



# **ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y  
COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR.

## **TESIS DE GRADO**

**Previa a la obtención del Título de:**

INGENIERAS EN COMERCIO EXTERIOR, MENCIÓN EN  
NEGOCIACIONES INTERNACIONALES.

### **TEMA:**

PLAN DE EXPORTACIÓN DE ZANAHORIA (DAUCUS CAROTA) EN  
FRESCO AL MERCADO ALEMANIA DE LA CORPORACIÓN DE  
PRODUCTORES AGRÍCOLAS “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO” DEL  
CANTÓN COLTA, PROVINCIA DEL CHIMBORAZO.

### **PRESENTADO POR:**

ERIKA TATIANA REMACHE GANÁN  
MARTHA AZUCENA CALLE MOROCHO

Riobamba- Ecuador

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certifico que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad quedando autorizada su presentación.

.....

Ing. Víctor Manuel Betancourt Soto.

**DIRECTOR DE TESIS**

.....

Ing. Pedro Bravo Molina.

**MIEMBRO DE TESIS.**

## **AUTORIA**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparece como propia, en su totalidad son de absoluta responsabilidad de las autoras.

***Martha Azucena Calle Morocho***

***Erika Tatiana Remache Ganan***

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la vida y estar siempre conmigo cuidándome y llenándome de bendiciones.

A mis padres, por su sacrificio, amor incondicional, paciencia y preocupación, gracias a quienes he podido culminar con éxito una de mis metas trazadas, ellos me han sabido guiar con sabiduría a lo largo de mi carrera Politécnica, también gracias a su apoyo sobrehumano me he convertido en una persona capaz de tomar las decisiones acertadas que en adelante me permitirá ser una persona de bien y servir a la sociedad.

A mis amigos con su manera de ser, compartimos una vida politécnica llena de buenos momentos.

**Martha Azucena Calle Morocho**

## DEDICATORIA

*A Dios, que me dio la oportunidad de seguir viviendo, quien es guía de mi camino y me dio la fortaleza de culminar con éxito una de mis metas.*

*A mis padres, Raúl y Rosario que con su ejemplo me enseñaron a luchar por mis metas, quienes con su amor y comprensión me apoyaron en todas las etapas de mi vida.*

*A mi esposo Giovanny que con su comprensión y paciencia me apoyo durante la culminación de este trabajo.*

*A mis hermanas, Karina y Daniela porque fueron las personas que compartieron toda su vida y su tiempo conmigo.*

*A todas esas personas que me dieron comprensión, y sobre todo me ayudaron con su sabiduría y consejos.*

**Erika Tatiana Remache Ganan**

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro profundo agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera de Comercio Exterior, por haber sido una fuente de conocimientos que nos ha permitido alcanzar nuestra carrera profesional.

Un sincero reconocimiento también a nuestros profesores quienes con sus valiosos aportes, ayudaron a la culminación de este trabajo.

**Martha Azucena Calle Morocho.**

**Erika Tatiana Remache Ganan.**

## INDICE DE CONTENIDOS

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL..... | I   |
| AUTORIA .....                   | II  |
| DEDICATORIA.....                | III |
| AGRADECIMIENTO.....             | V   |
| INDICE GENERAL .....            | VI  |
| INDICE DE FIGURAS .....         | XI  |
| INDICE DE GRAFICOS .....        | XI  |
| INDICE DE TABLAS .....          | XII |

## INDICE GENERAL

|   |    |
|---|----|
| CAPÍTULO I.....   | 1  |
| 1. LA EMPRESA HUERTOS GATAZO ZAMBRANO .....               | 1  |
| 1.1 Antecedentes.....                                     | 1  |
| 1.2 Reseña Histórica. ....                                | 2  |
| 1.3 Misión.....   | 4  |
| 1.4 Visión. ....  | 4  |
| 1.5 Valores y Principios. ....                            | 4  |
| 1.6 Ubicación Geográfica.....                             | 5  |
| 1.7 Organigrama Estructural. ....                         | 6  |
| 1.8 Base Legal. ....                                      | 9  |
| CAPÍTULO II.....  | 11 |
| 2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA HUERTOS GATAZO ZAMBRANO..... | 11 |
| 2.1 ANALISIS FODA.....                                    | 11 |
| 2.1.1 Aspectos Internos .....                             | 11 |
| 2.1.2 Aspectos Externos .....                             | 13 |

|                   |  |           |
|-------------------|--|-----------|
| <b>2.2</b>        | <b>EL PRODUCTO.</b>  | <b>14</b> |
| <b>2.2.1</b>      | <b>Definición del Producto.</b>                            | <b>14</b> |
| <b>2.2.2</b>      | <b>Origen del Producto.</b>                                | <b>14</b> |
| <b>2.2.3</b>      | <b>Morfología y Taxonomía.</b>                             | <b>15</b> |
| <b>2.2.4</b>      | <b>Valor Nutricional.</b>                                  | <b>16</b> |
| <b>2.2.5</b>      | <b>Beneficios del Producto.</b>                            | <b>17</b> |
| <b>2.2.6</b>      | <b>Ciclo de vida.</b>                                      | <b>18</b> |
| <b>2.2.7</b>      | <b>Variedades.</b>   | <b>19</b> |
| <b>2.2.8</b>      | <b>Tipos de Zanahorias:</b>                                | <b>19</b> |
| <b>2.2.9</b>      | <b>Manejo del Cultivo.</b>                                 | <b>20</b> |
| <b>2.2.10</b>     | <b>Cosecha.</b>  | <b>24</b> |
| <b>2.2.11</b>     | <b>Flujo-grama del Proceso Productivo de la Zanahoria.</b> | <b>25</b> |
| <b>2.2.11.1</b>   | <b>Descripción del Proceso de Producción.</b>              | <b>26</b> |
| <b>2.2.12</b>     | <b>Nombre de la marca.</b>                                 | <b>28</b> |
| <b>2.2.13</b>     | <b>El Producto para Exportación.</b>                       | <b>29</b> |
| <b>2.2.13.1</b>   | <b>Presentación del Producto.</b>                          | <b>29</b> |
| <b>2.2.13.2</b>   | <b>Calidad de la Zanahoria.</b>                            | <b>29</b> |
| <b>2.2.13.3</b>   | <b>Índice de Madurez.</b>                                  | <b>30</b> |
| <b>2.2.13.4</b>   | <b>Tamaño y Peso por unidad</b>                            | <b>30</b> |
| <b>2.2.13.5</b>   | <b>Empaque.</b>  | <b>30</b> |
| <b>2.2.13.5.1</b> | <b>Calidad de Empaque Exigido.</b>                         | <b>31</b> |
| <b>2.2.13.5.2</b> | <b>Tipos de Empaques.</b>                                  | <b>32</b> |
| <b>2.2.13.5.3</b> | <b>Material del Empaque.</b>                               | <b>34</b> |
| <b>2.2.13.6</b>   | <b>Embalaje.</b>   | <b>36</b> |
| <b>2.2.13.7</b>   | <b>Etiquetado.</b>   | <b>37</b> |
| <b>2.2.13.8</b>   | <b>Peso Total por Caja.</b>                                | <b>39</b> |
| <b>2.3</b>        | <b>MERCADO EXTERNO</b>                                     | <b>39</b> |
| <b>2.3.1</b>      | <b>Mercado Meta.</b>                                       | <b>39</b> |
| <b>2.3.2</b>      | <b>Características de la Población.</b>                    | <b>40</b> |
| <b>2.3.3</b>      | <b>Transporte.</b>   | <b>41</b> |
| <b>2.3.3.1</b>    | <b>Transporte terrestre.</b>                               | <b>41</b> |



|                   |  |    |
|-------------------|--|----|
| 2.3.3.2           | Transporte marítimo.....   | 42 |
| 2.4               | ANALISIS DE LA DEMANDA.....  | 43 |
| 2.4.1             | Demanda de Zanahoria.....  | 43 |
| 2.5               | ANALISIS DE LA OFERTA.....   | 44 |
| 2.5.1             | Importaciones Alemanas de Zanahoria.....   | 44 |
| 2.6               | DEMANDA INSATISFECHA.....  | 46 |
| 2.6.1             | Oferta de zanahoria en Gatazo Zambrano.....                                      | 46 |
| 2.6.2             | Determinación de precios.....  | 47 |
| 2.6.2.1           | Costos de adquisición.....   | 47 |
| 2.6.2.2           | Precios Históricos de la Zanahoria en el Mercado Europeo.....                    | 48 |
| 2.7               | ANALISIS DE LA PRODUCCION DE LA ZANAHORIA.....                                   | 49 |
| 2.7.1             | Producción de Zanahoria en Gatazo Zambrano.....                                  | 49 |
| 2.7.2             | Comunas Aledañas que Producen Zanahoria.....                                     | 50 |
| 2.7.3             | Hectáreas de Producción.....   | 51 |
| 2.7.4             | Tiempos Climáticos para la Producción de Zanahoria Gatazo Z.....                 | 52 |
| CAPÍTULO III..... |  | 54 |
| 3.                | PROPUESTA. Plan de Exportación de Zanahoria en Fresco al Mercado de Alemania. 54 |    |
| 3.1               | Antecedentes de la Propuesta.....  | 54 |
| 3.2               | Objetivos de la Propuesta.....   | 54 |
| 3.2.1             | Objetivo General.....  | 55 |
| 3.2.2             | Objetivos Específicos.....   | 55 |
| 3.3               | PROCESO DE EXPORTACIÓN.....  | 55 |
| 3.3.1             | Generalidades.....   | 55 |
| 3.3.2             | Clasificación Arancelaria.....   | 56 |
| 3.4               | REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR.....  | 57 |
| 3.5               | INCOTERMS.....   | 58 |
| 3.5.1             | Valor FOB.....   | 59 |
| 3.5.1.1           | Formas de Pago.....  | 60 |
| 3.5.1.1.1         | Pago anticipado.....   | 60 |
| 3.5.1.1.2         | Por medio de cobranzas.....  | 60 |
| 3.5.1.1.3         | Carta de Crédito.....  | 61 |

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| 3.5.1.1.4 | Seguro de Crédito. ....  | 64 |
| 3.6       | ACUERDOS COMERCIALES ECUADOR – ALEMANIA. ....                          | 64 |
| 3.6.1.1   | Sistema General de Preferencias (SGP). ....                            | 64 |
| 3.6.1.2   | Requisitos Arancelarios.....   | 65 |
| 3.7       | REQUERIMIENTOS PARA EXPORTAR A ALEMANIA. ....                          | 65 |
| 3.7.1     | Requisitos Generales de Acceso al Mercado Alemán. ....                 | 65 |
| 3.7.2     | Requisitos Específicos para Productos Ecuatorianos con Potencial. .... | 65 |
| 3.7.3     | Licencias de Importación/Autorizaciones Previas. ....                  | 66 |
| 3.7.4     | Para arancelarios.....   | 67 |
| 3.8       | CONTRACION DEL TRANSPORTE. ....  | 68 |
| 3.8.1     | Transporte Terrestre. ....   | 68 |
| 3.8.1.1   | Tiempo de Transito Huertos Gatazo Zambrano- Guayaquil. ....            | 69 |
| 3.8.1.2   | Costo de Transporte.....   | 69 |
| 3.8.2     | Transporte Marítimo. ....  | 69 |
| 3.8.2.1   | Tiempo de transito Guayaquil- Hamburgo (Alemania).....                 | 70 |
| 3.8.2.2   | Contenedor. ....   | 70 |
| 3.9       | ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION. ....                                  | 72 |
| 3.9.1     | Canales de Distribución.....   | 72 |
| 3.9.2     | Atributos del Producto.....  | 73 |
| 3.9.3     | La garantía del Producto.....  | 74 |
| 3.9.4     | Estrategias de Marca.....  | 74 |
| 3.9.5     | Estrategias de Publicidad y Promoción.....                             | 75 |
| 3.10      | ESTRATEGIAS DE EXPORTACION. ....                                       | 76 |
| 3.11      | CONSIDERACIONES BASICAS PARA EXPORTAR ....                             | 76 |
| 3.12      | DOCUMENTOS PARA EXPORTAR. ....   | 78 |
| 3.12.1    | Factura Comercial. ....  | 78 |
| 3.12.2    | Conocimiento de Embarque. ....   | 79 |
| 3.12.3    | Lista de Empaque o Packing List. ....                                  | 80 |
| 3.12.4    | Certificado de Origen. ....  | 81 |
| 3.12.5    | Certificado Fitosanitario.....   | 82 |
| 3.12.6    | Certificado Sanitario.....   | 83 |

|                   |   |            |
|-------------------|---|------------|
| <b>3.13</b>       | <b>PROCEDIMIENTO PARA EXPORTAR DESDE ECUADOR.....</b>   | <b>85</b>  |
| <b>3.13.1</b>     | <b>Declaración de la Exportación.....</b>               | <b>85</b>  |
| <b>3.13.2</b>     | <b>Documentos a Presentar.....</b>                      | <b>85</b>  |
| <b>3.13.3</b>     | <b>Tramite. ....</b>                                    | <b>86</b>  |
| <b>3.13.3.1</b>   | <b>Agente Afianzado de Aduana. ....</b>                 | <b>87</b>  |
| <b>3.14</b>       | <b>LOGISTICA NECESARIA PARA LA EXPORTACION.....</b>     | <b>89</b>  |
| <b>3.14.1</b>     | <b>Logística de Embarque Terrestre y Marítimo. ....</b> | <b>89</b>  |
| <b>3.15</b>       | <b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>                         | <b>92</b>  |
| <b>3.15.1</b>     | <b>Inversión. ....</b>                                  | <b>92</b>  |
| <b>3.15.1.1</b>   | <b>Depreciaciones.....</b>                              | <b>93</b>  |
| <b>3.15.1.2</b>   | <b>Amortización.....</b>                                | <b>94</b>  |
| <b>3.15.2</b>     | <b>Costos. ....</b>                                     | <b>94</b>  |
| <b>3.15.2.1</b>   | <b>Costos de Producción.....</b>                        | <b>94</b>  |
| <b>3.15.2.1.1</b> | <b>Materia prima. ....</b>                              | <b>95</b>  |
| <b>3.15.2.1.2</b> | <b>Mano de Obra.....</b>                                | <b>95</b>  |
| <b>3.15.2.1.3</b> | <b>Costos Indirectos de Fabricación. ....</b>           | <b>97</b>  |
| <b>3.15.2.2</b>   | <b>Gastos de Administración. ....</b>                   | <b>97</b>  |
| <b>3.15.3</b>     | <b>Gastos de venta.....</b>                             | <b>98</b>  |
| <b>3.15.4</b>     | <b>Gastos de Exportación.....</b>                       | <b>98</b>  |
| <b>3.15.4.1</b>   | <b>Resumen de Costos y Gastos. ....</b>                 | <b>99</b>  |
| <b>3.15.5</b>     | <b>Precio para el Cliente .....</b>                     | <b>99</b>  |
| <b>3.15.6</b>     | <b>Financiamiento .....</b>                             | <b>100</b> |
| <b>3.15.7</b>     | <b>Estados Financieros.....</b>                         | <b>101</b> |
| <b>3.15.7.1</b>   | <b>Estado de Resultados. ....</b>                       | <b>101</b> |
| <b>3.15.7.2</b>   | <b>Balance General. ....</b>                            | <b>103</b> |
| <b>4.</b>         | <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>              | <b>104</b> |
| <b>4.1</b>        | <b>CONCLUSIONES.....</b>                                | <b>104</b> |
| <b>4.2</b>        | <b>RECOMENDACIONES. ....</b>                            | <b>106</b> |
|                   | <b>RESUMEN .....</b>                                    | <b>108</b> |
|                   | <b>ABSTRACTS .....</b>                                  | <b>109</b> |
|                   | <b>BIBLIOGRAFIA.....</b>                                | <b>110</b> |

## INDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <b>FIGURA Nº 1:</b> Mapa de Ubicación de la Empresa H. Gatazo Zambrano.....     | 6  |
| <b>FIGURA Nº 2:</b> Organigrama Estructural de la Empresa Huertos Gatazo Z..... | 7  |
| <b>FIGURA Nº 3:</b> Zanahoria.....  | 14 |
| <b>FIGURA Nº 4:</b> Sistema Radicular de la Zanahoria. ....                     | 16 |
| <b>FIGURA Nº 5:</b> Variedades de Zanahorias. ....                              | 19 |
| <b>FIGURA Nº 6:</b> Tipos de Zanahorias.....                                    | 20 |
| <b>FIGURA Nº 7:</b> Flujo-grama del Proceso Productivo de la Zanahoria.....     | 25 |
| <b>FIGURA Nº 8:</b> Nombre de la Marca.....                                     | 28 |
| <b>FIGURA Nº 9:</b> Bolsas de Polietileno.....                                  | 33 |
| <b>FIGURA Nº 10:</b> Carton Corrugado Doble Triple .....                        | 33 |
| <b>FIGURA Nº 11:</b> Tarimas, Estibas o Paletas. ....                           | 37 |
| <b>FIGURA Nº12:</b> Presentación de la Zanahoria- Etiquetas.....                | 38 |
| <b>FIGURA Nº 13:</b> Transferencia de la Responsabilidad del Incoterm FOB.....  | 59 |
| <b>FIGURA Nº14:</b> Partes que Intervienen en un Crédito Documentario.....      | 61 |
| <b>FIGURA Nº 15:</b> Transporte Marítimo.....                                   | 70 |
| <b>FIGURA Nº 16:</b> Contenedor Evergreen. ....                                 | 71 |
| <b>FIGURA Nº 17:</b> Procedimiento para Exportar.....                           | 88 |
| <b>FIGURA Nº 18:</b> Logística de Embarque Terrestre y Marítimo.....            | 89 |

## INDICE DE GRAFICOS

|  |    |
|--|----|
| <b>GRAFICO Nº 1:</b> Importaciones Alemanas de zanahoria.....                    | 45 |
| <b>GRÁFICO Nº 2:</b> Producción de Zanahoria por Comunidades Aledañas a G.Z..... | 51 |

## INDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>TABLA N° 1:</b> Logros. ....   | 3  |
| <b>TABLA N° 2:</b> Extracto de la Estructura de Constitución. ....                | 10 |
| <b>TABLA N° 3:</b> Valor Nutricional de la Zanahoria.....                         | 17 |
| <b>TABLA N° 5:</b> Material de Empaque.....                                       | 34 |
| <b>TABLA N° 6:</b> Tamaño y Capacidad del Pallet. ....                            | 36 |
| <b>TABLA N° 7:</b> Distribución de la Población Alemana.....                      | 40 |
| <b>TABLA N° 8:</b> Compañías de Transporte Terrestre. ....                        | 41 |
| <b>TABLA N° 9:</b> Compañías de Transporte Marítimo.....                          | 42 |
| <b>TABLA N° 10:</b> Demanda de Zanahoria en Alemania ....                         | 44 |
| <b>TABLA N° 11:</b> Importaciones Alemanas de Zanahoria. ....                     | 45 |
| <b>TABLA N° 12:</b> Demanda Insatisfecha de Zanahoria. ....                       | 46 |
| <b>TABLA N° 13:</b> Oferta de Zanahoria en Gatazo Zambrano. ....                  | 47 |
| <b>TABLA N° 14:</b> Costos de Adquisición de Zanahoria. ....                      | 48 |
| <b>TABLA N° 15:</b> Precios Históricos de Zanahoria en el Mercado Europeo ....    | 48 |
| <b>TABLA N° 16:</b> Producción de Zanahoria en Gatazo Zambrano. ....              | 49 |
| <b>TABLA N° 17:</b> Producción de Zanahoria por Comunidades Aledañas a G.Z.....   | 50 |
| <b>TABLA N° 18:</b> Hectáreas Destinadas en Diferentes Sembríos en Gatazo Z. .... | 51 |
| <b>TABLA N° 19:</b> Calendario de Inversiones. ....                               | 92 |
| <b>TABLA N° 20:</b> Estructura de Inversión y Financiamiento ....                 | 93 |
| <b>TABLA N° 21:</b> Depreciaciones ....   | 93 |
| <b>TABLA N° 22:</b> Amortizaciones ....   | 94 |
| <b>TABLA N° 23:</b> Materia Prima.....  | 95 |
| <b>TABLA N° 24:</b> Mano de Obra. ....  | 96 |
| <b>TABLA N° 25:</b> Costos Indirectos de Fabricación. ....                        | 97 |
| <b>TABLA N° 26:</b> Sueldos y Salarios ....                                       | 97 |
| <b>TABLA N° 27:</b> Servicios Básicos. ....                                       | 98 |
| <b>TABLA N° 28:</b> Gastos de venta. ....   | 98 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>TABLA N° 29:</b> Costos de Exportación. ....                      | 99  |
| <b>TABLA N° 30:</b> Resumen de Costos y Gastos.....                  | 99  |
| <b>TABLA N° 31:</b> Precio de Venta por cada Kg de Zanahoria. ....   | 100 |
| <b>TABLA N° 32:</b> Calculo del Préstamo del Banco de Pichincha..... | 101 |
| <b>TABLA N° 33:</b> Estado de Resultados. ....                       | 102 |
| <b>TABLA N° 34:</b> Balance General.....                             | 103 |

## **INDICE DE ANEXOS**

|  |     |
|--|-----|
| <b>ANEXO N° 1:</b> Conocimiento de Embarque (Bill Of Lading.)..... | 113 |
| <b>ANEXO N° 2:</b> Certificado de Origen. ....                     | 114 |
| <b>ANEXO N° 3:</b> Certificado Fitosanitario.....                  | 115 |
| <b>ANEXO N° 5:</b> Cupón Corpei. ....                              | 117 |
| <b>ANEXO N° 6:</b> Declaracion Aduanera Unica ( DAU).....          | 118 |

## INTRODUCCIÓN.

La Empresa Comercializadora de Hortalizas “Huertos Gatazo Zambrano”, se constituye como una Compañía en Nombre Colectivo, cuyo objeto social está orientado a la producción de hortalizas, verduras y vegetales, específicamente de cultivo, producción, comercialización y exportación de zanahoria y otros.

La falta de conocimientos y destrezas de exportación, hacen que ellos no exporten directamente, puesto que están sujetos a normas y reglas específicas de tipo internacional que deben ser cumplidas de manera estricta, caso contrario, los productos no podrán ser embarcados y enviados al país de destino.

Todo ello significa que Huertos Gatazo Zambrano, debe involucrarse en el conocimiento y cumplimiento de los requisitos y condiciones para exportar la zanahoria al mercado Alemán.<sup>1</sup>

Aprovechando la ventaja de que podemos encontrar zanahorias en el mercado ecuatoriano durante todo el año, a pesar de que las plantaciones a mitad de verano maduran rápidamente en el clima de invierno y producen zanahorias suaves y dulces ( cosechándolas antes de su madurez total), nuestro país posee las condiciones agro-ecológicas y existe suficientes terrenos para la producción durante todo el año lo que significa un gran factor de competitividad, pues Europa importa esta hortaliza todo el año.

Nuestros competidores serían entonces los principales países donde provienen las importaciones alemanas son: Italia, Holanda, Bélgica y Francia.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Investigación de campo

<sup>2</sup> [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)

Además, la calidad de sus productos le ha permitido posicionarse dentro del mercado nacional, alcanzando niveles de competitividad en la industria agrícola de producción de zanahoria para la exportación.

De allí, la importancia de presentar en este trabajo una alternativa denominada. Plan de Exportación de Zanahoria en Fresco al Mercado de Alemania, que podría ser de gran utilidad para los demás microempresarios, aunque el estudio se haga en el sector de la agroindustria pudiendo ser aplicable a cualquier tipo de empresa, ya que el propósito es contribuir con el conocimiento y aplicación adecuada y eficiente de las operaciones en el proceso de exportación de zanahoria al mercado internacional.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Investigación de campo



## **CAPÍTULO I**

### **1. LA EMPRESA HUERTOS GATAZO ZAMBRANO**

#### **1.1 Antecedentes.**

La provincia de Chimborazo goza de campos agrícolas muy productivos; dentro de ella, se encuentra la empresa Huertos Gatazo Zambrano perteneciente a la comunidad Indígena Gatazo Zambrano, la cual posee condiciones ambientales y una ubicación geográfica privilegiada para el cultivo de hortalizas, productos no tradicionales que comienzan a tener gran acogida en mercados internacionales.

