



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO

EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

### **INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

#### **TEMA:**

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE FREJOL ROJO MONTEADO DE LA CORPORACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES "COPROCOFREPA" PARA INCREMENTAR CUOTA DE MERCADO DE BOGOTÁ-COLOMBIA PERIODO 2015.

#### **AUTOR:**

JUANA MARIA YUQUILEMA GUISHCA

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente Trabajo de Titulación, previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior ha sido desarrollado por la Sra. Juana María Yuquilema Guishca , quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autorizada su presentación.

---

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández  
**DIRECTOR**

---

Ing. Juan Carlos Castillo Moya  
**MIEMBRO**

## **CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD**

Yo, Juana María Yuquilema Guishca, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 17 de Julio del 2016

---

Juana María Yuquilema Guishca  
C.C. 060366684-3

## **DEDICATORIA**

Con todo mi cariño va dedicado a mis padres Juana y Estuardo, esposo e hijo Javier y Samir, gracias a quienes hicieron todo lo posible para cumplir mis metas, por motivar y decir lucha cuando más lo necesitaba, por sobre todo a mi Dios por su amor incondicional por hacerme saber que la sabiduría, poder, consejo y la inteligencia es suyo.

*Juana María Yuquilema Guishca*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la vida, bendecirme en todo tiempo. Su consejo, inteligencia y el poder han hecho que culmine con éxito este trabajo. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, escuela de Finanzas y Comercio Exterior, carrera de comercio exterior. Por haber sido una fuente de conocimiento para culminar mi meta y en especial al Ingeniero Iván Carrillo y Juan Castillo por su ayuda incondicional para culminar este trabajo.

De la misma forma al señor Pedro Paucar presidente de Corporación de Productores y comercializadores de frejol de Pallatanga Alausi y Colta COPROCOFREPAC por brindarme la apertura e información necesaria para culminar mi

*Juana María Yuquilema Guishca*

## ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Certificación del Tribunal .....	ii
Certificado de Autenticidad .....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice General.....	vi
Índice Figuras .....	xi
Índice de Graficos .....	xi
Índice de Tablas .....	xii
Índice de Ilustraciones .....	xiii
Índice de Anexos .....	xiv
Resumen Ejecutivo .....	xv
Summary .....	xvi
Introducción .....	1
CAPITULO I: 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 .....	5
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	6
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	6
2.1.2 Reseña Histórica .....	7
2.1.3 Corporación COPROCOFREPA .....	8
2.1.3.1 Misión de la COPROCOFREPA .....	9

2.1.3.2	Visión de la COPROCOFREPAC .....	10
2.1.3.3	Objetivos Específico de COPROCOFREPAC (Coprocofrepac, 2008).....	10
2.1.3.4	Estructura Organizativa .....	10
2.1.3.5	Producto que Ofrece .....	11
2.1.3.6	Matriz FODA COPROCOFREPAC .....	12
2.1.3.7	Infraestructura de COPROCOFREPAC .....	13
2.1.4	Procedimientos para Exportar desde Ecuador .....	19
2.1.4.1	Declaración de Exportación.....	19
2.1.5	INCOTERMS 2010 .....	22
2.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	25
2.2.1	Qué es un proyecto .....	25
2.2.2	Ciclo de un Proyecto.....	26
2.2.3	Para qué se diseñan proyectos .....	27
2.2.4	Etapas de los proyectos de inversión .....	28
2.2.5	Procesos de Preparación, Evaluación de Proyectos y sus Alcances .....	30
2.2.6	Origen Del Frejol .....	30
2.2.7	Importancia de Consumo del Frejol.....	31
2.2.8	Características del producto.....	32
2.2.9	Variedades de Frejol .....	32
2.2.9.1	Frejol Rocha.....	35
2.2.9.2	Frejol Portilla .....	35
2.2.9.3	Frejol Paragachi andino .....	36
2.2.10	Asociatividad .....	37
2.2.10.1	Cómo Se Logra La Asociatividad Empresarial .....	38
2.2.10.2	Por qué Asociarse .....	38
2.2.10.3	Ventajas De La Asociatividad .....	38
2.2.10.4	Tipos de Procesos en una Empresa de Producción.....	39
2.3	MARCO CONCEPTUAL .....	40
2.4	MARCO LEGAL.....	46
2.5	FUNDAMENTACION LEGAL.....	46
2.6	HIPOTESIS .....	47

2.6.1	Hipótesis General.....	47
2.6.2	Hipótesis Específicas .....	48
2.7	VARIABLES .....	48
2.7.1	Variable Independiente .....	48
2.7.2	Variable Dependiente .....	48
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		49
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACION .....	49
3.1.1	Modalidad Cualitativas .....	49
3.1.2	Modalidad Cuantitativas .....	49
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	49
3.2.1	Investigación Bibliográfica-Documental .....	50
3.2.2	Investigación Descriptivos.....	50
3.2.3	Investigación Explicativos.....	50
3.3	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	50
3.3.1	Métodos de Investigación .....	50
3.3.1.1	Inductivo .....	50
3.3.1.2	Deductivo.....	51
3.3.1.3	Analítico.....	51
3.3.2	Técnicas e Instrumentos.....	51
3.3.2.1	Observación .....	51
3.3.2.2	Entrevista .....	51
3.3.2.3	Encuestas .....	52
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	52
3.5	RESULTADOS .....	52
3.5.1	Resultados de la Encuesta.....	61
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		62
4.1	TÍTULO .....	62
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	62
4.2.1	Estudio de Mercado .....	62
4.2.1.1	Colombia.....	62
4.2.1.2	Exportaciones de Ecuador hacia Colombia .....	64

4.2.1.3	El Frejol en Colombia.....	64
4.2.1.4	Principales socios e importadores de Frejol Monteadro Rojo en Colombia.....	71
4.2.2	Demanda de frejol en Colombia.....	71
4.2.3	Proyección de la Oferta hacia el mercado de Colombia.....	74
4.2.4	Determinación de la oferta exportable.....	74
4.2.5	Estudio Técnico .....	75
4.2.5.1	Procedimientos para Trámites de Exportación .....	75
4.2.5.2	Certificado de Origen.....	78
4.2.5.3	Certificado Fitosanitario de Agro Calidad.....	79
4.2.6	Termino Comercial.....	90
4.2.6.1	Incoterm Seleccionado - FCA (Franco Porteador) .....	90
4.2.6.2	Definición .....	91
4.2.6.3	Obligaciones Comprador .....	92
4.2.6.4	Obligaciones Vendedor.....	92
4.2.6.5	Pago y entrega.....	93
4.2.6.6	Distribución física internacional.....	94
4.2.7	Marco legal de la república popular de Colombia.....	81
4.2.7.1	Documentos de Acompañamiento .....	81
4.2.7.2	Factura y Lista de Empaque.....	82
4.2.7.3	Requisitos empaque, embalaje y etiquetado .....	85
4.2.7.4	Marcas de manipulación .....	87
4.2.8	Transporte Terrestre.....	87
4.2.9	Proceso Logístico INCOTERM FCA.....	89
4.2.10	Estudio Financiero .....	96
4.2.10.1	Costos de producción.....	96
4.2.10.2	Top Down de precios .....	96
4.2.10.3	Plan de Inversión y Financiamiento.....	98
4.2.10.4	Gastos y Costos.....	99
4.2.10.5	Fuentes de financiamiento .....	100
4.2.10.6	Flujo de caja.....	101
4.2.10.7	Estado de situación inicial .....	102

4.2.10.8	Proyección del balance general.....	104
4.2.10.9	Proyección del estado de resultados .....	105
4.2.11	Evaluación Financiera.....	106
4.2.11.1	Indicadores de rentabilidad.....	107
4.2.11.2	Periodo de Recuperación de la Inversión .....	109
	CONCLUSIONES .....	110
	RECOMENDACIONES.....	111
	BIBLIOGRAFÍA .....	112
	ANEXOS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura organizativa de COPROCOFREPAC.....	11
Figura 2: Plano en Planta.....	17
Figura 3: INCOTERM 2010.....	24
Figura 4: Valle del Chota (1600 a 2500 m.s.n.m.).....	33
Figura 5: Valle del Mira y Valle de Intag.....	33
Figura 6: Valle Pallatanga.....	34
Figura 7: Valle Guaranda.....	34
Figura 8: Frejol Rocha.....	35
Figura 9: Frejol Portilla.....	36
Figura 10: Frejol Paragachi andino.....	36
Figura 11: Asociación de Productores de fréjol COPROCOFREPAC.....	37
Figura 12: Principales productos de exportaciones Ecuador-Colombia.....	68
Figura 13: INCOTERM FCA.....	90

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Registro de Exportador en ECUAPASS.....	20
Gráfico 2: Tramite de declaración juramentada de origen (DJO).....	21
Gráfico 3: Ciclo de un Proyecto.....	27
Gráfico 4: Etapas de un Proyecto.....	28
Gráfico 5: Cantidad de frejol monteado producido mensualmente.....	53
Gráfico 6: Cantidad de Ha donde producen el frejol.....	54
Gráfico 7: Mercado final de la producción de frejol.....	55
Gráfico 8: Dispone de excedentes de frejol para la exportación.....	56
Gráfico 9: Precio por quintales del frejol.....	57
Gráfico 10: Distribución de las producciones.....	58
Gráfico 11: Apoyo para el asesoramiento del frejol monteado rojo.....	59

Gráfico 12: Acciones para una mejor calidad del frejol .....	60
Gráfico 12: Administración Territorial del Estado .....	62
Gráfico 13: Importación del Frejol en Colombia contra la producción 2015.....	64
Gráfico 14: Países que Siembran Frejol .....	65
Gráfico 15: Balanza Comercial de Ecuador Colombia.....	67
Gráfico 16: Portal ECUAPASS .....	76
Gráfico 17: Obtención de la contraseña del Token.....	77
Gráfico 18: Pasos de la logística de despacho de exportación .....	89
Gráfico 19: Etapas de la logística internacional de mercancías; <b>Error! Marcador no definido.</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación de frejol para el consumo .....	22
Tabla 2: Tabla de Etapas de un Proyecto.....	29
Tabla 3: Información de Colombia.....	63
Tabla 4: Importación de frejol en Colombia 2006-2015 .....	66
Tabla 5: Importaciones por países del frejol consumido en Colombia 2015.....	66
Tabla 6: Consumo per cápita de frejol en Colombia .....	71
Tabla 7: Consumo per cápita de frejol en Colombia proyectado .....	72
Tabla 8: Población colombiana proyectada.....	72
Tabla 9: Demanda potencial proyectada.....	73
Tabla 10: Consumo aparente proyectado.....	73
Tabla 11: Consumo aparente proyectado.....	74
Tabla 12: Oferta exportable .....	75
Tabla 13: Factura comercial .....	82
Tabla 14: Lista de empaque .....	83
Tabla 15: Costos de producción mensuales.....	96
Tabla 16: Top Down de precios.....	97
Tabla 17: Inversión fija del proyecto.....	98

Tabla 18: Capital de trabajo.....	99
Tabla 19: Costos del proyecto .....	100
Tabla 20: Financiamiento de la inversión.....	100
Tabla 21: Amortización del préstamo.....	101
Tabla 22: Flujo de caja.....	102
Tabla 23: Balance general año 2014.....	103
Tabla 24: Estado de resultados 2014 .....	104
Tabla 25: Proyección del balance general .....	105
Tabla 26: Proyección de estados de resultados.....	106
Tabla 27: Flujos de caja anuales .....	107
Tabla 28: Cálculo de la TIR.....	108

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Infraestructura de la Corporación COPROCOFREPAC .....	13
Ilustración 2: Traspaleta Manual .....	13
Ilustración 3: Balanza .....	14
Ilustración 4: Silos de almacenamiento a granel .....	14
Ilustración 5: Clasificadora de Granos.....	15
Ilustración 6: Equipamiento entregado por el MAGAP a COPROCOFREPAC.....	15
Ilustración 7: Flujo comercial de la corporación del frejol seco.....	18
Ilustración 8: Documento Fitosanitario .....	81
Ilustración 9: Carta de porte.....	84
Ilustración 10: Empaque .....	85
Ilustración 11: Embalaje .....	86
Ilustración 12: Etiquetado.....	87
Ilustración 13: Marcas de manipulación.....	87
Ilustración 14: Camiones más utilizado en transporte terrestre .....	88

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo de Encuesta .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 2: Certificado fitosanitario de Ecuador para la Exportación de Frejol.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 3: Certificado Fitosanitario de Colombia para la importación de Frejol .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 4: Carta porte de mercancías vía terrestre .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 5: Manifiesto de Carga internacional .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 6: Declaración aduanera de exportación en Ecuador	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 7: Certificado de Origen.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 8: Maquinarias y Equipos que dispone la corporación	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 9: Ejemplo de documento de transportación marítima Bill of Lading (B/L) ...	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 10: Ejemplo de documento de transporte aéreo - Guía aérea (Air Way Bill - AWB) .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación tiene como finalidad diseñar un proyecto exportación de frejol rojo montado de la corporación de productores y comercializadores "COPROCOFREPAC" para incrementar cuota de mercado de Bogotá- Colombia periodo 2015“. Para esto se necesita conocer cuál es la situación actual del mercado de destino, los requisitos técnicos y un estudio financiero. Para posicionar nuestro producto en el exterior, mejorando de esta manera la rentabilidad de la misma. Se analizará la situación de la corporación, con un análisis de la matriz FODA. Posteriormente se efectuó un análisis interno de la empresa para determinar sus fortalezas y debilidades en sus principales áreas como son la administración, finanzas, recursos humanos, marketing e investigación y desarrollo. Además, utilizaremos la investigación de tipo documental, explicativa y descriptiva, se recopiló información a través de internet y se trabajó directamente con los directivos, socios y trabajadores de la corporación. A continuación se describe al frejol, variedades de frejol que existe en los sectores de Colta, Alausi y Pallatanga, su valor nutricional y cuáles son sus beneficios para la salud. Este proyecto se investigó al mercado de Colombia- Bogotá, en cuanto a su consumo, importación, relaciones comerciales, factores económicos, políticos, sociales, culturales, y competidores los cuales están relacionados con el producto. Así también conocer los gustos y preferencias de los colombianos, dando resultados positivos con más de una década de comercio internacional del frejol rojo montado. Se concluyó detallando el proceso para tramites de exportación, los documentos necesarios que COPROCOFREPAC debe cumplir para exportar el frejol al mercado colombiano, las forma de pagos, requisitos empaque, embalaje y etiquetado, y utilizar el Incoterm correcto para el proceso logístico. Finalmente con el análisis financiero de la corporación dando como resultado que la misma tiene todas las condiciones necesarias para hacer comercio exterior.

---

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

## **SUMMARY**

The objective of this research is to implement a methodology of export of beans for the cantons of Pallatanga, Alausi, bean producers Corporation Colta (COPROCOFREPAC), province of Chimborazo to Bogota - Colombia, for this you need to know how to make exports and the feasibility of the same. The chapters discussed the situation of the Corporation, with an analysis of the SWOT matrix. An internal analysis of the company was then made to determine their strengths and weaknesses in their major areas such as administration, finance, human resources, marketing and research and development. An investigation was carried out upon the beans in Colombia, in terms of their consumption, sow, import and trade relations that both countries Colombia - Ecuador, giving positive results with more than one decade of international trade of the monteado red beans. He concluded with financial analysis and machinery of the Corporation giving like result that it has all the necessary conditions to do foreign trade, in addition to respond to local needs can be exporting, increase their productions and partners can do it.

## INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente Ecuador ha sido un país en el que predominan las importaciones por encima de las exportaciones atribuyéndole a esto un saldo negativo de la balanza comercial del país en productos no petroleros. Este comportamiento es atribuido a la poca diversificación y fortalecimiento del matriz productivo panorama que con el Gobierno del Presidente Rafael Correa ha cambiado paulatinamente teniendo en cuenta que se ha fomentado las exportaciones como variante comercial. Sumado a esto acuerdos como el de complementación económica suscritos entre otros países por Colombia y Ecuador establecen diferentes beneficios para los países que lo integran que contribuyen al desarrollo comercial extra fronteras. El frejol hasta la fecha no está entre las principales exportaciones hacia el país cafetero, lo que constituye un reto para la Corporación COPROCOFREPAC.

Como respuesta a la crisis económica que está presentando el país como consecuencia de los bajos precios del petróleo en el mercado internacional una alternativa para solventarla es el incremento de las exportaciones en otros sectores. Atendiendo a ello COPROCOFREPAC que es una corporación dedicada al acopio de frejol en Ecuador para su posterior comercialización en territorio nacional propone la creación de un proyecto que responde a la exportación del frejol monteado rojo hacia Colombia.

El proyecto responde a una creciente demanda del producto en el mercado colombiano teniendo en cuenta el consumo per cápita de frejol en el país y su crecimiento poblacional que lo hace un mercado atractivo y por otra parte la calidad reconocida del frejol monteado rojo en el Ecuador y los altos volúmenes de producción del mismo. El desarrollo de este proyecto requiere de una total atención de los procesos para la exportación. Diseño, optimización de la cadena de suministro que incluye el accionar de los productores hasta la entrega del producto final en Colombia. La optimización de la cadena de suministro permite disminuir los costos para la Corporación COPROCOFREPAC y de esta forma presentarse en el mercado colombiano con precios altamente competitivos.

# CAPITULO I: PROBLEMA

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En nuestro país existe una variedad infinita de productos tradicionales y no tradicionales, que por ahora solo ciertos productos las han sabido producir y comercializar a otros países como Argentina, Estados Unidos España, China y Alemania ya que nuestro país tiene una gran ventaja por la variedad de pisos climáticos. Existe empresas, asociaciones y corporaciones en ciertas ciudades que están comercializando frejol de todo tipo se caracterizan por exportar a países como México y centro América y lo resto se queda dentro del país, se encarece de una capacitación intensa con los productores de este producto exquisito en proteína.

En la provincia de Chimborazo existen varias organizaciones que se dedica a la comercialización de productos hacia el exterior, uno de los problemas que tiene esta región es el transporte para la mercancía, por lo que no cuentan con la cantidad de vehículos necesarios que ayuden en este aspecto, puesto que esta provincia se caracteriza por ser netamente agrícola, ya que la mayoría de los transportes es utilizado para trasladar mercancía a mercados internos, además de no contar con programas de capacitación de ayuda para el mejoramiento de la producción y el desarrollo empresarial.

Dentro de la corporación **COPROCOFREPAC** no cuenta con un proyecto de exportación por lo que no permite mejorar la producción, comercialización ni incrementar su utilidad, por ende se necesita contar con más capacitación a los productores para mejorar la calidad de producto, calidad en procesos y alta competitividad, por lo tanto se lograra una gran acogida dentro del sector aumentando la actividad comercial que desarrolla en el nuevo entorno competitivo, incrementando ventas, mediante estrategias de marketing focalizando mayor participación en el mercado colombiano específicamente en la ciudad de Bogotá, por las que se requiere implementar nuevas técnicas para mejorar la gestión empresarial y así garantizar mejor resultado.

### **1.1.1 Formulación del problema**

¿Cuál será los elementos de carácter técnico, y metodológico, influye en que lo productores de frejol ubicados en las zonas de Alausi, Colta y Pallatanga no puedan comercializarlo o exportarlo de una manera directa sin presencia de intermediarios, y qué medidas se podrían desarrollar para mejorar la comercialización?

### **1.1.2 Delimitación del problema**

La presente investigación se delimitara de acuerdo a los siguientes aspectos:

- De contenido
  - a. Objeto de estudio: Proyecto de exportación
  - b. Campo de acción: comercialización.
  
- Espacial
  - a. Empresa: Corporación "COPROCOFREPAC"
  - b. Provincia: Chimborazo
  - c. Ciudad: Pallatanga
  - d. Dirección: av. Panamericana junto al (Colegio Provincia de Chimborazo)

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

El Ecuador ha sido un país dedicado siempre al comercio internacional por sus exportaciones de productos tradicionales, las cuales no revelan toda la potencialidad del país para la exportación; en efecto, sus enormes recursos naturales y el ingenio y capacidad de nuestra gente, permiten afirmar que si se dan las circunstancias favorables que se necesitan, esas exportaciones podrían incrementarse, brindando grandes beneficios para el país. Es por esto que la producción de fréjol representa una oportunidad para la provincia de Chimborazo, porque de esta manera se incorporarían las poblaciones rurales al desarrollo integral, beneficiando social y económicamente a la población.

La presente investigación se justifica en la medida que, de ejecutarse el proyecto existirán algunas instancias, grupos y personas que serán beneficiados directa o indirectamente; así los beneficiarios primarios o directos serán:

Los productores de fréjol de las zonas Colta, Alausi y Pallatanga tendrían una nueva fuente de ingresos al comercializar casi en su totalidad el fréjol, ya que así tendrían una permanente demanda y constante producción durante todo el año, desarrollando nuevas fuentes de empleo que beneficiarían a este sector social que se encuentra inmerso en ésta actividad, como: jornaleros o ayudantes de cosecha que están directamente involucrados en la producción del fréjol, por ende los consumidores tendrán un producto de calidad, rico en valor nutritivo para la alimentación del ser humano, para la satisfacción de sus gustos y necesidades. La viabilidad de este proyecto se justifica porque cuenta con todos los conocimientos teóricos y científicos que permitirán desarrollar la investigación, y además se cuenta con el apoyo y la colaboración de todas las personas y asociaciones gremiales de estos lugares involucradas en este tema; así como también cuenta con el tiempo y los recursos necesarios.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Realizar un Proyecto de exportación de frejol rojo monteado de la corporación de productores y comercializadores " COPROCOFREPAC" para incrementar cuota de mercado de Bogotá- Colombia periodo 2015“.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la empresa
- Elaborar una investigación de mercado para determinar la oferta, demanda y proveedores, analizando la factibilidad técnica y financiera para la producción del producto.
- Elaborar un manual de exportación el cual permitirá comercializar al mercado internacional.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

#### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

El frejol es uno de los alimentos más antiguos que el hombre conoce; han formado parte importante de la dieta humana desde hace miles de años. Se encuentran entre las primeras plantas alimenticias domesticadas y luego cultivadas. El fréjol común empezó a cultivarse hace aproximadamente 7000 años A.C. en el sur de México, aquí, los nativos cultivaron fréjol blanco, negro, y todas las demás variedades de color. Puesto que las culturas Mesoamericanas de México cruzaron el continente americano, el fréjol y las prácticas de cultivo se propagaron poco a poco por toda Suramérica a medida que exploraban y comercializaban con otras tribus. Cuando los conquistadores de la Península Ibérica llegaron al Nuevo Mundo, florecían diversas variedades de fréjol. Cristóbal Colón les llamó faxones y favas por su parecido a las habas del viejo mundo, los aztecas los llamaban etl, los mayas búul y quinsoncho, los incas purutu, los cumanagotos de Venezuela caraotas, en el Caribe les denominaban cunada, los chibchas jistle o histe (FELIX, 2011).

Los primeros exploradores y comerciantes llevaron posteriormente las variedades de fréjol americano a todo el mundo, y a principios del siglo XVII, el fréjol ya era cultivo popular en Europa, África y Asia. El fréjol en unión con el maíz, forman la cadena que genera proteínas fundamentales para que el ser humano esté bien nutrido. En el país, esta leguminosa juega un papel importante, ya que en los campos es necesaria, la combinación del cultivo del maíz y del fréjol; éste método de cultivo sirve para que los campos descansen, ya que la gramínea absorbe nitrógeno y la leguminosa, a su vez; lo provee.

