



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO
EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE ZANAHORIA PRE-COCIDA DE LA CORPORACIÓN DE
PRODUCTOS AGRÍCOLAS HUERTOS G.Z. DE LA PROVINCIA CHIMBORAZO HACIA
PARIS - FRANCIA, PERIODO 2014**

Andrés Santiago Bustos Gavilanez

Riobamba – Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: el trabajo de investigación titulado
“PLAN DE EXPORTACIÓN DE ZANAHORIA PRE-COCIDA DE LA
CORPORACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS HUERTOS G.Z. DE LA
PROVINCIA CHIMBORAZO HACIA PARIS - FRANCIA, PERIODO 2014, de
responsabilidad del Señor Egresado Andrés Santiago Bustos Gavilanez, ha sido
prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación

Ing. Raúl German Ramírez Garrido
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Gustavo Javier Aguilar Miranda
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

Andrés Santiago Bustos Gavilanez

AGRADECIMIENTO

Mi más profundo agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera de Comercio Exterior, por haber sido una fuente de conocimientos que me ha permitido alcanzar mi carrera profesional. Un sincero reconocimiento también a mis profesores quienes con sus valiosos aportes, ayudaron a la culminación de este proyecto final.

Andrés Santiago Bustos Gavilanez

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con mucho cariño primeramente a Dios, a mis padres en especial a mi madre por ser mi sustento y motivación para alcanzar una gran meta porque sin el apoyo incondicional nada de esto hubiese pasado mil gracias MADRE QUERIDA no me bastara la vida para agradecerle , y por ultimo a mis familiares que han incidido con sus consejos, y me han sabido guiar a lo largo de mi carrera Politécnica, he podido culminar con éxito una de mis metas trazadas a lo largo de mis estudios, también gracias a su apoyo sobrehumano me he convertido en un hombre capaz de tomar las decisiones acertadas que en adelante me permitirá ser un hombre ejemplar para mi familia y mis futuras generaciones.

Andrés Santiago Bustos Gavilanez

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal.....	ii
Certificación de la autoría.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	ix
Índice de cuadros.....	ix
Índice de anexos.....	ix
CAPÍTULO I.....	3
1. El problema.....	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Problemas externos.....	3
1.1.2. Problemas internos.....	4
1.1.3. Formulación del problema de investigación.....	5
1.1.4. Delimitación del Problema.....	5
1.2. Justificación.....	5
1.3. Objetivos.....	7
1.3.1. Objetivo general.....	7
1.3.2. Objetivos específicos.....	7
CAPITULO II.....	7
2. Marco teórico.....	8
2.1. Antecedentes investigativos.....	8
2.1.1. Teoría del comercio exterior.....	8
2.2. Fundamentación teórica.....	9
2.2.1. Historia del comercio exterior.....	11
2.2.2. Teoría de Adam Smith – ventaja absoluta.....	13
2.2.3. Teoría de Carlos Marx – el capital.....	14
2.2.4. Teoría de David Ricardo – ventaja relativa.....	15
2.2.5. Henry Laurence Gantt.....	16
2.2.6. Henri Fayol.....	17
2.3. Marco conceptual.....	18
2.4. Hipótesis o idea a defender.....	22
2.4.1. Hipótesis general.....	22
2.4.2. Hipótesis específicas.....	22
2.5. Variables.....	22
2.5.1. Variable dependiente.....	22
2.5.2. Variable independiente.....	22
CAPITULO III.....	23
3. Marco metodológico.....	23
3.1. Modalidad de la investigación.....	23
3.1.1. Enfoque cuantitativo.....	23
3.1.2. Enfoque cualitativo.....	23

3.2	Tipos de investigación	23
3.2.1	Descriptiva.....	23
3.2.2	Analítica.....	24
3.3	Población y muestra.....	24
3.3.1	Población	24
3.3.2	Muestra	24
3.4	Métodos, técnicas e instrumentos	24
3.4.1	Métodos	24
3.4.2	Instrumentos	25
CAPITULO IV		26
4.	Marco propositivo	26
4.1	Título	26
4.2	Generalidades de la empresa	26
4.2.1	Antecedentes.....	26
4.2.2	Estrato de la escritura pública.....	27
4.2.3	Misión.....	27
4.2.4	Visión.....	27
4.2.5	Ubicación de la empresa	28
4.2.6	Objetivos, valores y principios corporativos	28
4.2.7	Estructura organizacional	30
4.2.8	Principales clientes	30
4.2.9	Principales proveedores	31
4.2.10	Análisis FODA	32
4.3	Selección del mercado meta	34
4.4	Estudio de mercado francés	35
4.4.1	Estudio de mercado parisino.....	38
4.4.2	Mercado mundial de zanahoria.....	41
4.4.3	Demanda global de la zanahoria.....	42
4.4.4.	Determinación de la demanda insatisfecha	44
4.4.5	Acuerdo para la cooperación, suscrito entre Ecuador y Francia	46
4.5	Canales de distribución.....	47
4.6	Promoción.....	49
4.7	Análisis del producto	49
4.7.1	El producto	49
4.7.2	Definición del producto	50
4.7.3	Origen del producto	50
4.7.4	Morfología y taxonomía	51
4.7.5	Proceso de producción.....	51
4.7.6	Lavado y acondicionado.....	53
4.7.7	Proceso de pre cocido	54
4.7.8	Valor nutricional.....	57
4.7.9	Beneficios del producto	57
4.7.10	Nombre de la marca.....	59
4.7.11	Calidad.....	59
4.8	Proceso de exportación	60
4.8.1	Generalidades	60
4.8.2	Exportación a consumo	60
4.8.3	Procedimiento del registro como exportador.....	63