La comunidad de Gatazo Zambrano, perteneciente a la Parroquia Cajabamba, Cantón Colta, provincia de Chimborazo, jurídicamente se constituye en el año 1976, una vez que fue de dueños de las haciendas del sector venden las tierras a los mismos habitantes del lugar.

Las condiciones agroecológicas de la zona permitió con mayores facilidades el trabajo de la agricultura, especialmente cultivo y producción de hortalizas.

A pesar de existir una producción de calidad, existen otros factores de entorno que limita el trabajo del agricultor, siendo su principal problema la comercialización de los productos que producen que ha beneficiado a los intermediarios que comercializan estos rubros y quedando poco o nada de beneficio para el agricultor. Lo que ha obligado a los agricultores de la zona a tomar otras alternativas de mercado, como la venta directa a supermercados de Quito y Guayaquil, lamentablemente esta opción ha fracasado debido a

que es un esfuerzo aislado de pocos agricultores que no se encontraban bien organizados, la falta de una planificación en la producción y especialmente la falta de una instancia de representatividad que dinamice el sistema de producción y comercialización, seguido de las situaciones políticas socioeconómicas, sucedido en la década de los 90.<sup>4</sup>

Todas esas experiencias vividas hacen que los agricultores comiencen a pensar en trabajar de manera asociada tanto para producir como para comercializar.

Para ello los habitantes de la comunidad se organizan a través de una estructura organizativa especializada en comercialización de hortalizas propias del sector como respuesta para disolver los problemas económicos suscitados en el convivir diario de la comunidad.

## **1.2 Reseña Histórica.**

En el año 1996, la caída de los precios y los niveles de producción de zanahoria y cebolla; así como, su baja comercialización de estos productos en el mercado nacional, motivan a la Comunidad Gatazo Zambrano a buscar otras alternativas impulsadas por sus propios comuneros y apoyada por CESA (Central Ecuatoriana de Servicios Agrícolas), cuyo objetivo es contar con una mayor demanda y rentabilidad del producto, de esta manera se inicia con un proceso organizativo de los pequeños productores campesinos de Gatazo Zambrano y se constituye legalmente la Empresa comercializadora de hortalizas Huertos Gatazo Zambrano el 31 de marzo del año 2000 como una sociedad en nombre colectivo formada en un inicio por 82 socios y que

---

<sup>4</sup> Pagina web de la empresa. [www.huertosgatazozambrano.com](http://www.huertosgatazozambrano.com)

actualmente cuenta con 111 socios / as (jefes de familia) de la Comunidad Gatazo Zambrano de las 206 familias que conforman la misma, cuya perspectiva es organizar a los productores y diversificar el mercado hacia la producción y posterior comercialización del brócoli.

Una de las principales actividades económicas sino es la más importante de Huertos Gatazo Zambrano es el cultivo de brócoli gracias al amplio desarrollo y apoyo de varias instituciones públicas y privadas, situación que ha permitido acceder a servicios y activos fijos como: maquinaria y equipo, centros de copio, cuarto frío, sala comunal entre otros, sin olvidar el esfuerzo realizado por los socios-productores para mejorar su nivel de vida.

Una vez legalmente constituida, se estructura administrativamente y se inicia a trabajar en la búsqueda de resultados a través de nuevas oportunidades de negocios detalladas en el siguiente cuadro:

**TABLA N° 1: Logros.**

| <b>AÑO</b>        | <b>LOGROS</b>   |
|-------------------|---|
| <b>2000</b>       | Constitución de Empresa comercializadora de hortalizas Huertos Gatazo Zambrano                                |
| <b>2001- 2002</b> | Industria IQF Agroindustrial firma de contrato de producción y venta de brócoli.                              |
| <b>2003</b>       | Aumento de sectores de siembra en Cantones: Guamote, Colta, Chambo, Riobamba, Guano.                          |
| <b>2005</b>       | Contrato con Valley Food.<br>Renovación de contrato IQF Agroindustrial e incremento de volumen de producción. |
| <b>2007- 2008</b> | Fase de prueba de contrato con NOVA S.A.<br>Renegociación de contratos con IQF Agroindustrial.                |

Todos estos logros han sido el esfuerzo de un trabajo planificado, una estructura administrativa-participativa y el compromiso de los socios productores para satisfacer requerimientos del mercado.

### **1.3 Misión.**

“Ser una Agro-empresa Rural Asociativa rentable, eficiente y competitiva que trabaja para mejorar las condiciones de vida de los agricultores/as siendo líderes en la comercialización de productos hortícolas de calidad con valor agregado para el mercado local e internacional.”<sup>5</sup>

### **1.4 Visión.**

“Promover acciones coordinadas entre socios/as, directivos, y equipo de Gestión que incorpore como actores de la empresa, para facilitar el acceso a servicios, mercados diferenciando a través de enfoque de trabajo: planificación de la producción, asociatividad, cadena, valor agregado, generando oportunidades y mejoramiento de condiciones de vida de las familias asociadas.

### **1.5 Valores y Principios.**

Basados en la cultura y cosmovisión indígena campesina, se establecen los siguientes Valores y Principios.

#### **✓ Valores**

Solidaridad

---

<sup>5</sup> Página de la empresa. [www.huertosgatazozambrano.com](http://www.huertosgatazozambrano.com)

Seriedad

No robar

Disciplina

Equidad, igualdad entre hombres y mujeres.

Dedicación y empeño

✓ **Principios**

Ser organizados

Estar unidos

Estar abiertos a capacitaciones

Responsabilidad

No ser vago

Ser ejemplo

## **1.6 Ubicación Geográfica**

La Compañía Comercializadora Huertos Gatazo Zambrano G.Z. Se encuentra ubicada en la Provincia de Chimborazo, Cantón Colta, Parroquia Cajabamba, en el callejón interandino, limitada al norte por el Cantón Riobamba, al sur por el Cantón Pallatanga, al este por la Provincia de Bolívar y al oeste por el Cantón Guamote y Riobamba.

**FIGURA Nº 1:** Mapa de Ubicación de la Empresa H. Gatazo Zambrano



Fuente: [www.Chimborazo.net/mapas\\_riobamba.html](http://www.Chimborazo.net/mapas_riobamba.html).

Comprende alrededor de 140 hectáreas y forma parte de la cuenca productiva del Río Chambo, asentada en un fértil valle, propicio para la producción de legumbres y hortalizas,

Dentro de la Comunidad de Gatazo Zambrano existen 161 familias con un promedio de 5 miembros cada una, conformada por 1200 personas, mayormente indígenas campesinos; de entre ellas, las mujeres constituyen 52%, en tanto que los hombres representan el 48%.

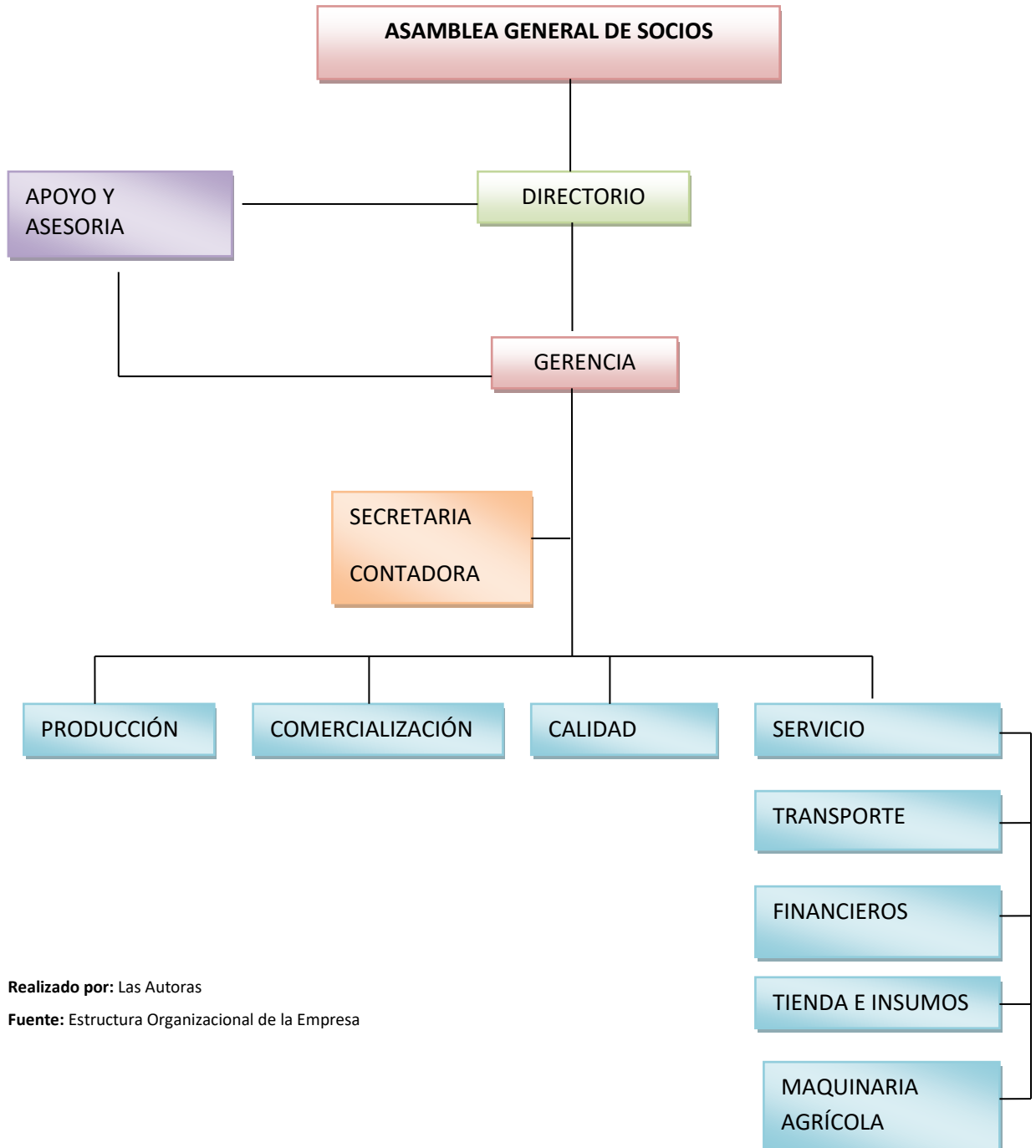
### **1.7 Organigrama Estructural.**

Para su funcionamiento la Compañía en Nombre Colectivo Comercializadora de Hortalizas “Huertos Gatazo Zambrano”, determina su estructura orgánica de la siguiente manera:<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Estructura organizacional de la empresa HGZ.

**FIGURA N° 2:** Organigrama Estructural de la Empresa Huertos Gatazo Z.



Realizado por: Las Autoras

Fuente: Estructura Organizacional de la Empresa

**-Asamblea General.** Conformada por todos los socios, legalmente convocada y reunida es el órgano supremo de la empresa,

**-Directorio.** Estará integrado por 5 directores principales con sus respectivos suplentes elegido por la Asamblea General, duraran dos años en sus funciones pudiendo ser reelegidos para nuevos periodos.

**-Gerente General.** Es el representante legal judicial y extrajudicial de la organización, es elegido por el directorio y dura en su cargo dos años pudiendo ser reelegido. Es quien supervisa la marcha administrativa y económica de la empresa.

**-Área de Producción.** Controla la calidad de semilla para la siembra, el registro de pesticidas por agricultor y hace seguimiento del cultivo.

- ✓ Revisar los lotes por agricultor para la producción.
- ✓ Controla el correcto cumplimiento de siembras.
- ✓ Realiza las proyecciones de cosechas.
- ✓ Recopila información histórica por lote y productor.

**-Área de Control de Calidad.** Verifica estándares de calidad en la producción a partir de:

- La recepción de materia prima.
- Control de la calidad del producto.
- Capacitación al productor.

**-Área de Comercialización.-** Coordina las siguientes actividades:

Proyecciones de ventas.

- ❖ Organiza la recepción del producto.
- ❖ Coordina la logística de transporte.
- ❖ Capacita a los productores en post-cosecha.



**-Área de Servicios.-** Divida en cuatro áreas detalladas a continuación:

**Transporte.-** Área encargada de transportar el producto hacia los clientes.

**Financieros.-** Brinda créditos a los socios para la compra de insumos y semillas.

**Tienda de Insumos Agrícolas.-** Venta directa de abonos, pesticidas, semillas, etc.

## **1.8 Base Legal.**

La Superintendencia de Compañías le concede la personería jurídica a través de la aprobación de la escritura de constitución, otorgándole la categoría de Compañía en Nombre Colectivo con la denominación de Compañía Comercializadora "Huertos Gatazo Zambrano" G. Z.; como persona jurídica de derecho privado, con fines de lucro y sujeta a las disposiciones legales en la Ley de Compañías, el estatuto y otras leyes relacionadas con su actividad.

**TABLA N° 2:** Extracto de la Estructura de Constitución.

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Razón Social.</b>               | <b>Compañía Comercializadora “Huertos Gatazo Zambrano” G. Z.</b>   |
| <b>Objeto Social.</b>              | Comercialización de productos agrícolas orgánicos al mercado nacional e internacional.   |
| <b>Capital.</b>                    | El capital es de 60003000, seis millones trescientos mil sucres, aportando en partes iguales por todos y cada uno de los comparecientes.           |
| <b>Número de Socios.</b>           | Ilimitado, 111 socios productores.   |
| <b>Duración.</b>                   | 30 años contados a partir de la fecha de constitución.   |
| <b>Quienes la conforman.</b>       | Agricultores minifundistas y propietarios de pequeñas parcelas.  |
| <b>Gerente.</b>                    | Tecnólogo Raúl Cuvi Cacuango.  |
| <b>Domicilio.</b>                  | Comunidad Gatazo Zambrano, Parroquia Cajabamba, Cantón Colta, Provincia de Chimborazo.   |
| <b>Productos que Comercializar</b> | Zanahoria Amarilla<br>Cebolla Colorada<br>Brócoli.<br>Manzanilla.<br>Habas<br>Arveja<br>Ajo<br>Lechuga<br>Cilantro<br>Coliflor<br>Col <sup>7</sup> |

---

<sup>7</sup> Estructura de Constitución.

## **CAPÍTULO II**

### **2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA HUERTOS GATAZO ZAMBRANO**

#### **2.1 ANALISIS FODA.**

Esta metodología permite realizar un estudio de la situación competitiva de la empresa en el mercado y de las características internas de la misma para determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

A continuación ponemos en consideración un análisis FODA de la Empresa "Huertos Gatazo Zambrano" dicho diagnostico es necesario para posteriormente formular estrategias para mejorar la gestión de la empresa y productos que ofrece.

##### **2.1.1 Aspectos Internos**

###### **a) Fortalezas**

**F1** Experiencia en la producción de zanahoria.

**F2** Utilización de semillas seleccionadas, para obtener un producto de calidad.

**F3** El producto de exportación presenta beneficios al consumirlo por su alto contenido de vitaminas, proteínas y nutrientes.

**F4** Un factor clave para la producción de zanahoria es contar con terrenos propios, fértiles y clima templado que nos permiten disponer de la zanahoria recién cosechada en el menor tiempo posible.

**F5** La demanda de zanahoria en Alemania es permanentemente durante todo el año y la empresa HUERTOS G.Z. contara con la oferta suficiente para cubrir esta demanda por producir zanahoria durante todo el año.

**F6** Ecuador produce zanahoria durante todo el año.<sup>8</sup>

**b) Debilidades.**

**D1** Falta de experiencia en la exportación de zanahoria al ser un producto que recién se empieza a comercializar internacionalmente.

**D2** Capacidad productiva limitada, debido a que no cuenta con maquinaria técnica especializada para la preparación del terreno así como para la cosecha.

**D3** Mal manejo y conocimiento en la recuperación del suelo, por falta de conocimiento.

**D4** Falta de certificación de calidad exportable.

**D5** Falta de promoción en la ferias agroindustriales en europea especialmente en Alemania.

**D6** Falta de publicidad y promoción del producto exportable.

---

<sup>8</sup> Investigación de campo, Las autoras

## **2.1.2 Aspectos Externos**

### **c) Oportunidades**

**O1** En la provincia no existe competencia en la producción de la zanahoria por lo que podríamos decir que la empresa HUERTOS G.Z, sería el pionero en la distribución a los mercados locales.

**O2** Ampliación de la producción por la gran demanda de la zanahoria.

**O3** Existe mano de obra.

**O4** Tierras sin explotar y disponibles

### **d) Amenazas.**

**A1** Diferentes cambios climáticos los cuales traen inconvenientes en la producción de zanahoria, (ceniza, granizada, sequías).

**A2** Escases de conocimiento en el área de comercio exterior por parte de la empresa HUERTOS G.Z.

**A3** Imposición en el precio de venta por parte de las empresas transnacionales de comercialización y exportación de productos agrícolas, frente a la empresa HUERTOS G.Z.

**A4** Inestabilidad de precios en el mercado extranjero.

**A5** Competencia con otros productos sustitutos.

## 2.2 EL PRODUCTO.

### 2.2.1 Definición del Producto.

FIGURA N° 3: Zanahoria.



La zanahoria es una planta herbácea de hojas recortadas, flores blancas y raíz puntiaguda, jugosa y comestible, perteneciente a la familia umbelífera (umbelliferae), y su nombre botánico es *daucus carota*, es la hortaliza más importante y de mayor consumo de la familia.

La zanahoria es una planta de clima frío, pero cultivada también en regiones tropicales y subtropicales, especialmente en grandes altitudes. Su cultivo viene dándose desde tiempos antiguos.

### 2.2.2 Origen del Producto.

La zanahoria es una especie originaria del centro asiático y del mediterráneo. Ha sido cultivada y consumida desde antiguo por griegos y romanos. Durante los primeros años de su cultivo, las raíces de la zanahoria eran de color violáceo. El cambio de éstas a su actual color naranja se debe a las selecciones ocurridas a mediados de 1700<sup>9</sup> en Holanda, que aportó

---

<sup>9</sup> Tesis de zanahoria de la facultad de agronomía.

una gran cantidad de caroteno, el pigmento causante del color y que han sido base del material vegetal actual. (INFOAGRO 2005).

La zanahoria tiene su origen botánico se localiza en Asia menor, donde se puede encontrársela en estado espontáneo, y de cuya forma original, a partir de selecciones iniciales realizada en el siglo XVII, proceden las formas actuales. (MAROTO, J. 1989)

### **2.2.3 Morfología y Taxonomía.**

La zanahoria (*Daucus Carota.*), corresponde a la siguiente clasificación taxonómica:

**Nombre Común:** Zanahoria

**Nombre Científico:** *Daucus Carota*

**Familia:** Umbelliferae.

**Género:** *Daucus*

**Especie:** *Carota.*

**Reino:** Plantae

**División:** Angiospermae

**Clase:** Dicotiledónea

**Orden:** Apiales.

**Sistema radicular:** Raíz napiforme, de forma y color variables. Tiene función almacenadora, y también presenta numerosas raíces secundarias que sirven como órganos de absorción.

**Flores:** De color blanco, con largas brácteas en su base, agrupadas en inflorescencias en umbela compuesta, con predominio de polinización cruzada como consecuencia de mecanismos de protandra.

**Semillas:** semillas pequeñas de color verde oscuro y con dos caras asimétricas, una plana y otra convexa, provista en sus extremos de unos agujones curvados. El peso de 1.000 semillas es de unos 0.70 g y su capacidad germinativa media de tres años.

**FIGURA Nº 4:** Sistema Radicular de la Zanahoria.




#### **2.2.4 Valor Nutricional.**

Las cualidades nutritivas de las zanahorias son importantes, especialmente por su elevado contenido en beta-caroteno (precursor de la vitamina A), pues cada molécula de caroteno que se consume es convertida en dos moléculas de vitamina A. En general se caracteriza por un elevado contenido en agua y bajo contenido en lípidos y proteínas.



**TABLA N° 3:** Valor Nutricional de la Zanahoria

| <b>VALOR NUTRICIONAL DE LA ZANAHORIA EN 100g DE SUSTANCIA COMESTIBLE</b> |                                 |
|--|---------------------------------|
| Agua (g)   | 88.6                            |
| Carbohidratos(g)   | 10.1                            |
| Lípidos(g)   | 0.2                             |
| Calorías(cal)  | 40                              |
| Vitamina a(U.I.)   | 2.000-12.000, según la variedad |
| Vitamina B1(mg.)   | 0.13                            |
| Vitamina B2(mg.)   | 0.06                            |
| Vitamina B(mg.)  | 0.19                            |
| Acido nicotínico(mg)   | 0.64                            |
| Potasio (mg)   | 0.1                             |



|            |                    |                          |            |
|------------|--------------------|--------------------------|------------|
| Elaborado: | M.A.C.M<br>E.T.R.G | Fecha de<br>Elaboración: | INFOAGRO   |
| Revisado:  | V.M.B.S            | Fecha de<br>Revisión:    | 13/01/2012 |

### 2.2.5 Beneficios del Producto.

Tiene uso en la cosmética, otorga protección básica a la epidermis cuando la piel se expone a los rayos solares. Es un excelente bronceador protector.

Su régimen rico en carotenos favorece el bronceado, y la zanahoria los posee en grandes cantidades. Los carotenos tienen grandes virtudes dietéticas y a la vez protegen la piel de la influencia negativa del sol.

- Mantienen la piel hidratada y le proporcionan un bronceado espectacular. Comer zanahoria unos días antes de tomar el sol ayuda a proteger la epidermis pues su beta carotenos activa la producción de la melanina.

- La hojas de la zanahoria machacadas mezcladas con miel y sirven para curar llagas.

- Pero no sólo el fruto de esta hortaliza tiene propiedades, sino también las raíces, ya que estas contiene grandes cantidades de celulosa (residuo digerible) razón por la que es muy buena para la digestión, pues estimula las contracciones intestinales y está indicada para el estreñimiento de los ancianos y niños.

Su forma de consumo es variada. Aun cuando se le coma cocida no pierde su valor nutritivo, pero lo recomendable es que se ingiera cruda.

### **2.2.6 Ciclo de vida.**

El ciclo de vida de la planta indica cuánto tiempo vive una planta, o cuánto tiempo tarda para crecer, florecer, y producir semilla. Las plantas pueden ser anuales, perennes, o bianuales.

Es una planta bienal, es decir, un año aparecen las hojas en forma de roseta en primavera y verano y, mientras tanto se desarrolla una raíz gruesa, de color naranja y de muy buen sabor, ya que almacena gran cantidad de azúcar y otras sustancias nutritivas. Las flores blancas, en forma de umbela (paraguas) aparecen al año siguiente.

Es una planta que necesita dos estaciones de crecimiento para terminar su ciclo de vida. Crece en forma vegetativa (produce hojas) una estación,

duerme o descansa durante una estación y luego produce flores, produce semilla, y muere la segunda estación.

### 2.2.7 Variedades.

Variedad Chantenay Royal, Super Chantenay, Emperador, Chantenay Red Cored, Wronter danwer, comercializadas por diferentes proveedores de semillas con sus respectivas marcas (Hortus, Clause, Esmeralda y Niagara, entre otras).

Las variedades más usadas en nuestro medio son la chantenay royal y la chantenay red cored y emperador distribuidas por las empresas Hortus, Esmeralda, Bonanza, Alabama y Niagara, sin embargo existen otras variedades que se utilizan a nivel mundial acorde a las condiciones de cada lugar, entre ellas tenemos: Nantes, Danvers, Flakee , las cuáles se clasifican de acuerdo al tamaño, especialmente para su comercio.

