



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR  
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

## **TRABAJO DE TITULACION**

Previo a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

### **TEMA:**

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE LA MEZCLA EN POLVO SOYA-MACHICA ELABORADO POR LA EMPRESA PRODUCTOS ALIMENTICIOS FORTALIZ, UBICADA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA EL MERCADO MADRID, ESPAÑA. PERIODO 2015 – 2016.

**AUTOR:**

**MARCELO JAVIER TENEMAZA PALA**

Riobamba - Ecuador

2017

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el Sr. Marcelo Javier Tenemaza Pala, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Diego Patricio Vallejo Sánchez

**DIRECTOR**

Ing. Luis Alberto Esparza Córdova.

**MIEMBRO**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Marcelo Javier Tenemaza Pala, 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 proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 25 de Mayo del 2017

Marcelo Javier Tenemaza Pala

**ASPIRANTE**

**C.C. 060459099-2**

## DEDICATORIA

*El presente trabajo lo dedico con mucho cariño a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, a quienes he podido culminar con éxito una de mis metas trazadas, a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, ellos me han sabido guiar a lo largo de mi carrera Universitaria, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad de tomar las decisiones acertadas que en adelante me permitirá ser un hombre ejemplar para mis futuros generaciones. Es por ello soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.*

***Marcelo Javier Tenemaza Pala***

## **AGRADECIMIENTO**

*Mi profundo agradecimiento a mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, Ingenieros Diego Patricio Vallejo S. y Luis Alberto Esparza C., gracias a su paciencia y enseñanza, ayudaron a la culminación de este trabajo y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad Escuela Superior Politécnica De Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería de Finanzas y Comercio Exterior, Carrera de Comercio Exterior, por haber sido una fuente de conocimientos que me ha permitido alcanzar mi carrera profesional. Preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.*

***Marcelo Javier Tenemaza Pala***

# ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de cuadros .....	x
Índice de gráficos.....	xi
Índice de figuras.....	xii
Índice de tablas .....	xii
Índice de anexos.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción .....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1.1 Formulación del Problema.....	4
1.1.2 Delimitación del Problema .....	4
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	4
1.3 OBJETIVOS .....	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.2 Objetivos Específicos .....	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	7
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	7
2.1.1 El comercio como nexo económico.....	7
2.1.2 Antecedentes Investigativos .....	7
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	9
2.2.1 La Exportación.....	9
2.2.2 Producción .....	10
2.2.3 Comercialización .....	11
2.2.4 Alcance .....	11
2.2.5 Antecedentes de la Soya .....	12

2.2.6	Antecedentes Históricos de la Cebada.....	13
2.2.7	Responsabilidad social.....	13
2.2.8	Aspectos Legales .....	14
2.2.9	Proyecto .....	18
2.2.10	Proyecto de Exportación.....	19
2.2.11	Estudios de un proyecto.....	21
2.3	FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA.....	27
2.4	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....	28
2.4.1	Aceptación: .....	28
2.4.2	Al costado: .....	28
2.4.3	Almacén fiscal: .....	28
2.4.4	Calidad.....	28
2.4.5	Canal de distribución: .....	29
2.4.6	Certificado de Fabricación:.....	29
2.4.7	Comercializadora Internacional: .....	29
2.4.8	Conocimiento de embarque: .....	29
2.4.9	Costo y flete (Cost &Freigh): .....	30
2.4.10	Costo y seguro (Cost&Insurance):.....	30
2.4.11	Costo, seguro y flete (Cost, Insurance&Freigh): .....	30
2.4.12	Exportación:.....	30
2.4.13	Mercado. ....	30
2.4.14	Mipymes. ....	31
2.4.15	Pago contra documentos (Cash AgainstDocuments):.....	31
2.4.16	Pago contra pedido (Cash WithOrder) : .....	31
2.4.17	Pago por anticipado (Cash in Advance): .....	31
2.4.18	Perfil del consumidor.....	31
2.4.19	Plan De Negocio: .....	31
2.4.20	Productividad.....	32
2.4.21	Producto.....	32
2.4.22	Régimen Tributario.....	32
2.4.23	Reservación:.....	32
2.4.24	Riesgo Cambiario: .....	32
2.4.25	Tasa Ad Valorem: .....	33
2.5	IDEA A DEFENDER .....	33

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	34
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	34
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	34
3.2.1 Investigación de campo .....	34
3.2.2 Investigación bibliográfica-documental .....	35
3.2.3 Investigación Exploratoria.....	35
3.2.4 Investigación Descriptiva .....	36
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	36
3.3.1 Población.- .....	36
3.3.2 Tamaño de la muestra .....	37
3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	38
3.4.1 Métodos .....	38
3.4.2 Instrumentos.....	39
3.5 RESULTADOS .....	40
3.5.1 Encuesta.-.....	40
3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER .....	48
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	49
4.1 TITULO .....	49
4.2 El Mercado de Madrid España.....	49
4.3 ESTUDIO DE MERCADO .....	54
4.3.1 Producto .....	54
4.3.2 Precio .....	55
4.3.3 Oferta .....	55
4.3.4 Demanda .....	56
4.3.5 Canales de distribución .....	59
4.3.6 Marketing.....	60
4.4 ESTUDIO TÉCNICO .....	60
4.4.1 Tamaño .....	60
4.4.2 Localización.....	63
4.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	64
4.5.1 Proceso productivo .....	66
4.5.2 Descripción Teórica del Proceso de Producción .....	67
4.5.3 Determinación de las características técnicas del producto terminado.....	70
4.5.4 Distribución en planta.....	70



4.5.5	Logística de exportaciones.....	72
4.5.6	Forma de pago .....	77
4.5.7	Requisito y documento para exportar .....	79
4.6	ESTUDIO ECONÓMICO .....	92
4.6.1	Costos.....	92
4.6.2	Estados de flujo neto de efectivo proyectado del proyecto de exportación.....	100
4.6.3	Programa de Financiamiento .....	103
4.7	EVALUACIÓN .....	104
4.7.1	Financiera.....	104
4.7.2	Social .....	106
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>108</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>110</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>111</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>117</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Productos que cultiva.....	41
Cuadro 2: Lo que usted produce .....	42
Cuadro 3: Comercialización de productos.....	43
Cuadro 4: Pago por los productos.....	44
Cuadro 5: Asociación de productores .....	45
Cuadro 6: Formar parte del centro de acopio .....	46
Cuadro 7: Comercializar productos a través de Fortaliz.....	47
Cuadro 8: Crecimiento de la Oferta.....	56
Cuadro 9: Proyección de la demanda Datos Históricos.....	57
Cuadro 10: Proyección de la demanda .....	58
Cuadro 11: Demanda Proyectada .....	58
Cuadro 12: Proyección Demanda Insatisfecha .....	59
Cuadro 13: Producción .....	61
Cuadro 14: Capacidad instalada de producción anual .....	62
Cuadro 15: Capacidad utilizada.....	62
Cuadro 16: Flujograma del proceso productivo de la machica soya .....	69

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Productos que cultiva .....	41
Gráfico 2: Lo que usted produce.....	42
Gráfico 3: Comercialización de productos .....	43
Gráfico 4: Pago por los productos .....	44
Gráfico 5: Asociación de productores .....	45
Gráfico 6: Formar parte del centro de acopio .....	46
Gráfico 7: Comercializar productos a través de Fortaliz .....	47
Gráfico 8: Mapa de población Ecuatoriana en España 2010 .....	52
Gráfico 9: Residentes ecuatorianos por edad.....	54
Gráfico 10: Crecimiento de la Oferta .....	56
Gráfico 11: Proyección de la Demanda .....	59
Gráfico 12: Tostador Cilíndrico.....	65
Gráfico 13: Molino .....	65
Gráfico 14: Empacadora Automática .....	66
Gráfico 15: Empaque de 400g. ....	70
Gráfico 16: Distribución física de la empresa .....	72
Gráfico 17: Incoterms .....	75
Gráfico 18: Flujograma para carta de crédito .....	79
Gráfico 19: Contenedor 40 pies standard .....	89
Gráfico 20: Medidas del contenedor de 40 pies .....	90

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Canales básicos de distribución de productos de consumo.....	26
--	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ficha Técnica.....	73
Tabla 2: Partida Arancelaria .....	74
Tabla 3.: Costo de Transporte Interno .....	90
Tabla 4: Costo de Almacenaje .....	91
Tabla 5: Costo Trámites Aduaneros .....	91
Tabla 6: Costo Total Logística.....	92

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta .....	117
Anexo 2: Empresa fortaliz .....	119
Anexo 3: Ruc de la Empresa Fortaliz .....	120

## RESUMEN

El proyecto de exportación de la mezcla en polvo soya-machica elaborado por la empresa productos alimenticios Fortaliz, de la ciudad de Riobamba, y establecer en principio su grado de viabilidad hacia el mercado Madrid, España. Durante el periodo 2015 – 2016. En el estudio de mercado una vez comparada la demanda efectiva con la oferta proyectada podemos estimar la demanda insatisfecha, lo cual proporciona la posibilidad de exportar el producto hacia el mercado español, además se hizo una investigación acerca de la cultura y economía, entre los principales puntos estudiados podemos encontrar: Geografía, la estabilidad económica, la población. También se investigó todos los aspectos necesarios para que el producto pueda entrar en este mercado. Además el estudio económico financiero nos señala la viabilidad del proyecto a través de sus diferentes indicadores como se determinó el VAN de 374,230.74, y el TIR de 68.98%. Por tanto se concluye que la empresa se encuentra en constante avance para poder colocar el producto en el mercado internacional.

**Palabras Claves:** PROYECTO DE EXPORTACIÓN. HARINA DE SOYA MACHICA. TASA INTERNA DE RETORNO. VALOR ACTUAL NETO.

Ing. Diego Patricio Vallejo Sánchez .

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **ABSTRACT**

The Project for the export of barley flour blend prepared by the food company Fortaliz in the city of Riobamba, It was to establish in principle its degree of viability towards the market of Madrid, Spain. During the period 2015-2016. In the market study, once the actual demand is compared with the projected supply, the unsatisfied demand can be estimated which will provide the possibility of exporting the product to the Spanish market. In addition, an investigation was made regarding the culture and economy. Among the main points studied were geography and the economic stability of the population. Also investigated were all the aspects necessary for the product to enter this market. Furthermore, the financial economic study showed the feasibility of the project through its different indicators. Since it established the VAN to be 374,230.74, and the IRR of 68.98 % it is possible to conclude that the company is in constant progress toward placing the product in the international market.

Key Words: Export Project, Barley flour, Internal Return Rate, Current Net Value.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente en nuestro país y a nivel mundial el nivel de enfermedades asociadas con la baja calidad alimenticia está aumentando a un ritmo acelerado. Según el VI Censo de Población y V de Vivienda realizado en el 2001 el número de muertes por diabetes mellitus (enfermedad que afecta a personas insulino-dependientes que experimentan niveles extremos muy altos o bajos de la concentración de azúcar en la sangre) y enfermedades hipertensivas fue de 2500 y 1995 respectivamente de una población estimada de 12'156,608 habitantes.

Está comprobado que el consumo no moderado de alimentos refinados produce complicaciones a personas que padecen estas enfermedades, debido a que implican una menor ingestión de ciertas vitaminas y minerales y, además de esto, disminuyen las reservas de por sí escasas de algunos nutrientes necesarios para la asimilación de éstos para el metabolismo.

Como alternativa saludable a éste grupo de problemas existe el polvo soya-machica que es un producto muy nutritivo y que conserva todas las propiedades de la soya y la cebada gracias a su proceso productivo, el mismo que no utiliza elementos químicos perjudiciales para la salud. Sobre el contexto se lleva a cabo el proyecto de exportación de este producto, para lo cual se realiza un estudio general de la empresa productos alimenticios FORTALIZ como agrupación promotora de llevar a cabo la idea.

El primer capítulo del trabajo investigativo está conformado por el problema y su identificación, objetivos y justificación.

Un segundo capítulo busca orientar la investigación desde el punto de vista teórico, así como desde la perspectiva metodológica en el capítulo tercero, para finalmente desarrollar el marco propositivo en función de cada uno de los estudios que conlleva un proyecto: El estudio de mercado y su investigación, así como sus resultados, se encuentran en este capítulo, donde se realiza un análisis amplio del producto, sus sustitutos, consumidores, ofertantes y la demanda futura que tendrá el producto. La capacidad productiva que tendrá la planta procesadora y la localización de la misma.

El estudio económico; es decir el análisis de costos, gastos e ingresos que tendrá la unidad productiva, el mismo permite visualizar claramente los esfuerzos económicos que debe realizar los inversionistas que junto a las inversiones y su respectiva evaluación en aspectos de carácter financiero, social y ambiental permitirá concluir que la propuesta sea viable y atractiva desde el punto de vista financiero, la cual conlleva un incremento de mano de obra con un mínimo de contaminación al medio ambiente ya que los residuos son reutilizados como abono natural y fertilizante para los cultivos, situación que se amplía en los acápites finales.



# CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Históricamente, nuestro país se ha caracterizado por etapas de exportación dependientes de un solo grupo de productos considerados tradicionales, empezando con la exportación de cacao, banano, petróleo, camarón y posteriormente las flores, éstas últimas permitieron a la región Sierra, dejar su faceta de proveedor interno para convertirse en generador de divisas para nuestra economía. De acuerdo con datos del Banco Central del Ecuador durante los primeros años del sector florícola, los resultados eran positivos y el incremento anual hasta el año 1996, variaba aproximadamente desde el 24% hasta el 54%, evidenciando el incremento de producción y consecuentemente la incursión de otros productores, motivados por la rentabilidad que ofrecía el mercado. (BCE, 2015)

En los últimos años los resultados no han sido los esperados, debido a que el sector floricultor ha visto cómo sus ventas han decaído significativamente. Según datos de la Asociación de Productores y Exportadores de Flores (EXPOFLORES) las ventas han disminuido en un 9.6% ya que en el primer semestre del año 2014 se vendió alrededor de 110.260 toneladas mientras que en el 2015 se registra 106.091 toneladas, esto se debe entre otras causas, a la reducción de la demanda en Rusia, ocasionada por la devaluación del rublo, reducción de precios y problemas logísticos. (PROECUADOR, 2013)

El país está cursando un gran cambio en su forma industrial ya que se quiere llegar a la masificación de todos los productos de exportación no tradicionales y uno de estos es el sector de Industria Molinera en donde se enfoca mucho en lo que es la Harina de Cereal que ya en los últimos años ha tenido delimitado en su espacio geográfico en nuestro país, es aquí que en el cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo expende mucho de este producto pero a nivel nacional no más y la característica es el poder salir al mercado internacional donde estas harinas son muy cotizadas por su nutrición, calidad y su precio.

Este proyecto tiene como finalidad establecer la rentabilidad de la producción en Ecuador de derivados de Soya - Cebada y su comercialización enfocada al mercado Español.

En este contexto, el presente trabajo de investigación se basó en el estudio de un plan exportación hacia un país que ha evidenciado el interés por el consumo de cereales provenientes del Ecuador.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿Una vez realizado el proyecto de exportación será factible que la empresa de productos alimenticios “FORTALIZ” de la ciudad de Riobamba comience una exportación hacia la ciudad de Madrid, España. Periodo 2015 - 2016?

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

La presente investigación está orientada a la exportación de la mezcla en polvo Soya-Machica elaborado por la empresa Productos Alimenticios FORTALIZ, ubicado en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, calles: Olmedo 23-55 y Colon, hacia el mercado Madrid, España. Periodo 2015 – 2016.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

El Ecuador cambia su matriz productiva y esto se ve reflejado en la industria Molinera donde ya la forma pura de exportar harina no es solo en su base más sencilla sino ya en productos ya elaborados como la mezcla en polvo soya-machica, maíz-cebada, quinua-soya, trigo-quinua-cebada, etc. Y esto se ve reflejado en la prioridad del gobierno en varias ramas de sus instituciones como son PROECUADOR donde uno de su producto emblemas son las harinas de cereales, frutales y tienen todo el apoyo de esta institución que cada vez más se abre campo en nuevos mercados. (PROECUADOR, 2015)

El mercado español por historia es uno de los países emblemáticos en el consumo de harinas porque se le establece como un producto de , es un mercado que ya tiene entrada de productos ecuatorianos y los países de la Unión Europea está ubicado en el segundo lugar donde más se exporta los derivados de la Soya y Cebada en el país y aquí la

importancia de poder llegar a este mercado ya consolidado para poder tener de forma más clara que nuestros productos pueden llegar también a establecerse dentro de este país con nuestra calidad, formas de envío, modelos de la más alta gama y los precios muy competitivos con los del resto de nuestra competencia. (Tristana, 2017)

“Las tecnologías han cambiado la forma en la que nos comunicamos y obtenemos información y las marcas han tenido que adaptarse a ellas para conseguir llegar a un público cada vez más disperso y escurridizo. Si antes las planificaciones se hacían teniendo en cuenta muy pocos medios y soportes, hoy las posibilidades se han multiplicado exponencialmente, haciendo esta tarea mucho más complicada, pero también más apasionante dando la posibilidad de conseguir impactos de mejor calidad que lo que se hacía antes.” ( Lee Balladares & Revollar Vivas, 2016)

Con el proyecto de exportación se pretende ayudar a la empresa “Productos Alimenticios FORTALIZ” a optimizar su proceso de internacionalización mediante la exportación y distribución de su producto hacia el mercado de Madrid, España, generando que esta organización tenga una exitosa incursión del producto, presencia de marca y expansión a través de nuevas oportunidades de negocio, generando trabajo y mejorando el estilo de vida de muchas familias de la provincia.

La elaboración de este proyecto permitirá conocer y analizar variables fundamentales que influyen en el proceso de exportación como objetivos, metas, fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, competencia, características del mercado meta, logística, aspectos culturales, costos de viabilidad, financiamientos, posibles cambios en el producto, entre otros. Su importancia radica en el aporte de un mayor ingreso de divisas al país, mostrando una imagen de calidad y buen gusto en los productos que se cultivan en el Ecuador.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Realizar un proyecto de exportación de la mezcla en polvo SOYA-MACHICA elaborado por la empresa Productos Alimenticios FORTALIZ, ubicada en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado Madrid, España. Periodo 2015 – 2016.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio metodológico del sector de la producción de la mezcla en polvo SOYA-MACHICA dentro de la empresa Productos Alimenticios FORTALIZ.
- Realizar el estudio de mercado y de comercialización de la mezcla en polvo SOYA-MACHICA de la empresa Productos Alimenticios FORTALIZ en la ciudad de Madrid, España.
- Realizar un estudio económico y financiero de la exportación de la mezcla en polvo SOYA-MACHICA de la empresa Productos Alimenticios FORTALIZ a la ciudad de Madrid, España.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

#### 2.1.1 El comercio como nexo económico

“Al comercio como el nexo económico entre producción, consumo e inversión; al abastecer al consumidor final con géneros, se convierte en la última fase del proceso productivo. Partiendo del ámbito geográfico, el comercio se divide en comercio interior y exterior.” (Lafuente, 2008)

El comercio interior abarca el conjunto de actividades mercantiles llevado a cabo a escala interna o nacional, realizada entre vendedores y compradores asentados dentro de las fronteras político-económicas de un país determinado, lo cual conlleva una circulación monetaria y una obligatoriedad jurídica nacionales.

Al comercio exterior puede considerárselo como una técnica de economía exterior, denominada sector exterior; abarca el conjunto de relaciones de intercambio de bienes y servicios comerciales de un país (residentes) con socios extranjeros (no residentes) mediante ventas o compras que originan créditos y obligaciones en divisas y euros, relación que implica obligatoriedad jurídica nacional e internacional. Ha de calificarse de circulación mercantil exterior la de una economía nacional que, por regla, excede la frontera estatal. A través de ese proceso extraterritorial, la división nacional del trabajo se va ampliando y desemboca en la economía mundial.

#### 2.1.2 Antecedentes Investigativos

**“Plan de exportación de Harina de Plátano de la empresa Brito Vaca CIA. Ltda. Molino el Fénix de la ciudad de Riobamba al mercado de Estados Unidos ciudad de Miami fl.”**

El proyecto se realizó con el objetivo de conocer la posibilidad que tendrá la exportación de la harina de plátano producida en el Cantón Riobamba, hacia el Estado de Miami-Florida de los Estados Unidos, siendo un referente para futuros estudios y facilitar los

procesos sistemáticos de la empresa Molino el Fénix, dando lugar a la comercialización nacional e internacional del producto. A través de información relacionada con el tema obtenido de diferentes tipos de publicaciones se identifica y analiza el mercado al cual va llegar nuestro producto para proponer una estrategia de comercialización para la promoción de ventas. El plan de exportación propone diseñar una guía para que la Empresa pueda llevar al exterior su producto y obtenga un nuevo mercado. La investigación proporcionó los siguientes resultados: Con el estudio comercial identificamos el mercado, las características competitivas del producto, el mercado potencial, el diseño de los productos; además se propone una estrategia de comercialización. El estudio financiero nos señala la viabilidad del proyecto a través de sus diferentes indicadores como es rentabilidad VS inversión. Finalmente se llega a conclusiones que indiquen la viabilidad del plan para realizar el proceso de producción y exportación de la harina de plátano al mercado meta. Por tanto se recomienda que la Empresa se encuentre en un constante avance y mejoramiento del producto, teniendo en cuenta siempre las necesidades del cliente, que al igual que el tiempo van cambiando con el fin de llevar a cabo el proyecto a la realidad. (Orozco Collaguazo, 2012)

**Plan de Exportación de Fréjol para la Corporación de Productores de fréjol de los Cantones de Pallatanga, Alausí, Colta, COPROCOFREPAC, Provincia de Chimborazo hacia Cali - Colombia.”**

El objetivo de la presente investigación es Implementar un Plan de Exportación de Frejol para la Corporación de Productores de frejol de los Cantones de Pallatanga, Alausí, Colta , Provincia de Chimborazo hacia Cali - Colombia, con el esquema se realizó un análisis situacional, se empezó por el estudio técnico en el cual se detallaron la localización infraestructura, máquinas y equipos, calendario de producción, canales de distribución, se continuó con un análisis de comercialización donde se encontró a la empresa que comprará el producto en Cali - Colombia, certificados y documentos necesarios que la Corporación de Productores de frejol necesaria para exportar, luego se detallan los trámites de exportación y el régimen aduanero al cual la corporación se atiene, también se determinó la forma de pago más adecuada para realizar la transacción, y por ultimo como afectará a las finanzas de la empresa la actividad exportadora. Se concluyó que la corporación está en capacidad de exportar pues cumple con todos los requerimientos

legales y técnicos, y se recomendó poner en marcha el plan de exportación e iniciar la actividad exportadora. (Nonovo Anangonó & Pérez Aldáz, 2013)

El proyecto se basa en diferentes estudios para lograr su objetivo, en este caso exportarla mezcla en polvo SOYA-MACHICA elaborado por la empresa Productos Alimenticios FORTALIZ, con el fin de participar en el mercado internacional, dando a conocer los principales beneficios del productos uno de ellos el desarrollo físico e intelectual de las personas.