4.9	Estructura de comercialización.....	64
4.9.1	Clasificación arancelaria.....	64
4.9.2	Documentos básicos de acompañamiento	69
4.9.3	Incoterms (acuerdo comercial con la otra parte)	72
4.9.4	Forma de pagos internacionales	77
4.9.5	Costos aproximados del contenedor de 20” para la exportación (FOB)	78
4.9.6	El producto y los contactos para exportación.....	79
4.9.7	Verificación de hipótesis o idea a defender.....	80
4.10	Estudio técnico-económico.....	81
4.10.1	Capacidad de producción.....	81
4.10.2	Contratación del seguro	83
4.10.3	Estudio financiero.....	85
4.11	Evaluación financiera	97
4.11.1	Tasa mínima aceptable de rendimiento (tmar)	97
4.11.2	Costo ponderado de capital (Cpk)	97
4.11.3	Valor actual neto (VAN)	98
4.11.4	Período de recuperación de la inversión (PRI).....	98
4.11.5	Relación beneficio costo (B/C).....	99
4.11.6	Punto de equilibrio.....	99
	CONCLUSIONES.....	101
	RECOMENDACIONES.....	102
	RESUMEN.....	103
	SUMMARY.....	104
	BIBLIOGRAFÍA.....	105
	ANEXOS.....	106

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	Título	Pág.
1.	Teorías administrativas.....	10
2.	Ubicación de huertos Gatazo Zambrano	28
3.	Estructura organizacional de huertos Gatazo Zambrano.....	30
4.	Bandera – escudo de Paris	38
5.	Puerto de Le Havre	40
6.	Distribución del producto	49
7.	Zanahoria.....	50
8.	Valor nutricional del producto	57
9.	Etiqueta del producto.....	59
10.	Diagrama de exportación.....	61
11.	Clasificación arancelaria	68

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Título	Pág.
1.	Top Importaciones zanahoria de Francia	43
2.	Top Exportaciones zanahoria de Francia	43
3.	Comparación de Imp-Exp.	44
4.	Costos FOB	79
5.	Producción de zanahoria	81

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Título	Pág.
1.	Escritura Pública.....	27
2.	Demografía de Francia	37
3.	Importaciones zanahoria.....	45
4.	Exportaciones de zanahoria.....	45
5.	Demanda insatisfecha.....	46
6.	Características de los contenedores marítimos.....	78
7.	Tiempo aproximado de llegada al puerto de destino.....	84

ÍNDICE DE ANEXOS

No.	Título	Pág.
1.	Certificado sanitario.....	106

INTRODUCCIÓN

Ante el proceso mundial de globalización es de primordial interés conocer los aspectos involucrados en el proceso de comercialización encaminada al comercio nacional e internacional, de tal manera que se conozca la participación y las posibilidades del Ecuador ante tal tendencia mundial.

En los últimos años el consumo de zanahoria en nuestro país se ha convertido en una alternativa para las personas que consumen este producto, esta hortaliza está convirtiéndose en uno de los productos no tradicionales más atractivos para las exportaciones incluso su demanda ha venido aumentando en los últimos años debido a su proceso totalmente natural y orgánico ya que no es un producto que necesite de varios químicos para su proceso de pre cocido, por lo que a continuación del desarrollo de esta planificación daremos a conocer cada uno de los procesos y tratamientos de la zanahoria pre cocida; es por esta misma razón que países de toda Europa lo prefieren ya que se convierte en un alimento sano y natural.

Esta maravilla de la naturaleza se produce, según el Resumen Estadístico del Sector Agropecuario y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca de Ecuador (MAGAP) en las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo. Esta última provincia es la que más produce este tubérculo: unas 10 300 toneladas (t) por año. La producción total de zanahoria en Ecuador es de 28 130 toneladas anuales.

El clima óptimo para este producto es el sub cálido al templado, es decir el de temperaturas entre los 16 y 18 grados centígrados y una altitud entre los 1800 y los 2 300 metros sobre el nivel del mar.

“Se requiere de suelos profundos, con alto contenido de materia orgánica y buena retención de humedad”, Gracias a las condiciones climáticas de Ecuador, la zanahoria se produce durante todo el año, pero su pico de exportación se da en agosto. Para un óptimo cultivo de este producto, se requieren de 12 a 16 semanas, dependiendo de la variedad.

En Ecuador, la mayor parte de la producción de zanahoria es para consumo interno. Solo se exporta un 3,9%, que corresponde a la variedad conocida como ‘baby carrot’ (zanahoria bebé), tanto fresca como congelada.

Las primeras exportaciones de zanahoria, desde Ecuador, se registraron en el año 1993, cuando coincidentalmente se inició un período de irregularidad en las ventas de zanahoria en el mundo.

Según el Banco Central del Ecuador, el monto por exportación de zanahorias y nabos - que están incluidos en la misma partida Nandina-, alcanzó USD 200 en el 2005. Un año después, las ventas crecieron 13 veces, hasta alcanzar USD 2 600. Pero, en el 2007, las exportaciones decrecieron en un 10,3% hasta USD 2 330, equivalentes a 1,1 t del tubérculo.

La zanahoria ecuatoriana se destina a los mercados de EE.UU., Holanda, Aruba, Canadá y Alemania. EE.UU. importa este tubérculo para completar su demanda interna, pues también es productor.