**FIGURA N° 5:** Variedades de Zanahorias.



**Variedad chantenay royal en diferentes presentaciones**



**Híbridos: Adelaide y Mokum F1**

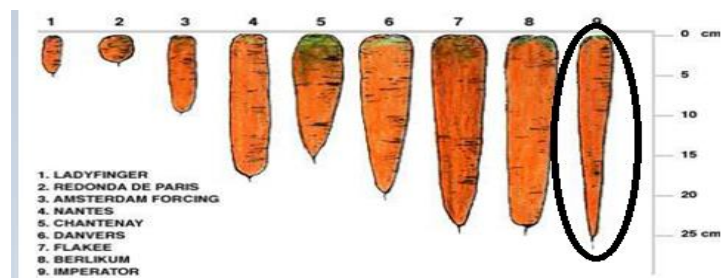
### 2.2.8 Tipos de Zanahorias:

**Zanahorias grandes:** Destinadas fundamentalmente a la transformación, pero también al producto crudo preparado y al producto fresco.

**Zanahorias en manojo:** Como producto de verano para su consumo en fresco. Se produce a lo largo del año debe ser tierna y dulce, mientras que la zanahoria de lavado ha de ser más resistente.

**Zanahorias finas:** Lavadas, para uso industrial, empleándose para ello variedades de tamaño alargado, que permite hacer de cada pieza varios trozos que mantienen la forma original, seguidamente se procede al envasado directamente en bolsas pequeñas que son consumidas a modo de aperitivo. Este producto de cuarta gama funciona muy bien comercialmente.

**FIGURA Nº 6:** Tipos de Zanahorias.



### 2.2.9 Manejo del Cultivo.

#### ❖ Preparación del Suelo.

Requiere una buena preparación del terreno, de forma que este se muestre perfectamente mullido, en una determinada profundidad, mayor que en las variedades largas y semi largas pudiéndose dar en primer lugar una labor profunda, en la que se incorporara el abonado de fondo y a continuación tantas labores superficiales como sean necesarias para dejar una tierra bien fina( **MAROTO, J, 1989**)

#### ❖ Siembra.

La siembra al voleo es la más generalizada y produce buenos resultados si es ejecutada cuidadosamente; la semilla se esparce sobre la era a mano o mediante una sembradora manual para este sistema se requiere de 4 a 5 kg/Ha, la semilla debe ser cubierta con más de 1 Cm de tierra para que se presente una germinación rápida y uniforme. La utilización del surco es básica

en este cultivo, ya que de esto depende que no haya tanto desperdicio de semilla.

#### ❖ **Germinación.**

La semilla tarda de 10 a 15 días para germinar y lo hace en forma irregular debido principalmente a la madurez del embrión que tarda la germinación. Algunos factores como la humedad del suelo y la temperatura, afectan el porcentaje de germinación. Una práctica para acelerar la germinación, es la del remojo en agua por 12 horas; luego se escurre y se mezcla con arena o tierra. La mezcla se realiza en proporción de 6 partes de arena o tierra por una de semilla y se siembra.

#### ❖ **Deshierbe.**

El control de las hierbas debe efectuarse a los 25 días de la primera deshierba, y una a los 50 días.

La zanahoria es una de las hortalizas que requieren control manual mecánico de malezas después de la emergencia del cultivo.

#### ❖ **Riego.**

El riego debe ser abundante y regular en la fase de crecimiento. En la fase de formación y desarrollo de la raíz es cuando más agua requiere existiendo una medida entre 3 a 5 mm diarios, conviene que el suelo este sin excesiva humedad, pero si en estado de capacidad de campo en la etapa final.

#### ❖ **Plagas y enfermedades.**

##### ➤ **Plagas.**

### **- Mosca de la zanahoria (*Psylla rosae*)**

La larva de este díptero es la que ocasiona daños; es uno de los principales parásitos de la zanahoria y ocasiona pérdidas considerables.

Las larvas penetran en la raíz, donde practican galerías sinuosas, sobre todo en la parte exterior, que posteriormente serán origen de pudriciones, si las condiciones son favorables se produce una pérdida del valor comercial de las raíces atacadas. Como materias activas autorizadas tenemos clorpirifos, diazinon.

### **- Pulgones (*Cavariella aegopodii*, *Aphis* spp., *Myzus persicae*)**

Los pulgones son vectores de enfermedades viróticas, por tanto son doblemente peligrosos. Se alimentan picando la epidermis, por lo que producen fuertes abarquillamientos en las hojas que toman un color amarillento. En cuanto a métodos de control recomendamos diazinón, clorpirifos.

### **- Gusanos grises (género *Agrotis*)**

Las orugas de estos lepidópteros devoran las partes aéreas de las plantas durante la noche, en tanto que permanecen en suelo o bajo las hojas secas durante el día. Como métodos de lucha se recomienda clorpirifos, diazinon, fonofos e isofenfos.

### **-Gusanos de alambre (*Agriotes obscurus*, *A. sputator*, *A. lineatus*)**

Estos atacan las raíces de la zanahoria produciendo galerías que, en ocasiones generan podredumbre. Los métodos de lucha son los mismos recomendados a los gusanos grises.

## **-Nematodos (Heterodera carotae, Meloidogyne spp.)**

Según las especies se pueden distinguir en 2 grupos de daños:

- **Heterodera carotae:** Es una plaga muy importante y extendida en climas templados, sus ataques son plantas con follaje muy reducido y hojas de color rojizo.
- **Meloidogyne spp:** En climas cálidos, producen importantes daños sobre las raíces, transformándolos en ristras de agallas. Los nemátodos se desplazan muy lentamente, lo que hace que las zonas atacadas dentro de una misma parcela puedan localizarse con facilidad por los rodales del terreno.

### ➤ **Enfermedades**

#### **- Quemadura de las hojas (Alternaria Dauci)**

Se trata de una enfermedad muy común en el cultivo de zanahoria. Aparece durante el verano y el otoño, en ambientes húmedos y calurosos. Los síntomas se presentan primero en forma de pequeñas manchas parduzcas, aureoladas de amarillo y diseminadas por el borde de las hojas. Al aumentar el número de las manchas mueren los tejidos intermedios, con lo que se deseca el foliolo completo. La planta aparece como quemada por el sol o por un tratamiento mal efectuado, el control químico se da con materias como: captan, manzeb, mancozeb y clortalonil.

#### **-Enfermedad de picado (Pythium violae)**

Esta enfermedad constituye actualmente uno de los mayores problemas del cultivo de la zanahoria. Los primeros síntomas se caracterizan por la aparición sobre la raíz aparecen pequeñas manchas elípticas y translúcidas

con contornos delimitados. Dichas manchas evolucionan rápidamente a depresiones de color marrón claro, provocando un hundimiento y oscurecimiento de los lechos de células superficiales, la humedad del suelo permite el acceso de *Pythium* a las raíces por lo que los terrenos pesados, y de mal drenaje son particularmente favorable a la enfermedad, junto a una fuerte fertilización nitrogenada.

#### **-OIDIO (*Erysiphe umbelliferarum*, *Leveillula taurica*)**

Los ataques son parecidos y se caracterizan por la formación en la superficie de las hojas de un tipo de pudrición blanca y sucia constituida por los conidióforos y conidios. Temperaturas elevadas y ambiente seco favorecen a esta enfermedad, afectando a los cultivos en verano y otoño, en cuanto a métodos de control se utilizaran materias activas autorizadas como azufre, polioxinA.

#### **2.2.10 Cosecha.**

El cultivo de zanahoria en Huertos Gatazo Zambrano está listo a los 90 a 95 días desde la siembra , por lo que la cosecha se realiza cuando la zanahoria desarrolle un grosor principal relativamente grueso de 3 a 4 centímetros de diámetro y una altura de 15 a 17 cm , se reconoce por su firmeza, color intenso, frescura, uniformidad, delicadeza y forma.

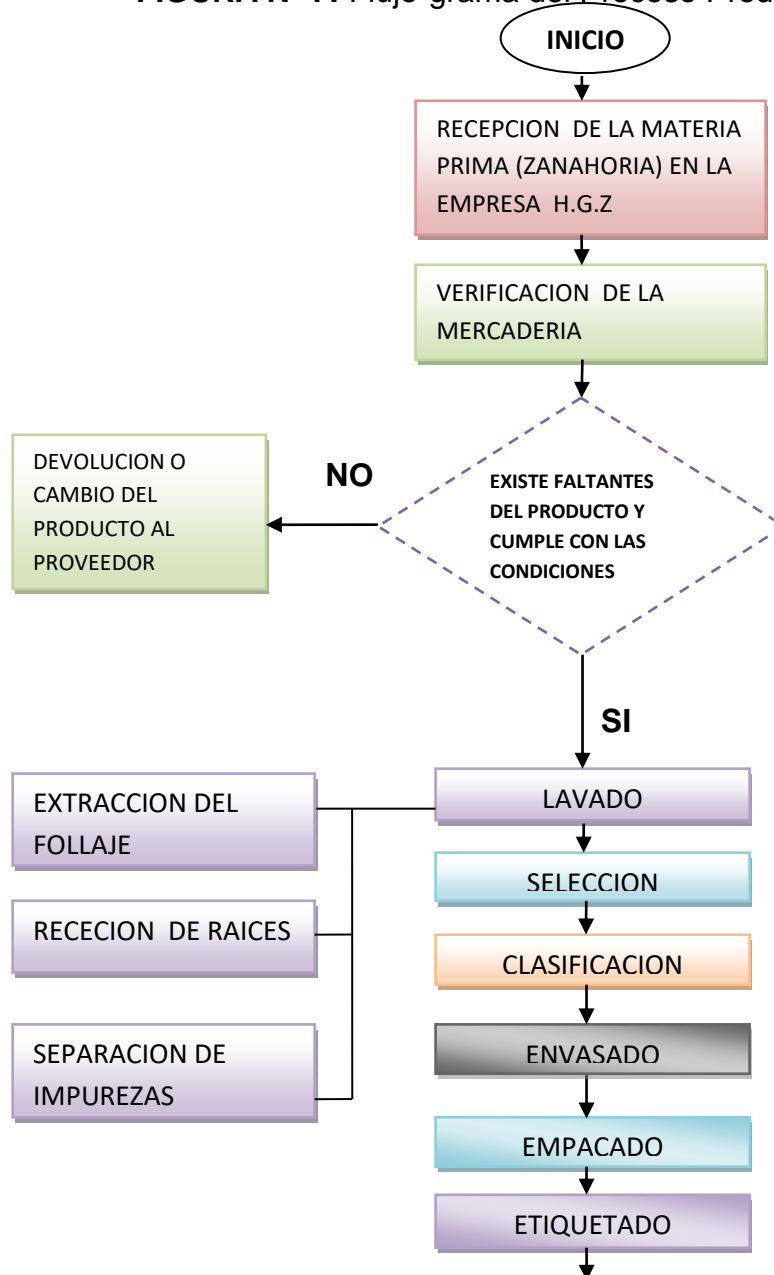
En la cosecha manual se procede con el primer grupo de personas a remover el terreno, para aflojar las raíces y permitir su recolección. Otro grupo de personas, va recolectando la zanahoria, esta primera actividad de recolección, es aprovechada para realizar una primera selección del producto por tamaño, sanidad y daños físicos.



La cosecha de campo se lo realiza en jabas de plástico de 52 x 35 x 20cm, las jabas se apilan unas sobre otras, por lo tanto no deben llenarse hasta la parte superior de la jaba. Ya que en el momento de apilar no se marchiten las zanahorias.

### 2.2.11 Flujo-grama del Proceso Productivo de la Zanahoria.

**FIGURA Nº 7:** Flujo-grama del Proceso Productivo de la Zanahoria





### 2.2.11.1 Descripción del Proceso de Producción.

Los socios – productores de Huertos Gatazo Zambrano son amplios conocedores de la producción de la zanahoria los cuales se cosechan en forma manual recogiénola y depositándola en jabas plásticas para posteriormente enviarlas al centro de acopio de Huertos Gatazo Zambrano y seguir el siguiente proceso de producción.

- 1. Recepción de Materia Prima (Zanahoria).** Se recibe la zanahoria en jabas, luego se pesan y se envían inmediatamente a un sitio seco y fresco, preferiblemente aclimatado. Se recomiendan temperaturas de 4°C- 8°C, con una humedad relativa del 80% - 90%.
- 2. Verificación de la mercadería:** Verificamos la zanahoria si esta completa y si cumple con las condiciones de calidad. Aquí se realiza un primer control de calidad.
- 3. Lavado:** El lavado propiamente dicho se realiza de forma manual o con lavadoras, que pueden ser cilindros giratorios, lavadores por burbujeo o lavadores por aspersión. El principal inconveniente de las lavadoras es el peligro de dañar las raíces. Para evitarlo existen "lavadoras suaves",

equipadas por cilindros rotativos semi-sumergidos, especialmente indicados para las variedades tempranas.

**Extracción del follaje:** Se procede a sacar el follaje con un ligero corte y depositándolo en lonas o costales.

**Recepción de las raíces:** Se realiza en tolvas llenas de agua, para evitar los daños que puedan producirse en el producto.

**Separación de piedras:** Los separadores de piedras son unas cubas por las cuales circula agua, y mediante una turbina impulsan las raíces hacia la periferia por la fuerza centrífuga, quedando las piedras en el centro.

**4. Selección:** En esta fase se separan restos de follaje mediante una cinta transportadora, y los trozos o zanahorias partidas con un tambor giratorio, con orificios que permiten el paso de los trozos pequeños.

**5. Clasificación:** Se clasifica el producto para la exportación. Aquí se realiza un segundo control de calidad en cuanto a color, consistencia, tamaños, presencia de insectos o manchas.

**6. Envasado:** En el mercado Europeo las zanahorias se presentan en bolsas de polietileno o polipropileno con formatos de un kilo y superiores con orificios de ventilación del producto.

Las zanahorias después del proceso de selección pasan a ser envasadas en bolsas plásticas de polietileno de baja densidad con micro perforaciones.

**7. Empaquetado:** Es uno de los pocos productos Hortícolas que mejor se presta al empaquetado. Posteriormente las zanahorias en bolsas de polietileno de 1 kg c/una se empacan dentro de las cajas de cartón corrugado con orificios laterales.

**8. Etiquetado:** Cuando las cajas tienen como destino Alemania, cada caja de cartón son etiquetadas con el contenido del producto, peso, nombre de la empresa con su y exigencias del importador si fuera necesario.

**9. Enfriado, Almacenamiento y Contenerizado:** los pallets son colocados en cámara frigorífica a bajas temperaturas 5°C, en donde esperan

a ser cargadas a un contenedor refrigerado que mayormente poseen un sistema de atmosfera controlada que permite regular la concentración de oxígeno, nitrógeno anhídrido carbónico del aire a niveles que permitan prevenir pudriciones, brotación y deshidratación. Las zanahorias mínimamente procesadas cortadas frescas, peladas pueden mantener una buena calidad por 3 a 4 semanas y la zanahorias sin pelar frescas se pueden mantener hasta 7 a 8 semanas.

**10. Embarque:** Normalmente la zanahoria es transportada por vía marítima, para esto los contenedores son transportados a almacenes autorizados que cuentan con equipos para mantener el frio mientras esperan el embarque.

#### 2.2.12 Nombre de la marca.

La Empresa Comercializadora de Hortalizas “Huertos Gatazo Zambrano”, comercializará el producto bajo el nombre de “**ZANAHORIAS HUERTOS G.Z**”, con la etiqueta que se muestra a continuación: <sup>10</sup>

**FIGURA Nº 8:** Nombre de la Marca.



|                   |                    |                              |            |
|-------------------|--------------------|------------------------------|------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | 20/01/2012 |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 26/01/2012 |

<sup>10</sup> Logotipo de la empresa Huertos Gatazo Zambrano

## **2.2.13 El Producto para Exportación.**

### **2.2.13.1 Presentación del Producto.**

Esta hortaliza ha sido generalmente dirigida al nicho de mercado gourmet europeo, y por esto su calidad y presentación debe ser del más alto nivel.

La zanahoria se comercializará generalmente lavada y sin hoja. Esta parte de la hortaliza absorbe humedad de la raíz y por lo tanto cortarla resulta en mejor calidad durante el almacenamiento. Si se vende con hoja debe ser firme y de color intenso.

El producto de buena calidad se reconoce por su firmeza, color intenso, fresca, uniformidad, delicadeza y forma. Un anaranjado intenso demuestra mayor contenido de beta caroteno.

### **2.2.13.2 Calidad de la Zanahoria.**

Según INFOAGRO 2003, manifiesta que existen muchas propiedades visuales y organolépticas que diferencian las diversas variedades de zanahoria para el mercado en fresco.

En general las zanahorias para el mercado europeo deben ser:

- Firmes( no flácidas)
- Rectas con un adelgazamiento uniforme.
- Color naranja brillante.
- Ausencia de residuos de raicillas laterales.
- Ausencia de corazón verde por exposición a la luz solar durante la fase de crecimiento.
- Bajo amargor por compuestos terpenicos.

Si las zanahorias están marchitas, flácidas, arrugadas, presentan manchas verdes, serán desechadas por el comprador, o recibirán sanciones en el precio.

### **2.2.13.3 Índice de Madurez.**

El tiempo de madurez de la zanahoria emperador para obtener un producto de calidad destinado para el mercado en fresco es cosechando en tres meses antes de su madurez total, obteniendo así favorables aspectos de calidad tales como menor grosor, mayor suavidad y brillo. La cosecha y manejo de zanahorias en condiciones de calor aumenta la sensibilidad del vegetal al marchitamiento.

### **2.2.13.4 Tamaño y Peso por unidad**

Las más consumidas suelen tener un tamaño de 15 a 20 centímetros y, según la variedad, pueden alcanzar hasta los 25 centímetros de largo. El tamaño de zanahorias finas a exportar será de 15 a 17 cm y el peso oscila entre los 90 y 100 gramos.<sup>11</sup>

### **2.2.13.5 Empaque.**

Los productos de exportación se enfrentan a legislaciones, normativas y costumbres de consumidores diferentes, y se exponen a mayores riesgos durante el transporte y almacenamiento debido a la complejidad de los ciclos de distribución.

Por estas razones HUERTOS GATAZO ZAMBRANO debe contar con un sistema de empaque y embalaje eficaz durante su proceso de exportación de zanahoria a Alemania que proteja el producto de los riesgos que pueda

---

<sup>11</sup> <http://www.fao.org>

presentar, le agregue valor y este acorde a con los requerimientos del consumidor y la normativa y legislación del país de destino.

#### **2.2.13.5.1 Calidad de Empaque Exigido.**

Para que HUERTOS GATAZO ZAMBRANO, pueda efectuar una exportación exitosa bajo la reglamentación de Alemania es necesario cumplir con ciertos parámetros de calidad y características propias de los empaques que garanticen la seguridad de la zanahoria y la protejan contra daños externos.

Siendo el principal objetivo del empaque contener, proteger y conservar las hortalizas durante su almacenamiento y distribución, el empaque utilizado por HUERTOS G.Z. debe cumplir con las siguientes características.

- ✓ Proteger a la zanahoria del daño mecánico y de las deficientes condiciones ambientales durante sus manipulación, almacenamiento y transporte.
- ✓ Resistir el apilamiento, almacenamiento a bajas temperaturas y los ambientes con altos contenidos de humedad.
- ✓ Mantener un ambiente óptimo para lograr una mayor duración de la vida útil de la zanahoria, involucrando materiales que eviten el acaloramiento de la hortaliza y que mantengan una mezcla favorable de dióxido de carbono y oxígeno.

La reglamentación para Alemania exige, en general que los materiales del empaque no liberen componentes que puedan ser dañinos para el consumidor.

#### **Así mismo contemplan los siguientes aspectos:**

**Legislación medioambiental:** la mayoría de los estados requieren que los empaques plásticos sean codificados para contribuir con la tarea de clasificación y reciclaje.

Tanto el número como las siglas hacen referencia a la composición química del plástico. Esta información permite clasificar los plásticos según su composición como paso previo a su reciclado.



### Símbolo de reciclaje

El triángulo debe ir colocado en el fondo o cerca del fondo del empaque, el tamaño de los símbolos está normalizado de acuerdo con las dimensiones del empaque.

| NÚMERO | ABREVIATURA | NOMBRE COMPLETO              |
|--------|-------------|------------------------------|
| 1      | PET,PETE    | Polietileno tereftalato      |
| 2      | HDP         | Polietileno de alta densidad |
| 3      | PVC         | Policloruro de vinilo        |
| 4      | LDP         | Polietileno de baja densidad |
| 5      | PP          | Polipropileno                |
| 6      | PS          | Poliestireno                 |
| 7      | otros       |                              |

#### 2.2.13.5.2 Tipos de Empaques.

Los empaques disponibles en el mercado y comúnmente utilizados para hortalizas frescas se pueden clasificar en:

**Empaque primario o de venta:** Es el que está en contacto directo con la hortaliza (zanahoria) y es utilizado para la comercialización.

La Empresa Huertos Gatazo Zambrano; para la exportación de la zanahoria como empaque primario utilizara bolsas de polietileno con agujeros, de baja



densidad para asegurar la resistencia del mismo. Cada bolsa contiene 1 kg de zanahoria con etiquetas que describen el producto y otras exigencias del importador.

**FIGURA Nº 9:** Bolsas de Polietileno.



**Empaque secundario o colectivo:** Es aquel que contiene al empaque primario otorgándole protección y presentación para su distribución comercial. Se utiliza para agrupar un número de unidades de venta. Como empaque secundario utilizaremos cajas de cartón doble- triple donde se procede a colocar las bolsas de zanahoria de 1 kg dentro de las cajas de cartón corrugado como empaque, con agujeros para ventilación. Igualmente las cajas de cartón son etiquetadas con el contenido del producto, peso, nombre de la empresa, y exigencias del importador si fuere necesario.

**FIGURA Nº 10:** Carton Corrugado Doble Triple





La regulación europea en empaque, se basa en la norma EU Directiva 94/62 /EC, donde se establece las normas de empaque para los diferentes productos, sin embargo continua la existencia de las regulaciones nacionales, que para el caso de Alemania, se basa en el “German Packaging Act”, con el cual se busca reducir el impacto de los empaque al medio ambiente, y regula el empaque para el transporte, el empaque secundario y empaque para ventas.

### 2.2.13.5.3 Material del Empaque.

Los principales materiales de empaque y embalaje comúnmente utilizados para hortalizas frescas, aplicando a la exportación a Alemania. Son:

**Plástico.-** Es el material predominante para la fabricación de empaques de hortalizas, que debido a su claridad y transparencia permite la inspección fácil de su contenido. El plástico tiene ventajas como su ligereza y flexibilidad, buena inercia química, versatilidad y amplia gama de resistencias mecánicas, sin embargo presenta problemas de permeabilidad a gases y radiaciones. Los diferentes tipos de plásticos son:

**TABLA Nº 5: Material de Empaque**

| MATERIAL  | CATACTERISTICAS   | USOS   |
|---|---|--|
| Polietileno tereftalato<br>(PEDE- PET)<br>     | Se destaca por:<br>Resistencia mecanica y termica<br>Rigidez<br>Barrera a los gases<br>Transparencia y brillo<br>Irrompible<br>Liviano<br>No toxico | Se utiliza en envases para agua , aceites, bebidas refrescantes y alimentos<br><br>Tambien es usado para envases al vacio, vandejas para microondas, pavimenttacion y peliculas radiograficccas. |
| Polietileno de alta densidad<br>(HDP-PEAD)<br> | Se destaca por:<br>Resistencia a las bajas temperaturas<br>Irrompible<br>Impermiable<br>Liviano<br>No toxico<br>versatil                            | Es usado en envases para detergentes , aceites de automotor, shampoo.m lacteoas, bolsas para supermercados y baldes para pintura   |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>Polícloruro de vinilo (PVC)</p>               | <p>Se destaca por:</p> <p>Resistente a la imperie y corrocion<br/>Economico<br/>liviano<br/>Transparente<br/>Buena resistencia al impacto<br/>Liviano<br/>No toxico</p> | <p>Es utilizado para la elaboracion de marcos de ventanas, puertas, mangueras, juguetes y cañas para desagues</p>                           |
| <p>Polielileno de baja densidad (LDP- PEBD)</p>  | <p>Se destaca por:</p> <p>Flexible<br/>Irrompible<br/>transparente<br/>Liviano<br/>No toxico<br/>Resistentes</p>  | <p>Se usa para la elaboracion de bolsas para : supermercados, congelados y otros.</p> <p>Se utiliza como envases para alimentos frescos</p> |
| <p>Polipropileno (PP)</p>                       | <p>Se destaca por:</p> <p>Brillo<br/>Irrompible<br/>Resistente a temperaturas altas<br/>Liviano<br/>No toxico</p>   | <p>Se utiliza para la fabricacion de bolsas, envolturas de botellas y frascos</p>   |
| <p>Poliestireno (PS)</p>                       | <p>Se destaca por:</p> <p>Transparencia y Brillo<br/>Irrompible<br/>Inerte y no toxico<br/>Liviano<br/>Facil limpieza</p>   | <p>Se utiliza en embalajes, tazas, platos en aparatos electricos y componentes para construccion.</p>                                       |

**Cajas de cartón.** El cartón doble- triple es una de las composiciones de corrugado más resistentes. Las cajas fabricadas con este material poseen excelentes prestaciones para el transporte terrestre, aéreo y marítimo.

