutos tardan en madurar hasta 13 Meses.

Fruto.- Es una drupa, cubierto de fibras, de 20-30 centímetros de longitud con forma ovoidal, pudiendo llegar a pesar hasta 2,5 kilogramos.

Está formado por una cascara externa amarillenta, correosa y fibrosa (exocarpo) de 4 a 5 centímetros de espesor con forma de pelos fuertemente adheridos a la nuez; una capa intermedia fina (mesocarpo) y otra más dura (endocarpo) que dispone de tres orificios próximos en disposición triangular, situados en el ápice, dos cerrados y el otro frente a la raicilla del embrión.

Es vulnerable a una pequeña presión y por donde puede derramarse el agua antes de romper la cáscara del fruto, y es donde se encuentra la semilla.

La pulpa blanca es comestible conteniendo en su cavidad central un líquido azucarado conocido como agua de coco y que en cantidad aproximada de 300 gramos se encuentra encerrada en el interior del fruto.

Raíces.- el sistema radicular es fasciculado. Las raíces primarias son más encargadas de la fijación de la planta y de la absorción de agua.

Las raíces terciarias derivan de las secundarias, y son los verdaderos extractores de nutrientes.

Las raíces activas se localizan en un radio de dos metros del tronco, a una profundidad de entre 0.2 a 0.8 metros, dependiendo de la profundidad efectiva.

Propagación.- Los cocos frescos de la planta se entierran hasta la mitad con las cascara en un suelo húmedo. Si se mantiene una humedad constante estos comienzan a brotar en dos o tres meses, siendo al principio su crecimiento bastante lento hasta después de la maduración de la palma.

Debido a sus fuertes espinas desde la germinación, los animales no se alimentan de las plántulas. (INFOAGRO, 2013)

2.2.3 Requerimientos Climáticos

Temperatura.- Requiere un clima cálido, sin grandes variaciones de temperatura.

La temperatura media diaria debe estar en torno a los 27°C con variaciones de 7 a 5°C.

Humedad relativa.- Los climas cálidos y húmedos son los más favorables para el cultivo de la palma de coco.

Una humedad relativa menor del 60% es perjudicial para el cocotero.

Intensidad lumínica.- Se trata de una planta heliofita, por tanto no admite sombreamientos.

Una insolación de 2000 horas anuales con un mínimo de 120 horas mensuales se consideran ideales para su cultivo.

Viento.- Los vientos suaves o moderados favorecen al cultivo, sin embargo los vientos fuertes en periodos de sequía aumentan las condiciones de sequedad del suelo y la transpiración de la planta, generando un déficit hídrico perjudicial.

Los vientos huracanados son limitantes, principalmente para los cocoteros de tipo enano, pues poseen menor resistencia en su tronco y raíces.

Suelo.- Los suelos aptos para el cultivo del cocotero son suelos con texturas livianas (de francos a arenosos), profundos (más de un metro), con una capa freática superficial de uno a dos metros de profundidad.

Los suelos de la planicie costeras son los que presentan estas características.

Cuando se maneja la humedad del suelo con riego, el cultivo puede realizarse sobre suelos arcillosos y limosos.

Heladas.- Es muy sensible a las heladas al tratarse de una planta tropical.

Altitud.- El rango óptimo de elevación en que se desarrolla el cocotero esta entre los 0 a 400 metros. (INFOAGRO, 2013)

2.2.4 Cultivo

Preparación del terreno.- El terreno debe estar libre de malas hierbas, siendo los métodos recomendados los mecanizados por su bajo costo, sin embargo solo se puede aplicar en terrenos con poca pendiente.

El cocotero es sensible a largos periodos de encharcamiento, por tanto si tenemos una capa de suelo endurecido se recomienda un paso de subsolar para mejorar el drenaje interno y externo del suelo.

Ahoyado.- es recomendable que el ahoyado se realice un mes antes del trasplante. Se prepara colocando una capa de materia orgánica (gallinaza, estiércol o estopas de coco) para facilitar y ayudar al crecimiento de las raíces.

Trasplante.- el trasplante se lo realiza al inicio de la estación lluviosa según el siguiente procedimiento: el hoyo se llena tierra hasta un cuarto de su profundidad, para favorecer el desarrollo de las raíces nuevas. Seguidamente la tierra de la superficie del hoyo se mezcla con un fertilizante fosforado. Se acomoda la plántula de tal forma que al rellenar el resto del hoyo de esta quede al nivel del suelo.

Marcos de plantación.- los marcos de plantación varían según el tipo de cocotero siendo los más recomendados los siguientes:

- En variedades gigantes será de 9x9
- En variedades enanas de 7.5x7.5
- Para los híbridos es de 8.5x8.5

Fertilización.- las cantidades de fertilizantes requeridas por el cocotero están determinadas por el nivel de producción, la edad de la planta, el contenido de nutrientes del suelo y su disponibilidad, el tipo de cocotero, la densidad de la siembra, etc.

Los nutrientes más demandados por el cocotero son: nitrógeno, fósforo, potasio, cloro y calcio. La época de aplicación del fertilizante es variable, pero solo puede generarse dos veces al año, uno al inicio y otra al final de la época lluviosa.

Riego.- los métodos de riego recomendados para el cocotero son los localizados: microaspersión, goteo y goteo subterráneo. Si no existe limitaciones de agua se recomienda riego por inundación parcial.

2.2.5 Cosecha

La cosecha del coco varía según el tipo de producción pero va generalmente de enero a julio. Si se comercializa como fruta fresca o se destina a la industria con fines de envasar agua, la cosecha se efectúa cuando el coco tiene entre 5 a 7 meses. En esta época el contenido de azúcar y agua es máximo y el sabor es más intenso.

Si se destina a la producción de coco rallado, deshidratado o copra para la extracción de aceite, la cosecha se realiza cuando los cocos caen al suelo cuando uno de los cocos de un racimo está seco, estos cocos permanecen en la planta durante 12 meses. (INFOAGRO, 2013)

Gráfico 4: Cosecha del coco



Fuente: Infoagro
Año: 2013

2.2.6 Propiedades Nutritivas del Cocotero

La composición del coco varía a medida que este madura. La grasa constituye el principal componente tras el agua y es rica en ácidos grasos saturados (88.6% del total), por lo que su valor calórico es el más alto de todas las frutas. Aporta una baja cantidad de hidratos de carbono y menor aun de proteínas.

Así mismo, el coco es rico en sales minerales que participan en la mineralización de los huesos (magnesio, fósforo, calcio) y en potasio. En cuanto a otros nutrientes, destaca su aporte de fibra, que mejora el tránsito intestinal y contribuye a reducir el riesgo de ciertas alteraciones y enfermedades.

El magnesio se relaciona con el funcionamiento de intestino, nervios y músculos, forma parte de huesos y dientes, mejora la inmunidad y posee un suave efecto laxante.

El calcio y el fosforo, también intervienen en la formación de huesos y dientes, y el calcio, colabora además en la transmisión del impulso nervioso y en la actividad muscular normal. El fósforo participa en el metabolismo energético.

El potasio es necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso, para la actividad muscular normal e interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula. Destaca además su contenido de vitamina E, de acción antioxidante y de ciertas vitaminas hidrosolubles del grupo B, necesarias para el buen funcionamiento de nuestro organismo. (CONACOCO, 2013).

Cuadro 2: Componentes Nutricionales del coco

COMPONENTES	CONTENIDO
Calorías (g)	351
Grasas (g)	36
Hidratos de carbono (g)	3.7
Fibra (g)	10.5
Potasio (mg)	405
Magnesio (mg)	52
Vitamina E (mg)	0.7
Vitamina C (mg)	2
Ácido Fólico (mcg)	26

Fuente: CONACOCO

Año: 2013.

2.2.7 Aplicaciones del Cocotero (Coco)

Se dice que es la planta a la que se le conoce más aplicaciones y es una de las más aprovechadas para el hombre.

Industria.- la copra se utiliza como materia prima para la extracción de aceite, como deshidratado en conservas y en la fabricación de jabones, cosméticos y champús.

La concha que cubre la copra es el empleado como materia activa para producir carbón y carbón activado o como combustible para caldera.

Ganadería.- la harina de coco es un subproducto de la extracción de aceite y se usa como alimento para el ganado.

Las hojas se emplean como forraje para el ganado vacuno en épocas de escasez de invierno. Si se cortan demasiadas hojas (máximo 5 a 6) en épocas de sequía, el cocotero puede morir con facilidad.

Agricultura.- el polvo de la estopa se usa para enmendar suelos arenosos, ya que mejoran la retención de agua y la textura del suelo.

Los productos residuales procedentes de la extracción del aceite se mezclan con otros ingredientes para preparar abonos orgánicos.

Construcción.- la madera de coco se emplea para la fabricación de casas, puentes y granjas y las palmas son empleadas en los techos.

La corteza exterior es dura y se emplea en el montaje de muebles.

Artesanía.- las palmas se utilizan para hacer canastas, sombreros, alfombras, etc.

La concha se utiliza para fabricar botones, cucharas, adornos, etc.

La fibra de coco es resistente al agua de mar y se utiliza para los cables y aparejo en las naves, para hacer las esteras, las mantas, los bolsos, las escobas, los cepillos.

Alimentación.- su consumo en fresco representa una importante fuente de energía para el organismo humano, pero además la pulpa ofrece un gran protagonismo en la elaboración y fabricados de repostería.

El agua de coco se utiliza como bebida refrescante y como ingrediente para guisos, helados y platos de pescado.

El palmito es la yema terminal del cocotero y se consume crudo o cocido y contiene 3% de almidón y 5% de azúcar.

Medicina.- tiene multitud de aplicaciones entre las que se destacan: antiséptico, astringente, bactericida, diurético, etc.

En muchos países tropicales se emplea como remedio popular contra el asma, la bronquitis, contusiones, quemaduras, estreñimiento, disentería, tos, fiebre, gripe, etc.

Ecología.- la presencia de estos árboles contribuye a la regulación del microclima y a la protección de los suelos.

Turismo.- para el sector turístico la destrucción de los cocoteros constituye una gran pérdida porque los paisajes costeros pierden su elemento natural que embellece las playas.

Jardinería.- se plantan en arboleadas y alineados en calles. Los cocoteros germinados y con las primeras hojas se suelen vender como planta de interior. Además la madera de tronco se emplea en macetas para plantas ornamentales. (INFOAGRO, 2013).

2.2.8 La pulpa de coco

2.2.8.1 Características

Pulpa es la parte comestible de las frutas o el producto obtenido de la separación de las partes comestibles carnosas de esta, mediante procesos tecnológicos adecuados. Además es el producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias. Las pulpas y jugos se caracterizan por ser una amplia gama de compuestos nutricionales que les confiere un atractivo especial a los consumidores.

Están compuestas de agua en un 70 a 95%, pero su mayor atractivo desde el punto de vista nutricional es su aporte a la dieta de principalmente vitaminas, minerales, enzimas y carbohidratos como la fibra. (UNAL, 2015)

2.2.8.2 Usos de la pulpa de coco

La pulpa de coco puede ser utilizada como materia prima en la elaboración de néctares, jugos, cocteles, helados y refrescos.

La pulpa de fruta en si tiene tres tipos de clientes:

Consumidores finales: amas de casa que utilizan la pulpa de fruta para la preparación de jugos, batidos, postres, helados, etc.

Cientes institucionales.- empresas que utilizan la pulpa de fruta como materia prima para preparación de bebidas, postres o cualquier receta que utilice fruta.

Dentro de esta categoría encontramos los restaurantes, hoteles, clubes sociales, bares, empresas de servicios de alimentación que a su vez atienden a hospitales, colegios, universidades, etc.

Cientes industriales.- empresas que utilizan las pulpas de fruta para fabricación de jugos, refrescos, helados, yogures, mermeladas, etc. a nivel industrial. (PULPA DE FRUTAS, 2014)

2.2.8.3 Beneficios de consumir pulpa de fruta

- Es la forma más fácil de mantener la fruta para las diferentes preparaciones que se desee realizar
- Es la mejor forma de conservar la fruta por espacios de tiempo prolongados y es posible disfrutarla aun en temporadas en la que es imposible conseguirla.
- Le ahorra tiempo en sus diferentes preparaciones.
- Solo adquiere la parte útil de la fruta, evitando la acumulación de desperdicios y evitando los malos olores.
- Con la pulpa es posible preparar de forma fácil, ágil y practica mermeladas, postres, compotas y otras delicias. (RONI, 2014)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Acceso a mercados

En la OMC se entiende por acceso de las mercancías a los mercados las condiciones y las medidas arancelarias y no arancelarias convenidas por los miembros para la entrada de determinadas mercancías a sus mercados. Los compromisos arancelarios respecto de las mercancías se establecen en las listas de concesiones de cada Miembro relativas a las mercancías. Las listas representan compromisos de no aplicar derechos arancelarios

superiores a los tipos consignados en las listas, esos tipos están consolidados. Las medidas no arancelarias se abordan en el marco de acuerdos específicos de la OMC. (OMC, 2015)

2.3.2 Acuerdo Comercial

Es un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales.

Existen dos tipos de acuerdos comerciales: De cooperación internacional: es un sistema por el que se unen varios estados con el fin de alcanzar determinados objetivos comunes que responden a sus intereses solidarios, sin que la acción emprendida, ni las medidas adoptadas para alcanzarlos, afecten esencialmente a sus jurisdicciones o a sus prerrogativas de estado soberano.

De integración internacional: es un sistema por el que se unen varios estados, aceptando no hacer valer unilateralmente sus jurisdicciones y delegando su ejercicio en una autoridad supranacional, en la que se opera la fusión de sus intereses, y a cuyas decisiones aceptan someterse mediante el control y los procedimientos adecuados, para todo aquello que se refiera al sector de actividad encomendada a la alta autoridad. (FINANZAS, 2014)

2.3.3 Aduana

Servicio público que regula y controla la entrada y salida de mercancías, los medios que las transportan, y los trámites que deben hacerse. Sus funciones es hacer cumplir las leyes y recaudar impuestos, derechos y aprovechamientos aplicables en materia de comercio internacional. Lugar de paso de mercancías de un lugar a otro. Ahí se valoran los bienes, y se aplican y recaudan derechos e impuestos sobre ellos. (CAESPA, 2014)

2.3.4 Aforo

Operación única que consiste en practicar en una misma actuación el examen físico y la revisión documental, de tal manera, que se compruebe la clasificación de las mercancías, su valuación, la determinación de origen cuando proceda, y los demás datos necesarios para fines de tributación y fiscalización aduanera. (MARDELPLATA, 2010)

2.3.5 Arancel

El texto donde se encuentran relacionadas todos los derechos de aduana, convertido generalmente en una ley, se llama arancel.

Es la nomenclatura oficial de mercaderías clasificadas con la determinación de los gravámenes que deben causarse con motivo de la importación y/o exportación.

La nomenclatura tarifaria o arancel contiene la enumeración de todos los productos que son susceptibles de ser importados o exportados. La clasificación se efectúa por grupos de productos, pero de forma que puedan intercalar posteriormente artículos nuevos. Cada mercancía se designa primero por un número y después con su denominación.