Sobre el contexto es necesario que se efectúen los estudios previos que permitan conocer el ambiente donde la futura empresa realizará sus actividades económicas, de tal forma que permitan visualizar en forma más racional en cuanto a lo que sucederá en el futuro, por ejemplo el crecimiento de la población, hacia donde se dirige la concentración de asentamientos humanos, basados en planes de desarrollo de los gobiernos, el cambio de los gustos y preferencias de los consumidores, evolución de la tecnología, nivel de preparación del recurso humano, programas de apoyo para nuevas empresas y en qué actividad se reciben más beneficios, análisis de la demanda y de la oferta del producto o servicio que producirían u ofrecerían.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 La Exportación**

Es muy importante tener claras las razones por las cuales se inicia un proceso de exportación. Entre las razones es posible encontrar las siguientes: diversificar mercados y no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia y alianzas con empresas extranjeras, o también la búsqueda de ventas en mayor volumen. A continuación se presentan otras razones por las cuales las empresas ecuatorianas deciden internacionalizarse. (Martín Martín, 2012)

El sustento básico de estas teorías era la existencia de competencia perfecta. Ésta permitía, a través de la práctica del libre comercio, aumentar el bienestar de los países. Aquella nación que no quisiera entrar en el libre juego del intercambio no se beneficiaría de éste, pero

prácticamente no perjudicaría a las demás o lo haría de un modo insignificante. (Zambrana Ramírez, 1995)

En un nivel macroeconómico la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular. (A. Berumen, 2006)

Siempre la meta de cualquier comerciante exportador de cualquier producto es vender y obtener utilidad de lo que está produciendo es por eso que en nuestro país no dan todas las facilidades del caso para la exportación nos ponen barreras para poder sobresalir en el mercado mundial y eso es negativo para todos, siempre hay que buscar ser grande siempre.

### **2.2.2 Producción**

La actividad desde el punto de vista de la economía, según los primeros fisiócratas, se identificaba la producción con la agricultura, no se contemplaba otra posibilidad para la economía. Finalmente la economía termino admitiendo que también las actividades del sector terciario son actividades productivas, porque la economía dice que la actividad productiva es cualquier actividad que aumenta la capacidad de los bienes o de las cosas para satisfacer necesidades humanas. Producir es añadir valor a las cosas y por lo tanto las actividades del sector servicios consiguen añadir valor sobre las cosas en las que actúan, de ahí que también se considere producción. (Maslow, 2005)

La producción es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado consecuencia de la transformación de recursos en productos finales. (Herberg, 2010)

Conjunto total de actividades y medios necesarios para el desarrollo de las actividades de fabricación, incluidos los de esta última. Incluyen todos los medios y su organización necesarios para desarrollar las actividades producción: ingeniería de diseño y producción,



planificación y control de producción, sistema de fabricación, control de calidad, gestión de almacenes, compras, etc. (Salazar López, 2016)

### **2.2.3 Comercialización**

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. (Guerrero García & Pérez Martínez , 2009)

Conjunto de intermediarios que intervienen en la comercialización de un bien, desde el productor hasta el consumidor. Según las características físicas y económicas de los bienes, ésta puede variar de un modo bastante pronunciado: así la comercialización de un libro, que pasa por la intervención de un editor, un distribuidor y las librerías, es diferente por completo a la de los productos agrícolas perecederos o a la de los bienes inmuebles. La cadena de comercialización, aunque en apariencia encarece el producto final, es imprescindible para que éste llegue oportunamente a los consumidores que lo demandan, constituyendo por lo tanto un elemento indispensable en el funcionamiento de una economía de mercado. (Sabino, 1991)

Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

### **2.2.4 Alcance**

El presente estudio se concentra en el sector de las cereales y harinas orgánicas naturales certificadas, pero se incluyen también pequeñas secciones sobre otros productos orgánicos (por ejemplo, harina de plátano, etc.) que son de gran importancia para algunos países. (FAO, 2012)

### **2.2.5 Antecedentes de la Soya**

La Soya es una oleaginosa de alto valor nutritivo con múltiples usos para el consumo humano que se cultiva en el litoral ecuatoriano. Su cultivo cubre alrededor de 80,000 ha al año y se realiza después de los cultivos de invierno, arroz o maíz, con la humedad residual del suelo. Contiene cerca del 40% de proteínas y 20% de aceite, puede desempeñar una importante función en la disminución de la carencia de proteínas y energía en la nutrición. Formalmente, la historia de la Soya se remonta a unos 5,000 años atrás. Los chinos la llamaban carne vegetal o “tatou” que significa el grano más completo y era considerada como una de las cinco cosechas sagradas junto al arroz, el trigo, la cebada y el mijo. Los viajeros chinos diseminaron por toda Asia la popularidad de la soya hasta llegar a Japón. Según la tradición fueron los monjes budistas quienes la introdujeron en el Japón en el siglo VII de nuestra era, donde muy pronto se convirtió en un cultivo popular. El comercio marino la popularizó en Oriente llevándola como un precioso cargamento entre sus mercaderías en sus viajes. La primera referencia Europea que se tiene de la soja se remonta al siglo XVII. Son entonces los misioneros los que introducen las primeras habas de soja para su cultivo, sin gran éxito al parecer. También los marinos holandeses y portugueses la traen como novedad. A principios del siglo XIX se empezó a cultivar en Estados Unidos. Sin embargo, en Europa y en Norteamérica, la soja no se empleó en la alimentación humana hasta bien entrado el siglo XX. La primera cosecha comercial de soja se plantó en 1929 para suministrar semillas para hacer salsa de soja. Desde esos inicios tempranos e insignificantes, la importancia de la soja ha sido bastante espectacular.

Actualmente se cultiva en gran cantidad en toda Asia, EE.UU. y Oeste de África. En Europa, se cultiva por vía de ensayo, con éxito. E.E.U.U. produce la mitad de toda la producción mundial, pero a pesar de ello, el consumo de soya es todavía muy bajo en los países de Occidente. En las últimas décadas los investigadores están descubriendo cada vez mayor número de propiedades curativas en este alimento. Esto ha hecho que ahora empiece a ser más apreciada por la población occidental, aunque con tres mil años de retraso respecto a la población oriental. (COSUMER, 2006)

### **2.2.6 Antecedentes Históricos de la Cebada**

Fue el más antiguo de los cereales que el hombre cultivó. La cebada es originaria de Asia. Se cultivó en la China 2.8000 A de C y se utilizaba como alimento de hombres y bestias. Con iguales fines se cultivó en Egipto. Su gran adaptabilidad a diferentes terrenos ha permitido su entendimiento a regiones como las del Circulo Astral, algunas partes tropicales como la India, altas montañas de Etiopia y Oasis del Sahara, el bajo Delta del Nilo y suelos australianos de gran alcalinidad. En lugares como Palestina Siria, Valle del Eufrates, Iran y Este de Afganistán, se encontraron formas de cebada que fueron usadas por antiquísimos pobladores antes de que se conocieran las variedades cultivadas. Excavaciones realizadas en cercanías del Lago Moréis – conocido así en la antigüedad y localizado al suroeste de lo que hoy es El Cairo, dan a conocer almacenamientos de cebada de por lo menos 5.000 a 10.000 años. La cebada es utilizada actualmente en países desarrollados en 75 a 80 por ciento para alimentación animal y entre un 20 y 25 por ciento para la elaboración de malta, de alto consumo en la fabricación de cerveza. (López Deluque & Ochoa Gómez, 2010)

### **2.2.7 Responsabilidad social**

La responsabilidad social empresarial representa, tanto para los exportadores como para cualquier empresario en general, una filosofía y una estrategia de negocios. Pero a diferencia de cualquier empresario, un exportador está más expuesto a ser escudriñado por sus clientes actuales y potenciales.

Este escudriñamiento se origina en la presión ejercida por los consumidores a lo largo de la cadena global de valor, con el fin de demostrar que en todos los eslabones se está cumpliendo con ciertos estándares en cuanto a la calidad y al comportamiento social o ambiental detrás de un producto. (Vallejo, 2008)

Por ejemplo, un consumidor europeo tiene el poder de ejercer la suficiente presión a través de sus expectativas y preferencias sobre el minorista, quien la ejercerá a su vez sobre el mayorista. Por lo tanto, el exportador se convierte en el primer eslabón desde el cual también irán descendiendo una serie de exigencias hacia otras empresas de su cadena productiva local.

## **2.2.8 Aspectos Legales**

Organismos relacionados con el comercio exterior de productos y servicios, que a su vez son los que brindan apoyo a las diferentes empresas y gobiernos autónomos descentralizados en los procesos de exportación e importación.

### **2.2.8.1 Servicio de rentas internas (SRI)**

El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria. (SRI, 2015)

Hacerle bien al país, es el slogan que identifica a la institución y que ha sido desde el 2007 el estandarte de la lucha continua contra la evasión y las malas prácticas tributarias, y de la búsqueda de la mejora continua en beneficio de los contribuyentes y del país.

El gobierno autónomo descentralizado está ligada al Servicio de Rentas Internas puesto que debe cumplir con las diferentes obligaciones tributarias debido a las actividades que realiza.

### **2.2.8.2 Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad**

El Ministerio Coordinación de Producción Empleo y Competitividad, genera, coordina, articula, impulsa y evalúa las políticas, programas, proyectos y estrategias de producción, empleo y competitividad del Consejo Sectorial de la Producción, orientados al cambio de la matriz productiva del Ecuador. (MCPEC, 2015)

### **2.2.8.3 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)**

Impulsar el desarrollo de sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo (MIPRO, 2015)

Este ministerio tiene como finalidad el impulsar la generación de productos, bienes y servicios de calidad a través de políticas públicas, planes y proyectos especializados que promuevan la generación de empleo y a su vez permita el ingreso de nuevas empresas y/o productos al mercado interno y externo.

El reto se presenta cuando el MIPRO deberá articular los procesos para organizar gremios o agremiaciones de productores que sean capaces de replicar productos de igual calidad en sus distintas unidades de producción, fortalecidas con los créditos asociativos/solidarios o grupales, que producen los beneficios de la economía de escala. (MIPRO, 2015)

En la primera etapa se deberá vender a clientes particulares al menudeo, sin embargo, el éxito real está en producir en volúmenes y abastecer a clientes que hacen de sub-distribuidores, como las tiendas de barrios, bares de colegios, que llegan a gran cantidad de consumidores finales.

La segunda etapa será lograr que cadenas de autoservicios adquieran estos productos y los masifiquen en el mercado local.

La tercera etapa será que las réplicas de unidades productivas puedan producir para la exportación masivamente, bajo una marca única.

#### **2.2.8.4 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)**

Somos parte activa del quehacer nacional e internacional, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario. Estamos conscientes que en las instituciones, el principal recurso es el humano, por eso creemos en la gente. Estamos listos para enfrentar cualquier reto, y comprometidos con la gran responsabilidad que implica ser la Aduana del Ecuador. (SENAE, 2015)

#### **2.2.8.5 Ministerio de la Agricultura, Acuicultura y Pesca (MAGAP)**

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

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

#### **2.2.8.6 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad el Agro**

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la regulación y control sanitario agropecuario, con la finalidad de mantener y mejorar el estatus Fito y zoonosanitario; procurar la inocuidad de la producción primaria; apoyar los flujos comerciales; y contribuir a la soberanía alimentaria. Nos comprometemos a impulsar una cultura de calidad basada en la honestidad, respeto, lealtad y responsabilidad, asignando los recursos necesarios y cumpliendo con todos los

requisitos legales y reglamentarios que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes y partes interesadas entregando servicios de calidad, mejorando continuamente el desarrollo de nuestros procesos internos y del talento humano. (Agrocalidad, 2015)

#### **2.2.8.7 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)**

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

#### **2.2.8.8 Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)**

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (PROECUADOR, 2015)

Su misión es promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y a la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir. Tiene como objetivo alcanzar una adecuada promoción de oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y la diversificación de exportadores, productos y mercados.

### **2.2.9 Proyecto**

Germán Arboleda Vélez, en su obra *Proyectos, Formulación, evaluación y Control* (2004), considera que el proyecto es un caso ideal, una serie óptima de actividades orientadas hacia la inversión, fundadas en una planificación sectorial completa y coherente, mediante la cual se espera que un conjunto específico de recursos humanos y materiales produzca un grado determinado de desarrollo económico y social.

Los elementos componentes del proyecto deben definirse con precisión en cuanto a carácter, lugar y tiempo. Se han de calcular de antemano los recursos necesarios de financiación, materiales y de mano de obra, y los beneficios creados en forma de economía de costos, mayor producción y desarrollo institucional. Los costos y beneficios se calculan en términos financieros y económicos o se definen (si no es posible cuantificarlos) con precisión suficiente para permitir que pueda formularse un juicio razonado acerca de la serie óptima de actividades.

Por razones administrativas y de planificación, cada proyecto constituye una unidad independiente de operación, con su propia evaluación, negociación de condiciones y términos, documentos legales, presentación ante la junta, procedimientos de desembolso, supervisión, etc. Según los fines y las circunstancias, el préstamo del Banco puede financiar una parte secundaria o principal de las partidas incluidas en un proyecto, y el propio proyectador puede limitarse a una pequeña parte del programa de desarrollo correspondiente al sector, o abarcar la totalidad del programa”.

En primera instancia se formula el proyecto, es decir, se simulan todos los aspectos por los que pasaría desde el momento en que es una idea hasta cuando se supone su desaparición física, generalmente cinco (5) a quince (15) años después de estar la empresa en operación.

Los resultados de esta formulación se constituyen en la información básica para la evaluación del proyecto, cuyos resultados permiten dar respuesta a la pregunta ¿se justifica ejecutar el proyecto?



Si la respuesta es negativa, el proyecto se archiva y lo más probable es que la organización que lo estudia lo descarte definitivamente o lo deje para reestudiarlo en un futuro, cuando cambien algunas condiciones que lo hagan factible.

Si la respuesta es positiva se somete al análisis y decisión final de invertir, normalmente ejecutado por la Junta de Socios o la Junta Directiva de la empresa dueña del proyecto o un Comité del Gobierno.

Dependiendo del ambiente político que rodee al proyecto y de la disponibilidad de recursos, la decisión puede ser no invertir, en cuyo caso puede correr el peligro de nunca ser ejecutado o de tener que esperar algún tiempo antes de que se decida llevarlo a cabo; o de invertir en el proyecto; es decir, ejecutar el proyecto, convertirlo en una realidad física (edificios, equipos, maquinarias, procesos, organización, etc.).

Antes de iniciar la ejecución es necesario establecer los distintos elementos que permitan un adecuado control de la ejecución del proyecto. Su definición se hace a partir del contenido del documento correspondiente a la formulación; ya que, al final, debe haber una buena concordancia entre el proyecto formulado y el proyecto ejecutado.

#### **2.2.10 Proyecto de Exportación**

**MORALES**, Troncoso Carlos, (2009), pág. 4 “Proyecto de Exportación” Dice “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”.

Es un proyecto de exportación secuencial es el documento que guía al esfuerzo exportador de una empresa, es aplicado a diversos y especificaciones a mercados en el exterior. Existen algunos aspectos como: canales de distribución, perfil, usos, costumbres de los consumidores, además de las diversas complicaciones de las barreras arancelarias, no arancelarias, tramitación aduanal, transporte, embalaje, contratación, medio de pagos internacionales, y las ventajas y restricciones que surgen de la existencia de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales.

Para el desarrollo de un proyecto de exportación, habrá que tomar en cuenta los siguientes puntos:

- La empresa y el personal clave. Contiene información detallada de la empresa tal como se encuentra actualmente, con especial énfasis en la descripción de sus antecedentes, sus capacidades y su participación en los mercados que atiende en la actualidad, así como de las experiencias y habilidades de los responsables de poner en práctica el proyecto de exportación y de definir las fortalezas y debilidades de la organización.
- El Producto que se desea exportar. Se describe con detalle el producto o servicio que se exportará, tanto desde los puntos de vista arancelario, industrial, técnico, funcional y mercadológico (valor y utilidad para el cliente), destacándolas ventajas competitivas singulares que pueden ser mantenidas estructuralmente frente a la competencia.
- Selección del Mercado Meta. Se definen los criterios de selección y se elige el mercado meta u objetivo. Se describe y se mide el mercado actual, el potencial y el crecimiento esperados. Se detectan a los competidores y sus principales fortalezas y debilidades. Se identifican y se evalúan las oportunidades y las amenazas a la luz de la competencia, el entorno y, en general, las condiciones prevalecientes en el mercado. Se fijan objetivos y metas de mercadotecnia.
- Aspectos Operacionales. Se define la estrategia para alcanzar los objetivos y las metas de mercadotecnia. Se describe la forma operacional que se ha elegido para poner en práctica el plan, que debe ser congruente con la misión y los objetivos y posibilitar el alcance de las metas. Además debe ser factible de implementarse desde el punto de vista productivo, técnico, administrativo, comercial y financiero. Se formula el programa de actividades a corto plazo.
- Aspectos Financieros. Con diferentes escenarios previsible, se analiza la viabilidad y la bondad financieras del negocio.

- **Resumen de Alto Nivel.** Ofrece una visión panorámica de los antecedentes y el concepto central del proyecto de exportación propuesto; de las premisas fundamentales para el éxito del negocio; del tamaño y tendencias del mercado y de los resultados financieros previstos. Muy frecuentemente, ésta y la única parte del proyecto que los terceros, es decir, aquellos ajenos a la empresa, leen integralmente. Pero como ya se comentó, en algunos casos el propósito de elaborar un plan es atraer inversionistas o socios o solicitar financiamientos; por ello, se debe ser cuidadoso en su redacción para que su lectura ofrezca un claro entendimiento del proyecto de exportación, de sus alcances y sus supuestos.

El exportar no sólo significa una cuestión de vender bienes o servicios a un determinado país sino que además es entregar un excelente producto o sea que de una calidad excelente y con una atención adecuada precisa para lograr el éxito deseado.

Se diseñará de forma flexible de tal manera que se puedan generar cambios futuros para adaptarlo a la realidad actual de un momento dado.

### **2.2.11 Estudios de un proyecto**

#### **2.2.11.1 El estudio de mercado**

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del comercio internacional es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son, competencia, los canales de distribución, lugares de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios, preferencias de la población, etc. Es muy frecuente que los empresarios no tengan claro qué es lo que venden. Muchas veces parece irrelevante preguntarse qué vender. (Arboleda, 2012)

Evidentemente, todos los vendedores conocen los productos que ofrecen a los consumidores. Pero no necesariamente conocen que buscan los consumidores en sus productos. La frase clave es conocer el mercado. Las necesidades del mercado, es decir

los consumidores son los que dan el ejemplo para poder definir mejor que es lo que se va a vender y a quienes así como dónde y cómo se hará. Por medio del estudio de mercado se vincula a consumidores, clientes y productores con el fin de identificar y definir oportunidades y problemas de mercado para generar nuevas ideas de mercado o para mejorar las ya existentes. El estudio de mercado es un apoyo para la dirección superior, pero éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y para tratar de reducir al mínimo el margen de error posible. Con la implementación de este estudio se puede conocer las motivaciones de consumo de las personas, sus hábitos de compra, su opinión sobre el producto que se ofrece y su posición frente a la competencia, su aceptación de los precios y sus preferencias en general. En cuanto al producto permite determinar que usos tiene, su aceptación en el mercado y la forma, tamaño y envase adecuado. En lo correspondiente al mercado se muestra la distribución, la cobertura en tiendas, la aceptación y opinión sobre el producto en la cadena de distribución y la publicidad necesaria para impulsar el producto en el nuevo mercado.

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de mercadeo de una empresa deben estar dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas. Según el monto de la mercancía se clasifican en:

- **Mercado Total:** conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.
- **Mercado Potencial:** conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien están en condiciones de adquirirlas.
- **Mercado Meta:** está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.
- **Mercado Real:** representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado. (Arboleda, 2012)

## **a) Producto**

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.

El producto del proyecto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre el, con miras a satisfacer necesidades.

El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios. Así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción. (Arboleda, 2012)

El producto en general es todo aquello que puede comercializarse para lo cual, al plantear su oferta, el mercado tiene necesidad considerar la siguiente clasificación:

### **Productos de consumo**

- **Productos de compra rápida:** Alimentos, prensa y cigarrillos
- **Productos de comparación:** Ropa, mobiliario en general de una casa.
- **Productos especializados:** TV a color, Equipo de sonido, equipo de video, programas de computadora.

### **Productos intermedios**

- Materias primas
- Semi manufacturados
- Manufacturados

### **Productos de capital**

Maquinaria y equipo pesado:

- Tractor agrícola

- Tornos
- Molinos

## **b) Precio**

En el estudio de mercado del proyecto se deben analizar los precios que tienen los bienes y servicios que se espera producir:

- Precio existente en el mercado interno.  
    Mínimos, Promedios y Máximos
- Precio de productos similares importados.
- Precios fijados por el Gobierno.
- Precios estimados en función del costo de producción.