El presente trabajo pretende resolver la necesidad de las personas de consumir productos natural y saludable, que no afecten a su salud. Por esta razón se busca dar a conocer un producto elaborado de una manera orgánica sin componentes ni aditivos en primera instancia, y para ello, brindaremos un producto auténtico, que refleje la nobleza y pureza de la zanahoria, producido en el territorio nacional con la mejor calidad y un alto nivel de satisfacción.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

En términos económicos, la Corporación Huertos Gatazo Zambrano quiere incrementar sus ventas para así contribuir al país con entradas de divisas para el desarrollo del mismo. A partir de esta hortaliza en el arte culinario se derivan platos convencionales y orgánicos como tarta de zanahoria, cremas, bolitas, jugos, entre otros.

El Ecuador cuenta con una riqueza de flora y fauna incomparable a otros países, esto le permite tener una ventaja comparativa con aquellos países que producen el mismo tipo de productos. Su riqueza en flores y frutas, le permiten al país ser un potencial exportador de productos reconocidos a nivel mundial; tal es el caso de la zanahoria que de acuerdo a su tamaño, características, sabor y calidad tiene una gran acogida en varios de los mercados más importantes del mundo, convirtiendo al país en abastecedor de ciertos supermercados.

En cuanto a nivel internacional los problemas existentes que enfrenta el medio exportador productivo agrícola se clasifica en dos categorías:

- a) Problemas externos: aquéllos que se generan fuera de las comunidades, o cuya solución no depende o está fuera del control de los agricultores.
- b) Problemas internos: aquéllos que se generan al interior de las comunidades, y cuya solución está (o podría estar) al alcance de las familias rurales.

1.1.1. Problemas externos

- Las políticas agrícolas son definidas en forma centralizada y vertical, esto quiere decir que no se considera las reales necesidades de los pequeños agricultores y sin tener en cuenta si ellos están en condiciones o no de llevarlas a la práctica.
- Los recursos de capital, tales como maquinarias, instalaciones, y animales de trabajo y producción, son de acceso muy limitado para los pequeños agricultores.

- Los insumos industrializados son caros, los precios de venta de la producción son bajos y la comercialización es inestable, lo que da por resultado una relación insumo/producto desfavorable.
- Existe una permanente transferencia de recursos del sector rural-agrícola al sector urbano-industrial. Como es fácil constatar, los problemas externos antes mencionados son reales e inciden negativamente en el desarrollo agropecuario.

1.1.2 Problemas internos

- Dado que no se ha ofrecido a los agricultores reales oportunidades de desarrollar su potencial humano y elevar su autoconfianza y deseo de superación.
- Los pequeños agricultores no están capacitados para identificar las causas internas (generalmente de difícil percepción pero de fácil eliminación) que originan sus problemas al no conocerlas o al subestimar su importancia, no se preocupan de eliminarlas, más bien se dedican a identificar causas externas.
- Los pequeños agricultores no están entrenados para administrar sus tierras con eficiencia; utilizar plena y racionalmente los recursos más abundantes, ahorrando los más escasos.

El Ecuador es un país con fenómenos naturales y con insuficiente tecnificación de maquinaria, pese a esto ha logrado consolidarse como productor y exportador de zanahoria, en las provincias de Chimborazo, Cotopaxi y Tungurahua principalmente, las que contribuyen al 94% de la producción nacional, este producto que se cultiva durante todo el año siendo los meses de mayor producción Junio y Octubre. En las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo. Esta última provincia es la que más produce esta raíz: unas 10.300 tn. Por año. La producción total de zanahoria en Ecuador es de 28.130 t anual. La zanahoria se produce durante todo el año. Para un óptimo cultivo de este producto, se requieren de 12 a 16 semanas, dependiendo de la variedad.

Según los estudios realizados de la FAO, Francia es el tercer mayor importador mundial de zanahoria con un total de 120.770 toneladas, detrás de Alemania y Canadá, por lo tanto no satisface el nivel de demanda de sus consumidores, ya que es mucho más alta que el nivel de producción interna, es así que Francia ejecuta compras a países vecinos puesto que produce tan solo un total de 481.697 toneladas de zanahoria.

Desde hace varios años la Corporación HUERTOS GATAZO ZAMBRANO ha sabido permanecer exportando hortalizas continuamente, con un total de 40 toneladas mensuales en donde el 68% son enviadas a Estados Unidos, Japón y Alemania quedándose una parte en el mercado local y nacional.

Esto demuestra que si es posible trabajar con pequeños productores dentro de la fase primaria de producción, bajo los tres enfoques de las Buenas Prácticas Agrícolas BPAs: Responsabilidad Social, Cuidados para la higiene y salud ocupacional, y Responsabilidad con el medio ambiente.

1.1.3 Formulación del problema de investigación

La falta de un plan de exportación de zanahoria pre cocida de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano de la provincia de Chimborazo hacia Francia - Paris obstaculizando la comercialización del producto hacia el mismo.

1.1.4 Delimitación del Problema

“Huertos Gatazo Zambrano” es una corporación ecuatoriana, productora y exportadora de hortalizas, especializada en la comercialización de zanahoria, se encuentra ubicada en la comunidad Gatazo Zambrano de la parroquia de Cajabamba (Colta), comprendiendo alrededor de 140 hectáreas, esta forma parte de la cuenca productiva del Río Chambo, de la provincia de Chimborazo, la cual se encuentra aproximadamente a diez minutos (17 Km) de la ciudad de Riobamba saliendo por la vía que conduce hacia la provincia de Guayas.

El tiempo que abarcará el desarrollo de este estudio será no mayor a 3 meses para su desarrollo, permitiéndonos conocer cuáles son las estrategias que se pueden aplicar para incrementar la oferta productiva y poder realizar la exportación de la zanahoria hacia el mercado Francés.