En algunos países el objetivo primario de un arancel consiste en aumentar las rentas o en aplicar represalias por las políticas restrictivas de comercio de otras naciones. (ARCILA, 2006)

2.3.6 Balanza Comercial

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo. El saldo de la misma es la diferencia entre las exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. (PROECUADOR, TÉRMINOS DE GLOSARIO, 2014)

2.3.7 Certificado de Origen

Documento expedido y/o visado por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación mencionada en el mismo, suele exigirse por motivos arancelarios, ya que hay países que tienen tarifas discriminatorias según el país de procedencia. (REEXPORTA, DICCIONARIO DE COMERCIO EXTERIOR, 2014)

2.3.8 Comercio Internacional

El comercio internacional es el intercambio de bienes como productos y servicios entre países alrededor del mundo. Hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeta a regulaciones adicionales que establezcan los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros. (COMERCIO Y ADUANAS , 2015)

2.3.9 Contrato de Seguro

Es un documento a través del cual, las aseguradoras se comprometen a resarcir el daño o a pagar una suma de dinero si ocurre en evento establecido en el mismo y, el contratante/asegurado de pagar una prima con el fin de estar protegido.

Los contratos de seguros son los convenios entre las compañías Aseguradoras o de Seguros y los Asegurados con el fin de transferir, del Asegurado al Asegurador, una parte de las pérdidas que puedan producirse por los riesgos que se encuentren asegurados. (SEGUROS , 2014)

2.3.10 Control Aduanero

Es el conjunto de medidas tomadas por la autoridad aduanera con el objeto de asegurar la observancia de las disposiciones aduaneras. (DIAN, 2013)

2.3.11 Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

Es el documento en que el exportador manifiesta ante la aduana de salida los datos de la mercancía que exporta y otros relativos a la operación. (COMERCIO Y ADUANAS , 2015)

2.3.12 Demanda

La demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la oferta) y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (RAMÍREZ, 2011)

2.3.13 Documento de transporte

Documento que materializa el acuerdo de voluntades entre un operador de transporte y un usuario de su servicio, por el cual el primero se compromete a transportar la carga desde un determinado lugar de origen hasta el final que se le indique, a cambio de un precio determinado (flete). (ECUAPASS, 2014)

2.3.14 Empaque

El empaque propiamente dicho es la caja, la paca, el tambor, etc., que sirve para proteger y conservar la mercancía, desde el punto de origen hasta el destino final.

El empaque es múltiple cuando incluye elementos de protección adicional como: la paja, el icopor, formas de cartón, etc. (ARCILA, 2006)

2.3.15 Exportación

Bienes o servicios que se producen en el país, los cuales son vendidos y posteriormente enviados a clientes de otros países. (PROECUADOR, TÉRMINOS DE GLOSARIO, 2014)

2.3.16 Factura comercial

Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben figurar los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega. (REEXPORTA, DICCIONARIO DE COMERCIO EXTERIOR, 2014)

2.3.17 Incoterms

Los incoterms (Términos de Comercio Internacional) establecen reglas internacionales que tienen como finalidad facilitar la conducción del comercio global y así poder evitar incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en diferentes países, estos auxilian en la identificación de las obligaciones entre las partes (Comprador/Vendedor) y reduce el riesgo de complicaciones legales. Así como también determinan el punto exacto e transferencia, el riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía entre los involucrados sin embargo estas no son consideradas como ley, son Recomendaciones reconocidas como Practica Internacional Uniforme de Comercio.

Son todas aquellas normas que regulan la entrada y salida de mercancías, productos y que se utilizan para aclarar los costos de las transacciones comerciales internacionales que establecen las obligaciones/responsabilidades entre el comprador y vendedor que así mismo delimitan la práctica actual en el transporte internacional de dichas mercancías. (EUMED.NET, 2014)

2.3.18 Mercado objetivo

El mercado objetivo es un grupo de personas que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico al cual nosotros queremos ofrecerles un producto o servicio. . (VITTORI, 2014)

2.3.19 Producto Interno Bruto PIB

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado. El PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. (ECONOMIA, 2015)

2.4 MARCO LEGAL

A continuación se detalla información sobre instituciones relacionadas directamente con las exportaciones, todas estas instituciones ayudaran a la empresa Planhofa C.A, a realizar trámites de exportación, promocionar sus productos, mantener acuerdos comerciales, controlar la calidad del producto, controlar el buen estado fitosanitario de sus cultivos para evitar la propagación de plagas y la recaudación de impuestos, tributos y tasas al comercio exterior.

2.4.1 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro- AGROCALIDAD, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, y de la regulación y control de las actividades productivas del agro nacional, respaldada por normas nacionales e internacionales, dirigiendo sus acciones a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria, la implantación de prácticas de inocuidad alimentaria, el control de la calidad de los insumos, el apoyo a la preservación de la salud pública y el ambiente, incorporando al sector privado y otros actores en la ejecución de planes, programas y proyectos.

Agrocalidad promueve en las diversas cadenas de producción agropecuaria, procesos sustentados en sistemas de gestión de calidad, a fin de mejorar la producción, productividad y garantizar la soberanía alimentaria, para lograr la satisfacción de los requerimientos nacionales y el desarrollo de la competitividad internacional. (AGROCALIDAD, 2014)

2.4.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

El presente código tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente con el ciudadano de la naturaleza. (COPCI, 2010).

2.4.3 Ministerio de la Agricultura, Acuicultura y Pesca (MAGAP)

Es la institución rectora del multisector, para regular, normar, facilitar, controlar y elevar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país; promoviendo acciones que permitan el desarrollo rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando al desarrollo de productores, en particular representados por la agricultura familiar campesina, manteniendo el incentivo a las actividades productivas en general.

Su objetivo es elevar la competitividad del agro, a través del desarrollo productivo con un Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca-MAGAP, fortalecido administrativa y técnicamente, para alcanzar con altos estándares de productividad, bajos costos unitarios y calidad, que garanticen la presencia estable y creciente de la producción del agro en mercados internos y externos. (MAGAP, 2014)

2.4.4 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

Esta entidad es la encargada de impulsar el desarrollo del sector productivo y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con

el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo. (MIPRO, 2010)

2.4.5 Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)

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

Su misión es promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y a la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Tiene como objetivo alcanzar una adecuada promoción de oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y la diversificación de exportadores, productos y mercados.

(PROECUADOR, INSTITUCIONAL, 2014)

2.4.6 Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

El SENAЕ es la entidad encargada de dar servicio aduanero en el país. Tiene por objeto facilitar y controlar el tránsito aduanero y todo lo concerniente a dicha actividad, ya sea la importación o exportación de mercancías. Se encarga además de terminar y recaudar tributos, resolver problemas e inquietudes de parte de las personas implicadas. Asimismo, previene, persigue y sanciona las infracciones aduaneras.

El SENAЕ tiene potestad aduanera, al otorgarse derechos y atribuciones para el cumplimiento de sus objetivos en todo lo relacionado a actividades de comercio exterior, ya sean directas o indirectas, dentro de la jurisdicción nacional. (los atributos del SENAЕ están estipulados en el art. 211 del COPCI, entre ellos esta: ejercer vigilancia sobre las personas, mercancías y medios de transporte en zonas: ´primaria y secundaria.

El SENA E tiene potestad de contratar a empresas públicas o privadas, que ofrezcan servicio de almacenamiento, aforo, control y vigilancia de mercancías ingresadas al país. (GUTIÉRREZ, 2013)

2.4.7 Servicio de Rentas Internas (SRI)

El Servicio de Rentas Internas busca ser una organización sustentada en los principios de justicia, equidad y absoluta neutralidad política, fundamentales para su relación con el contribuyente, pero también con quienes aspiran, en ejercicio de su legítimo derecho, a ocupar una posición en la entidad. Estos principios asignan imparcialidad a la Administración Tributaria e independencia para definir sus políticas y estrategias de gestión y han permitido se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, guiarse bajo estos principios, le garantiza la aplicación confiable y transparente de las políticas y legislación tributaria. (SRI, 2014)

Es un organismo autónomo del Ecuador, cuya función principal es el cobro de los impuestos a nivel nacional, cuenta con presencia en todas las provincias del país.

2.5 IDEA A DEFENDER

La exportación de pulpa de coco permitirá que la empresa Planhofa C.A, incremente su rentabilidad.

2.6 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación a realizar es el descriptivo, este me permitirá conocer cuáles son las percepciones que tiene el comprador en cuanto a las características del producto, como también el tamaño del mercado objetivo, poder de compra, y las características que presenta el comprador.

Método de Investigación

El método de investigación es el exploratorio, este método es el más utilizado para el tipo de investigación que se va a realizar ya que este método permite recopilar, examinar y explorar información sobre el tema.

Técnicas de Investigación

Para la recopilación de información acerca de la investigación, se utilizara las siguientes técnicas:

- Documental
- De campo

Instrumentos de investigación

Para la recopilación de información se obtiene a través de:

- Libros
- Revistas
- Internet.

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

Es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (SILVA, 2011)

3.1.1 Objetivos del Estudio de Mercado

- Determinar la demanda existente en el mercado estadounidense en cuanto al consumo de pulpa de coco.
- Identificar el comportamiento de compra de la pulpa de coco que tienen los importadores de Los Ángeles California – Estados Unidos.
- Conocer los principales competidores y su participación dentro del mercado de Los Ángeles California - Estados Unidos.
- Analizar las principales características de la pulpa de frutas exigidas por los consumidores del mercado estadounidense.

3.2 ANÁLISIS GLOBAL

3.2.1 Relaciones Comerciales entre Ecuador y los Estados Unidos

En la actualidad Ecuador y EE.UU están pasando por un mal momento en sus relaciones comerciales ya que el acuerdo SGP y el ATPDA que benefician a ciertos productos ecuatorianos con un arancel cero no han sido renovados por parte de los dos países, pero pese a eso la realidad es otra.

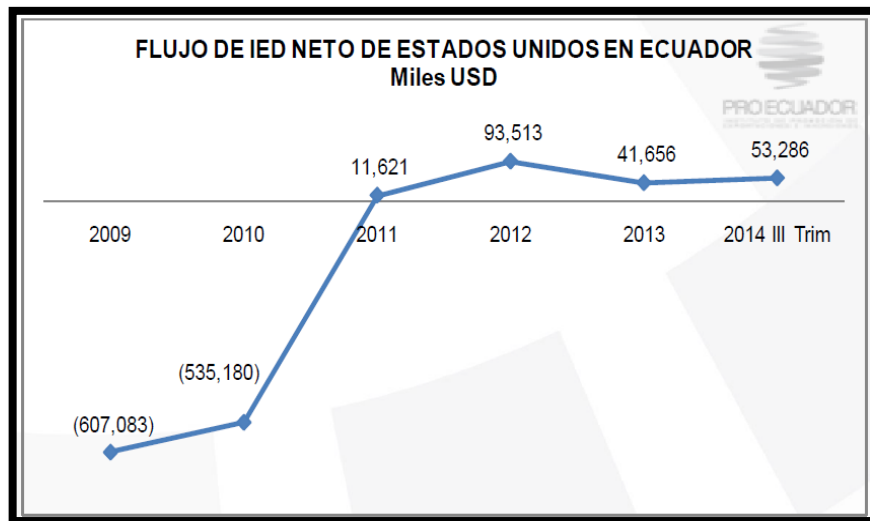
Los Estados Unidos y el Ecuador disfrutaban de una creciente relación comercial. Las exportaciones de los Estados Unidos al Ecuador llegaron a USD 8.380.652 en el 2014,

mientras que las importaciones Estadounidenses provenientes del Ecuador llegaron a USD 11.297.036 (según los datos obtenidos en Trade Map)

Estados Unidos se ha convertido nuevamente en el primer mercado para las exportaciones ecuatorianas no petroleras, tomando en cuenta que entre enero y julio del 2014 el 28% de las exportaciones ecuatorianas no petroleras fueron para Estados Unidos.

3.2.2 Inversión Extranjera Directa de Estados Unidos en Ecuador

Gráfico 5: IED Neto de Estados Unidos en Ecuador



Fuente: Ficha Comercial de EE.UU.
Año: 2015

Ecuador como otros países en desarrollo trata de buscar e incrementar la influencia de la Inversión Extranjera Directa la cual ha evolucionado en los últimos años. En el gráfico se observa que a partir del año 2011 la IED se ha mantenido al alza en comparación a los años anteriores.

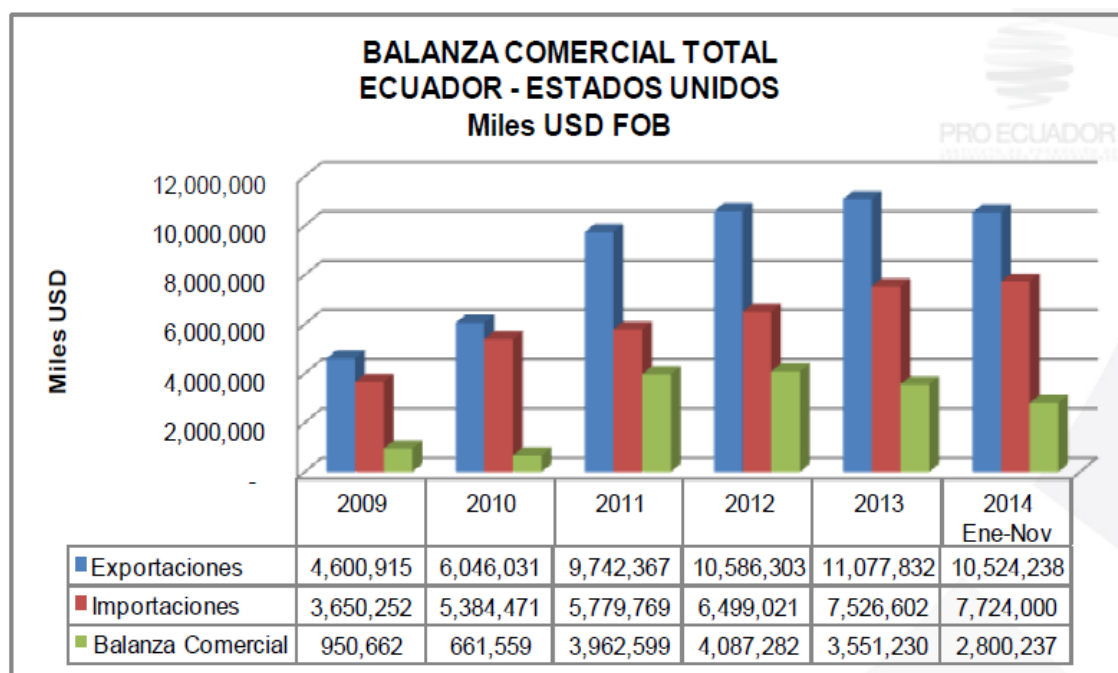
3.2.3 Balanza Comercial entre Ecuador y Estados Unidos

La balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos nos indica que el saldo comercial ha sido positivo para nuestro país en los últimos 6 años. En el periodo enero-noviembre del año 2013 las exportaciones han alcanzado los USD 11.077 millones y las

importaciones USD 7.526 millones, resultando una Balanza Comercial positiva de USD 3.551 millones.

Según los datos obtenidos por Proecuador el Ecuador ha exportado 1.341 Subpartidas (10 dígitos) hacia Estados Unidos en el 2013, las exportaciones del año representan un incremento de 5% en relación con las del 2012, y, las importaciones registran un incremento del 16% en el 2013 con respecto al año anterior.

Gráfico 6: Balanza Comercial entre Ecuador y Estados Unidos



Fuente: Ficha Comercial de EE.UU/Proecuador
Año: 2015.

3.2.4 Exportaciones Ecuatorianas hacia Estados Unidos

A continuación se detalla los productos que el Ecuador ha exportado hacia Estados Unidos tomando en cuenta las ventas del año 2013.

Como se puede ver los principales productos exportados fueron: bananas frescas de tipo Cavendish Valery (14.09%); las demás formas de oro en bruto para uso no monetario (11.90%); camarones, langostinos y demás (10.23%); los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados (8.89%) y rosas frescas cortadas (8.43%). Estos son los cinco productos que encabezan la lista de los principales productos exportados y representan un 53.55% de las exportaciones totales.