Precios que se los pueden obtener de fuentes primarias de información, como los existentes en el mercado y supermercados de la localidad. Será importante analizar además las fuentes secundarias, es decir aquellas fuentes donde la información la encontramos ya elaborada por personas o entidades en las cuales se puede confiar tales como: Publicaciones especiales, estudios de instituciones privadas y públicas, BCE, INEC, Ministerios, Universidades, etc. (Clavijero.edu, 2015)

## **c) Oferta**

La oferta son las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y en condiciones de ofrecer al mercado en función de los diferentes niveles de precios, en un período de tiempo determinado. (Clavijero.edu, 2015)

$$O = f(P)$$

Ley de la Oferta hace referencia a la relación directa entre los precios y cantidades.

## **d) Demanda**

- Demanda son las diferentes cantidades de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos y en condiciones de adquirir en el mercado, en función de los diferentes niveles de precios en un período de tiempo determinado. (Arboleda, 2012)

$$D = f (P)$$

**Ley de la demanda.-** Hace referencia a la relación inversa que existe entre precio y cantidades.

**Demanda histórica.-**Cantidades de un bien o servicio que se compró en un momento concreto.

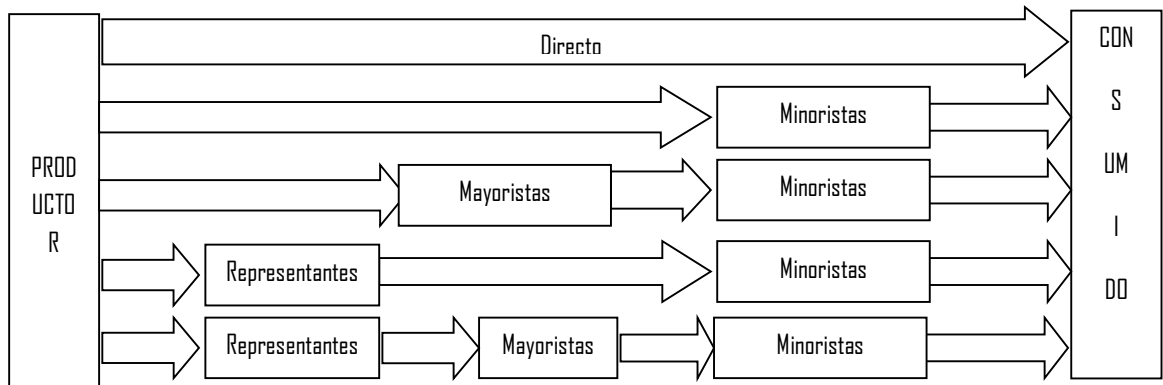
**Demanda actual.-**Cantidades de un bien o servicio que se compra a un precio determinado en este momento.

**Demanda proyectada.-** La cantidad de un bien o servicio que puede esperarse efectiva en fechas futuras.

#### e) **Canales de distribución**

- En la Figura 1 se presentan los canales básicos de distribución para productos de consumo y para productos intermedios y de capital, respectivamente. En ellas se puede apreciar que el canal conduce directamente al consumidor desde el productor, canal directo, o en algunos casos se da la existencia de agentes que se interponen entre el productor y el consumidor, canales indirectos, dichos agentes se denominan intermediarios. Estos se pueden definir en tres (3) grupos. (Arboleda, 2012)

Figura 1: Canales básicos de distribución de productos de consumo.



Fuente: Canales de Distribución  
Elaborado: Pala, M (2017)

1. Representantes o agentes. No son dueños de los productos que distribuyen. Ofrecen sus servicios a los productores, por lo cual sus servicios a los productores, por lo cual reciben un pago o una comisión.
2. Mayoristas. Son comerciantes que compran los productos y los venden a los minoristas, a los consumidores industriales e institucionales y, en escasas oportunidades, al consumidor doméstico.
3. Minoristas. Son comerciantes dedicados a vender los productos al consumidor doméstico final.

La selección adecuada de los canales de distribución depende básicamente de:

1. El tipo y naturaleza del producto, de consumo, intermedio, de capital.
2. Las características de los clientes: número, localización, frecuencia de compra, cantidad promedio de compra, composición de clases sociales, estilo de vida que los caracteriza.
3. Las características del intermediario.
4. Las características de la competencia.
5. Las características de la empresa: capacidad financiera y variedad de productos, principalmente.
6. Las características del medio ambiente económico, las restricciones de orden legal y la disponibilidad tecnológica. (Milán Paucar, 2011)



## **f) Promoción**

Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las ventas por parte del distribuidor. Entre dichas actividades están. Establecer exhibidores en los sitios de ventas; efectuar exposiciones, demostraciones, pruebas de degustación, etc.; realizar otras ayudas de ventas que no forman parte de la actividad diaria o rutinaria, entre los cuales están:

1. Promoción de ventas orientada hacia el consumidor final.
2. Promoción que llena al consumidor final en el hogar o al intermediario en su negocio.
3. Promociones entre los intermediarios.

El sistema de promoción, relacionado con un proyecto en particular, exige un estudio complejo que, para los fines que persigue el formulador y evaluador de proyectos, en la mayoría de las veces se supera mediante la ayuda de especialistas en el tema. En algunas ocasiones, es un análisis que debe acometer el grupo responsable del estudio del mercado. En ambos casos, lo importante es cuantificar su costo más que su definición en forma muy elaborada. (OBS , 2017)

## **2.3 FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA**

La responsabilidad social empresarial representa, tanto para los exportadores como para cualquier empresario en general, una filosofía y una estrategia de negocios. Pero a diferencia de cualquier empresario, un exportador está más expuesto a ser escudriñado por sus clientes actuales y potenciales.

Este escudriñamiento se origina en la presión ejercida por los consumidores a lo largo de la cadena global de valor, con el fin de demostrar que en todos los eslabones se está cumpliendo con ciertos estándares en cuanto a la calidad y al comportamiento social o ambiental detrás de un producto. (Vallejo, 2008)

Por ejemplo, un consumidor europeo tiene el poder de ejercer la suficiente presión a través de sus expectativas y preferencias sobre el minorista, quien la ejercerá a su vez sobre el mayorista. Por lo tanto, el exportador se convierte en el primer eslabón desde el cual

también irán descendiendo una serie de exigencias hacia otras empresas de su cadena productiva local.

## **2.4 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL**

A continuación se definen detalladamente los conceptos más importantes y necesarios para la elaboración del proyecto de exportación.

### **2.4.1 Aceptación:**

Giro documentario (o letra de cambio) que el librado (el pagador) ha aceptado y está obligado a pagar incondicionalmente a su vencimiento. El giro debe ser, primero, presentado para su aceptación - el librado se convierte en el "aceptante" y, posteriormente, se efectúa el pago. La palabra "aceptado" y la fecha y lugar de pago deben estar escritos en el anverso del giro. (2) La acción del librado de recibir un giro y, por tanto, entrar en la obligación de pagar su valor al vencimiento. (3) En el sentido más amplio, cualquier acuerdo para comprar bienes según términos específicos. (Marcilo Palma, 2015)

### **2.4.2 Al costado:**

Frase que se refiere al costado del buque. Los bienes que deben ser entregados "al costado" se colocan en el muelle o barcaza al alcance de la grúa del buque transportador para que puedan ser cargados a bordo.

### **2.4.3 Almacén fiscal:**

Una bodega autorizada por las autoridades aduaneras para el almacenamiento de bienes, cuyo pago de impuestos ha sido diferida hasta la extracción de los bienes. (Marcilo Palma, 2015)

### **2.4.4 Calidad.**

La Organización Internacional de Normalización - ISO- define calidad en función de la medida en que el conjunto de propiedades y características que ofrece el producto o

servicio satisfacen las necesidades declaradas o implícitas del consumidor. (Real Academia Española de la Lengua, 2014)

#### **2.4.5 Canal de distribución:**

Los canales de distribución se definen como los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible. Los canales de distribución son: Productor, Mayorista, Minorista y Consumidor.

#### **2.4.6 Certificado de Fabricación:**

Declaración del productor, quien generalmente también es el vendedor, de que el proceso de fabricación está completo y que los bienes están a disposición del comprador. (SIICEX.GOB, 2017)

#### **2.4.7 Comercializadora Internacional:**

Son sociedades constituidas en cualquiera de las formas establecidas en el Código de Comercio. En términos generales, pueden definirse la CI como una sociedad mercantil especializada con una gran capacidad para detectar y generar negocios de larga duración y concretarlos en los diferentes mercados mundiales. La C.I. tiene por objeto principal efectuar operaciones de comercio exterior, también orienta sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos nacionales en el mercado internacional. Dentro de su objeto se incluye las importaciones de bienes e insumos para abastecer el mercado interno, o para transformarlos y exportarlos. (ICESI, 2015)

#### **2.4.8 Conocimiento de embarque:**

Documento que establece los términos de un contrato entre un remitente y una compañía de transportes, según el cual la carga debe ser transportado entre puntos específicos por un monto establecido. Generalmente preparado por el remitente en formularios emitidos por el transportista, sirve como título de propiedad, como contrato de transporte y como recibo de bienes. (ICESI, 2015)

#### **2.4.9 Costo y flete (Cost &Freigh):**

Término referente a la fijación de precios que indican que los cargos por "costo y flete" ya están incluidos en el precio cotizado.

#### **2.4.10 Costo y seguro (Cost&Insurance):**

Término referente a la fijación de precios que indican que los cargos por "costo y seguro" ya están incluidos en el precio cotizado. (Southem, 2014)

#### **2.4.11 Costo, seguro y flete (Cost, Insurance&Freigh):**

Término referente a la fijación de precios que indican que los cargos por "costo, seguro y flete" ya están incluidos en el precio cotizado.

#### **2.4.12 Exportación:**

Se realiza cuando cualquier bien o servicio es enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado, estas se llevan a cabo bajo unas condiciones o normas específicas. (Márquez, 2014)

#### **2.4.13 Mercado.**

Es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados. Se conoce como mercado aquel lugar físico o no, donde se materializan las relaciones monetarias-mercantiles; conjunto de personas u organizaciones que tienen una necesidad, poseen capacidad de compra y están dispuestas a comprar. (Real Academia Española de la Lengua, 2014)

#### **2.4.14 Mipymes.**

La micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural y jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios y que cumpla con el número de trabajadores y el valor bruto de las ventas anuales. (Ruiz Guzman, 2012)

#### **2.4.15 Pago contra documentos (Cash Against Documents):**

Método de pago mediante el cual el comprador recibe el título de las mercaderías cuando hace efectivo el pago a un agente intermediario que actúa a nombre del vendedor.

#### **2.4.16 Pago contra pedido (Cash With Order) :**

Método de pago por mercaderías donde se paga al contado al hacer el pedido y la transacción constituye acuerdo formal entre el comprador y el vendedor.

#### **2.4.17 Pago por anticipado (Cash in Advance):**

Método de pago para mercaderías donde el comprador paga en efectivo al vendedor antes del embarque de las mismas. Generalmente lo exige el vendedor cuando la mercadería es hecha a la medida por ejemplo la maquinaria especializada.

#### **2.4.18 Perfil del consumidor.**

Conjunto de características del posible consumidor de nuestro producto o servicio. (ANALITIKASV, 2010)

#### **2.4.19 Plan De Negocio:**

Es un documento en el que se identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio o un negocio ya en marcha, examinado su viabilidad técnica, económica y financiera.

#### **2.4.20 Productividad.**

Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. (Real Academia Española de la Lengua, 2014)

#### **2.4.21 Producto.**

Algo que se pueda ofrecer para su uso o consumo y que satisface una necesidad o un deseo. (Real Academia Española de la Lengua, 2014)

#### **2.4.22 Régimen Tributario.**

Para que una exportación se dé como realizada, tiene que haber una salida efectiva de la mercancía del territorio aduanero de la Unión Europea, que se demuestre con una de las copias de DUA sellada por la aduana de exportación. (SIIC, 2017)

#### **2.4.23 Reservación:**

Arreglos con una empresa naviera para la aceptación y transporte de carga.

#### **2.4.24 Riesgo Cambiario:**

Es la incertidumbre que tiene un agente económico en sus resultados financieros debido a movimientos y volatilidad de una moneda frente a otra. En el caso de los empresarios, este se da cuando tienen ingresos en una moneda distinta a la que se presentan sus egresos y/o sus cuantías no son iguales y/o no se dan en el mismo momento de tiempo. Este riesgo también se presenta al tener activos o pasivos en moneda extranjera que en su neto (activos menos pasivos) no sea igual a cero. Se corre riesgo financiero cuando no se tiene certeza en cuanto a los flujos futuros, dado que los ingresos o egresos están dependiendo del valor de una moneda frente a otra y por lo tanto de la volatilidad cambiaria de la misma. (COPCI, 2010)

#### **2.4.25 Tasa Ad Valorem:**

Es un impuesto a las importaciones que se determina "según el valor" (ad valorem) de los productos que ingresan al país, en contraposición con otras bases de cálculo por ejemplo, según el peso. El arancel ad valorem es una tarifa calculada como porcentaje del valor de los bienes al retirarlos de la aduana. (Southem, 2014).

#### **2.5 IDEA A DEFENDER**

Mediante el diseño del proyecto de exportación se pretende conocer y determinar la factibilidad y rentabilidad para exportarla mezclas de polvos (soya-cebada) de cereales de la ciudad de Riobamba al mercado de Madrid España. Periodo 2015-2016.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología que se utilizó en la ejecución de la presente investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo. Cualitativo porque la orientación se centrará en la comprensión del problema, objeto de estudio, y la observación será naturalista en donde la empresa va hacer analizada intrínsecamente es decir la investigación va hacer interna.

“El método cualitativo consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe.” (Herrera y Medina, 2008)

El Metodo Cuantitativo está orientado a la comprobación de la investigacion, la misma que tiene un efoque universal donde se va a buscar las causas del problema de una manera fragmentaria.( Fernandez, 2002)

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.2.1 Investigación de campo**

La presente investigación es de campo, porque se desarrolló en el lugar mismo donde se generan los acontecimientos, a qui se aplicarán los instrumentos de recolección de datos a través de la entrevista y observación para de esta manera, obtener la información dentro de la empresa y verificar si los datos obtenidos van ha ser veraces y contribuirán en la toma de decisiones, situación que nos permitirá llegar a un conocimiento más a fondo de la investigación. Es impórtate recoger los datos directamente, es decir, de la realidad para que su valor permita cerciorarse de las verdaderas condiciones en las que se ha obtenido los datos y pueda facilitar su revisión o modificación en casos de surgir dudas.



“El trabajo de campo asume las formas de la exploración y la observación del terreno, la encuesta, la observación participante y no experimental. La primera se caracteriza por el contacto directo con el objeto de estudio, del modo que trabajan el arqueólogo y el topógrafo. La encuesta consiste en el acopio de testimonios orales y escritos de personas vivas. La observación participante combina los procedimientos de las dos primeras. En ocasiones, el observador oculta su verdadera identidad para facilitar su inmersión en el fenómeno del estudio y la comunicación con los afectados.” (Arias , 1999)

El trabajo de campo se apoyó en los documentos para la planeación del trabajo y la interpretación de la información recolectada por otros medios.

### **3.2.2 Investigación bibliográfica-documental**

Se utiliza esta modalidad de investigación porque el presente trabajo está realizado mediante consultas en libros e internet. Es importante recolectar, seleccionar, analizar y presentar resultados coherentes, utilizando procedimientos lógicos y mentales de toda investigación que es análisis, síntesis, deducción e inducción.

La recopilación de datos permite redescubrir hechos, y orientarnos a la realidad de la Empresa. La investigación documental es la presentación de un escrito formal que sigue una metodología reconocida.

Herrera y Medina (2014) nos dice que la investigación documental se asigna en cumplimiento del plan de estudios para un curso de preparatoria de pregrado en la universidad. Consiste primordialmente en la presentación selectiva de lo que expertos hayan dicho o escrito sobre un tema determinado. Además, puede presentar la posible conexión de ideas entre varios autores y las ideas del investigador. Su preparación requiere que éste reúna, interprete, evalúe y reporte datos e ideas en forma imparcial, honesta y clara.

### **3.2.3 Investigación Exploratoria**

Cuando no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio o cuando el conocimiento del tema es tan vago e impreciso que impide sacar las más provisionarias

conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere en primer término explorar e indagar, para lo que se utiliza la investigación exploratoria.

La investigación exploratoria terminará cuando, a partir de los datos recolectados, haya sido posible crear un marco teórico y epistemológico lo suficientemente fuerte como para determinar qué factores son relevantes al problema y por lo tanto deben ser investigados. (Calle, 2009)

### **3.2.4 Investigación Descriptiva**

En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas.

Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. (Calle, 2009)

## **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.3.1 Población.-**

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

**Unidad de estudio.** Nuestra unidad de estudio va a ser realizado por los trabajadores con los que cuenta la asociación y sus propietarios, y la ayuda de ministerios o empresas privadas que cuenten con la información necesaria para la realización del proyecto.

**Universo.** El universo en esta investigación serán todas las personas de la parte administrativa, los jefes departamentales de relaciones comerciales y los representantes de los organismos gubernamentales que poseen relación con las exportaciones como MIPRO, PROECUADOR, SENAE entre otros, y fundamentalmente los 554 productores de soya y cebada de la provincia de Chimborazo, que para su análisis será necesario la aplicación de la muestra.

### 3.3.2 Tamaño de la muestra

Se realizó una encuesta a los productores de SOYA-CEBADA de la Provincia de Chimborazo para determinar la factibilidad de contar de la masa exportable del producto y de esta manera poder exportar hacia el mercado Español.

**Muestra.-** Es un subconjunto fielmente representativo de la población.

En esta investigación se analizará la población.

N: tamaño de la población

Z: nivel de confianza

P: probabilidad de éxito

Q: probabilidad de fracaso

D: precisión

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(554 * (1.96^2) * 0.5 * 0.5)}{(0.5^2 * (554 - 1) + (1.96^2) * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{554 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.25 * 553 + 0.9604}$$

$$n = \frac{532.0616}{2.3429}$$

$$n = 227$$

Se realizará 227 encuestas de manera aleatoria a productores de soya y cebada de la provincia de Chimborazo.

### **3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **3.4.1 Métodos**

##### **3.4.1.1 Métodos Teóricos.**

###### **1. Método Inductivo**

Con el método inductivo obtendrán conclusiones generales a partir de premisas particulares que nos genere el proyecto. Ya que se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales que voy a utilizar en la investigación: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización.

###### **2. Método Deductivo**

Con la aplicación de este método, se podrá conocer muchos aspectos de los cuales en el momento son una interrogante para nosotros y vamos a poder saber si el producto de la mezcla en polvo Soya-Machica es aplicable para este mercado con sus generalidades.

### **3. Método Analítico**

El análisis es la observación y examen de un hecho en particular del cual vamos a partir para el proyecto. Es necesario conocer la naturaleza de nuestro fenómeno que vamos a estudiar para comprender su esencia. Este método nos permitirá conocer más del objeto, con lo cual se va a poder: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

#### **3.4.1.2 Técnicas de investigación**

##### **3.4.1.3 Observación.**

Permitió definir los datos más importantes que deben ser recogidos por tener relación directa con nuestro problema de investigación.

##### **3.4.1.4 Búsqueda en Internet.**

A través de este servicio se recopila información básica del mercado objetivo evaluado con el número de productores.

##### **3.4.1.5 Encuesta.**

Dirigida a los productores de soya y machica para cumplir los objetivos del estudio de mercado, es decir saber si vamos o no a tener la cantidad necesaria de producto para exportar.

#### **3.4.2 Instrumentos**

Dentro de los instrumentos tenemos:

- Cuestionario de encuesta
- Tesis de Referentes a la Investigación

- Procesamiento de datos ( utilizando Excel)

### **3.5 RESULTADOS**

#### **3.5.1 Encuesta.-**

Se realizará una encuesta a los productores de SOYA-CEBADA de las Provincia de Chimborazo para determinar la factibilidad de poder realizar un centro de acopio de su producto y de esta manera poder exportar hacia el mercado Español. Mediante este instrumento se obtiene la siguiente información:

## 1. ¿Qué productos cultiva en su medio?

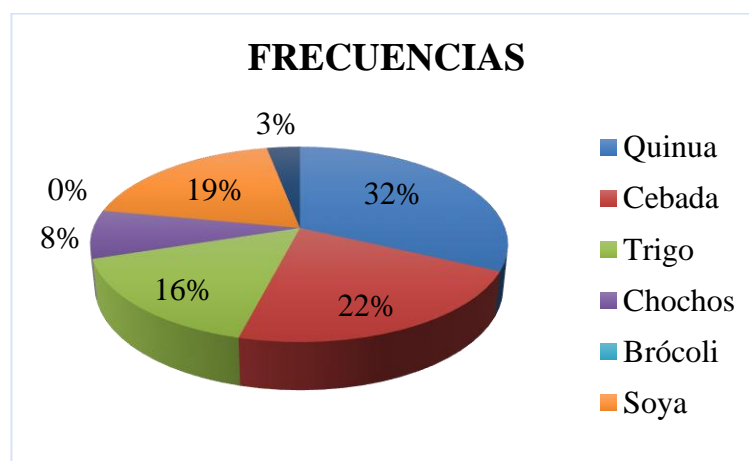
Cuadro 1: Productos que cultiva

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Quinoa	73	32
2	Cebada	50	22
3	Trigo	36	16
4	Chochos	18	8
5	Brócoli	0	0
6	Soya	43	19
7	Otros	7	3
	TOTAL	227	100

**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

Gráfico 1: Productos que cultiva



**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

### ANÁLISIS:

De los productores encuestados el 32% cultivan la quinoa, en un 22% cultivan la cebada, en un 19% cultivan las papas, en un 16% cultivan el trigo y en un 8% cultivan el chocho, por lo que podemos decir que los productores de la provincia de Chimborazo, tienen buenas tierras productivas, porque siembran variedad de productos.