De acuerdo con la estructura del cartón corrugado se clasifica en simple o de una cara, de doble cara o de doble pared. El material más usado para la elaboración de empaques secundarios de frutas y hortalizas debido a su relativa versatilidad y bajo costo las principales características del cartón corrugado para empaque son: reciclable, versátil, liviano, protector y

económico. Las cajas de cartón corrugado se pueden obtener en muchos pesos y estilos diferentes.<sup>12</sup>

### **2.2.13.6 Embalaje.**

El “embalaje” alude a todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía, desde la fábrica o planta de empaque hasta el consumidor final.

El embalaje es lo que protegerá al producto durante el trayecto por eso tomaremos en cuenta las tarimas también conocidas como estibas o paletas, para eso nosotros tomaremos tarimas de doble cara de 1m \* 1,20m, ya que estas son las más resistentes.

**TABLA Nº 6:** Tamaño y Capacidad del Pallet.

| <b>TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PALLET</b> |                  |
|--------------------------------------|------------------|
| <b>Tamaño</b>                        | <b>Capacidad</b> |
| <b>1m x 1,20m</b>                    | 45 cajas (9cx5f) |

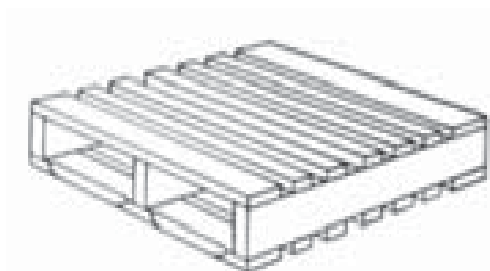
#### **● Características.**

- Manipuleo durante la carga y descarga.
- Mejor apilamiento de la mercadería.
- Mejorar la capacidad de impacto y vibración de la mercadería.
- Evitar la contaminación externa de olores y/o residuos externos<sup>13</sup>

<sup>12</sup> [www.corrugated.org/corrugatedpacking\\_council](http://www.corrugated.org/corrugatedpacking_council). CPC

<sup>13</sup> [http://interletras.com/manualCCI/Conservac\\_empaque\\_transp/transpack26.htm](http://interletras.com/manualCCI/Conservac_empaque_transp/transpack26.htm)(graficoas

**FIGURA Nº 11: Tarimas, Estibas o Paletas.**



#### **2.2.13.7 Etiquetado.**

Se entiende por etiquetado toda mención, marca de fábrica o comercial, dibujo o signo relacionado con el producto que figure en cualquier empaque que acompañan o se refieren a un producto determinado.

#### **La comunidad europea al importar sus productos requiere:**

❖ La Agencia Federal de Agricultura y Alimentos (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung – BLE), quien vigila el cumplimiento de las normas de calidad de las importaciones y de comercialización de la Unión Europea de frutas y hortalizas, flores, entre otros. Exige que las etiquetas contengan el nombre del país en el que se produjo o manufacturo el producto claramente señalo en el envase como “Lugar de Origen), esta declaración se puede localizar en cualquier lado excepto en la base del envase.

❖ Los productos de consumo deben llevar etiquetas en el idioma del país al que se va a exportar (para el caso de Alemania en Alemán).

La responsabilidad por el marcado y etiquetado de los productos recae en el importador, que debe informar claramente al exportador sobre todas las regulaciones a cumplir, y se debe acordar con el importador o mayorista,

todos los detalles del etiquetado, ya que ellos cuentan con la información relacionadas a los requerimientos legales.

Así mismo, la exige que las áreas de presentación contengan la siguiente información:

- ❖ Denominación del producto.
- ❖ Contenido neto.
- ❖ Información nutricional.
- ❖ Nombre y dirección del productor.
- ❖ Código de barras
- ❖ Fecha de vencimiento

Las cajas de cartón son etiquetadas con el contenido del producto, peso, nombre de la empresa, nombre del importador. La comunidad europea importa sus productos con etiquetas en alemán. Pero como la empresa Huertos Gatazo Zambrano va a exportar la zanahoria directamente a la empresa importadora Dennree quien es el mayorista encargado de distribuir a las cadenas de supermercados, tiendas y demás, con su logotipo y marca, por ello solo se etiquetaran los cartones.

**FIGURA N°12:** Presentación de la Zanahoria- Etiquetas.



### **2.2.13.8 Peso Total por Caja.**

Las zanahorias se empacan en presentaciones listas para el consumo final, se utilizan cajas de cartón corrugado doble - triple con 32 bolsas de zanahoria de 1 kg, el peso neto es de 32kg. Ya que en Alemania cada familia compra de un kg en adelante.<sup>14</sup>

## **2.3 MERCADO EXTERNO**

### **2.3.1 Mercado Meta.**

En Alemania viven unas 82 millones de personas, de las cuales, el mercado meta de la Empresa Huertos Gatazo Zambrano es la población de adultos mayores que constituyen el 21% de la población alemana que es equivalente a 17 millones de personas de la tercera edad.

La mayor concentración del consumo de productos orgánicos se encuentra en el segmento de familias integradas por personas mayores que no realizan actividades laborales y ya no tienen hijos en casa.

Hoy en día en Alemania las personas mayores no solo son más longevas sino que gozan de mejor salud, están más en forma y son más activas que las generaciones anteriores.

El consumo alemán en hortofrutícolas es de 147 kg entre frutas y hortalizas. Se estima que cada persona en Alemania consume anualmente 8 kg de zanahoria.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Los autores

<sup>15</sup> <http://www.google.com> ;Característica de la Población Alemana)

### 2.3.2 Características de la Población.

Alemania cuenta actualmente con una población de 82 millones de habitantes (66 millones en la parte oriental y 16 millones en la occidental), la mayor entre los estados miembros de la Unión Europea. El país tiene una área de 356.910 km<sup>2</sup> y un total de 16 estados: Baden-Wutemberg, Baviera, Berlín, Brandemburgo, Bremen, Hamburgo, Hesse, Macklenburgo-Pomeriana Occidental, Baja Sajonia, Reina del Norte- Westfalia, Renania-Palatinado, Sarre, Sajonia, Sajonia Anhalt, Schaleswig-Holstein y Turingia.

La tasa de crecimiento anual de la población alemana es de -0.208% y la expectativa de vida es de 77,82 años para hombres y 82,44 años para las mujeres.<sup>16</sup>

**TABLA Nº 7:** Distribución de la Población Alemana.

| DISTRIBUCION DE LA POBLACION ALEMANA |                    |        |
|--------------------------------------|--------------------|--------|
| GRUPO POR EDAD                       | NUMERO DE PERSONAS | %      |
| 0-14 AÑOS                            | 11.154,60          | 13.3%  |
| 15-64 AÑOS                           | 53.845,40          | 66.10% |
| 65 AÑOS Y MAS                        | 17.000,00          | 21%    |

Fuente: [http://www.indexmundi.com/es/alemania/poblacion\\_perfil.html](http://www.indexmundi.com/es/alemania/poblacion_perfil.html)

La mayor parte de población alemana es de origen alemán; los grupos migrantes están constituidos por turcos, italianos griegos, polacos e inmigrantes de otros orígenes, principalmente refugiados de la antigua Yugoslavia.

Por lo que nuestro segmento de mercado son las personas mayores de 65 años que constituye 17 millones de personas equivalentes al 21% de la población alemán.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> [http://www.indexmundi.com/es/alemania/poblacion\\_perfil.html](http://www.indexmundi.com/es/alemania/poblacion_perfil.html).

<sup>17</sup> [http://www.indexmundi.com/es/alemania/poblacion\\_perfil.html](http://www.indexmundi.com/es/alemania/poblacion_perfil.html).



### 2.3.3 Transporte.

Un buen plan de transporte permite que los productos de las empresas exportadoras transiten por la cadena de distribución de manera eficiente y al menor costo posible. Esto, a su vez, ayuda a aumentar la competitividad de la empresa.

La empresa HUERTOS G, Z, utilizara dos tipos de transporte el terrestre y el marítimo, para transportar la zanahoria desde la empresa hasta Alemania.

#### 2.3.3.1 Transporte terrestre.

Toda la zanahoria que se acopia en la planta y que está listo para la exportación directa, será trasladada desde la planta de producción Huertos Gatazo Zambrano hasta el puerto marítimo de Guayaquil, proceso que estará a cargo de una de las empresas especializadas en transportar este tipo de productos.

**TABLA Nº 8:** Compañías de Transporte Terrestre.

| COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE TERRESTRE CARGA PESADA |               |                 |                                |           |
|--|---------------|-----------------|--------------------------------|-----------|
| COMPANIA                                       | CIUDAD        | DIRECCION       | E-MAIL                         | TELEFO NO |
| TRANSSUCUY S.A.                                | Riobamba      | Guano           | trasnssucuy@yahoo.ec           | 2345233   |
| TRAIlesa S.A                                   | Guayaquil     | Guasmo Sur.     | luisgpal@gye.satnet.net        | 2488842   |
| CARAMECEL                                      | Guayaquil     | Cdla. colinas   | mariuxitranscamecel@hotmail.es | 2245875   |
| CARGAS DEL PACIFICO                            | Guayaquil     | Cdla. adace     | farreagac95@hotmail.com        | 2692626   |
| FONSECA HNOS.                                  | Santo Domingo | Calle A s13-117 | esambiente@hotmail.com         | 2222915   |
| CIATEITE S.A,                                  | Guayaquil     |                 | ciateite@gmail.com             | 3322123   |

|                   |                    |                              |                  |
|-------------------|--------------------|------------------------------|------------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | Guía de negocios |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 27/02/12         |

### 2.3.3.2 Transporte marítimo.

Desde el puerto de Guayaquil al país de destino, el transporte estará a cargo de la empresa naviera, con su respectivo seguro, cabe recalcar que es uno de los transportes más económicos y eficientes. A continuación se muestra en el cuadro las compañías de transporte naviero.<sup>18</sup>

**TABLA Nº 9:** Compañías de Transporte Marítimo.

| <b>LINEAS NAVIERAS DE TARFICO INTERNACIONAL DE ECUADOR CON DESTINO A PUERTOS DE ALEMANIA</b> |   |                                   |   |
|--|---|-----------------------------------|---|
| <b>Razón Social:</b>   | HAMBURG SUD ECUADOR S.A   | TRANSOCEANICA CIA. LTDA           | MAERSK DEL ECUADOR  |
| <b>Dirección:</b>  | Av. Las Monjas #10 y C.J. Arosemena. Edificio Berlín Planta Baja, Bloque B. | Maleon 1401 e Illingworth. Piso 7 | Av. Juan Tanca Marengo Km 1.8 y José Santiago Castillo S/N Edificio CONAUTO |
| <b>Teléfonos:</b>  | 593-42-207989   | 593-42-598060                     | 593-42-682531   |
| <b>Fax:</b>  | 593-42-207990   | 593-42-598098                     | 593-42-682533   |
| <b>Pág. Web:</b>   | www.hamburgsud.com  | www.transoceanica.com.ec          | www.maersksealand.com   |
| <b>Email:</b>  | hsdg@gye.hamburgsud.com   | transoc@transoceanica.com.ec      | ecuadm@maersk.com;<br>ecuatopsec@maersk.com                                 |

|                   |                    |                           |                  |
|-------------------|--------------------|---------------------------|------------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fuente:</b>            | Guía de negocios |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b> | 27/02/12         |

<sup>18</sup> www.guiade negocios.com

## **2.4 ANALISIS DE LA DEMANDA.**

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios, que en el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

### **2.4.1 Demanda de Zanahoria.**

Ecuador exporta poco de este producto. Cuando las madres incluyen en el menú familiar algunas porciones de zanahorias, por aquello de que es buena para la vista, tienen razón.

Esta maravilla de la naturaleza se produce en las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo. Esta última provincia es la que más produce este tubérculo: 1.286.620 toneladas (t) por año.

La zanahoria ecuatoriana se destina a los mercados de EE.UU., Holanda, Aruba, Canadá y Alemania.

Estos países importan este tubérculo para completar su demanda interna. Por eso es que la Empresa Huertos Gatazo Zambrano exportara a Alemania; para determinar la demanda tomaremos la población de adultos mayores que es de 17000 con respecto al consumo por persona de 8 kg que cada longevo tiene por esta hortaliza (zanahoria).

**TABLA N° 10:** Demanda de Zanahoria en Alemania

| <b>DEMANDA DE ZANAHORIA AÑO 2011</b> |                   |                   |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|
| <b>PERSONAS</b>                      | <b>CONSUMO KG</b> | <b>DEMANDA</b>    |
| 11.154,60                            | 2                 | 22.309,20         |
| 53.845,40                            | 3                 | 161.536,20        |
| 17.000,00                            | 8                 | 136.000,00        |
| <b>TOTAL DEMANDA</b>                 |                   | <b>319.845,40</b> |

|                   |                    |                           |                    |
|-------------------|--------------------|---------------------------|--------------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fuente:</b>            | SICA -<br>INFOAGRO |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b> | 27/02/12           |

Alemania al año demanda **319.845,40kg** de zanahoria. <sup>19</sup>

## **2.5 ANALISIS DE LA OFERTA.**

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores), están dispuestos a aponer a disposición su producto en el mercado a un precio determinado.

Para el análisis de la oferta se ha tomado en cuenta los países ofertantes de zanahoria a Alemania que es de **225.000,00kg** anual.

### **2.5.1 Importaciones Alemanas de Zanahoria.**

Las importaciones alemanas de zanahorias muestran un incremento del 8% pasando los 36 millones en el 2009 a 39 millones en el 2011. En este periodo se observa una variación buena en el precio por tonelada, por otra parte, como se muestra en el grafico, el principal mercado de exportación hacia Alemania es en fresco, ya que el 65% de las importaciones de dicho país

---

<sup>19</sup> SICA, OFIAGRO

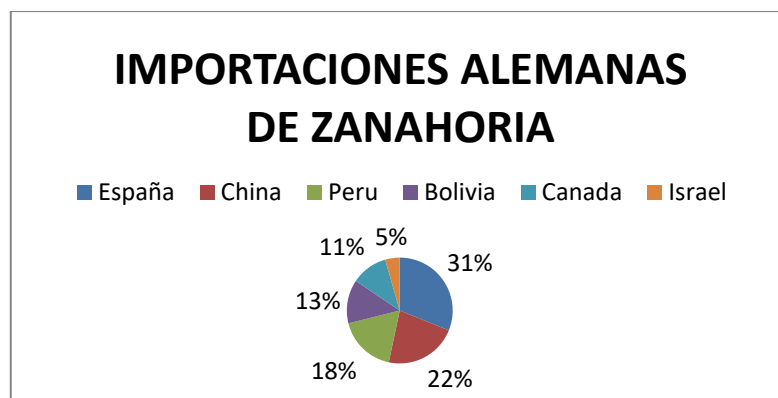
corresponden a zanahoria fresca, siendo los principales países ofertantes de este producto los siguientes:

España siendo el principal exportador con el 31% anual, seguido por China con el 22% Perú con el 18%, Bolivia con el 13%, Canadá con 11% y por último Israel con el 5%.

**TABLA Nº 11:** Importaciones Alemanas de Zanahoria.

| <b>IMPORTACIONES ALEMANAS DE ZANAHORIA</b> |               |             |
|--|---------------|-------------|
| <b>PAIS</b>                                | <b>EN KG</b>  | <b>%</b>    |
| España                                     | 70000         | 31%         |
| China                                      | 50000         | 22%         |
| Perú                                       | 40000         | 18%         |
| Bolivia                                    | 30000         | 13%         |
| Canadá                                     | 25000         | 11%         |
| Israel                                     | 10000         | 5%          |
| <b>OFERTA TOTAL</b>                        | <b>225000</b> | <b>100%</b> |

**GRAFICO Nº 1:** Importaciones Alemanas de zanahoria



|                   |                    |                              |            |
|-------------------|--------------------|------------------------------|------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | 24/02/2012 |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 27/02/2012 |

## 2.6 DEMANDA INSATISFECHA.

Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros.

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se ha tomado como base los datos de la demanda y la oferta, anteriormente calculados, luego de estos con una simple resta de los datos de la demanda menos la oferta se obtiene la demanda insatisfecha como se muestra en el siguiente cuadro.

**TABLA N° 12:** Demanda Insatisfecha de Zanahoria.

| DEMANDA INSATISFECHA ZANAHORIA |            |        |                         |
|--------------------------------|------------|--------|-------------------------|
| AÑO                            | DEMANDA    | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA KG |
| 2011                           | 319.845,40 | 225000 | 94.845,40               |

|                   |                    |                              |            |
|-------------------|--------------------|------------------------------|------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | 24/02/2012 |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 27/02/2012 |

La empresa Huertos Gatazo Zambrano en lo posterior tendrá que cubrir un 25% de la demanda insatisfecha que es de 23.711,35

### 2.6.1 Oferta de zanahoria en Gatazo Zambrano.

Dentro de la producción de hortalizas, la zanahoria ha tomado un importante auge, reflejando con ello el amplio gusto que tiene esta en los consumidores.

La identificación de los mercados y de los principales comercializadores de este producto es una clara necesidad de los horticultores de Gatazo, así como conocer sus requerimientos y exigencias de calidad, para convertirse en proveedores en segmentos de mayor rentabilidad. De esta manera Huertos Gatazo Zambrano muestran mejoras progresivas en asistencia técnica y

asesoría en comercialización, como la producción de hortalizas (zanahoria), que busca constituir la actividad para mejorar sus ingresos familiares.

En Huertos Gatazo Zambrano, en el año 2011 se ha registrado 40 has sembradas, con una producción anual de 95,4TM, con un promedio de 2,39TM por has siendo una zona importante de la producción en la provincia de Chimborazo.

**TABLA N° 13:** Oferta de Zanahoria en Gatazo Zambrano.

| <b>OFERTA DE ZANAHORIA EN GATAZO ZAMBRANO AÑO 2011</b> |           |                         |                       |             |
|--|-----------|-------------------------|-----------------------|-------------|
| Sector   | Cultivo   | Superficie Sembrada Has | Cantidad Cosechada TM | TOTAL EN KG |
| Gatazo Zambrano  | Zanahoria | 40                      | 95,4                  | 95400       |

|                   |                    |                           |            |
|-------------------|--------------------|---------------------------|------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fuente:</b>            | MAGAP      |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b> | 27/02/2012 |

De acuerdo a lo que oferta de zanahoria que tiene la empresa Huertos Gatazo Zambrano, se podría decir que tranquilamente podrá cubrir con la demanda insatisfecha.<sup>20</sup>

## 2.6.2 Determinación de precios.

### 2.6.2.1 Costos de adquisición

El producto tendrá un costo de adquisición de 0,35 ctv, por kilo el cual lo entregarán en estado sólido para luego realizar el debido proceso lavado,

<sup>20</sup> Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca (MAGAP), III Censo Agropecuario 2011

clasificado y luego ser empacado para su respectiva comercialización y venta.<sup>21</sup>

**TABLA N° 14: Costos de Adquisición de Zanahoria.**

| COSTOS DE ADQUISICION DE ZANAHORIA |                    |                              |               |
|------------------------------------|--------------------|------------------------------|---------------|
| DETALLE                            | PESO (KG)          | MERCADO NACIONAL             |               |
| Bolsas de Zanahoria                | 1                  | \$0,35                       |               |
| Saco de Zanahoria                  | 45,45              | \$16,00                      |               |
| <b>Elaborado:</b>                  | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | INV. DE CAMPO |
| <b>Revisado:</b>                   | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 27/02/12      |

### 2.6.2.2 Precios Históricos de la Zanahoria en el Mercado Europeo.

El objetivo del precio es atraer a los clientes por un menor precio y por la misma calidad de productos. Los precios históricos del año 2009 al primer mes del año 2012, en el mercado Europeo, como se muestra a continuación en la siguiente tabla.<sup>22</sup>

**TABLA N° 15: Precios Históricos de Zanahoria en el Mercado Europeo**

| PRECIOS DE ZANAHORIA EN EL MERCADO EUROPEO |         |         |         |         |
|--|---------|---------|---------|---------|
| 2009                                       | 2010    | 2011    | 2012    | TOTAL   |
| 0.99 €                                     | 0.99 €  | 0.96 €  | 1.28 €  |         |
| \$ 1.29                                    | \$ 1.29 | \$ 1.25 | \$ 1.67 | \$ 5.50 |

<sup>21</sup> Investigación de campo

<sup>22</sup> [www.infoasercas.gob.mx/hortalizasnacional/hna\\_ca1.asp](http://www.infoasercas.gob.mx/hortalizasnacional/hna_ca1.asp)



Para el cálculo del precio de venta al cliente tomaremos en cuenta el precio histórico del año 2012.

## 2.7 ANALISIS DE LA PRODUCCION DE LA ZANAHORIA.

### 2.7.1 Producción de Zanahoria en Gatazo Zambrano.

La mayor producción de zanahoria se centra en el cantón Colta, específicamente en la comunidad de Gatazo Zambrano destinando desde décadas un gran porcentaje de superficie para el sembrío de esta hortaliza, sembrando las variedades: Emperador, Royal Chantenay, Red Cored, abastecidas por diferentes proveedores de semillas importadas con sus respectivas marcas ( Hortus, Claused, Esmeralda y Niagara; entre otras); todas estas semillas importadas son sembradas, ya que en Ecuador aun no existen semillas certificadas.

La producción de zanahoria en Gatazo Zambrano, según el III Censo Agropecuario destina 40 hectáreas de superficie sembrada, la cantidad cosechada en toneladas métricas es de 95,4 y en kilogramos 95400kg anual.

**TABLA Nº 16:** Producción de Zanahoria en Gatazo Zambrano.

| DETALLE ANUAL DE LA PRODUCCION DE ZANAHORIA EN GATAZO ZAMBRANO AÑO 2011 |           |                         |                       |             |
|---|-----------|-------------------------|-----------------------|-------------|
| Sector  | Cultivo   | Superficie Sembrada Has | Cantidad Cosechada TM | TOTAL EN KG |
| Gatazo Zambrano   | Zanahoria | 40                      | 95,4                  | 95400       |

|                   |                    |                              |          |
|-------------------|--------------------|------------------------------|----------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | MAGAP    |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 27/02/12 |

### 2.7.2 Comunas Aledañas que Producen Zanahoria.

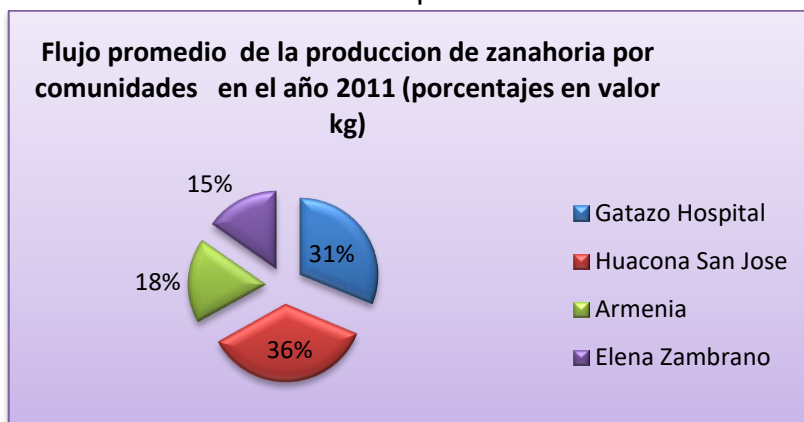
La producción de zanahoria en las comunidades aledañas a Gatazo Zambrano, se considera como una oportunidad de negocio en todo el año con una demanda creciente en el mercado local y regional generando el bienestar de incremento económico de las familias de la población del sector.