1.2 Justificación

Históricamente, nuestro país se ha caracterizado por etapas de exportación dependientes de un solo grupo de productos, iniciando con la exportación de cacao, banano, petróleo, camarón (pionero en los productos no tradicionales), actualmente se busca realizar

exportación con productos no tradicionales como es el caso de la zanahoria ya que resulta importante para la economía ecuatoriana fomentar las exportaciones de nuevos productos, a efecto de posibilitar un mayor aprovechamiento de la producción agrícola y la generación de mayores divisas extranjeras.

Un plan de exportación de zanahoria es fundamental al momento que se establece una necesidad sobre la demanda de un producto tan apetecido en el mercado extranjero, la producción de zanahoria ha mostrado en el Ecuador un fuerte dinamismo en los últimos años, constituyéndose como un producto dentro de los no tradicionales de exportación cuyo precio se incrementa año tras año la producción estimada, según el III censo Nacional Agropecuario del año 2000, la zanahoria tuvo una superficie sembrada de 1443 hectáreas, con una producción de 8609 Tm, en la provincia de Chimborazo.

Esta preferencia se vuelve una oportunidad al momento de producir localmente esta hortaliza y mucho más cuando tenemos un producto con alto potencial nutritivo y delicioso sabor. El alto rendimiento y la capacidad de ofertarlo durante todo el año han colocado a esta hortaliza en un sitio privilegiado dentro de los productos ecuatorianos no tradicionales con mayores opciones para exportar.

Huertos Gatazo Zambrano posee las condiciones agroclimáticas (temperatura, altitud, luminosidad, humedad), con una temperatura de 13 grados centígrados y una humedad del 75% favoreciendo la producción de la zanahoria, libre de insectos, plagas y enfermedades, con gran valor nutricional y propiedades curativas, con una inversión en siembra relativamente bajo, es un producto no estacionario siendo exclusivo para el mercado nacional e internacional (poseedores de los volúmenes de venta altos).

Ha quedado demostrado que si es posible la exportación de hortalizas hacia países globalizados con un producto no tradicional, por ello se pretende el desarrollo de un plan de exportación de zanahoria pre cocida por parte de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano de la provincia de Chimborazo hacia Paris-Francia en el período 2014, esto percibiendo satisfacer nuevos mercados y procurando en un futuro obtener un resultado favorecedor para la comunidad de Gatazo y todos sus alrededores mejorando el nivel de vida de cada uno de los participantes que directa e indirectamente son beneficiarios.

Dicho plan tiene como objetivo fundamental lograr el desarrollo de una exportación sustentable generando fuentes de trabajo, frenando los porcentajes de migración de los campesinos que deciden irse hacia las ciudades e incluso a otros países por causa del desempleo además de conseguir una reducida vulnerabilidad del sector agrícola en el Ecuador mediante procesos de información, acompañamiento técnico productivo y gestiones para el desarrollo, alcanzando la sostenibilidad, posicionamiento de los productos y el acceso a nuevos mercados.

El diseño de un plan de exportación ha llevado a la actividad agropecuaria a enfrentar los retos reales de la globalización, y así desarrollando nuevas empresas que faciliten la exportación de productos agrícolas y por ende el crecimiento del sector primario.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un PLAN DE EXPORTACIÓN DE ZANAHORIA PRE-COCIDA DE LA CORPORACION DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS HUERTOS G.Z. DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA PARIS - FRANCIA, PERIODO 2014

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar los procesos necesarios para llevar a cabo la exportación del producto y los requerimientos para su envío.
- Analizar la factibilidad financiera de ejecución del proyecto.
- Contribuir una propuesta manejable que pueda desarrollarse económicamente y convertirse en una fuente de desarrollo comunitario.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

2.1.1 Teoría del comercio exterior

El Economista escocés Adam Smith propugnaba en su obra “La riqueza de las naciones que la especialización productiva aumenta la producción total”. Smith creía que para poder satisfacer una demanda creciente de bienes de consumo, los recursos limitados de un país debían asignarse de modo eficaz a los procesos productivos. Según la teoría de Smith, un país que comercia a escala internacional debe especializarse en producir los bienes en los que tiene ventaja absoluta, es decir, los que produce con menores costes que el resto de los países. El país exportaría parte de estos bienes para financiar las importaciones de otros que los demás producen con menores costes. La obra de Smith representa el punto de partida de la escuela clásica de pensamiento económico.

Medio siglo después, el economista inglés David Ricardo refinó esta teoría del comercio internacional. La teoría de Ricardo, que sigue siendo aceptada por casi todos los economistas actuales, subraya la importancia del principio de la ventaja comparativa. A partir de éste, se deduce que un país puede lograr ganancias si comercia con el resto de los países aunque todos los demás produzcan con menores costes. Hay ventaja comparativa cuando los costes de producción y los precios percibidos son tales que cada país produce un producto que se venderá más caro en el exterior de lo que se vende en el mercado interior. Si cada país se especializa en la producción de los bienes y servicios en los que tiene ventaja comparativa, el resultado es un mayor nivel de producción mundial y mayor riqueza para todos los Estados que comercian entre sí.

Además de esta ventaja fundamental, hay otras ganancias económicas derivadas del comercio internacional: incrementa la producción mundial y hace que los recursos se asignen de forma más eficiente, lo que permite a los países (y por tanto a los individuos) consumir mayor cantidad y diversidad de bienes.

Sin duda alguna los fundamentos de las teorías mencionadas son la base de la cual se han derivado la mayoría de prácticas comerciales puesto que el pleno desarrollo y beneficio del comercio internacional parte del aprovechamiento de las ventajas comparativas, competitivas y absolutas del producto y la empresa, por tanto el éxito de una actividad de exportación no se encuentra dado únicamente por la correcta elección de la planificación estratégica, el tamaño de la empresa, etc. sino también de saber lograr y aprovechar las ventajas del producto con respecto al mercado, clientes, costos y servicio que se puede brindar, es por ello que podemos concluir diciendo que, la importancia del comercio internacional varía en función de cada economía nacional.