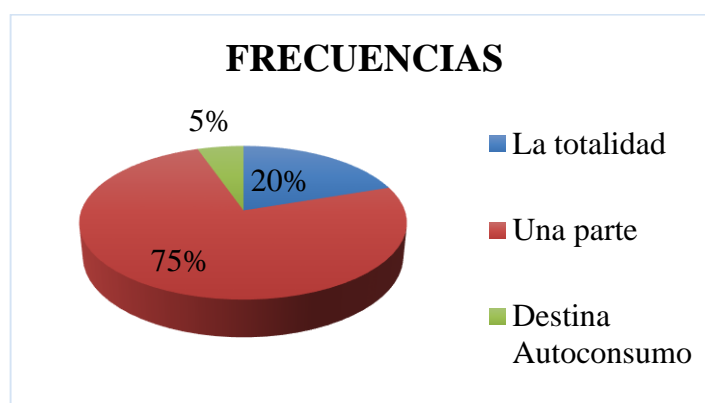
## 2. Lo que usted produce, vende, y ¿en qué cantidad?

Cuadro 2: Lo que usted produce

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	La totalidad	45	20
2	Una parte	170	75
3	Destina Autoconsumo	12	5
	<b>TOTAL</b>	<b>227</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo  
**Elaborado Por:** Investigador

Gráfico 2: Lo que usted produce



**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo  
**Elaborado Por:** Investigador

### ANÁLISIS:

De las personas encuestadas tenemos que el 75% de los productores venden una parte de su producto, mientras que el 20% venden el total de su producción, y un 5% lo destina para auto consumo, por lo que podemos decir que los productores se quedan con una parte de su producción, los mismos que le sirven para alimentarse, y también como semillas para la próxima siembra.



### 3. Escriba una X en el lugar o lugares donde usted comercializa sus productos

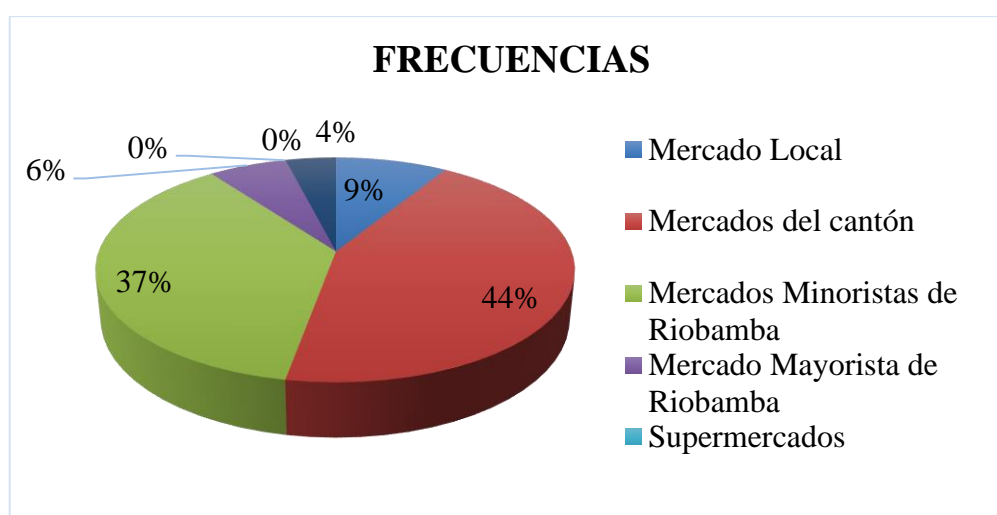
Cuadro 3: Comercialización de productos

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Mercado Local	20	9%
2	Mercados del cantón	100	44%
3	Mercados Minoristas de Riobamba	84	37%
4	Mercado Mayorista de Riobamba	14	6%
5	Supermercados	0	
6	Restaurantes	0	
7	Otros	9	4%
	TOTAL	227	100%

**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

Gráfico 3: Comercialización de productos



**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

### ANÁLISIS:

Al observar la gráfica podemos ver que el 44% de los productores comercializan sus productos en el mercado del cantón, en un 37% lo comercializan en el mercado minorista de Riobamba, y en un 9% lo comercializan en el mercado local, por lo que podemos manifestar que los productores encuentran la facilidad de comercializar sus productos en el mercado local, de esta forma el producto no se encarece porque no hay traslado.

#### 4. ¿El pago que recibe por la venta de sus productos es?

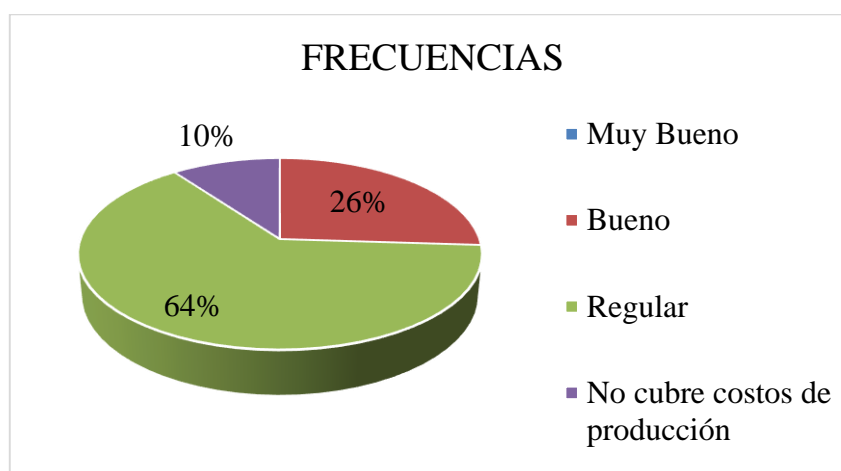
Cuadro 4: Pago por los productos

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Muy Bueno		
2	Bueno	59	26%
3	Regular	145	64%
4	No cubre costos de producción	23	10%
	TOTAL	227	100

**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

Gráfico 4: Pago por los productos



**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

#### ANÁLISIS:

De los productores encuestados el 64% responden que el pago por la venta del producto es regular, mientras que el 26% dicen que es bueno y en un 10% dicen que no cubren los costos de producción, por lo que podemos decir que los productores no se encuentran motivados por la agricultura, ya que el pago no es bueno, para la mayor parte.

## 5. ¿Usted pertenece a una asociación de productores agrícolas?

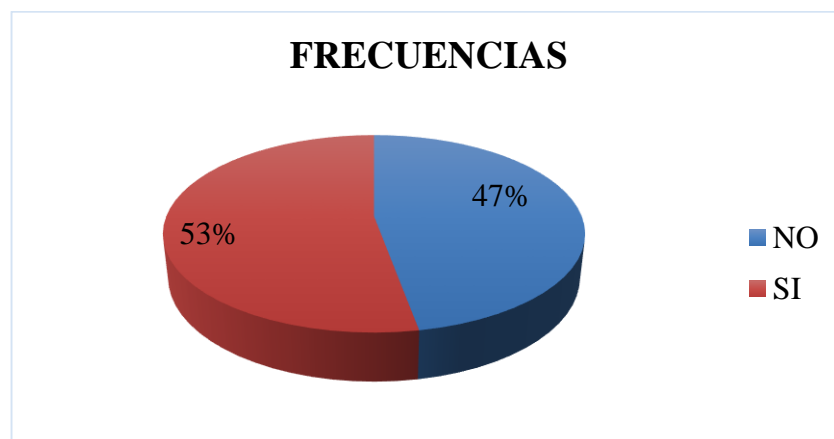
Cuadro 5: Asociación de productores

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	NO	107	47%
2	SI	120	53%
	TOTAL	227	100

**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

Gráfico 5: Asociación de productores



**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

### ANÁLISIS:

Al observar la gráfica podemos ver que el 53% de los encuestados responden que si pertenecen a una asociación de productores agrícolas, mientras que el 47% dicen que no pertenecen a ninguna asociación, por lo que manifestamos que los productores no se asocian, porque no saben o no les han propuesta pertenecer a alguna de las asociaciones.

## 6. ¿Estaría dispuesto a formar parte del centro de acopio Fortaliz?

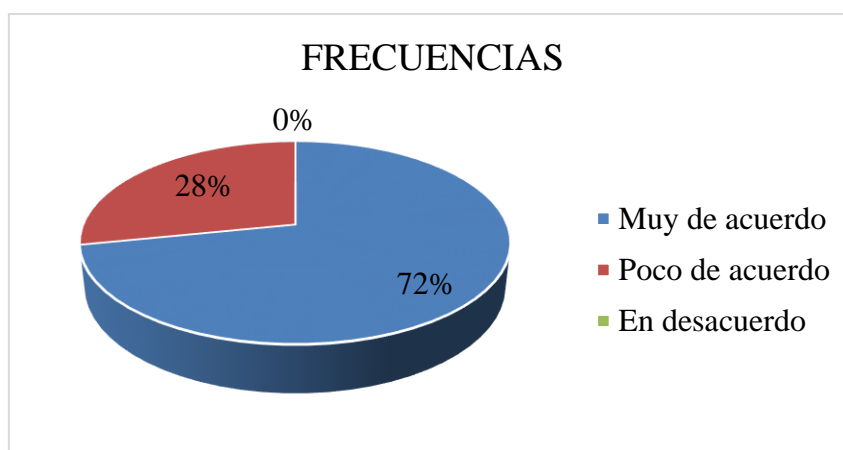
Cuadro 6: Formar parte del centro de acopio

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Muy de acuerdo	163	72%
2	Poco de acuerdo	64	28%
3	En desacuerdo	0	0%
	TOTAL	227	100

**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

Gráfico 6: Formar parte del centro de acopio



**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

### ANÁLISIS:

El 72% de los productores encuestados manifiestan que si están muy de acuerdo en pertenecer a una asociación que pertenezca al estado, mientras que el 28% dicen que no desean pertenecer a ninguna asociación, por lo que podemos decir que los productores se encuentran motivados para pertenecer al centro de acopio de GADM-G, ya que de esta forma sus productos ser verían recompensados con el precio justos, que se debe pagar por ellos.

## 7. ¿Está dispuesto a comercializar sus productos, a través de Fortaliz?

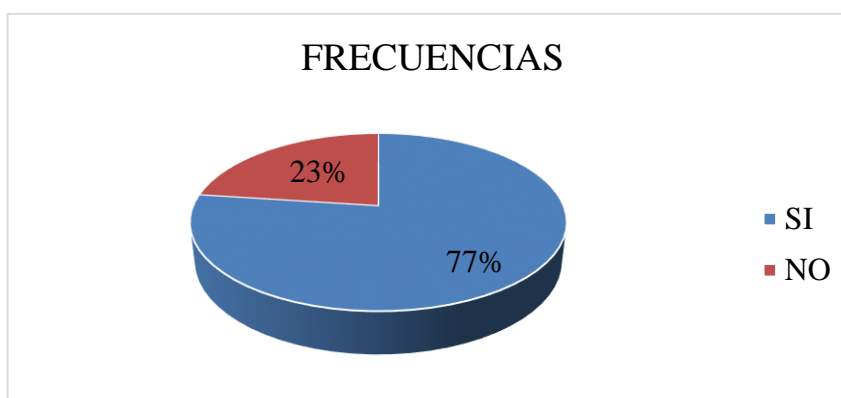
Cuadro 7: Comercializar productos a través de Fortaliz

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	SI	175	77%
2	NO	52	23%
	TOTAL	227	100

**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

Gráfico 7: Comercializar productos a través de Fortaliz



**Fuente:** Productores agrícolas de la provincia de Chimborazo

**Elaborado Por:** Investigador

### ANÁLISIS:

El 77% de los productores encuestados están de acuerdo en comercializar los productos a través de Fortaliz, mientras que el 23% dicen que no, que prefieren seguir vendiendo al mercado local, por lo que podemos decir que los productores se encuentran motivados, por comercializar sus productos a través de los centros de acopios del Gobierno, ya que recibirán el pago justo por sus productos cultivados.

### **3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER**

Con el objeto de sustentar la idea de que un plan de exportación de harina soya-cebada por Fortaliz, permitirá a la empresa enfrentar con éxito los retos de la exportación de sus productos hacia Madrid-España, se realizó una encuesta a los productores de soya y cebada y en la pregunta 6 y 7 manifiestan su predisposición a llevar a cabo negocios con Fortaliz con lo cual, ayudarán a lograr la base exportable en harina para impulsarla hacia el mercado objetivo.

Realizado un análisis amplio de los criterios de los productores sobre el contexto de participar con sus productos la empresa Fortaliz, hacia el exterior, en la pregunta 7 se puede observar que el 77 por ciento de los encuestados desea participar como productor en la exportación de sus productos, así como también en la pregunta 4 los productores indican que los precios que reciben por sus productos son regulares y ellos desean incrementar su ganancias y manifiestan que el mercado de Madrid-España será un buen mercado para la mezcla en polvo soya-machica, de esta manera podemos afirmar que la idea a defender planteada inicialmente se cumple, debido a que mediante el diseño de un proyecto de exportación de la mezcla en polvo soya-machica elaborado por la empresa productos alimenticios Fortaliz, ubicada en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado Madrid, España. Periodo 2015 – 2016 se pretende conocer y determinar la factibilidad y rentabilidad para exportar.

La comercialización internacional de la mezcla en polvo soya-machica elaborado por la empresa productos alimenticios Fortaliz, permitirá a la Empresa tener acceso a nuevos mercados y obtener rentabilidad económica.

## CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

### 4.1 TITULO

Proyecto de exportación de la mezcla en polvo soya-machica elaborado por la empresa productos alimenticios FORTALIZ, ubicada en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado Madrid, España.

### 4.2 El Mercado de Madrid España

Mercado Meta

España

#### SITUACIÓN GEOGRÁFICA

El Reino de España se encuentra al suroeste de Europa. Limita al norte con el mar Cantábrico, Francia y Yorra; al este, con el mar Mediterráneo; al sur, con el mar Mediterráneo y el océano Atlántico, y al este con el océano Atlántico y Portugal.

ÁREA TOTAL  
504, 782 km<sup>2</sup>  
CAPITAL  
Madrid.



#### CIUDADES IMPORTANTES

Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Málaga y Bilbao.

#### TIPO DE GOBIERNO

La forma de gobierno española es Monárquica y Parlamentaria. El Jefe de Estado es el Rey Juan Carlos Primero de Borbón. La Constitución está en vigor desde 1978. El Poder Ejecutivo está dirigido por el Presidente de Gobierno con poderes limitados. La presidencia de gobierno está conformada por el presidente y los ministros. El Presidente

es nombrado por el Rey después de haber sido propuesto por el Congreso de Diputados. El Poder Legislativo está representado a través de las Cortes Generales (el Congreso de Diputados y el Senado).

El Congreso está conformado por 350 miembros, sus cargos duran un período de 4 años. El Senado está conformado por 208 miembros con un período de 4 años. (Felipe VI., 2014)

## **RECURSOS NATURALES**

Son de relevancia los sectores: agrícola con la producción de granos, aceitunas, frutas cítricas, cereales, maíz, vid, olivo (utilizados para la fabricación de vinos y aceites), frutales, remolacha, plantas forrajeras, centeno y trigo. El sector ovino es relevante por la producción de lana de excelente calidad. El sector pesquero con su industria conservera es muy notorio. Finalmente el sector minero hace destacar a España como uno de los primeros productores europeos en: carbón, hierro, pirita, oro, plata, manganeso, azufre, estaño, cobre, uranio, mercurio, plomo y cinc. (España Mi País, 2011)

## **CLIMA**

Temperado, con cálidos veranos en el interior, más moderado y nublado a lo largo de la costa. Inviernos nublados y fríos en el interior y en parte nublados y frescos a lo largo de la costa. (España Mi País, 2011)

## **MONEDA**

**Euro.**

## **IDIOMA OFICIAL**

Castellano o español.

## **POBLACIÓN Y ECONOMÍA**

45120.000 habitantes (empadronados a Enero del 2007)

## **ECONOMÍA**



Producto Interno Bruto (PIB): \$1.199 trillones\*

Crecimiento del PIB: 3.3% \*

PIB – Composición por sector: Agricultura – 3.4%\*

Industria – 28.7%\*

Servicios – 67.9%\*

En España, donde residen más de 400 000 ecuatorianos, el aporte mensual ala Seguridad Social de ese país pudiera sobrepasar los 46 millones de dólares.

El número medio de **extranjeros afiliados a la Seguridad Social en España** aumentó en abril en 26.542, hasta sumar 1'803.980 ocupados, lo que supone el

10,35 % de los 17'424.201 cotizantes del sistema, según datos difundidos este jueves por el Ministerio español de Trabajo e Inmigración.

En abril, la cotización de los extranjeros aumentó en todos los regímenes.

Rumanía fue el país que aportó al sistema más afiliado, con 294.700 ocupados, seguido de Marruecos, con 217.088; Ecuador, con 146.799 afiliados y Colombia, con 101.399.

No obstante, con respecto al mismo mes de 2010, el número de afiliados disminuyó en 46.389 trabajadores (el 2,51 % menos).

Así, el general sumó 1'162.183 adscritos (17.638 ocupados más que en marzo); el agrario, 251.367 (4.381 más); el del hogar, 181.816 (1.466 más), el del mar, 4.992 (181 más), y el del carbón, 597 (33 más). (Torres, Alicia, 2015)

El **Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA)** aumentó en

2.842 afiliados extranjeros y alcanzó la cifra de 203.024 adscritos. (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social , 2015)

Dentro del régimen general, la hostelería fue el sector con más cotizantes extranjeros, 255.063; seguido del comercio, reparación de vehículos de motor y bicicletas, con 195.417; la construcción, con 146.238, y las actividades administrativas y servicios auxiliares, con 128.449 escritos.

En cuanto a su origen, 672.051 afiliados procedían de la Unión Europea (UE), mientras que 1'131.929 tenían otras nacionalidades. Del total de cotizantes extranjeros, 1'001.783 eran hombres y 802.197, mujeres.

Según la Revista Digital Asociación sudamericana Ecuador de Córdova, Viernes, 20 de Mayo de 2011([www.Asoecuador.org](http://www.Asoecuador.org)) contaremos con 146.799 ciudadanos ecuatorianos que aportan a la seguridad social de España, esta población se constituye como la población económicamente activa de ecuatorianos en este país.

En el reparto por comunidades autónomas, Cataluña fue la región con más afiliados extranjeros, 397.071 (el 22,01 % del total), seguida de Madrid, con 385.587 (el 21,37 %); Andalucía, con 226.663 (el 12,56 %); y la Comunidad Valenciana, con 193.207 (el 10,71%).” (Boletín Económico, 2015)

En la ciudad de Madrid se encuentran radicados 124.030 habitantes, los mismos que consideramos como nuestro mercado objetivo.

Gráfico 8: Mapa de población Ecuatoriana en España 2010



**Fuente:** Asociación sudamericana Ecuador de Córdova, Viernes, 20 de Mayo de 2011.  
**Elaborado por:** Los Autores

## **Estructura de edades**

El flujo de inmigración de finales de los años 90 estuvo compuesto principalmente por mujeres, que acudían ante la expectativa de conseguir empleo en el servicio doméstico. Este predominio femenino queda claramente reflejado por un porcentaje de mujeres que se situó en torno al 65% entre los años 1988 y 1999, aunque con tendencia a disminuir. En cambio, a finales de 2000 la mayoría femenina era exigua: por cada 100 residentes ecuatorianos 56 eran mujeres y 44 varones. Esto significa que en el período reciente se intensificó la llegada de hombres procedentes de Ecuador. Los cambios registrados entre 1999 y 2000 muestran un crecimiento mayor de los varones: estos incrementaron su número en un 204% mientras las mujeres lo hicieron en 105,3%. (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social , 2015)

Según el Padrón Municipal de Madrid (ciudad) esta tendencia se verifica, puesto que entre los más de 50.000 empadronados a comienzos de 2008, el 55% son mujeres y el 45% varones.

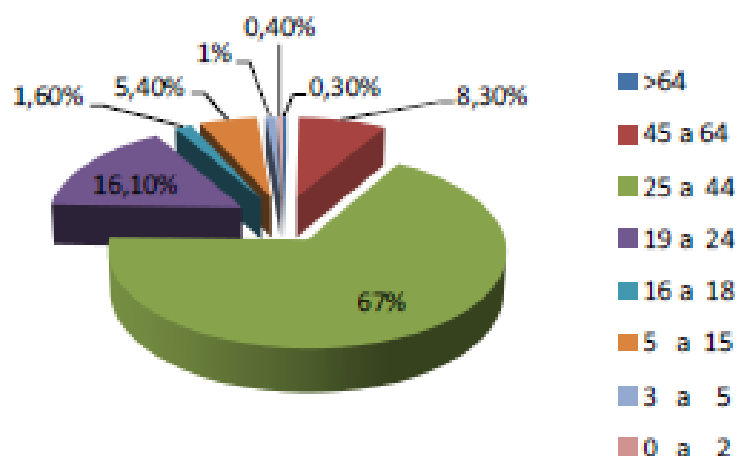
Así, aparentemente, se está produciendo un equilibrio entre los sexos a partir de una colonia que en sus inicios era predominantemente femenina. Esta circunstancia puede favorecer el fortalecimiento de las redes comunitarias de los inmigrantes, basadas en el asentamiento de grupos familiares "completos".

En la actualidad en España, en especial en Madrid se cuenta con una amplia mayoría de población adulta y presencia incipiente de menores de edad. La estadística de residentes muestra un absoluto predominio de inmigrantes en plena edad laboral: el 67% tiene entre 25 y 44 años y un 8% entre 45 y 64 años.

Los menores de edad son, desde el punto de vista civil (mayoría de edad legal, 18 años), el 8,2% de todos los residentes, y los menores desde el punto de vista laboral (hasta 16 años), algo menos del 7%.