Cuadro 3: Principales Productos Exportados a Estados Unidos

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA ESTADOS UNIDOS									
Miles USD FOB									
Subpartida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Ene-Nov	TCPA 2009-2013	Partic. % 2013
0803.90.11.00	Bananas frescas tipo «cavendish valery»	413,542	414,281	386,915	317,485	359,018	333,785	-3.47%	14.09%
7108.12.00.00	Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario	16,319	7,555	31,227	278,833	303,401	366,727	107.65%	11.90%
0306.16.00.00	Camarones, langostinos y demás	88,026	115,200	214,516	234,280	260,807	287,086	31.20%	10.23%
0306.17.99.00	Los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados no contemplados en otra parte	91,425	119,648	222,800	244,304	226,551	298,173	25.47%	8.89%
0603.11.00.00	Rosas frescas cortadas	194,834	168,539	186,473	185,278	214,956	208,213	2.49%	8.43%
1801.00.19.00	Cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra	163,118	80,886	223,629	123,351	152,018	196,501.5	-1.75%	5.96%
1604.14.10.00	Atunes en conserva	28,234	33,147	78,390	91,414	106,388	92,806	39.33%	4.17%
0603.19.90.90	Las demás flores y capullos frescos, cortados, no contemplados en otra parte	15,456	42,981	55,597	50,523	68,474	64,616	45.08%	2.69%
0306.17.19.00	Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados	584	256	-	1,734	66,412	78,513	226.63%	2.61%
0803.10.10.00	Bananas frescas tipo «plantain» (para cocción)	42,737	37,228	50,527	47,191	56,032	53,841	7.01%	2.20%
7108.13.00.00	Las demás formas semilabradas de oro	159	-	-	-	47,558	295,312	315.58%	1.87%
2616.90.10.00	Minerales de oro y sus concentrados	-	-	-	5,183	31,687	166,781	-	1.24%
0804.50.20.00	Mangos y mangostanes frescos o secos	18,378	13,581	18,712	28,952	31,426	19,503	14.35%	1.23%
0304.31.00.00	Tilapias (oreochromis spp) filetes frescos o refrigerados	52,257	43,724	47,381	46,371	30,681	14,968	-12.46%	1.20%
4407.22.00.00	Maderas aserradas o desbastadas	18,919	27,596	21,451	28,980	25,911	32,602	8.18%	1.02%
	Demás productos	472,453	538,416	489,048	536,612	567,206	619,755	4.68%	22.26%
	Todos los productos	1,616,442	1,643,035	2,026,668	2,220,491	2,548,527	3,129,181	12.06%	100.00%

Fuente: Ficha Comercial de EE.UU/Proecuador
Año: 2015.

3.2.5 Importaciones desde Estados Unidos

En la siguiente tabla se presenta un listado de los productos que Ecuador importo desde Estados Unidos hasta septiembre del 2014.

En el 2013 los principales productos importados fueron tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja, máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, y las demás partes y accesorios para máquinas y aparatos para imprimir con una participación de (4.06%), (3.52%) y (1.82%) respectivamente. Estos productos representan el 9.40% del total de las importaciones.

Cuadro 4: Productos importados por Ecuador desde Estados Unidos

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE ESTADOS UNIDOS									
Miles USD FOB									
Subpartida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Ene-Sep	TCPA 2009-2013	Partic. % 2013
2304.00.00.00	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya)	28,874	44,456	98,087	179,434	176,290	121,093	57.19%	4.06%
8471.30.00.00	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, digitales, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg	90,721	114,207	136,737	133,890	152,892	146,280	13.94%	3.52%
8443.99.00.00	Las demás partes y accesorios para máquinas y aparatos para imprimir	58,101	71,212	75,936	77,631	78,983	71,544	7.98%	1.82%
8502.39.90.00	Los demás grupos electrógenos	72	9	902	1,904	70,682	302	459.64%	1.63%
8517.62.20.00	Teléfonos con corriente portadora	41,410	42,957	52,696	59,972	68,373	77,943	13.36%	1.57%
8431.43.90.00	Las demás partes de máquinas de sondeo o perforación	17,293	43,233	32,457	47,958	50,276	48,974	30.58%	1.16%
8701.20.00.90	Los demás tractores de carretera	24,617	24,516	35,822	46,670	49,472	36,613	19.06%	1.14%
8544.60.90.00	Los demás conductores eléctricos para una tensión superior a 1.000 v, no contemplados en otra parte	26,598	41,392	30,123	30,823	46,449	2,705	14.96%	1.07%
8471.50.00.00	Unidades de proceso digitales, excepto las de las subpartidas 8471.41 u 8471.49	21,502	28,369	36,174	43,010	42,921	41,029	18.86%	0.99%
8517.12.00.90	Los demás teléfonos móviles (celulares) y de otras redes inalámbricas	-	30,638	66,893	51,988	42,857	-	-	0.99%
3904.10.20.00	Poli (cloruro de vinilo) obtenido por polimerización en suspensión	29,729	45,925	64,838	49,279	41,740	55,685	8.85%	0.96%
3901.10.00.00	Poliétileno de densidad inferior a 0,94	49,746	52,127	48,693	36,607	41,094	52,334	-4.66%	0.95%
1001.99.10.00	Los demás trigos	15,012	20,356	21,550	37,525	43,649	58,113	30.58%	1.01%
8473.30.00.00	Partes y accesorios de máquinas de la partida 84.71	38,525	48,661	53,150	48,881	40,813	28,550	1.45%	0.94%
8471.49.00.00	Las demás máquinas automáticas presentadas en forma de sistemas	16,950	24,442	24,087	27,199	39,705	29,592	23.71%	0.91%
	Demás productos	2,271,706	2,813,323	2,957,923	3,129,232	3,356,331	3,119,660	10.25%	77.29%
	Todos los productos	2,730,855	3,445,821	3,736,068	4,002,004	4,342,526	3,890,419	12.30%	100.00%

Fuente: Ficha Comercial de EE.UU./Proecuador

Año: 2015

3.2.6 Productos Ecuatorianos con potencial en el Mercado de Estados Unidos

Como podemos ver en la siguiente tabla encontramos una lista de los productos potenciales para el mercado de Estados Unidos, los productos que se encuentran como estrella representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad y quienes se encuentran como dilema ocupan una parte pequeña en el mercado.

Cuadro 5: Productos Potenciales para el mercado de Estados Unidos

PRODUCTOS POTENCIALES PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS		
Miles USD		
Subpartida	Descripción	Valoración
1513.29	los demás aceites de palmiste o de babasu, y sus fracciones	Estrellas
1604.20	las demás preparaciones y conservas de pescados	Estrellas
1801.00	cacao en grano, entero o partido crudo o tostado.	Estrellas
1805.00	cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo	Estrellas
2005.51	alubias desvainadas, preparadas o conservadas, excepto en vinagre, sin	Estrellas
2008.91	palmitos, preparados o conservados o con alcohol.	Estrellas
2008.99	las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almibar .	Estrellas
2101.11	extractos, esencias y concentrados a base de café	Estrellas
2103.90	las demás preparaciones para salsas y salas preparadas.	Estrellas
2301.20	harina, polvo y pellets, de pescado o de crustáceos, moluscos	Estrellas
2401.10	tabaco sin desvenar o desvenar	Estrellas
3824.90	las demás preparaciones aglutinantes para moldes	Estrellas
3915.90	desechos, recortes y desperdicios, de los demás plásticos.	Estrellas
3920.20	placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de propileno	Estrellas
3923.21	sacos, bolsas y cucuruchos de polímeros de etileno	Estrellas
3923.30	bombonas, botellas, frascos y artículos similares.	Estrellas
3923.50	tapones, tapas, capsulas y demás dispositivos de cierre.	Estrellas
3924.10	vajilla y demás artículos para el servicio de mesa	Estrellas
4418.20	puertas y sus marcos y umbrales.	Estrellas
4421.90	las demás manufacturas de madera.	Estrellas
4819.20	cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin ondular	Estrellas
5402.33	hilados texturados: de poliéster.	Estrellas
5801.36	tejidos de chenilla, de fibras sintéticas o artificiales.	Estrellas
6110.30	súeteres, jerseys, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	Estrellas
6115.21	calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y demás	Estrellas
6301.40	mantas de fibras sintéticas. (excepto las eléctricas).	Estrellas
6403.99	demás calzados con suela de caucho, de plástico o de cuero natural	Estrellas
6501.00	casco sin forma ni acabado, platos (discos) y bandas (cilindros)	Estrellas
6504.00	sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas	Estrellas

Fuente: Guía Comercial/ProEcuador

Año: 2014.

3.2.7 Partida Arancelaria Sugerida

Las exportaciones de pulpa de frutas al mercado Estadounidense se realizan bajo la subpartida arancelaria 2008.99 –las demás--, la que es denominada de la siguiente manera, frutos u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, (las demás).

Cuadro 6: Subpartida Arancelaria Sugerida: 2008.99

Sección IV:	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS
Capítulo 20:	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de las plantas
Partida Sist. Armonizado 2008:	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte
Subpartida Sist. Armoniz. 200899:	--Los demás--

Fuente: Proecuador

Año: 2013

Para la obtención de datos sobre las exportaciones e importaciones de pulpas de frutas se aplica la Subpartida Arancelaria 200899 la misma que ayudara a encontrar la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

3.2.8 Barreras Arancelarias

El importador de Estados Unidos de América aplica la siguiente tarifa arancelaria de 9.6% a las importaciones con subpartida 2008.99, en la que incluye la pulpa de coco, procedentes del Ecuador.

3.3 LA DEMANDA

Desde la economía se entiende a la demanda como la cantidad de los bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos. (CONCEPTO.DE, 2015)

3.3.1 Metodología para la estimación de la demanda

La medida de la demanda para un producto o servicio será la cantidad de personas que lo compran o hacen uso del mismo. Cuando se elabora un producto o se presta un

servicio y se coloca en el mercado, el producto debe cumplir con las características que los usuarios buscan, en términos de volumen, precio, embalaje, calidad, y oferta estacional, entre otros factores. Si esto se consigue el producto o servicio se vende y el dinero generado se emplea para continuar con las operaciones y para cubrir los costos de la inversión.

La evaluación de la demanda no determina únicamente la factibilidad general de la inversión y la magnitud de la producción, sino que además puede tener un impacto importante en las características del producto a ser generado, la tecnología aplicada, los insumos que se pueden utilizar y la programación de actividades. (FAO, 2014)

Mediante la estimación de la demanda permitirá conocer cuánto debe producir la empresa.

3.3.2 Factores que afectan a la Demanda

Los principales factores que afectan a la demanda son:

Precio del bien: Al aumentar el precio de un bien disminuye la cantidad demandada y viceversa.

Población: depende de la cantidad de población y sus características, a más personas, mayor demanda. Además se debe tomar en cuenta si esa población en aumento es realmente el público objetivo al cual está dirigido nuestro producto.

Estacionalidad: se refiere a los factores tales como el momento del año en que se consume el producto dependiendo de una temporada.

Productos alternativos o sustitutos: Si repentinamente el precio de un producto que consumíamos con frecuencia sube mucho es probable que busquemos otro producto para reemplazarlo.

Ingreso de los consumidores: Si el nivel de ingreso de las personas aumenta estas, usualmente, tenderán a demandar más bienes, ya que está dentro de sus posibilidades económicas.

Gustos: Debido a que los gustos de las personas suelen cambiar, esto también podría generar que un producto deje de ser tan demandado por sus consumidores. Ya que cada persona está en su derecho de elegir lo que quiere consumir. (AULA MASS, 2012)

3.3.3 Principales Importadores Mundiales de la subpartida 2008.99

Los datos de los importadores de frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, en la que incluye la pulpa de coco corresponden a la Subpartida 2008.99

Los principales importadores mundiales son Estados Unidos seguido de Japón y Francia con una participación del 31.27%, 9.17% y 5.71% respectivamente.

Con estos datos podemos darnos cuenta que Estados Unidos es un destino favorable para exportar la pulpa de coco ya que como se puede apreciar encabeza la lista de los países que más consume productos como las frutas preparadas o conservadas de otro modo.

Cuadro 7: Principales Importadores Mundiales de la Subpartida 2008.99

PRINCIPALES IMPORTADORES MUNDIALES						
Miles FOB						
PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	Part. 2013
EE.UU	645.508	759.804	857.502	922.052	952.597	31.27
Japón	206.751	266.514	284.117	270.390	272.635	9.17
Francia	122.788	147.956	151.319	168.429	172.703	5.71
Alemania	166.516	203.366	150.126	165.771	163.968	5.62
Canadá	117.547	144.952	121.368	149.020	157.793	5.05
Países Bajos (H)	166.867	186.391	133.342	146.484	201.389	4.97
Reino Unido	127.406	126.838	115.815	122.226	131.394	4.15
Rep. de Corea	56.987	63.844	74.133	77.719	85.303	2.64
Bélgica	32.964	52.163	67.551	67.093	62.441	2.28
China	17.698	30.393	43.611	58.572	83.795	1.99
Los demás	637.907	796.509	775.276	800.786	10.569.685	27.16
Total	2.298.939	2.778.730	2.774.160	2.948.542	12.853.703	100

Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Diego Guachambala.

3.3.4 Principales Proveedores de Estados Unidos

Los principales proveedores de Estados Unidos a nivel mundial de frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, en la que incluye la pulpa de coco correspondiente a la Subpartida 2008.99, en primer lugar se encuentra México que en los últimos cinco años ha venido liderando esta lista, seguido de China, Tailandia, República de Corea, Canadá, Ecuador, Costa Rica, Filipinas y Japón.

Cuadro 8: Lista de los mercados proveedores de Estados Unidos

PRINCIPALES PROVEEDORES MUNDIALES					
Miles FOB					
PAIS	2010	2011	2012	2013	2014
México	132.562	162.648	173.538	180.181	206.778
China	119.255	138.682	170.786	182.014	173.149
Tailandia	67.920	71.335	78.150	92.409	89.275
Rep. de Corea	23.551	34.689	51.777	71.957	74.823
Canadá	64.873	77.034	69.081	75.863	73.546
Ecuador	29.311	37.535	49.727	48.733	54.044
Costa rica	36.076	39.814	39.183	44.477	50.724
Filipinas	17.859	24.415	29.124	29.876	28.918
Japón	32.584	33.708	31.382	25.695	25.794
Los demás	121.517	139.944	164.754	170.847	175.546
Total	645.508	759.804	857.502	922.052	952.597

Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Diego Guachambala.

3.3.5 Los Estados Unidos

Gráfico 7: Mapa Físico de Estados Unidos



Fuente: Mapas del mundo
Elaborado por: Diego Guachambala

Información General

Los Estados Unidos de América es el cuarto país más grande del mundo en extensión, contando con una superficie de 9.631.418 km² (de los cuales el 47% es superficie agraria y el 29% terreno forestal) y una extensión de 4500 km de este a oeste y 2575 km de norte a sur. La superficie continental de los estados unidos limita al norte con Canadá, al sur con México, al este con el Océano Atlántico y el Mar Caribe, y al oeste con el Océano Pacífico.