Ciertos países sólo exportan bienes con el fin de aumentar su mercado nacional o para ayudar en el aspecto económico a algunos sectores deprimidos de su economía. Otros dependen del comercio internacional para lograr divisas y bienes para satisfacer la demanda interior. Durante los últimos años se considera al comercio internacional como un medio para fomentar el crecimiento de una determinada economía; los países menos desarrollados y las organizaciones internacionales están fomentando cada vez más este patrón de comercio.

2.2 Fundamentación teórica

Para el desarrollo de la fundamentación teórica basaremos el siguiente esquema para comprender algunos aspectos que desembocan en lo que hoy es el comercio internacional por lo que definiremos los conceptos más importantes de las teorías administrativas.

Figura 1. Teorías Administrativas



Elaborado por: Andrés Bustos

“Aparte de las diferencias tecnológicas entre países, que constituyen el núcleo del modelo Ricardiano, existen muchas otras razones que explican el comercio entre países como son distancia física, recursos”. Teoría de la Ventaja Absoluta “Elaborada por Adam Smith (1723-1790), es uno de los pilares de la teoría clásica del comercio internacional. Su fundamento es que al ampliar la dimensión de los mercados aumenta la posibilidad de producir más y con ello se favorece el grado de especialización que, a su vez, incrementa la productividad del trabajo”.

“La teoría marxista explica que a pesar de ser el libre comercio una estrategia capitalista, sí existen motivos para que la clase obrera apoye a ésta y no al proteccionismo y la razón es que de alguna manera el libre comercio permite un mayor desarrollo del propio capitalismo y con este mayor desarrollo se favorece también el crecimiento de la clase obrera.”

La principal razón que explica el comercio entre países es la ventaja comparativa descrito por David Ricardo, “Ricardo atribuye el valor de los bienes a la cantidad de trabajo que incorporan y consideran que la productividad del trabajo difiere al utilizarse distintas técnicas de producción. Luego, la causa del intercambio comercial internacional debe encontrarse en la diferencia de la productividad del trabajo en los diferentes países”. “Proyecto es el conjunto de datos que permiten estimar las ventajas y

desventajas económicas que resultan de la asignación de ciertos recursos para la producción de un bien o servicio”

“El ciclo de desarrollo de un proyecto comprende las fases de pre inversión, de inversión y operacional”.

“La pre inversión son los estudios necesarios para determinar la viabilidad del proyecto, tanto de mercado, técnicamente y financieramente”.

“La importancia de la investigación de mercados es muy alta ya que previene y limita los riesgos y especialmente ayuda para que la toma de decisiones se de en condiciones de menor incertidumbre”.

“El estudio técnico define el tamaño óptimo que permita cumplir con los procesos de producción del bien o servicio de forma eficaz o eficiente”

“El estudio económico financiero establece el monto de recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto, el costo total de la operación, los diferentes gastos operacionales y una serie de indicadores financieros que servirán como base para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto objeto de estudio”.

2.2.1 Historia del Comercio Exterior

El comercio exterior empezó a adquirir importancia a partir del siglo XVI con la creación de los imperios coloniales Europeos, se convierte en un instrumento de política imperialista. Un país era rico o pobre dependiendo de la cantidad de oro y plata que tuviera, y de otros metales preciosos. El imperio buscaba conseguir más riqueza a un menor costo. Este modo de comercio internacional se conoció como mercantilismo y predominó durante los siglos XVI y XVII.

Durante los siglos XVII y XVIII los dirigentes descubrieron que promocionando el comercio exterior aumentaba la riqueza y por lo tanto el poder de su país.

Desde 1868 y hasta 1913 Gran Bretaña utilizó el sistema monetario internacional, que se regía por el patrón Oro. Los países acogidos a este sistema expresaban su moneda en una cantidad fija de oro. La ventaja principal de este sistema era que no se presentaba devaluación y por lo tanto daba confianza. Un problema era que los países pobres y en

vía de desarrollo limitaban su dinero en circulación a sus reservas de oro lo que aumentaba los desequilibrios entre países y la dependencia económica.

Al finalizar la segunda Guerra Mundial se crea la ONU y se toman una serie de acuerdos:

- De coordinación: buscaba ahondar en las relaciones económicas entre países, e impulsar la realización de actividades comunes.

En 1961 se funda la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), sucesora de la OCEE, integrada por Estado Unidos, Canadá y Japón, tiene como objetivo promover políticas para expandir la economía, el empleo y el comercio a nivel mundial. Actualmente sirve como centro de investigación, estudio y formación, sirve como referencia de determinados ámbitos económicos y está conformada por los 30 países más desarrollados: Países de Europa Occidental, Australia, Corea, Nueva Zelanda y México.

En 1948 se crea la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y El Caribe), tiene las mismas características de la OCDE pero estudia el desarrollo social y económico de América Latina y El Caribe, coordina actividades de promoción y refuerza la relación entre los países miembros y hacia terceros países.

- De Integración: Busca poner en común acuerdos comerciales entre países.

Los países de Europa Occidental que habían quedado al costado de las Comunidades Europeas (Austria, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Liechtenstein, Noruega, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza) crean la EFTA: Organización internacional que promueve el comercio libre y la unión económica, permitiendo que cada país siga con su propia política comercial.

Durante los años 60 se crean: Pacto Andino: Formado por los países de la Comunidad Andina: Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú, MCCA (Mercado Común Centro Americano): Formado por: Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua.

- De cooperación: Su fin es la cooperación en el aspecto económico.