La superficie sembrada en Gatazo Hospital es de 20has, en Huacona San José es de 20has, en Armenia es de 10has y de 10has de Elena Zambrano, obteniendo entre todos estos sectores un cantidad cosechada de 136,40 TM anuales.

**TABLA N° 17:** Producción de Zanahoria por Comunidades Aledañas a G.Z.

| <b>DETALLE ANUAL DE LA PRODUCCION DE ZANAHORIA POR COMUNIDADES AÑO 2011</b> |                |                                |                              |                    |
|---|----------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------|
| <b>Sector</b>   | <b>Cultivo</b> | <b>Superficie Sembrada Has</b> | <b>Cantidad Cosechada TM</b> | <b>TOTAL EN KG</b> |
| Gatazo Hospital   | Zanahoria      | 20                             | 63,6                         | 63600              |
| Huacona San José  | Zanahoria      | 20                             | 72,8                         | 72800              |
| Armenia   | Zanahoria      | 10                             | 36,2                         | 36200              |
| Elena Zambrano  | Zanahoria      | 10                             | 31,1                         | 31100              |
| <b>SUMAS TOTALES</b>  |                | 40                             | 136,4                        | 136400             |

**GRÁFICO N° 2:** Producción de Zanahoria por Comunidades Aledañas a G.Z.



|                   |                    |                              |          |
|-------------------|--------------------|------------------------------|----------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | MAGAP    |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 27/02/12 |

### 2.7.3 Hectáreas de Producción.

Las hectáreas destinadas a cultivo en Gatazo Zambrano es de 160 has, de los cuales está distribuida de la siguiente manera:

**TABLA N° 18:** Hectáreas Destinadas en Diferentes Sembríos en Gatazo Z.

| Nº. DE HECTAREAS DESTINADAS PARA DIFERENTES SEMBRIOS EN GATAZO ZAMBRANO |            |
|---|------------|
| Zanahoria   | 40         |
| Brócoli   | 80         |
| Remolacha   | 5          |
| Coliflor  | 10         |
| Cilantro  | 10         |
| Otros   | 15         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>160</b> |

|                   |                    |                              |               |
|-------------------|--------------------|------------------------------|---------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | INV. DE CAMPO |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 27/02/12      |

Como podemos observar en el siguiente cuadro para el cultivo de brócoli está destinado 80 has por la actividad actual de exportación de brócoli, para el cultivo de zanahoria está destinado 40 hectáreas, siendo destinadas para el mercado local y regional, así como la remolacha, coliflor, cilantro y otros, que van destinados a los mercados locales, supermercados.<sup>23</sup>

#### **2.7.4 Tiempos Climáticos para la Producción de Zanahoria Gatazo Z.**

##### **✓ Clima**

El cultivo de la zanahoria principalmente es desarrollado en clima frío y templado, permitiendo mayores rendimientos en su producción final.

Los factores ambientales como temperatura, agua y luz son esenciales para el crecimiento de las hortalizas, y su escasez puede limitar su desarrollo. La mayoría de las hortalizas tienen un óptimo crecimiento en temperaturas entre 10 y 30 C°, cuando las temperaturas son muy bajas, pueden provocar daños por congelación en las plantas, y cuando son muy altas, se producen desórdenes fisiológicos.

La luz, el viento y la precipitación también influyen en la adaptabilidad de las hortalizas a ciertas áreas de cultivo. Las zonas templadas con una adecuada distribución de lluvias y agua de riego disponible para épocas secas son muy convenientes.

##### **✓ Semilla.**

Las semillas deben haber sido preparadas previamente, dejándolas en remojo en agua tibia durante dos días consecutivos antes de la siembra o en un germinador de semillas alimenticias. El siguiente paso es hacer un surco de un

---

<sup>23</sup> Investigación de campo

centímetro de profundidad, para luego sembrar allí las semillas y cubrirlas ligeramente con arena fina o mantillo.

✓ **Terreno**

Es muy importante que el área de cultivo se encuentre en una posición adecuada para la exposición solar, la orientación del terreno debe ser de norte a sur, lo cual dará como resultado una luminosidad apropiada.

Prefiere los suelos arcillo-calizos, aireados y frescos, ricos en materia orgánica bien descompuesta y en potasio, con pH comprendido entre 5,8 y los terrenos compactos y pesados originan raíces fibrosas, de menor peso, calibre y longitud, incrementándose además el riesgo de podredumbres. Los suelos pedregosos originan raíces deformes o bifurcadas y los suelos con excesivos residuos orgánicos dan lugar a raíces acorchadas.

La zanahoria es muy exigente en suelo, por tanto no conviene repetir el cultivo al menos en 4-5 años. Como cultivos precedentes habituales están los cereales, patata o girasol. Aunque los cereales pueden favorecer la enfermedad del picado; como cultivos precedentes indeseables otras umbelíferas como por ejemplo el apio. Son recomendables como cultivos precedentes el tomate, el puerro y la cebolla.

✓ **Agua.**

Con respecto al riego, alcanza con efectuarlo una vez por semana, pero debe ser abundante. Se puede conservar la frescura del suelo procediendo al acolchado de las plantas.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Tesis de Cultivo de Zanahoria de la Facultad de Agronomía.

## **CAPÍTULO III**

**3. PROPUESTA.** Plan de Exportación de Zanahoria en Fresco al Mercado de Alemania.

### **3.1 Antecedentes de la Propuesta.**

La Empresa en nombre colectivo Huertos Gatazo Zambrano, se constituye para comercializar productos agrícolas en la comunidad de Gatazo Zambrano del Cantón Colta, Provincia del Chimborazo.

La empresa tiene como objetivo principal el desarrollo de actividades agrícolas y el cumplimiento de los contratos para la comercialización de los mismos. La gran demanda de productos agrícolas orgánicos a nivel mundial, principalmente de hortalizas entre ellas: la zanahoria, remolacha, brócoli, etc. Ha llevado a la empresa Huertos G.Z. incursionar en este campo poniendo énfasis en la producción de zanahoria para la exportación a los diferentes mercados de Europa y Asia, a través de alianzas estratégicas de compañías especializadas en este tipo de mercado.<sup>25</sup>

### **3.2 Objetivos de la Propuesta.**

La exportación de zanahoria fresco al mercado de Alemania, la Empresa Huertos Gatazo Zambrano determina el siguiente objetivo:

---

<sup>25</sup> Investigación de campo (Las Autoras)

### **3.2.1 Objetivo General.**

-Elaborar un plan de exportación de zanahoria, en fresco al mercado de la Empresa “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO” del Cantón Colta, Provincia del Chimborazo.

### **3.2.2 Objetivos Específicos.**

-Determinar los requisitos que determina el mercado alemán para la comercialización de la zanahoria.

-Cumplir con los estándares de calidad que exige la comunidad europea.

-Establecer parámetros para los canales de distribución más adecuados.

-Determinar una logística informática para exportar la zanahoria hacia Alemania.

-Determinar la forma de pago más adecuada para el tipo de producto.

## **3.3 PROCESO DE EXPORTACIÓN**

### **3.3.1 Generalidades.**

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

### 3.3.2 Clasificación Arancelaria.

Un elemento básico en el comercio exterior es la identificación de cada producto a través de un sistema numérico armonizado de entendimiento internacional, sobre ello se establecen los requisitos de exportación así como la asignación de aranceles y gravámenes

| <b>Sección II :</b>   | <b>PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL</b>   |
|---|--|
| <b>Capítulo 07 :</b>  | Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios  |
| <b>Partida Sist. Armonizado 0706 :</b>                        | Zanahorias, nabos, remolachas para ensaladas, salsifíes, apio, nabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados |
| <b>SubPartida Sist. Armoniz. :</b>                            |  |
| <b>SubPartida Regional 07061000 :</b>                         | - Zanahorias y nabos   |
| <b>Código Producto Comunitario (ARIAN) 0706100000-0000 :</b>  |  |
| <b>Código Producto Nacional (TNAN) 0706100000-0000-0000 :</b> |  |

|  |   |
|--|---|
| <b>Código de Producto (TNAN)</b>         | <b>0000</b>                                     |
| <b>Antidumping</b>                       | 0 %   |
| <b>Advalorem</b>                         | 25 %  |
| <b>FDI</b>                               | 0.5 %   |
| <b>ICE</b>                               | 0 %   |
| <b>IVA</b>                               | 12 %  |
| <b>Salvaguardia por Porcentaje</b>       | 0 %   |
| <b>Salvaguardia por Valor</b>            |   |
| <b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b> |   |
| <b>Techo Consolidado</b>                 | 0 %   |
| <b>Incremento ICE</b>                    | 0 %   |
| <b>Afecto a Derecho Específico</b>       |   |
| <b>Unidad de Medida</b>                  | Kilogramo Bruto (KG)                            |
| <b>Observaciones</b>                     | Decreto Ejecutivo 1458.<br>R.O. 489s 16/12/2008 |
| <b>Es Producto Perecible</b>             | SI  |



### **3.4 REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR.**

Una vez definido el mercado y determinado el producto como exportable, el siguiente paso es registrarse como exportador ante las siguientes entidades:

#### **➤ Servicio de Rentas Internas (SRI)**

Toda persona, sea natural o jurídica, que se dedica a las actividades de comercio, como en el caso de los exportadores e importadores, debe registrarse en el SRI y obtener el Registro Único de Contribuyente – RUC. Una vez obtenido el RUC, a través de una imprenta local, debidamente autorizada por el SRI para imprimir documentos, solicitar la emisión de las facturas que serán utilizadas para los trámites aduaneros y el cobro de sus exportaciones. Además, debe constar en estado activo con autorizaciones vigentes para poder operar en el comercio y que aparezca como ubicado. Esto se lo hace en cualquier oficina principal del SRI a nivel nacional.

#### **➤ Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).**

Toda persona, sea natural o jurídica, que se dedica a las actividades de comercio debe obtener el Registro de Operador de Comercio Exterior, como exportador. Este trámite se lo puede realizar en las Oficinas de Atención al Usuario en la Aduana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Tulcán y Esmeraldas.

#### **Pasos para registrarse:**

1. Ingresar a la web de la Aduana: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec), y llenar el formulario que aparece dando clic en OCE's, y submenú REGISTRO DE DATOS.
2. Enviar electrónicamente el formulario y recordar la clave que se colocó de manera temporal.

3. Llenar una solicitud, cuyo formato se obtiene en la página web del SENA E en SERVICIOS, submenú SOLICITUDES, e imprimir la “SOLICITUD PARA REINICIO O CONCESIÓN DE CLAVE NUEVA”.
4. La solicitud debidamente firmada por el exportador deberá ser presentada con una copia a colores de la Cédula de Ciudadanía o pasaporte.<sup>26</sup>

### 3.5 INCOTERMS.

Los Incoterms son normas de comercio internacional que reflejan la práctica habitual y vigente en el transporte internacional de las mercaderías. Se utilizan para delimitar las responsabilidades (transmisión de riesgos y distribución de gastos) de las transacciones comerciales internacionales entre comprador y vendedor.

Son definidos por la CCI (Cámara de Comercio Internacional) y sufren actualizaciones periódicas (cada 10 años) en función de los cambios que se producen en el comercio internacional.

La principal ventaja de los incoterms es la simplificación de las condiciones que tienen que cumplir las partes contratantes. Esta simplificación, recogida en 13 normas fácilmente identificables por sus siglas, permite conocer en todo momento, al comprador y vendedor, hasta dónde llega o dónde comienza su responsabilidad sobre el producto comprado o vendido.

De esta manera se simplifica su clasificación:

- **Multimodales:** EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DAT y DDP
- **Marítimos o vías navegables:** FAS, CFR, CIF y FOB

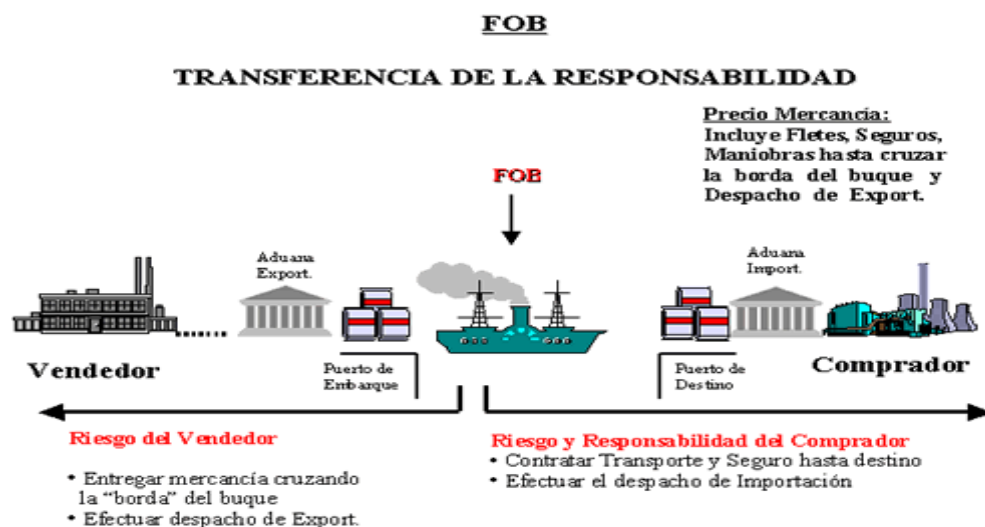
---

<sup>26</sup> <http://www.proecuador.gob.ec>

### 3.5.1 Valor FOB.

Usaremos el incoterm FOB, porque es uno de los más usados en el transporte marítimo y libera de mayores responsabilidades al exportador pero sin dejar de desatender al comprador.

**FIGURA N° 13:** Transferencia de la Responsabilidad del Incoterm FOB.



**FOB (Free on Board)- libre a bordo (puerto de carga convenido)**, lo cual quiere decir.

❖ El lugar de entrega será el puerto de Hamburgo, el cual cuenta con terminales especializados con capacidad para el manejo de carga líquida, a granel y refrigerada, que otorga amplias facilidades para el envío de carga, también es uno de los más grandes de Alemania con este puerto tenemos la facilidad de que nuestro producto llegue inmediatamente a las cadenas comerciales de un amplio sector comercial como lo es Alemania. A fin de que cada embarque llegue a tiempo y en óptimas condiciones.

- ❖ La transferencia de riesgos entre el importador y exportador se da cuando la mercadería es puesta a bordo.
- ❖ El exportador Huertos Gatazo Zambrano correrá con todos los gastos internos como son: obtención de certificados, embalaje y estiba, almacenajes, transporte interno Riobamba- Guayaquil y una vez entregada la mercancía al barco, el resto corre por cuenta del importador (bróker).
- ❖ La empresa deberá proporcionar al importador: factura comercial packing list, certificado de origen, sanitario. La naviera en destino al importador la orden de embarque.

### **3.5.1.1 Formas de Pago.**

#### **3.5.1.1.1 Pago anticipado.**

Se realiza cuando el importador paga con anterioridad, es decir el exportador recibe el pago para después despachar la mercadería. No existe la seguridad de que el exportador cumpla con su compromiso, solo se basa en la confianza del importador hacia el exportador. Este tipo de pago es una importación directa prepagada.

#### **3.5.1.1.2 Por medio de cobranzas.**

Se origina cuando el exportador tiene confianza en su importador de que la cancelará el valor del embarque. El mayor riesgo tiene el exportador; estas cobranzas pueden ser:

- a. Directa, es decir entre el exportador e importador.
- b. Por medio de un representante del exportador en la ciudad o país del importador.
- c. Por medio de un banco en cada país, el cual solo realizará el cobro.

### 3.5.1.1.3 Carta de Crédito.

Es el que se conoce como el crédito Documentario Internacional, se define como “todo convenio en virtud del cual una entidad financiera emisora obrando a petición y de conformidad con las instrucciones de un cliente denominado ordenante, se obliga a hacer un pago a un tercero denominado beneficiario a través de un banco corresponsal situado en el país beneficiario.

Un Crédito documentario tiene cuatro partes que son:

- ✓ **El comprador**, importador u ordenante del crédito.
- ✓ **El banco emisor**, banco del comprador o institución financiera ubicada en la plaza del importador.
- ✓ **El banco corresponsal**, notificador o pagador del crédito ubicado en el país del exportador.
- ✓ **El vendedor**, exportador o beneficiario del crédito.

**FIGURA N°14:** Partes que Intervienen en un Crédito Documentario.



El crédito documentario en general, representa un contrato que sirve para regular operaciones de importación y/o exportación desde el punto de origen hacia el punto de destino.

Los hay de algunas clases pero las más utilizadas son las cartas de crédito es un documento de pago irrevocable que sirve para garantizar la compra y venta de un producto), brindando seguridad tanto al exportador como al importador.

Las cartas de crédito pueden ser revocables o irrevocables y a su vez se pueden transformar en créditos confirmados, sin confirmar back to back, clausula roja, clausula verde, transferible, divisible, rotativas. Pero las más utilizadas en nuestro país son las cartas de crédito a la vista o a plazas.

❖ **Carta de crédito a la vista**, se considera cuando el cliente en el exterior manifiesta: veo o pago, esto es ; recibe los documentos de transporte, las facturas, los certificados y demás documentos necesarios para nacionalizar o legalizar la mercancía en el país extranjero y en ese momento , paga el valor del crédito.

❖ **Carta de crédito a plazo**, es cuando el cliente paga después de 30, 60, 90, 120 o 180 días plazo desde la fecha de realización del negocio, de las firmas de las letras o generalmente de la fecha de embarque de las mercancías.

Transcurrido dicho plazo, el cliente importador se acerca a su banco en el exterior donde apertura la carta de crédito y paga el importe que corresponda.

### **Negociación con Carta de Crédito Irrevocable y Confirmada.**

Nos enfocaremos en la Carta de Crédito Irrevocable y Confirmada, es la forma de pago que debe exigir Huertos Gatazo Zambrano al importador mediante, al no poseer referencias del importador necesitamos un documento confiable y seguro que exija que al previo embarque de la mercadería sea abierta la carta de crédito.

Huertos Gatazo Zambrano como exportador venderá sus productos mediante la carta de crédito, de tipo irrevocable y confirmada. Una vez que el importador emita y envíe la carta de crédito mediante swift, correo normal o electrónico al banco corresponsal (banco del exportador), el banco comunicará al exportador a fin de aceptar o negar dicha carta de crédito, si es confirmada se indicará en la misma si se añade su confirmación, de esta manera el exportador se garantiza de hacer efectiva su exportación. Se considera irrevocable una vez confirmada entre el importador y exportador, no se puede retroceder en los términos pactados.

La carta de crédito se paga únicamente al beneficiario (exportador) que se indica en la misma, siempre y cuando cumpla con los requisitos exigidos por el importador en la solicitud de la carta de crédito. Con un depósito que corresponde al valor FOB (factura), 50% en el momento del pedido y el otro 50% al momento que recibe el documento de transporte, la factura, los certificados y demás documentos necesarios para nacionalizar o legalizar la mercancía en el país extranjero y en ese momento, paga el valor del crédito.

La carta de crédito es abierta por un banco denominado “Emisor” a solicitud y riesgo del importador, y es transmitida a través de un banco en el país del exportador denominado “Corresponsal”; los bancos solo negocian con documentos de embarque y no con mercadería. El banco corresponsal, puede ser el banco notificador, negociador, confirmante, aceptante, pagador.

Todos los gastos fuera del Ecuador corren por cuenta del importador, así como, las comisiones de apertura, aval, confirmación, aceptación y negociación al momento de negociación entre el importador y exportador.

#### **3.5.1.1.4 Seguro de Crédito.**

La última forma aconsejable y moderna para asegurar el cobro de las exportaciones es la venta con seguro de crédito a la exportación, esto significa que despachamos la mercancía y junto con la documentación se envían letra o facturas. El momento que el comprador extranjero firma dichas letras, el exportador tiene la seguridad del pago, porque si el importador no cancela, lo hará el seguro que contrato como exportador. El seguro cancela el valor que oscila entre el 70 y 90 por ciento, del total de la factura dependiendo de los casos.<sup>27</sup>

### **3.6 ACUERDOS COMERCIALES ECUADOR – ALEMANIA.**

#### **3.6.1.1 Sistema General de Preferencias (SGP).**

El Sistema General de Preferencias (SGP), permite el ingreso al mercado de la UE de productos manufacturados y algunos productos agrícolas de países en desarrollo con exención total o parcial de tarifas aduaneras. El acuerdo de la OMC permite a los países industrializados ofrecer un tratamiento preferencial no recíproco a productos provenientes de países en desarrollo, siempre que se cumplan determinado criterios, en caso contrario deberá cancelar el derecho en su totalidad.

La UE por política de la Organización Mundial de Comercio (OMC) aplica la Tarifa de Nación Más favorecida (NMF) para todos los miembros de la OMC, esta tarifa se otorga al país donde se origina la importación y varía según el origen de las materias primas y sus componentes. Para poder acceder a este beneficio arancelario, las empresas exportadoras deben tramitar los Certificados de Origen en las agencias certificadas de su país y a su vez presentar todos los formularios necesarios cuando realice la declaración de

---

<sup>27</sup> www.SICA Banco Mundial Ecuador 2001)



importación. Los productos que ingresan a la UE cumpliendo todas las exigencias gozan del beneficio de la tarifa NMF.

### **3.6.1.2 Requisitos Arancelarios**

Alemania aplica las políticas arancelarias de la Unión Europea por ser un país miembro, los requisitos arancelarios de los bienes y servicios que se comercializan en Alemania son impuestos por la máxima autoridad, responsabilidad que recae sobre el ministro de finanzas, quien a través de las oficinas de aduanas ubicadas en todo el territorio alemán son los encargados de hacer cumplir la legislación en las fronteras.

## **3.7 REQUERIMIENTOS PARA EXPORTAR A ALEMANIA.**

### **3.7.1 Requisitos Generales de Acceso al Mercado Alemán.**

Los requisitos generales de acceso al mercado alemán están condicionados por su pertenencia a la Unión Europea (integración en un mercado comunitario y aplicación de la política comercial frente a terceros países); así como también rigen las leyes de comercio Alemán, una vez que los productos han cumplido con las provisiones de la autoridad competente, son considerados de libre circulación dentro de la Unión Europea y no esta sujetos a restricción alguna.

### **3.7.2 Requisitos Específicos para Productos Ecuatorianos con Potencial.**

Las regulaciones para ingresar productos ecuatorianos con potencial en el Mercado alemán, están sujetos a las políticas aplicadas por la Unión Europea,

para lo cual es necesario constantemente revisar las normas de ingreso y procedimientos para los productos que ingresan al mercado alemán.

La Unión Europea exige que los productos que ingresen cumplan con las normativas y reglamentos internacionales, referentes a requisitos fitosanitarios, zoonosanitarios, normativas de envase, etiquetado y embalaje, normas de calidad, reglamentos de transporte y seguridad, normativas ambientales entre otras.

Alemania aplica las políticas arancelarias de la Unión Europea por ser un país miembro, los requisitos arancelarios de los bienes y servicios que se comercializan en Alemania son impuestos por la máxima autoridad, responsabilidad que recae sobre el Ministro de Finanzas, quien a través de las oficinas de aduanas ubicadas en todo el territorio alemán son las encargadas de hacer cumplir la legislación en las fronteras.

### **3.7.3 Licencias de Importación/Autorizaciones Previas.**

Los productos que ingresen a Alemania deben cumplir con todas las regulaciones dispuestas en la política de comercio exterior comunitaria, para cual deberá verificar previamente que tipo de productos se pueden comercial dentro de la UE.

Un requisito previo a cumplir por la legislación aduanera de Alemania, es obtener un número de aduanas, el cual consta de 7 dígitos y va precedido de la abreviatura "DE", (por ejemplo, DE1234567). Las entidades que conceden las licencias de importación son la Oficina Federal de Economía y Control de las Exportaciones (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle - BAFA) y la Oficina Federal de Agricultura y Alimentación (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung - BLE).