### **2.1.2 Reseña Histórica**

Las exportaciones han sido influidas siempre por la situación política del país. Según CZECH (2003) Desde 1918–1948 Después de la desintegración del imperio Austriaco-Húngaro y la creación del estado independiente checoslovaco en 1918 la mayor parte de la industria se queda en el territorio checo. El comercio exterior se orienta hacia Francia e Inglaterra. El trastorno político en febrero de 1948 trajo muchos cambios fundamentales para la economía checoslovaca. Empezó a ser liquidado el sector privado y toda la economía nacional fue fiscalizada. Fueron establecidas las llamadas empresas de comercio exterior (PZO), que representaban un monopolio y dominaban todo el comercio exterior.

La exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales; es el tráfico legítimo de productos nacionales de un país pretendiendo para su uso o consumo en el extranjero. El mundo globalizado en el que vivimos hace necesaria una formación específica sobre el comercio exterior para poder entender y conocer la realidad empresarial actual. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. (MARTIN & MARTINEZ, 2011). Para poder realizar y hacer realidad la exportación, es importante seguir un plan organizado, que cubra los requerimientos básicos de información e investigación, con el fin de seguir todos los pasos y procedimientos necesarios en el proceso de internacionalización y venta del producto. Las ventajas de exportar son varios como el incremento de ganancias, encontrar nuevos mercados, incremento en los clientes, mejor utilización del personal de la empresa, nuevas líneas de productos.

Una exportación es muy importante para el crecimiento y desarrollo sostenido a largo plazo, más aun en la actualidad en la actividad económica de los países, el mismo que es demostrado por los países desarrollados y la experiencia de los países exitosos que han logrado su crecimiento gracias a las exportaciones.

A la vez nos ayuda a tener una guía de mercadeo que es simplemente un proceso, registrado en papel, que le permite estudiar determinadamente las formas lógicas para llegar a los

compradores y convencerlos de aceptar una venta”. Según ACOSTA (2008) La exportación es cuando se traslada o transfiere un bien o un servicio de un estado a otro, es decir, cuando sale el mismo de un estado hacia otro, en tal sentido podemos afirmar que cuando sale el bien o servicio estamos ante una exportación, pero cuando ingresa estamos ante una importación.

### **2.1.3 Corporación COPROCOFREPAC**

La razón social de la organización es Corporación de Productores y Comercializadores de fréjol de los Cantones Pallatanga, Alausí y Colta COPROCOFREPAC, con una personería jurídica de derecho privado, sin fines de lucro, agrupa a 6 organizaciones de productores como fundadores que se encuentran en los tres cantones mencionados. Se encuentra ubicada en el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo.

Los objetivos que persigue la organización son avocar a todos los productores de fréjol para el mejoramiento de la producción y comercialización, promover la colaboración económica y social entre asociados, emprender la comercialización asociativa de fréjol convirtiéndose en un regulador de precios, además de generar servicios a favor de los socios mediante gestiones y acciones solidarias.

Los cantones de Pallatanga, Alausí y Colta, dentro de su territorio cuentan con comunidades donde habitan productores de fréjol, que lo viene cultivando por más de 20 años, según relato de los productores. Es el principal cultivo que le genera ingresos económicos, correspondientes al cincuenta por ciento y en algunos casos más, es decir su producción y comercialización comprometen el bienestar de estas familias campesinas.

El individualismo es una actitud predominante hasta los años de 1985, la misma que va cambiando cuando se forma una organización de segundo grado llamada

Reina Palla que agrupaba a el 50% de comunidades Pallatanga, sus fines mejorar la producción y comercialización de productos agrícolas.

En el periodo de los años 2002 a 2004, un grupo de productores se unen para mejorar la producción, comercialización y seguros de fréjol, es una organización jurídica llamada Asociación de Productores Agropecuarios de Pallatanga, esto hizo que en el año 2004, sean beneficiados de un proyecto de comercialización de frejol, con aporte de capital de trabajo por parte del Municipio de Pallatanga.

Esta Corporación agrupa a medianos y grandes productores, sin embargo su presencia a nivel social y comercial incide a nivel de productores de fréjol de Multitud, Pallatanga y Juan de Velasco.

Esto motivo a que los pequeños productores de estos cantones vean en la organización un mecanismo de resolver problemas similares que individualmente son difíciles resolverlos, es así que en el año 2006 inician un proceso de conformación de una organización de segundo grado la misma que agrupe a productores de asociaciones y comunidades que produzcan fréjol.

### **2.1.3.1 Misión de la COPROCOFREPAC**

Es una organizacion legalmente constituida y confirmada por pequeños agricultores dedicados a la produccion, acopio y comercializacion de frejol de calidad, en una infraestructura propia y moderna siendo competitivos para el beneficio de los socios y de la comunidad, manteniendo los valores de solidaridad, respeto y responsabilidad (MAGAP, PROYECTO: K001 MAGAP - Proyecto Nacional de Semillas para agrocadenas estratégicas, 2015).

### **2.1.3.2 Visión de la COPROCOFREPAC**

Para el 2020 sera una organizacion dedicada al acopio produccion y comercializacion de una diversidad de frejol con altos estandares de calidad que satisfaga las demandas de los mercados tanto internos como los externos con un enfoque de sostenibilidad ambiental, impulsando el mejoramiento de las condiciones de vida de los agricultores de la region con una administracion bajo lo mas modernos principios de gestion y desconcentracion con una situacion financieramente solvente (MAGAP, PROYECTO: K001 MAGAP - Proyecto Nacional de Semillas para agrocadenas estratégicas, 2015).

### **2.1.3.3 Objetivos Específico de COPROCOFREPAC (Coprocofrepac, 2008)**

- Promover la colaboracion economica y social entre sus asociados/as
- Emprender la comercializacion asociativa de frejol seco, constituyendose en un ente regulador de precios.
- Promover la venta de la produccion de los asociado/as con la apertura de mercados que brinden mejores condiciones de precios y seguridad para ello se creara un sistema de comercializacion local, naciona,subregional e internacional.
- Generar servicio a favor de los socios /as mediante gestiones y acciones solidarias.
- Fortalecer la participacion, solidaridad y responsabilidad de los socios/as y de la comunidad atraves de la corporacion.
- Mejorar las condiciones de vida de los miembros /as de la corporacion, mediante la instauracion de servicios a la cadena de frejol seco.
- Impulsar la produccion y productividad con enfoque de genero, mediante la formulacion de micro-proyectos sustentables de agricultura organica.

### **2.1.3.4 Estructura Organizativa**

El estatuto de COPROCOFREPAC indica que la asamblea general es la máxima autoridad y se constituye con la mitad más uno de los socios legalmente registrados. Por lo cual tendrá los siguientes organismos de dirección:

**Figura 1: Estructura organizativa de COPROCOFREPA**



**Fuente:** (Coprocofrepac, 2008)

#### **2.1.3.5 Producto que Ofrece**

En la actualidad producen y comercializan un producto pero con tipos de frejol, dentro del país se encuentra distribuido en mercado regional, nacional e internacional siendo muy apetecible por su calidad y variedad .Pero el más cotizado el frejol rojo montado.

### **2.1.3.6 Matriz FODA COPROCOFREPA**

#### Fortalezas

- Cantidad, alta producción de frejol
- Variedades aceptables por los consumidores
- Existencia de un banco de semillas.
- Habilidades artesanales para fabricación de silos en almacenamiento

#### Oportunidades

- Búsqueda de nuevos mercados
- Valor agregado
- Plazas para comercializar

#### Debilidades

- Altos costos de transporte
- Deficiente tecnología de pos cosecha, sistema de secado
- Pocos contactos para la comercialización
- Altos intereses en créditos
- Falta de información y pocas capacitaciones
- Individualidad para la comercialización

#### Amenazas

- Alta producción de otras zonas y mejor calidad
- Alto costo de insumos
- Inseguridad del mercado y fluctuaciones de precios
- Clima
- Tecnología

### 2.1.3.7 Infraestructura de COPROCOFREPAC

El detalle de los equipos que cuenta la cooperativa está en el anexo del presente trabajo de titulación.

#### Ilustración 1: Infraestructura de la Corporación COPROCOFREPAC



**Fuente:** Entregado por la Corporación

#### Ilustración 2: Traspaleta Manual



**Fuente:** Entregado por la Corporación

**Ilustración 3: Balanza**



**Fuente:** Entregado por la Corporación

**Ilustración 4: Silos de almacenamiento a granel**



**Fuente:** Entregado por la Corporación

### Ilustración 5: Clasificadora de Granos



**Fuente:** Entregado por la Corporación

### Ilustración 6: Equipamiento entregado por el MAGAP a COPROCOFREPAC



**Fuente:** (MAGAP, 2014)

La infraestructura del Centro industrial de la COROCOFREPAC es la siguiente:

➤ Galpón 1:

- Área de procesamiento conservas, área útil: 205m<sup>2</sup>
- Área de supervisión de calidad, área útil: 24 m<sup>2</sup>

- Área de enfundado, área útil: 32 m<sup>2</sup>
- Área para bodegas y vestidores, área útil: 18 m<sup>2</sup>
  
- Galpón 2
  
- Área de oficina 1, área útil: 15 m<sup>2</sup>
- Área de oficina 2, son separadores en el interior, área útil: 16 m<sup>2</sup>
- Sala de reuniones, área útil: 36 m<sup>2</sup>
- Baños de hombre u mujeres, área útil: 4 m<sup>2</sup>
- Área de cafetería
  
- Vivienda para guardianía
  
- Vivienda para guardia (sala, comedor, cocina, baños dos dormitorios): 36 m<sup>2</sup>
  
- Planta de secado
  
- Área: 450 m<sup>2</sup>
  
- Cerramiento perimetral
  
- Cerramiento perimetral: 150 ml
- Puerta de acceso: 5 ml
  
- Base para instalación silo

**Figura 2: Plano en Planta**



**Fuente:** Entregado por la Corporación

Desde el 2013 la corporación cuenta con una línea de producción de frejol enlatado, esta inversión fue de un monto de 59,590.72 USD, para aumentar el valor agregado a lo producido por la corporación, así aumentan las posibilidades y gama de productos para la ventas de lo producido en el campo y mayor beneficios para los productores, uno de los acápites del proyecto “El buen vivir”, proyecto “Hombro a Hombro” del MAGAP.

Los silo metálicos para el secado de los granos fue ejecutado en ese periodo con un valor de 65250.00 USD, esta acción de gran ayuda, ya que tendrían la línea completa para el procesamiento del grano, tanto para el proceso de enlatado o para la venta del grano seco, ya iría el frejol con un certificado de garantía de que fue secado y con las normas internacionales y estándares internacionales.

Se agrega a esta línea de producción una envasadora volumétrica con un costo de 13750.00 USD, la misma entrega de 5 a 20 bolsas de 25 kg por minuto, dando un servicio adecuado y

aumentando el valor agregado y garantía a la mercancía entregada en este caso frejol, y con los estándares internacionales para la exportación en este caso que se analiza.

El proyecto completo para la línea de producción de frejol seco y frejol seco de la corporación COROCOFREPAC fue de 156358.21 USD, lo cual mejora y aumenta la calidad del producto final y en el momento de la entrega y venta; con un valor agregado que es lo orientado por el país y el MAGAP.

Las ventas del frejol con al valor agregado se recuperaría esta inversión en apenas 2 años con los volúmenes actuales que poseía la cooperativa en esos momentos, en el acápite que continua se explica el análisis financiero de la corporación dando resultados favorables a la inversión ejecutada.

Con la tecnología adquirida por la corporación aumentaría en la producción del grano en un 40%, por lo que las ventas también aumentarían y además con un valor agregado de producción, calidad y entrega.

### Ilustración 7: Flujo comercial de la corporación del frejol seco



Fuente: entregado por la corporación

Los principales compradores nacionales e intermediarios son los siguientes: Norberto Pérez con un 50% de las producciones con un destino a Ibarra, Eligio Bastidas con un 25% y de la Federación Nacional de Leguminosas y Ramón Endara con el 25% de Ibarra.

## **2.1.4 Procedimientos para Exportar desde Ecuador**

### **2.1.4.1 Declaración de Exportación**

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

Requisitos para ser Exportador:

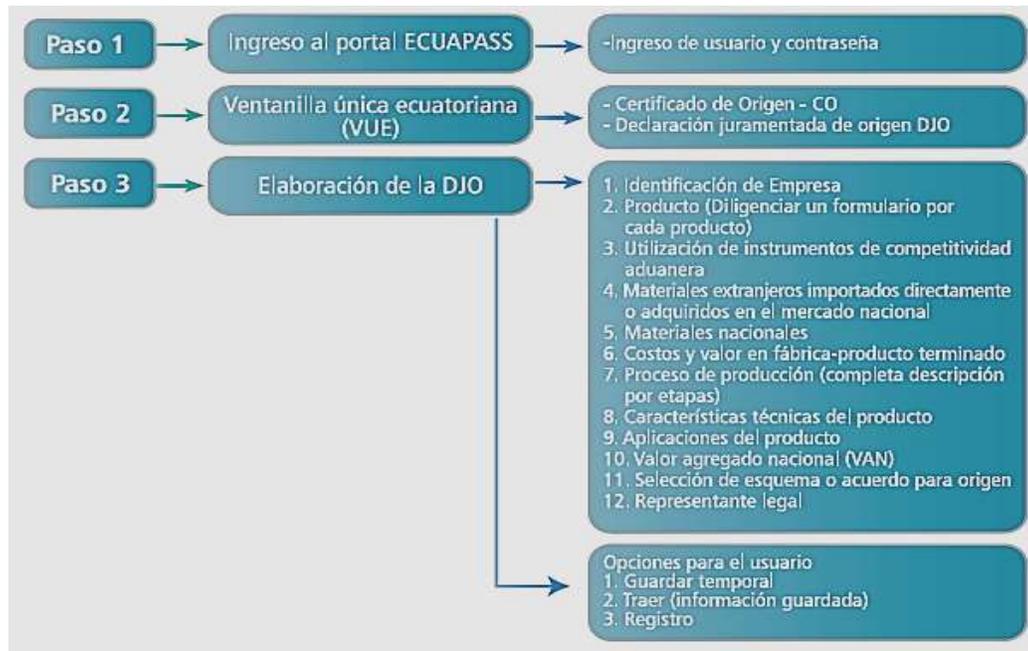
1. Contar con el Registro Único del contribuyente (RUC) otorgador por el SRI indicando la actividad económica que va a realizar.
2. Obtener el certificado de firmas digital o TOKEN otorgado por las siguientes entidades:
  - a. Banco central
  - b. Security Data
3. Registrarse como Exportador en ECUAPASS
  - a. Actualizar datos en la base de datos
  - b. Crear usuario y contraseña
  - c. Aceptar las políticas de uso
  - d. Registrar firma electrónica

**Gráfico 1: Registro de Exportador en ECUAPASS**



**Fuente:** (PROECUADOR, 2016)

**Gráfico 2: Tramite de declaración juramentada de origen (DJO)**



**Fuente:** (PROECUADOR, 2016)

El Proceso de Exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de 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 principales datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

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

**Tabla 1: Clasificación de frejol para el consumo**

GRADOS	GRANOS	GRANOS	VARIEDADES	PORCENTAJES MAX. EN MASA DE			
	PARTIDOS	ABIERTOS		CONTRASTANTES	GRANOS DAÑADOS		
	%	%	%	POR CALOR	POR HONGOS	POR INSECTOS	TOTALES
1	2,0	1	3	0,5	0,5	0,5	1,5
2	2,2	1	4	1,0	1,0	1,0	3,0
3	3,0	3	6	2,0	2,0	2,5	6,5
4	5,0	4	8	3,0	3,0	3,0	9,0

Fuente: (INEN, 1987)

El frejol para la exportación tiene que cumplir la norma de consumo destinada por el INEN en su Norma Técnica Obligatoria Ecuatoriana, pero además para la dicho proceso exportable el rango del frejol exportable solo puede estar en el rango 1 y 2 de la tabla 4 que anteriormente se expone.

Documentos necesarios para la exportación de frejol ver ANEXOS

### 2.1.5 INCOTERMS 2010

- EXW: Ex-works, ex-factory, ex-warehouse, ex-mill. El vendedor ha cumplido su obligación de entrega al poner la mercadería en su fábrica, taller, etc. a disposición del comprador. No es responsable ni de cargar la mercadería en el vehículo proporcionado por el comprador ni de despacharla de aduana para la exportación, salvo acuerdo en otro sentido. El comprador soporta todos los gastos y riesgos de retirar la mercadería desde el domicilio del vendedor hasta su destino final.
- FCA: Free carrier (Franco Transportista - libre transportista) El vendedor cumple con su obligación al poner la mercadería en el lugar fijado, a cargo del transportista, luego

de su despacho de aduana para la exportación. Si el comprador no ha fijado ningún punto específico, el vendedor puede elegir dentro de la zona estipulada el punto donde el transportista se hará cargo de la mercadería. Este término puede usarse con cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.

- FOB (Free on Board - Libre a bordo) Va seguido del puerto de embarque, ej. F.O.B. Buenos Aires. Significa que la mercadería es puesta a bordo del barco con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo del vendedor hasta que la mercadería haya pasado la borda del barco, con el flete excluido. Exige que el vendedor despache la mercadería de exportación. Este término puede usarse solamente para el transporte por mar o vías acuáticas interiores.
- FAS (Free alongside ship - Libre al costado del buque) La abreviatura va seguida del nombre del puerto de embarque. El precio de la mercadería se entiende puesta a lo largo (costado) del navío en el puerto convenido, sobre el muelle o en barcasas, con todos los gastos y riesgos hasta dicho punto a cargo del vendedor. El comprador debe despachar la mercadería en aduana. Este término puede usarse solamente para el transporte por mar o vías acuáticas interiores.
- CFR (Cost & Freight - Costo y Flete) La abreviatura va seguida del nombre del puerto de destino. El precio comprende la mercadería puesta en puerto de destino, con flete pagado pero seguro no cubierto. El vendedor debe despachar la mercadería en Aduana y solamente puede usarse en el caso de transporte por mar o vías navegables interiores.
- CIF (Cost, Insurance & Freight - Costo, Seguro y Flete) La abreviatura va seguida del nombre del puerto de destino y el precio incluye la mercadería puesta en puerto de destino con flete pagado y seguro cubierto. El vendedor contrata el seguro y paga la prima correspondiente. El vendedor sólo está obligado a conseguir un seguro con cobertura mínima.
- CPT (Carriage paid to -Transporte Pagado Hasta) El vendedor paga el flete del transporte de la mercadería hasta el destino mencionado. El riesgo de pérdida o daño se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercadería ha sido entregada al transportista. El vendedor debe despachar la mercadería para su exportación.

- CIP (Carriage and Insurance Paid to - Transporte y Seguro pagados hasta) El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CPT, pero además debe conseguir un seguro a su cargo.
- DAF (Delivered at Frontier - Entregado en frontera) El vendedor cumple con su obligación cuando entrega la mercadería, despachada en aduana, en el lugar convenido de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del país colindante. Es fundamental indicar con precisión el punto de la frontera correspondiente.
- DDP (Delivered Duty Paid - Entregada derechos pagados) El vendedor asume las mismas obligaciones que en D.D.U. más los derechos, impuestos y cargas necesarias para llevar la mercadería hasta el lugar convenido

**Figura 3: INCOTERM 2010**

Incoterms <small>http://multitranslog.com/</small>	Medio de Transporte	Costos	Vendedor										Comprador				
			Embalaje y verificación	Carga	Transporte Interior	Trámites aduaneros Exportación	Costos de manipulación	Transporte Principal	Seguros	Costos de manipulación	Trámites aduaneros Importación	Transporte Interior	Entrega				
<b>EXW</b> <i>EX Works</i> Franco fabrica		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FAS</b> <i>Free alongside ship</i> Franco al costado del buque		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FCA</b> <i>Free Carrier</i> Franco Transportista		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FOB</b> <i>Free On Board</i> Franco a bordo		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CFR</b> <i>Cost and Freight</i> Coste y Flete		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CIF</b> <i>Cost Insurance and Freight</i> Coste Seguro y Flete		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CPT</b> <i>Carriage Paid To</i> Transporte pagado hasta		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CIP</b> <i>Carriage and Insurance Paid to</i> Transporte y Seguro pagado hasta (lugar de destino convenido)		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>DAT</b> <i>Delivered At Place</i> Entrega en terminal		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>DAP</b> <i>Delivered At Place</i> Entrega en un lugar		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>DDP</b> <i>Delivered Duty Paid</i> Entregada derechos pagados		COSTE	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: (INCOTERM, 2015)

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 Qué es un proyecto**

El proyecto o metodología para una organización, es buscar los problemas que existen darle solución y hacer una metodología o programa de riesgos con estándares internacionales para el mejoramiento de las producciones y lograr un beneficio tanto financiero como social. El acotar los problemas y hacer un programa para disminuirlos o llevarlos a cero es donde está el triunfo de una organización.

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. en este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnologías y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura etc. (URBINA G. B., 2010).

El termino Proyecto pese a ser de uso común, puede tomar significados diferentes y no siempre se emplea en el mismo sentido. La palabra proviene del latín proiectus, que a su vez deriva de proiicere, que significa dirigir algo o alguna cosa hacia adelante. De aquí que entre sus acepciones encontremos que proyecto se refiere a un esquema, programa o plan que se hace antes de dar forma definitiva a algo o alguna cosa. Un proyecto es una intervención deliberada y planificada por parte de una persona o ente que desea generar cambios favorables en una situación determinada. Es el conjunto de actividades concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizan con el fin de producir determinados bienes y servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas (Granados, 2015).

Existen diferentes proyectos dependiendo del nivel de planificación donde se ubiquen y los objetivos que se persigan: proyecto societario, se considera un proyecto político o modelo de desarrollo; proyecto productivo, tiene como objetivo la producción de bienes para

satisfacer necesidades de consumo (agrícolas, pecuarios, industriales y de servicios); proyecto de infraestructura, encargado de generar condiciones facilitadoras, inductoras e impulsadoras de desarrollo (construcción de vías, acueducto, etc.).

Se encuentra igualmente el proyecto social, orientado para satisfacer o solucionar problemas, generando bienestar y mejoramiento de la calidad de vida; proyecto de programa, apoya el desarrollo de otros proyectos (programas de alfabetización, vacunación, campañas educativas, etc.); proyecto de estudios, relacionado con la elaboración de diagnósticos o investigaciones; y proyecto de inversión, orientado a la producción de bienes y servicios con fines de rentabilidad financiera, suelen llamarse proyectos privados, ya que poseen un dueño que aporta el capital inicial.

Por otro lado, también se habla de proyecto personal o proyecto de vida; el ser humano tiene una idea clara, precisa y firme de lo que desea conseguir o llegar a ser en su vida. Se propone sueños, metas y objetivos a alcanzar para lograr lo establecido.

### **2.2.2 Ciclo de un Proyecto**

Un proyecto no es ni más o menos que la búsqueda de una solución inteligente: idea, inversión, metodología o tecnología por aplicar al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana en todos sus alcances: alimentación, salud, vivienda, educación, cultura, defensa, visión y misión de vida, economía, política, etc. Todo proyecto presenta las siguientes etapas o ciclo de vida: identificación y diagnóstico, formulación y diseño, ejecución, evolución, y resultados y efectos.