Son el FMI y el GATT:

FMI creado en 1.994 (Fondo Monetario Internacional) – (Banco Mundial): Busca la estabilidad financiera entre países y entre sus respectivas monedas para una mayor facilidad en las transacciones económicas. Los tipos de cambio son fijos y estables entre sí.

GATT creado en 1947 (General Agreement on Tariffs and Trade) – OMC (1993) (Organización Mundial del Comercio) regula y liberaliza el comercio mundial y establece normas para regular aranceles.

QUÉ LE SUCEDE A UN PAÍS QUE NO TIENE COMERCIO EXTERIOR:

1. No puede tener acceso a los productos que venden otros países y que no se producen o fabrican internamente, los cuales pueden traer diferentes beneficios como modernización, cultura, conocimiento.
2. Los ingresos del país serían menores al no exportar los productos internos, lo cual traería consecuencias negativas a la economía.
3. Quedar aislado del comercio internacional, dejando pasar ventajas como adquirir y vender productos de mejor calidad y a mejores precios, esto se da sobre todo cuando se tienen acuerdos económicos con otros países.
4. Se presentaría una sobreoferta de los productos o servicios que se dan en el propio país, haciendo que el valor de estos sea menor.
5. No existiría la posibilidad de crear más y mejores oportunidades de empleo por la globalización.
6. No da a conocer los bienes y servicios que produce internamente lo cual puede ser una referencia positiva del país en el extranjero.
7. La economía es menos fuerte al no contar con inversión extranjera y no tener acceso a créditos internacionales para promover el crecimiento del país.
8. El nivel de vida de las personas se desmejoraría al no tener la posibilidad de un desarrollo por medio de la globalización.
(slideshare.net)

2.2.2 Teoría de Adam Smith – Ventaja absoluta

Trata de que cada país se especializa en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor coste medio de la producción en términos de trabajo

con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional. Las razones que lo llevaron a trabajar sobre este análisis a Adam Smith fueron tres:

1.- El dinero sólo era una técnica para realizar cálculos que no tenía en cuenta las relaciones productivas sino los intereses de las autoridades.

2.- La riqueza de una nación no se mide por la cantidad de oro acumulado, sino por la magnitud de su capacidad productiva en períodos y condiciones determinadas.

3.- El trabajo es el patrón único de medida que tiene la propiedad de invariable frente al tiempo y la distribución y con el cual todos los bienes pueden comprarse y la riqueza se puede cuantificar en términos reales.

Su idea principal fue la de que para que exista comercio entre dos países, uno de ellos debe tener una ventaja absoluta en la producción de alguno de los bienes que se comercian.

Que un país tenga ventaja absoluta en la producción de un bien, significa que ese país puede producir una unidad de ese bien con una menor cantidad de trabajo que la usada por el otro país para producir el mismo bien.

Los países exportan aquellos bienes, cuya producción requieren menos trabajo que otros países, e importan aquellos bienes en cuya producción requieren más trabajo que otras naciones.

De ahí que, desde esta perspectiva, el libre comercio internacional es mutuamente beneficioso para los países participantes. (Cándido García Fonseca, 2004)

2.2.3 Teoría de Carlos Marx – El Capital

El Capital es, por encima de todo, dinámica del capitalismo. Todo el resto de su contenido económico: las leyes del valor, el origen de la plusvalía, la creación del ejército de reserva de los trabajadores, etc., pasan a un segundo plano ante la concepción tan gigantesca que establece Marx sobre el desarrollo del sistema Capitalista. Lo que Marx trata de hacer es descubrir la ley que mueve el sistema capitalista.

Desde que hay en el mundo capitalista y obrero, no se ha publicado un solo libro que tenga para los obreros la importancia de éste. En él se estudia científicamente, por vez

primera, la relación entre el capital y el trabajo, eje en torno del cual gira todo el sistema de la moderna sociedad, y demostrar cuales seria las consecuencias de que el sistema continúe funcionando.

Si la naturaleza del terreno lo requiere o lo permite, se siembra alternativamente trigo y centeno, cebada y avena, cada especie de cereal da un rendimiento más o menos abundante en el mismo terreno. En la agricultura este ciclo de rotación resulta del sistema de rotación de cultivos (Marx, 1972)

2.2.4 Teoría de David Ricardo – Ventaja relativa

David Ricardo da mayor precisión al análisis de Smith, al demostrar que el comercio mutuamente beneficioso es posible aun cuando solamente existen ventajas comparativas, llegando a la conclusión de que las ventajas absolutas son un caso especial de un principio más general que es el de las ventajas comparativas.

El punto de partida de la explicación que da Ricardo se basa en su teoría del valor. Según Ricardo, la regla que rige el valor relativo de los bienes al interior de un país, no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más países.

Según Ricardo, es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las mercancías en cada país, en lugar de los costos absolutos, lo que determina el valor en los intercambios internacionales.

Demuestra que a partir de la noción de costo comparativo se pueden definir los patrones de especialización, tomando en cuenta dos elementos: los costos laborales y de las relaciones de intercambio entre países. Además, la teoría ricardiana implica tres supuestos simplificadores:

- Inmovilidad relativa de factores
- Estática y,
- Estructura del mercado. (Robert C. Feenstra y Alan M. Taylor, 2011)

2.2.5 Henry Laurence Gantt

Sus principales aportaciones son: “La *gráfica de balance diario o gráfica de Gantt*, es de gran ayuda en la planeación del trabajo. Gantt creó un sistema de bonificaciones por tarea, que se basó en el sistema de Taylor y era determinado por las condiciones reales del taller donde se impartía. Dio gran importancia a la aplicación de psicología en las relaciones con empleados.” (Hernández y Rodríguez & Pulido Martínez , 2011)

Explican: “Gantt consideró que la capacitación del empleado es fundamental para la buena marcha de las empresas. Afirmó que la labor del industrial debe ser prestar un servicio social y crear fuentes de trabajo, y no solo el afán de obtener utilidades.”