Las licencias de importación están sujetas a la OMC, este sistema tiene que ser sencillo y transparente para no confundir a los interesados en comercializar productos fuera de las fronteras.

Es importante consultar previamente, la base de datos del Taric (compuesto por 10 dígitos), donde se indica las tasas de derecho de aduana así como la normativa comunitaria dispuesta.

#### **3.7.4 Para arancelarios.**

##### **Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios**

Dentro de la Unión Europea, la autoridad encargada de mejorar la seguridad alimentaria y garantizar el nivel elevado de protección del consumidor, medio ambiente y salud pública es la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA); en apoyo con la Comisión del Codex Alimentarius del cual forma parte los países de la UE.

Las regulaciones establecidas son para reducir los riesgos por la propagación de plagas y enfermedades llevadas por animales desde el país importador, así como también evitar la presencia de contaminantes, toxinas y organismos extraños en los alimentos.

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (AESA), es la encargada de proporcionar asesoramiento científico que repercuten de una u otra forma en la inocuidad de los alimentos.

En materia de normas sanitarias y fitosanitarias, los controles se realizan mediante muestreo y análisis; por medio del control de la composición de los productos las sustancias indeseables y las fuentes de proteínas. Mientras que las condiciones zoonositarias de los productos importados de terceros países (no miembros de la UE), las disposiciones se refieren a las verificaciones veterinarias, las normas sanitarias, los países desde los que se permite

importar, las inspecciones el control de enfermedades y las comercialización de ciertos productos.

Los reglamentos fitosanitarios incluyen medidas de protección contra plagas y residuos de plaguicidas, y la comercialización de semillas y material de propagación para la agricultura, la horticultura y la silvicultura.

Cuando la exportación se realiza por vía aérea no se requiere de refrigeración o atmosfera controlada, pero cuando se y trata de volúmenes altos se efectúa por vía marítima mediante contenedores refrigerados a 2°C.

Las zanahorias se distinguen por sus cualidades de resistencia en buenas condiciones de almacenamiento. Es recomendable envolverlas en plástico perforado o papel toalla para prevenir la perdida de humedad o la condensación. Se debe lavar las zanahorias antes de almacenarlas para evitar el desarrollo de organismos que causen deterioro y además proveer la circulación del aire.<sup>28</sup>

### **3.8 CONTRACION DEL TRANSPORTE.**

#### **3.8.1 Transporte Terrestre.**

La empresa Huertos Gatazo Zambrano decide contratar para el transporte interno de la mercancía a la Compañía de Transporte Pesado TRANSSUCUY S.A., que está ubicada en la provincia del Chimborazo, Cantón Guano. La compañía cuenta con modernas unidades y tiene capacidad para transportar nuestro producto, esto hace que la mercadería llegue en buenas condiciones en el momento indicado y al lugar acordado, es decir al lugar de embarque puerto marítimo de Guayaquil.

---

<sup>28</sup> WWW.Proecuador.gob.ec Guía comercial de Alemania 2011.

### **3.8.1.1 Tiempo de Transito Huertos Gatazo Zambrano- Guayaquil.**

El tiempo de tránsito desde la Empresa Huertos Gatazo Zambrano hasta el puerto de Guayaquil, es de aproximadamente de 6-7 horas.

### **3.8.1.2 Costo de Transporte.**

El costo de transporte terrestre es de 600 dólares.

### **3.8.2 Transporte Marítimo.**

Los productos comercializados desde el Ecuador, son embarcados desde el Puerto Marítimo de Guayaquil operado por CGSA (ICTSI), generalmente en carga contenerizada dependiendo el tipo de productos (secos o refrigerados),

Por ello para el transporte internacional se contratara a la Compañía de transporte marítimo Hamburgo Sud América, ubicada en la provincia del Guayas en la Av. Las monjas N°10 Y C.J Arosemena. Siendo la más usada en Alemania por las operaciones ágiles que estas realizan.

Alemania cuenta con puertos y aeropuertos modernos que facilitan las actividades de importaciones y exportaciones. Uno de los principales puertos marítimos en Alemania está ubicado en la ciudad de Hamburgo, considerado como el más grande de este país y el segundo de Europa.

La infraestructura del transporte alemán en todos los medios, tales como: ferrocarriles, puertos, aeropuertos y vías fluviales; son característicos de un país de primer mundo. Se caracterizan por la agilidad, seguridad y por el excelente servicio que ofrecen.

**FIGURA Nº 15:** Transporte Marítimo.



### **3.8.2.1 Tiempo de transito Guayaquil- Hamburgo (Alemania).**

El tiempo de tránsito desde Guayaquil a Hamburgo, es de aproximadamente 30-35 días. Este puerto de Hamburgo cuenta con un ágil movimiento de carga, contenedores y tiene un servicio multimodal fantástico conectando puerto, carreteras, trenes a cualquier ciudad euro zona y del este Europeo.

### **3.8.2.2 Contenedor.**

Para el transporte internacional de la zanahoria utilizaremos contenedor de marca EVERGREEN, de 40 pies (12m) para carga solida., los cuales son equipos especializados hechos de acero para el transporte marítimo y tipo de carga.

Todos los contenedores que van desde la planta de producción hasta llegar al puerto de destino (Hamburgo- Alemania), deben cumplir con los requisitos exigidos para transporte productos perecederos, que contengan cuartos fríos, seguros entre otras normas.

**FIGURA N° 16:** Contenedor Evergreen.



Las normas para los contenedores las establece la International Standards Organization, ISO (Organización Internacional de Normas) y algunas de las medidas y pesos especificados.

- **Medidas del contenedor**

**Largo:** 12m

**Ancho:** 2,35m

**Alto:** 2,39m

- **Pesos máximos**

20 Pies ( 6 m) 44.800 lb (20.320 Kg)

40 Pies (12 m) 67.200 lb (30.480 Kg)

Sin embargo, un contenedor puede cargarse inadvertidamente hasta un 10% más de lo especificado, o con carga descentrada. Por lo tanto, un vehículo que transporte contenedores debe tener una capacidad operativa de unas 75.000 lb (34.000 Kg), con centro de carga a 1.200 mm.

La capacidad del contenedor es de 30.480kg, sin embargo la Empresa Huertos Gatazo Zambrano enviara 900 cajas de 32,25 kg en peso bruto, con un total de 29025kg, para ello se utilizaran flejes de acero en los espacios vacios para reforzar las cajas de cartón corrugado. Cada pallet contiene 45 cajas y en el container entran 20 pallets, 2 por ancho y 10 de largo total de pallets a utilizar 20.

### **3.9 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION.**

#### **3.9.1 Canales de Distribución.**

Los canales de distribución son los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible, en el lugar, cantidad y tiempo que lo solicite, y al costo más bajo.

El objetivo principal de la distribución es que esté al alcance de los consumidores finales. En este caso, se busca que todos los distribuidores de zanahoria en fresco estén interesados en comprar nuestro producto para que pueda ser conocido por la mayoría de los clientes.

El canal de distribución que utilizaremos es directo, ya que se piensa negociar entre la empresa y el importador mayorista de zanahoria en fresco directamente. A través de este distribuidor el producto será expuesto al mercado meta. De acuerdo a la naturaleza de ubicación de estas tiendas, que están situadas por toda la ciudad de Alemania; se hará más fácil su acceso a compradores. La ventaja de trabajar con un importador mayorista es que generalmente no hay que hacer más de una entrega en una sola localidad. Otra ventaja consiste en que los mayoristas visitan, o son visitados por una gran cantidad de minoristas y de esta forma están en capacidad de exhibir mejor sus productos y venderlos en un área mucho mayor que aquella en la cual uno podría hacerlo por sí mismo.

La desventaja de hacer uso de los mayoristas puede estar en que posiblemente estos requieran grandes cantidades mínimas que a uno le sea difícil abastecer. También, por supuesto, ellos necesitan obtener utilidades con sus actividades, para lo cual requieren un margen. Esto reduce aún más la porción del precio minorista de venta disponible para uno.



### **3.9.2 Atributos del Producto.**

Para la empresa es fundamental conocer los atributos y características de sus productos, especialmente aquéllos que los diferencian de sus competidores, y saber a cuáles de esos atributos dan más importancia los consumidores. La diferenciación puede basarse en atributos físicos, funcionales o psicológicos.

Un estudio asegura que cuando se trocea la hortaliza se pierde el 25% de falcarinol, un componente contra el cáncer.

Las propiedades anti cancerígenas de las zanahorias se potencian si no se trocea el tubérculo hasta después de su cocción, indica un estudio británico que se presenta en una conferencia sobre nutrición y salud en Lille (Francia).

“Hirviéndolas enteras y troceándolas después se conservan los nutrientes pero también el sabor, lo que supone un doble beneficio”.

Las zanahorias pierden así la capacidad de conservar el agua en su interior, lo que en un principio incrementa la concentración del falcarinol.

Pero al mismo tiempo, el calor ablanda las paredes celulares, lo que hace que se pierdan los compuestos solubles como el azúcar y la vitamina C por la superficie del tejido, y de paso se filtren al exterior otras sustancias como el falcarinol.

La segunda ventaja está relacionada con el sabor de la zanahoria: Los azúcares que le dan un sabor dulce se dan en mayores concentraciones cuando la zanahoria está entera.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> [www.clubplaneta.com.mx](http://www.clubplaneta.com.mx)

### **3.9.3 La garantía del Producto.**

La garantía que damos a nuestros clientes sobre nuestro producto es que no causarán perjuicios cuando sean preparados o ingeridos de acuerdo con su uso previsto.

Así, la garantía de la seguridad alimenticia implica la reducción de los riesgos que puedan surgir con el producto. Ya que cuenta con certificados de origen, sanitario y fitosanitario; ya que estos son necesarios para exportar, de esta manera nuestro producto será confiable.

### **3.9.4 Estrategias de Marca.**

Para el posicionamiento de nuestro producto es necesario el establecimiento de una marca comercial, que permita al importador y/o consumidor, un fácil reconocimiento del producto.

La marca, tiene un alto valor estratégico para toda empresa que desee desempeñarse con éxito en contextos altamente competitivos y cambiantes como el actual. Por ello la marca debe llamar la atención al cliente y debe ser fácil de recordar frente la competencia.

La marca **“ZANAHORIAS HUERTOS G.Z”**, es la marca que se puede comercializar en los diferentes países de habla hispana. Pero para su comercialización en Alemania necesitamos traducir este nombre a un similar en el idioma alemán (GZ MOHRE). Pero como se acoto anteriormente, la distribución del producto es directa al importador (broker)-mayorista, quien se encargara de distribuir a las cadenas de supermercado, tiendas etc, en bandejas plastificadas con el logotipo y marca de la empresa que permite observar el producto directamente facilitando su identificación por el consumidor.

### **3.9.5 Estrategias de Publicidad y Promoción.**

Tiene el objetivo de informar al mercado , principalmente a través de medios de comunicación masiva, sobre la disponibilidad del producto, persuadiendo de que es la mejor opción para lo que busca o necesita y recordarles su existencia y meritos a aquellos consumidores que ya han adquirido el producto o servicio.

El objetivo principal es dar a conocer el producto a los posibles compradores, los cuales son todos los distribuidores de zanahoria en fresco de Alemania. Para poder realizar lo anterior se tiene que asistir a ferias internacionales donde se exponen productos nuevos.

Las Ferias Internacionales, son un excelente instrumento comercial y una herramienta de marketing circunscrito a un tiempo y un espacio concretos, que promoverán el encuentro y reciprocidad entre individuos de iguales o diferentes ámbitos tendientes a generar un vínculo comercial continuo en el tiempo. Son grandes eventos que se llevan a cabo para facilitar reuniones de negocios de expositores o empresas de distintos países y constituyen una manera activa de contactar nuevos clientes en forma receptiva.

Las ferias internacionales alemanas AUMA lleva siglos desarrollándose en Alemania y se la considera como el organizador numero uno de las áreas más importantes de la economía ya que ha profesionalizado al máximo los servicios en materias primas de ferias enmarcadas en un contexto de alta tecnología y aplicando muy de cerca el marketing internacional.

Las oportunidades que se presentan en estas ferias serán acciones que determinen el éxito de los objetivos propuestos como vender, difundir los beneficios de los productos lanzados, sondear opiniones, potenciar la marca,

abrir nuevos mercados. Observar a la competencia, darse a conocer con los medios de comunicación.<sup>30</sup>

### **3.10 ESTRATEGIAS DE EXPORTACION.**

Dennree Versorgungs GmbH. Es el importador de productos orgánicos más importante de Alemania con un volumen de ventas, según las fuentes comerciales, de 8 millones de marcos alemanes, y se considera que es el mayor mayorista de verduras fresco más vendido. Dennree vende 200 productos orgánicos diferentes. Sus principales productos frescos son zanahorias, papas, cebollas y limones y su presentación se muestra en kg.

### **3.11 CONSIDERACIONES BASICAS PARA EXPORTAR**

#### **3.11.1 Ventajas de la Exportación.**

- Incrementar las ventas e ingresos, que permitan el desarrollo y crecimiento de la empresa.
- Mayor estabilidad de la empresa, por no depender solamente del mercado domestico.
- Necesidad de integrarse al mercado mundial por la globalización de la economía.
- Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional.
- Posibilidades de competir en el mercado internacional por calidad y precio.
- Hacer alianzas estratégicas con empresas nacionales y extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia, lograr mayores volúmenes y diversificar productos.

---

<sup>30</sup> [http://www.auma.de/-pages/start\\_s.aspx](http://www.auma.de/-pages/start_s.aspx)

- Asegurar la supervivencia de la empresa a largo plazo.
- Aprovechar oportunidades de mercado ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- Utilizar la capacidad productiva de la empresa
- Creación de fuentes de trabajo y mayor captación de divisas para el país.<sup>31</sup>

### **3.11.2 Riesgos de la Exportación.**

Por otro lado, así como exportar puede traer ventajas, también pueden presentarse riesgos potenciales, tales como:

- Lanzarse a ciegas, uno de los riesgos más frecuentes y fáciles, de evitar son aquellos que resultan de la inexperiencia. Entre estos podemos, mencionar el pretender abarcar muchos mercados al mismo tiempo, sin considerar la capacidad de producción para atender las demandas de altos volúmenes.
- Riesgos financieros, es posible que usted envíe la mercadería y no reciba su pago. Aquí pueden presentarse dos situaciones; Usted no cumplió con los requerimientos del comprador (empaquete, calidad, tiempo de entrega, etc.) o bien la persona con quien usted hizo la negociación es deshonesto. Antes de cualquier negociación se debe investigar los contactos y solicitar referencias.
- Riesgos legales, usted puede involucrarse en negocios supuestamente “atractivos”, que prometen hacerlo rico de la noche a la mañana, sin embargo, estos no siempre son legales.

---

<sup>31</sup> <http://www.bancomex.com.mx> Banco de Comercio Exterior de México)

➤ Riesgos políticos, aquellos que pueden darse debido a cambios drásticos en la política de un país. Tales como, movimientos multitudinarios de la población, restricciones a la transferencia de divisas, restricciones sorpresivas a la importación de determinados productos, políticas de proteccionismo a productos locales, etc. <sup>32</sup>

### **3.12 DOCUMENTOS PARA EXPORTAR.**

#### **3.12.1 Factura Comercial.**

Es una cuenta con los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizada por las autoridades aduaneras del país de destino como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías, para aplicar los derechos, gravámenes y aranceles de importación. A falta de un contrato de compraventa, la factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, es el documento que recoge las condiciones pactadas entre las partes. La Factura Comercial es un documento fundamental e imprescindible en cualquier transacción 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.

---

<sup>32</sup> <http://www.exportacion.us>

- 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.

### **3.12.2 Conocimiento de Embarque.**

Una vez entregada la mercancía, la compañía transportadora emite un documento, llamado “Documento de Embarque”, en el que la compañía se compromete a transportar la mercancía desde un puerto o aeropuerto de origen a otro de destino. Este servicio es pagado según los términos de negociación o INCOTERM.

El documento de embarque dependerá del modo de transporte a utilizar: Bill of Lading (B/L) para transporte marítimo, con un costo de \$44,80; guía aérea o Air Waybill (AWB) para transporte aéreo o Carta de Porte terrestre.

#### **Los datos que contiene son:**

- Datos del cargador.
- Datos del exportador.
- Datos del consignatario.
- Datos del importador.
- Nombre del buque.
- Puerto de carga y de descarga.
- Indica si el flete es pagadero en destino o en origen.
- Importe del flete.
- Marcas y números del contenedor o de los bultos.
- Número del precinto.
- Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.

- Fecha de embarque.

**Ver Anexo N° 1.**

### **3.12.3 Lista de Empaque o Packing List.**

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

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.
- Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías.
- Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.
- Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> <http://www.fedexport.com> Federación Ecuatoriana de exportadores).



### **3.12.4 Certificado de Origen.**

Cualquier tipo de producto requiere de un Certificado de Origen para comprobar su procedencia en el país de destino con el objeto de verificar el cumplimiento de las normas internacionales de origen y aplicación de preferencias arancelarias otorgadas por el país de destino. Este certificado es emitido en el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y por las Cámaras de Comercio, Industrias o Producción, para países de destino en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN) y MERCOSUR.

Cuando la exportación corresponde a frutas y hortalizas frescas y su destino es algún país miembro de la Unión Europea, se adjunta al Certificado de Origen, el formulario denominado “Certificado de Origen y Procedencia”, suministrado por Mincomex en forma gratuita, que tiene por objeto precisar el lugar (municipio) donde han sido cultivados los productos.

#### **✓ Trámite a Seguir:**

Registro en el Sistema de Identificación Previa a la Certificación de Origen en el sitio web del MIPRO, consignando los datos generales del exportador y de las subpartidas que se exportan.

Visita de verificación en la empresa productora si se trata de la primera exportación o si existe perfil de riesgo que puede motivar observaciones de las aduanas de destino.

Elaboración del informe técnico por parte del funcionario delegado para la verificación, que concluye si la mercancía a exportar, cumple o no las reglas de origen según el mercado de exportación.

➡ Comunicación del resultado al usuario.

- El usuario cancela el valor del Certificado de origen (usd 10.00).
- El usuario llena los datos del Certificado de origen.
- El funcionario habilitado revisa el contenido del certificado de origen, verifica la información con otros documentos como la factura, luego procede a legalizar el certificado de origen, a través de la firma y sello que se encuentra registrado en las Aduanas de los países de destino.

✓ **Vigencia:**

Los certificados de origen cuentan con una vigencia determinada a partir de la fecha de validación por la Entidad Competente, para hacer efectiva la preferencia arancelaria:

- COMUNIDAD ANDINA Y ALADI: 180 días
- S.G.P.: 10 meses
- TLC G-3: 1 año
- CARICOM: 180 días
- PANAMA: 180 días
- CAN-MERCOSUR: 180 días

**Ver en el Anexo N° 2.**

### **3.12.5 Certificado Fitosanitario.**

Es el documento probatorio de la condición de salubridad en que se encuentran determinados productos vegetales exportables. En Ecuador los certificados fitosanitarios son otorgados por las dependencias del Ministerio de Agricultura y Ganadería y no son obligatorios a efectos de autorizar las exportaciones sino que deben ser obtenidos por los exportadores a efectos de cumplir regulaciones sanitarias y de salubridad vigentes en los mercados de exportación.

Por cada embarque que el exportador realice, AGROCALIDAD debe hacer una inspección previa del producto para la emisión de un Certificado de Inspección que luego se canjea por el Certificado Fitosanitario en puertos, aeropuertos y puestos fronterizos.

✓ **Costo:**

-Certificado Fitosanitario (producto en VERIFICACIÓN SANITARIA): USD 50.

-Certificado Fitosanitario (productos ya abiertos con el país de destino).

✓ **Vigencia:**

Certificado estándar: 90 días desde su aprobación, válido por ése único embarque.

**Ver en el Anexo N° 3.**

### **3.12.6 Certificado Sanitario.**

El Certificado Sanitario es un documento expedido por el organismo de control sanitario correspondiente al país de origen en el que se hace constar que la mercancía analizada cumple con la normativa sanitaria local e internacional. En Ecuador, los organismos de control sanitario son la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD, el Instituto Nacional de Pesca (INP) y el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez” (INH).

Al momento de exportar se debe considerar el tipo del producto, sea este vegetal, animal, de la acuicultura, de la pesca, procesados, medicinales, cosméticos, bioquímicos, ya que de eso dependerá el tipo de registro o certificado que necesita emitir y la institución emisora.

Los productos que entran en esta categoría son frutas frescas (como banano, mango, etc.), granos (como arroz, trigo, etc.), hortalizas (como lechuga, espinaca, etc.), tubérculos (como papa, yuca, etc.), madera, flores, y todo producto proveniente de la agricultura.

✓ **Procedimiento:**

Como primer paso, todo tipo de producto agrícola fresco requiere de un Registro de Productor / Exportador, y éste tiene una vigencia de 2 años (para todos los productos) y 1 año para las flores por lo cual ambos requieren de renovación.

Posterior a la obtención del registro, cuando el exportador desee realizar un embarque, por cada embarque debe solicitar la emisión de un Certificado Fitosanitario, el cual requiere de una inspección del producto a embarcar. El certificado tiene una vigencia máxima de 90 días calendarios, contados desde su aprobación y con validez para ése único embarque.

Ambos documentos son emitidos en la Dirección de Sanidad Vegetal en la Agencia de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD, institución adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

✓ **Costo:**

-Registro de Exportador: USD 80,00

-Registro de Exportador – Productor, Productor: USD 65,00

**Nota:** Consultar tarifario de Agro calidad en su sitio web.

✓ **Vigencia:**

Registro estándar: 2 años.

Registro flores: 1 año.

✓ **Documentos requeridos:**

RUC, Copia de Cédula, Constitución de la empresa y nombramiento del representante legal (persona jurídica), Croquis de ubicación del centro de acopia (exportador) y cultivo (exportador – productor).<sup>34</sup>

**Ver en el Anexo N° 4.**

### **3.13 PROCEDIMIENTO PARA EXPORTAR DESDE ECUADOR.**

#### **3.13.1 Declaración de la Exportación.**

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

#### **3.13.2 Documentos a Presentar.**

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

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

---

<sup>34</sup> [www.proecuador.com](http://www.proecuador.com)(Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.)