### Gráfico 3: Ciclo de un Proyecto



Fuente: (ÁNGEL, 2015)

#### 2.2.3 Para qué se diseñan proyectos

1. Ampliar instalaciones de industria.
2. Reemplazar tecnologías.
3. Cubrir demanda insatisfecha en el mercado.
4. Sustituir importaciones.
5. Lanzar nuevos productos.
6. Proveer servicios.
7. Crear polos de desarrollo.
8. Aprovechar recursos naturales.
9. Sustituir producción artesanal por fabril.
10. Ingresar en el mercado internacional.
11. Aprovechar ventajas comparativas.

## 2.2.4 Etapas de los proyectos de inversión

**Gráfico 4: Etapas de un Proyecto**



Elaborado por: Juana Yuquilema

**Tabla 2: Tabla de Etapas de un Proyecto**

ETAPAS	FASES DE DESARROLLO	FINALIDAD	CONTENIDO	RESULTADO	NIVELES DE ESTUDIOS	TIPOS DE ESTUDIOS
PREINVERSIÓN	IDENTIFICACION	Detectar necesidades y Recursos para Buscar su Satisfacción y Aprovechamiento eficiente.	Diagnóstico, Pronóstico e Imagen objetivo	Las estrategias y lineamientos de acción.	• Gran visión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regional.</li> <li>• Sectorial.</li> <li>• Programa de Inversión.</li> <li>• Plan maestro.</li> </ul>
	FORMULACION Y EVALUACION	Generar y Seleccionar Opciones y Determinar la Más eficiente Para satisfacer Una necesidad Especifica o Aprovechar Un recurso	Análisis y Evaluación de Opciones	La opción óptima y su Viabilidad Técnica, Económica y Financiera.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil</li> <li>• Pre factibilidad</li> <li>• Factibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado</li> <li>• Técnico</li> <li>• Tecnológico</li> <li>• Financiero</li> <li>• Evaluación</li> <li>• Organización</li> </ul>
	INGENIERIA DE PROYECTO	Contar con los elementos de Diseño Construcción y Especificaciones Necesarias.	Desarrollo de la Ingeniería básica Y de detalle	Memorias de Cálculo, diseño, Especificaciones Y planos	• Proyecto definitivo de la ingeniería	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniería básica</li> <li>• Ingeniería de detalle.</li> </ul>
DECISION	GESTION DE LOS RECURSOS	Definir el tipo de agrupación, social formalizada y laborales	Negociaciones jurídicas, financieras y laborales.	La capacidad jurídica y los recursos requeridos por la inversión	• Asesoría	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiero</li> <li>• Jurídico</li> <li>• Laboral.</li> </ul>
INVERSION	EJECUCION Y PUESTA EN MARCHA	Disponer de los recursos humanos, físicos y financieros.	Programas de construcción, instalación y montaje; reclutamiento, selección y formación de recursos humanos; pruebas de maquinaria y equipo.	La infraestructura física, laboral y directiva; y ajustes de maquinaria y equipo.	• Plan de ejecución	Programa: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción, instalación y montaje</li> <li>• Adquisiciones</li> <li>• Formación de recursos humanos</li> <li>• Financieros</li> <li>• Puesta en marcha</li> </ul>
RECUPERACION	OPERACION Y DIRECCION	Generar eficientemente beneficios económicos y sociales.	Planeación, organización, dirección y evaluación.	La producción de satis factores eficaces.	• Optimización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia de proceso</li> <li>• Aseg. de calidad</li> <li>• Sistemas y producción</li> <li>• Desarrollo organizacional</li> <li>• Planeación financiera</li> <li>• Mercadotecnia</li> <li>• Planeación estratégica</li> </ul>

Fuente: (Nuez, 2015)

### 2.2.5 Procesos de Preparación, Evaluación de Proyectos y sus Alcances

La metodología que se aplica en cada uno tiene la particularidad de adaptarse a cualquier proyecto. Las aéreas generales en las que se aplican la metodología de la evaluación de proyectos son:

- Instalación de una planta totalmente nueva.
- Elaboración de un nuevo producto de una planta ya existente.
- Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales.
- Sustitución de maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente.

Se distinguen tres niveles de profundidad al más simple se llama:

**Perfil.-** Gran visión o identificación de la idea, inicia con una idea basada en el juicio común y en términos monetarios solo presenta cálculos globales.

**Estudio de perfectibilidad o anteproyecto.-** profundiza en la investigación de mercado, detalla la tecnología a emplear, determina los costos totales y la rentabilidad económica y es la base para que los inversionistas tomen una decisión.

El nivel más profundo y final es conocido como **Proyecto Definitivo.-** contiene la información del anteproyecto más los canales de comercialización para el producto, contratos de venta, actualización de las cotizaciones de la inversión y presenta planos arquitectónicos. (URBINA G. B., 2010)

### 2.2.6 Origen Del Frejol

Estudios arqueológicos revelan que el fréjol, del género *Phaseolus*, se originó en el continente americano con una edad aproximada de 500 a 800 años en algunas regiones de México, Estados Unidos y Perú. En América se dieron cultivos de fréjol, maíz, calabaza y chile que constituyeron la fuente alimenticia principal de las

culturas que habitaban esta región, pero con una clara dominación del fréjol en los productos de mayor consumo.

A Europa fue llevado poco después del descubrimiento de América y desde entonces su cultivo ha ido adquiriendo importancia creciente de acuerdo a la capacidad de adaptación, se ha extendido por los dos hemisferios en la zona tropical, subtropical y templada. Ecuador, aunque no está dentro de los principales productores de fréjol, se dedica a su producción, actualmente con una alta participación en las importaciones del mercado colombiano, siendo el segundo proveedor después de Canadá, según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador. La producción de fréjol representa una oportunidad para las provincias de Imbabura y Carchi, porque de esta manera se incorporarían las poblaciones rurales afro ecuatorianas al desarrollo integral, beneficiando social y económicamente a las familias que se dedican a esta actividad. (INIAP , 2008)

### **2.2.7 Importancia de Consumo del Frejol**

Los frijoles son fuente de carbohidratos complejos, proteína, vitaminas, minerales y fibra. Además, tienen un bajo contenido de grasa y, por ser un alimento de origen vegetal, no tiene colesterol. Los carbohidratos complejos ofrecen la ventaja de que se absorben más lentamente que los simples (azúcar, dulces, mieles, confites, etc), y por tanto no generan aumentos abruptos en los niveles sanguíneos de azúcar. Aspecto fundamental en la alimentación de personas diabéticas. La proteína vegetal que aportan los frijoles es de menor calidad que la que aportan alimentos de origen animal, no obstante, si combinamos los frijoles con granos como arroz, maíz o trigo, vamos a obtener una proteína de alta calidad.

En relación con las vitaminas, los frijoles son fuente de tiamina, riboflavina, niacina y ácido fólico. Las tres primeras son necesarias para la producción de energía. Por su parte, al ácido fólico es fundamental para la formación y maduración de las

células, por lo que es fundamental antes y durante el embarazo, para prevenir defectos del tubo neural.

Además, este alimento es fuente de hierro, no obstante, el hierro de origen vegetal se absorbe en menor cantidad que el de origen animal. Para contrarrestar esto, podemos acompañar los frijoles con alimentos fuente de vitamina C, tales como ensaladas aderezadas con limón, tomate o frescos de frutas naturales. (NUTRICIONSALUD, 2008)

### **2.2.8 Características del producto**

Son semillas comestibles, una especie de la familia de las leguminosas que son plantas caracterizadas por producir frutos en forma de vainas, de distintos colores dependiendo del tipo de fréjol que se está produciendo, dentro de las cuales se encuentran las semillas. Tienen la propiedad de tomar el nitrógeno de la atmósfera y a través de bacterias en sus raíces, incorporarlos al suelo. El fréjol posee un alto contenido en proteínas y en fibra, siendo también una excelente fuente de minerales. La clasificación botánica del fréjol es la siguiente:

- Reino: Vegetal.
- Clase: Angiospermae.
- Subclase: Dicotiledónea.
- Familia: Leguminosae.
- Género: Phaseolus.
- Especie: Vulgaris.
- Nombre científico: Phaseolus vulgaris L. (INIAP , 2008)

### **2.2.9 Variedades de Frejol**

Existe gran variedad de frejol hace 20 años han venido investigando, por ello se ha logrado la existencia de un banco de semillas. Entregando semillas con buenas

características como la resistencia total o intermedia a las principales enfermedades causadas por hongos, de buen vigor, carga color, tamaño y peso del grano, con buena adaptación y rendimiento por hectárea, tanto en grano tierno como en grano seco. La mayoría de estas variedades están siendo utilizadas por los productores en diferentes localidades del cantón Pallatanga, Alausi y Colta.

**Figura 4: Valle del Chota (1600 a 2500 m.s.n.m.)**



Fuente: (INIAP, 2010)

**Figura 5: Valle del Mira y Valle de Intag**



Fuente: (INIAP, 2010)

**Figura 6: Valle Pallatanga**



**Fuente:** (INIAP, 2010)

**Figura 7: Valle Guaranda**

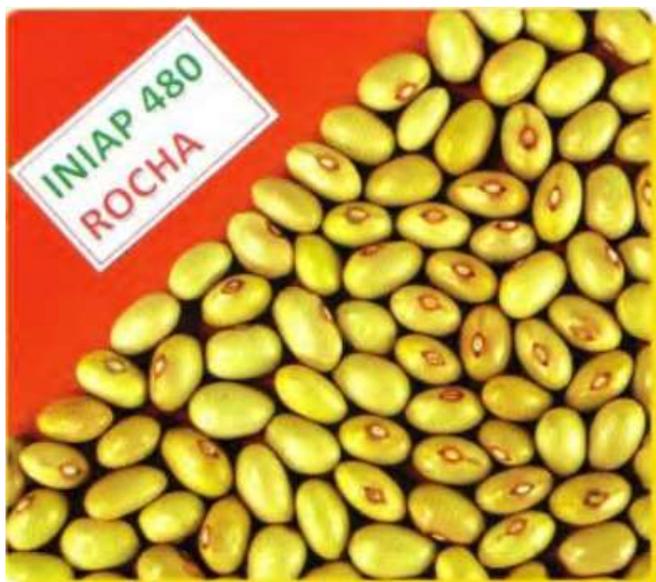


**Fuente:** (INIAP, 2010)

### 2.2.9.1 Frejol Rocha

Rocha fue originada de un cruzamiento realizado en el año 2000 entre las variedades del canario por el cocacho, esta registrado en el Dpto. Nacional de recursos fitogenitos de INIAP con el codigo: ECU 17563. Es una variedad de frejol de tipo arbustivo sin guia, de grano grande de color amarillo ( canario). La variedad presenta resistencia total a roya, resistencia intermedia a antracnosis y buena adaptacion en localidades de Pallatanga, Colta y Alausi. (INIAP , 2008).

**Figura 8: Frejol Rocha**

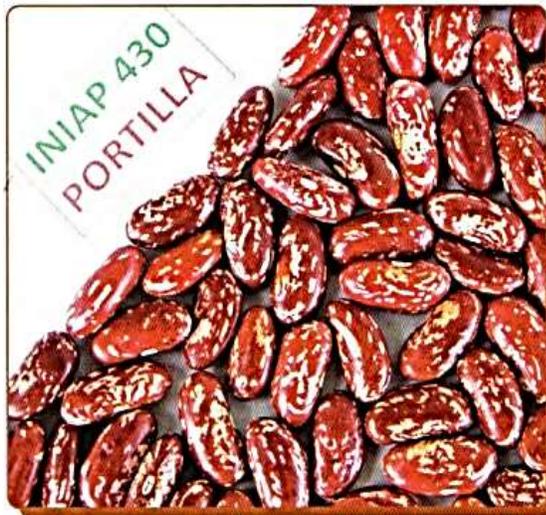


Fuente: (INIAP, 2010)

### 2.2.9.2 Frejol Portilla

Es una variedad de frejol de tipo arbustivo sin guia, de grano grande de color rojo montado. La variedad presenta resistencia genetica a antracnosis y resistencia intermedia a roya. Presenta buena adaptacion en localidades del sector.

**Figura 9: Frejol Portilla**

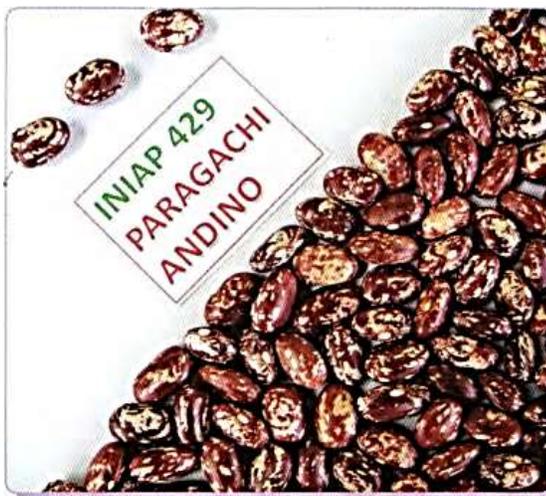


Fuente: (INIAP, 2010)

### 2.2.9.3 Frejol Paragachi andino

Es una variedad de frejol de tipo arbustivo con guía, de grano grande de color rojo montado. la variedad presenta resistencia genética a antracnosis y resistencia intermedia a roya mancha angular. está orientada exclusivamente al consumo del grano tierno . (INIAP , 2008)

**Figura 10: Frejol Paragachi andino**



Fuente: (INIAP, 2010)

### **2.2.10 Asociatividad**

Según (MINCETUR, 2008) la Asociatividad Surge como mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización. En este mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, cada empresa decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial.

#### **Término Relacionado**

##### **Asociar**

(Del latín *associare*).

1. Unir una persona a otra que colabore en el desempeño de algún trabajo, comisión o encargo.
2. Juntar una cosa con otra para concurrir a un mismo fin.
3. Relacionar.
4. Juntarse, reunirse para algún fin.

**Figura 11: Asociación de Productores de fréjol COPROCOFREPAC**



**Fuente:** (MAGAP, 2014)

### **2.2.10.1 Cómo Se Logra La Asociatividad Empresarial**

- Construyendo confianza.
- Aplicando compromiso.
- Trabajando en equipo.
- Identificando propósitos, objetivos, metas y hasta intereses comunes.
- Participación en cadena.
- Integración local - proximidad.
- Cambiar cultura empresarial.
- Construyendo nuevas formas de organización empresarial (consorcios, uniones temporales, distritos industriales).
- Aplicando una metodología exitosa y probada. (MINCETUR, 2008)

### **2.2.10.2 Por qué Asociarse**

- Razones internas a las empresas: Disminuir la incertidumbre y las debilidades y conjugar capacidades específicas.
- Razones competitivas: Reforzar posiciones en el mercado.
- Razones estratégicas: Conseguir nuevas posiciones estratégicas para el abastecimiento y/o la venta.

### **2.2.10.3 Ventajas De La Asociatividad**

- Incremento de la producción y productividad.
- Mayor poder de negociación.
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento
- Se comparte riesgos y costos.
- Reducción de costos.
- Mejora de la calidad y diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).

- Mejora la gestión del conocimiento técnico – productivo y comercial. (MINCETUR, 2008)

#### **2.2.10.4 Tipos de Procesos en una Empresa de Producción**

Los principales tipos de procesos son los siguientes:

- Según el destino del producto:
  - ✓ Producción por encargo: La empresa espera que le soliciten un producto para elaborarlo.
  - ✓ Producción para el mercado: La empresa produce para los consumidores en general.
- Según la razón que provoca la producción:
  - ✓ Producción por órdenes de fabricación: Se produce para el mercado.
  - ✓ Producción para almacén: Se produce para mantener el nivel de los inventarios en el almacén. Esta producción no es posible en el caso de los servicios.
- Según el grado de homogeneidad y estandarización del producto:
  - ✓ Producción artesanal: Cada producto tiene sus propias características, se fabrican individualizada mente, ofrece una mayor adaptación a las exigencias del cliente.
  - ✓ Producción en serie o en masa: Se produce gran cantidad de productos iguales.
- Según la dimensión temporal del proceso:
  - ✓ Producción continua: La producción se realiza sin interrupción.
  - ✓ Producción intermitente: La producción no requiere continuidad y las interrupciones no plantean problemas técnicos ni de costes.

- Según las distintas combinaciones de factores de producción (tecnología):
  - ✓ **Producción manual:** En este tipo de producción, el factor humano proporciona tanto la fuerza como el manejo de las herramientas. Supone un esfuerzo físico importante para el trabajador y el producto obtenido no suele ser homogéneo. En algunos sectores, la etiqueta “hecho a mano” es síntoma de calidad y por tanto muy apreciada.
  - ✓ **Producción mecanizada:** En ella son las máquinas quienes proporcionan la fuerza, pero es el hombre el que maneja los útiles y las herramientas. El trabajador no realiza tanto esfuerzo físico como en la producción manual, pero tiene que manejar las máquinas.
  - ✓ **Producción automatizada:** En ella las máquinas proporcionan la fuerza y además controlan otras máquinas y herramientas., de forma que el hombre se limita a programar y a supervisar los aparatos mecánicos. Este tipo de producción permite crear sistemas de fabricación tan flexibles, que se pueden adaptar rápidamente a la elaboración de productos distintos. (ANDRADE, 2007)

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

**Gremio:** Grupo de personas o entidades con fines de representación de defensa y promoción del interés comunes de sus miembros.

**Empresas:** Sociedad de personas o entidades con fines exclusivamente económicos: comerciales, industriales y/o de servicios. Su único objetivo es generar y ahorrar dinero en pro de la capitalización.

**Exportaciones Tradicionales:** Son los productos que se exportan con frecuencia y el país depende de ellos.

**Exportaciones no tradicionales:** Son aquellos productos que se exportan con muy poca frecuencia y el país no depende de ellos.

**Exportaciones restringidas:** Son aquellas exportaciones limitadas por el estado por razones de seguridad.

**Exportaciones no restringidas:** Son aquellas que se restringen del estado, pero deben cumplir con los debidos procesos aduaneros correspondientes.

**Exportador.-** Es la persona natural o jurídica que está dedicada a enviar productos nacionales o nacionalizados al exterior, legalmente, con el objeto que aquellos sean usados y consumidos en el extranjero.

**Nave.-** Toda construcción naval destinada a navegar, cualquiera que sea su clase incluidas sus partes integrantes y partes accesorias, tales como aparejos, repuestos, pertrechos, maquinarias, instrumentos y accesorios que sin formar parte de la estructura de la nave se emplea en su servicio tanto en la mar como en el puerto.

**Carga a Granel.-** Es aquella mercancía sólida, líquida o gaseosa que por su cantidad, o estado es transportada sin embalaje de ninguna clase, en medios de transporte o unidades de carga especialmente diseñados para el efecto.

**Almacenamiento.-** Es el servicio que se presta a la carga que permanece en los lugares de depósito determinados por la empresa.

**Carga Consolidada.-** Agrupamiento de mercancías pertenecientes a uno o varios consignatarios, reunidas para ser transportadas de un puerto a otro en contenedores, siempre que las mismas se encuentren amparadas por un mismo documento de embarque.

**Comercialización:** Proceso por el cual los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas, requiere de una planificación muy cuidadosa, que debe contestar una serie de preguntas:

- Cuando, en relación con los competidores.
- Donde; solo en un área geográfica, o en todo el territorio.
- A quien, todo el mercado potencial. A solo un segmento, etc.
- Como, es decir, debe decidir cómo distribuir sus inversiones promocionales.
- Cuanto tiempo dedicara a las actividades de su fuerza de ventas, cuanto a las relaciones públicas.

**Cuota de mercado:** También llamado participación de mercado. La cuota de mercado es el porcentaje que posee una empresa o negocio en un mercado determinado.

Está íntimamente relacionado con el potencial de mercado, ya que si estimamos el valor del potencial de mercado, junto con los datos de venta de la empresa o negocio, podremos calcular la cuota de mercado de la misma.

**Estrategia de reto de mercadeo:** Son estrategias que las compañías pueden adoptar contra el líder del mercado y se clasifican en tres:

- **Ataque Frontal:** Consiste en atacar toda la mezcla de mercado (producto, precio, distribución, promoción) del líder. Por lo general, la realizan los competidores más fuertes.
- **Ataque en los costados:** Consiste en enfocarse en los puntos débiles del líder, como el precio. Por lo general, la realizan los competidores más débiles.
- **Estrategias de derivación:** Consiste en enfocarse en áreas que no son abarcadas por el líder (generalmente, la realizan los competidores que tienen un producto o servicio muy especializado).

**Estrategias de ventas:** Es un plan diseñado para alcanzar los objetivos de venta. Es una parte del plan de marketing y suele incluir los objetivos de cada vendedor, material promocional a usar, presupuesto de gastos asignados al departamento de ventas, tiempo a dedicar a cada producto.

**Estudio de mercado:** Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, 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.

**Extensión del mercado:** Es el conjunto de acciones que se utilizaran en distintos momentos de la existencia de un producto para sostener sus ventas y ganancias, en lugar que sufra el declive normal.

**Procesos:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

**Segmentación de mercado:** Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en grupos más pequeños. De modo que los miembros de cada uno sean semejantes en los factores que repercuten en la demanda. A criterio de romero, un elemento decisivo para el éxito de una empresa es la capacidad de segmentar adecuadamente un mercado. (ACOSTA, 2008)

**Guía Aérea :** Documento que acredita en el transporte aéreo de mercancías, la celebración de un contrato, las condiciones de transporte, la recepción de la mercancía por el transportador, su peso, volumen, embalaje, así como el número de bultos.

**Guía Courier:** Documento que acredita la consignación de la mercancía que llega o sale por este tipo de despacho, permitiendo a las empresas Courier y a los Agentes de Aduana en su caso, la confección y presentación de los documentos de destinación aduanera.

**Guía de Correos:** Lista de los efectos postales entregados o recibidos por Empresa de Correos.

**Importación:** Introducción legal de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país.

**Importador:** Persona natural o jurídica que realiza o solicita, personalmente o a través de terceros, el trámite de importación.

**Incoterm:** Son términos definidos y elaborados por la Cámara Internacional de Comercio (CIC), con la finalidad de establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado por los compradores y vendedores que participan en negocios internacionales.

**Internación:** Proceso de obtención de autorización para distribución, uso y consumo del alimento importado.

**Legalización:** Acto por el cual el Director Regional, el Administrador o los funcionarios en quienes éstos deleguen esta facultad, constatan que el respectivo documento ha cumplido todos los trámites legales y reglamentarios, otorgándole su aprobación y verificando además, la conformidad de la garantía rendida, en aquellas declaraciones en que sea exigible. (ACOSTA, 2008)

**Lote:** Cantidad de un alimento, producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico, producida en condiciones esencialmente iguales.

**Loteo:** Es la operación que realiza la Aduana consistente el reconocimiento físico, pesaje, medición, conteo, descripción, valoración y clasificación arancelaria de las mercancías en condiciones de ser subastadas en remate aduanero.

**Manifiesto de Carga:** Documento suscrito por el conductor o por los representantes de la empresa de carga, que contiene la relación completa de los bultos de cualquier clase a bordo del vehículo con exclusión de los efectos postales y de los efectos de tripulantes y pasajeros.

**Manifiesto Courier:** Documento que debe contener la individualización de cada una de las Guías Courier que transporta un vehículo o un mensajero internacional, sea por vía aérea o terrestre, mediante el cual las mercancías se presentan y entregan a la Aduana a fin de acceder al sistema de despacho Courier.