A grandes rasgos, el territorio estadounidense se puede considerar como una gran depresión bordeada al este y oeste por tierras altas. Las llanuras centrales se extienden desde Canadá hasta el Golfo de México, limitadas en el oeste por las Montañas Rocosas y en el este por la cordillera de los Apalaches. La costa noroeste es lluviosa y de temperatura moderada. En California en general es seco y desértico en algunas partes. El resto del país continental presenta veranos húmedos e inviernos nevados. El sur de Alaska tiene clima moderado, el norte es gélido, Hawái es tropical y el sur Florida es subtropical. (PROECUADOR, 2014)

Datos generales:

Cuadro 9: Indicadores Socioeconómicos

INDICADORES	DESCRIPCION
Población:	318.892.103 habitantes (est. julio 2014)
Crecimiento poblacional:	0.77% (2014 est.)
Capital:	Washington D. C.
Principales ciudades:	New York-Newark, Los Ángeles- Long Beach- Santa Ana, Chicago, Miami, Philadelphia
PIB:	USD 16.72 billones (2013 est.)
Crecimiento PIB:	1.6% (est.2013)
PIB Per cápita	USD52.432 (2013 est.)
Composición del PIB por sector	<ul style="list-style-type: none">➤ Agricultura: 1.1% (2013 est.)➤ Industria: 19.5% (2013 est.)➤ Servicios: 79.4% (2013 est.)
Moneda oficial:	Dólar estadounidense
Tasa de inflación anual:	1.5% (2013 est.)
Inversión bruta (%PIB):	15.3% (2013 est.)
Stock de dinero:	USD 12.99 billones (31 Diciembre 2013 est.)
Reservas de moneda internacional y oro:	USD 150.2 mil millones (31 Diciembre 2013 est.)

Fuente: Ficha Comercial de EE.UU 2015/Proecuador

Elaborado por: Diego Guachambala.

Economía de Estados Unidos

La economía estadounidense es la más poderosa y diversa del mundo debido a su extensión geográfica y al desarrollo del país durante el siglo XIX.

El sector agrícola americano es sin duda el más importante en el mundo. Se caracteriza por una alta productividad y por el uso de tecnologías modernas. Es uno de los principales productores de maíz, soja, carne de vacuno y algodón.

Es un país muy industrializado, el sector industrial representa casi la cuarta parte del PNB, también es líder mundial en el sector aeroespacial y en la industria farmacéutica. La abundancia de recursos naturales ha convertido al país en líder en la producción de varios minerales y la permite mantener una producción diversificada. (SANTANDER, 2015)

A continuación se define los principales sectores productivos de Estados Unidos:

Cuadro 10: Principales Sectores Productivos

PRINCIPALES SECTORES PRODUCTIVOS	
Productos agrícolas	Trigo, maíz, otros cereales, frutas hortalizas, algodón; carne de res, carne de cerdo, aves de corral, productos lácteos; peces; productos forestales.
Industria	Altamente diversificada, líder en el mundo, innovadora de alta tecnología, la segunda producción mundial más grande en el mundo; petróleo, acero, vehículos de motor, industria aeroespacial, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera, minería.
Recursos naturales	Carbón, cobre, plomo, molibdeno, fosfatos, elementos de tierras raras, uranio, bauxita, oro, hierro, mercurio, níquel, potasio, plata, tungsteno, zin, petróleo, gas natural, madera.

Fuente: Proecuador 2015

Elaborado por: Diego Guachambala.

3.3.5.1 El Mercado de Los Ángeles – California

Gráfico 8: Bandera de Los Ángeles



Fuente: Banderas VDK

Año: 2015

Los Ángeles es la ciudad más grande del estado de California y la segunda más grande en Estados Unidos. A menudo abreviado como LA, Los Ángeles tiene una población

estimada de 3.8 millones, y abarca más de 498.3 kilómetros cuadrados en el Sur de California.

En cuanto a la superficie que ocupa, es la primera ciudad de América del norte y una de las más grandes del mundo. La extensión desde el extremo norte hasta el extremo sur es de unos 100 kilómetros. Fue una ciudad pionera en la urbanización de grandes áreas con casas unifamiliares.

Los Ángeles fue fundada el 4 de septiembre de 1781, por el gobernador español Felipe de Neve en El Pueblo de Nuestra Señora la Reina de los Ángeles del Río de Porcíncula. Se convirtió en una parte de México en 1821, tras su independencia de España. En 1848, al final de la Guerra Mexicano-Americana. Los Ángeles y California fueron adquiridos como parte del tratado de Guadalupe Hidalgo, convirtiéndose así en parte de los Estados Unidos.

Es uno de los grandes centros culturales, económicos, científicos y de entretenimiento del mundo. La ciudad fue anfitriona de dos juegos Olímpicos (1932 y 1984) y es sede de varias instituciones culturales y científicas. (GUIA TURISTICA, 2015)

3.3.5.2 Economía de Los Ángeles

La economía de L.A, está impulsada por el comercio internacional, la industria del entretenimiento (es decir: cine, televisión y la industria musical), la aeronáutica, el petróleo, la moda y el turismo.

Es considerada además como el gran centro manufacturero de todo el país. Sumado a ello, aquí se encuentran puertos muy importantes que operan a escala mundial.

Otras industrias relevantes en esta ciudad son aquellas que incluyen los medios de comunicación, finanzas, telecomunicaciones, medicina, derecho, entre otras. (DISCOVER, 2014)

3.3.5.3 Población

La población de Los Ángeles es de 3.849.378 habitantes.

Los Ángeles es una de las dos ciudades de Estados Unidos que no cuenta con una mayoría en la población. Gente de 140 países, que hablan idiomas diferentes, consideran a Los Ángeles como su hogar.

Su población está distribuida de la siguiente manera:

- Hispano o Latino (de cualquier raza): 48.3%
- Blanco, no-Hispano: 27.2%
- Asiático/Islas del Pacífico: 14.6%
- Afro-Americano: 9.2%
- Indio Americano/ Otros: 1.5%

3.3.5.4 Religión

La ciudad alberga a gente de distintas religiones, siendo los católicos los más numerosos como se muestra a continuación:

- Católicos: 36.73%
- Bautista: 2.55%
- LDS: 1.54%
- Judía: 1.11%
- Otros: 58.07%

3.3.5.5 Clima

Generalmente el clima es templado y seco en todas las estaciones, con 325 días de luz solar al año.

3.3.5.6 Moneda

La moneda oficial de Los Ángeles es el dólar estadounidense (USD).

3.3.5.7 Idioma

El idioma que predomina en Los Ángeles California es el inglés con el 60.5%, y la segunda lengua que le sigue es el español con el 35.8 %.

3.3.5.8 Puertos y Aeropuertos de Los Ángeles

3.3.5.8.1 Puertos

Los puertos en Estados Unidos son muy organizados y cuentan con grúas especiales para cargar y descargar contenedores de un buque en forma simultánea así elevando la eficiencia y el tiempo de embarque y desembarque de navieras.

Uno de los puertos más utilizados para el comercio entre Estados Unidos y Ecuador es el puerto de Los Ángeles.

Puerto de Los Ángeles

Forma parte de los 10 más importantes de Estados Unidos; cuenta con 27 terminales principales de carga, incluyendo localidades para manejo de vehículos, contenedores, productos de carga seca y líquida, al igual que carga refrigerada.

El terminal puede albergar cargueros de hasta 250.000 toneladas de peso muerto y otras de las facilidades con las que cuenta es el acceso ferroviario para la entrega de mercancía.

Es el principal puerto de entrada para los productos ecuatorianos representando más del 40% del total de mercancía ecuatoriana que ingresa vía marítima a Estados Unidos.

Cuadro 11: Costos del Transporte Marítimo

Puerto de Destino	Contenedor Refrigerado	Contenedor Seco	Tiempo de Tránsito
Los Ángeles	\$ 4.300	\$ 2.000	10 días
Miami	\$ 3.900	\$ 1.800	8 días
New York	\$ 5.000	\$ 2.500	12-15 días

Fuente: Ficha Comercial EE.UU 2015/Proecuador

Elaborado por: Diego Guachambala

Con los datos de la tabla anterior podemos ver que nuestra mejor opción es el Puerto de Los Ángeles, ya que se encuentra en el lugar a donde está destinado nuestro producto, el costo por el contenedor refrigerado es de \$ 4.300 precio accesible y rentable para la empresa, su tiempo de transito es de 10 días, lo cual no es ningún inconveniente puesto que el producto cuenta con una vida útil de un año.

3.3.5.8.2 Aeropuertos

El transporte aéreo está altamente desarrollado, siendo el principal aeropuerto del país el siguiente:

Aeropuerto internacional de Los Ángeles LAX

Es el número uno del mundo en cuanto a vuelos directos se refiere, y uno de los más transitados del mundo. Casi un 50% del tonelaje anual que pasa por LAX consiste en carga internacional.

Con su sistema de carga aérea cada vez más extensivo es un líder comercial, que aprovecha sus instalaciones modernas y excelentes conexiones con medios de transporte terrestre, acuático y aéreo. (PROECUADOR, 2015)

Cuadro 12: Tiempo de transito de Transporte Aéreo

Lugar de Destino	Tiempo de Tránsito
Miami	4 horas
New York	6 horas
Los Ángeles con escala en Panamá o Miami	12 horas

Fuente: Ficha Comercial de EE.UU 2015/Proecuador

Elaborado por: Diego Guachambala.

3.3.5.9 Segmentación de Mercado

La segmentación es el proceso por el cual se divide el mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

Esta segmentación permitirá conocer o identificar los grupos de consumidores con necesidades similares, analizar sus características y su comportamiento de compra con relación al producto.

A continuación se presenta la segmentación de mercado:

Cuadro 13: Segmentación de mercado

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS DEL MERCADO
VARIABLES GEOGRÁFICAS	
Ubicación:	Los Ángeles California
Zona:	Urbana
Tamaño de la ciudad o área estadística:	3.849.378 habitantes
Clima:	Templado y seco en todas las estaciones
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Edad:	18 años en adelante
Género:	Masculino y Femenino
Ocupación:	Importadores de frutas y pulpa de frutas
Rentas:	Ingresos propios
Educación:	Primaria en adelante
Religión:	Todas (Católicos, Bautista, Judía, otros)
Raza:	Todas
Nacionalidad:	Cualquiera (radicada legalmente en Los Ángeles).
VARIABLES PSICOGRÁFICAS	
Clase social:	Ingresos mayores a \$ 2.351.33
Estilo de vida:	Personas que comercialicen frutos o pulpa de frutas
Personalidad:	Comerciantes
VARIABLES EN BASE AL COMPORTAMIENTO	
Momentos de uso:	Cotidiano
Categorías de clientes:	Importadores actuales, Supermercados
Nivel de lealtad:	Alta
Disposición:	Personas interesadas en adquirir productos ecuatorianos.
Frecuencia de pedido:	9 TM trimestrales

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

Mediante la segmentación de mercado realizada en el cuadro anterior podemos identificar a nuestros posibles clientes en el mercado de Los Ángeles. Por lo tanto la empresa que cumple con lo propuesto en la segmentación es ALBERT'S ORGANICS que además está interesada en comprar el producto.

3.4 SOCIO COMERCIAL

Para llevar a cabo la exportación del producto nuestro socio comercial será la empresa importadora ALBERT'S ORGANICS. Esta es una empresa distribuidora líder de la nación, cuenta con una línea extensa de alimentos frescos orgánicos y naturales, incluyendo carnes, aves, quesos, productos lácteos, productos de soya, jugos/bebidas, y mucho más. La principal prioridad es la seguridad y calidad de sus productos lo que la ha convertido en la primera distribuidora certificada con cobertura nacional. Entrega sus productos a tiendas grandes y pequeñas de todo el país.

Datos de Alberts Organics

- 1330 East, 6th. Street
- Los Ángeles, CA 90021
- Tel: 213-891-1310
- Fax: 201-891-9291
- www.albertsorganics.com

Principal distribuidor mayorista de productos frescos orgánicos con almacenes en Los Ángeles, New Jersey, Colorado y Florida.

3.4.1 Requerimientos del producto a exportar

- Que el producto sea 100% natural y de buena calidad
- Que sea de fácil y rápida preparación pero a la vez saludables y fortificados.
- Debe ser empacado en bolsas plásticas de ½ kilo cerradas al vacío.
- Contar con un etiquetado que conste la información necesaria como; nombre del producto, origen del producto, tabla de información nutricional, etc.
- Contar con el registro sanitario del país de origen. (ALBERTS ORGANIC'S, 2015)

3.4.2 Proyecciones de Demanda

La empresa ALBERT'S ORGANICS requiere importar 65 Tm para satisfacer a su mercado durante el año 2014. Para la obtención de la proyección de la demanda para los cinco años se realizó mediante el método de mínimos cuadrados y con base a la demanda requerida por la empresa antes mencionada.

Cuadro 14: Cálculo de la proyección de la demanda

AÑOS	x	y	x ²	xy
2012	1	61	1	61
2013	2	63	4	126
2104	3	65	9	195
Total	6	189	14	382

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - \sum x \sum x} = \frac{(189 \cdot 14) - (6 \cdot 382)}{(3 \cdot 14) - (6 \cdot 6)} = \frac{354}{6} = 59 \text{ TM}$$

$$m = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - \sum x \sum x} = \frac{(3 \cdot 382) - (6 \cdot 189)}{(3 \cdot 14) - (6 \cdot 6)} = \frac{12}{6} = 2 \text{ TM}$$

$$y = mx + b$$

$$Y (2015) = 2 (4) + 59 = 67 \text{ TM}$$

$$Y (2015) = 2 (5) + 59 = 69 \text{ TM}$$

$$Y (2015) = 2 (6) + 59 = 71 \text{ TM}$$

$$Y (2015) = 2 (7) + 59 = 73 \text{ TM}$$

$$Y (2015) = 2 (7) + 59 = 75 \text{ TM}$$

Cuadro 15: Proyección de la Demanda

AÑO	TM
2015	67
2016	69
2017	71
2018	73
2019	75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

3.5 OFERTA

Es la cantidad de bienes o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado en un determinado lapso de tiempo y espacio, con el fin de satisfacer deseos y necesidades.

3.5.1 Factores que afectan a la oferta

Los factores que afectan a la oferta son:

El precio del bien: en general se acepta que la cantidad ofertada de un producto aumenta, conforme el precio aumenta. Los precios más altos son más atractivos para los productores, ya que generan mayores ganancias.

La disponibilidad de recursos: a mayor disponibilidad de recursos, la oferta se incrementa; es decir, si la empresa cuenta con trabajo, recursos naturales y capital en cantidad y calidad suficientes, propiciará el incremento de la oferta. Una disponibilidad limitada de factores productivos provoca un efecto contrario en la oferta.

La tecnología: a medida que la técnica para producir un bien se hace más eficiente, la oferta aumenta.

Los precios de las materias primas: están referidos a los precios de los diferentes materiales e insumos que intervienen en el proceso productivo. Si estos precios se incrementan, los costos de producción se elevan y el empresario estará dispuesto a producir una menor cantidad.

La intervención del Estado: a través de la aplicación de impuestos y subsidios, el estado altera la oferta de bienes. Un impuesto indirecto es considerado como un incremento en los costos y, en consecuencia, la oferta disminuye. Un subsidio genera un efecto contrario, disminuye los costos de producción e incrementa la oferta.

La competencia: a medida que el número de empresas en una industria aumenta, la oferta de cada una de ellas tiende a disminuir. (MONOGRAFIAS.COM, 2011)

3.5.2 Principales Exportadores Mundiales

Los principales exportadores mundiales de frutos u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, en las que incluyen a la pulpa de coco, correspondientes a la subpartida 2008.99 son: China el cual ocupa un lugar importante en la producción y venta de frutos preparados o conservados de otro modo, alcanzando un 30.85% de participación siendo sus principales lugares de destino EE.UU, Japón y Francia.

De igual forma Estados Unidos con un 6.39% se encuentra en el segundo lugar, sus principales importadores son Canadá, Japón y Viet Nam.