Esta estructura de edades es característica de los flujos migratorios en su primera etapa, en la que predominan las personas en edad laboral, prácticamente no existen ancianos y es aún incipiente la presencia de niños y niñas. (Torres, Alicia, 2015)

Gráfico 9: Residentes ecuatorianos por edad



**Fuente:** Ministerio de Trabajo y seguridad social abril 2008, elaboración colectivo IOÉ

A pesar de esto, la creciente equiparación entre los sexos a partir de un inicial predominio femenino- está acompañada con la llegada, o nacimiento, de niños de origen ecuatoriano. Esta circunstancia se refleja en las cifras de alumnado extranjero que ha evolucionado de la siguiente manera: en el curso escolar 1995-1996 el total de alumnos de esta nacionalidad era de 338; cuatro años después había crecido hasta los 1.426. Esta evolución significa un crecimiento del 322%, que ha sido bastante mayor entre los varones (498%) que en el caso de las niñas (327%), los varones siempre han sido mayoría entre los alumnos de Ecuador, pero este desequilibrio se ha acentuado durante el curso escolar 1998-1999, incrementándose hasta el 73,8% del total. (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social , 2015)

### 4.3 ESTUDIO DE MERCADO

#### 4.3.1 Producto

La combinación de la soya y la máchica, un súper alimento Pero además del sabor y aroma, el valor nutricional de este producto lo convierte en la fuente ideal de hidratos de carbono durante el desayuno. La harina de cebada contiene proteínas, calcio, hierro, yodo, vitaminas A, B12, C, D, E, fósforo, hierro, potasio, magnesio y sobre todo fibra. Todos estos componentes presentan grandes beneficios para la salud de quien la consume, entre ellos un correcto equilibrio de los líquidos corporales y temperatura, por su alto contenido

en potasio. Además sus grandes concentraciones de fibra facilitan el tránsito intestinal, mejoran la asimilación de enzimas y protegen el corazón por su baja cantidad de grasa y su contenido en ácidos grasos por su parte la soya. Es rica en proteína, lo que hace que sea una alternativa para vegetarianos. Además, diversos estudios han comprobado que ayuda a reducir el colesterol, disminuye los síntomas de la menopausia y la osteoporosis, previene ciertos cánceres hormono dependientes como el cáncer de mama, del endometrio y próstata. Esta combinación es uno de los llamados alimentos funcionales, por los grandes beneficios que aporta, no solo nutricionales.

#### **4.3.2 Precio**

Es el que define el nivel de ingresos mediante la elasticidad precio de la demanda, teniendo conocimiento del precio de la competencia, de productos sustitutivos, complementarios, de los costos de producción y distribución, así como de las características de la propensión al ahorro por los consumidores, reacciones de intermediarios, del consumidor y legislación comercial.

El precio del producto debe proporcionar ingresos, debe cubrir los costos y gastos de la elaboración del producto así como también generar una utilidad o ganancia del mismo, por lo que se determinará en precio estimado de entre 2,65 dólares en la presentación de 400 gr.

#### **4.3.3 Oferta**

Se debe tener en cuenta el comportamiento de los competidores para establecer estrategias que permitan desempeñarse mejor mediante la estructura del mercado y determinando la situación intermedia, los datos referentes a oferta del producto Soya-machica no se registran en el país destino como tal, sino como de harinas proteicas de soja valores que se muestran en el cuadro 8:

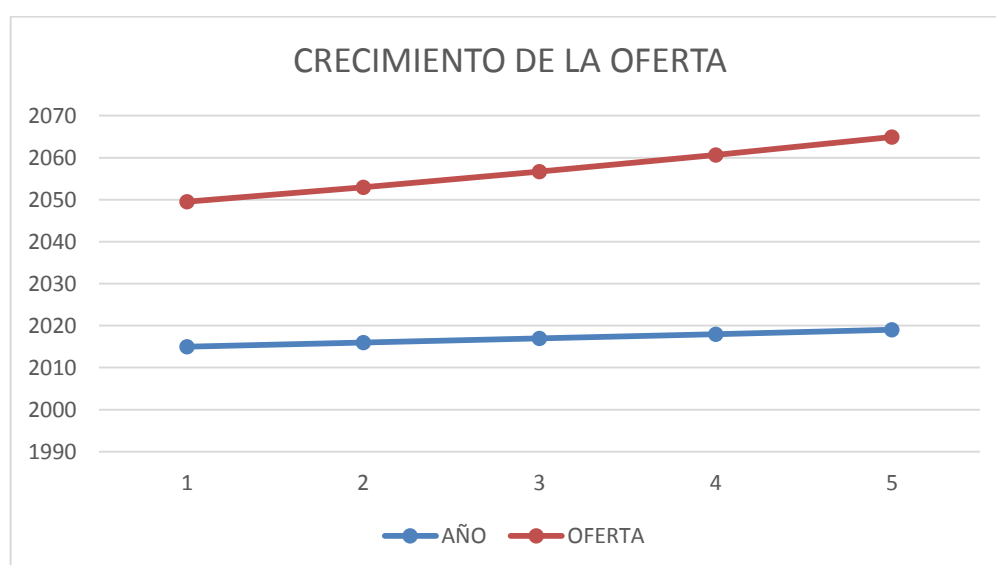
Cuadro 8: Crecimiento de la Oferta

AÑO	OFERTA	CRECIMIENTO
2015	34.56	
2016	36.98	7%
2017	39.70	7.35%
2018	42.66	7.46%
2019	45.92	7.65%

**Fuente:** Proyección de la Oferta

**Elaborado:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

Gráfico 10: Crecimiento de la Oferta



**Fuente:** Proyección de la Oferta

**Elaborado:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

#### 4.3.4 Demanda

Es importante en el estudio de mercado ya que integra las necesidades de adquisición, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales el mismo que permite conocer la estructura del consumo, de los consumidores, geográfica de la demanda así como la interrelación de la misma, los motivos que originan la necesidad potencial o la fuente potencial de mercado.

**Demanda Potencial.** Es toda la población en estudio segmentada.

**Demanda Real.** Es toda la población segmentada que en realidad adquiere un producto.

**Demanda Efectiva.** Es toda la población segmentada que en la práctica es que va a adquirir un producto en el mercado.

**Demanda Aparente.** El consumo nacional de España en relación al polvo soya fue de 864.153 toneladas durante el primer trimestre de 2015, 9 % por encima de las 811.078 toneladas consumidas en el mismo periodo del año anterior. Tal como se indicó, la subida en el consumo es explicada por las mayores ventas de polvo soya al mercado local, que se han visto desplazadas por el aceite de soya crudo importado, particularmente en el segmento de harinas comestibles y por la caída en las importaciones de soya por cuenta de mayores envíos por parte de exportadores. (Boletín Económico, 2015)

**Proyección de la Demanda.** El método de regresión lineal indica la forma como se relacionan las variables. Su fórmula de cálculo es la ecuación de la recta.

Cuadro 9: Proyección de la demanda Datos Históricos

<b>Datos históricos</b>	
<b>Periodos</b>	<b>Cantidad demandada Y</b>
2002	93
2003	95
2004	97
2005	98
2006	100
2007	102
2008	104
2009	106
2010	108
2011	110

n= 10 Numero de periodos
-----------------------------

**Fuente:** Proyección de la Demanda

**Elaborado:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

Cuadro 10: Proyección de la demanda

X	Y	X <sup>2</sup>	X.Y	Y <sup>2</sup>
1	93	1	93	8649
2	94.7577	4	189.5154	8979.02171
3	96.5486205	9	289.645862	9321.63613
4	98.3733895	16	393.493558	9677.32375
5	100.232647	25	501.163233	10046.5834
6	102.127044	36	612.762261	10429.933
7	104.057245	49	728.400713	10827.9102
8	106.023927	64	848.191413	11241.073
9	108.027779	81	972.250009	11670.001
10	110.069504	100	1100.69504	12115.2957

Total 55 1013.21785 385 5729.11749 102957.778

Total/n 5.5 101.321785 38.5 572.911749 10295.7778

**Fuente:** Proyección de la Demanda

**Elaborado:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

Pendiente m	1.895991387	
	1.895991387	
Intercepto Y: b	90.89383276	
Desv. Típica	S <sub>x</sub> =	2.872281323
	S <sub>y</sub> =	5.447347328
Coefficiente de correlación	R=	0.999719739

Cuadro 11: Demanda Proyectada

De la ecuación  $Y = mX +$

b

Donde **m** es: 1.89599139 y b es: 90.89383276

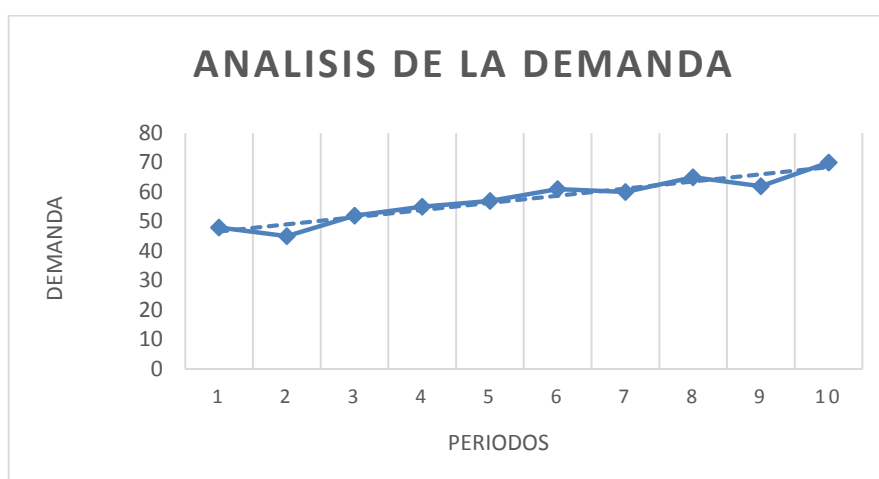
		Demanda
Periodos	X	Y
2012	11	111.7
2013	12	113.6
2014	13	115.5
2015	14	117.4
2016	15	119.3
2017	16	121.2
2018	17	123.1
2019	18	125.0
	116	947.1
Periodos n=	8	

**Fuente:** Proyección de la Demanda

**Elaborado:** Marcelo Javier Tenemaza Pala



Gráfico 11: Proyección de la Demanda



**Fuente:** Proyección de la Demanda

**Elaborado:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

Cuadro 12: Proyección Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	117.4	34.56	82.88
2016	119.3	36.98	82.35
2017	121.2	39.70	81.53
2018	123.1	42.66	80.47
2019	125.0	45.92	79.10

**Fuente:** Proyección de la Demanda y Oferta

**Elaborado:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

#### 4.3.5 Canales de distribución

Es el movimiento de bienes y servicios mediante estrategias adecuadas que comprenden los aspectos de mercado como la fijación de precios, medidas de promoción en la organización de ventas dentro de los canales de distribución con las respectivas comisiones y descuentos y obtener así los costos de distribución.

### **4.3.6 Marketing**

Promoción. Es el estímulo al consumidor de comprar dicho producto y el del distribuidor venderlo efectuando promociones de ventas orientadas hacia el consumidor final, mediante la promoción que llega al consumidor o entre los intermediarios.

En lo que respecta a la promoción se planea realizar muestras de 400 gramos como campaña publicitaria y se entregará mercadería a consignación en supermercados y bodegas para que se permita el ingreso del producto a las perchas de los locales.

Publicidad o Propaganda. Es cualquier forma pagada de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por parte de un patrocinador identificado por el anunciante, la agencia y los medios publicitarios.

## **4.4 ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.4.1 Tamaño**

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

Capacidad del Proyecto. Capacidad Instalada Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.

Capacidad Utilizada. Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando.

Factores Condicionantes del Tamaño del Proyecto.

En la práctica determinar el tamaño de una unidad de producción es una tarea limitada por relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, las disponibilidades de materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento todos estos nos simplifican a ideas aproximadas de determinar el tamaño de la unidad productiva.”  
(Sapag P. 2006)

Capacidad Instalada. La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria a utilizar, utilizando el 100% de producción; siendo también la capacidad máxima que puede brindar la empresa en cuanto a producción, dependiendo de la demanda insatisfecha para ofrecer sus productos. En el proceso de transformación de la materia prima a producto terminado, se determinó que se necesitará tostador cilíndrico universal, molino eléctrico; empacadora automática con dichos argumentos realizamos el siguiente análisis:

La capacidad de la tostadora es de 15 kg /hora multiplicado por las 24 horas da un resultado de 360 kg./día o 900 paquetes de machica de soya de 400g esta es la capacidad al 100%, se trabajara 8 horas diarias determinando una producción de 120 kg diarias.

**Cuadro 13: Producción**

<b>HORAS</b>	<b>DIARIO</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL Kg</b>
8	120	720	2880	34560
16	240	1440	5760	69120
24	360	2160	8640	103680
<b>ANUAL Kg</b>	<b>Anual Tn.</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL gr.</b>	<b>FUNDAS DE 400 gr ANUAL</b>	
34560	34.56	34560000	86400	
69120	69.12	69120000	172800	
103680	103.68	103680000	259200	

Fuente: Empresa Productos Alimenticios Fortaliz  
Elaborado: por el autor

Para determinar la capacidad instalada aplicaremos una regla de tres simple de la siguiente manera:

Demanda insatisfecha 1er. Año = 82.88 Tn

Capacidad Instalada = 34.56 Tn

Capacidad Máxima de Producción

82.88            100%

34.56            X

$(34,56 \times 100) / 82.88$

41.70 %

Se cubrirá el 41.70% de la demanda insatisfecha.

Cuadro 14: Capacidad instalada de producción anual

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANADA INSATISFECHA</b>	<b>PORCENTAJE A UTILIZARSE</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA (Toneladas)</b>
1	82.88	41.70	34.56
2	82.35	62.95	51.84
3	81.53	84.78	69.12
4	80.47	107.37	86.40
5	79.10	117.97	93.31

Fuente: Proyección de la demanda Insatisfecha

Realizado por: El Autor

Capacidad Utilizada Proporción de la capacidad instalada de producción con la que trabaja la maquinaria, está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo de tiempo.

Al iniciar sus operaciones las empresas no lo hacen al 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: introducción del producto en el mercado, selección de la mano de obra, materiales a utilizarse, etc., es por esto que en el presente proyecto, para el primer año se tendrá una producción de 34.56 toneladas siendo el 33,33%, segundo año 50%, tercero 66.668%, cuarto 83.335% y quinto año el 90%.

Cuadro 15: Capacidad utilizada

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA (Tn)</b>	<b>PORCENTAJE A UTILIZARSE</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA ANUAL (Tn)</b>
1	103.68	33.333%	34.56
2	103.68	50%	51.84
3	103.68	66.668%	69.12
4	103.68	83.335%	86.40
5	103.68	90%	93.31

Fuente: Empresa Productos Alimenticios Fortaliz

Elaborado: por el autor

#### **4.4.2 Localización**

Localización. El objetivo general de este punto es llegar a determinar en donde se instalará la planta. , sin embargo la empresa de productos alimenticios Fortaliz se ubica en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

- Proximidad y disponibilidad del mercado
- Proximidad y disponibilidad de materias primas.
- Medios de transporte.
- Disponibilidad y servicios públicos
- Influencia del clima.
- Mano de obra. Otros factores

## **4.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la determinación del proceso productivo, la adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta.

La estructuración de la presente ingeniería brinda la facilidad de planificar aspectos fundamentales como:

La instalación de maquinaria, su funcionamiento, secuencia de procesos para la producción del polvo de soya machica, la distribución de la planta, y así de esta manera poder determinar el personal a utilizar y aprovechar eficientemente las instalaciones para el buen funcionamiento de la planta, determinar el mejor proceso que permita encontrar menores costos de producción y mayor rentabilidad.

Proceso de Producción Para la elaboración de la machica soya se debe seguir un procedimiento semi-industrial, casi similar al procedimiento que se emplea para procesar el café tradicional, a continuación detallaremos algunos aspectos que se consideró necesarios exponer.

### **Equipo y Maquinarias**

Para la elaboración de la machica de soya se debe especificar los equipos y maquinarias se va a requerir en el proceso productivo de la misma y que a continuación se detalla:

## **Tostador Cilíndrico**

Esta máquina tiene una capacidad de 15 kilogramos de soya tostada por hora, funciona a gas y a electricidad, mediante el movimiento giratorio permite que la soya se tueste de forma uniforme.

Gráfico 12: Tostador Cilíndrico



Fuente: Industria Gastronómica del Mercado Libre  
Elaborado: Marcelo Javier Tenemaza Pala

Molino Esta máquina muele la soya y tiene una capacidad de 16 kilogramos por hora, se puede graduar el espesor, es decir fino o grueso.

Gráfico 13: Molino



Fuente: Industria Gastronómica del Mercado Libre  
Elaborado: Marcelo Javier Tenemaza Pala

## Empacadora Automática

Esta máquina es automática tiene una capacidad de 30 empaques por hora, regula el peso deseado, empaca y sella el empaque de forma segura, para la conservación de las propiedades de la machica soya.

Gráfico 14: Empacadora Automática



Fuente: Multipak  
Elaborado: Marcelo Javier Tenemaza Pala

## **Informe técnico del proceso de elaboración**

### **Materia prima requerida**

La materia prima que se necesita en el proceso de elaboración de la machica soya es el de soya y la cebada.

### **Materiales Indirectos**

En los materiales indirectos que tenemos en la producción, es la funda de empaque.

### **4.5.1 Proceso productivo**

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes o servicios a partir de insumos y materias primas para convertirla en artículo Mediante la función de manufactura. Diagrama de Flujo se Utiliza una simbología internacionalmente aceptada para representar las actividades realizadas en el proceso productivo.



- Operación.- Significa cambio o transformación.
- ⇒ Transporte.- Movilización de un sitio a Otro.
- Demora.- Hay que esperar turno o el proceso necesita espera.
- ▽ Almacenamiento.- Tanto de materia prima, o del producto terminado. Inspección.-
- Control que se ejecute bien la operación. Este método es el más utilizado para representar procesos. Baca Urbina, (2008).

#### 4.5.2 Descripción Teórica del Proceso de Producción

A continuación se explica paso a paso el proceso que se debe de llevar para producción de la machica soya.

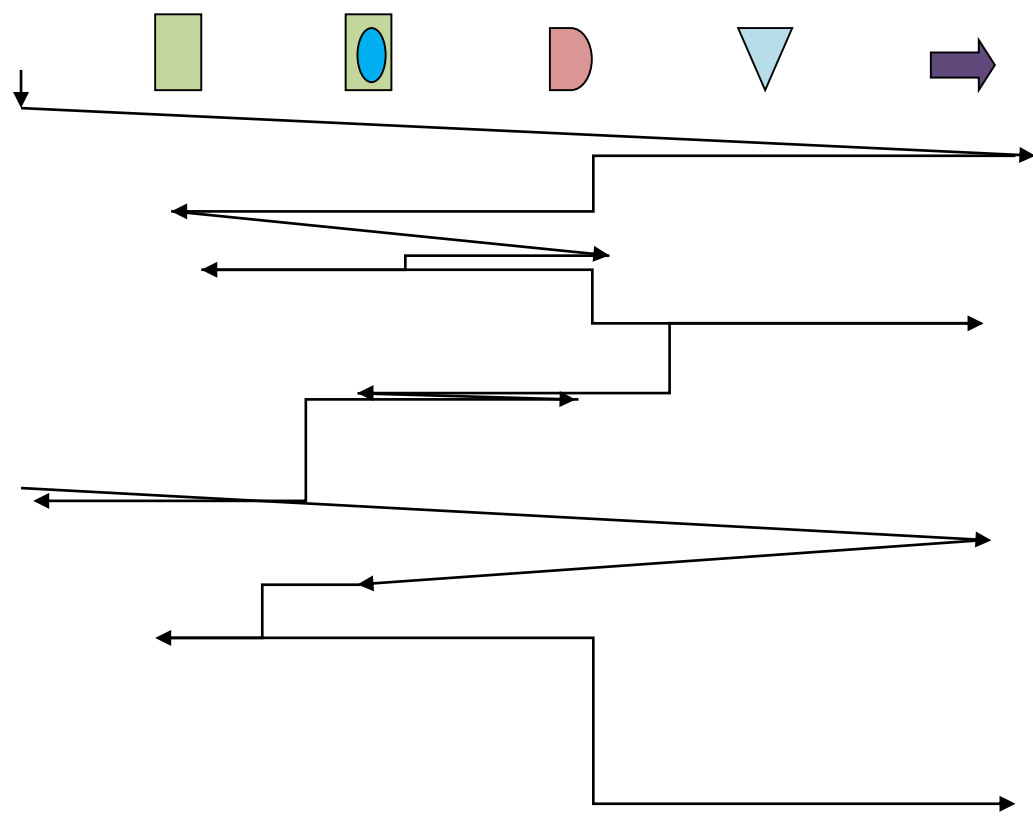
- Compra de la materia prima. La compra se la realizará en los almacenes de acopio en la ciudad de Riobamba, realizando una inspección de la calidad de materia prima y transportada a las bodegas.
- Limpieza y Selección. Se utilizará agua potable con cloro que se depositarán en una tolva de acero inoxidable en el cual se remueven los desperdicios o basuras propias de la misma, luego se procede a la selección manual de la materia prima defectuosa.
- Tueste. Para el tueste de la soya se necesita una temperatura de alrededor de 200°C. el proceso de tostado hace que la soya aumente de volumen, cambia de color, y desprenda su característico olor, también el grano pierde humedad en un 70% y pierda peso del 16% - 19%.
- Enfriamiento. Una vez retirado del tostador se procede a colocar en la mesa de enfriamiento procurando expandido de forma adecuada para que la soya tostada no se recaliente y pueda quemarse, se lo debe hacer uniformemente, tarda alrededor de los 19 minutos.
- Molienda. Se procede a triturar o moler la soya tostada con el grado o punto de firmeza del espesor necesario.