**Materia prima alimentaria:** Sustancia que para ser utilizada como alimento precisa de algún tratamiento o transformación de naturaleza química, física o biológica. (PORTALCOMERCIOEXTERIOR, 2013)

**Exportación.** La exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales; es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendido para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

### **Importación**

Una importación de un bien se produce cuando hay un cambio de propiedad de un no residente a un residente, lo que no implica necesariamente que el bien en cuestión cruce físicamente la frontera. En algunos casos específicos de las cuentas nacionales se imputan cambios de propiedad aunque en términos legales no haya ese cambio de propiedad (por ejemplo, arrendamiento financiero transfronterizo, entregas transfronterizas entre filiales de la misma empresa, etc.). Los bienes de contrabando también se deben incluir en las medidas de las importaciones.

### **Canal de distribución**

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo. La importancia de éste es cuando cada producto ya está en su punto de equilibrio y está listo para ser comercializado.

### **Logística**

El concepto logístico que se aplica en las empresas se caracteriza por jugar un papel de integración de las actividades que tienen que ver con el aseguramiento de un flujo dirigido

a suministrar al cliente los productos y servicios que demanda en el momento que lo demanda, con la calidad exigida y al costo que está dispuesto a pagar.

### **Distribución**

La distribución del objeto es variable pero mayoritariamente estos son bienes económicos que al principio son distribuidos a nivel nacional, es decir, en el país de origen (aunque no necesariamente debe originarse en un país), luego estos adquieren más popularidad y básicamente son exportados a otras naciones, siendo así bienes que han tenido una distribución mundial.

## **2.4 MARCO LEGAL**

El marco legal de la COPROCOFREPA se encuentra regulado por:

1. Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)
2. Pro Ecuador
3. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
4. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)
5. Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.
6. Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.
7. Servicio de Rentas Internas (SRI)
8. Portal de compras publicas

## **2.5 FUNDAMENTACION LEGAL**

 Constitución Política de la República del Ecuador:

- Art: 306.- exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

 Plan Nacional del Buen Vivir:

- Objetivo 11.-Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

- 11.2.- Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.
- ✚ Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI):
  - Art: 154.- exportación definitiva, salida de la mercadería fuera del territorio aduanero comunitario.
  - Art: 108.- Los tributos al comercio exterior (derechos arancelarios, impuestos, tasas por servicios aduaneros.)
- ✚ Acuerdo de Cartagena:
  - Art: 72.- El Programa de Liberación trata de eliminar gravámenes y restricciones que afecten las importaciones de un país miembro.
- ✚ Decisión 416 de la CAN:
  - Art: 12.- Los requisitos de origen se comprueban a través del certificado de origen emitido en el país exportador.
  - Art: 18.- Las entidades de cada País Miembro, para la expedición de los Certificados de Origen, compartirán la autenticidad de los datos en la declaración de origen.
- ✚ Decisión 515 de la CAN:
  - Art: 1.- en este artículo se establece las medidas sanitarias y fitosanitarias de aplicación al comercio en la CAN y con terceros países de plantas, productos vegetales, artículos reglamentados, animales.
  - Art: 14.- se tendrá en cuenta los análisis de plagas y enfermedades como también la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias.

## **2.6 HIPOTESIS**

### **2.6.1 Hipótesis General**

Con la implementación de un proyecto de exportación de frejol, la corporación COPROCOFREPAC aumentaría sus niveles de venta y el crecimiento económico en beneficios para los asociados.

### **2.6.2 Hipótesis Específicas**

- Al Diagnosticar la situación actual de la empresa podremos identificar a las personas beneficiadas directa e indirectamente, así como formas y cantidad de producción del frejol.
- Al realizar una investigación de mercado determinare las formas de comercialización actual de frejol existente en la corporación COPROCOFREPAC, analizando la factibilidad técnica y financiera para la producción del producto.
- Con la elaboración de un manual de exportación me permitirá incursionar en el mercado internacional, además siendo una guía para reaccionar ante los cambios del mercado.

## **2.7 VARIABLES**

### **2.7.1 Variable Independiente**

Proyecto de exportación del frejol monteado rojo de la corporación COPROCOFREPAC con destino a Colombia – Bogotá.

### **2.7.2 Variable Dependiente**

Crecimiento de los niveles de venta de la corporación, y aumento económico social.

## **CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACION**

Esta investigación será de carácter mixto, es decir, se trabajará con enfoques cuantitativos, debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números, se deben analizar a través de métodos estadísticos, con enfoques cualitativos ya que evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad.

#### **3.1.1 Modalidad Cualitativas**

Para la búsqueda de nuestro proyecto nos hemos basado en las reuniones de grupo, las técnicas de las proyecciones y las observaciones por medio del internet.

#### **3.1.2 Modalidad Cuantitativas**

Para la obtención de información de nuestro proyecto utilizaremos las encuestas.

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para realizar un proyecto Se debe hacer una excelente investigación para obtener la información necesaria y determinar los aspectos importantes en la realización de la misma. Existen varias formas de llevar a cabo una investigación, entre las más importantes se encuentran los estudios descriptivos, explicativos y documentales.

### **3.2.1 Investigación Bibliográfica-Documental**

Se aplicará este tipo de investigación ya que nos permitirá enriquecer nuestros conocimientos sobre el tema objeto de estudio y sustentará toda la información mediante la lectura de libros, tesis de grado, folletos, internet y otros documentos.

### **3.2.2 Investigación Descriptivos**

Por lo general fundamentan las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados.

### **3.2.3 Investigación Explicativos**

Los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Por lo tanto, están orientados a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes).

## **3.3 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

### **3.3.1 Métodos de Investigación**

#### **3.3.1.1 Inductivo**

Este método será utilizado para inferir la información de la muestra en la población de la investigación y de esa forma facilitar la contratación de la hipótesis y demostración de los objetivos.

### **3.3.1.2 Deductivo**

Por medio del cual podremos conocer las normas, reglamentos leyes y estatutos los mismos que nos servirán para verificar información en los diferentes procedimientos.

### **3.3.1.3 Analítico**

Utilizaremos este método para la identificación de cada una de las partes que caracterizan la realidad del Área conforme lo revelará la documentación recolectada.

## **3.3.2 Técnicas e Instrumentos**

Para la presente investigación se hacen necesarios la obtención y recepción de información útil, pertinente y relevante, que posibilite la elaboración del Sistema de Control Interno, que serán aplicadas a los socios de la corporación y el personal del mismo.

### **3.3.2.1 Observación Directa**

Tiene como finalidad el complementar, confrontar y verificar los estudios que se hayan realizado conforme a la investigación documental.

Como técnica de aplicación complementaria, ayuda a penetrar en el campo de acción de nuestro estudio y, principalmente, a preparar la atmosfera del escenario en el que vamos actuar.

### **3.3.2.2 Entrevista**

Dentro de las técnicas de recolección e investigación, la más importante por su contenido, método, aplicación, es la entrevista.

La entrevista es un instrumento que permite descubrir aquellos aspectos que forman parte de todo el trabajo administrativo, ayudando a verificar toda inferencias y observaciones, tanto internas como externas, valiéndose de la viva narración de la personas.

### **3.3.2.3 Encuestas**

Es una forma de reunir datos, su contenido tiene por objeto descubrir hechos u opiniones, reunir datos objetivos y cuantitativos, por tanto, está compuesto por preguntas que tienden a aclarar el objetivo previamente señalado. (SHADUSEN, 2005)

Se utilizarán las siguientes fórmulas estadísticas:

- ✓ Tamaño de la Muestra.
- ✓ Tasa de Crecimiento Promedio Anual.
- ✓ Demanda Insatisfecha.
- ✓ Oferta del producto.

## **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Para la presente investigación piloto se tomara en cuenta a 30 personas fundadoras que son de la corporación "COPROCOFREPAC " que nos ayudaran con la encuesta planteada.

## **3.5 RESULTADOS**

La encuesta realizada indica a una muestra de 30 personas las cuales son fundadoras de la corporación COPROCOFREPAC, con resultados muy estandarizados, a continuación, los resultados y gráficos de la encuesta realizada:

## Pregunta # 1

1. ¿Qué cantidad de frejol rojo monteado produce mensualmente en tiempo de cosecha?

50 a 100 quintales ( )    200 a 300 quintales ( )    Más ( )    Cuanto \_\_\_\_\_

**Gráfico 5: Cantidad de frejol monteado producido mensualmente**

### PRODUCCION DE FREJOL



Elaborado por. Juana Yuquilema

**Análisis:** EL 40% de los productores tienen una cantidad estandarizada de acuerdo a sus producciones, los que más producen están en un rango de 300 a 500 quintales mensualmente de acuerdo a la temporada del año. Un 30% están entre 200 a 300 quintales y el restante 30% en un 50 a 100 quintales.

**Interpretación:** en la corporación existe desequilibrio en cuanto a las producciones del frejol, deben estandarizar estas producciones con aumentos de terreno o con tecnologías.

## Pregunta # 2

2. ¿Cuál es la extensión de tierra utilizada por usted para el sembrado de frejol monteado?

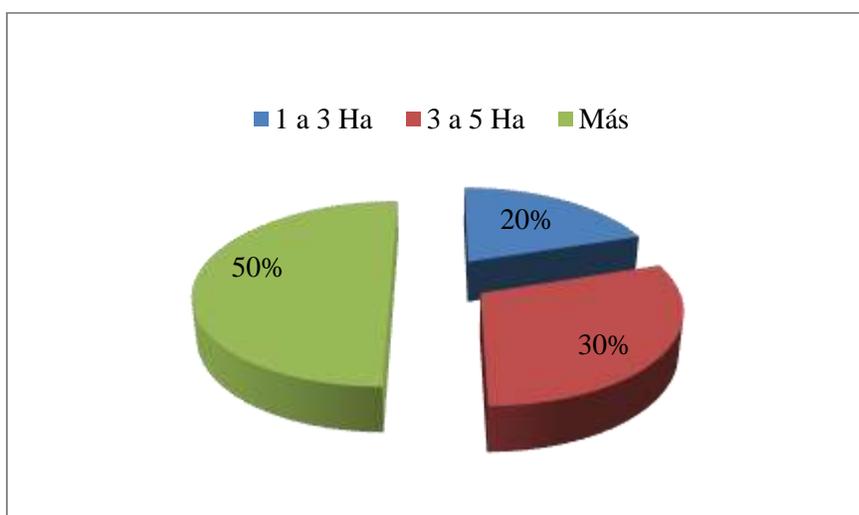
1 a 3 Ha ( )

3 a 5 Ha ( )

Más ( ) Cuanto \_\_\_\_\_

**Gráfico 6: Cantidad de Ha donde producen el frejol**

### CANTIDAD DE TIERRA PARA EL SEMPBRADO DE FREJOL



**Elaborado por.** Juana Yuquilema

**Análisis:** La cantidad de hectáreas sembradas de frejol monteado por la mayoría de los campesinos es mayor a la media de sembrado y esta oscila entre 7 a 15 Ha representado un 50% del producto encuestado. El 30% de 3 a 5 ha, y el otro 20% de 1 a 3 ha por lo tanto su producción no es suficiente.

**Interpretación:** existe mucha diferencia entre los productores en cuanto a cantidad de tierras para el sembrado del frejol, deben estandarizar para que las producciones sean mayores, solicitando mayor cantidad de tierras para tener una estandarización y poder hacer comparaciones de calidades, cantidad y otros aspectos.

### Pregunta # 3

#### 3. ¿Cuál es el mercado final al que se destina su producción?

Entrega a la corporación ( )                      Otro ( ) Cual \_\_\_\_\_

**Gráfico 7: Mercado final de la producción de frejol**



**Elaborado por.** Juana Yuquilema

**Análisis:** Los productores del frejol montado en la entrega del producto están el 50% a la coprocofrepac, los que no entregan a la corporación lo hacen a mercados nacionales y locales como: Quito, Guayaquil, Guaquillas y Riobamba representando el otro 50%.

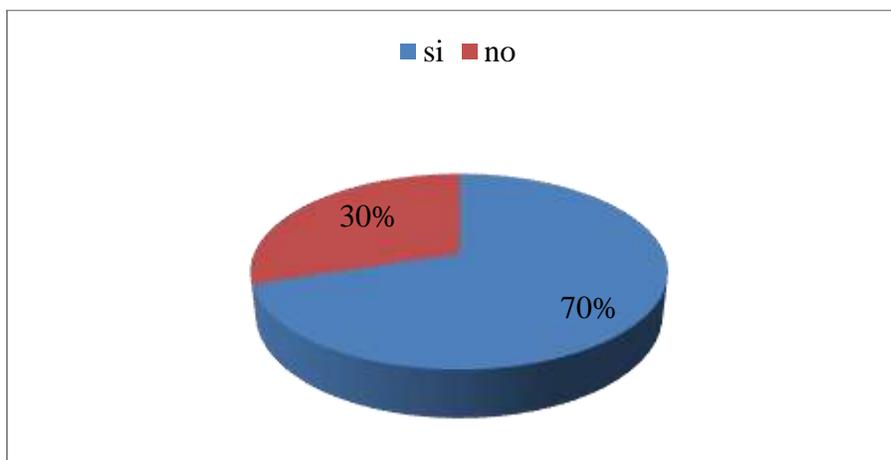
**Interpretación:** las decisiones de otras entregas deben corregirlas debido a que la corporación fue creada para la centralización de los productos producidos por los campesinos, de ahí se tomarían las entregas de los productores y se harían las comparaciones de calidad, se podrían mejorar los precios de venta y el productor tendría mayor beneficio en cuanto a beneficios monetarios, criterios de calidad comparativas. Todos deberían vender sus producciones a la corporación.

#### Pregunta # 4

4. ¿Dispone de un excedente del cual usted estaría dispuesto a contribuir con la exportación al mercado de Bogotá?

Sí ( ) Cuanto \_\_\_\_\_ No ( )

**Gráfico 8: Dispone de excedentes de frejol para la exportación**



**Elaborado por.** Juana Yuquilema

**Análisis:** El 70% de los productores del frejol rojo monteado están de acuerdo en la exportación, pero siempre y cuando dependa de algunas variables, como clima, producción y saturación en el mercado nacional, siempre darán solución y respuesta a la población nativa y después hacia destino de la exportación. Piensan que en tiempos buenos de producción la cantidad destinada para la exportación pudiera estar entre 100 y 300 quintales por asociado y pudiera ser mayor de acuerdo a las variables antes expuestas. Y el 30% no tienen un excedente que dar ya que solo siembran con cantidad mínima o del tiempo de clima.

**Interpretación:** exhortar a los productores a las exportaciones, dar seminarios para que comprendan la importancia de la misma, con un aumento de las tierras y con tecnología el productor cumpliría sus compromisos nacionales y podrían aportar aún más para las exportaciones a otros países en este caso a Colombia.

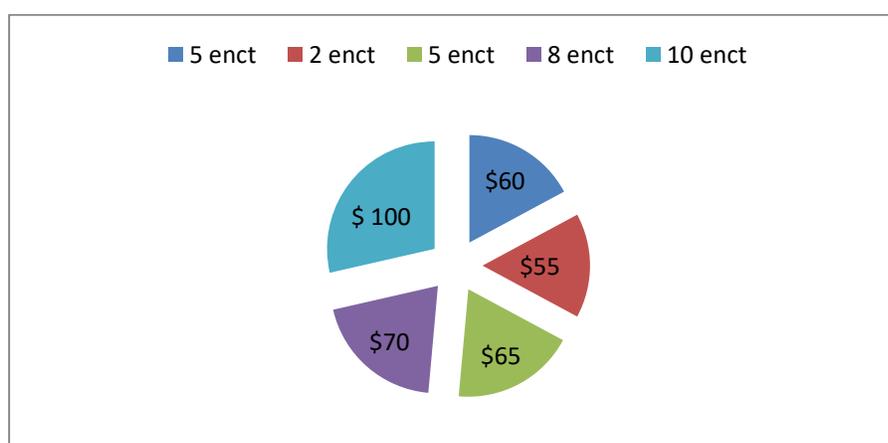
## Pregunta # 5

5. ¿Cuál es el precio mínimo por quintales en que usted puede contribuir para la exportación?

\$ \_\_\_\_.

Gráfico 9: Precio por quintales del frejol

### PRECIO POR QUINTAL DEL FREJOL



Elaborado por. Juana Yuquilema

**Análisis:** Todos los asociados y/o productores el 100% estuvieron de acuerdo en el precio del quintal de frejol el cual varía de acuerdo a la temporada de cosecha y la cantidad de producción, el frejol rojo montado es uno de los más caros en el mercado nacional e internacional, en ocasiones nos hacen pedidos desde Tulcán y que el mismo va con destino a Colombia y el precio es un poco mayor a la venta nacional y puede sobrepasar los 70 USD/qq un poco más caro que en la venta nacional. Realizando un promedio con los precios dado por los encuestados nos da un 70 dólar americano.

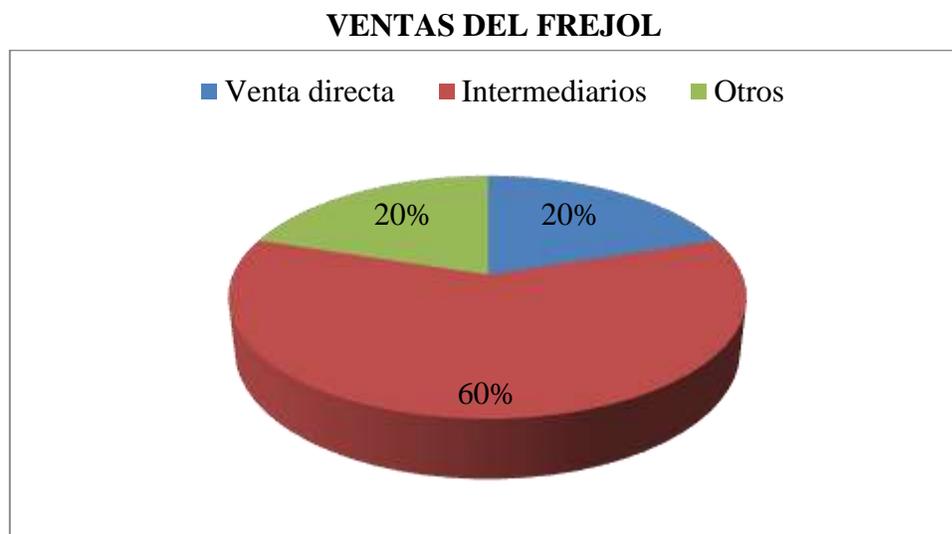
**Interpretación:** los productores tienen amplio conocimiento del mercado y tienen los aspectos necesarios para la venta del frejol montado, tanto para la venta nacional como para la exportación, todos de acuerdo a las producciones y como se encuentre en exceso o en demanda el producto de ahí la variación de su precio.

## Pregunta # 6

### 6. ¿Cómo canaliza la distribución de sus productos?

Venta directa ( )                      Intermediarios ( )                      Otros \_\_\_\_\_

**Gráfico 10: Distribución de las producciones**



**Elaborado por. Juana Yuquilema**

**Análisis:** La distribución de las producciones de frejol rojo monteado es muy diversa de acuerdo a los pedidos, destinos solicitados y producciones por ende el 60% del producto están con intermediarios, el otro 20% lo hacen con venta directa dicen que es mejor por el costo. Además, otros comercializan en el mismo mercado o sus alrededores el 20%

**Interpretación:** las distribuciones de las producciones en la corporación son muy diversas, deben concentrar todo en un mismo lugar para así lograr mayores cantidades para la venta y lograr mejores beneficios.

## Pregunta # 7

7. ¿Tiene apoyo o asesoramiento de una asociación, ONG o alguna institución del estado para su producción?

Asociación ( )    ONG ( )    Institución del Estado ( )    No tiene ( )

**Gráfico 11: Apoyo para el asesoramiento del frejol monteadado rojo**



**Elaborado por. Juana Yuquilema**

**Análisis:** El 70% de los productores encuestados tienen apoyo para el mejoramiento y conocimiento de la producción de frejol, solo que son apoyos internos. Un 0% no hay agentes externos en las asesorías del mismo, que sería de mucha importancia una estrategia internacional para poder recopilar información y experiencias fuera de Ecuador y que pueden ser implementadas para poder tener mejores resultados en la producción de frejol monteadado rojo. Por lo tanto, el 30% tiene apoyo de institución del estado como es el MAGAP y otros.

**Interpretación:** todos los productores están asesorados o por la corporación o por institutos estatales, es por lo que esta corporación ha aumentado sus producciones y tiene excelentes estándares tanto productivos como contables.

## Pregunta # 8

### 8. ¿Qué acciones tomará para obtener un frejol monteado de mejor calidad?

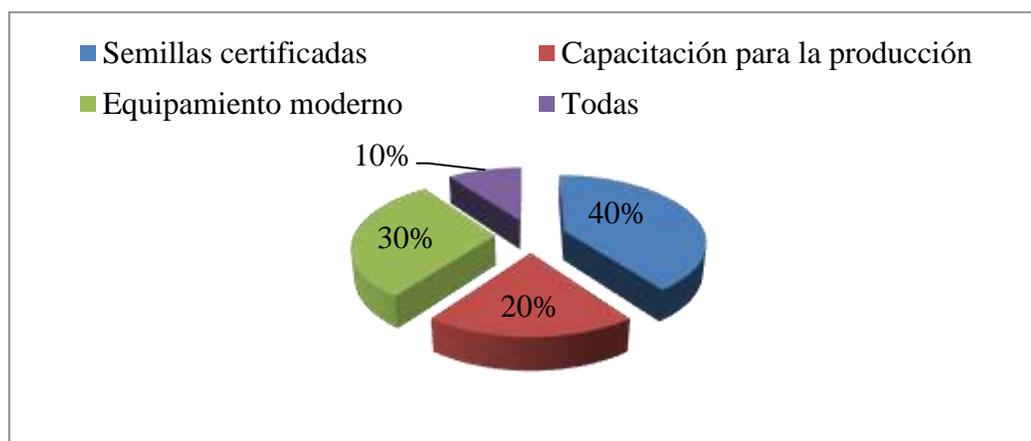
Semillas certificadas ( )

Equipamiento moderno ( )

Capacitación para la producción ( )

Todas ( )

**Gráfico 12: Acciones para una mejor calidad del frejol  
COMO AUMENTAR LA CALIDAD DEL FREJOL MONTEADO**



Elaborado por. Juana Yuquilema

**Análisis:** Para la obtención de un frejol de mayor calidad el 40% requieren de semilla certificadas existen razones muy diferentes entre los productores, es por ello que el 20% tiene la necesidad de capacitación o seminarios a los mismo para que pueden tener un amplio conocimiento del tema en cuestión, pero no obstante un 30% están muy decididos a mejorar la calidad de su frejol en cuanto cantidades y calidades con equipamiento moderno, tanto para dar respuesta a los mercados nacionales; como a la exportación y especialmente con destino a Colombia por su cercanía. Y el 10% pide que todas las anteriores estén para producir mejor.

**Interpretación:** falta de conocimientos y diferencias en cuanto a la obtención del aumento de la calidad del frejol, es por ello la necesidad de unificar estos criterios e impartir seminarios en cuanto a este tema, para aumentar las producciones de frejol en la región y así poder exportar.