Cuadro 16: Principales Exportadores Mundiales de la subpartida 2008.99

PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES (miles FOB)						
PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	% Part. 2013
China	339.486	522.972	643.782	829.329	898.977	30.85
EE.UU	235.941	299.860	167.749	171.720	181.042	6.39
Tailandia	169.962	175.725	151.447	169.950	173.400	6.32
Países Bajos	160.617	203.272	134.079	144.011	170.314	5.36
Alemania	100.591	124.013	107.582	123.041	132.604	4.58
Francia	79.288	91.942	96.267	115.951	126.356	4.31
México	82.337	99.140	96.305	112.652	135.236	4.19
Filipinas	44.402	55.678	107.267	111.000	129.165	4.13
Bélgica	27.986	61.040	77.783	90.283	85.761	3.36
Canadá	88.507	113.058	82.050	82.057	80.905	3.05
Los demás	556.103	683.484	705613	738050	10.807.478	27.46
Total	1.885.220	2.430.184	2.369.924	2.688.044	12.921.238	100

Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Diego Guachambala.

3.5.3 Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas

Cuadro 17: Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas

AÑO	USD/FOB
2010	23.163
2011	23.157
2012	24.854
2013	23.709
2014	25.128

Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Diego Guachambala

Gráfico 9: Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas en Miles FOB



Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Diego Guachambala.

Como se puede ver en el grafico en los últimos 5 años ha existido variaciones en las exportaciones ecuatorianas, en el año 2012 alcanzaron un total de USD 24.854 mostrando un incremento considerable en relación a los años anteriores, en el 2013 existió un decremento a USD 23.709, para el 2014 las exportaciones aumentaron a USD

25.128, gracias a las personas que han cambiado sus hábitos de consumo alimenticios, inclinándose hacia los productos saludables, como las frutas frescas.

3.5.4 Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas

Entre los principales destinos de Exportaciones Ecuatorianas tenemos que Estados Unidos es nuestro primer comprador con una participación del 63.8%, seguido de Japón con 9.1%, España con 6.3% y Canadá con 4.6%.

Cuadro 18: Principales Destinos de Exportación

PRINCIPALES PAÍSES COMPRADORES		
Valor FOB/Miles USD (2013)		
PAIS	2013/FOB	% Participación
EE.UU	15.134	63.8
Japón	2.148	9.1
España	1.501	6.3
Canadá	1.090	4.6
Países Bajos (Holanda)	754	3.2
Francia	725	3.1
Reino Unido	132	0.6
Alemania	785	3.3
Chile	75	0.3
Panamá	85	0.4
Los demás	1.280	5.3
Total	23.709	100

Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Diego Guachambala.

3.5.5 Producción Nacional

Ecuador está situado al Noroccidente de América del Sur, colindando al norte con Colombia, al Sur y al Este con Perú y al Occidente con el Océano Pacífico, debido a su ubicación y a la Cordillera de los Andes y las formaciones volcánicas el Ecuador cuenta con cuatro regiones naturales que son: Región Costa, Región Sierra, Oriente y el

Archipiélago de Galápagos, el cual cada una tiene características particulares que han determinado su flora y su fauna.

El cocotero (coco) se produce en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Sucumbíos, Napo y Orellana en el Oriente Ecuatoriano, cuenta con 2.404 hectáreas de plantaciones las cuales producen alrededor de 20.793 Tm al año.

Cuadro 19: Producción de coco en el Ecuador

Provincia	Hectárea plantada	Tonelada producida anual
Esmeraldas	660	6.500
Manabí	1210	11.011
Guayas	189	1.568
Sucumbíos	165	770
Napo	55	260
Orellana	22	95
Loja	102	583
Galápagos	1	6

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Diego Guachambala

3.5.6 Capacidad Exportable de la Empresa

La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. (COMERCIO INTERNACIONAL, 2010)

La empresa Planhofa C.A cuenta con una capacidad de producción de 5 TM al mes de las cuales 2 TM son para consumo nacional y las 3 TM para exportación.

Cuadro 20: Capacidad exportable de Planhofa C.A

Capacidad de Producción Exportable			
Periodos	TM	Unidades	Cajas
Mensual	3	6000	250
Trimestral	9	18000	750
Anual	36	72000	3000

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

3.5.7 Proyección de la oferta de la Empresa

En la siguiente tabla se muestran la proyección de la oferta exportable para los próximos cinco años. Se realizó mediante el método de los mínimos cuadrados y tomando en cuenta datos de producción de años anteriores.

Cuadro 21: Calculo de la proyección de la oferta

Años	x	y	x²	xy
2012	1	33,3	1	33,3
2013	2	34,5	4	69
2014	3	36	9	108
Total	6	103,8	14	210,3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - \sum x \sum x} = \frac{(103,8 * 14) - (6 * 210,3)}{(3 * 14) - (6 * 6)} = \frac{191,4}{6} = 31,9 \text{ TM}$$

$$m = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - \sum x \sum x} = \frac{(3 * 210,3) - (6 * 103,8)}{(3 * 4) - (6 * 6)} = \frac{8,1}{6} = 1,35 \text{ TM}$$

$$y = mx + b$$

$$Y (2015) = 1,35 (4) + 31,9 = 37,30 \text{ TM}$$

$$Y (2015) = 1,35 (5) + 31,9 = 38,65 \text{ TM}$$

$$Y (2015) = 1,35 (6) + 31,9 = 40 \text{ TM}$$

$$Y (2015) = 1,35 (7) + 31,9 = 41,35 \text{ TM}$$

$$Y (2015) = 1,35 (8) + 31,9 = 42,70 \text{ TM}$$

Cuadro 22: Oferta Proyectada

AÑO	TM
2015	37,3
2016	38,65
2017	40
2018	41,35
2019	42,7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

3.6 DEMANDA INSATISFECHA

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte por el proyecto; dicho de otro modo existe Demanda Insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta. (SCRIBD, 2011).

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se toma en cuenta los datos del cuadro de proyecciones de la Demanda menos las proyecciones de la Oferta lo que nos da como resultado la Demanda Insatisfecha existente en el mercado Estadounidense como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 23: Cálculo de la Demanda Insatisfecha

Años	Demanda (TM)	Oferta (TM)	Demanda Insatisfecha (TM)
2015	67	37.30	29.7
2016	69	38.65	30.35
2017	71	40	31
2018	73	41.35	31.65
2019	75	42.70	32.3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

3.7 ANÁLISIS DE PRECIOS

El establecimiento de precios es de suma importancia, pues este influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio, debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables principales. (EUMED.NET, 2014)

3.7.1 Factores que determinan el precio

Para la determinación del precio se deben tomar en cuenta los siguientes factores:

- El costo de producción
- El margen de utilidad

- La posible demanda
- Los factores competitivos

3.7.2 Precio

La pulpa de coco para la comercialización en el mercado nacional tiene dos presentaciones específicas de 500 gramos que es el más comercializado a nivel de supermercados y de 1 kilo que es a nivel mayorista.

- Presentación de 500 gr. \$ 2.69
- Presentación de 1 kilo. \$ 4.54

Para determinar el precio externo del producto en Estados Unidos se debe tomar en cuenta lo siguiente:

Cuadro 24: Costo Unitario Consumidor

Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Precio de la pulpa de coco	2,69	193536,80
EXW	2,69	193536,80
Seguro Interno 1%	0,026880111	1.935,37
Transporte Interno	0,0444444444	3.200,00
Documentos de Exportación	0,016666667	1.200,00
Agente Afianzado	0,016666667	1.200,00
Manipulación de Carga	0,038888889	2.800,00
COSTO TOTAL FOB	2,83	203872,17
Flete marítimo	0,238888889	17.200,00
COSTO CPT	3,07	221.072,17
Margen de utilidad 65%	2,00	143696,91
Precio al consumidor	5,07	364.769,08

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1 DEFINICIÓN DE ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto servicio para la realización de un proyecto.

Consiste en resolver las preguntas referente a donde, cuando, cuanto, como, y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad. (E-TECNICO, 2011)

4.1.1 Objetivos del Estudio Técnico

- Establecer el tamaño del proyecto y definir el porcentaje de producto a comercializar en el país destino.
- Determinar la localización optima requerida para realizar el proyecto.
- Investigar el proceso de producción de pulpa de coco.

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (SCRIBD, 2014)

La empresa Planhofa C.A cuenta con una capacidad de producción mensual de 5 TM, de las que el 40% (2TM) es para consumo nacional y el 60% (3TM) para exportación.

Cuadro 25: Capacidad productiva de Planhofa C.A

Periodos	TM	Unidades (500gr)	Cajas(24 unidades)
Mensual	5	10.000	417
Oferta nacional	2	4.000	167
Oferta internacional	3	6.000	250
Trimestral	15	30.000	1250
Oferta nacional	6	12.000	500
Oferta internacional	9	18.000	750
Anual	60	120.000	5000
Oferta nacional	24	48.000	2000
Oferta internacional	36	72.000	3000

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

Como podemos ver en el cuadro anterior la empresa cuenta con una capacidad de producción trimestral de 9Tm que son 18000 unidades y una capacidad de producción anual de 36 Tm que representan 72.000 unidades.

4.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

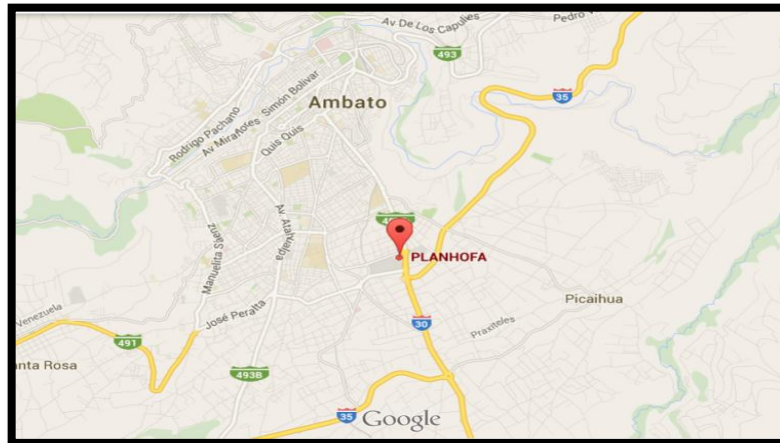
La localización tiene por objeto analizar los deferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia.

En este estudio de localización del proyecto, se debe tener en cuenta dos aspectos: la macrolocalización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región y La microlocalización, que es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno.

4.3.1 Macrolocalización

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Tungurahua

Gráfico 10: Macrolocalización



Fuente: Google Maps
Año: 2015

4.3.2 Microlocalización

La planta industrial se encuentra localizada en Ecuador, ciudad de Ambato capital de la provincia de Tungurahua, a 250 km de la capital, Quito. Su dirección: Avenida El Cóndor y avenida Bolivariana.

Su establecimiento se encuentra en un punto geográfico estratégico junto al centro de acopio más importante del centro del país, conocido como el Mercado Mayorista de Ambato.

4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Se determinan todos los recursos necesarios para cumplir con el tamaño de producción que se haya establecido como óptimo.

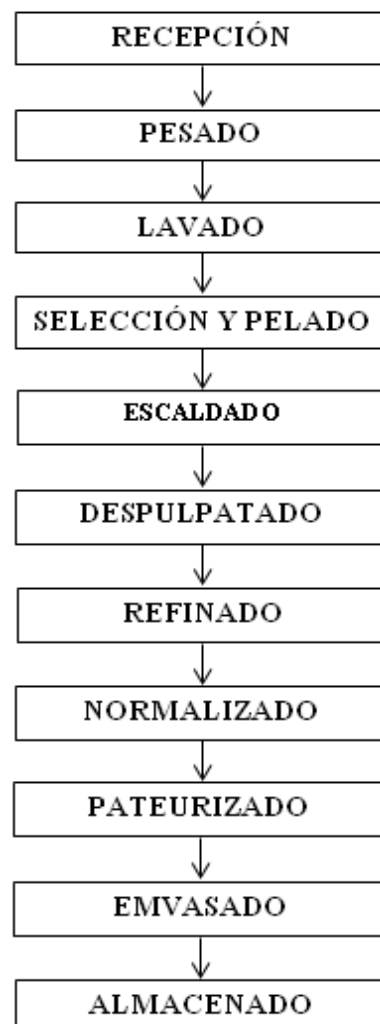
El objetivo del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva. (AULA FACIL, 2010)

4.4.1 Proceso de Producción

Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan hacer elementos de salida (Productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor. (ECURED, 2014)

El procedimiento para la obtención de la pulpa de coco es el siguiente:

Gráfico 11: Flujograma Elaboración Pulpa de Coco



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Diego Guachambala

A continuación se detalla cada uno de los procesos que se realizan para la elaboración de la pulpa de coco:

4.4.1.1 Recepción

Recibir los cocos y contar las unidades, verificar que se encuentren en buen estado, sanos y exentos de enfermedades. El coco a utilizarse debe ser sazón, es decir con la carnaza o copra desarrollada y blanda.

4.4.1.2 Pesado

Se pesa la cantidad requerida ya que es importante para conocer el volumen adecuado que va a ingresar al proceso.

Gráfico 12: Máquina de Pesado



Fuente: Planta Procesadora Planhofa C.A
Elaborado por: Diego Guachambala

4.4.1.3 Lavado

Lavarlos con abundante agua y con agua con lejía, agregar 4 gotas de lejía por cada litro de agua y enjuagar los cocos con la solución que ayudan a remover la mugre para facilitar los procesos siguientes.

4.4.1.4 Selección y Pelado

Se debe separar la fruta sana de la descompuesta ya que podría incidir en el deterioro de la pulpa. La empresa contrata personal especializado para que se encargue de pelar el cocotero ya que necesita de mucha habilidad para realizarlo.

Gráfico 13: Pelado de coco



Fuente: Planta Procesadora Planhofa C.A
Elaborado por: Diego Guachambala

4.4.1.5 Escaldado

Este tratamiento térmico corto se aplica para ablandar los tejidos y aumentar los rendimientos durante la obtención de la pulpa, además disminuye la contaminación superficial de las frutas que pueden afectar las características de color, olor, sabor, aroma y apariencia de la pulpa.

4.4.1.6 Despulpado

Consiste en pasar la masa pulpa por un tamiz de acero inoxidable, esto se hace para separar la pulpa de los residuos o partes no comestibles.

Gráfico 14: Despulpado



Fuente: Planta Procesadora Planhofa C.A
Elaborado por: Diego Guachambala

4.4.1.7 Refinado

Consiste en volver a pasar la pulpa por un tamiz más fino el mismo que ayudara a la eliminación de toda partícula superior a 1 mm de diámetro.

4.4.1.8 Normalizado

Se le realiza a la pulpa un análisis organoléptico, donde se evalúan las características como sabor, olor, color, y textura y, análisis fisicoquímicos de acidez, pH y °Brix, para determinar la conformidad de la pulpa de acuerdo a unos parámetros establecidos.

Gráfico 15: Normalizado



Fuente: Planta Procesadora Planhofa C.A
Elaborado por: Diego Guachambala

4.4.1.9 Pasteurizado

Es la etapa donde se calienta el producto por un tiempo de dos minutos para evitar el crecimiento de ciertos microorganismos.

Gráfico 16: Pasteurización

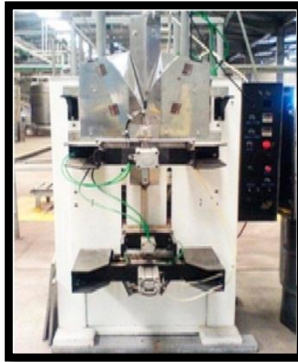


Fuente: Planta Procesadora Planhofa C.A
Elaborado por: Diego Guachambala

4.4.1.10 Envasado

Una vez que el producto se enfría es empacado en bolsas de polietileno, con capacidad de 500 gramos, selladas correctamente sin exceso de aire, para luego ser congeladas. Luego se etiqueta y se registran los datos como lote, fecha de elaboración y vencimiento.