- Empacado automático. Se coloca la soya molida en el contenedor para que la máquina realice el siguiente proceso: llenado de los empaques con la soya molida, sellado térmicamente, para su posterior empaque.
- Empacado manual. Una vez que se tiene el producto terminado, se procede a empacar 30 unidades por caja, esta es la presentación final del producto, luego se proceda a embalar 12 cajas para su almacenamiento.
- Almacenamiento. Se envía a la bodega de producto terminado y listo para la venta.
- Distribución. Será realizada en los diferentes puntos de ventas dentro de la ciudad y para esto se estableció utilizar un vehículo de entrega de productos.

Cuadro 16: Flujoograma del proceso productivo de la machica soya

**ACTIVIDADES**

- a. Adquisición de materia prima (bodega)
- b. Transporte de bodega a cargador
- c. Chequeo de vaciado al cargador
- d. Demora en el cargador (llenado)
- e. Tostado de la soya
- f. Transporte a mesa de enfriamiento
- g. Limpieza del tambor del tostador
- h. Enfriamiento del soya tostada
- i. Molienda de la soya tostada
- j. Se envía al área del empaque
- k. Empacado automático
- l. Empaque manual
- m. Chequeo de cajas en buenas condiciones
- n. Se embala en paquetes de 12 unidades
- o. Almacenaje
- p. Distribución



**TIEMPO**

- 10m
- 4m
- 1m
- 10m
- 43m
- 4m
- 1m
- 19m
- 60m
- 3m
- 3m
- 5min
- 2m
- 5m
- 10m

**TIEMPO**

180 minutos

3 HORAS

### 4.5.3 Determinación de las características técnicas del producto terminado

Este producto está diseñado bajo las siguientes características:

Forma: Harina

Color: El color de la machica soya es café mediano.

Gráfico 15: Empaque de 400g.



Fuente: Fortaliz

Elaborado: Marcelo Javier Tenemaza Pala

### 4.5.4 Distribución en planta

#### Infraestructura Física

Es el espacio físico necesario para las actividades de la empresa (administrativas-operacionales) en un lote de 10m de frente por 20m de fondo (200mt<sup>2</sup>) distribuida de la siguiente manera:

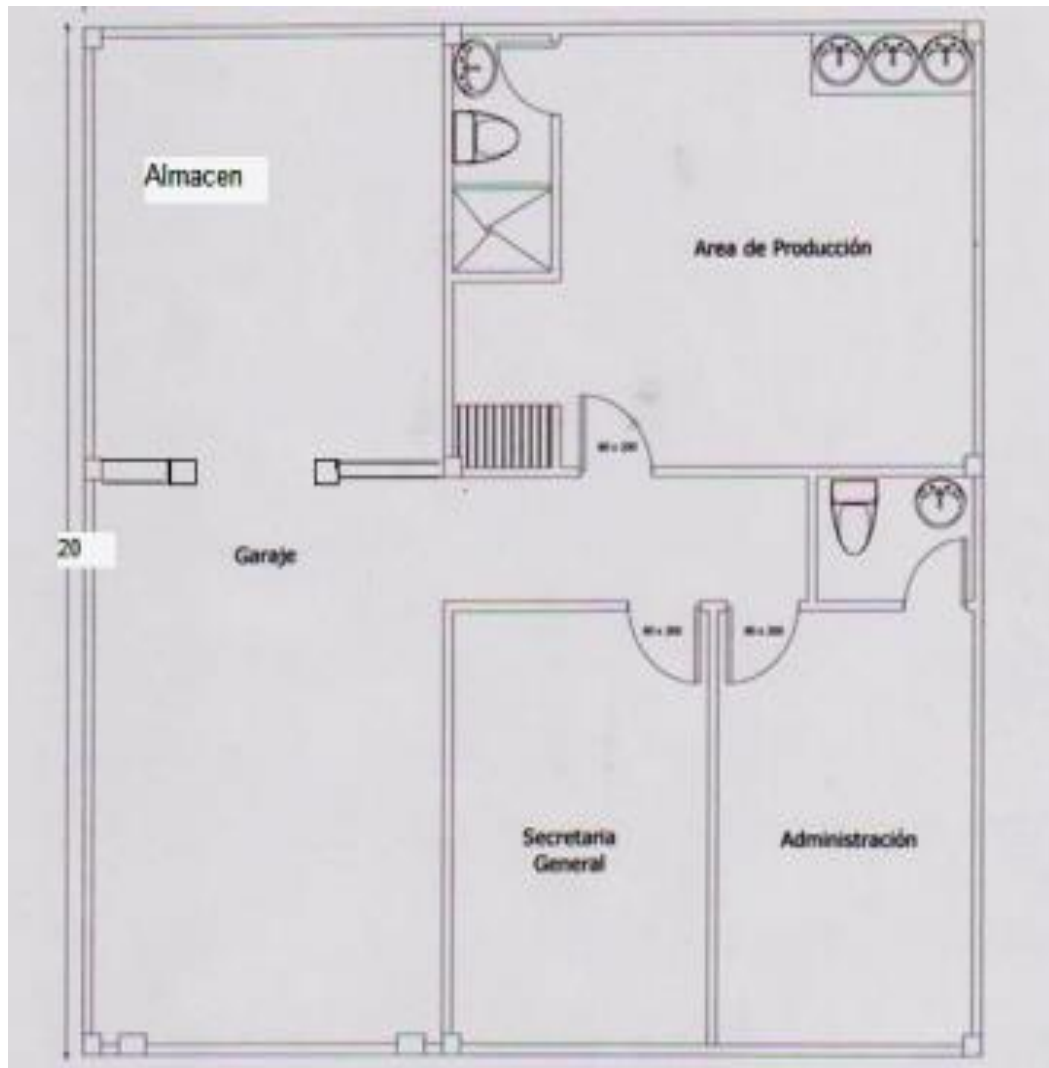
- Área Administrativa

- Planta de Producción
- Bodega de Almacenaje (materia prima, insumos, producto terminado)

### **Distribución Física de la Empresa**

Área Administrativa	66,50 m <sup>2</sup>
• Gerencia	33,50
• Secretaria/contabilidad	33,00
Planta de producción	70,00m <sup>2</sup>
Bodega de Almacenaje	30,00 m <sup>2</sup>
Espacio libre	33,50 m <sup>2</sup>
Total	200 m <sup>2</sup>

Gráfico 16: Distribución física de la empresa



Elaborado Por: El autor

#### 4.5.5 Logística de exportaciones

##### 4.5.5.1 Comercio Exterior

En todo proceso de exportación o importación es fundamental el Comercio Exterior para el correcto proceso de la documentación, tramitación y requisitos exigidos por el país importador, así como por el país exportador.

#### 4.5.5.2 Aspecto legal para la exportación

Tabla 1: Ficha Técnica

Producto	Harina de Cebada Harina de Soya
Subpartida:	1104.29.10.00 1208.10.00.00
País Importador:	España
País Exportador:	Ecuador
Empresa	Fortaliz.
Vía transporte	marítima
Puerto origen	Guayaquil
Puerto destino	Madrid

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

### 4.5.5.3 Partida Arancelaria

La partida arancelaria que se utilizará es Harina de Soya y cebada.

Tabla 2: Partida Arancelaria

<b>SUBPARTIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AUTORIZACIÓN PARA IMPORTAR</b>	<b>AUTORIZACIÓN PARA EXPORTAR</b>	<b>ARANCEL</b>
1208.10.00.00	Harina de Soya	HABILITADA	HABILITADA	%
1104.29.10.00	Harina de Cebada	HABILITADA	HABILITADA	%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

### 4.5.5.4 Negociación

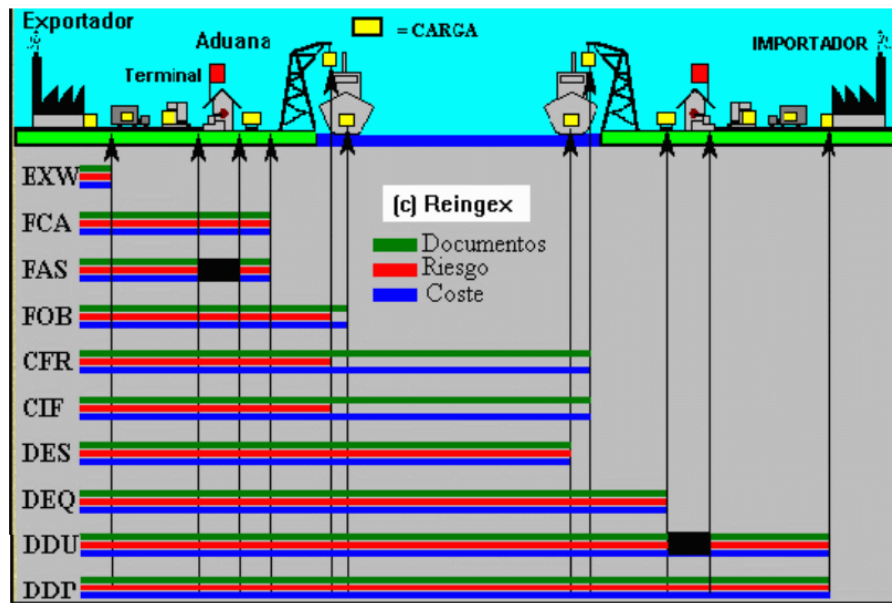
Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato. El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

#### **El Incoterms determina:**

- El alcance del precio
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador
- El lugar de entrega de la mercadería
- Quien contrata y paga el transporte
- Quien contrata y paga el seguro
- Que documentos tramita cada parte y su costo



Gráfico 17: Incoterms



Fuente: Banco Central del Ecuador  
 Elaborado por: Marcelo Javier Tenemaza Pala

#### 4.5.5.5 Incoterms que se utilizara

Según la página de PRO ECUADOR las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa. (PROECUADOR, 2014)

Un Incoterm representa un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de transportación desde la salida del producto hasta recepción por el país importador.

Los productores del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Riobamba para la exportación de su producto utilizaran el siguiente término de contratación internacional

### **FOB (Free on Board) Libre a Bordo:**

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo, si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir los costos en caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

El vendedor entrega la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque. Esto significa que el comprador a de soportar todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde ese punto. El termino FOB exige al vendedor despachar la mercancía para la exportación y solo puede utilizar para la navegación marítima o fluvial. (Pro, ECUADOR, 2015)

### **Responsabilidad del vendedor:**

- Contratar y pagar el transporte de la mercancía desde la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, hasta el puerto de Guayaquil.
- Las mercancías deberán estar ya listas en su empaque y embalaje para ser transportadas.
- Deberá subir al buque contratado por el comprador.
- De igual forma realizar las formalidades aduaneras de exportación (documentos, permisos, requisitos, impuestos). (Guias de Incoterms, 2010)

### **Responsabilidades del comprador:**

- Deberá pagar el valor de la mercancía a los Productores del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba en la fecha acordada.
- Contratar y pagar el transporte marítimo, seguro y el transporte interno que llevará la mercancía hasta la empresa de destino.
- Realizar las formalidades aduaneras de importación (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Pagar los costos que se generen hasta su destino final.
- El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llegue a tiempo.
- El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado. (Guías de Incoterms, 2010)

#### **4.5.5.6 Precio FOB**

El precio FOB por cada funda de 400 gr. de mezcla en Polvo Soya-Machica es de \$ 2.65 centavos de dólar.

### **4.5.6 Forma de pago**

#### **4.5.6.1 Carta de crédito**

Promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante), ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco (notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador contra la presentación de determinados documentos. Existen diferentes

modalidades: revocable, irrevocable, notificada, confirmada, a la vista, a plazo y transferible. (Boletín Bancaria de Garantía, 2016)

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

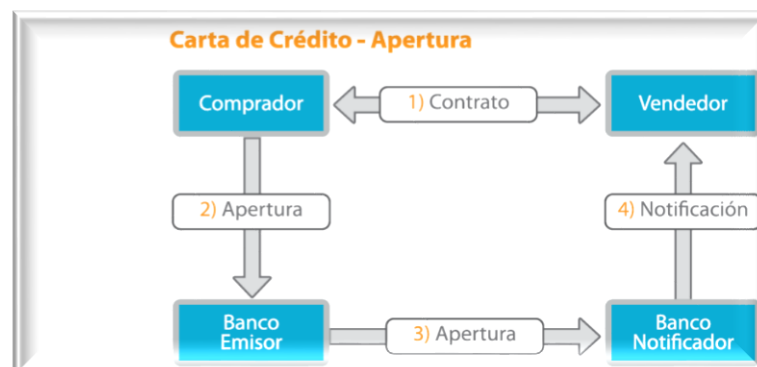
#### 4.5.6.2 Términos de cartas de crédito documentarias

- **Irrevocable:** esta no puede ser enmendada ni cancelada sin el consentimiento de las partes.
- **Confirmada:** El banco que con firma honra el pago de la Carta de Crédito previo a la verificación de que los documentos cumplen con los términos y condiciones.
- **Avisada:** El banco corresponsal solo informa al beneficiario sobre la apertura de la Carta de Crédito pero no garantiza el pago.
- **Transferible:** Es la sesión total o parcial del crédito documentario a uno o más beneficiarios.
- **Ordenante:** Comprador, Importador: Quien solicita a su Banco la emisión de la Carta de Crédito.
- **Banco Emisor:** Banco ordenante: quien emite la carta de crédito por cuenta del ordenante a favor del Beneficiario.
- **Banco Avisador:** Confirmador, Banco Corresponsal: Banco designado para avisar, confirmar, aceptar, pagar o negociar la carta de crédito a favor de un beneficiario.
- **Beneficiario:** Vendedor, Exportador: Es la parte a cuyo favor se expide la Carta de Crédito. (Boletín Bancaria de Garantía, 2016)

## Ventajas

- El pago se realiza únicamente si el exportador cumple con los términos y condiciones.
- El exportador cuenta con un banco que se comprometa a pagar, en lugar de asumir el riesgo comercial del importador.
- El contar con bancos corresponsales de primera línea a nivel mundial.
- Al comprador le permite obtener mejores precios, así como plazos de pago convenientes.
- Amplia las fuentes de suministros de compradores, ya que generalmente los proveedores están dispuestos a vender contra pago anticipado. (Boletín Bancaria de Garantía, 2016)

Gráfico 18: Flujograma para carta de crédito



Fuente: Guía del Exportador PRO ECUADOR  
Elaborado Por: Marcelo Javier Tenemaza Pala

### 4.5.7 Requisito y documento para exportar

#### a) Registro único de contribuyentes (RUC)

“El Registro Único de Contribuyentes (RUC: 1706813183001) es un documento que identifica como contribuyente ante la administración tributaria ecuatoriana, a personas naturales o jurídicas, con o sin fines de lucro, para permitirles desarrollar formalmente una actividad económica.”. (S.R.I, 2015).

## **b) Certificado digital**

Los productores de soya cebada del Gobierno Autónomo del Cantón Riobamba están en la obligación de obtener el certificado digital para la firma electrónica y autenticación de acuerdo a los siguientes pasos:

### **Paso 1:**

“Enviar los siguientes documentos al correo electrónico: [ventasui@securitydata.net.ec](mailto:ventasui@securitydata.net.ec)  
(Formato PDF y a color, cada documento en un archivo por separado)

### **Representante legal o miembro de una empresa:**

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la papeleta de votación actualizada.
- Original o copia notariada del RUC de la empresa.
- Original o copia notariada del RUP en caso de tenerlo.
- Original o copia notariada del nombramiento del representante legal, adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original o copia notariada del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones o Constitución de la Empresa solicitante.
- Original de la carta de autorización firmada por el representante legal, donde conste el número de cédula, nombre y cargo de todos los solicitantes de la empresa.

### **Persona natural**

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la papeleta de votación actualizada.

- Original de la planilla de un servicio básico (luz, agua, teléfono) de cualquiera de los últimos tres meses, a nombre de la persona que solicita el certificado y que certifique la dirección que conste en el RUC.
- Original o copia notariada del RUC.
- Original o copia notariada del RUP en caso de disponerlo.
- Formulario de solicitud completo: (Punto 4.3 Formulario de Solicitud de Certificados)

### **Paso 2:**

SECURITY DATA procederá a revisar los documentos enviados en el lapso de 48 horas enviará un correo electrónico a la empresa, informando el estado del trámite y los pasos a seguir. Se debe registrar en el portal de ECUAPASS en la siguiente dirección electrónica: (<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

### **Paso 3:**

Al ser aprobada la solicitud y luego de haber realizado el pago, el solicitante debe asistir a la cita designada por el asesor (trámite de carácter personal), con toda la documentación original o copias notariadas, para la entrega del Token y la clave.” (Pro Ecuador, 2015)

#### **4.5.7.1 Registro como exportador**

Una vez adquirido el RUC y el certificado digital el siguiente paso es registrarse como exportador en el ECUAPASS desde un punto de acceso virtual, donde se pueden desarrollar los trámites de autorización para la exportación o importación, para que los productores de soya y cebada del Gobierno Autónomo del cantón Riobamba y cualquier empresa se establezca como exportador debe cumplir los siguientes pasos:

- Ingresar al portal de Ecuapass, introduciendo la siguiente dirección: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014)
- Click en la opción “Solicitud De Uso”.

- Se desplaza la siguiente página, en la misma que se deberá Crear el usuario y contraseña, donde se registre los datos:
- Ruc
- Razón Social
- Dirección de la empresa
- Teléfono de la empresa
- Información del representante legal
- El representante legal proseguirá a ingresar la información de manera digital, según la ubicación de certificación.
- A continuación, se acepta las políticas de uso para continuar, y obtener el contrato que regulará las relaciones que lo realizará a través de ECUAPASS.
- Se accede al portal ECUAPASS y a continuación se dirige a la ventanilla única.

**Se aplica los siguientes procedimientos:**

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

**4.5.8.2. Proceso Aduanero**

Según (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014) se inicia con el envío de manera electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que será acompañada de la respectiva factura, proforma y documentación con la que se cuenta previo al embarque, donde se inicia y crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014)

**Los datos que se entregarán 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)

Una vez aprobada la DAE el trámite realizado, la mercadería ingresa a Zona Primaria del sector en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

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

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático
- Canal de Aforo Electrónico

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

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos

electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada. (Senae, 2014)

- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- CORPEI.

#### **4.5.8.3.Documentos requeridos para exportar**

Los documentos requeridos para exportar son los siguientes:

##### **a) Factura proforma**

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

- Datos del Exportador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Factura Pro Forma No
- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
- Nombre

- Dirección
- Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm
- Plazo de validez
- Firma del exportador. Ver anexo

**b) Factura comercial: Es emitida por el exportador, y contiene:**

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

**c) Bill of Lading:**

“Un B/L marítimo es un documento de transporte puerto a puerto cuyo objetivo es acreditar que las mercancías se han recibido a bordo del buque; es prueba de la existencia del Contrato de Transporte y de la titularidad de la propiedad de la carga, a favor de su legítimo tenedor y mediante el cual y exclusivamente, se tiene derecho a recibir en el puerto de destino la mercancía, en el estado y cantidad que fue embarcada.” (Mutis, 2012)

#### **d) Lista de Empaque - PackingList**

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

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

#### **4.5.8.4.Procedimiento aduanero**

**Pre-embarque:** Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

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

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

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

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

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

- DAU impresa.

### **Trámites para la exportación el producto**

La mercadería antes de ser exportadas fuera del territorio ecuatoriano, han de ser objeto de algunas formalidades aduaneras que se realiza mediante la presentación del DUA, documento administrativo que se utiliza también en las importaciones, operaciones de tránsito

La clasificación arancelaria de una mercadería consiste en la asignación de uno de los códigos de la nomenclatura del arancel de aduanas que es 1801.00.19.00

### **Documentos que se debe presentar**

- Copia del registro único del contribuyente (RUC)
- Copia de la constitución de la compañía
- Comunicación suscrita por el representante en el que conste dirección, número de teléfono, nombres apellidos de la persona autorizada para firmar la declaración de exportación con su número de cedula

### **Declaración única de exportación**

- Se debe declarar el precio mínimo referencia fijado por un acuerdo del MAGAP

- Si el precio de venta al exterior es igual o superior al mínimo referencial, el exportador debe consignar el precio de venta en el FUE, en caso de ser inferior debe consignar el precio mínimo referencial
- Nombre del vendedor y comprador
- Precio FOB puesto el producto en el puerto de destino
- El FUE tiene una Validez de 15 días a partir de la fecha de aprobación del banco corresponsal.

### **Certificados**

Certificado de calidad del producto. Se paga el 0.42% del valor FOB, es decir 961.63 dólares

- FORTALIZ contrata una empresa verificadora y declara el lote dentro o fuera de normas

### **Certificado de origen**

- Registro en el sistema de identificación previa a la certificación de origen en la página web del MIPRO, consignando los datos generales del exportador y de la subpartida que se exporta
- Visita de verificación en la empresa productora si se trata de la primera exportación
- Elaboración del informe técnico por parte el funcionario delegado para la verificación que concluye si la mercancía a exportarse, cumple o no con las reglas de origen según el mercado de exportación

### **Certificado de calidad y peso**

Certificado exigido por el comprador para asegurar que la mercadería objeto de expedición se corresponden con lo acordado en el contrato de compraventa

## **Certificado fitosanitario**

Es un instrumento de control y lucha contra las plagas. Determinados vegetales, con ellos debe ir acompañado de su correspondiente pasaporte fitosanitario en el momento de la exportación. Es emitido por la subdirección general de sanidad vegetal

## **Permisos adicionales**

- Certificado de negociación en bolsa para el cereal
- Póliza para el traslado al puerto
- Permiso de ingreso de personal
- Guía de embarque
- Visado consular. Por exigencia del comprador o de las autoridades de algunos países

El cereal se exporta unitarizados en sacos de yute de 69Kg neto en contenedor de 40 pies con capacidad para 25 toneladas y de 20 pies con una capacidad de 12.5 toneladas, se utilizará un contenedor de 20 pies, compartido.