### **3.5.1 Resultados de la Encuesta**

Como se puede observar en cada pregunta se ha hecho un análisis puntual de la pregunta, pero en sentido general de la encuesta arroja que la corporación está muy bien organizada y siempre por la mayoría de los encuestados las respuestas son similares, tienen un precio acordado entre ellos para la venta en plaza y para la posible exportación, la mayoría está de acuerdo en realizar exportaciones siempre y cuando las necesidades nacionales sean cumplidas. Donde hay q hacer hincapié es en el asesoramiento sobre obtener un mejor producto con calidad porque en ese punto hay diversidad de criterios, deberían asistir a seminarios donde se les pueda explicar las ventajas del uso de tecnologías para un mejor aprovechamiento de la tierra y así tener mayores resultados y ende cumplir con las demandas nacionales y poder exportar también. Otro punto a analizar es que deben canalizar sus ventas siempre a través de la corporación para así manejar a clientes de mayor envergadura y lograr un precio único de venta a través de la corporación porque la mayoría hace sus ventas a intermediarios sin la ayuda y asesoramiento de la corporación.

## CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

### 4.1 TÍTULO

Proyecto de exportación de frejol rojo montado de la corporación de productores y comercializadores "COPROCOFREPAC" para incrementar cuota de mercado de Bogotá-Colombia periodo 2015.

### 4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

#### 4.2.1 Estudio de Mercado

##### 4.2.1.1 Colombia

Colombia es un país con un sistema democrático regulado por la Constitución de 1991. La constitución colombiana establece un régimen descentralizado con 32 departamentos, 1024 municipios, un distrito capital (Bogotá) y los territorios indígenas. (Instituto de Fomento Murcia, 2012) (PROECUADOR, 2015)

Gráfico 13: **Administración Territorial del Estado**



Fuente: (PROECUADOR, 2015)

## Situación geográfica

Colombia está situada en la región noroccidental de América del Sur. La superficie de Colombia es de 1,138.910 km<sup>2</sup>, de los cuales 1,038.700 km<sup>2</sup> corresponden a su territorio continental y los restantes 100.210 km<sup>2</sup> a su extensión marítima. Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noroeste con Panamá. (PROECUADOR, 2015)

## Población

El país es la cuarta nación en extensión territorial de América del Sur y, con alrededor de 47 millones de habitantes, la tercera en población en América Latina. Es la tercera nación del mundo con mayor cantidad de hispanohablantes. Colombia posee una población multicultural, en regiones y etnias. Su población es, en su mayoría, resultado del mestizaje entre europeos, indígenas y africanos, con minorías de indígenas y afro descendientes. En el Caribe colombiano hay una cantidad importante de descendientes del Medio Oriente. (PROECUADOR, 2015)

**Tabla 3: Información de Colombia**

Nombre Oficial:	República de Colombia
Capital:	Bogotá
Forma de gobierno:	República Presidencialista
Lengua oficial:	Español <sup>1</sup>
Población:	48.20 millones (2015 est.)
Crecimiento poblacional:	0.99% (2015 est.)
Superficie <sup>2</sup> :	1,141,748 km <sup>2</sup>
Moneda oficial:	Peso colombiano (COP)
PIB:	USD 378.39 mil millones (2013)
PIB per cápita:	USD 8,031 (2013)
Tasa de cambio <sup>3</sup> :	2,556,85 COP = 1 USD (30/032015)

Fuente: (PROECUADOR, 2015)

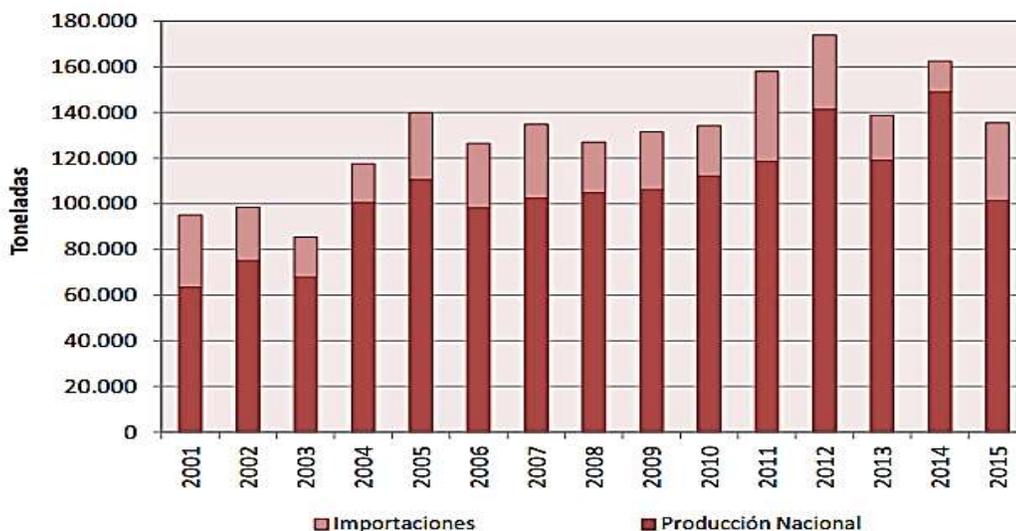
#### 4.2.1.2 Exportaciones de Ecuador hacia Colombia

Los productos ecuatorianos con mayores exportaciones a Colombia son vehículos, productos procesados de mar, café, aceites y grasas, telecomunicaciones y sonido, madera (muebles y maderas), manufacturas de hierro o acero, fibras naturales y sintéticas y textiles. (PROEXPORT COLOMBIA, 2014)

#### 4.2.1.3 El Frejol en Colombia

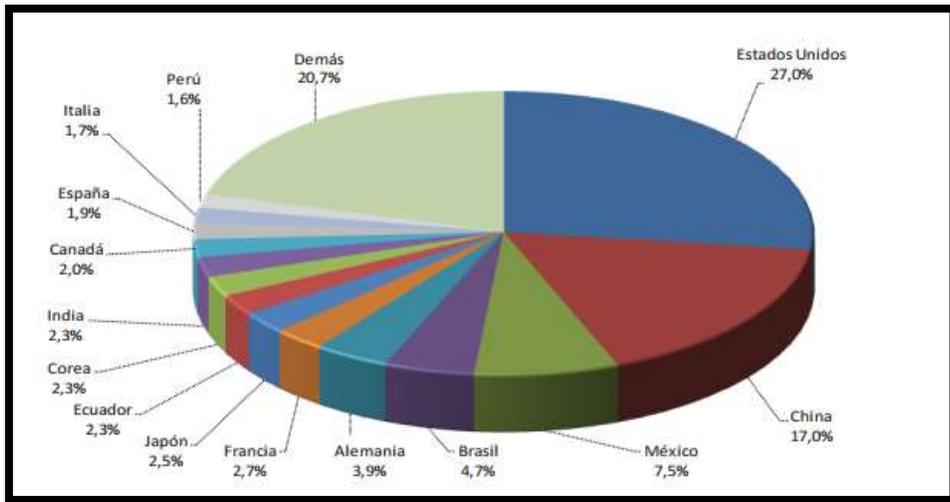
En Colombia se cultiva frejol en varias partes del territorio pero las mismas no dan abasto al alto consumo del mismo por la población colombiana, es un plato típico de esa nación, por lo que ese país durante muchos años a importado este producto de diferentes lugares del mundo incluido Ecuador (FENALCE, 2016)

**Gráfico 14: Importación del Frejol en Colombia contra la producción 2015**



Fuente: (FENALCE, 2015)

**Gráfico 15: Países que Siembran Frejol**



Fuente: (FENALCE, 2015)

**Tabla 4: Importación de frejol en Colombia 2006-2015**

Importaciones Frijol (Toneladas)										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ene.	556	2.215	650	1.124	1.788	2.356	1.999	3.655	267	695
Feb.	485	1.759	872	2.244	1.067	2.095	2.109	2.440	146	891
Mar.	1.639	1.878	1.974	1.351	1.474	6.033	1.438	-	0	1.685
Abr.	3.122	2.040	2.303	3.181	1.556	3.164	1.486	1.796	487	2.845
May.	4.805	3.569	2.306	2.430	1.338	3.125	2.052	1.102	993	2.331
Jun.	2.384	3.558	2.138	2.459	1.737	1.946	2.531	2.306	1.707	3.011
Jul.	2.024	3.496	1.414	2.845	2.269	3.861	3.874	1.705	127	2.136
Ago.	2.305	3.284	1.206	1.473	1.009	3.486	3.564	1.173	293	1.971
Sep.	3.249	2.680	2.843	1.595	1.593	2.974	2.061	2.127	386	4.249
Oct.	3.351	3.566	2.335	2.318	3.738	2.896	2.936	-	2.549	4.049
Nov.	3.024	3.442	2.121	1.437	2.689	4.036	5.224	1.604	2.780	6.596
Dic.	1.329	868	2.005	2.833	1.707	3.429	3.266	1.738	3.702	3.556
<b>TOTAL</b>	<b>28.273</b>	<b>32.356</b>	<b>22.167</b>	<b>25.290</b>	<b>21.965</b>	<b>39.401</b>	<b>32.540</b>	<b>19.645</b>	<b>13.438</b>	<b>34.014</b>

Fuente: (FENALCE, 2015)

**Tabla 5: Importaciones por países del frejol consumido en Colombia 2015**

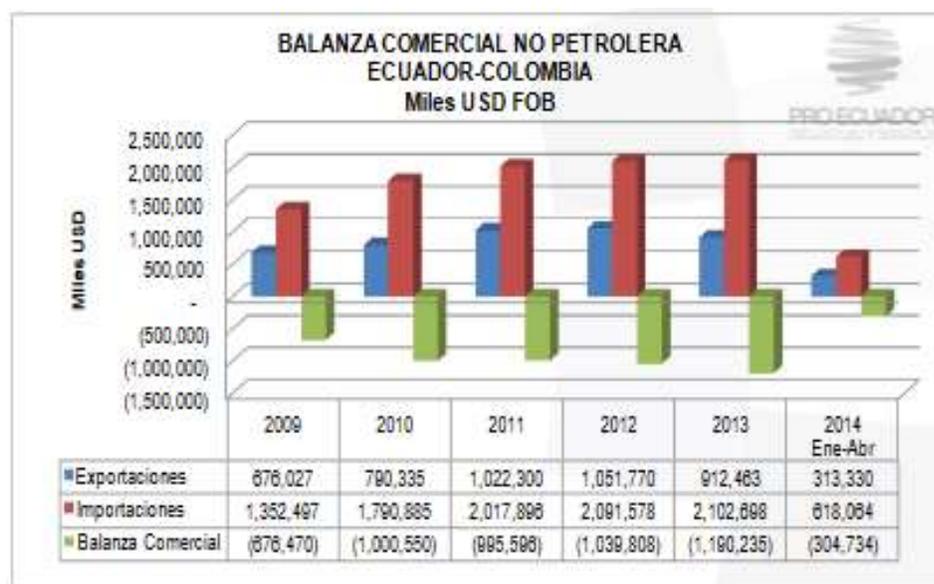
Frijol 0713319000 - 0713399900												
Pais	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	-	80	828	1.677	133	113	308	1.982	571	-	844	1.859
Belice	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bolivia	3.556	2.229	1.435	4.772	4.803	5.546	7.380	4.145	4.981	3.364	4.006	4.826
Canadá	-	1.223	628	45	231	-	-	113	3.463	1.639	350	2.104
Chile	-	-	-	22	-	72	-	23	20	18	-	122
China	-	1.812	2.401	1.934	3.139	6.706	1.062	9.870	3.523	2.431	-	2.468
Ecuador	10.994	18.231	17.243	16.063	9.754	5.716	7.112	9.449	9.928	5.890	4.231	4.618
España	-	19	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-
Estados Unidos	2	43	-	1	177	3.288	531	910	1.181	1.540	2.464	7.413
Francia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guatemala	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
Holanda, Países Bajos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
No declarados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Perú	2.278	2.922	1.930	3.454	3.930	3.849	5.458	11.244	8.859	4.735	1.543	10.258
Sudáfrica, República de	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Venezuela, RB de	106	2.735	3.808	4.388	-	-	115	1.664	12	27	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	346
<b>Total general</b>	<b>16.937</b>	<b>29.294</b>	<b>28.273</b>	<b>32.356</b>	<b>22.167</b>	<b>25.290</b>	<b>21.965</b>	<b>39.401</b>	<b>32.540</b>	<b>19.645</b>	<b>13.438</b>	<b>34.014</b>

Fuente: (FENALCE, 2015)

#### 4.2.1.4 Relación Comercial entre Ecuador y Colombia

A continuación, se observa cual es el comportamiento de la balanza comercial entre Colombia y Ecuador. Como se puede observar tradicionalmente las importaciones desde Colombia superan a la cantidad de productos que Ecuador comercializa hacia ese país.

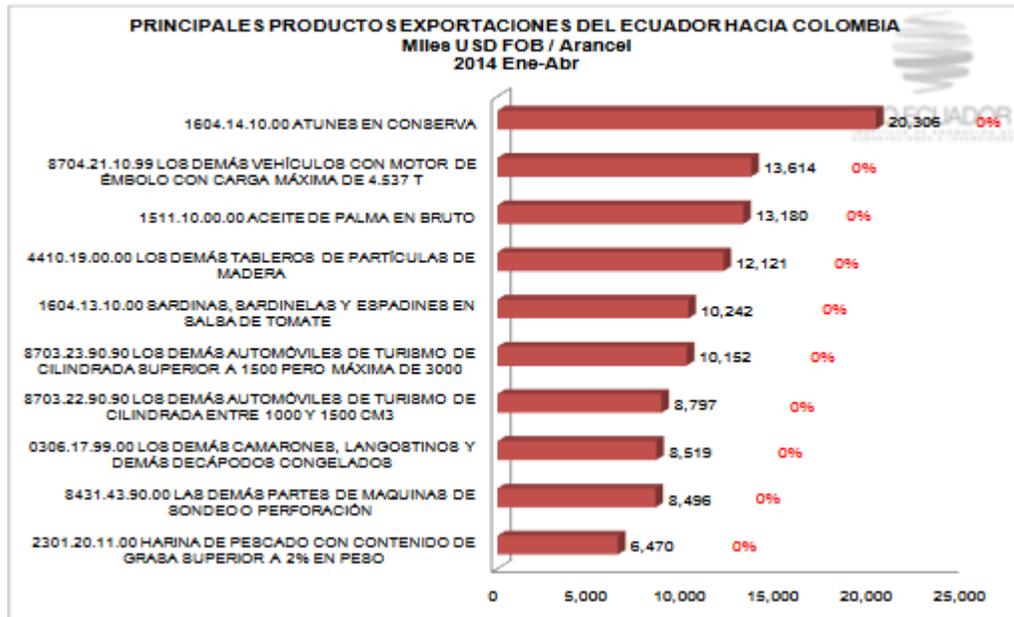
**Gráfico 16: Balanza Comercial de Ecuador Colombia**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador, 2015

En la figura se presentan los principales productos que exporta Ecuador hacia el mercado colombiano. El frejol hasta la fecha no está entre as principales exportaciones hacia el país cafetero, lo que constituye un reto para la Compañía COPROCOFREPA.

Figura 12: Principales productos de exportaciones Ecuador-Colombia



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2015

Como respuesta a la crisis económica que está presentando el país como consecuencia de los bajos precios del petróleo en el mercado internacional una alternativa para solventarla es el incremento de las exportaciones en otros sectores. Atendiendo a ello COPROCOFREPAC que es una corporación dedicada al acopio de frejol en Ecuador para su posterior comercialización en territorio nacional propone la creación de un proyecto que responde a la exportación del frejol monteado rojo hacia Colombia.

### Acuerdos Comerciales suscritos por Colombia

Colombia es miembro de la Organización Mundial de Comercio desde el 30 de abril de 1995. A continuación, se detallan los Acuerdos comerciales regionales y preferenciales suscritos por Colombia.

Acuerdos multilaterales | Uniones aduaneras | Acuerdos de libre comercio  
Acuerdos comerciales preferenciales

Acuerdos multilaterales				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción		Texto del acuerdo	Novedades
Miembros de la OMC	30 abril 1995 (Parte contratante del GATT 1947 desde 03 octubre 1991)			n.d.
Uniones aduaneras				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción		Texto del acuerdo	Novedades
Comunidad Andina	26 mayo 1989			n.d.
Acuerdos de libre comercio				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia	Texto del acuerdo	Novedades
Alianza del Pacífico	10 febrero 2014	01 mayo 2016		
Costa Rica	22 mayo 2013	01 agosto 2016		
Corea	21 febrero 2013	15 julio 2016		
Unión Europea	26 junio 2012			
AELC Asociación Europea de Libre Comercio	25 noviembre 2008	01 julio 2011		
Canadá	21 noviembre 2008	15 agosto 2011		
Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)	09 agosto 2007			
Chile	27 noviembre 2006	08 mayo 2009		
Estados Unidos	22 noviembre 2006	15 mayo 2012		
México	13 junio 1994			
Acuerdos comerciales preferenciales				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia	Texto del acuerdo	Novedades
Venezuela (AAPC N° 28)	28 noviembre 2011	19 octubre 2012		
Colombia - Ecuador - Venezuela - MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	18 octubre 2004			
CARICOM (AAP.A25TM N° 31)	24 julio 1994			n.d.
Panamá (AAP.AT25TM N° 29)	09 julio 1993	18 enero 1995		n.d.
Nicaragua (AAP.AT25TM N° 6)	02 marzo 1984			n.d.
Costa Rica (AAP.A25TM N° 7)	02 marzo 1984			n.d.

## LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN INTERNA EN DESTINO

Colombia ha tenido tradicionalmente un comercio minorista altamente competitivo, resultado en gran parte de la segmentación geográfica que se presenta en el interior del país. Mantiene sin embargo la característica distintiva de que, aun cuando el avance de los supermercados e hipermercados ha sido muy importante en los últimos años, el canal tradicional de distribución (tiendas de barrio) captura todavía el 50% del mercado. Respecto a la estructura general del sector comercial, se pueden deducir dos características: En primer lugar, la conforman unidades de negocios de pequeño tamaño con predominio de la actividad unipersonal, y, finalmente, existe una alta rotación y la estabilidad de los negocios es reducida. Los más grande distribuidores de cobertura nacional son Almacenes éxito, Vivero Carulla, Makro o Jumbo Metro

#### 4.2.1.5 Canales de Distribución

Es importante analizar los canales de distribución para la comercialización de frejol, pues de la selección y determinación de la mejor opción y mecanismo depende el éxito y eficiencia de todo el proceso de comercialización. A continuación se analizan los canales de distribución utilizados para la comercialización de fréjol desde la corporación COPROCOFREPAC Cantón Pallatanga provincia de Chimborazo al mercado Colombiano.

Se identifica siete canales de distribución del fréjol arbustivo producido en la corporación estos son:

- ✚ Acopiador–mayorista–detallista
- ✚ Proveedor–mayorista–supermercado
- ✚ Productor–Supermercado.
- ✚ Productor-Exportador de frontera-importador (colombiano)-mayorista detallista
- ✚ Productor- agroindustria- mayorista-detallista nacional.
- ✚ Agroindustria- exportador- importador ultramar
- ✚ Importador nacional- comerciante detallista

Todo esto en varias ocasiones hacía que el productor no tenga posibilidad de fijar un buen precio para su producto considerando los canales más largos, sabiendo que “a medida que aumenta los actores adquiere mayor complejidad y los precios se incrementan”. (De Juan, 2006, p16). De acuerdo a estos antecedentes y tomando en cuenta los beneficios que obtiene el productor, se determina el siguiente canal de distribución para esta investigación. Los productores de COPROCOFREPAC llevarán su producción hasta un centro de acopio donde se realiza el respectivo control y verificación de calidad a su vez este hará la exportación directa a una empresa en Bogotá, la misma que se encarga de distribuir el producto a nivel nacional.



#### 4.2.1.6 Principales socios e importadores de Frejol Monteado Rojo en Bogota

En Colombia las mayores empresas que importan el frejol monteado rojo además de nivel gubernamental son: Alsec, Comercializadora Colpacífico, La provincia global tarde S.A., Sinexpro y VnInternacional Importaciones además de ser los principales socios comerciales de Ecuador (Bogotá, 2015).

SUBPARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA: 0708.20

Sección II: PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL

Capítulo 07: Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios

Partida Sist. Armonizado 0708: Hortalizas (incluso silvestres) de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas

SubPartida Regional 07082000: - Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías)

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

#### 4.2.2 Demanda de frejol en Bogotá

La demanda del frejol en Colombia está determinado por el consumo per cápita de del producto por lo que su comportamiento está determinado por el crecimiento poblacional. En la tabla 8 se presenta el consumo per cápita de frejol en Colombia desde el año 2004 hasta el 2014.

**Tabla 6: Consumo per cápita de frejol en Colombia**

Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kg/hab	2,7	3,3	2,9	3	2,6	2,8	2,7	3,4	3,9	2,9	3,4

Fuente: (Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y Leguminosas, 2015)

Para realizar la proyección del consumo per cápita de frejol en Colombia se utiliza el método de regresión lineal que se basa en el cálculo de los mínimos cuadrados para realizar las proyecciones. El método de los mínimos cuadrados se basa en la siguiente fórmula:

$$Y = a + bX$$

Donde:

Y: valor estimado de la variable dependiente

X: variable independiente

a: punto de intercepción de la línea de regresión con el eje x

b: pendiente de la línea de regresión

$$b = \frac{\sum x * y}{x^2}$$

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

En la tabla 9 se presenta la proyección del consumo per cápita hasta el año 2019.

**Tabla 7: Consumo per cápita de frejol en Colombia proyectado**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
Kg/Hab	3.4	3.4	3.5	3.5	3.6

Elaborado por: Juana Yuquilema

Estimaciones realizadas por el Gobierno de Colombia del comportamiento de la población hasta el año 2020 arrojan los resultados que se presentan en la tabla 10.

**Tabla 8: Población colombiana proyectada**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
Cant. Hab	48.2	48.7	49.2	49.8	50.3

Fuente: (DANE, 2016)

Con los datos de la población y el consumo per cápita se procede a determinar la demanda potencia de frejol en Colombia, este cálculo se realiza utilizando la fórmula siguiente:

$$\text{Demanda potencial} = \text{Cant. Hab} * \text{Consumo Per cápita}$$

En la tabla 11 se presenta la demanda potencial de frejol en Colombia.

Para la proyección de la demanda se utilizará la siguiente fórmula:

**Tabla 9: Demanda potencial proyectada**

AÑOS	POBLACIÓN NACIONAL	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA TOTAL O POTENCIAL
	(Millones)	(kg)	(kg)
2017	49200000	3.5	172200000
2018	49800000	3.5	174300000
2019	50300000	3.6	181080000

**Elaborado por:** Juana Yuquilema

Para determinar la demanda insatisfecha del mercado colombiano se procede a realizar las proyecciones del consumo aparente teniendo en cuenta los datos históricos hasta el año 2014. Las proyecciones se presentan en la tabla 12.

**Tabla 10: Consumo aparente proyectado**

AÑOS	CONSUMO APARENTE (Kg)
2010	130000000
2011	150000000
2012	160000000
2013	160000000
2014	130000000
2015	149000000
2016	150000000
2017	151000000
2018	152000000
2019	153000000

**Elaborado por:** Juana Yuquilema

La determinación de la demanda insatisfecha se realiza teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda potencial} - \text{Consumo aparente}$$

En la tabla 13 se presenta el cálculo de la demanda insatisfecha hasta el año 2019.