(Macías Díaz, 2007) Menciona que: “Gantt realizó valiosas aportaciones a la administración en donde destaca su interés por los principios administrativos para la creación, mantenimiento y operación de una empresa industrial.” (Hernández y Rodríguez & Pulido Martínez , 2011)

Principios de Henry Gantt extraídos de sus obras *Wages and Profits & Industrial Leadership*:

- ***Igualdad de oportunidades en la selección de dirigentes:*** la eficiencia de una organización está en proporción directa con la eficacia en la introducción del método de igualdad de oportunidad en la selección de sus dirigentes.
- ***Autoridad inherente a la responsabilidad:*** la autoridad para emitir una orden lleva implícita la responsabilidad de que dicha orden se ejecute con propiedad.
- ***Autoridad intrínseca:*** controlar el trabajo para certificar que el mismo está siendo ejecutado de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto. La gerencia debe cooperar con los trabajadores para que la ejecución sea la mejor posible.
- ***Política sabia y buena gerencia, mejor que excelente instalación y equipo perfecto:*** una política prudente tiene más valor que una excelente instalación y una buena gerencia es de más valor que un equipo perfecto.
- ***Decisiones basadas en hechos y no en opiniones:*** no existe ningún derecho moral a decidir como materia de opinión aquello que puede ser determinado como materia de hecho.

- **Acción basada en hechos:** toda acción basada en una opinión pierde valor si compete con cualquier acción basada en hechos.

2.2.6 Henri Fayol

Fue un exitoso director de empresas, atribuyó su éxito a la aplicación sistemática de una serie de principios de gestión universales sencillos, pero eficaces. Estos principios son aplicables en toda organización humana. También es el padre del proceso administrativo y creador de la división de las áreas funcionales para las empresas. (Hernández y Rodríguez & Pulido Martínez , 2011)

Al hablar de Fayol propone: “En el congreso Internacional de Minas y Metalurgia sostuvo: “todos los empleados de una organización participan, en mayor o menor grado, en función de la organización y tienen la oportunidad para ejercitar sus facultades administrativas y de que se les reconozca por ellos. Los que son particularmente talentosos pueden subir de los grados más bajos a los más altos de la jerarquía organizacional” (O. da Silva, 2010)

Fayol advirtió que: “El efecto de la administración sobre las actividades de la empresa no había sido totalmente entendido y que los procedimientos con fallas administrativas podrían acabar con las recomendaciones de los especialistas.” (O. da Silva, 2010)

Henry Fayol percibió que: “Todas las tareas deben planificarse, organizarse, dirigirse, coordinarse y controlarse bien desde la dirección general” (Hernández y Rodríguez & Pulido Martínez , 2011)

Los principios que rigen las tareas son:

1. *División del trabajo.*- Cuando más se especializa las personas, con mayor eficiencia desempeñarán su oficio. Este principio se ve muy claro en una administración moderna

2. *Autoridad y responsabilidad.*- Los gerentes tienen que dar órdenes para que se hagan las cosas. Si bien la autoridad formal les da el derecho de mandar, los gerentes no siempre obtendrán obediencia, a menos que tengan también autoridad personal (liderazgo)

3. *Disciplina.*- Los miembros de una organización tienen que respetar las reglas y convenios que gobiernan la empresa. Esto será el resultado de un buen liderazgo en todos los niveles, de acuerdos equitativos (tales disposiciones para recompensar el rendimiento superior) y sanciones para las infracciones, aplicadas con justicia.

Al considerar la disciplina como “respeto por acuerdos que están dirigidos a obtener obediencia, aplicación, energía y las características exteriores de respeto”, Fayol declara que la disciplina requiere buenos superiores en todos los niveles.

4. *Unidad de mando.*- Cada empleado debe recibir instrucciones sobre una operación particular solamente de una persona.

Esto significa que los empleados deberán recibir órdenes solo de un superior

5. *Unidad de dirección.*- Las operaciones que tienen un mismo objetivo deben ser dirigidas por un solo gerente que use un solo plan.

Según este principio, cada grupo de actividades con el mismo objetivo deben tener una cabeza y un plan.

6. *Justa remuneración al personal.*- La compensación por el trabajo debe ser equitativa para los empleados como para los patronos.

La remuneración y los métodos de pago deberán ser justos y permitirles la satisfacción máxima posible a los empleados y a la empresa.

7.- *Espíritu de equipo.*- Promover el espíritu de equipo dará a la organización un sentido de unidad. Recomendaba por ejemplo el empleo de comunicación verbal en lugar de la comunicación formal por escrito, siempre que fuera posible.

Éste es el principio de que “la unión hace la fuerza”, así como una extensión del principio de la unidad de mando que subraya la necesidad del trabajo en equipo y la importancia de la comunicación para obtenerlo.

2.3 Marco Conceptual

Que es un plan de exportación?

Es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice hacia donde debe ir y como llegar al mercado internacional

Es definir adecuadamente una estrategia de entrada a los mercados internacionales y la forma de operación más aconsejable.

Un buen plan de exportación debe ser:

Sencillo

Realista

Congruente

(Lucy Ponce Avila)

Que es una teoría administrativa?

Son las diversas Corrientes o enfoques a través de los cuales se conciben a la administración; algunas son de ámbito relativamente amplio y otras tienden a la especialización. Es obvio que en un campo de estudio tan nuevo y dinámico como este, existían múltiples corrientes o criterios en cuanto a su aplicación lo que ha ocasionado que a la fecha no existía una sola teoría administrativa que sea de carácter universal.