Gráfico 17: Máquina de enfundado



Fuente: Planta Procesadora Planhofa C.A
Elaborado por: Diego Guachambala

Gráfico 18: Pulpa de coco



Fuente: Planta Procesadora Planhofa C.A
Elaborado por: Diego Guachambala

El producto es embalado en cartones para su almacenamiento, cada cartón contiene 24 unidades.

4.4.1.11 Almacenado

El producto es conservado en cuartos fríos a temperatura de congelación entre -10 °C y -20°C.

Gráfico 19: Cuartos de Congelación



Fuente: Planta Procesadora Planhofa C.A

Elaborado por: Diego Guachambala

La pulpa congelada puede durar hasta un año, sin haberla descongelado en ningún momento. Si se llegara a descongelar deberán consumirse y no volver a congelar.

4.4.2 Proceso de exportación

A continuación se realizara un análisis de todo lo concerniente al comercio exterior para la exportación de pulpa de coco a Estados Unidos.

La exportación

Las exportaciones en economía hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido con fines comerciales a un país extranjero.

La exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país. Este tráfico puede generar numerosos y variados fenómenos fiscales dado que, cualquier producto enviado más allá de las fronteras de un país, está sometida a diversas legislaciones y puede estar sometido a acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino. (EFXTO, 2013).

4.4.2.1 Cotización de Exportación

La unidad de cotización será la caja de cartón de 12 Kg con 24 fundas de 500 gr cada una unificadas en pallets de madera.

Para la exportación del producto se realiza la paletización correspondiente, para lo cual se utilizarán pallets de 1.00 x 1.20m, y la altura será de 1.20 m, el peso de cada pallet es de 20 kg, cada pallet lleva 50 cajas.

Se transportarán 9.000 Kg por embarque, la capacidad de cada caja es de 12 Kg, es decir tendremos 750 cajas en 15 pallets por embarque.

$50 \text{ cajas} \times 12 \text{ Kg c/caja} = 600 \text{ Kg}$

$600 \text{ Kg} + 20 \text{ Kg} = 620 \text{ Kg total por pallet.}$

$620 \text{ Kg} * 15 \text{ pallets} = 9300 \text{ Kg.}$

Gráfico 20: Pallets



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

Para el ingreso de mercancías al mercado estadounidense, existen ciertas exigencias referentes al empaque, embalaje y etiquetado entre los que se mencionan:

El código federal de regulaciones de Estados Unidos requiere que se señale claramente en el envase el lugar de origen del producto, con letras grandes y legibles de tal forma que no haya confusión por parte del consumidor.

Las etiquetas de productos a comercializarse dentro de los Estados Unidos deben ser en inglés.

La denominación del producto: debe estar ubicada en la parte superior del producto y ser más visible que la marca del producto.

Declaración de la lista de ingredientes: debe contener absolutamente todos los ingredientes del producto y debe estar unida a la información nutricional.

Además debe contener el nombre y la dirección del productor.

La FDA exige que los productos alimenticios presenten los valores de la etiqueta nutricional deben corresponde a la cantidad contenida en el empaque.

Otros aspectos a tomar en cuenta son:

- ✓ El código de barras
- ✓ Fecha de vencimiento
- ✓ Instrucciones de uso

Estos aspectos no son considerados un requisito dentro de la etiqueta pero sirve para darle confianza al consumidor.

Gráfico 21: Etiqueta del Producto



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

4.4.2.2 Incoterms

Los incoterms son un conjunto de reglas internacionales que definen un término de negociación con el cual se define la responsabilidad que tendrán tanto el comprador como el vendedor de las mercancías.

Los incoterms son quienes definen:

- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quien contrata y paga el transporte
- Quien contrata y paga el seguro
- Que contrato tramita cada parte y su costo.

La exportación de pulpa de coco se realizara por vía marítima para lo cual es necesario definir qué termino es más adecuado para la exportación. Los incoterms más utilizados para la exportación vía marítima son:

- FAS (Franco al Costado del Buque)
- FOB (Franco a Bordo)
- CFR (Costo y Flete)
- CIF (Costo, Seguro y Flete)
- CPT (Carriage Paid to)

Seguidamente se puede apreciar los incoterms y el alcance que tienen cada uno de ellos:

Gráfico 22: Incoterms

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

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

Vendedor
 Comprador
 Vendedor / Comprador

Fuente: Proecuador

Año: 2013

El término de negociación del proyecto será el CPT (Carriage Paid to) – Transporte pagado hasta (lugar de destino convenido), es decir que la responsabilidad del vendedor finaliza cuando la mercadería ha sido entregada al transportista, a partir de este punto el riesgo corre por cuenta del comprador. Sin embargo el vendedor paga el transporte hasta el punto de destino designado. Se entregara la mercadería en el puerto de embarque sobre el buque.

Con este término se destacan las siguientes responsabilidades tanto del exportador como del importador:

Cuadro 26: Responsabilidades del Exportador e Importador

Responsabilidades Exportador	Responsabilidades Importador
<ul style="list-style-type: none"> • Entregar la mercadería y documentos necesarios. • Empaque y embalaje. • Flete (de fábrica al lugar de exportación) • Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) • Gastos de exportación maniobras, almacenaje, agentes) • Transporte Principal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de la mercadería. • Seguro de transporte principal. • Gasto de importación (maniobras, almacenaje, agentes) • Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) • Flete (lugar de importación a planta) • Demoras.

Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Año 2014.

4.4.2.3 Transporte

El transporte que se va a utilizar para la exportación del producto es por vía marítima, debido a que es un transporte a bajos costos en relación con el aéreo.

El contenedor recomendado para transportar la pulpa de coco desde Guayaquil – Los Ángeles California es el contenedor refrigerado Reefer RF de 20 pies. Con una capacidad de carga de 25.400 Kg.

Gráfico 23: Contenedor



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

Cuadro 27: Características del Contenedor

Tamaño	Peso Kg			Dimensiones Internas mm			Vol.
	Peso bruto	Tara	Carga útil	longitud	Ancho	Alto	
20 pies	25.400	2.870	22.530	5.460	2.240	2.225	31

Fuente: Hapag Lloyd.

Elaborado por: Diego Guachambala.

4.4.2.4 Condiciones de Pago

Carta de Crédito.- Es el medio de pago internacional mediante el cual el banco del importador a solicitud de este, (comprador), se compromete a pagar a la vista o a plazo a un exportador (vendedor) una cantidad determinada, siempre y cuando se cumplan todos los términos y condiciones de la carta de crédito.

Es la forma más segura y recomendable para el nuevo exportador. Si el pago de sus exportaciones es mediante una carta de crédito y no conoce al cliente, exija que la carta de crédito documentaria sea irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.

4.4.2.5 Requisitos para exportar

Los trámites para poder exportar son los siguientes:

4.4.2.5.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Solicitar el RUC en el SRI (Servicio de Rentas Internas) como Operador de Comercio Exterior (OCE).

El RUC deberá estar actualizado y registrado como una empresa exportadora en estado activo y con los permisos vigentes para poder emitir cualquier clase de documentos como factura comercial, la guía de remisión, etc.

4.4.2.5.2 Certificado Digital

Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

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

Certificado de firma digital - Banco Central del Ecuador

Para obtener el certificado de firma digital se sigue los siguientes pasos:

Paso 1: Ingresar en la página web del Banco Central Del Ecuador www.bce.fin.ec, seleccionar el menú “Certificado Electrónica”, opción “Firma Electrónica”, dar clic en “Solicitud de Certificado”.

Paso 2: Antes de iniciar la solicitud, verificar si todos los documentos se encuentran escaneados en formato PDF, (tamaño menor o igual a 1Mb y legibles) que se requerirá para el registro.

- La empresa debe estar previamente registrada en el sistema
- Conocer el número de RUC de la empresa
- Copia de Cédula o pasaporte a color
- Copia de papeleta de votación actualizada
- Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal
- Autorización firmada por el Representante Legal

Importante: para el día en que se realice el pago, traer esta autorización e formato impreso.

Paso 3: Una vez aprobada la solicitud de certificado, se debe acercarse a las oficinas del BCE en la ciudad donde solicito el servicio, para efectuar el pago de \$65 + IVA (\$30 Emisión de certificado + \$ 35 Dispositivo Portable o Token).

Paso 4: Presentar la solicitud de Certificado, el comprobante de pago y el oficio de autorización del representante legal (solo para personas jurídicas), para que el asesor del BCE proceda a la entrega del Token y la clave al solicitante.

Certificado Digital – Security Data

Security Data Seguridad en datos y Firma digital S.A 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.

Los servicios de Certificación de Información y Servicios Relacionados ofrecidos por Security Data seguridad en Datos y Firma Digital están orientadas a Corporaciones Públicas o Privadas (como empresas, entidades públicas) y su objetivo es acreditar la identidad digital de las corporaciones y las personas naturales que actúan a través de la red. (SECURITY DATA, 2014)

Para la obtención del certificado digital de Security Data se sigue los siguientes pasos:

Paso 1: Enviar los siguientes documentos en formato PDF y a color, cada documento en un archivo por separado:

- Original de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- Original o copia notariada del RUC de la empresa.
- Original o copia notaria del RUP en caso de tenerlo.
- Original o copia notariada del nombramiento de representante legal, adjuntando copia clara de la cedula de ciudadanía del mismo.
- Original o copia notaria del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones o Constitución de la empresa solicitante.
- Original de la carta autorizada firmada por el representante legal, donde conste el número de cedula, nombre y cargo de todos los solicitantes de la empresa.
- Formulario de solicitud completo.

Paso 2: SECURITY DATA procederá a revisar los documentos enviados anteriormente y en el lapso de 48 horas enviara un correo electrónico al solicitante, informando el estado del trámite y los pasos a seguir para proceder en el pago de \$89,70 + IVA (\$50,70 Emisión de Certificado + \$39 Deposito portable o Token).

Paso 3: una vez aprobada la solicitud y luego de haber realizado el pago el solicitante debe asistir a la cita designada por su asesor (trámite de carácter personal), con toda la documentación original o copias notariadas, para la entrega del token y la clave.

4.4.2.5.3 Registro en el ECUAPASS

ECUAPASS es el sistema con el cual el Servicio Nacional de Aduana facilita los procesos de comercio exterior, refuerza y asegura el control aduanero de nuestro país ahorrando tiempo en los trámites de importación y exportación.

Sirve para que los procesos aduaneros sean más fáciles y seguros, ya que con la firma electrónica se pueden realizar los trámites desde cualquier lugar por medio de un dispositivo que permite operar de manera segura.

Lo utilizan las instituciones Públicas y Operadores que intervienen en el comercio exterior de Ecuador, en virtud de las normas contenidas en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI y sus reglamentos. (ADUANA, 2014)

Cuáles son los principales objetivos del ECUAPASS

- Generar transparencia y eficiencia de las operaciones aduaneras
- Minimizar el uso del papel
- Asegurar simultáneamente el control aduanero y facilitar el comercio
- Establecer la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

Una vez obtenido el certificado digital emitido por el Banco Central del Ecuador o por Security Data se sigue a registrarse en el portal de ECUAPASS.

Para ello se debe cumplir con los siguientes pasos:

1. Ingresar al portal de Ecuapass (<http://Portal.aduana.gob.ec>), clic en el botón de “solicitud de uso”, que está ubicado por debajo del botón de Certificado.
2. Una vez ingresado a la página de solicitud de uso, se selecciona “Solicitud de uso Representante”.
3. Llenar toda la información necesaria.
4. Ingresar la identificación única de certificado digital: se registra el certificado digital en el portal una vez que la autoridad certificadora lo haya concedido.
5. Al hacer clic en el icono de búsqueda, se consultara entre los certificados emitidos por parte de la autoridad certificadora, el certificado digital correspondiente al RUC

ingresando en la parte superior, y se podrá registrar la información del certificado digital tras el ingreso de la contraseña.

6. Una vez ingresado todos los campos, se hace clic en el botón “Registrar” y se termina el trámite de registro.

4.4.2.6 Fase de Pre-Embarque y Post-Embarque

4.4.2.6.1 Etapa de Pre-Embarque

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera (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 exportador o declarante.

Los datos que se consignaran en el DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañen 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 el DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el deposito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

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

- Canal de aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Instructivo
- 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 de aforo documental se designara 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 existen 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) cambiara su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Instructivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada. (SENAE, 2013).

4.4.2.6.2 Etapa de Post – Embarque

En esta etapa se procederá con el proceso de regularización de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), este es un registro electrónico que permite dar como finalizado el proceso de exportación. Una vez finalizado la DAE se tiene la marca regularizada. (GUIA DEL EXPORTADOR, 2013)

El periodo de tiempo es de 30 días después del embarque y requiere de los siguientes documentos:

- Copia de la factura comercial
- Copia de la lista de empaque
- Copia del certificado de origen
- Copias no negociables del documento de transporte.

4.4.2.6 Documentos de Acompañamiento

Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de exportación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la declaración aduanera, cuando estos sean exigidos.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura Comercial original
- Autorizaciones previas (cuando proceda)
- Certificado de Origen (cuando proceda)
- Documento de transporte.
- Orden de embarque impresa.

4.4.2.7 Documentos de Soporte

Los documentos de soporte constituirán la base de información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su agente de aduanas al momento de la presentación o transmisión de la declaración aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la ley.

Los documentos de soporte son:

Documento de Transporte.- constituye ante la aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Este podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda.

Factura Comercial.- la factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información

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

Certificado de Origen.- es el documento la liberación de tributos al comercio exterior en los casos al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios.

Documentos que el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.

Estos documentos de soporte deberán transmitirse o presentarse junto con la Declaración Aduanera de mercancías, de acuerdo a la modalidad de despacho que corresponda y a las disposiciones que el Director General del SENAEC dicte para su efecto. (SENAEC, 2011)

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (ZONA ECONOMICA, 2011)

5.1 COSTOS DEL PROYECTO

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo. (LOS COSTOS, 2013)

Este costo incide en el precio de venta del consumidor final, ya que puede decirse que este precio es igual a la suma del costo más la ganancia para el productor.

Los costos que influyen de forma directa o indirecta en el proceso productivo de un bien o producto son los que se detallan a continuación:

Costos

Materia prima.- Para el proyecto, la materia prima será el coco en fruta el mismo que tendrá un costo de \$ 106.250,00, debido a que la empresa requiere adquirir 72.000 unidades al año y tomando en cuenta que en el momento de producción se desperdicia un 20% se optara por adquirir 85.000 unidades a un valor de \$1.25 c/u. nuestro proveedor es el Señor Pedro Días de la ciudad de Quito quien es el encargado de entregar la materia prima a la empresa.

Mano de Obra Directa.- Se le considera como mano de obra directa a los trabajadores que participan de forma directa en la transformación del producto de materia prima a producto final como lo son los obreros:

Cuadro 28: Mano de Obra Directa

Detalle	Total Mes	Total Anual
5 Obreros	2.372,90	28.474,80
Total	2.372,90	28.474,80

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Diego Guachambala

Materiales Indirectos.- Son aquellos que forman parte del producto terminado pero no son parte de la producción del mismo sino que lo complementan.

Cuadro 29: Materiales Indirectos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Fundas Plásticas (Paquetes de 100u)	720	8	5.760
Cajas de cartón	3000	0,75	2.250
Etiquetas (Paquetes 200)	360	10	3.600
Cinta de Embalaje (rollos)	8	20	160
Mandiles	18	22	396
Kit Mascarilla, Guantes	12	15	180
Botas de caucho (Pares)	16	25	400
Total			12.746

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Diego Guachambala

Suministros e Insumos.- Son importantes para el proceso de producción, permiten el funcionamiento de máquinas, transportes equipos, entre otros.