**Tabla 11: Consumo aparente proyectado**

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL (Kg)	CONSUMO APARENTE (Kg)	DEMANDA INSATISFECHA (Kg)
2017	172200000	151000000	21200000
2018	174300000	152000000	22300000
2019	181080000	153000000	28080000

Elaborado por: Juana Yuquilema

#### 4.2.3 Proyección de la Oferta hacia el mercado de Colombia

La proyección se realiza con la finalidad de conocer el aumento de la producción que tendrá la Asociación COPROCOFREPAC conforme pasen los años.

En la siguiente tabla se detalla que COPROCOFREPAC está en la capacidad de incrementar su producción de quintales de frejol, llegando alcanzar una oferta de 28080000 exportable de frejol en kg en el 2019.

#### 4.2.4 Determinación de la oferta exportable

Par determinar la oferta de frejol hacia Colombia por parte de la empresa se utiliza el método de cobertura de mercado considerando además la demanda insatisfecha. La cobertura de mercado que se propone asumir la empresa es del 0.01 %. En la tabla 14 se presenta la oferta exportable del proyecto.

**Tabla 12: Oferta exportable**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>COBERTURA DE MERCADO</b>	<b>OFERTA EXPORTABLE</b>
<b>2017</b>	21200000	0.01	212000
<b>2018</b>	22300000	0.01	223000
<b>2019</b>	28080000	0.01	280800

Elaborado por: Juana Yuquilema

## **4.2.5 Estudio Técnico**

### **4.2.5.1 Procedimientos para Trámites de Exportación**

#### **Registro del Exportador**

Para registrar como exportador debemos gestionar el RUC en el Servicio de Rentas Internas para ello Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por Banco Central del Ecuador luego verificada y entregada por Security Data. Luego de haber realizado estos requisitos, registrar en el portal de, ECUAPASS aquí se podrá: Actualizar base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso, registrar firma electrónica. Podemos ingresar al boletín 32-2012, para tener acceso a un video sobre el portal ECUAPASS.

El ECUAPASS es un sistema informático que entra en vigencia en el Ecuador desde el 2012 bajo la dirección del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), previo a una capacitación a los operadores de comercio exterior. El Ecuapass busca la eficacia de todas las operaciones de comercio exterior, dando dinamismo al comercio de nuestro país, además de ofrecer total transparencia en las operaciones. Del Ecuapass pueden hacer uso tanto personas naturales que no cuenta con una empresa legalmente constituida, como personas jurídicas que sean parte de una empresa constituida y que en ambos casos sean operadores del comercio exterior.

## Requisitos para exportar

Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.

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

Banco Central: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>

Registrarse como Exportador en Ecuapass (<https://portal.aduana.gob.ec/>), donde podrá:

Actualizar datos en la base.

Crear usuario y contraseña.

Aceptar las políticas de uso.

Registrar firma electrónica.

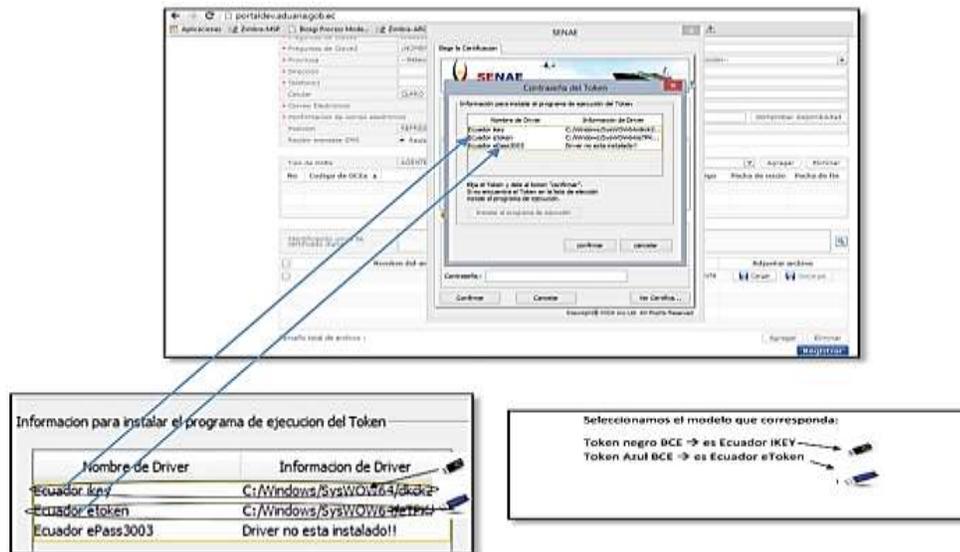
### Gráfico 17: Portal ECUAPASS

The screenshot shows the ECUAPASS portal interface. At the top, there is a header with the ECUAPASS logo, contact information (OCE 01904385, Buzon Electronico, SENA, VUE, Guía del uso), and a user profile for WILMER ROSENDO AGUILAR FRANCO with a 'Cerrar sesión' button. Below the header is a navigation bar with three main sections: 'Trámites Operativos', 'Servicios Informativos', and 'Soporte al Cliente'. The 'Trámites Operativos' section is expanded, showing a sub-menu with 'Trámites Operativos' and '1.1.1 Documentos Electrónicos'. The main content area is titled 'Elaboración de e-Doc. Operativo' and has a sub-menu with 'Despacho Aduanero', 'Cargas', 'Devolución Condicionada', and 'Control Posterior'. Under 'Despacho Aduanero', there are two sub-sections: 'Importación' and 'Exportación'. The 'Importación' section has three options: 'Declaración de Importación', 'Sustitutivo de detalle del Documento de Importación', and 'Declaración de Simplificada (Importación)', each with a 'Seleccionar' button. The 'Exportación' section has four options: 'Declaración de Exportación', 'Corrección, de Substitutiva y Rechazo de Declaración de Exportación', 'Declaración de Simplificada (Exportación)', and 'Notificación', each with a 'Seleccionar' button. The 'Notificación' button is highlighted. Below the 'Exportación' section is the 'Registro de inventario' section with one option: 'Registro de inventario', also with a 'Seleccionar' button.

FUENTE: (ADUANA, [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action), 2015)

Por último, se corrige los campos que sean necesarios normalmente de carga seca, los campos a corregir son del pero total: Al final se firma electrónica mente y se envía la declaración corregida al por medio del portal ECUAPASS.

**Gráfico 18: Obtención de la contraseña del Token**



Fuente: (ADUANA, 2015)

## Proceso de exportación

El proceso de exportación en el Ecuador se comienza por una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) que la realizaremos por medio del Ecuapass, debiendo ser esta declaración real porque va más allá de una intención, se crea un lazo legal entre el exportador y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

En la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) se deben incluir los siguientes datos que son, la descripción de los productos, datos del exportador, datos del importador, cantidad, peso, entre otros.

También debemos adjuntar documentos que enviaremos al Ecuapass y son, la factura comercial, alguna autorización previa y el certificado de origen electrónico.

El momento que se hace efectiva la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), nuestros productos irán a un depósito temporal para esperar el aforo.

Antes de que la exportación se lleve a cabo, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) elegirá un canal de aforo que el mismo puede ser documental, físico y automático.

El aforo automático consiste en la orden de salida apenas entran los productos al depósito temporal.

Para el aforo documental, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) delegará a un funcionario que será el encargado de verificar toda la documentación electrónica entregada por medio del ECUAPASS.

En el caso del aforo físico se procede a realizar todo lo descrito del aforo documental, además de proceder a verificar físicamente los productos a exportar.

#### **4.2.5.2 Certificado de Origen**

El primer paso que debemos realizar para poder obtener un certificado de origen es registrarse en ECUAPASS como exportador a través del sitio web: <https://portal.aduana.gob.ec/>, en la opción “Solicitud de Uso”.(Para registrarnos en Ecuapass contar previamente con la firma digital o TOKEN). Dentro de ECUAPASS, ingresaremos al menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de DJO”. El usuario deberá generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de TODO Certificado de Origen. La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistematizada, si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los Acuerdos, para beneficiarse de las preferencias arancelarias correspondientes. La DJO tiene una duración de 2 años. Debemos seguir el procedimiento de la entidad seleccionada, llenar el formulario y presentar documentación solicitada, para posteriormente retirar el certificado físico. Este certificado de origen un documento dispensable para exportar.

### **4.2.5.3 Certificado Fitosanitario de Agro Calidad**

#### **Pasos para adquirir Certificado Fitosanitario en Colombia**

Solicitar usuario y clave al correo [lilalba.vinasco@ica.gov.co](mailto:lilalba.vinasco@ica.gov.co) anexando escaneado: RUT y Cámara y Comercio de la empresa. La agencia de aduana debe registrarse como agencia exportadora, para esto el representante legal de la agencia debe solicitar usuario y clave al correo [lilalba.vinasco@ica.gov.co](mailto:lilalba.vinasco@ica.gov.co) anexando escaneado: RUT y Cámara y Comercio de la empresa. Una vez registrado el exportador o importador debe ingresar al enlace <https://afrodita.ica.gov.co/Security/signin.aspx> digitar la clave y usuario asignado, y radicar la solicitud para exportación. La agencia de aduana debe ingresar al enlace <https://afrodita.ica.gov.co/Security/signin.aspx> digitar la clave y usuario asignado, radicar el certificado fitosanitario preliminar para inspección fitosanitaria y realizar el pago correspondiente.

Los productos vegetales u otros artículos reglamentados cumplen los requisitos fitosanitarios de importación de los países importadores y son conformes a la declaración de certificación (Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF) 12).

La organización nacional de protección fitosanitaria del país destino, para el producto a exportar, requiere la emisión del Certificado Fitosanitario emitido por el ICA, debe enviar copia del permiso de importación o documento oficial expedido por esta organización, con el fin de establecer los procedimiento de certificación de dichas mercancías con el país importador.

El Proceso para el registro ICA como importador o exportador de semillas o material de propagación se debe ingresar al enlace (<http://www.ica.gov.co/Normatividad/Normas-Ica/Resoluciones.aspx>) podrá consultar la resolución ICA 970 de 2010, en la cual encontrará los requisitos y anexos necesarios para la inscripción, renovación o modificación del registro ICA como exportador o importador de semillas. Debe acercarse o contactarse con la Dirección Técnica de Semillas ubicada en Bogotá en la carrera 41 No. 17-81 para la

radicación de la documentación solicitada según normatividad actual y la programación de la respectiva visita técnica de verificación de acuerdo con el tipo de solicitud (Inscripción, renovación o modificación de registro ICA). Luego de revisada y verificada su documentación y realizada la visita técnica según sea el caso, la Dirección Técnica de Semillas procede a emitir su resolución de inscripción, renovación o modificación, con lo cual puede ya inscribirse en el aplicativo SISAPAP “Sistema de Información Sanitario para Importación y Exportación de Productos Agrícolas y Pecuarios”.

**Requisitos para la Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE) en Ecuador** para obtener el certificado de exportación de debe realizar una Solicitud de inspección luego un Informe de inspección fitosanitaria del envío, copia de la factura comercial, Pago de tasa por la extensión del CFE (cuatro dólares por certificado), Resultados de análisis de laboratorio sí el país importador lo establece.

## Ilustración 8: Documento Fitosanitario




**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA  
 AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO-AGROCALIDAD

CERTIFICADO No. 000001 Cod. REGISTRO :

En cumplimiento de la Ley de Sanidad Vegetal y su Reglamento, la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro concede el presente:

**CERTIFICADO DE REGISTRO DE OPERADOR DE EXPORTACION DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS**  
(VALIDO POR 030 DÍAS)

RAZÓN SOCIAL : \_\_\_\_\_  
 NO MERE DEL REPRESENTANTE LEGAL : \_\_\_\_\_  
 CARGO : \_\_\_\_\_ RUC/C.E. : \_\_\_\_\_  
 DIRECCIÓN DE LA EMPRESA : \_\_\_\_\_  
 TELÉFONO : \_\_\_\_\_ FAX : \_\_\_\_\_ CELULAR : \_\_\_\_\_  
 CORREO ELECTRÓNICO : \_\_\_\_\_  
 REGISTRADO COMO: \_\_\_\_\_  
 UBICACIÓN DE LA FINCA :  
 PROVINCIA : \_\_\_\_\_ CANTÓN : \_\_\_\_\_  
 PARROQUIA : \_\_\_\_\_ SECTOR : \_\_\_\_\_  
 DIRECCIÓN DE LA FINCA: \_\_\_\_\_  
 CERTIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE OTRAS NORMAS O PROTOCOLOS ESPECIALES : \_\_\_\_\_

LISTADO DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS			
<small>(en caso de requerir más de cinco, se adjuntará una hoja en blanco con la misma información)</small>			

VIGENCIA DEL: \_\_\_\_\_ AL: \_\_\_\_\_  
 FECHA DE EXPEDICIÓN: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ DIRECTOR EJECUTIVO DE AGROCALIDAD

Nota: Es necesario indicar que durante el tiempo de vigencia del presente certificado, AGROCALIDAD, podrá revocarlo, siempre y cuando existan las causas legales para tal efecto, sea forma temporal o definitiva, a su perjuicio de las asociaciones.

Av. Pan de Azúcar y Boy Abreo,  
 Edif. MAGAP, piso 9, Telf: (593) 2 2567 222  
 www.agrocalidad.gov.ec director@agrocalidad.gov.ec

Formulario RA-BR-03-AGC

Fuente: (AGROCALIDAD, 2014)

### 4.2.7 Marco legal de la república popular de Colombia

#### 4.2.7.1 Documentos de Acompañamiento

Debemos enviar la documentación necesaria para exportar a Colombia- Bogotá frejol rojo montado desde la corporación COPROCOFREPA la factura, carta porte, paking list.

#### 4.2.7.2 Factura y Lista de Empaque

Tabla 13: Factura comercial

 <b>FACTURA COMERCIAL COMERCIAL INVOICE</b>			
<b>EXPORTADOR / SHIPPER:</b>		<b>CONSIGNATARIO / CONSIGNEE:</b>	
<b>DIRECCION / ADDRESS:</b>		<b>DIRECCION / ADDRESS:</b>	
<b>PERSONA DE CONTACTO / CONTACT NAME:</b>		<b>PERSONA DE CONTACTO / CONTACT NAME:</b>	
<b>TELEFONO / TLEPHONE:</b>		<b>TELEFONO / TLEPHONE:</b>	
<b>CORREO / EMAIL :</b>		<b>CORREO / EMAIL :</b>	
<b>No. Manifiesto carga Internacional:</b>		<b>Fecha factura:</b>	
<b>No. De Carta de porte de mercancia:</b>		<b>Numero factura:</b>	
<b>Número de Contrato:</b> _____			
<b>Datos del contenido de envío / Description of content</b>			
<b>Cantidad/Qty (qq)</b>	<b>Descripción / Description</b>	<b>Valor Unitario / Unit Value (USD)</b>	<b>Valor Total / Total Value (USD)</b>
440	Quintales de Frejol Rojo Monteado, Seco. Embalados en sacos de 45.45kg. Inspeccionados y fumigados, concetificado fitosanitario.	85.35	37,554.00
			
<b>EXW COPROCOFREPA (1 qq)</b>			<b>37,554.00</b>
Flete interno Chimborazo (Pallatanga) – Tulcán			1,050.00
Seguro interno Chimborazo (Pallatanga) – Tulcan (3,6%)			1,087.80
Trámite de aduana DAE			100,00
Trámite de aduana (cambio de ciudad)			75,00
Trámite inspección antinarcóticos			120,00
Trámite certificado de origen			25,00
Trámite certificado de fitosanitario			37,00
Agente Aduanero (Transdir)			45,00
<b>FOB Tulcan</b>			<b>39,728.80</b>
Flete internacional Tulcán - Bogotá			1,490.00
Seguro internacional (3%)			1,534.70
Estiba y almacenamiento			583,56
Gatos aduaneros			300,00
<b>FCA Bogotá</b>			<b>42,753.50</b>
<b>Totales / Totals</b>		<b>USD</b>	<b>42,753.50</b>
Cantidad de contenedores 1 de 20ft DV, Peso Neto: 19,998.00 kg, Peso Bruto: 22,228.00 kg, Embalaje: sacos de 45.45 kg			
Forma de pago: transferencia banacaria			
Condicion entrega: FCA Bogotá, 30 dias posteriores al documento de pago			
<i>Factura emitida solo para propósitos de aduana / Invoice only or custom purposes</i>			
<b>FIRMA DEL EXPORTADOR</b>			

Elaborado por. Juana Yuquilema

**Tabla 14: Lista de empaque**

 <h2 style="text-align: center;">LISTA DE EMPAQUE PACKING LIST</h2>			
<b>EXPORTADOR / SHIPPER:</b>		<b>CONSIGNATARIO / CONSIGNEE:</b>	
<b>DIRECCION / ADDRESS:</b>		<b>DIRECCION / ADDRESS:</b>	
<b>PERSONA DE CONTACTO / CONTACT NAME:</b>		<b>PERSONA DE CONTACTO / CONTACT NAME:</b>	
<b>TELEFONO / TLEPHONE:</b>		<b>TELEFONO / TLEPHONE:</b>	
<b>CORREO / EMAIL :</b>		<b>CORREO / EMAIL :</b>	
<b>No. Manifiesto carga Internacional:</b>		<b>Fecha factura:</b>	
<b>No. De Carta de porte de mercancia:</b>		<b>Numero factura:</b>	
<b>Número de Contrato:</b>		<b>Numero sello:</b>	
Datos del contenido de envio / Description of content			
Cantidad/Qty (bultos)	Descripción / Description	Peso Neto	Peso Bruto
440	Quintales de Frejol Rojo Monteado, Seco. Embalados en sacos de 45.45kg. Inspeccionados y fumigados, concetificado fitosaritasio.	19,998.00 kg	19,998.00 kg
			
Cantidad de contenedores 1 de 20ft DV, Embalaje: sacos de 45.45 kg			
<b>FIRMA DEL EXPORTADOR</b>			

Elaborado por. Juana Yuquilema

### Ilustración 9: Carta de porte



SISINVERT, S. L.  
 C/ Maria Aurèlia Capmany, 17  
 Pol. Ind. 2A – 08297 Castellgalí (Barcelona)  
 Telf. 34 938 333 727 Fax. 34 938 335 178

#### CARTA DE PORTE DE MERCANCÍAS

**RUTA:** De CASTELLGALI a... Córdoba **FECHA:** 12/08/2014

**1. DESCRIPCIÓN DE LAS MERCANCÍAS SEGÚN EL ADR - MARCAR LA/S QUE PROCEDAN**

Materia 1:  **PEROXIDO ORGANICO DE TIPO F, LIQUIDO (ÁCIDO PEROXIACETICO SOLUCION) (D)**  
**GRUPO EMBALAJE: I PELIGRO: 539 NUM UN: 3109 CLASE: 5.2**

Materia 2:   
**GRUPO EMBALAJE: PELIGRO: NUM UN: CLASE:**

Materia 3:   
**GRUPO EMBALAJE: PELIGRO: NUM UN: CLASE:**

Materia 4:   
**GRUPO EMBALAJE: PELIGRO: NUM UN: CLASE:**

**2. DATOS DE LOS BULTOS (Indicar litros en productos líquidos y kilos en productos sólidos)**

CPA	DENOMINACIÓN	Nº BULTOS	Nº Ltr. o Kgs.	PESO BRUTO
230530	PERBLAU30K	10	30	300 5.2
<b>TOTAL:</b>		<b>10</b>	<b>300</b>	

**3. DATOS DEL EXPEDIDOR**

**NOMBRE:** SISINVERT S.L.  
**DIRECCIÓN:** C/MARIA AURELIA CAPMANY, 17 POL.IND. 2A  
**POBLACIÓN:** 08297 CASTELLGALI  
**TELÉFONO:** 93 833 27 27

**4. DATOS DEL DESTINATARIO** **CLIENTE:** 600733

**NOMBRE:** TRATAMIENTOS ECOLOGICOS DE CORDOBA,S.L.  
**DIRECCIÓN:** AVDA.DE CADIZ 2 LOCAL 13  
**POBLACIÓN:** 14009 CORDOBA  
**TELÉFONO:** 957-78.04.08

**5. DECLARACIÓN**

El abajo firmante en representación de la Cía de Transportes declara:

- Que el vehículo cargado cumple las condiciones que establece el Reglamento Nacional para el Transporte de Mercancías Peligrosas por Carretera.
- Que la carga de la mercancía en el vehículo se ha efectuado correctamente de acuerdo con el mencionado Reglamento.
- Que ha recibido (si procede) de Sisinvert la FICHA DE SEGURIDAD en cuanto a medidas a tomar en caso de accidente, incendio, derrame y otros, los cuales, ha leído y conoce (si aplica).
- Que conoce las disposiciones generales y especiales sobre vehículos, carga, descarga y manipulación de la mercancía, circulación y otros que establece para éste transporte el citado Reglamento.
- El transportista asume la responsabilidad de cualquier accidente ocurrido durante el transporte, sea cual fuere el lugar del siniestro, una vez que la mercancía le haya sido entregada.

**AGENCIA/EMPRESA:** SERVYTRANS

**Firma del conductor:**   
 Nombre y Apellidos:

**DNI:**

**Matrícula tractora:**

**Matrícula remolque:**

**REV.:01 (NOV-12)**

**NOTAS:**

Fuente: (Bogotá, 2015)

Los demás documentos que llevaría la operación de exportación son los que se encuentran en los anexos.

### 4.2.7.3 Requisitos empaque, embalaje y etiquetado

Los empaque, embalaje y etiquetado son los elementos que protegen físicamente la mercadería; su objetivo es, justamente, garantizar que la mercancía llegue a su destino en las condiciones estipuladas en el contrato.

#### El “Empaque”

COPROCOFREPAC empaca su producto en sacos transparentes a fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor. Las dimensiones de sacos son 50cm de altura, 25 cm de longitud y 15 de profundidad.

**Ilustración 10: Empaque**



**Elaborado por.** Juana Yuquilema

#### El “Embalaje”

En sacos flexibles que protege al producto durante el trayecto, que contengan frijol rojo montado, por la resistencia y la disponibilidad de materiales, el costo, valor. Se cosera saco de polipropileno, cordel, cuerda, hilo, saco de papel kraft. Son fabricados bajo la

certificación del sistema de calidad ISO 9001 además estará sobre un montacargas o skid, con tiras de 3 metros aproximadamente con medida 101.5cm de largo por 121.9cm de ancho y 10 cm de alto.

### **Ilustración 11: Embalaje**



**Elaborado por.** Juana Yuquilema

### **El Etiquetado**

Debe estar presente por lo menos en dos caras del empaque con ciertos datos fijados por las aduanas y que deben estar en idioma español.

Además para la manipulación de los sacos llevarán la simbología correspondiente para un adecuado manejo de frejol hasta su destino en el puerto Colombia- Bogotá.

A continuación se muestra el etiquetado que llevarán los sacos de frejol en idioma español junto a su correspondiente traducción al inglés, además de la simbología a ser utilizada.

## Ilustración 12: Etiquetado



Calorías	35	Sodio	500 mg
Grasas totales	0 g	Potasio	0 mg
Saturadas	0 g	Carbohidratos totales	10 g
Polisacáridos	0 g	Fibra dietética	0 g
Monosacáridos	0 g	Azúcares	0 g
Toro	0 g	Proteínas	4 g
Coolesterol	0 mg		
Vitamina A	0%	Calcio	0%
Vitamina C	0%	Hierro	0%

Elaborado por. Juana Yuquilema

### 4.2.7.4 Marcas de manipulación

Estas marcas, impresas en color negro, se deben ubicar siempre en la esquina superior, dependiendo de su tipo, y tener una medida mínima de 10 cm.