Gráfico 19: Contenedor 40 pies standard



**Fuente:** <http://es.slideshare.net/anieto61>  
**Elaborado por:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

Gráfico 20: Medidas del contenedor de 40 pies

MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA	
	METROS	PIES	METROS	PIES	METROS	PIES
LARGO	12.19	40'	12.03	39'6"		
ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"
ALTO	2.59	8'6'	2.40	8'6"	2.29	7'6"

Fuente: <http://es.slideshare.net/anieto61>

Elaborado por: Marcelo Javier Tenemaza Pala

#### 4.5.8.5. Transporte hacia el puerto de embarque

El transporte del cereal desde Riobamba hacia el Puerto de Guayaquil se lo realizará con la empresa Panatlantic la misma que nos proveerá del transporte internacional. En el siguiente cuadro se describe el costo total que incluye el manipuleo de la carga:

Tabla 3.: Costo de Transporte Interno

Descripción	Costo por contenedor	Costo Anual
Transporte interno	1000	6,000
TOTAL	1000	6,000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marcelo Javier Tenemaza Pala

#### 4.5.8.6. Seguro hasta el puerto de embarque

Por razones de seguridad se debe contratar un seguro de movilización interna de la mercadería puesto a que puede surgir algún imprevisto y se pueda perder la carga.

En la cotización enviada está incluida este rubro de seguro de transporte interno desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil.



#### 4.5.8.7. Costo de almacenaje

Se paga únicamente cuando la Aduana presta directamente este servicio en los almacenes bajo su responsabilidad.

En nuestro caso vamos a tomar 10 días este servicio ya que son suficientes para los trámites correspondientes. Para calcular la tasa de almacenaje debemos tomar en cuenta el peso de la carga y los días de uso del servicio.

El valor a pagar por los 10 días de almacenaje es de \$ 150 dólares por envío y \$ 900 anual

Tabla 4: Costo de Almacenaje

Descripción	Costo por contenedor	Costo Anual
Transporte interno	150	900
TOTAL	150	900

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

#### 4.5.8.8. Costo Trámites Aduaneros

Tabla 5: Costo Trámites Aduaneros

Documentos	Costo	Costo Anual
Declaración	60	360
Aforo físico	400	2400
Certif. Inspección	600	3600
b/l	78.4	470.4
Corpei	1416.98	8501.88
TOTAL	2,555.38	15332.28

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Marcelo Javier Tenemaza Pala

#### 4.5.8.9. Costo Total Logística

Tabla 6: Costo Total Logística

Descripción	Costo por Embarque	Costo Anual
Logística	3,705.38	22,232.28
<b>TOTAL</b>	<b>3,705.38</b>	<b>22,232.28</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marcelo Javier Tenemaza Pala

### 4.6 ESTUDIO ECONÓMICO

#### 4.6.1 Costos

Dentro de los costos a llevar acabo están los siguientes:

<b>HOJA DE COSTOS Y GASTOS PRODUCCION</b>					
<b>PRODUCTO:</b> Harina Soya-Machica			<b>UNIDADES PRODUCIDAS:</b> 5,76 Tn/vimensual		
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>DIA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UND MED</b>	<b>V/ UNIT</b>	<b>V. M</b>
<b>COSTO DIRECTO</b>					<b>8,792.44</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					
<b>SOYA,</b>		57.6	qq	55	3,168.00
<b>CEBADA</b>		57.6	qq	45	2,592.00
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
<b>Jefe de calidad</b>		1	Trabajador	<b>558.6</b>	1117.2
<b>Trabajadores</b>		2	Trabajador	478.81	1915.24
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>					<b>3,689.50</b>
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>					
<b>Embalaje</b>		14,400.00	Kg	0.2	2,880.00
<b>Etiquetado</b>		14,400.00	Kg	0.02	288.00
<b>SUMINISTROS Y MATERIALES</b>					
<b>Combustibles</b>	30		cilindros	2.5	75
<b>Energia eléctrica</b>	500	wds		0.035	17.5
<b>Insumos de seguridad industrial</b>	30			7.15	214.5
<b>Insumos de limpieza</b>	30			0.3	214.5
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>					<b>12,481.94</b>

Los costos operacionales que se muestran a continuación:

<b>GASTO OPERACIONAL</b>					<b>6,497.13</b>
--------------------------	--	--	--	--	-----------------

<b>Gastos de Administración</b>	días	costo			<b>1,148.35</b>
Gerente	60	1		<b>957.55</b>	
Suministros y Materiales				<b>20.4</b>	
Material para oficina	60	0.5		30	
Impresos	60	0.09		5.4	
Útiles de aseo y limpieza	60	0.25		15	
Servicios Básicos	60	2		120	

<b>Gastos de Ventas</b>					<b>4185.38</b>
Publicidad		800	cajas	0.6	480
Logística de venta exterior	un embarque				3705.38

<b>Gastos Financieros</b>					<b>1163.4</b>
Interese Bancarios	60	19.39		1163.4	

<b>TOTAL COSTO DE VENTA</b>					<b>18,979.07</b>
-----------------------------	--	--	--	--	------------------

Costo total de operación de una exportación

<b>HOJA DE COSTOS Y GASTOS PRODUCCION</b>					
<b>PRODUCTO:</b> Harina Soya-Machica			<b>UNIDADES PRODUCIDAS:</b> 5,76 Tn/vimensual		
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>DIA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UND MED</b>	<b>V/ UNIT</b>	<b>V. M</b>
<b>COSTO DIRECTO</b>					<b>8,792.44</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					<b>5,760.00</b>
SOYA,		57.6	qq	55	3,168.00
CEBADA		57.6	qq	45	2,592.00
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					<b>3,032.44</b>
Jefe de calidad		1	Trabajador	558.6	1117.2
Trabajadores		2	Trabajador	478.81	1915.24
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>					<b>3,689.50</b>
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>					<b>3,168.00</b>
Embalaje		14,400.00	Kg	0.2	2,880.00
Etiquetado		14,400.00	Kg	0.02	288.00
<b>SUMINISTROS Y MATERIALES</b>					<b>521.50</b>
Combustibles	30		cilindros	2.5	75

Energía eléctrica	500	wds		0.035	17.5
Insumos de seguridad industrial	30			7.15	214.5
Insumos de limpieza	30			0.3	214.5
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>					<b>12,481.94</b>

<b>GASTO OPERACIONAL</b>					<b>6,497.13</b>
--------------------------	--	--	--	--	-----------------

<b>Gastos de Administración</b>	días	costo			<b>1,148.35</b>
Gerente	60	1		<b>957.55</b>	
Suministros y Materiales				<b>20.4</b>	
Material para oficina	60	0.5		30	
Impresos	60	0.09		5.4	
Útiles de aseo y limpieza	60	0.25		15	
Servicios Básicos	60	2		120	
<b>Gastos de Ventas</b>					<b>4185.38</b>
Publicidad		800	cajas	0.6	480
Logística de venta exterior	un embarque				3705.38
<b>Gastos Financieros</b>					<b>1163.4</b>
Interese Bancarios	60	19.39		1163.4	

<b>TOTAL COSTO DE VENTA</b>					<b>18,979.07</b>
-----------------------------	--	--	--	--	------------------

Fuente: Costos de producción y costos y gastos Operacionales  
Realizado por: El Autor

### Costo total de operación anual

<b>HOJA DE COSTOS Y GASTOS DE EXPORTACION ANUAL</b>					
<b>PRODUCTO:</b> Harina Soya-Machica			<b>UNIDADES PRODUCIDAS:</b> 34,56 Tn/anales		
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)</b>					
DETALLE	DIA	CANTIDAD	UND MED	V/ UNIT	V. M
<b>COSTO DIRECTO</b>					<b>52,754.64</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					<b>34,560.00</b>
SOYA,		345.6	qq	55	19,008.00
CEBADA		345.6	qq	45	15,552.00
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					<b>18,194.64</b>
Jefe de calidad		1	Trabajador	<b>558.6</b>	6,703.20
Trabajadores		2	Trabajador	478.81	11,491.44
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>					<b>22,137.00</b>

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>					<b>19,008.00</b>
Embalaje		86,400.00	Kg	0.2	17,280.00
Etiquetado		86,400.00	Kg	0.02	1,728.00
<b>SUMINISTROS Y MATERIALES</b>					<b>3,129.00</b>
Combustibles	30		Cilindros	2.5	450.00
Energía eléctrica	500	wds		0.035	105.00
Insumos de seguridad industrial	30		art.	7.15	1,287.00
Insumos de limpieza	30		Insumos	0.3	1,287.00
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>					<b>74,891.64</b>

<b>GASTO OPERACIONAL</b>					<b>44,094.78</b>
--------------------------	--	--	--	--	------------------

<b>Gastos de Administración</b>	días	costo			<b>12,002.10</b>
Gerente	360	1		<b>957.55</b>	5745.3
Suministros y Materiales				<b>20.4</b>	122.4
Material para oficina	360	0.5		180	1080
Impresos	360	0.09		32.4	194.4
Útiles de aseo y limpieza	360	0.25		90	540
Servicios Básicos	360	2		720	4320

<b>Gastos de Ventas</b>					<b>25112.28</b>
Publicidad		800	cajas	0.6	2880
Logística de venta exterior	un embarque				22232.28

<b>Gastos Financieros</b>					<b>6980.4</b>
Interese Bancarios	360	19.39		6980.4	

<b>TOTAL COSTO DE VENTA</b>					<b>118,986.42</b>
-----------------------------	--	--	--	--	-------------------

Fuente: Costos y gastos de una exportación

Realizado por: El Autor

## Inversiones

Las inversiones las dividimos en fijas, intangibles y capital de trabajo, y estas se muestran a continuación:

- **Inversiones Fijas**

<b>INVERSIONES FIJAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U</b>	<b>V/COMPRA</b>
Equipo de automatización básico (cinta receptora, mesa de lavado, sistema de coccion, sistema de clasificación, empaque)	2016	1	7800,00	7800,00
				<b>7800</b>
<b>TER -OVRASC</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U</b>	<b>V/COMPRA</b>
TERRENO	2016	1	M2	<b>30549,96</b>
OBRAS CIVILES	2016	1	M2	63000,00
<b>TOTAL</b>				<b>93549,96</b>
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U</b>	<b>V/COMPRA</b>
Escritorios	2016	2	50,00	<b>100,00</b>
Sillas	2016	4	15,00	<b>60,00</b>
Archivador	2016	1	40,00	<b>40,00</b>
Télefono	2016	1	15,00	<b>15,00</b>
Comput - impresora	2016	1	780,00	<b>780,00</b>
				<b>995,00</b>
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/U</b>	<b>V/COMPRA</b>
Vehículos Dmax C/S	2016	1	25.000,00	<b>25000</b>
Molino Harina Romana	2016	1	8200,00	<b>8200</b>
Equipo de automatización básico	2016	1	7500,00	<b>7500</b>
Sistema de Control de Temperatu	2016	1	1800,00	<b>1800</b>
				<b>43100</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>				<b>145444,96</b>

**Fuente:** Requerimientos técnicos para la elaboración de la harina Soya machica  
**Realizado por:** El Autor

- **Inversiones intangibles**

<b>Activos Nominales</b>	<b>Costo</b>
Estudios pre inversión	800
Estudio Técnico	700
Gasto de Puesta en Marcha	1.200,00
<b>Total gastos Nominales</b>	<b>2.700,00</b>

## Depreciaciones

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA								
ITEM	DETALLE	AÑO	PRECIO	V/ S	V/ D	D/A	D/M	D/H
1	Edificio	2016	63000.00	3150.00	59850.00	2992.50	249.38	1.60
2	Vehículos Dmax C/S	2016	25000.00	5000.00	20000.00	4000.00	333.33	2.14
3	Equipo de automatización	2016	7800.00	780.00	7020.00	702.00	58.50	0.38
4	Equipo de computación	2016	780.00	78.00	702.00	234.00	19.50	0.13
5	Sistema de Control de T	2016	1800.00	180.00	1620.00	162.00	13.50	0.09
6	Molino Harina	2016	8200.00	820.00	7380.00	738.00		0.39
7	Romana	2016	600.00	60.00	540.00	54.00		0.03
<b>TOTAL PLANTA</b>			<b>107180.00</b>			<b>8882.50</b>	<b>674.21</b>	<b>4.74</b>

## Amortizaciones

540 dólares durante los próximos 5 años

- **Capital de trabajo**

PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO					
PRODUCTO: Harina Soya-Machica			UNIDADES PRODUCIDAS: 5,76 Tn/vimensual		
COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)					
DETALLE	DIA	CANTIDAD	UND MED	V/ UNIT	V. M
<b>COSTO DIRECTO</b>					<b>8,792.44</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					<b>5,760.00</b>
SOYA,		57.6	qq	55	3,168.00
CEBADA		57.6	qq	45	2,592.00
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					<b>3,032.44</b>
Jefe de calidad		1	Trabajador	558.6	1117.2
Trabajadores		2	Trabajador	478.81	1915.24
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>					<b>3,689.50</b>
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>					<b>3,168.00</b>
Embalaje		14,400.00	Kg	0.2	2,880.00
Etiquetado		14,400.00	Kg	0.02	288.00
<b>SUMINISTROS Y MATERIALES</b>					<b>521.50</b>
Combustibles	30		cilindro	2.5	75

Energía eléctrica	500	wds		0.035	17.5
Insumos de seguridad industrial	30		insumos	7.15	214.5
Insumos de limpieza	30			0.3	214.5
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>					<b>12,481.94</b>

<b>GASTO OPERACIONAL</b>					<b>5,333.73</b>
--------------------------	--	--	--	--	-----------------

<b>Gastos de Administración</b>	días	costo			<b>1,148.35</b>
Gerente	60	1		<b>957.55</b>	
Suministros y Materiales				<b>20.4</b>	
Material para oficina	60	0.5		30	
Impresos	60	0.09		5.4	
Útiles de aseo y limpieza	60	0.25		15	
Servicios Básicos	60	2		120	

<b>Gastos de Ventas</b>					<b>4185.38</b>
Publicidad		800	cajas	0.6	480.00
Logística de venta exterior	un embarque				3705.38

<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>					<b>17,815.67</b>
---------------------------------	--	--	--	--	------------------

### Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		
DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>		
SOYA-CEBADA		5,760.00
MANO DE OBRA DIRECTA	3,032.44	
Materia prima indirecta		3,168.00
Suministros y materiales		521.50
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Gerente	957.55	
Suministros y Materiales	20.40	



Material para oficina	30.00	
Impresos	5.40	
Útiles de aseo y limpieza	15.00	
Servicios Básicos	120.00	
<b>GASTOS DE VENTA</b>		
<b>Publicidad</b>	480	
<b>Logística de venta exterior</b>	3705.38	
<b>TOTAL</b>	<b>8,366.17</b>	<b>9,449.50</b>

$$PE = \frac{CF}{PR - CV}$$

$$PE = \frac{8,366.17}{2.65 - 0.73}$$

$$PE = \frac{8,366.17}{1.92}$$

$$PE = 4350 \text{ Unidades}$$

La empresa productos alimenticios Fortaliz logra su punto de equilibrio en la venta exterior de 4350 unidades de 400 gr. de harina de soya-cebada.

#### 4.6.2 Estados de flujo neto de efectivo proyectado del proyecto de exportación

<b>ESTADO DE FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO</b>						
		33.33%	50%	66.67%	83.33%	90%
<b>RUBROS / AÑOS DE VIDA</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas Netas		\$ 228,960.00	\$ 343,440.00	\$ 457,925.72	\$ 572,411.45	\$ 618,192.00
- Costo de Producción		-\$ 74,891.64	-\$ 97,538.87	-\$ 127,034.63	-\$ 165,449.90	-\$ 215,481.95
<b>= Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 154,068.36</b>	<b>\$ 245,901.13</b>	<b>\$ 330,891.10</b>	<b>\$ 406,961.55</b>	<b>\$ 402,710.05</b>
- Gastos de Administración		-\$ 12,002.10	-\$ 15,631.54	-\$ 20,358.51	-\$ 26,514.93	-\$ 34,533.04
- Gastos de Ventas		-\$ 25,112.28	-\$ 32,706.23	-\$ 42,596.60	-\$ 55,477.81	-\$ 72,254.30
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 6,980.40	-\$ 9,091.27	-\$ 11,840.47	-\$ 15,421.03	-\$ 20,084.35
<b>= Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$ 109,973.58</b>	<b>\$ 188,472.09</b>	<b>\$ 256,095.51</b>	<b>\$ 309,547.78</b>	<b>\$ 275,838.36</b>
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 16,496.04	-\$ 28,270.81	-\$ 38,414.33	-\$ 46,432.17	-\$ 41,375.75
- Impuesto a la Renta		-\$ 24,194.19	-\$ 41,463.86	-\$ 56,341.01	-\$ 68,100.51	-\$ 60,684.44
<b>= Utilidad Neta</b>		<b>\$ 69,283.36</b>	<b>\$ 118,737.41</b>	<b>\$ 161,340.17</b>	<b>\$ 195,015.10</b>	<b>\$ 173,778.17</b>
+ Depreciaciones		\$ 8,882.50	\$ 8,882.50	\$ 8,882.50	\$ 8,882.50	\$ 8,882.50
+ Amortizaciones		\$ 540.00	\$ 540.00	\$ 540.00	\$ 540.00	\$ 540.00
+ Valor de Salvamento						\$ 10,068.00
- Inversiones						
Fija	\$ 145,444.96					
Diferida	\$ 2,700.00					
Capital de Trabajo	\$ 17,815.67					
<b>= Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-\$ 165,960.63</b>	<b>\$ 78,705.86</b>	<b>\$ 128,159.91</b>	<b>\$ 170,762.67</b>	<b>\$ 204,437.60</b>	<b>\$ 193,268.67</b>

<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS FORTALIZ</b>						
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016						
ACTIVO			<b>PASIVO</b>			<b>80.695,69</b>
ACTIVO CORRIENTE		<b>135.949,50</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>		16.139,14	
<b>Caja</b>	15.250,20					
<b>Inventario de MPD</b>	120.000,00					
<b>Invent Suministros y Materiales</b>	699,30		Préstamo	9.157,78		
			Obligaciones por pagar	6.981,36		
ACTIVO FIJO		<b>128.042,46</b>				
<b>Terreno</b>	30.549,96					
<b>Obras Civiles</b>	63.000,00		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>		64.556,56	
<b>Vehículos</b>	25.000,00		Préstamo Bancario a Largo Plazo	49.020,20		
<b>Muebles y Enseres</b>	995,00		obligaciones por pagar largo plazo	15.536,35		
<b>Maquinaria, Equipo e Instalaciones</b>	7800		<b>Otros pasivos</b>			
<b>Equipo de Computación</b>	780,00					
<b>Molino Harina</b>	8.200,00					
<b>Balanza Dig</b>	600,00					

<b>(-) Depreciación Acumulada Activo Fijo</b>	-8.882,50		<b>PATRIMONIO</b>			<b>185.457,78</b>
			<b>CAPITAL SOCIAL</b>		135.074,65	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		<b>2.160,00</b>	Aporte de los Socios	135.074,65		
<b>Gastos de Constitución</b>	800,00					
<b>Estudio Técnico</b>	700,00		<b>UTILIDADES</b>		41.985,95	
<b>Gasto de Puesta en Marcha</b>	1.200,00		Utilidad	41.985,95		
			<b>RESERVAS</b>		8.397,19	
<b>(-) Amortización Acumulada</b>	-540,00		Reserva Legal	4.198,59		
			Reserva Estatutaria	2.099,30		
			Reserva Facultativa	2.099,30		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>266.153,56</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>			<b>266.153,48</b>

## Recursos Financieros para la inversión

PRESUPUESTO DE INVERSION		
Items	Inversiones	Rubros
1	INVERSIONES FIJAS	145444,96
2	INVERSIONES INTANGIBLES	2700,00
3	CAPITAL DE TRABAJO	45107,67
TOTAL INVERSIONES		193252,63

### 4.6.3 Programa de Financiamiento

FUENTE	Inversión Fija		Inversión Intangible		Capital de Trabajo		TOTAL	%
	Inversión	%	Inversión	%	Inversión	%		
<b>Aporte propio</b>	87266.976	60%	2700	100%	17,815.67	100%	107,782.65	65%
<b>Préstamo</b>	58,177.98	40%					58,177.98	35%
<b>Total</b>	145444.96	100%	2700	100%	17815.67	100%	165960.63	<b>100.00%</b>

$$CF = Dx \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$DX = 58177.98$$

$$i = 12\%$$

$$n = 5$$

$$CF = 58177.98 \frac{0.2115}{0.7623}$$

$$CF = 16139.14$$

Periodo	Deuda	Intereses	Amortización	Cuota fija
<b>0</b>	58177.98			
<b>1</b>	49020.2	6981.36	9157.78	16139.14
<b>2</b>	38763.49	5882.42	10256.71	16139.14
<b>3</b>	27275.97	4651.62	11487.52	16139.14
<b>4</b>	14409.95	3273.12	12866.02	16139.14
<b>5</b>	0	1729.19	14409.95	16139.14
<b>TOTAL</b>		<b>22517.71</b>	<b>58177.99</b>	<b>80695.70</b>

## 4.7 EVALUACIÓN

### 4.7.1 Financiera

#### Valor actual Neto

#### CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

TASA DE

DESCUENTO:

11.57%

Tasa activa Productiva Pymes

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZA.	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 165,960.63	1.000000	-\$ 165,960.63	-\$ 165,960.63
1	\$ 78,705.86	0.896298	\$ 70,543.92	-\$ 95,416.71
2	\$ 128,159.91	0.803351	\$ 102,957.35	\$ 7,540.64
3	\$ 170,762.67	0.720042	\$ 122,956.26	\$ 130,496.90
4	\$ 204,437.60	0.645372	\$ 131,938.35	\$ 262,435.25
5	\$ 193,268.67	0.578446	\$ 111,795.49	<b>\$ 374,230.74</b>

#### INTERPRETACIÓN:

El Valor Actual Neto (VAN) obtenido en este proyecto es de **\$ 374230.74**, al obtener un saldo del VAN positivo se concluye que el proyecto es VIABLE.

#### Calculo de la Tasa Interna de retorno TIR

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

TIR=

**69%**

**68.98%**

### INTERPRETACIÓN:

La Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida en este proyecto es de **68.98 %**, al obtener una TIR mayor que la Tasa de Descuento se concluye que el proyectado es RENTABLE.

### Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZA.	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 165,960.63	1.000000	-\$ 165,960.63	-\$ 165,960.63
1	\$ 78,705.86	0.896298	\$ 70,543.92	-\$ 95,416.71
2	\$ 128,159.91	0.803351	\$ 102,957.35	\$ 7,540.64
3	\$ 170,762.67	0.720042	\$ 122,956.26	\$ 130,496.90
4	\$ 204,437.60	0.645372	\$ 131,938.35	\$ 262,435.25
5	\$ 193,268.67	0.578446	\$ 111,795.49	\$ 374,230.74

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiete}} * 12 \right\}$$
$$= \frac{-\$ 163,896.63}{\$ 3,944.13 - 159,952.50} \frac{\$ 228,016.60}{159,952.50} = \frac{100\%}{0.7015}$$
$$= 3 \text{ AÑOS } 5 \text{ MESES}$$

### INTERPRETACIÓN:

El Período de Recuperación de Inversión (PRI) del Proyecto es de **3 AÑOS con 5 MESES**.

### Relación Beneficio Costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUAL	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1.00000	\$ 0.00	-\$ 165,960.63		-\$ 165,960.63
1	0.894694	-\$ 226,052.60	\$ 68,797.69	-\$ 202,248.01	\$ 61,552.91
2	0.800478	-\$ 234,346.82	\$ 70,768.69	-\$ 187,589.52	\$ 56,648.79
3	0.716183	-\$ 242,945.44	\$ 73,054.37	-\$ 173,993.49	\$ 52,320.33
4	0.640765	-\$ 251,859.63	\$ 75,043.41	-\$ 161,382.92	\$ 48,085.22
5	0.573289	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00

$$\begin{aligned} \text{R B/C} &= \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}} \\ &= \frac{-\$ 725,213.93}{218,607.25 + 165,960.63} \\ &= \$ 1.89 \end{aligned}$$

### INTERPRETACIÓN:

Es decir se tendrá un beneficio de 1 dólar con 89 centavos por cada dólar invertido.

#### 4.7.2 Social

Dentro de la propuesta de proyecto de exportación, se visualiza un beneficio amplio para los productores de soya y cebada de la localidad, beneficio que se expresa en mejores y buenos rendimientos económicos, los mismos que les permiten a sus familias crecer social y económicamente.



Un proyecto de exportación dinamiza un conjunto de actividades comerciales dentro de la localidad, a través de la comercialización de insumos que se requieren para la misma, además la movilidad del producto favorece el consumo de combustibles y aditivos para mantener los vehículos en buen estado, es decir el proyecto de la empresa FORTALIZ favorece al dinamismo de la economía local.

## CONCLUSIONES

Al finalizar el presente proyecto de exportación de soya machica de la empresa FORTALIZ de la ciudad de Riobamba, se puede establecer las siguientes Conclusiones:

- El polvo de Soya-Machica por ser un producto con un alto valor nutritivo, concentrado en la calidad de su proteína, la diferencia de otros cereales por poseer una mayor proporción de aminoácidos y minerales esenciales para la alimentación humana, además por su bajo nivel de gluten la convierten en un producto muy cotizado por los mercados internacionales.
- De acuerdo a la investigación realizada con el proyecto de exportación de polvo de soya-machica de la empresa FORTALIZ del cantón Riobamba, se determina que la quinua tiene una gran perspectiva de consumo a nivel nacional e internacionalmente, debido a una tendencia creciente de consumo de productos saludables y de preferencia orgánicos que ayudan a la salud de las personas.
- El centro sierra del país cuenta con una tradición de producción para el cultivo de cebada y soya y con ella pretende ingresar al mercado de Madrid, España con un producto con valor agregado y que es demandado como es el polvo de soya-machica a un precio mucho más bajo que el generado por el resto de países.
- Desde el punto de vista financiero, la ejecución del proyecto, representa un valor positivo del VAN de 374,230.74 y una TIR de 68.98%, valor considerable indicadores que tiene un atractivo grado de viabilidad y rentabilidad para los inversionistas.
- El Período de Recuperación de la Inversión es en el tercer año, tiempo que brinda seguridad y expectativas de crecimiento a nivel de inversión y utilidades.
- Por medio del presente proyecto de exportación de polvo de soya-machica se incentiva la producción y exportación de productos NO tradicionales, robusteciendo de esta manera la balanza comercial de nuestro país.

- La factibilidad operativa y financiera del proyecto permite un desarrollo agrícola del cantón Riobamba, generando fuentes de empleo y divisas que incentivarán la inversión de capital extranjero, creando una reactivación del sector agrícola.

## RECOMENDACIONES

Para que sea exitoso el siguiente proyecto de exportación de polvo de soya-machica, es importante considerar los siguientes aspectos:

- Proponerse metas a futuro, con el objetivo de cumplir los resultados financieros obtenidos en el proyecto de exportación, y diversificar los mercados internacionales.
- Establecer alianzas estratégicas entre los diferentes productores con el único fin de mantener una oferta exportable que permita satisfacer la demanda potencial.
- Consolidar “Organizaciones Gremiales” que permitan la asociación a nivel regional de productores de soya y cebada con la finalidad de plantear y resolver los problemas actuales de producción, distribución y comercialización del producto a nivel nacional e internacional.
- Crear estrategias de productividad que permitan minimizar los costos de producción a través de la correcta utilización y distribución del suelo y los recursos.

## BIBLIOGRAFIA

- Lee Balladares , J., & Revollar Vivas, G. (2016). *Escuela Politécnica Nacional Facultad de Ciencias Administrativas plan de negocios para la creación de un servicio de comunicación interactivo multimedia en las Unidades de Taxi del Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de studylib.es: <http://studylib.es/doc/1256258/cd-6891.pdf>
- A. Berumen, S. (2006). *Introduccion de la Economia Internacional* (Primera ed.). ESIC.
- Agrocalidad. (2015). *Agrocalidad*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>
- Álvarez Fernandez, C. (2001). *Modelos de organización de trabajo y producción*. Santiago: El ergonomista.
- ANALITIKASV. (2010). *Diccionario de marketing*. Obtenido de analitikasv: <http://es/analitikasv/diccionario-de-marketing>
- Arboleda, V. (2012). *Estudio de Mercado*. España: 4ta.
- Arias , F. G. (1999). *Proyecto de Investigacion* (3ra ed.). Caracas, Venezuela: Orias Ediciones.
- Barreno, L. (2007). *Manual de Formulación y Evaluación de Proyecto*. Mexico .
- BCE. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Dolarizacion/Dolarizacion10anios.pdf>
- Blogspot*. (2012). Obtenido de Plan de exportación: <http://plandeexportacion.blogspot.com>
- Bolaños Jara, G. ( 2006). *Costos Industriales. La didáctica para implementar un sistema de costos en la industria*. Quito: Editorial Universitaria.
- Boletin Económico. (2015). *Banco de España*. Obtenido de [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/economic\\_governance/sgp/pdf/](http://ec.europa.eu/economy_finance/economic_governance/sgp/pdf/)
- BusinessCol.com*. (2008). Obtenido de Incoterm: <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Calle, J. E. (2009). *Módulo de Introducción a la Psicología*. ESPAÑA: Universidad de Jaen.
- Carlos, A. (2014). *Ecured*. Obtenido de [http://www.ecured.cu/index.php/Econom%C3%ADa\\_de\\_Jap%C3%B3n](http://www.ecured.cu/index.php/Econom%C3%ADa_de_Jap%C3%B3n)

- Clavijero.edu. (2015). *Función de la oferta y la función de la demanda*. Obtenido de cursos.clavijero.edu.mx:  
[http://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/018\\_ce/modulo2/contenidos/tema2.1.html](http://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/018_ce/modulo2/contenidos/tema2.1.html)
- Clerque.K. (2013). *Economía y Finanzas*. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/171-la-industria-de-las-rosas-en-el-ecuador>.
- COPCI. (29 de 12 de 2010). *Código roganico de la producción, bienes e inversión*. Obtenido de REGISTRO OFICIAL:  
[http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351\\_20101229.pdf](http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf)
- COSUMER. (11 de 05 de 2006). *La soja: origen e historia*. Obtenido de consumer.es:  
[http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender\\_a\\_comer\\_bien/curiosidades/2001/10/04/35401.php](http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2001/10/04/35401.php)
- Crycit.edu.ar. (2010). Obtenido de Biodiversidad:  
<http://www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/terminos/Biodiver>
- España Mi País. (2011). *Neuroc99*. Obtenido de <http://neuroc99.sld.cu/espana.htm>
- FAO. (2012). *Mercados internacionales*. Obtenido de .fao.org:  
<http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s02.htm>
- Felipe VI., (2014). *Mequierooir*. Obtenido de <http://www.mequierooir.com/paises/espana/emigrar/descripcion/gobierno/>
- Guerrero García, M., & Pérez Martínez , Y. (2009). *Estrategia comercial de las unidades estratégicas de negoci*. DRUKER.
- GUERRERO PEÑA, Adriana. (2015). *Estadística para la Administración*. Medellín, Colombia: I.T.M.M.
- Guias de Incoterms. (2010). *Gestión Pymes*. Obtenido de <http://www.areadepymes.com/?tit=fob-free-on-board-libre-a-bordo-puerto-de-carga-convenido-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcae>
- Herberg, F. (2010). *Producción y Productividad*.  
<http://www.elergonomista.com/herzberg.html>.
- Herrera, L., & Medina, A. (2004). *Tutoria de la Investigación Científica* (Cuarta ed.). Quito: Corona.
- ICESI. (2015). *Comercialización internacional*. Obtenido de icesi.edu.co:  
<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/08/01/7/>
- Instituto de Promocion de Exportaciones e Inversiones. (2013). *Análisis sectorial de flores*. (Autor, Ed.) Ecuador: I.

- Jara, B. (2006). *Costos Industriales*. Quito.
- LA HORA, Periodico. (09 de Noviembre de 2013). Comercializacion de la Soya. *LA HORA*, págs. [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101589308/-1/Magap\\_anuncia\\_controles\\_a\\_comercializaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_soya.html#.VxaDc\\_nhDcd](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101589308/-1/Magap_anuncia_controles_a_comercializaci%C3%B3n_de_la_soya.html#.VxaDc_nhDcd).
- Lafuente, F. (2008). *Aspectos del comercio exterior*. Obtenido de ocplayer.es: <http://docplayer.es/16295763-Aspectos-del-comercio-exterior.html>
- Legorreta, M. (2014). *Prezi.com*. Obtenido de <https://prezi.com/y1lpka2pcduv/muestreo-bola-de-nieve/>
- López Deluque, Y., & Ochoa Gómez, E. (2010). *Estudio de factibilidad y puesta en marcha de una microcerveceria artesanal en Bucaramanga y su área metropolitana*. Obtenido de academia.edu: [http://www.academia.edu/9393017/ESTUDIO\\_DE\\_FACTIBILIDAD\\_Y\\_PUESTA\\_EN\\_MARCHA\\_DE\\_UNA\\_MICROCERVECERIA\\_ARTESANAL\\_EN\\_BUCARAMANGA\\_Y\\_SU\\_%C3%81REA\\_METROPOLITANA\\_YOSMAN\\_L%C3%93PEZ\\_DELUQUE](http://www.academia.edu/9393017/ESTUDIO_DE_FACTIBILIDAD_Y_PUESTA_EN_MARCHA_DE_UNA_MICROCERVECERIA_ARTESANAL_EN_BUCARAMANGA_Y_SU_%C3%81REA_METROPOLITANA_YOSMAN_L%C3%93PEZ_DELUQUE)
- MAGAP. (2014). *ECUADOR AMA LA VIDA*. Obtenido de agricultura.gob.ec: <http://www.agricultura.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Marcilo Palma, J. (2015). *La letra de cambio firmada y aceptada en blanco, prueba de inejecutabilidad por alteracion de lo onvenido*. Obtenido de dspace.uniandes.edu.ec: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/897/1/TUAYGMDPCIV0021-2015.pdf>
- Martín Martín, M. (2012). *Manual Practico de Comercio Exterior* (4ta ed.). Madrid, España: Fundación Confemetal.
- Maslow, A. (2005). *Teorias de las Necesidades Humanas*. Ibérica: PAIDOS.
- MCPEC. (2015). <http://www.vicepresidencia.gob.ec/ministerio-de-coordinacion-de-la-produccion-empleo-y-competitividad/#>. Obtenido de MCPEC: <http://www.vicepresidencia.gob.ec/ministerio-de-coordinacion-de-la-produccion-empleo-y-competitividad/#>
- Milán Paucar, T. (2011). *Determinación de Alternativas de Comercialización de la*. Obtenido de dspace.esPOCH.edu.ec: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4081/1/20T00329.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social . (2015). *Gobierno de España*. Obtenido de [http://www.empleo.gob.es/es/sec\\_trabajo/index.htm](http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/index.htm)

- MIPRO. (2015). *Mipro*. Obtenido de [tramitesciudadanos.gob.ec](http://www.tramitesciudadanos.gob.ec): <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/institucion.php?cd=21>
- Muñoz, M. (1998). *Perfil de la Factibilidad* (Primera edición ed.).
- Nonovo Anangón, C., & Pérez Aldáz, V. (03 de 09 de 2013). *Plan de exportación de fréjol; corporación de productores de fréjol; coprocofrepac; cali – colombia*. (V. M. PÉREZ ALDÁS, Ed.) Obtenido de [dspace.espoche.edu.ec](http://dspace.espoche.edu.ec): <http://dspace.espoche.edu.ec/handle/123456789/2745>
- OBS . (2017). *Estudio de viabilidad de un proyecto: cómo y por qué llevarlo a cabo*. Obtenido de [obs-edu.com](http://www.obs-edu.com): <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/causas-de-fracaso-de-un-proyecto/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-como-y-por-que-llevarlo-cabo>
- Orozco Collaguazo, A. (18 de 04 de 2012). *Repositorio de las Tesis Espoch*. (J. L. PICÓN MORENO, Ed.) Recuperado el 12 de 04 de 2016, de Repositorio de las Tesis Espoch: <http://dspace.espoche.edu.ec/handle/123456789/1790?mode=full>
- Philip, K. (2000). *Introducción al Marketing*. Madrid: Prentice Hall.
- PLANTAS. (2008). *Astroemeria*. Obtenido de [Plantasfacilissimo.com](http://plantas.facilissimo.com): <http://plantas.facilissimo.com/alstroemeria>
- PROECUADOR. (2015). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/>
- PROECUADOR. (2014). *proecuador.gob.ec*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/PROEC\\_PPM2014\\_ROSAS\\_JAPON.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/PROEC_PPM2014_ROSAS_JAPON.pdf)
- Promonegocios.net*. (2005). Obtenido de Artículos mercadotecnia: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia>
- Real Academia Española de la Lengua. (2014). *Diccionario de la lengua española: Edición del Tricentenario*. Obtenido de [dle.rae.es](http://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z): <http://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>
- Rodas, K. M. B. (2009). “Cadena logística de exportación de flores tropicales aplicación a la Provincia del Guayas”. *"Cadena Logística de exportación de flores tropicales aplicación a la Provincia del Guayas"*. (E. S. Litoral, Ed.) Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7860/1/D-38557.pdf>
- Clerque, P. (2009).



- Ruiz Guzman, P. (2012). *Diccionario de MYPIMES*. Obtenido de definiciondemipymes: <http://definiciondemipymes.blogspot.com/>
- Sabino, C. (1991). *Diccionario de Economía y Finanzas*. Caracas.
- Salazar López, B. (2016). *Gestión y control de la calidad*. Obtenido de [ingenieriaindustrialonline.com](http://ingenieriaindustrialonline.com): <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/gesti%C3%B3n-y-control-de-calidad/>
- SAN CAMILO, Comercializadora de Granos. (2001). *Proyecto SICA-BIRF/MAG-Ecuador*. Quevedo: Copiring.
- Sanchez. (08 de Marzo de 2014). *blocfloresdirecto.com*. Recuperado el 8 de Febrero de 2016, de [https://es.pinterest.com/pin/521362094338667586/?from\\_navigate=true](https://es.pinterest.com/pin/521362094338667586/?from_navigate=true)
- Sanchez, K. (2012). *Flores y plantas*. Perú.
- Sanchez, K. (08 de Marzo de 2014). *blocfloresdirecto.com*. Recuperado el 8 de Febrero de 2016, de [https://es.pinterest.com/pin/521362094338667586/?from\\_navigate=true](https://es.pinterest.com/pin/521362094338667586/?from_navigate=true)
- SENAE. (2015). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de [aduana.gob.ec](http://aduana.gob.ec): <https://www.aduana.gob.ec/introduccion/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2014). *Proceso de Exportación*. Quito: SENAE.
- SIIC. (2017). *Diccionario Básico Tributario Contable*. (SRI) Recuperado el Abril de 2016, de [sii.cl](http://www.sii.cl): [http://www.sii.cl/diccionario\\_tributario/dicc\\_r.htm](http://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_r.htm)
- SIICEX.GOB. (03 de 07 de 2017). *Impuesto y o beneficios tributarios*. Obtenido de [siicex.gob.pe](http://siicex.gob.pe): [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=162.00000](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=162.00000)
- SRI. (2015). *¿Qué es el SRI?* Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67;jsessionid=b6zEJvmRAQ-bPk-N7xOtV22F>
- Torres, Alicia. (2015). *Wikipedia enciclopedia libre*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Inmigraci%C3%B3n\\_ecuatoriana\\_en\\_Espa%C3%B1a](https://es.wikipedia.org/wiki/Inmigraci%C3%B3n_ecuatoriana_en_Espa%C3%B1a)
- Tristana, S. (03 de 1 de 2017). *Los beneficios no inmediatos del tratado con la Unión Europea*. Obtenido de [vistazo.com](http://vistazo.com): <http://vistazo.com/seccion/pais-actualidad-nacional/actualidad-nacional/los-beneficios-no-inmediatos-del-tratado-con-la>
- Vallejo, A. (2008). Responsabilidad Social y empresarial. *Empresa y Desarrollo*, [http://aldovallejo.com/2008/08/exportaciones-y-responsabilidad-social\\_24.html](http://aldovallejo.com/2008/08/exportaciones-y-responsabilidad-social_24.html).

Villa Restrepo, J. (4 de Marzo de 2015). *Puertos de Tokio*. Recuperado el 14 de Enero de 2016, de <https://prezi.com/3ewodzn10dmw/japon-principales-puertos/>

Zambrana Ramírez, C. (1995). *Administración del Comercio Internacional* (Primera ed.). San Jose, Costa Rica: UENED.

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta

Se realizará una encuesta a los productores de SOYA-CEBADA de las Provincia de Chimborazo para determinar la factibilidad de poder realizar un centro de acopio de su producto y de esta manera poder exportar hacia el mercado Español.

#### 1. ¿Qué productos cultiva en su medio?

- |        |     |         |     |
|--------|-----|---------|-----|
| Quinoa | ( ) | Chochos | ( ) |
| Cebada | ( ) | Brócoli | ( ) |
| Trigo  | ( ) | Soya    | ( ) |
| Otros. | ( ) |         |     |

#### 2. Lo que usted produce, vende, y ¿en qué cantidad?

- La totalidad ( )
- Una parte ( )
- Destina Autoconsumo ( )

#### 3. Escriba una X en el lugar o lugares donde usted comercializa sus productos

- Mercado local ( )
- Mercado del Cantón ( )
- Mercado Minorista Riobamba ( )
- Mercado Mayorista Riobamba ( )
- Supermercados ( )
- Restaurantes ( )
- Otros. ( )

#### 4. ¿El pago que recibe por la venta de sus productos es?

- Muy Bueno ( )
- Bueno ( )
- Regular ( )
- Mo cubre costo de producción ( )

**5. ¿Usted pertenece a una asociación de productores agrícolas?**

SI ( )

NO ( )

**6. ¿Estaría dispuesto a formar parte del centro de acopio Fortaliz?**

Muy Adecuado ( )

Poco Adecuado ( )

En desacuerdo ( )

**7. ¿Está dispuesto a comercializar sus productos, a través de Fortaliz?**

SI ( )


NO ( )

Anexo 2: Empresa fortaliz



Anexo 3: Ruc de la Empresa Fortaliz

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**

  
SRI  
El Fortalecedor del país


**NUMERO RUC:** 1706813183001  
**APELLIDOS Y NOMBRES:** GUAYASAMIN CUEVA ELSA PATRICIA

**ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:**

<b>Nº. ESTABLECIMIENTO:</b> 001	<b>ESTADO:</b> ABIERTO MATRIZ	<b>FEC. INICIO ACT.:</b> 12/07/1998
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> PRODUCTOS ALIMENTICIOS FORTALIZ		<b>FEC. CIERRE:</b>
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS:</b>		<b>FEC. REINICIO:</b>
PRODUCCION DE HARINAS DE CONSUMO HUMANO VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE GRANOS.		
<b>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:</b>		
Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: LIZARZABURU Calle: OLMEDO Número: 23-58 Intersección: LARREA Referencia: A UNA CUADRA DEL MERCADO LA MERCED Telefono Domicilio: 032960788 Celular: 085533493		

<b>Nº. ESTABLECIMIENTO:</b> 002	<b>ESTADO:</b> CERRADO OFICINA	<b>FEC. INICIO ACT.:</b> 11/04/2006
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> FABRICACION DE GALLETAS		<b>FEC. CIERRE:</b> 11/04/2006
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS:</b>		<b>FEC. REINICIO:</b>
<b>DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:</b>		
Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: LIZARZABURU Calle: OLMEDO Número: 2355 Intersección: LARREA Calle: PB Telefono Domicilio: 953789		

**FIRMA DEL CONTRIBUYENTE**

V 

**SRI DIRECCIÓN SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**  
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS VENTANILLA  
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

VCGM010709 Lugar de emisión: RIOBAMBA PRIMERA Fecha y hora: 07/08/2012 15:51:02

Página 2 de 2