Cuadro 30: Suministros e Insumos

Detalle	Mensual	Anual
Agua Potable	90	1.080
Energía Eléctrica	120	1.440
Combustible	150	1.800
Material de limpieza	60	720
Total	420	5.040

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Diego Guachambala

Gastos Indirectos

Son aquellos gastos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipos de oficina, etc. (FUNDAPYMES, 2010)

Cuadro 31: Gastos Indirectos

Detalle	Total Mes	Total Anual
Sueldos Administrativos		
Gerente General	1265,83	15.190,00
Supervisor	709,48	8.513,80
Contadora	709,48	8513,80
Secretaria	524,03	6288,40
Total sueldos administrativos	3208,83	38506,00
Gastos Generales Administrativas		
Suministros de oficina	100,00	1.200,00
Servicio de Internet	50,00	600,00
Servicio de Teléfono	60,00	720,00
Total	3.418,83	41.026,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

5.1.1 Costo de producción

Una vez identificado los costos que intervienen en el proceso de productivo, podemos obtener el costo del producto terminado en la bodega de la empresa.

Cuadro 312: Costo de producción

Detalle	Valor Anual
Materia Prima	106.250,00
Mano de Obra Directa	28.474,80
Materiales Indirectos	12.746,00
Suministros e Insumos	5.040,00
Gastos Indirectos	41.026,00
Total	193.536,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

5.1.2 Gastos de Venta

Los gastos de venta usualmente comprenden todos los costos asociados o vinculados con las ventas de la compañía, publicidad y gastos de viaje, entre otros.

Cuadro 32: Gastos de Venta

Detalle	Valor Trimestral	Valor Anual
Seguro Interno 1%	483,84	1935,37
Transporte Interno	800,00	3.200,00
Documentos de Exportación	300,00	1.200,00
Agente Afianzado	300,00	1.200,00
Manipulación de Carga	700,00	2.800,00
Flete Marítimo	4.300,00	17.200,00
Total	6.883,84	27.535,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

5.2 INVERSIONES DEL PROYECTO

Las empresas existen para producir bienes o servicios y para poder funcionar necesitan recursos financieros, una empresa necesita un local, máquinas para producir (o dinero para subcontratar parte o todo el proceso), necesita personas para producir. Ninguna empresa puede abrir sus puertas sin un mínimo de capital inicial y no puede funcionar sin ningún capital de trabajo. (UNAL, 2013)

Inversión Total

Cuadro 33: Inversión Total

Detalle	Valor
Costo de Producción	193.536,80
Gastos de Ventas	27.535,37
Total	221.072,17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

5.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

Los ingresos del proyecto se obtienen de las ventas de productos que la empresa realice en el periodo de tiempo establecido para este propósito. Para el cálculo se toma en cuenta el precio de venta en el exterior que son realizados en base a los costos del proyecto y el precio de la competencia en el mercado objetivo.

Para el cálculo de los ingresos se multiplica el precio unitario de venta por la cantidad de productos.

Cuadro 34: Costo Unitario de Venta

Detalle	Valor
Costos Totales de Producción	221.072,17
Unidades Producidas	72.000
Precio de Venta Exportación	3,07
Margen de Utilidad (65%)	2,00
Precio de venta al Consumidor	5,07
Ventas anuales	364.769,08

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

Instrumentos de Evaluación

Para poder evaluar el proyecto es necesario utilizar los instrumentos contables y financieros los mismos que nos brindaran información para poder iniciar con el análisis de resultados, además nos permiten tomar decisiones dentro de la empresa.

Estos instrumentos son:

5.3.1 Estados de Resultados

El estado de resultados también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un soporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo, para analizar esta información y en base a esto tomar decisiones de negocio.

Este estado financiero brinda una visión panorámica de cuál ha sido el comportamiento de la empresa, si ha generado utilidades o no. En términos sencillos es un soporte muy útil ya que ayuda a saber si la empresa está vendiendo, que cantidad está vendiendo, como se están administrando los gastos y al saber esto, saber con certeza si la empresa está generando utilidades o no. (CORPONET, 2015)

Es decir que un estado de resultados nos muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa durante un periodo de tiempo determinado.

A continuación se muestra la estructuración del estado de resultados del producto a exportar de la empresa Planhofa C.A:

Cuadro 35: Estado de resultados

PLANHOFA C.A		
Estado de Resultados		
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2014		
Cuentas		2014
Ventas		364.769,08
(-) Costo de Ventas		193.536,80
Utilidad bruta en ventas		171.232,28
(-) Gasto Operacional		27.535,37
Gastos de Venta	27.535,37	
Utilidad Operacional		143.696,91
15% Participación Trabajadores.		21.554,54
Utilidad antes de impuestos		122.142,37
22% Impuesto a la Renta		26.871,32
Utilidad Neta		95.271,05

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

5.3.2 Balance General

El balance general muestra detalladamente los activos, pasivos y el patrimonio con la que una empresa cuenta en un momento determinado.

Este nos permitirá conocer cuál es la situación financiera de Planhofa C.A, analizar cuanto y donde ha invertido, cuanto de dinero proviene de acreedores y cuanto de capital propio, que tan eficiente está utilizando sus activos, y en base a ese análisis tomar las decisiones correctas.

El balance que tiene la empresa Planhofa C.A es el siguiente:

Cuadro 36: Balance General

PLANHOFA C.A			
BALANCE GENERAL			
Al 31 de Diciembre del 2014			
ACTIVOS			
ACTIVO CORRIENTE			899665,04
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		56913,16	
Caja	3349,62		
Bancos	53563,54		
ACTIVOS FINANCIEROS		199195,68	
Activos financieros mantenidos hasta su vencimiento	70548,74		
Clientes	124831,96		
Cuentas por Cobrar	3814,98		
INVENTARIOS		609118,00	
Inv. De Prod. Term y Mercad, En Almacén-Prod.	609118,00		
OTROS ACTIVOS CORRIENTES		34438,20	
Activos por impuestos corrientes	34438,20		
ACTIVO NO CORRIENTE			2146065,39
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		2146065,39	
NO DEPRECIABLES		1285490,80	
Terreno	1285490,80		
DEPRECIABLES		860574,59	
Edificios	89800,82		
Muebles y Enseres	4459,04		
Equipos de Oficina	2523,24		
Equipo de Computo	9140,06		
Planta Industrial	641175,57		
Mejora de terrenos	80745,80		

Equipo de Laboratorio	655,00		
Banco de Condensadores	1202,67		
Mejora Planta Industrial	5923,10		
Vehículos	58342,11		
Balanzas	3466,50		
Maquinaria y Equipo	111511,82		
Repuestos para Maquinaria	3032,20		
Túnel de Vacío	174,23		
Lavandería Planta Industrial	2528,29		
(-) Dep. Acum Prop. Planta y Equipo	-154105,86		
TOTAL ACTIVOS			3045730,43
PASIVOS			
PASIVO CORRIENTE			145468,20
Proveedores	70047,70		
Cuentas y Documentos por pagar	44878,51		
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES		30541,99	
Con la Administración Tributaria	7811,11		
Con el IESS	5028,70		
Por Beneficios de Ley	17702,18		
PASIVOS NO CORRIENTES			135715,18
Provisiones por beneficios a empleados	115877,67		
Otras provisiones	19837,51		
PASIVO DIFERIDO			151021,88
Pasivos Diferidos	151021,88		
TOTAL PASIVOS			432205,26
PATRIMONIO			
CAPITAL			1895589,00
Capital Suscrito o Asignado	1895589,00		
RESERVAS			620709,12
Reserva Legal	33881,36		
Reserva de Capital	254712,89		
Reserva por Revaluación de Activos	332114,87		
RESULTADOS ACUMULADOS			97227,05
Resultado Proveniente de Adopción NIIFs	-95632,63		
Resultado de Ejercicios anteriores	990,13		
Resultado del Ejercicio	191869,55		
TOTAL PATRIMONIO			2613525,17
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			3045730,43

Fuente: Departamento de Contabilidad de Planhova C.A

Elaborado por: Diego Guachambala

5.3.3 Flujo de Efectivo

Es un estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación.

El objetivo del flujo del efectivo es determinar la capacidad de la empresa, entidad o persona para generar el efectivo que le permita cumplir con sus obligaciones inmediatas y directas, para sus proyectos de inversión y expansión. (SOYCONTA, 2012)

El flujo de efectivo de la empresa Planhofa C.A es el siguiente:

Cuadro 37: Flujo del Efectivo

PLANHOFA C.A						
FLUJO DEL EFECTIVO						
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2014						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	364.769,08	380527,10	414114,80	470135,97	556793,04	687910,11
(-) Costo de Ventas	193.536,80	201897,59	219718,33	249441,68	295419,62	364986,86
Utilidad bruta en ventas	171.232,28	178.629,51	194.396,47	220.694,29	261.373,42	322.923,25
(-) Gasto Operacional	27.535,37	28.724,90	31.260,33	35.489,21	42.030,70	51.928,35
Utilidad Operacional	143.696,91	149.904,62	163.136,13	185.205,08	219.342,71	270.994,89
15% Participación Trab.	21.554,54	22.485,69	24.470,42	27.780,76	32.901,41	40.649,23
Utilidad antes de impuestos	122.142,37	127.418,92	138.665,71	157.424,32	186.441,31	230.345,66
IR 22%	26.871,32	28.032,16	30.506,46	34.633,35	41.017,09	50.676,04
Utilidad Neta	95.271,05	99.386,76	108.159,26	122.790,97	145.424,22	179.669,61

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

5.3.4 Valor Actual Neto (VAN)

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada. (ABANFIN, 2011)

El VAN es un parámetro que indica la viabilidad de un proyecto basándose en la estimación de los flujos de caja que se prevé tener. Es decir el VAN toma los ingresos de cada año, le resta los gastos netos (flujo de caja) y en base a eso calcula en cuantos años se podría recuperar la inversión.

Para la obtención del VAN se tomara en cuenta una tasa de interés mínima de 9.78% y una tasa de interés máxima de 10.21% que son intereses que se encuentran vigentes según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.

Para el cálculo del VAN se aplica la siguiente formula:

$$VAN1 = \sum \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

Dónde:

I₀: Inversión inicial

1: Constante

I: Tasa de Retorno

n: Número de Años

FN: Fondos Netos

Cálculo del Valor Actual Neto

VAN 1

$$VAN1 = \left[\frac{99.386,76}{(1,0978)^1} + \frac{108.159,26}{(1,0978)^2} + \frac{122.790,97}{(1,0978)^3} + \frac{145.424,22}{(1,0978)^4} + \frac{179.669,61}{(1,0978)^5} \right] - 221.072,17$$

$$VAN1 = [90.532,67 + 89.746,44 + 92.810,42 + 100.125,30 + 112.683,03] - 221.072,17$$

$$VAN1 = [485.897,85] - 221.072,17$$

$$VAN1 = 264.825,69$$

VAN 2

$$VAN2 = \left[\frac{99.386,76}{(1,1021)^1} + \frac{108.159,26}{(1,1021)^2} + \frac{122.790,97}{(1,1021)^3} + \frac{145.424,22}{(1,1021)^4} + \frac{179.669,61}{(1,1021)^5} \right] - 221.072,17$$

$$VAN2 = [90.179,44 + 89.047,49 + 91.728,32 + 98.571,81 + 110.501,87] - 221.072,17$$

$$VAN2 = [480.028,92] - 221.072,17$$

$$VAN2 = 258.956,76$$

5.3.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es aquella tasa de descuento que al utilizarla para actualizar los flujos futuros de ingresos netos de un proyecto de inversión, hace que su Valor Actual Neto sea igual a cero.

Es decir, es una medida de la rentabilidad de una inversión, demostrando cual sería la tasa de interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias. (ECO-FINANZAS, 2013).

Para el cálculo del TIR se considera la siguiente formula:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

Dónde:

i1: tasa de interés mínima (9.78%).

i2: Tasa de interés máxima (10.21%).

VAN 1: Valor Actual Neto obtenido con i1.

VAN 2: Valor Actual Neto obtenido con i2.

Calculo de la Tasa Interna De Retorno

$$TIR = 0,0978 + (0,1021 - 0,0978) \left[\frac{264.825,69}{264.825,69 - 258.956,76} \right]$$

$$TIR = 0,0978 + (0,0043) \left[\frac{264.825,69}{5868,93} \right]$$

$$TIR = 0,0978 + (0,0043)[45,12332007]$$

$$TIR = 0,0978 + 0,194030276$$

$$TIR = 0,29183028 * 100$$

$$\mathbf{TIR = 29.18\%}$$

La tasa Interna de Retorno (TIR) es de 29.18%, lo que se puede decir que el proyecto es rentable.

5.3.6 Beneficio Costo B/C

También llamado “índice de rendimiento”. Es un método de evaluación de proyectos, que se basa en el del “valor presente”, y que consiste en dividir el valor presente de los ingresos entre el valor presente de los egresos.

Si este índice es mayor que 1 se acepta el proyecto; si es inferior que 1 no se acepta, ya que significa que la rentabilidad del proyecto es inferior al costo del capital. (ECO-FINANZAS, 2013).

La fórmula para el cálculo del B/C es la siguiente:

$$\mathbf{RB/C = \left[\frac{VN + VAN1}{C} \right]}$$

Dónde:

VN: Ventas Netas

VAN 1: Valor Actual Neto

C: Inversión

Calculo de la Relación Beneficio Costo

$$RB/C = \left[\frac{364.769,08 + 264.825,69}{221.072,17} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{629.594,76}{221.072,17} \right]$$

$$\mathbf{RB/C = 2.85}$$

$$RB/C = \left[\frac{364.769,08 + 258.956,76}{221.072,17} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{623.725,83}{221.072,17} \right]$$

$$\frac{\mathbf{RB}}{\mathbf{C}} = \mathbf{2.82}$$

Como se puede observar el Beneficio Costo es de 2.85 y 2.82 respectivamente dependiendo del Valor Actual Neto. Con los resultados obtenidos es recomendable ejecutar el proyecto, puesto que por cada dólar invertido se recuperará \$1.85

5.3.7 Periodo de Recuperación de Capital

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Es uno de los métodos más utilizados para evaluar un proyecto.

Para la obtención del periodo de recuperación de capital se sigue los siguientes pasos:

Se suma las utilidades del flujo de efectivo de dos años.

$$(99.386,76) + (108.159,26) = \mathbf{207.546,02}$$

Inversión - total de flujo de fondos

$$221.007,17 - 207.546,02 = \mathbf{13.526,15}$$

Se toma el valor del tercer año del flujo de efectivo (122.790,97) y aplico una regla de tres para saber en cuantos meses recupero toda la inversión:

122.790,97

12

13.526,15

x

$$X = \left[\frac{13.526,15 * 12}{122.790,97} \right] = \left[\frac{162.313,82}{122.790,97} \right]$$

$$X = 1,32$$

La empresa Planhofa C.A recuperara su inversión en un periodo de dos años, un mes.