## Ilustración 13: Marcas de manipulación



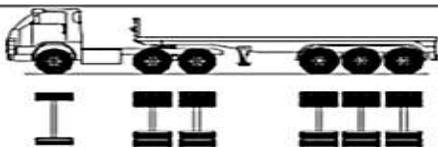
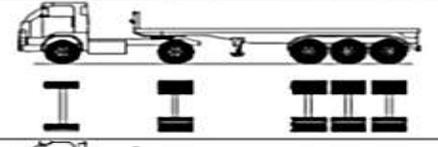
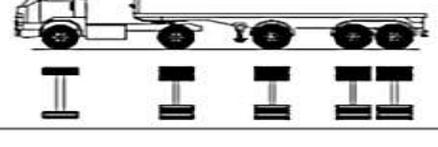
Elaborado por. Juana Yuquilema

### 4.2.8 Transporte Terrestre

Entre las principales ventajas del transporte terrestre destacan la facilidad de penetración; es decir, la posibilidad de entregar los productos de puerta a deriva tanto de la existencia de una gran cantidad de vehículos adaptados a diferentes productos como de una menor rigidez en los días y horas de salida; y, finalmente, la rapidez y la facilidad de combinarlo con otros medios de transporte. Por esta razón, el transporte terrestre juega un papel

fundamental en las exportaciones de productos agroalimentarios tanto entre países vecinos, como entre países distantes. Además, por lo general el transporte desde la planta hasta las bodegas del comprador o puntos de venta se realiza por vía terrestre, y lo mismo ocurre con el transporte desde el puerto o aeropuerto hasta las bodegas del comprador o punto de venta. A estos dos tipos de transporte se les conoce como transporte de superficie o transporte interno. Existen dos tipos de servicios de transporte terrestre básicos: el de “carga completa”, que normalmente se conoce por su nombre en inglés, “full truckload” (tl), y el de “carga parcial”, llamado en inglés “less-thantruckload“ (ltl)”. El servicio tl generalmente se contrata de “puerta a puerta”; es decir, desde la bodega del vendedor hasta la bodega del comprador. En el servicio ltl, un transportista se encarga de recoger los productos de diferentes personas y de llevarlos a un lugar común, desde el cual serán redistribuidos. Las tarifas de transporte terrestre se basan en la cantidad de producto, en el peso, la densidad, el volumen, el valor, la susceptibilidad a daños y la distancia. Seguidamente se presentan los tamaños de camión más utilizados, junto con el peso y el volumen máximo que pueden transportar. En la sección de transporte marítimo se presentan los contenedores más utilizados y que también se pueden emplear para el transporte terrestre por eso utilizamos el Incoterm FCA como nuestro medio de transporte.

**Ilustración 14: Camiones más utilizado en transporte terrestre**

Configuración vehicular	Descripción gráfica de los vehículos	Long. Máx. ( m )	Eje Delant	Peso máximo ( t )				Peso bruto máx. ( t )
				Conjunto de ejes posteriores				
				1°	2°	3°	4°	
T3S3		20,50	7	18	25	---	---	48 <sup>(2)</sup>
T2S3		20,50	7	11	25	---	---	43
T2Se3		20,50	7	11	11 <sup>(4)</sup>	18	---	47

Fuente: (CEMACAN, 2015)

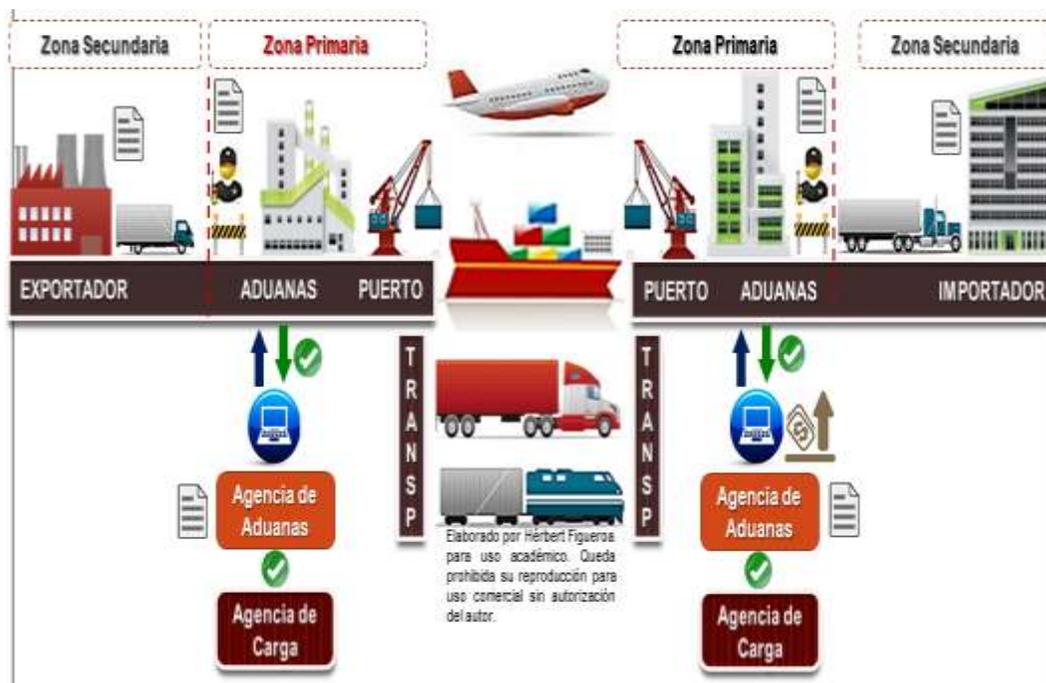
#### 4.2.9 Proceso Logístico INCOTERM FCA

Gráfico 19: Pasos de la logística de despacho de exportación



Fuente: (PROECUADOR, 2016)

Gráfico 20: Etapas de la logística internacional de mercancías



Fuente: (Figueroa, 2014)

#### 4.2.6 Termino Comercial

Colombia dicta los mismos términos comerciales que Ecuador los mismo que utiliza a nivel mundial, el cual han existido muchos cambios pero la más actual es la del 2010, vigencia a nivel mundial.

Figura 13: INCOTERM FCA

Incoterms <a href="http://multitranslog.com/">http://multitranslog.com/</a>	Medio de Transporte	Costos	Embalaje y verificación	Carga	Transporte Interior	Trámites aduaneros Exportación	Costos de manipulación	Transporte Principal	Seguros	Costos de manipulación	Trámites aduaneros Importación	Transporte Interior	Entrega	Responsabilidad		
														Vendedor	Comprador	
FCA Free Carrier Franco Transportista		COSTE														

Fuente: (INCOTERM, 2010)

##### 4.2.6.1 Incoterm Seleccionado - FCA (Franco Porteador)

La exportación de frejol montado rojo de COPROCOFREPAC con destino a Colombia se hará con entrega FCA, el acuerdo será desde los almacenes de la corporación hasta los almacenes del comprador, la entrega según INCOTERMS 2010.

Libre Transportista (lugar convenido) Significa que el vendedor entrega la mercadería para la exportación al transportista propuesto por el comprador, en el lugar acordado.

El lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de las partes. Si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor este es responsable de la carga. Si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

Este término puede emplearse en cualquier medio de transporte incluyendo el transporte multimodal.

Obligaciones del vendedor.

- Entrega de 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)

Obligaciones del comprador

- Pagos de la mercadería
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

#### **4.2.6.2 Definición**

El vendedor cumple su obligación de entregar la mercancía cuando la pone despachada en aduana para la exportación, a cargo del transportista nombrado por el comprador o persona designada por él en el lugar o punto fijado, si no es así el vendedor podrá escoger dentro de la zona estipulada el lugar o punto de entrega. El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen (generalmente relacionado con los espacios del transportista).

Si la mercancía se recoge en las instalaciones del vendedor este debe asumir los costes y gastos de la carga en el medio de transporte, si es recogida en cualquier otro lugar el vendedor no será responsable de la descarga.

#### **4.2.6.3 Obligaciones Comprador**

- Pagar factura total FCA en Bogotá
- Responsable de todas las licencias, autorizaciones y formalidades que necesite en territorio Colombiano,
- Soportar los gastos de transporte y flete, a partir de la recepción de la mercancía por parte del transportista, en la forma y maneras que exija el transporte, dando aviso al vendedor con suficiente antelación del modo de transporte, fecha de entrega y punto de entrega. Si el transportista no se hace cargo de la mercancía, el comprador soportará los gastos a partir de la fecha convenida o último plazo fijado para ello.
- También estará obligado al pago, si no se conviene otra cosa, de los gastos de inspección previa al embarque, excepto si la inspección ha sido ordenada por las autoridades del país exportador.
- Rembolsar al vendedor los gastos ocasionados por la ayuda prestada, así como pagar todos los derechos, impuestos y otras cargas oficiales.
- Dar al vendedor aviso sobre el nombre del transportista y especificar el modo de transporte, fecha y el punto dentro de la zona donde la mercancía debe ser entregada al transportista. Además aceptará la prueba de la entrega.
- Pagar todos los gastos y gravámenes en que se haya incurrido para la obtención de documentos.
- Reembolsar los gastos efectuados por el vendedor al prestar su ayuda al respecto y para contratar el transporte.
- Proporcionar las instrucciones al vendedor para contratar el transporte, si previamente se lo ha requerido el vendedor.

#### **4.2.6.4 Obligaciones Vendedor**

- Suministrar la mercancía de conformidad con el contrato de venta.
- Obtener licencia de exportación y los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.

- Entregar la mercancía a la custodia del transportista designado por el comprador o escogido por el vendedor en el lugar o punto fijado en la fecha o dentro del plazo convenido para la entrega y de la forma convenida o acostumbrada en tal sitio. A falta de instrucciones por parte del comprador, el vendedor puede entregar la mercancía al transportista en la forma que exijan el modo de transporte de aquel porteador y la calidad y/o naturaleza de la carga.
- Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada al transportista.
- En lo relativo a los gastos el vendedor deberá pagar los relativos a la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada al transportista, así como los gastos aduaneros, derechos, impuestos y otras cargas exigibles a la exportación.
- Avisar al comprador de que la mercancía ha sido entregada a la custodia del transportista, así como proporcionarle el documento usual de prueba de la entrega de la mercancía.
- Los gastos de las operaciones de verificación necesarios para entregar la mercancía al transportista al igual que los embalajes necesarios para el transporte deben ser pagados por el vendedor.
- Prestación de ayuda al comprador para la obtención de los documentos emitidos en el país de entrega y/o de origen que puedan necesitar para la importación de la mercancía y proporcionar al comprador, siempre que así lo pida, la información necesaria para conseguir el seguro.

#### **4.2.6.5 Pago y entrega**

El pago de la mercancía se efectuará por transferencia bancaria y la mercancía será entregada en condición FCA Bogotá hasta los 30 días posteriores al documento de pago.

#### **4.2.6.6 Distribución física internacional**

El objetivo de esta actividad es elaborar el proceso logístico del frejol el alcance de la actividad es desde el registro de los datos básicos hasta la determinación de las ventas del mismo, el responsable de la misma es el presidente de la cooperativa.

- Información básica del frejol
- Información del embarque
- Información adicional (forma de pago, plazo, Tipo de seguro, % de seguro)
- Datos específicos (envase, empaque, unitarización, manipulación en la bodega del exportador, documentación, transporte interno, agentes, costos bancarios, flete internacional, seguro internacional, transporte interno y en destino, aduaneros).
- Cubicaje
- Incoterm (condición de entrega)
- Programación de entregas
- Estimación de ventas
- Forma de pago

**Puntos clave a tener en cuenta con este Incoterm:** FCA instalaciones del vendedor: La entrega de la mercancía se hace efectiva cuando el vendedor/exportador carga la misma sobre el vehículo de la empresa contratada por el comprador/importador en un lugar de las instalaciones del vendedor/exportador, momento en el cual también se transmiten los riesgos de la mercancía.

- Lugar/Punto de Entrega de la mercancía: En las instalaciones del vendedor/exportador un en otro lugar indicado por éste.
- Transmisión del riesgo: En el momento en que la carga de la mercancía se ha realizado por completo por parte del vendedor/exportador en el vehículo facilitado por el comprador/importador.

- Transmisión de los costes: El comprador/importador asumirá todos los costes a partir del momento en que se produce la carga de su mercancía en el vehículo suministrado por éste.
- Documentación: El vendedor/exportador debe facilitar la documentación mínima requerida por el comprador/importador, así como encargarse del despacho de aduana de exportación.
- Transporte: el vendedor/exportador deberá contratar o encargarse de la carga de la mercancía en sus instalaciones y sobre el vehículo que la empresa transportista contratada por el vendedor/importador asigne.

**Puntos clave a tener en cuenta con este Incoterm:** FCA otro lugar La entrega de la mercancía se produce en otro lugar (almacén de transitorio, plataforma logística, puerto, etc.), cuando el vendedor/exportador pone la mercancía preparada y a disposición de la empresa de transporte contratada por el comprador/importador sin llegar a descargarla. En este momento también se transmiten los riesgos de la mercancía a la empresa compradora/importadora.

- Lugar/Punto de Entrega de la mercancía: En otro lugar indicado por el comprador/importador, no en las instalaciones del vendedor.
- Transmisión del riesgo: En el momento en que el vendedor/exportador pone (sin descargar) la mercancía a disposición de la empresa de transporte del comprador/importador en el lugar convenido por éste.
- Transmisión de los costes: El comprador/importador asumirá todos los costes a partir del momento en que el vendedor/exportador pone a su disposición la mercancía (sin descargar) y en el lugar convenido por el primero.
- Documentación: El vendedor/exportador debe facilitar la documentación mínima requerida por el comprador/importador, así como encargarse del despacho de aduana de exportación.
- Transporte: El vendedor/exportador deberá contratar un vehículo o encargarse del transporte para llevar la mercancía hasta el punto indicado por el comprador/exportador.

## 4.2.10 Estudio Financiero

Para realizar el estudio financiero primeramente es necesario determinar los volúmenes de exportación de la empresa con el objetivo de proyectar los ingresos.

### 4.2.10.1 Costos de producción

La comercialización de frejol montado rojo hacia Colombia es un nuevo proyecto que pretende asumir la empresa. Los costos asociados de producción se presentan en la tabla 15.

**Tabla 15: Costos de producción mensuales**

Partida	Expresado en dólares		
	Salario	Cantidad	Total
Mano de obra			
Mano de Obra Directa	459	44	20196
Supervisor de producción	850	1	850
Comercialización	980	3	2940
<b>Sub-Total</b>			<b>23986</b>
Insumos	-	-	2620.88
<b>Sub-Total</b>			<b>2620.88</b>
<b>Gastos de generales</b>			
Servicios básicos	2500		2500
Otros	464		464
<b>Sub-total</b>			<b>2964</b>
<b>Total</b>			<b>29570.88</b>
<b>Precio unitario</b>			<b>2.37 USD/Kg</b>

**Elaborado por:** Juana Yuquilema

### 4.2.10.2 Top Down de precios

Para determinar el precio unitario del producto se presenta la tabla 2. Para la determinación del precio unitario se tienen en cuenta los costos de adquisición del producto así como los montos de EXW, FOB y los impuestos locales en Colombia. El costo de producción de un saco de 45.5 kg de frejol montado rojo asciende a los 70.00 USD y los insumos necesarios

para su empaquetado y embalaje se estiman sobre los 6.75 USD/qq. El margen de utilidad asumido por la empresa para las ventas en sus instalaciones es de un 20 %.

**Tabla 16: Top Down de precios**

<b>1 Contenedor de 20ft con 20 toneladas de Frejol Monteado Rojo - Via Terrestre 440</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Unitario (USD)</b>	<b>Cantidad (qq)</b>	<b>COSTO TOTAL (USD)</b>
1 qq = 45.45 Kg de frejol monteado rojo	70,00		
1 Kg de frejol monteado rojo	1,54		
(+) Costo de producción	70,00		
(+) Costo Embalaje (fundas, empaque, embalaje) 1qq	6,75		
(+) Rentabilidad 20%	15,35		
<b>(=) EXW COPROCOFREPA (1 qq)</b>	<b>92,10</b>	<b>440</b>	<b>40.524,00</b>
(+) Flete interno Chimborazo (Pallatanga) – Tulcán	1.050,00		
(+) Seguro interno Chimborazo (Pallatanga) – Tulcan (3,6%)	1.087,80		
(+) Trámite de aduana DAE	100,00		
(+) Trámite de aduana (cambio de ciudad)	75,00		
(+) Trámite inspección antinarcóticos	120,00		
(+) Trámite certificado de origen	25,00		
(+) Trámite certificado de fitosanitario	37,00		
(+) Agente Aduanero (Transdir)	45,00		
<b>(=) FOB Tulcan</b>			<b>42.698,80</b>
(+) Flete internacional Tulcán - Bogotá	1.490,00		
(+) Seguro internacional (3%)	1.534,70		
(+) Estiba y almacenamiento	583,56		
(+) Gatos aduaneros	300,00		
<b>(=) FCA Bogotá</b>			<b>45.723,50</b>
<b>(=) IMPUESTOS LOCALES (16%)</b>			<b>5.029,59</b>
			<b>50.753,09</b>
<b>PRECIO FINAL CONSUMIDOR – PVP qq</b>			<b>115,35</b>

Elaborado por: Juana Yuquilema

440 quintales de 45.45 kg de frejol rojo monteado al mercado de Colombia nos costará en término FOB \$ 42.698,80 USD y el producto colocado en el mercado de Bogotá tendrá un precio al público por quintal \$ 115,35USD.

### 4.2.10.3 Plan de Inversión y Financiamiento

El desarrollo de la propuesta para la comercialización del producto hacia Colombia requiere de la compra de equipamientos para el incremento de la producción en la línea de procesamiento del frejol, ver tabla.

**Tabla 17: Inversión fija del proyecto**

<b>INVERSIÓN FIJA</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>MONTO</b>
<b>EQUIPAMIENTO TÉCNICO</b>			
Clasificadores de frejol	2	20000	40000
Silos metálicos	16	4078.125	65250.00
Carretillas hidráulicas	2	9500	19000.00
Carpa hermética	1	3200	3200.00
Balanza eléctrica	1	170	170.00
Balanza de brazo	1	130	130.00
Cosedoras de sacos	2	190	380.00
Pizarrones	6	99	594.00
Palets	50	10	500.00
Escalera metálica	1	150	150.00
Balanzas pequeñas de platos	2	150	300.00
Detector de humedad	1	42	42.00
Selladoras eléctricas	2	87	174.00
Mesa seleccionadora de frejol	1	8000	8000.00
Trilladora	2	32000	64000.00
Motocultores	5	2500	12500.00
Tractor agrícola	1	5000	5000.00
Romplow	1	4500	4500.00
Bomba de fumigar	1	400	400.00
Arado de tractor	1	1200	1200.00
Rastra de tractor	1	3000	3000.00
Sub-total			<b>228490.00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
Teléfono fax	1	45.00	45.00

Vitrina	1	500.00	500.00
Archivador	1	139.00	139.00
Computadora de mesa	1	600.00	600.00
Sillas	25	70.00	1750.00
Sub-total			<b>3034.00</b>
Inversión intangible			
Estudios			<b>1500.00</b>
Total de inversión			<b>233024.00</b>

**Elaborado por:** Juana Yuquilema

El capital de trabajo del proyecto está representado por los insumos necesarios para la producción de los sacos de Frejol Monteadro Rojo de 45.5 Kg. El capital de trabajo se tiene en cuenta para tres meses de operaciones debido a que se considera que en ese periodo de tiempo el proyecto debe generar ingresos y para el resto del periodo estos ingresos suplen las necesidades de los insumos, ver tabla.

**Tabla 18: Capital de trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO PARA TRES MESES		
CAPITAL DE TRABAJO	MENSUAL	TRIMESTRAL
Mano de obra	23986	71958
Insumos	2620.88	7862.64
<b>Total</b>		<b>79820.64</b>

**Elaborado por:** Juana Yuquilema

#### **4.2.10.4 Gastos y Costos**

Para evaluar la rentabilidad de la inversión es preciso considerar los costos y gastos involucrado en el desarrollo de las operaciones. Ello hace referencia a los gastos operativos para realizar la exportación del producto hacia Colombia en contenedores de 20ft con 20 t de Frejol Monteadro Rojo de manera mensual y sus proyecciones anuales de acuerdo con la oferta exportable.

**Tabla 19: Costos del proyecto**

<b>GASTOS Y COSTOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>	<b>AÑO 2019</b>
<b>Intereses Causados</b>	<b>72997.083</b>	<b>72997.08</b>	<b>72997.0827</b>
Obligaciones Financieras	72997.08	72997.08	72997.08
<b>Gastos de Operaciones</b>	<b>49057.83</b>	<b>51207.27</b>	<b>62501.56</b>
Flete interno Chimborazo (Pallatanga) – Tulcán	11109.00	11686.50	14721.00
Seguro interno Chimborazo (Pallatanga) – Tulcan (3,6%)	399.92	420.71	529.96
Trámite de aduana DAE	1058.00	1113.00	1402.00
Trámite de aduana (cambio de ciudad)	793.50	834.75	1051.50
Trámite inspección antinarcóticos	1269.60	1335.60	1682.40
Trámite certificado de origen	264.50	278.25	350.50
Trámite certificado de fitosanitario	391.46	411.81	518.74
Agente Aduanero (Transdir)	476.10	500.85	630.90
Flete internacional Tulcán - Bogotá	15764.20	16583.70	20889.80
Seguro internacional	472.93	497.51	626.69
Estiba y almacenamiento	6174.06	6495.02	8181.51
Gatos aduaneros	3174.00	3339.00	4206.00
Depreciaciones	7710.56	7710.563	7710.563
Otros gastos	5129.73	5180.49	5231.25
<b>Costos de producción</b>	<b>326480</b>	<b>343420</b>	<b>432432</b>
<b>Total</b>	<b>448534.92</b>	<b>467624.35</b>	<b>567930.65</b>

Elaborado por: Juana Yuquilema

#### 4.2.10.5 Fuentes de financiamiento

Otro elemento importante para el análisis de la rentabilidad de la inversión es el financiamiento de la misma. Del monto total de la inversión el 30 % se realiza con recursos propios y el 70 % con recursos ajenos o préstamos bancarios, ver tabla.

**Tabla 20: Financiamiento de la inversión**

<b>INVERSION TOTAL</b>			
<b>INVERSION</b>	<b>FUENTE</b>		<b>MONTO</b>
	<b>PROPIO</b>	<b>PRESTAMO</b>	
Inversión Fija	69907.2	163116.8	233024.00
Capital de trabajo	23946.192	55874.448	79820.64
<b>Total</b>	<b>93853.392</b>	<b>218991.25</b>	<b>312844.64</b>
<b>Porcentaje (%)</b>	<b>30%</b>	<b>70%</b>	

Elaborado por: Juana Yuquilema

En la tabla se presenta como se realiza la amortización del préstamo para los tres años que dura la inversión.