### **3.13.3 Tramite.**

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

- **Fase de Pre-embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

- **Fase Post-Embarque**

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

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

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecedles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

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, los siguientes documentos:

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

#### **3.13.3.1 Agente Afianzado de Aduana.**

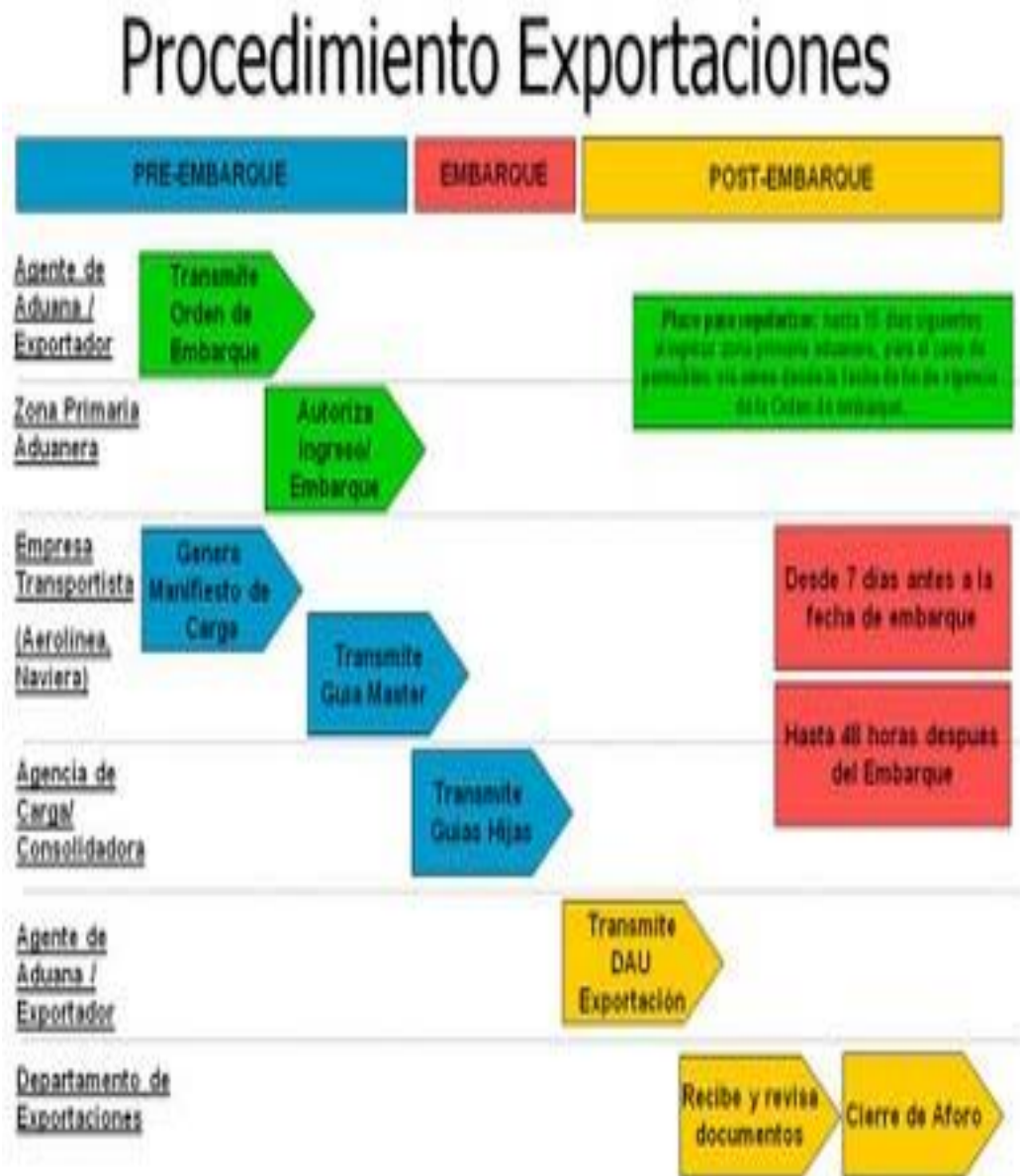
Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público
- Para los regímenes especiales.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup>[www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec) (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador)

FIGURA N° 17: Procedimiento para Exportar.

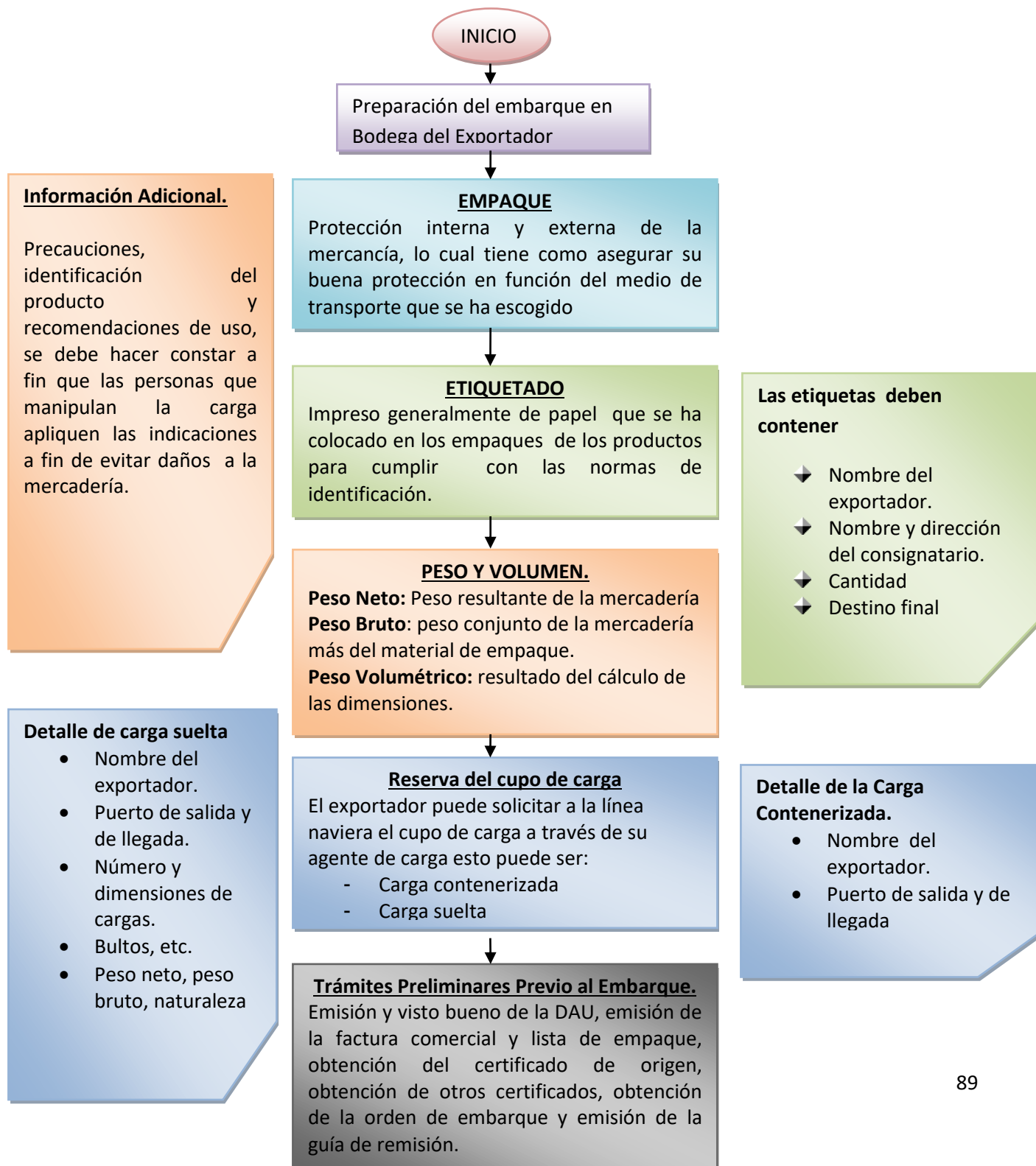


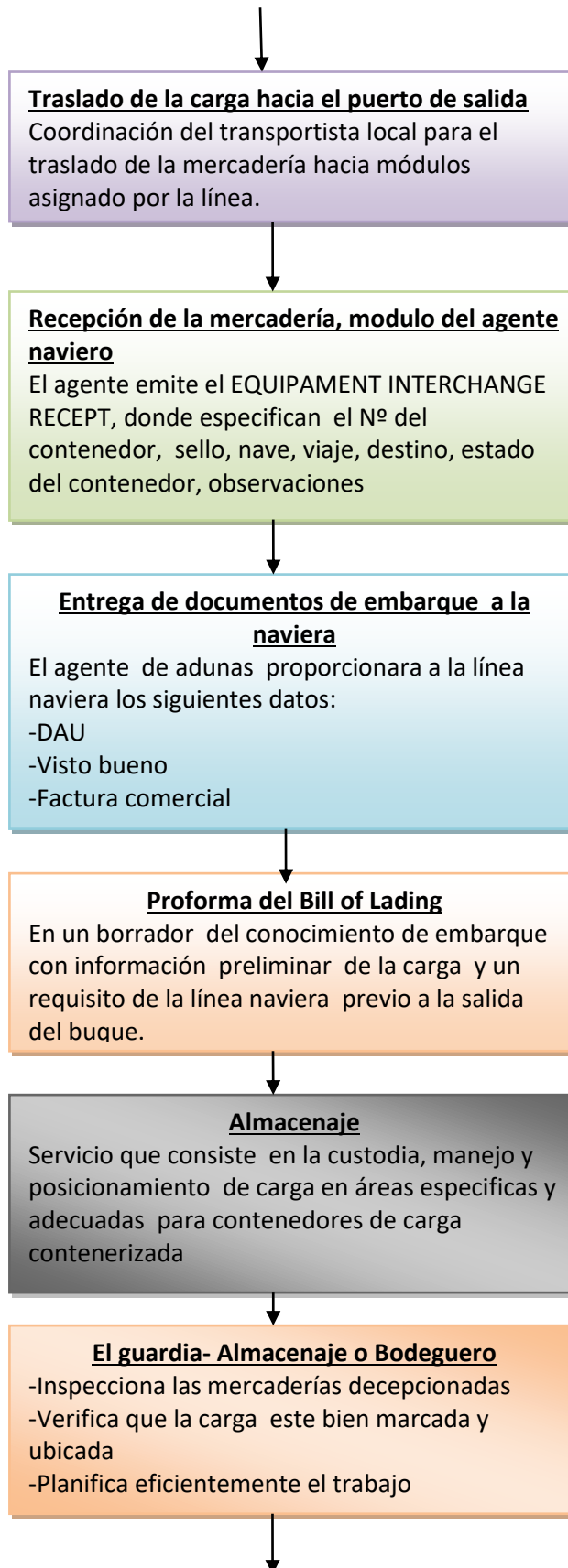


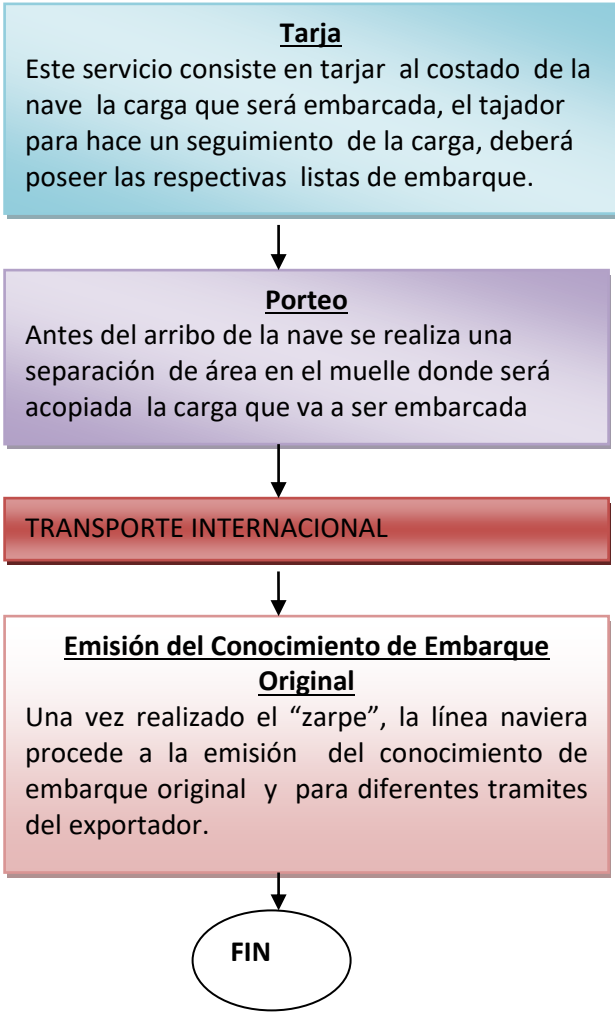
### 3.14 LOGISTICA NECESARIA PARA LA EXPORTACION.

#### 3.14.1 Logística de Embarque Terrestre y Marítimo.

FIGURA Nº 18: Logística de Embarque Terrestre y Marítimo.







|                   |                    |                              |            |
|-------------------|--------------------|------------------------------|------------|
| <b>Elaborado:</b> | M.A.C.M<br>E.T.R.G | <b>Fecha de Elaboración:</b> | 16/04/2012 |
| <b>Revisado:</b>  | V.M.B.S            | <b>Fecha de Revisión:</b>    | 20/04/2012 |

### 3.15 ESTUDIO FINANCIERO

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

#### 3.15.1 Inversión.

**TABLA Nº 19:** Calendario de Inversiones.

| <b>CALENDARIO DE INVERSIONES</b> |                 |
|----------------------------------|-----------------|
| <b>RUBRO DE INVERSIONES</b>      | <b>AÑOS</b>     |
|                                  | <b>0</b>        |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>             |                 |
| Maquinaria y Equipo              | 12500,00        |
| Equipo de Computo                | 1850,00         |
| Muebles de Oficina               | 1800,00         |
| Vehículos                        | 10000,00        |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>       | <b>26150,00</b> |
|                                  |                 |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>         |                 |
| Gastos del Proyecto              | 1050,00         |
| <b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>   | <b>1050,00</b>  |
|                                  |                 |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>        |                 |
| Caja- Bancos                     | 3523,33         |
| <b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>  | <b>3523,33</b>  |
| <b>TOTAL INVERSION</b>           | <b>30723,33</b> |

**TABLA N° 20:** Estructura de Inversión y Financiamiento

| <b>ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO</b> |                 |               |
|---|-----------------|---------------|
| <b>INVERSIONES DEL PROYECTO</b>                 | <b>VALOR</b>    | <b>%</b>      |
| Activo corriente                                |                 |               |
| Caja-bancos                                     | 3523,33         | 11,47         |
| Activos fijos                                   |                 |               |
| Maquinaria y equipo                             | 12500,00        | 40,69         |
| Equipo de computo                               | 1850,00         | 6,02          |
| Muebles de oficina                              | 1800,00         | 5,86          |
| Vehículos                                       | 10000,00        | 32,55         |
| Activos diferidos                               |                 |               |
| Gastos del proyecto                             | 1050,00         | 3,42          |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                            | <b>30723,33</b> | <b>100,00</b> |

|                                  |                 |               |
|----------------------------------|-----------------|---------------|
| <b>FINANCIAMIENTO</b>            |                 |               |
| <b>PASIVO</b>                    |                 |               |
| Préstamo                         | 6144,67         | 20,00         |
| <b>TOTAL PASIVO</b>              | <b>6144,67</b>  |               |
| Capital Social                   | 24578,66        | 80,00         |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>24578,66</b> |               |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> | <b>30723,33</b> | <b>100,00</b> |

**3.15.1.1 Depreciaciones.**

**HUERTOS GATAZO ZAMBRANO G.Z**

**DEPRECIACIONES**

**TABLA N° 21:** Depreciaciones

| <b>Cuenta</b>      | <b>V. Total</b> | <b>Vida útil(años)</b> | <b>Depreciación. anual</b> |
|--------------------|-----------------|------------------------|----------------------------|
| Maquinaria         | 12500,00        | 10                     | 1250,00                    |
| Equipo de Computo  | 1850,00         | 3                      | 616,67                     |
| Muebles de oficina | 1800,00         | 10                     | 180,00                     |
| Vehículo           | 10000,00        | 5                      | 2000,00                    |
|                    |                 |                        | <b>4046,67</b>             |

### 3.15.1.2 Amortización.

#### HUERTOS GATAZO ZAMBRANO G.Z AMORTIZACION

TABLA N° 22: Amortizaciones

| Cuenta               | V. Total | Vida útil(años) | Amortización Anual |
|----------------------|----------|-----------------|--------------------|
| Estudio del Proyecto | 1050,00  | 5               | 210,00             |
|                      |          |                 | <b>210,00</b>      |

### 3.15.2 Costos.

#### 3.15.2.1 Costos de Producción.

Son los costos en los cuales se incurrirá para la obtener el producto para la exportación.

Materia prima.

Mano de obra directa.

Mano de obra indirecta.

Costos Indirectos.

El costo de la materia prima incluye todos los insumos necesarios para lograr el producto listo para la exportación, la materia prima que se necesita para obtener el producto cuyo costo se mostrara en kilogramo.

El costo de los materiales directos comprende el costo delo empaque primario fundas de plástico y secundario cajas de cartón doble- triple, etiqueta; es decir los materiales que se necesitan para el empaque y la presentación del producto.

El costo de la mano de obra está en relación al salario que percibirán los trabajadores quienes están directa e indirectamente vinculados con la comercialización de la zanahoria.

### 3.15.2.1.1 Materia prima.

**TABLA N° 23: Materia Prima**

| <b>MATERIA PRIMA</b>       |                           |                 |                         |                       |                    |
|----------------------------|---------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Nº</b>                  | <b>Concepto</b>           | <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de medida</b> | <b>costo unitario</b> | <b>Costo Total</b> |
| 1                          | Zanahoria Solida          | 30000           | KG                      | 0,35                  | 10500              |
| 2                          | Limpiador Químico (cloro) | 20              | 2 Cajas de 10 u         | 0,75                  | 15                 |
| 3                          | Agua (Lavado y enfriado)  |                 |                         |                       | 80                 |
| <b>Total Materia Prima</b> |                           |                 |                         |                       | <b>10595</b>       |

Son los bienes que pasan mediante un proceso de transformación a formar parte del producto terminado.

En este caso comprende la zanahoria solida, el limpiador químico y el agua para obtener el producto final

### 3.15.2.1.2 Mano de Obra.

Nuestro presupuesto de personal parte de la cantidad de empleados necesarios en cada año en función a cantidades de kilogramos a exportar, lo cual para el año 2012 contamos con 10 empleados. Los salarios contemplan un aumento del 20% por encima del salario básico legal a todos los obreros, también dentro de la remuneración se consideran los rubros de aporte patronal 12,15%, decimotercero y decimo cuarto sueldo, como se detalla a continuación:

**TABLA N° 24: Mano de Obra.**

| <b>MANO DE OBRA</b>            |                   |               |                                 |                    |                   |                |
|--------------------------------|-------------------|---------------|---------------------------------|--------------------|-------------------|----------------|
| <b>Detalle</b>                 | <b>Num. Empl.</b> | <b>Sueldo</b> | <b>Aporte Patronal (12.15%)</b> | <b>Decimo 3ero</b> | <b>Decimo 4to</b> | <b>Total</b>   |
| <b>Mano de Obra Directa</b>    |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| <b>Recepción Materia Prima</b> |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Operario                       | 1                 | 292           | 35,48                           | 292,00             | 292               | 911,48         |
| <b>Clasificación</b>           |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Obrero                         | 1                 | 300           | 36,45                           | 300,00             | 292               | 928,45         |
| <b>Lavado</b>                  |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Operario                       | 1                 | 292           | 35,48                           | 292,00             | 292               | 911,48         |
| <b>Pesaje</b>                  |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Obrero                         | 1                 | 292           | 35,48                           | 292,00             | 292               | 911,48         |
| <b>Empaque</b>                 |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Operario                       | 1                 | 292           | 35,48                           | 292,00             | 292               | 911,48         |
| <b>Embalaje</b>                |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Operario                       | 1                 | 292           | 35,48                           | 292,00             | 292               | 911,48         |
| <b>Transporte</b>              |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Estibador                      | 1                 | 292           | 35,48                           | 292,00             | 292               | 911,48         |
| Subtotal Mano de Obra Directa  | 7                 | <b>2052</b>   | <b>249,32</b>                   | <b>2052,00</b>     | <b>2044</b>       | <b>6397,32</b> |
| <b>Mano de Obra Indirecta</b>  |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| <b>Jefes</b>                   |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Jefe de Calidad                | 1                 | 350           | 42,53                           | 350,00             | 292               | 1034,525       |
| Jefe de Supervisión            | 1                 | 350           | 42,53                           | 350,00             | 292               | 1034,525       |
| <b>Almacenaje</b>              |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Bodeguero                      | 1                 | 292           | 35,48                           | 292,00             | 292               | 911,48         |
|                                | 3                 | 992           | 120,53                          | 992,00             | 876               | 2980,53        |
| <b>TOTAL MANO DE OBRA</b>      |                   |               |                                 |                    |                   | <b>9377,85</b> |

La mano de obra directa es utilizada para la transformación de la materia prima en el producto terminado, en este caso corresponde a los obreros y operarios.

La mano de obra indirecta es aquella que no interviene directamente en el en la transformación de la materia prima. Por ejemplo personal de supervisión, personal de control de calidad, bodeguero.



### 3.15.2.1.3 Costos Indirectos de Fabricación.

Forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado sin ser el producto en sí.

Además del costo de los servicios básicos necesarios para la elaboración del producto.

**TABLA Nº 25: Costos Indirectos de Fabricación.**

| <b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b> |  |                 |                       |                     |
|---|--|-----------------|-----------------------|---------------------|
| <b>Nº</b>                               | <b>Concepto</b>                        | <b>Cantidad</b> | <b>Costo Unitario</b> | <b>Costo Total.</b> |
| 1                                       | Jabas plásticas                        | 50              | 8                     | 400,00              |
| 2                                       | Bolsas plásticas de polietileno        | 28800           | 0,012                 | 345,60              |
| 3                                       | Cajas de cartón corrugado doble-triple | 900             | 1                     | 900,00              |
| 4                                       | Embalaje                               | 900             | 0,5                   | 450,00              |
| 5                                       | Etiquetas                              | 900             | 0,6                   | 540,00              |
| <b>TOTAL C. I. F</b>                    |  |                 |                       | <b>2235,60</b>      |

### 3.15.2.2 Gastos de Administración.

Estos por su parte realizan las funciones de conducción general, de apoyo, financiero y administrativo de los procesos productivos, entre ellos se encuentran.

**TABLA Nº 26: Sueldos y Salarios**

| <b>SUELDOS Y SALARIOS</b>            |                   |               |                                 |                    |                   |                |
|--------------------------------------|-------------------|---------------|---------------------------------|--------------------|-------------------|----------------|
| <b>Detalle</b>                       | <b>Núm. Empl.</b> | <b>Sueldo</b> | <b>Aporte Patronal (12.15%)</b> | <b>Decimo 3ero</b> | <b>Decimo 4to</b> | <b>Total</b>   |
| Administrativo                       |                   |               |                                 |                    |                   |                |
| Gerente General                      | 1                 | 350           | 42,53                           | 350,00             | 292               | 1034,53        |
| Secretaria                           | 1                 | 320           | 38,88                           | 320,00             | 292               | 970,88         |
| Contadora                            | 1                 | 350           | 42,53                           | 350,00             | 292               | 1034,53        |
| <b>TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO</b> |                   |               |                                 |                    |                   | <b>3039,93</b> |

**TABLA N° 27:** Servicios Básicos.

| <b>SERVICIOS BASICOS</b>       |               |
|--------------------------------|---------------|
| <b>Detalle</b>                 | <b>Precio</b> |
| Luz                            | 50            |
| Teléfono                       | 50            |
| <b>TOTAL SERVICIOS BASICOS</b> | <b>100</b>    |

### **3.15.3 Gastos de venta**

**TABLA N° 28:** Gastos de venta.

| <b>GASTOS DE VENTA</b>               |                 |
|--------------------------------------|-----------------|
| <b>Detalle</b>                       | <b>Precio</b>   |
| Promoción y Publicidad               |                 |
| Participación Ferias Internacionales | 5700,00         |
| Negociación Internacional            | 2000,00         |
| Muestras Ecuador- Alemania           | 5400,00         |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>         | <b>13100,00</b> |

Son gastos necesarios para introducir el producto en el mercado alemán. Así logramos la participación del mercado externo esperado y podremos mantener el volumen de ventas esperado.

### **3.15.4 Gastos de Exportación.**

Los costos de exportación son aquellos que incurren en el proceso de envío y comercialización de la zanahoria al mercado de destino.

**TABLA N° 29:** Costos de Exportación.

| <b>COSTOS DE EXPORTACION</b>            |                |
|---|----------------|
| <b>Detalle</b>                          | <b>Precio</b>  |
| Enflejamiento                           | 360,00         |
| Transporte Interno H. G.Z - Guayaquil   | 600,00         |
| Descarga de la mercadería               | 605,00         |
| Certificado de Origen                   | 10,00          |
| Certificado Fitosanitario               | 54,00          |
| Certificado Sanitario                   | 84,00          |
| Documento de Transporte(Bill of Lading) | 44,80          |
| Agente Afianzado de Aduana              | 1500,00        |
| <b>TOTAL COSTOS DE EXPORTACION</b>      | <b>3257,80</b> |

#### 3.15.4.1 Resumen de Costos y Gastos.

**TABLA N° 30:** Resumen de Costos y Gastos

| <b>RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS</b> |                 |
|-----------------------------------|-----------------|
| <b>RUBROS</b>                     | <b>2012</b>     |
| Costos de Producción              | 22208,45        |
| Gastos Administrativos            | 3139,93         |
| Gastos de Ventas                  | 13100,00        |
| Gastos Financieros                | 869,35          |
| Gastos de Exportación.            | 3257,80         |
| <b>COSTO TOTAL</b>                | <b>42575,52</b> |

#### 3.15.5 Precio para el Cliente

Para la determinación del precio de exportación se realizó mediante los siguientes puntos:

✓ **Variables De Producción:**

Se integran por la materia prima utilizada y la mano de obra que interviene.