Cuadro 38: Indicadores Financieros

VAN 1	264.825,69
VAN 2	258.957,76
TIR	29.18%
RB/C1	2.85
RB/C2	2.82
PRC	2 años, 1 mes

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diego Guachambala

CONCLUSIONES

- Los Ángeles California es un mercado que acepta con agrado todo lo relacionado a productos elaborados con frutas tropicales, ya que últimamente el mercado norteamericano en sí, ha cambiado sus hábitos de consumo inclinándose a las frutas ya que esto es beneficioso para la salud.
- Nuestro mercado meta cuenta con el Puerto Los Ángeles, que es el principal puerto de entrada para los productos ecuatorianos con más del 40% del total de mercancía que ingresa vía marítima a Estados Unidos, lo que genera una gran ventaja al momento de enviar el producto.
- La empresa PLANHOFA C.A, tiene la capacidad de expandir su operación a mercados internacionales, debido a que cuenta con tecnología necesaria para la elaboración de sus productos; y comercializa productos 100% naturales, con alto sabor nutricional y conservando la esencia de sabor exótico y exquisito.
- El proyecto resulta técnicamente factible y económicamente rentable como lo demuestran los indicadores del VAN, TIR y el periodo de recuperación.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar la acogida que tienen los norteamericanos en cuanto a productos elaborados con frutas tropicales ya que esto hace que no existan inconvenientes al momento de comercializar el producto.
- No romper la cadena de frío al momento de transportar la pulpa de coco, puesto a que esto ayuda a conservar sus características y propiedades.
- Conservar el proceso de producción con altos controles de calidad que entreguen el producto terminado en base a los requerimientos internacionales, y de esa forma conseguir un constante crecimiento en nuevos mercados.
- Con los resultados obtenidos en la evaluación financiera se recomienda ejecutar el proyecto de exportación con el debido análisis que se requiere para iniciar una exportación.

BIBLIOGRAFÍA

- Arcila. (2006). Diccionario de Comercio Internacional. Bogota: Digiprint Editores.
- Abanfin. (2011). Formulario Economico Financiero. (Recuperado 2015/06/18) de <http://www.abanfin.com/?tit=valor-actual-neto-van-formulario-economico-financiero&name=manuales&fid=ee0bcdb>
- Aduana. (2014). Que es el Ecuapass. (Recuperado 2015/07/15) de <https://portal.aduana.gob.ec/>
- Agrocalidad. (2014). La institución. (Recuperado 2015/03/15) de <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>
- Alberts Organic's. (2015). La empresa. (Recuperado 2015/05/23) de www.albertsorganics.com
- Aula facil. (2010). Ingenieria de Proyectos. (Recuperado 2015/06/18) de <http://www.aulafacil.com/cursos/119693/empresa/organizacion/gestion-de-proyectos/ingenieria-del-proyecto>
- Aula mass. (2012). Determinantes de la Demanda. (Recuperado 2015/04/23) de <http://aula.mass.pe/manual/determinantes-de-la-demanda>
- Blogspot. (2010). Oferta Exportable. (Recuperado 2015/05/12) de <http://comerciointernacionalfaca.blogspot.com/2008/12/comercio-internacional-la-oferta.html>
- Caespa. (2012). Terminos de Comercio Exterior. (Recuperado 2015/03/26) de <http://www.iica.int/esp/programas/analisisestrategico/boletin/2012/n07/glosario%20de%20la%20omc.pdf>
- Comercio y aduanas . (2015). Comercio Internacional. (Recuperado 2015/02/28) de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/113-que-es-comercio-internacional>
- Conacoco. (2013). Cultivo del coco. (Recuperado 2015/04/03) de <http://www.conacoco.com.mx/coco/nueva/derivados/otros.htm>
- Concepto.de. (2015). Concepto de Demanda. (Recuperado 2015/05/17) de <http://concepto.de/demanda/>
- Asamblea Nacional. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (Recuperado 2015/04/24) de http://www.asamblea.nacional.ec/files/pro/leg/ccop/s351_20101229.pdf

- Corponet. (2015). Que es el Estado de Resultados. (Recuperado 2015/06/15) de <http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Crece negocios. (2014). Los Estados Financieros. (Recuperado 2015/06/15) de <http://www.crecenegocios.com/los-estados-financieros/>
- Dian. (2013). Glosario de Términos en materia Aduanera. (Recuperado 2015/03/06) de <http://www.dian.gov.co/dian/12sobred.nsf/af2b7ae7e9393d6e05256ed2006a9e63/9f4e3c1d5887205c0525767b0068fc4e?opendocument>
- Discover. (2014). Información sobre Los Angeles. (Recuperado 2015/05/19) de <http://es.discoverlosangeles.com/blog/informaci%c3%b3n-general-sobre-los-angeles>
- Eco-finanzas. (2013). Tasa Interna de Retorno. (Recuperado 2015/06/16) de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/t/tasa_interna_de_retorno.htm
- Economia. (2015). Producto Interno Bruto. (Recuperado 2015/03/17) de http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- Ecuador. (2010). Glosario de Términos de Comercio Exterior. (Recuperado 2015/03/08) de http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ccqfjab&url=http%3a%2f%2fwww.aduana.gob.ec%2farchivos%2fborrador_glosario.docx&ei=4btsvkamh4aanqhg1gi&usg=afqjcnfmcz5gel46v4l-ya2nc4zof8mfog&bvm=bv.85142067,d.exy&cad=rja
- Ecuapass. (2014). Términos para conocer mejor Ecuapass. (Recuperado 2015/06/21) de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/varios-terminos-importantes-que-debemos-conocer-para-una-mejor>
- Ecured. (2014). Proceso de Producción (Recuperado 2015/05/29) de http://www.ecured.cu/index.php/proceso_de_producci%c3%b3n
- Efxto. (2013). Exportaciones. (Recuperado 2015/03/16) de <https://www.efxto.com/diccionario/e/3698-exportaciones>
- E-técnico. (2011). Estudio Técnico. (Recuperado 2015/05/19) de <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Eumed.net. (2014). Análisis de Precios. (Recuperado 2015/05/19) de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20precios.htm>
- Fao. (2014). Como estimar la Demanda y los Beneficicos. (Recuperado 2015/05/15) de <http://www.fao.org/docrep/008/a0323s/a0323s03.htm>

- Finanzas. (2014). Acuerdo Comercial. (Recuperado 2015/03/20) de https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2441&Itemid=101704&lang=es
- Fundapymes. (2010). Los Gastos Administrativos. (Recuperado 2015/06/10) de <http://www.fundapymes.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- Worldtravelguides. (2015). Guia Turística de los Angeles . (Recuperado 2015/05/15) de http://www.worldtravelguides.org/los-angeles/guia_turistica_de_los-angeles.php
- Gutiérrez. (2013). Técnicas y Nomenclatura Aduanera: (Recuperado 2015/04/12) de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0cd8qfjag&url=http%3a%2f%2fdocs.universidadecotec.edu.ec%2ftareas%2f2013e1%2fadm309%2falum%2f2011560183_3740_2013e1_adm309_administraci_n_aduanera.docx&ei=y4wmvyrxn7pisats1ikocq&usq=afq
- Infoagro. (2013). Cultivo del coco. (Recuperado 2015/04/20) de http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/coco.htm
- Los costos. (2013). Definición de Costos. (Recuperado 2015/06/05) de <http://www.loscostos.info/definicion.html>
- Magap. (2014). Misión de la Institución . (Recuperado 2015/03/15) de <http://www.agricultura.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Mardelplata. (2010). Glosario de Términos de Comercio Exterior. (Recuperado 2015/04/02) de <http://www.mardelplata.gob.ar/documentos/exportar/glosario.pdf>
- Mipro. (2010). El Ministerio. (Recuperado 2015/04/02) de <http://www.industrias.gob.ec/el-ministero/>
- Monografias.com. (2011). Oferta y Demanda. (Recuperado 2015/05/20) de <http://www.monografias.com/trabajos30/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml>
- Nichese. (2013). Historia del coco. (Recuperado 2015/02/20) de <http://nutricion.nichese.com/cocofruta.html>
- Planhofa. (2015). Bienvenidos a Planhofa C.A. (Recuperado 2015/04/02) de <http://planhofa-ambato.com/>
- Proecuador. (2014). Guia Comercial de Estados Unidos. (Recuperado 2015/02/10) de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/proec_gc2014_estados-unidos2.pdf
- Promonegocios. (2006). Definición de Oferta. (Recuperado 2015/04/20) de <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

- Pulpa de frutas. (2014). Uso de la pulpa de frutas. (Recuperado 2015/04/25) de <http://www.pulpas-de-frutas.com/propiedadesfrutas-banano-maracuya-curubadurazno-feijoa-frambuesa.htm>
- Reexporta. (2014). Diccionario de Comercio Exterior. (Recuperado 2015/03/10) de <http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+1-c+p-751+pag-/diccionario+de+comercio+exterior/certificado+de+origen.htm>
- Roni. (2014). Ventajas de Consumir pulpa de fruta. (Recuperado 2015/04/05) de <http://www.pulpadefrutaroni.com/component/content/article/2-uncategorised/30-ventajas-de-consumir-pulpa-de-fruta.html>
- Santander. (2015). Mercado. (Recuperado 2015/04/05) de <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- Scribd. (2011). Demanda Insatisfecha. (Recuperado 2015/05/20) de <https://www.scribd.com/doc/63155301/demanda-insatisfecha>
- Security Data. (2014). La Firma Digital del Ecuador. (Recuperado 2015/06/20) de <https://www.securitydata.net.ec/>
- Seguros . (2014). Contrato de Seguros. (Recuperado 2015/06/15) de <http://www.seguros-seguros.com/contrato-de-seguros.html>
- Senae. (2011). Aduana del Ecuador. (Recuperado 2015/06/20) de http://www.aduana.gob.ec/contents/nov/news_letters_view.jsp?pg=34&anio=2011&codigo=29&proceso=&estado=&boletinnum=&ano=2011&desc=1&fromfecha=&tofecha=
- Silva. (2011). Marketing Estrategico Estudio de Mercado. (Recuperado 2015/05/03) de <https://allanucatse.files.wordpress.com/2011/01/marketing-estrategico-y-el-estudio-de-mercado.pdf>
- Soyconta. (2012). Innovacion Contable. (Recuperado 2015/06/10) de <http://www.soyconta.mx/que-es-el-estado-de-flujo-de-efectivo-y-su-importancia-para-las-empresas/>
- Sri. (2014). Que es el Sri. (Recuperado 2015/04/05) de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>
- Unal. (2013). Inversiones del Proyecto. (Recuperado 2015/06/25) de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/lecciones/capitulo%20iv/inversiones1.htm>

Vittori. (2014). Mercado Objetivo. (Recuperado 2015/03/30) de <http://blog.fromdoppler.com/todo-lo-que-deberias-saber-sobre-mercado-objetivo/>

Zona economica. (2011). Estudio Financiero. (Recuperado 2015/06/25) de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.

ANEXOS

Anexo 1: Modelo de Solicitud Security Data

<p style="text-align: center;">PLANTA HORTIFRUTICOLA AMBATO C.A “PLANHOFA C.A”</p> <p>Teléfono: 32415132 Dirección: Av. El Cóndor s/n Av. Bolivariana e-mail: www.planhofa-ambato.com</p>						
<p>Riobamba, a 27 de mayo del 2015 No. de oficio</p> <p>Ingeniera JAZMIN PAULINA ZABALA ACOSTA COORDINADORA DE GESTION DE CERTIFICACION ELECTRONICA Banco Central del Ecuador Presente</p> <p>Asunto: Autorización de Certificado Digitales para funcionarios de (digitar el nombre de la empresa)</p> <p>De mi consideración: En mi calidad de Representante Legal de (nombre de la empresa), solicito a usted la emisión de los certificados digitales de Firma Electrónica para los siguientes funcionarios de esta entidad:</p> <table><thead><tr><th>#</th><th>Titular</th><th>Cargo</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>Homero Medina</td><td>Gerente</td></tr></tbody></table> <p>Persona de contacto: Nombre: Homero Medina Teléfono: 32415132 Correo electrónico: www.planhofa-ambato.com Atentamente,</p> <p>_____</p> <p>Homero Medina Representante Legal</p>	#	Titular	Cargo	1	Homero Medina	Gerente
#	Titular	Cargo				
1	Homero Medina	Gerente				

Fuente: BCE/Solicitud de Certificado

Elaborado por: Diego Guachambala

Anexo 2: Modelo de Declaración Aduanera de Exportación



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Número de DAE			
---------------	--	--	--

Información de general

Código de la distrito		Código de regimen	
Tipo de Despacho		Código del declarante	

Información de Exportador

Nombre del exportador		Telefono del exportador	
Dirección del exportador			
Numero de documento de CIU		Ciudad del exportador	
Nombre del declarante			
Dirección del declarante			
Codigo de forma de pago		Codigo de moneda	

Informacion de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de Nombre del consignatario		Fecha de la carta de	
Dirección del Ciudad del contribuyente		Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacen de lugar de Pais de destino final		Medio de transporte	MARITIMO

Totales

Codigo de moneda		Tipo de cambio	
Total moneda transaccion (FOB)		Cantidad de item	
Peso neto total		Peso total	
Cantidad total de buftos		Cantidad de contenedores	
Cantidad total de unidades fisicas		Cantidad total de unidades comerciales	
Codigo de la mercancia de desnacho urgente		Codigo de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Item

No. Item	Codigo Subpartida	Codigo Complementario	Codigo Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cnatidad de U. Comerciales

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Ano precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item
---------------------	---------------------	----------------	--------------------	-----------------------	-------------

Observaciones de oce - Item

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido
----------------	------------------	-----------

Documentos

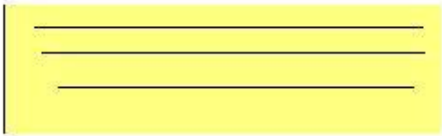
Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision

Firma del

Firma del Declarante

Anexo 3: Modelo de Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL

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

Anexo 4: Tasa de Interés Según el Banco Central del Ecuador

Tasas de Interés			
junio-2015			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.70	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.78	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.16	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.84	Consumo	16.30
Vivienda	10.62	Vivienda	11.33
Vivienda de Interés Público		Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.02	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	24.86	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	27.47	Microcrédito Minorista	30.50

Anexo 5: Rol de pagos

PLANHOFA C.A.
ROL DE PAGOS

No	CARGO	HORAS		SUELDO	BONOS	COMISIONES	TOTAL INGRESOS	DESCUENTOS LEGALES			LIQUIDO A RECIBIR	AP. PATRONAL 12,15%	RECARGOS LEGALES				TOTAL A PAGAR	
		HORAS SUPLEM. EXTRA.	HORAS					AP. PERSONAL 9,35%	IMP. RENTA	ANTI CIPO			TOTAL DSC. TOS	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SOBRESUELDOS		
1	Gerente			1000,00			1000,00	93,50			93,50	121,50	83,33	29,50	83,33	41,67	359,33	1265,83
2	Supervisor			550,00			550,00	51,43			51,43	66,83	45,83	29,50	45,83	22,92	210,91	709,48
3	Contadora			550,00			550,00	51,43			51,43	66,83	45,83	29,50	45,83	22,92	210,91	709,48
4	Secretaria			400,00			400,00	37,40			37,40	48,60	33,33	29,50	33,33	16,67	161,43	524,03
	Total Gastos Administrativos			2500,00			2500,00	233,75			233,75	303,75	208,33	118,00	208,33	104,17	942,58	3208,83
5	Obrero 1			360,00			360,00	33,66			33,66	43,74	30,00	29,50	30,00	15,00	148,24	474,58
6	Obrero 2			360,00			360,00	33,66			33,66	43,74	30,00	29,50	30,00	15,00	148,24	474,58
	Obrero 3			360,00			360,00	33,66			33,66	43,74	30,00	29,50	30,00	15,00	148,24	474,58
7	Obrero 4			360,00			360,00	33,66			33,66	43,74	30,00	29,50	30,00	15,00	148,24	474,58
8	Obrero 5			360,00			360,00	33,66			33,66	43,74	30,00	29,50	30,00	15,00	148,24	474,58
	Total Gastos de Produccion			1800,00			1800,00	168,30			168,30	218,70	150,00	147,50	150,00	75,00	741,20	2372,90