**Tabla 21: Amortización del préstamo**

<b>AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO</b>			
<b>PERIODO/AÑOS</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>SALDO FINAL</b>
1	72997.08	7299.708267	80296.79093
2	72997.08	7299.708267	80296.79093
3	72997.08	7299.708267	80296.79093
<b>Total</b>	<b>218991.25</b>	<b>21899.1248</b>	<b>240890.373</b>

**Elaborado por:** el autor

#### **4.2.10.6 Flujo de caja**

El análisis de los ingresos generados por el proyecto es otro factor elemental para determinar la rentabilidad de la inversión, para ello se calcula el flujo de caja en cada uno de los años que dura la inversión, ver tabla 22.

**Tabla 22: Flujo de caja**

<b>FLUJO DE CAJA</b>					
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	
<b>Flujos Iniciales</b>					
(+)	Activos	-233024			
(+)	Capital de trabajo	-79820.64			
<b>(=) Flujos Operacionales</b>					
	<b>Ingresos</b>		<b>502440</b>	<b>528510.00</b>	<b>665496.00</b>
(-)	<b>Costos de producción</b>		<b>326480</b>	<b>343420</b>	<b>432432</b>
(-)	Flete interno Chimborazo (Pallatanga) – Tulcán		11109.00	11686.50	14721.00
(-)	Seguro interno Chimborazo (Pallatanga) – Tulcan (3,6%)		399.92	420.71	529.96
(-)	Trámite de aduana DAE		1058.00	1113.00	1402.00
(-)	Trámite de aduana (cambio de ciudad)		793.50	834.75	1051.50
(-)	Trámite inspección antinarcóticos		1269.60	1335.60	1682.40
(-)	Trámite certificado de origen		264.50	278.25	350.50
(-)	Trámite certificado de fitosanitario		391.46	411.81	518.74
(-)	Agente Aduanero (Transdir)		476.10	500.85	630.90
(-)	Flete internacional Tulcán - Bogotá		15764.20	16583.70	20889.80
(-)	Seguro internacional		472.93	497.51	626.69
(-)	Estiba y almacenamiento		6174.06	6495.02	8181.51
(-)	Gatos aduaneros		3174.00	3339.00	4206.00
(-)	Otros gastos		5,129.73	5,180.49	5,231.25
(=)	<b>Utilidades antes Reparto</b>		<b>129,483.00</b>	<b>136,412.80</b>	<b>173,041.75</b>
(-)	Reparto a los trabajadores (15%)		19,422.45	20,461.92	25,956.26
(=)	<b>Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>110,060.55</b>	<b>115,950.88</b>	<b>147,085.49</b>
(-)	Impuestos (22%)		24,213.32	25,509.19	32,358.81
(-)	Impuestos locales		61,748.94	61,748.94	61,748.94
(=)	<b>Utilidades después de Impuesto</b>		<b>85,820.23</b>	<b>90,414.69</b>	<b>114,699.68</b>
(+)	Readición de la depreciación		7,710.56	7,710.56	7,710.56
(+)	Readición de la amortización		72,997.08	72,997.08	72,997.08
(=)	<b>Flujos de Efectivo Operacionales</b>		<b>166,527.87</b>	<b>171,122.33</b>	<b>195,407.33</b>
(=)	<b>Flujo de Efectivo Total</b>	<b>-312844.64</b>	<b>166,527.87</b>	<b>171,122.33</b>	<b>195,407.33</b>

Elaborado por: Juana Yuquilema

#### 4.2.10.7 Estado de situación inicial

Para presentar el estado de situación inicial se procede a mostrar los estados financieros de la empresa en el año 2014. Los estados financieros disponibles son el balance general y el estado de resultado.

**Tabla 23: Balance general año 2014**

<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>2014</b>
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
CAJA Y BANCOS	48889.26
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	21113
CRÉDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO (RENTA)	3452.58
INVENTARIOS	38411
<b>TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>111865.84</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	
MUEBLES Y ENSERES	174.11
MAQUINARIA, EQUIPO E INSTALACIONES	76
OTRAS PROPIEDADES PLANTAS Y EQUIPOS	31503.53
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA ACTIVO FIJO	94.98
<b>TOTAL ACTIVO FIJOS</b>	<b>31658.66</b>
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>143524.5</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTE	271.34
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>271.34</b>
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>271.34</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	
CAPITAL SUSCRITO Y/O ASIGNADO	118246.04
PÉRDIDAS DE EJERCICIOS ANTERIORES	36404.54
UTILIDAD DEL EJERCICIO	61411.66
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>143253.16</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>143524.5</b>

Elaborado por: Juana Yuquilema

**Tabla 24: Estado de resultados 2014**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>2014</b>
<b>VENTAS NETAS LOCALES GRAVADAS CON TARIFA 0%</b>	<b>201817.40</b>
(-) COMPRAS NETAS LOCALES DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	72752.26
(-) INVENTARIO INICIAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO	29036.25
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>100028.89</b>
<b>(-) GASTOS</b>	<b>5078.97</b>
HONORARIOS PROFESIONALES Y DIETAS	1466.53
SUMINISTROS MATERIALES	207.61
TRANSPORTE	1796.41
IVA AL COSTO O GASTO	250.87
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	23.27
PAGOS POR OTROS SERVICIOS	1013.05
PAGOS POR OTROS BIENES	321.23
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>94949.92</b>
(-) INTERESES BANCARIOS	133.40
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>94816.52</b>
(-) IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	0.00
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>94816.52</b>
(-) 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	14222.48
GASTOS NO DEDUCIBLES LOCALES	4691.60
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>75902.45</b>
IMPUESTO CAUSADO	14490.79
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>61411.66</b>

Elaborado por: Juana Yuquilema

#### 4.2.10.8 Proyección del balance general

En la tabla 25 se presenta la proyección del balance general utilizando el método de regresión lineal.

**Tabla 25: Proyección del balance general**

BALANCE GENERAL	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
CAJA Y BANCOS	48889.26	86146.73	87008.1973	58312.24	58620.75	55772.42
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	21113	21124.13	21535.26	21746.39	21957.52	22168.65
CRÉDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO (RENTA)	3452.58	3487.1	3521.62	3556.14	3590.66	3625.18
INVENTARIOS	38411	38795.11	39179.22	39463.33	39947.44	40331.55
<b>TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>111865.84</b>	<b>149553.07</b>	<b>151244.297</b>	<b>123078.1</b>	<b>124116.37</b>	<b>121897.8</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>						
MUEBLES Y ENSERES	174.11	175.85	177.59	179.33	181.07	182.81
MAQUINARIA, EQUIPO E INSTALACIONES	76	76.76	77.52	78.28	79.04	79.8
OTRAS PROPIEDADES PLANTAS Y EQUIPOS	31503.53	32020.5954	32133.59	32248.62	32763.65	33078.68
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA ACTIVO FIJO	94.98	95.92	110.46	97.8	98.74	99.68
<b>TOTAL ACTIVO FIJOS</b>	<b>31658.66</b>	<b>32177.2854</b>	<b>32278.24</b>	<b>32408.43</b>	<b>32925.02</b>	<b>33241.61</b>
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>143524.5</b>	<b>181730.36</b>	<b>183522.537</b>	<b>155486.53</b>	<b>157041.39</b>	<b>155139.41</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTE	271.34	274	276.66	279.32	281.98	284.64
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>271.34</b>	<b>274</b>	<b>276.66</b>	<b>279.32</b>	<b>281.98</b>	<b>284.64</b>
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>271.34</b>	<b>274</b>	<b>276.66</b>	<b>279.32</b>	<b>281.98</b>	<b>284.64</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>						
CAPITAL SUSCRITO Y/O ASIGNADO	118246.04	119428.5	120610.96	121793.42	122975.88	124158.34
PÉRDIDAS DE EJERCICIOS ANTERIORES	36404.54	0	0	0	0	0
UTILIDAD DEL EJERCICIO	61411.66	62027.86	62662.12	33413.79	107561.70	64482.21
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>143253.16</b>	<b>181456.358</b>	<b>183273.079</b>	<b>155207.212</b>	<b>107561.70</b>	<b>154854.78</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>143524.5</b>	<b>181730.36</b>	<b>183549.739</b>	<b>155486.532</b>	<b>157041.397</b>	<b>155139.417</b>

**Elaborado por:** Juana Yuquilema

#### 4.2.10.9 Proyección del estado de resultados

En la tabla se presenta la proyección del estado resultado hasta el año 2017, la proyección se realiza utilizando el método de proyección lineal.

**Tabla 26: Proyección de estados de resultados**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>VENTAS NETAS LOCALES GRAVADAS CON TARIFA 0%</b>	<b>201817.40</b>	203835.58	205873.93	502440.00	528510.00	665496.00
(-) COMPRAS NETAS LOCALES DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	72752.26	73479.78	74207.30	326480.00	343420.00	432432.00
(-) INVENTARIO INICIAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO	29036.25	29326.61	29616.97	29907.33	30197.69	30488.05
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>100028.89</b>	<b>101029.19</b>	<b>102049.66</b>	<b>146052.67</b>	<b>154892.31</b>	<b>202575.95</b>
<b>(-) GASTOS</b>	<b>5078.97</b>	<b>5129.73</b>	<b>5180.49</b>	<b>5231.25</b>	<b>5282.01</b>	<b>5332.77</b>
HONORARIOS PROFESIONALES Y DIETAS	1466.53	1481.19	1495.85	1510.51	1525.17	1539.83
SUMINISTROS MATERIALES	207.61	209.68	211.75	213.82	215.89	217.96
TRANSPORTE	1796.41	1814.37	1832.33	1850.29	1868.25	1886.21
IVA AL COSTO O GASTO	250.87	253.37	255.87	258.37	260.87	263.37
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	23.27	23.50	23.73	23.96	24.19	24.42
PAGOS POR OTROS SERVICIOS	1013.05	1023.18	1033.31	1043.44	1053.57	1063.70
PAGOS POR OTROS BIENES	321.23	324.44	327.65	330.86	334.07	337.28
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>94949.92</b>	<b>95899.46</b>	<b>96869.17</b>	<b>140821.42</b>	<b>149610.30</b>	<b>197243.18</b>
(-) INTERESES BANCARIOS	133.40	133.40	133.40	72997.08	7299.71	7299.71
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>94816.52</b>	<b>95766.06</b>	<b>96735.77</b>	<b>67824.34</b>	<b>142310.59</b>	<b>189943.47</b>
(-) IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>94816.52</b>	<b>95766.06</b>	<b>96735.77</b>	<b>67824.34</b>	<b>142310.59</b>	<b>189943.47</b>
(-) 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	14222.48	14364.00	14507.64	14652.72	14799.24	14947.24
GASTOS NO DEDUCIBLES LOCALES	4691.60	4738.51	4785.42	4832.34	4879.25	4926.17
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>75902.45</b>	<b>76663.55</b>	<b>77442.71</b>	<b>48339.28</b>	<b>122632.09</b>	<b>170070.07</b>
IMPUESTO CAUSADO	14490.79	14635.69	14780.59	14925.49	15070.39	15215.29
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>61411.66</b>	<b>62027.86</b>	<b>62662.12</b>	<b>33413.79</b>	<b>107561.70</b>	<b>154854.78</b>

**Elaborado por:** Juana Yuquilema

#### **4.2.11 Evaluación Financiera**

El desarrollo de la evaluación económica y financiera de la inversión tiene como objetivo conocer la rentabilidad de la misma y su tiempo de recuperación a partir del análisis del flujo de caja en cada uno de los años de duración de la misma.

#### 4.2.11.1 Indicadores de rentabilidad

##### Valor Actual Neto

El valor actual neto de la inversión representa el valor actual de los flujos de efectivos futuros siempre. Es una interpretación de la rentabilidad de absoluta de la inversión. Para el cálculo del VAN se presenta la siguiente ecuación:

$$VAN = -I + \frac{FC1}{(1+k)^1} + \frac{FC2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FCn}{(1+k)^n}$$
$$VAN = -312844.64 + \frac{166527.87}{(1+0.1)^1} + \frac{171122.33}{(1+0.1)^2} + \frac{195407.33}{(1+0.1)^3}$$
$$VAN = \$ 126780.17$$

Dónde:

I= Inversión total

FC= Flujos anuales de caja

n= Duración de la inversión

k= Tasa de descuento

En la tabla se presentan los flujos de caja anuales.

**Tabla 27: Flujos de caja anuales**

Años	Inversión	Flujo de Caja	Saldo Acumulado
0	(312,844.64)		(312,844.64)
1		166,527.87	(146,316.77)
2		171,122.33	24,805.57
3		195,407.33	220,212.89

Elaborado por: Juana Yuquilema

El VAN de la inversión se considera elevado pues alcanza para tres años 126780.17 dólares por lo que se considera que el proyecto es viable.

## Tasa Interna de Rentabilidad

La tasa interna de retorno es otro indicador que mide la rentabilidad de la inversión su cálculo se realiza cuando el VAN alcanza valor cero utilizando la siguiente fórmula:

$$TIR = k1 + \frac{VANp (k2-k1)}{VANp + |VANn|}$$
$$TIR = 0.313 + \frac{465.37(0.313-0.311)}{465.37 + |-426.89|}$$
$$TIR=0.31$$

Dónde:

k1: Tasa de descuento para último VAN negativo.

VANp: Valor actual neto correspondiente a k1

k2: Tasa de descuento para primer VAN positivo.

VANn: Valor actual neto correspondiente a k2.

**Tabla 28: Cálculo de la TIR**

TASA	VAN
10%	126,780.17
31.30%	(426.89)
31.10%	465.37

**Elaborado por:** Juana Yuquilema

La tasa interna de rentabilidad de la inversión es del 31 % lo que indica que se obtienen 31 centavos por cada dólar invertido en el proyecto. Este valor se considera favorable para el desarrollo del proyecto.

#### 4.2.11.2 Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación es el tiempo que se demora para alcanzar el punto de equilibrio, es decir cuando ya los flujos de cajas comienzan a ser positivos. Su cálculo se realiza utilizando la siguiente fórmula.

$$\text{PRI} = tn + \frac{/SA1/}{/SA1/+SA2} - m$$
$$\text{PRI} = 3 + \frac{/21544.41/}{/21544.41/+158888.59} - 1$$
$$\text{PRI} = 1.87$$

Dónde:

PRI: periodo de recuperación de la inversión

m: cantidad de años con saldo negativo.

SA<sub>1</sub>: saldo acumulado en el último año de efecto negativo.

SA<sub>2</sub>: saldo acumulado en el primer año de efecto positivo.

tn: duración de la inversión en años.

El periodo de recuperación de la inversión obtenido es de 1.87 equivalente a un año, 10 meses y 13 días aproximadamente.

## CONCLUSIONES

Luego de haber realizado un proyecto de exportación de frejol rojo montado, se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- La planta de producción de COPROCOFREPAC no opera al 100% puesto que ciertas temporadas del año carece de materia prima para el constante abastecimiento; además se necesita de una adecuada maquinaria y equipamiento para obtener un producto de mayor calidad, recalcando que los 129 socios producen un promedio de 66 quintales cada uno pudiendo mejorarlo con una adecuada capacitación.
- El estudio de mercado se observa que en Bogotá existe una alta demanda de frejol, debido a que en el mercado interno la mayoría está destinada a la exportación. Naciendo una necesidad de toda la población del mercado colombiano por ende adquirir nuestro producto. En relación al estudio económico financiero muestra indicadores como el valor actual neto de 126780.17 y la tasa interna de retorno 31% con favorable cifra y cumple con los estándares para realizar el comercio internacional, esto quiere decir que el proyecto de exportación, es factible desde el punto de vista financiero.
- Mediante la elaboración de un manual de exportación se detalló con exactitud todos los pasos que la asociación debe implementar para obtener una exportación eficiente y colocar su producto en mercados internacionales, específicamente en Bogotá.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda operar al máximo provecho a las maquinarias y equipamientos para que no se descompongan y obtener una máxima capacidad productiva. Seguir asociando a más productores con el fin de tratar de exportar una mayor cantidad, así mismo buscar proveedores en temporadas que no existan materia prima y realizar capacitaciones sobre cultivo de frejol, así obtener una mejor producción y producto de calidad.
- Se debe realizar un estudio al mercado colombiano debido a que es un nicho muy importante para nuestro producto. que la situación financiera sea controlada constantemente para prevenir futuros inconvenientes así obtener una buena administración de recursos económicos y humanos, permitirá un mejor desarrollo de la corporación y sus asociados.  
.
- Se recomienda a la corporación la puesta en marcha del proyecto de exportación, dado que cumple con todos los requisitos y tiene una guía a seguir para exportar.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADUANA. (2015). [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action). Recuperado el 2016, de [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)
- ADUANA. (2015). [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action). Obtenido de [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)
- AGROCALIDAD. (2014). Recuperado el 2016, de Dirección de Control Fitosanitario: <http://www.agrocalidad.gob.ec/importaciones-sanidad-vegetal/>
- ANDRADE, S. (2007). *DICCIONARIO DE FINANZAS, ECONOMIA Y CONTABILIDAD*. MEXICO: LIBRERIA LUCERO.
- ÁNGEL, B. L. (2015). *El ciclo de los proyectos*. Recuperado el 2016, de <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTPPSPA/NISH/0,,contentMDK:20223137~menuPK:64130736~pagePK:64130965~piPK:64130262~theSitePK:384979,00.html>
- Bogotá, C. d. (2013). *Departamento de información Económica y estadística*. Bogotá: FELANCE.
- Bogotá, C. d. (2015). *Venta y compra de frijol al por mayor*. Recuperado el 2016, de <https://www.ccb.org.co/content/download/13731/175123/file/Frijol.pdf>
- CEMACAN. (2015). *INFORME PARA EL MTC CON EL ANALISIS DE LA PROBLEMÁTICA DEL TRANSPORTE DE BLOQUES DE MÁRMOL EN LA CARRETERA CENTRAL CENTRO PROMOTOR DE CANTERAS Y MARMOLES*. Recuperado el 2016, de <http://slideplayer.es/slide/3374635/>
- Coprocofrepac, M. (01 de OCTUBRE de 2008). *MAGAP - 163*. Recuperado el 2016, de [http://balcon.magap.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2008/2008\\_168.pdf](http://balcon.magap.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2008/2008_168.pdf)
- DAVILA, B. L. (2010). *COMO ELABORAR PROYECTOS DE INVERSION PASO A PASO*. QUITO-ECUADOR: OSEAS- ESPIN .
- Egas, K. (diciembre de 2014). Recuperado el 2016, de DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/declaracion-aduanera-de-exportacion-1>

- FELIX, L. (21 de junio de 2011). *EL FREJOL*. Obtenido de <http://elfrijolysuorigen.blogspot.com/2011/06/historia-del-frejol.html>
- FENALCE. (2015). *FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES Y LEGUMINOSAS DEPARTAMENTO ECONÓMICO Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN*. BOGOTÁ.
- FENALCE. (2016). *ÍNDICE CEREALISTA*. Recuperado el 2016, de <http://www.fenalce.org/nueva/pg.php?pa=19>
- Figueroa, H. (2014). *La importancia de los Incoterms® 2010 en las actividades de comercio exterior. (Parte I)*. Recuperado el 2016, de <https://pymeinternacionalizada.wordpress.com/tag/etapas-de-la-logistica-internacional-de-mercancias/>
- Granados, S. J. (2015). *Definición de Proyecto*. Recuperado el 2016, de Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo: <http://conceptodefinicion.de/proyecto/>
- ICA. (2015). *cERTIFICADOS PARA LA INTERNACION*. Recuperado el 2016, de <http://www.ica.gov.co/Noticias/Todas/2016/El-ICA-implementa-el-codigo-QR-en-los-certificados.aspx>
- INCOTERM. (2010). Recuperado el 2016, de <http://multitranslog.com/zb/wp-content/uploads/2015/04/Incoterms-2013.jpg>
- INCOTERM. (2015). Recuperado el 2016, de <http://multitranslog.com/zb/wp-content/uploads/2015/04/Incoterms-2013.jpg>
- INEN. (1987). *Granos y cereales. Fréjol en grano. Requisitos*. Quito: INEN 1 561 .
- INIAP . (5 de 03 de 2008). *INIAP.GOB.EC*. Obtenido de <HTTP://WWW.INIAP.GOB.EC>
- INIAP. (2010). *MANUAL AGRICOLA DE FREJOL Y OTRAS LEGUMBRES*. Recuperado el 2016, de <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/MANUAL%20FREJOL%20Y%20LEGUMIN%202010.pdf>
- MAGAP. (2014). *MAGAP entregó insumos y maquinaria agrícola a pequeños productores de fréjol*. Recuperado el 2016, de <http://www.agricultura.gob.ec/magap-entrego-insumos-y-maquinaria-agricola-a-pequenos-productores-de-frejol/>

- MAGAP. (2014). *Productores de fréjol firmaron acuerdo comercial*. Recuperado el 2016, de <http://www.agricultura.gob.ec/productores-de-frejol-firmaron-acuerdo-comercial/>
- MAGAP. (2015). *Entrega de 200 qq de frejol montado rojo*. Recuperado el 2016, de <http://www.agricultura.gob.ec/pequenos-productores-de-frejol-reciben-insumos-para-siembra/>
- MAGAP. (2015). *PROYECTO: K001 MAGAP - Proyecto Nacional de Semillas para agro cadenas estratégicas*. Quito: Subsecretaría de Comercialización.
- MARTIN, M., & MARTINEZ, R. (2011). *MANUAL PRACTICO DE COMERCIO EXTERIOR*. MEXICO: FC.
- MINCETUR. (S.F de 2008). *MINCETUR.GOB.PE*. Obtenido de <HTTP://WWW.MINCETUR.GOB.PE>
- Nuez, J. P. (2015). *proyecyo de inversion*. Recuperado el 2016, de <http://proinversion.blogspot.com/2007/10/etapas.html>
- NUTRICIONSALUD. (2008). *NUTRICIONYSALUD-ENLINEA.BLOGSPOT.COM*. Obtenido de <HTTP://NUTRICIONYSALUD-ENLINEA.BLOGSPOT.COM/2008/11/BENEFICIOS-DEL-CONSUMO-DE-FRIJOLES.HTML>
- PORTALCOMERCIOEXTERIOR. (s.f de 2013). *PORTALCOMERCIOEXTERIOR.D*. Recuperado el 20 de 10 de 2015, de [HTTP://WWW.PORTALCOMERCIOEXTERIOR.D/GLOSARIO\\_TERMINOS](HTTP://WWW.PORTALCOMERCIOEXTERIOR.D/GLOSARIO_TERMINOS)
- PROECUADOR. (6 de 08 de 2015). *PROECUADOR.GOB.EC*. Obtenido de <HTTP://WWW.PROECUADOR.GOB.EC>
- PROECUADOR. (2016). *Guia para el exportador*. Recuperado el 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- Rosario, J. G. (2015). *Generalidades de la Carta de Porte*. Recuperado el 2016, de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/generalidades-de-la-carta-de-porte>
- SENAE. (11 de septiembre de 2010). Recuperado el 2016, de Procedimientos para Exportar desde Ecuador: <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2011/09/procedimientos-exportar-desde-ecuador.html>

- SENAE. (2015). *Operadores de Cargas Multimodal*. Recuperado el 2016, de <http://slideplayer.es/slide/5392384/>
- SHADUSEN, R. (2005). *MERCADOTECNIA*. BONN.
- URBINA, G. B. (2010). *EVALUACION DE PROYECTOS*. MEXICO: MEXICANA.
- URBINA, G. B. (2010). *evaluacion de proyectos* . mexico : mexicana.