✓ **Variable Administración:**

Se consideraría los servicios básicos y sueldos y salarios

✓ **Variables de Venta:**

Se considera la publicidad y promoción

✓ **Variables Financieros**

Incluye el préstamo si lo hubiere

✓ **De Exportación:**

Incluye en el caso específico de la empresa:

- Carga de almacén de salida.
- Envío al puerto.
- Trámite aduanero para la exportación

**TABLA N° 31:** Precio de Venta por cada Kg de Zanahoria.

| <b>PRECIO DE VENTA POR CADA KG DE ZANAHORIA</b> |               |
|---|---------------|
| Total Gastos                                    | 42575,52      |
| Total de la Exportación                         | 28800,00      |
| Precio antes de la Utilidad                     | 1,48          |
| Margen de Utilidad 10%                          | 0,16          |
|   | <b>€ 1,24</b> |
| <b>PRECIO DE VENTA</b>                          | <b>\$1,64</b> |

Por lo tanto el precio de venta de zanahoria por kg, que se manejara para el mercado de Alemania es de \$1,64 y en € 1,24.

### **3.15.6 Financiamiento**

HUERTOS G.Z. posee de capital propio para el desarrollo de sus actividades el mismo es aportado por sus accionistas en forma igualitaria, y un préstamo al banco de Pichincha a una tasa de interés del 11,79 y a un plazo de 2 años. Los pagos son anuales.

**TABLA Nº 32:** Calculo del Préstamo del Banco de Pichincha.

| CALCULO DEL PRESTAMO DEL BANCO DE PICHINCHA |         |         |           |            |         |
|---|---------|---------|-----------|------------|---------|
| INTERES 11,79%                              |         |         |           |            |         |
| TIEMPO 2 AÑOS                               |         |         |           |            |         |
| 24 MESES                                    |         |         |           |            |         |
| AÑO   | DEUDA   | INTERES | PRINCIPAL | PAGO ANUAL | SALDO   |
| 2012  | 6144,67 | 869,35  | 3072,34   | 3941,7     | 3072,34 |
| 2013  | 3072,34 | 434,67  | 3072,34   | 3507,01    | 0       |
| <b>TOTAL</b>                                |         | 1304,0  | 6144,67   | 7448,7     |         |

### 3.15.7 Estados Financieros

#### 3.15.7.1 Estado de Resultados.

Es uno de los estados financieros más básicos de las empresas denominado también estado de pérdidas y ganancias, muestra la información relativa al resultado de las operaciones( utilidad o perdida ) durante un periodo determinado, toma como parámetros el total de los ingresos de las actividades generados por la empresa Huertos Gatazo Zambrano y los costos, gastos administrativos, financieros de venta y exportación que se generaron en un periodo determinado.

En nuestro Estado de Resultados determinamos los ingresos y egresos en función de nuestros presupuestos.

**TABLA N° 33:** Estado de Resultados.

| <b>ESTADO DE RESULTADOS</b>                |                |
|--|----------------|
| <b>“HUERTOS GATAZO ZAMBRANO” G. Z</b>      |                |
| <b>VENTAS</b>                              | 47306,14       |
| (-) <b>COSTOS DE PRODUCCION</b>            | 22208,45       |
| Materia Prima                              | 10595,00       |
| Mano de Obra                               | 9377,85        |
| Costos Indirectos                          | 2235,60        |
| (=) <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>        | 25097,69       |
| (-) <b>GASTOS</b>                          | 20367,08       |
| Gastos Administrativos                     | 3139,93        |
| Sueldos Administrativos                    | 3039,93        |
| Servicios Básicos                          | 100,00         |
| Gastos de Ventas                           | 13100,00       |
| Promoción y Publicidad                     | 13100,00       |
| Gastos Financieros                         | 869,35         |
| Préstamo                                   | 869,35         |
| Gastos de Exportación                      | 3257,80        |
| Enflejamiento                              | 360,00         |
| Transporte Interno H. G.Z –Gquil.          | 600,00         |
| Descarga de la mercadería                  | 605,00         |
| Certificado de Origen                      | 10,00          |
| Certificado Fitosanitario                  | 54,00          |
| Certificado Sanitario                      | 84,00          |
| Documento de Transporte(B/L)               | 44,80          |
| Agente Afianzado de Aduana                 | 1500,00        |
| Utilidad Antes 15% Participación           |                |
| (=) Trabajadores                           | 4730,61        |
| (-) 15% Participación trabajadores         | 709,59         |
| (=) Utilidad Antes 25% Impuesto a la Renta | 4021,02        |
| (-) 25% Impuesto a la Renta                | 1005,26        |
| <b>(=) UTILIDAD NETA</b>                   | <b>3015,77</b> |

### 3.15.7.2 Balance General.

Denominado también como Estado de Situación Financiera cuya finalidad es reflejara el costo de la los bienes que le pertenecen a la empresa, estructurado a través de tres conceptos básicos, el activo expresado el ya sea efectivo, cuentas por cobrar, inversión, el pasivo en función de las deudas que mantiene la empresa con el gobierno proveedores, bancos, y el patrimonio o capital propio de la empresa.

**TABLA Nº 34: Balance General.**

| <b>HUERTOS GATAZO ZAMBRANO G.Z</b> |                |                 |             |                 |
|------------------------------------|----------------|-----------------|-------------|-----------------|
| <b>BALANCE GENERAL</b>             |                |                 |             |                 |
|                                    | <b>INICIAL</b> |                 | <b>2012</b> |                 |
| <b>ACTIVOS</b>                     |                |                 |             |                 |
| Activo Corriente                   |                | 3523,33         |             | 9438,09         |
| Caja-Bancos                        | 3523,33        |                 | 9438,09     |                 |
| Activo Fijo                        |                | 26150,00        |             | 22103,33        |
| Maquinaria y Equipo                | 12500,00       |                 | 11250,00    |                 |
| Equipo de Computo                  | 1850,00        |                 | 1233,33     |                 |
| Muebles de Oficina                 | 1800,00        |                 | 1620,00     |                 |
| Vehículo                           | 10000,00       |                 | 8000,00     |                 |
| Activos Diferidos                  |                | 1050,00         |             | 840,00          |
| Gastos del Proyecto                | 1050,00        |                 | 840,00      |                 |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>               |                | <b>30723,33</b> |             | <b>32381,42</b> |
| <b>PASIVO</b>                      |                | 6144,67         |             |                 |
| Préstamo                           | 6144,67        |                 | 3072,34     |                 |
| 15% Reparto Trabajadores           |                |                 | 709,59      |                 |
| 25% Impuesto Renta                 |                |                 | 1005,26     |                 |
| <b>TOTAL PASIVO</b>                |                | 6144,67         |             | 4787,19         |
| <b>PATRIMONIO</b>                  |                |                 |             |                 |
| Capital Social                     | 24578,66       |                 |             | 24578,66        |
| Utilidad                           |                |                 |             | 3015,57         |
| <b>TOTAL PATRINONIO</b>            |                | 24578,66        |             | 27594,23        |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRINONIO</b>   |                | <b>30723,33</b> |             | <b>32381,42</b> |

## **CAPITULO IV**

### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 CONCLUSIONES.**

1. Mediante el proceso de tesis, se logro cumplir el objetivo general que fue desarrollar un plan de exportación para la introducción de zanahoria en fresco al Mercado de Alemania para la Corporación Huertos Gatazo Zambrano estableciendo los lineamientos necesarios para que este surja de manera correcta.
2. El sistema de preferencias generalizadas permite y facilita el ingreso de los productos ecuatorianos al mercado europeo.
3. La decisión de exportar es un proyecto grande que requerirá una mayor implementación de recursos que con el tiempo la empresa Huertos Gatazo Zambrano podrá seguir desarrollando. Para dicho proceso la empresa arranca su estrategia de llegada a su mercado meta, con la intervención de un importador directo, pues para efectos de comercialización considera, que es la mejor manera de llegar al consumidor final.
4. La logística informática ayudara a que la empresa Huertos Gatazo Zambrano envíe documentos necesarios para el importador de una manera más eficaz y eficiente.
5. La forma de pago más utilizada es la carta de crédito por ser un documento de pago irrevocable que sirve para garantizar la compra y venta de un producto, brindando seguridad tanto al exportador como al importador.
6. Escases de conocimientos y destrezas de exportación por parte de la Corporación HGZ, por ser un producto que recién se empieza a comercializar internacionalmente.



- 7.** No cuenta con maquinaria técnica especializada para la preparación del terreno así como para la cosecha debido a falta de apoyo financiero por parte del gobierno.
- 8.** Manejo inadecuado en la conservación del suelo.
- 9.** Desconocimiento de certificaciones de productos agrícolas que ingresan al alemán así como también escasa publicidad y promoción del producto exportable.
- 10.** Debido a los cambios climáticos, erupciones volcánicas traen inconvenientes en la producción de la zanahoria. Ocasionando la propagación de plagas, enfermedades y presencia de contaminantes.
- 11.** La imposición en el precio de venta por parte de las empresas transnacionales de productos agrícolas de comercialización y exportación, frente a la Corporación H.G.Z, por ser una entidad que recién empieza su actividad de exportación.

## **4.2 RECOMENDACIONES.**

1. Se recomienda a la Corporación H.G.Z, mantenerse en constante innovación de conocimientos en lo que respecta a las exportaciones de productos agroindustriales, estructuración de procesos, con la utilización de equipos y herramientas actualizadas para que permitan garantizar la calidad de los productos.
2. Aprovechar el beneficio existente en el sistema de preferencias generalizadas para introducirse en nuevos mercados europeos.
3. La empresa Huertos Gatazo Zambrano deberá en un futuro contar con un representante en el exterior para la distribución de la zanahoria a los consumidores finales, con la marca y logotipo de la empresa.
4. La empresa Huertos Gatazo Zambrano debe implementar una logística informática y contar con el personal capacitado en esta área para el buen desempeño del sistema, ya que al momento la empresa no cuenta con esta técnica.
5. Asegurarse de que el cierre de las negociaciones se maneje con cartas de crédito confirmada e irrevocable, debido a que es uno de los convenios más utilizados en el comercio exterior y garantiza nuestro pago sin conocer al importador.
6. La Corporación Huertos Gatazo Zambrano deberá contratar un técnico especialista en el área de comercio exterior que se encargue de los trámites de exportación.
7. Facilitar el apoyo financiero por parte del gobierno y de las entidades financieras a los proyectos agrícolas no tradicionales entregando capitales a bajos intereses y con facilidades de pago.
8. Recomendamos que se proceda con determinada periodicidad recomponer al suelo para que esté en buenas condiciones para la producción.
9. Nuestro país debe promocionar productos agrícolas con certificación internacional en las ferias agroindustriales.

**10.** La empresa H.G.Z debe asegurar los cultivos de zanahoria mediante un convenio con el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP)

**11.** La Corporación H.G.Z con respecto a las empresas Transnacionales de exportación y comercialización deben conservar un precio equitativo para mantener la estabilidad de producto en el mercado internacional en cuanto al precio.

## RESUMEN

La presente tesis “Plan de exportación de zanahoria (*Daucus Carota*), en fresco al mercado de Alemania de la Empresa Huertos Gatazo Zambrano, del cantón Colta, Provincia del Chimborazo.”, tiene como finalidad ampliar la cobertura hacia el mercado internacional.

La empresa, se constituye como una Compañía en Nombre Colectivo, cuyo objeto social está orientado a la producción de hortalizas, verduras y vegetales, específicamente de cultivo, producción, comercialización, exportación, de zanahoria y otros.

El plan de exportación, abarca a todas las leyes, normas y reglamentos para la comercialización de la zanahoria en fresco, el marco legal nacional está constituido por procedimientos aduaneros, tramites de exportación. A nivel internacional analizamos los términos de comercio exterior (Incoterms), y la aplicación de las normativas y certificaciones para el ingreso de productos ecuatorianos, expuestas en el mercado de Alemania. Ofreciéndole a la empresa posibilidades de exportación para los cultivos de sustitución y mejorando su desarrollo económico y social. Estimulando la diversificación agroindustrial y promover el desarrollo sostenible.

Se recomienda incrementar la variedad y calidad de la zanahoria para mantenerse en constante desarrollo y mejoramiento del producto, teniendo en cuenta siempre las necesidades del cliente.

## **ABSTRACTS**

The present thesis “Plan to Export Fresh Carrot (*Daucus Carota*)” to the German market from Huertos Gatazo Zambrano Company, at Colta Canton, Chimborazo Province, aims to expand coverage to the international market. The company is constituted as a company whose social object is directed to the vegetable production, specifically of cultivation, production, commercialization, exportation of carrots and others.

The exportation plan covers all laws, rules and regulations for the commercialization of fresh carrot, the legal framework is made up of customs procedures and export procedures. At international level, we analyze the terms of international trade (Incoterms), and the application of standards and certifications for the entry of Ecuadorian products, exhibited in the German market. So offering the company exportation possibilities for crop substitution and improving economic and social development; stimulating agribusiness diversification and promote sustainable development. It is recommended to increase the variety and quality of carrot in order to keep in constant development and improvement of the product while taking into account customer needs.

## BIBLIOGRAFIA

HERNÁNDEZ, Abraham; Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Quinta edición, México 2004, 448 páginas, editorial THOMPSON.

ESTRADA, Patricio; Lo que se debe conocer para exportar: Exportar es el reto, Quito, 2003, editorial MYL.

LUNA OSORIO, Luis; Competir en el mundo y exportar, Quito, 1995, editorial ITSA.

FARELL, Hartline; Estrategia de marketing, segunda edición, Málaga, 2006 editorial Publisher Paraninfo.

BURBANO, Gonzalo; Diccionario de términos usuales en el comercio exterior Ecuatoriano, Quito, 1995, 406 páginas, editorial PUDELECO.

BARRIONUEVO LOGROÑO, Marián Cristina, Estudio bio-agronómico de 12 cultivares de zanahoria (*Daucus Carota*), Riobamba 2010.

HUERTOS GATAZO ZAMBRANO, Misión, Visión,  
([www.huertosgatazozambrano.ec](http://www.huertosgatazozambrano.ec)) (en línea)

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; Comercio exterior, Información estadística. ([www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)) (en línea).

MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERIA ACUACULTURA Y PESCA, Sector agropecuario 2010, ([www.magap.gov.ec](http://www.magap.gov.ec)) (en línea).

CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTADORES E INVERSIONES, Estadísticas de exportación de de zanahoria, ([www.corpei.org](http://www.corpei.org)) (en línea).

SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR; arancel, boletines, ([www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec)) (en línea).


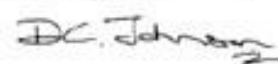
INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACION E INVERSIONES; Guía Comercial de Alemania 2011, ([www.proecuador.gov.ec](http://www.proecuador.gov.ec)) (en línea).

MAPAS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, Mapa de Riobamba, Cantón Colta, Comunidad Gatazo Zambrano, ([www.chimborazo.net](http://www.chimborazo.net)) (en línea).

# ANEXOS



**ANEXO N° 1: Conocimiento de Embarque (Bill Of Lading.)**

| BILL OF LADING FOR COMBINED TRANSPORT SHIPMENT OR PORT TO PORT SHIPMENT  |   |   |  |   |
|--|---|---|--|---|
| Shipper<br><b>Domeg (Pty) Limited</b><br>Adderley Road, North End<br>Port Elizabeth  |   | <br><b>"ON" SHIP</b><br>CARRIER  | Bill No.<br><b>PLZAA329</b>  |   |
| Consignee or Order<br><br><b>To order (1)</b>  |   |   | Reference No.  |   |
| Notify Party/Address<br><b>Hardware Supplies Limited</b><br>Cross Avenue<br>New York   |   | *It is agreed that no responsibility shall attach to the Carrier or its Agents for failure to notify. (See clause 26 on reverse)  |  | Place of Receipt<br>(Applicable only when this document is used as a Combined Transport Bill of Lading) |
| Ocean Vessel<br><b>Transvaal (2)</b>   | Voyage No:<br><b>1378G</b>  | Port of Loading<br><b>Port Elizabeth (3)</b>  | Place of Delivery<br>(Applicable only when this document is used as a Combined Transport Bill of Lading) |   |
| Port of Discharge<br><b>New York (3)</b>   |   |   |  |   |
| Marks and Nos.: Container Nos:<br><b>MK 25Z (4)</b><br><b>Container No. GSTU 2150221</b><br><b>Seal No. 388487</b>   | Number and Kind of Packages; description of Goods<br><b>1 20 DC Container(s) STC:</b><br><b>500 Hacksaws Model TS 2</b><br><b>with Safety Guard</b><br><b>5 Packs (5)</b> | Gross Weight<br><b>280 kg</b>   | Measurement<br><b>0.0000</b>   |   |
| <b>L/C No. 188688/DLC (6)</b><br><b>Shipped on Board (7)</b><br><b>on 10 August 2002</b>   |   |   |  |   |
| *Total No. of Containers/Packages received by the Carrier<br><b>1 / 0</b>  |   | Received by the Carrier from the Shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quality of Containers or other packages or units indicated in the box opposite entitled "Total No. of Containers/Packages received by the Carrier" for Carriage subject to all the terms hereof (INCLUDING THE TERMS ON THE REVERSE HEREOF AND THE TERMS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) from the Place of Receipt or the Port of Loading, whichever is applicable, to the Port of Discharge or the Place of Delivery, whichever is applicable. One original Bill of Lading must be surrendered, duly endorsed, in exchange for the Goods. In accepting this Bill of Lading the Merchant expressly accepts and agrees to all terms and conditions whether printed, stamped or written, or otherwise incorporated, notwithstanding the non-signing of this Bill of Lading by the Merchant. |  |   |
| Movement<br><b>USE-FCL</b>   |   |   |  |   |
| Freight and Charges (indicate whether prepaid or collect): <b>Freight Prepaid (8)</b><br>Origin Inland Handling Charge<br>Origin Terminal Handling/LCL Service Charge<br>Ocean Freight<br>Destination Terminal Handling/LCL Service Charge<br>Destination Inland Handling Charge |   |   |  |   |
| Freight payable at<br><b>Port Elizabeth</b>  |   | Place and Date of Issue<br><b>Port Elizabeth / 12 August 2002 (9)</b>   |  |   |
| Number of Original Bills of Lading<br><b>3 / Three (10)</b>  |   | IN WITNESS of the Contract herein contained the number of original stated opposite have been issued, one of which being accomplished the other(s) to be void.<br>For the Carrier:<br><br><b>For "On" Ship (11)</b><br><b>As Carrier</b>  |  |   |

**ANEXO N° 2: Certificado de Origen.**

**CERTIFICADO DE ORIGEN**  
 ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION  
 ASSOCIACAO LATINO-AMERICANA DE INTEGRACAO

N° 061036

| PAIS EXPORTADOR  |                          | PAIS IMPORTADOR                 |
|--|--------------------------|---------------------------------|
| N° de Orden ( 1 )  | NALADISA                 | DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS |
| <b>DECLARACION DE ORIGEN</b>   |                          |                                 |
| DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial N°..... cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo ( 2 ) ..... de conformidad con el siguiente desglose: |                          |                                 |
| N° de Orden  | <b>N O R M A S ( 3 )</b> |                                 |
|  |                          |                                 |
| FECHA: .....   |                          |                                 |
| Razón social, sello y firma de exportador o productor  |                          |                                 |
| OBSERVACIONES .....  |                          |                                 |
| <b>CERTIFICACION DE ORIGEN</b>   |                          |                                 |
| Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de.....  |                          |                                 |
| a los .....  |                          |                                 |
| Nombre, sello y firma Entidad Certificadora  |                          |                                 |




**NOTAS:**

- 1 ) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
- 2 ) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.
- 3 ) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.

El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.



ANEXO Nº 4: Certificado Sanitario.

**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
**MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA**

SOLICITUD No. 012301 INHQA E

SISTEMA NACIONAL DE VIGILANCIA Y CONTROL  
INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE Y MEDICINA TROPICAL  
"LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ"

**CERTIFICACION DE REGISTRO SANITARIO:** 013940INHQA E0112  
**INSCRIPCION DE ALIMENTOS PROCESADOS:** EXTRANJEROS

El Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" certifica que:

**Producto denominado:** MEZCLA EN POLVO PARA PREPARAR BEBIDA SABOR A CAFÉ  
GANO CAFÉ (3 EN 1)

**Marca:** "GANO EXCEL"

**Elaborado por:** GANO EXCEL INDUSTRIAS SDN, BHD

**Origen del Fabricante:** LEBUHRAYA BUKIT KAYU HITAM PEKAN ASUM 06000 JITRA - MALASIA

**Solicitante:** MARIANA LEONOR VILLAGOMEZ ALVAREZ (Para: GANOECUADOR INTERNACIONAL S.A.)

**Tipo:** DERIVADOS DEL CAFÉ

**Envases:** **Interno:** SACHET DE ALUMINIO DE 21g.  
**Externo:** BOLSA DE ALUMINIO Y CAJA DE CARTÓN LITOGRAFIADO

**Tiempo máximo de consumo:** Caja de Cartón 420g (20 Sobres de 21g c/u), 12,6kg (30 cajas de 420g)  
3 AÑOS

**Forma de conservación:** MANTENER EN LUGAR FRESCO Y SECO


**Composición Declarada:**


|                       |        |
|-----------------------|--------|
|                       | %      |
| Azúcar Refinada       | 42,62  |
| Crema No Lactea       | 41,67  |
| Café                  | 14,76  |
| Extracto de Ganoderma | 0,95   |
| Lucidum               |        |
| Total                 | 100,00 |

\*Sólidos de Jarabe de Glucosa, Aceite Vegetal Hidrogenado, Proteina de Leche, Difosfato de Potasio Tripolifosato de Sodio Alimenticio, Mono y Di-Glicéridos, Estearoil Lactato de Sodio, Riboflavina, Silicato de Sodio y Aluminio)

\*\*\*\*\*  
**TITULARIDAD** GANO EXCEL INDUSTRIAS SDN, BHD

Quito, 31 de enero del 2012  
**Vigente hasta: 31-01-2017**







## ANEXO N° 5: Cupón Corpei.

| CUPON CORPEI DE EXPORTACION  |  | CORPEI |  | CORPEI |  | CORPEI               |  | CORPEI |  | CORPEI                |  |
|--|--|--------|--|--------|--|----------------------|--|--------|--|-----------------------|--|
| CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI   |  |        |  |        |  |                      |  |        |  | No                    |  |
| Ciudad   |  |        |  |        |  | Fecha:               |  |        |  |                       |  |
|  |  |        |  |        |  |                      |  |        |  | DIA MES AÑO           |  |
| Nombre del Aportante:  |  |        |  |        |  |                      |  |        |  |                       |  |
| Tipo/Numero Identificación: <input type="checkbox"/> R.U.C. <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> C.I. <input type="checkbox"/> PASAPORTE   |  |        |  |        |  |                      |  |        |  |                       |  |
|  |  |        |  |        |  |                      |  |        |  |                       |  |
| N° DAU / DUI   |  |        |  |        |  |                      |  |        |  |                       |  |
| (N° Declaración DAU / DUI)   |  |        |  |        |  |                      |  |        |  |                       |  |
| Valor FOB: USD, \$   |  |        |  |        |  | Valor Cuota: USD, \$ |  |        |  |                       |  |
| CORPEI   |  |        |  |        |  |                      |  |        |  |                       |  |
| Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen lícito, es verdadera, y eximp a la Institución Financiera recaudadora de toda responsabilidad, inclusive respecto a terceros si esta declaración fuese falsa o errónea. |  |        |  |        |  |                      |  |        |  |                       |  |
| Firma de Responsabilidad   |  |        |  |        |  |                      |  |        |  | FOR-FOP-10/Ver Jun 03 |  |