(es.answers.yahoo.com)

Que es economía internacional?

La economía internacional estudia las relaciones económicas entre países; razón por la cual, analiza la teoría clásica, neoclásica, y las nuevas teorías del comercio internacional, los procesos de integración económica y la política comercial en el ámbito de la economía.

Además, trata temas introductorios relacionados con la economía monetaria internacional, con el objeto de entender las características estructurales de la economía mundial y política económica internacional proteccionista y no proteccionista, en el corto, mediano, y largo plazo.

Que es una economía monetaria?

La economía monetaria es una rama de la economía. Históricamente, la economía monetaria prefigurada se mantiene vinculada por entero a la macroeconomía.¹ La economía monetaria proporciona un marco para el análisis del dinero en sus funciones como medio de cambio, depósito de valor y unidad de cuenta. Considera como el dinero.

(Robert W. Dimand, 2008)

Que es política económica internacional proteccionista?

La política económica proteccionista es una forma de administrar que tienen algunos gobiernos por el cual manejan a sus estado de manera que no sean vulnerables a factores internos o externos de sus economías, algunas formas de aplicar la política económica proteccionista es dar subsidios a sectores estratégicos, que ayudan a que la producción de estos productos sea más barata y así las exportaciones sean competitivas con respecto a la oferta de otros países. (es.answers.yahoo.com)

Que es la globalización?

La globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. La globalización es a menudo identificada como un proceso dinámico producido principalmente por las sociedades que viven bajo el capitalismo democrático o la democracia liberal, y que han abierto sus puertas a la revolución informática, plegando a un nivel considerable de liberalización y democratización en su cultura política, en su ordenamiento jurídico y económico nacional, y en sus relaciones internacionales. (wikipedia)

Que es el mercantilismo?

El mercantilismo es un sistema económico que se basa en el desarrollo del comercio y la exportación.

Sus doctrinas fueron desarrolladas entre los siglos XVI y XVIII en Europa. Para el establecimiento del mercantilismo, se requería de un Estado fuerte que pudiera tomar las medidas necesarias para regular la economía. Se consideraba que la prosperidad de cada nación estaba vinculada por el capital acumulado por ésta, que a su vez estaba representado por la acumulación de metales preciosos en poder del Estado.

Los teóricos mercantilistas sostenían que dicho capital podía incrementarse a partir de una balanza comercial positiva, es decir, con un nivel de exportaciones que supere al nivel de importaciones. Esto se traducía en un gobierno que debía implantar políticas proteccionistas, protegiendo la producción interna con aranceles a la importación y favoreciendo la exportación. (definicion.de/mercantilismo/)

Que es devaluación?

La devaluación es la pérdida del valor nominal de una moneda corriente frente a otras monedas extranjeras. La devaluación de una moneda puede tener muchas causas, entre éstas una falta de demanda de la moneda local o una mayor demanda de la moneda extranjera. Lo anterior puede ocurrir por falta de confianza en la economía local, en su estabilidad, en la misma moneda, entre otros. El proceso contrario a una devaluación se conoce como revaluación.

Que es una inversión extranjera directa?

La inversión extranjera es la colocación de capitales a largo plazo en algún país extranjero, para la creación de empresas agrícolas, industriales y de servicios, con el propósito de internacionalizarse. En inglés se habla de *Foreign Direct Investment* o *FDI*.

Que es una ventaja comparativa?

El modelo de la ventaja comparativa es uno de los conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional y muestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costes comparativamente más altos que el resto del mundo.

Que es una ventaja absoluta?

La ventaja absoluta es un concepto desarrollado por Adam Smith en su obra *La riqueza de las naciones*, para explicar los flujos de comercio de bienes entre países. La ventaja absoluta es la habilidad que se tiene para producir un bien usando menor insumo que otro productor, es decir que la ventaja absoluta está presente cuando algo o alguien es el mejor desarrollando dicha actividad a un costo menor.

Que es costo absoluto?

Llamado también Precio Absoluto desde el punto de vista del comprador, es la suma de dinero que debe pagar para obtener tal bien, servicio o factor, en tanto que, desde el punto de vista del vendedor, es la suma de dinero que percibirá por la entrega de ese bien, servicio o factor. Por tanto, el precio absoluto es aquel que representa el valor de cualquier bien, servicio o factor, expresado en términos monetarios.

Que son costos laborales?

Los costos laborales unitarios indican cuantos costes salariales son necesario para cada unidad producida. Por esto sirven como indicador económico tanto por macroeconomía como la microeconomía que permite sacar conclusiones sobre la competitividad de un empleado o grupo de trabajadores. Los costes laborales unitarios están relacionados con la productividad, que mide la competitividad de todos los factores de producción en una empresa, un sector o región.

2.4 Hipótesis o idea a defender

2.4.1. Hipótesis General

Con la ejecución del plan de exportación hará que la Corporación Huertos Gatazo Zambrano aumente su producción e incremente su economía para constituirse en una empresa exportadora consolidada.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- La capacidad de producción de la Corporación Huertos G.Z, será suficiente para satisfacer las necesidades del mercado y a sus clientes.
- El estudio de mercado permitirá determinar cuál es la demanda insatisfecha del mercado de Paris.
- La aplicación del presente Plan de Exportación, facilitara la comercialización e introducción del producto en el mercado franceses con éxito

2.5 Variables

2.5.1 Variable Dependiente

- Exportación de zanahoria pre cocida de la Corporación “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO” de la Provincia de Chimborazo

2.5.2 Variable Independiente

- Plan de exportación de zanahoria pre cocida

CAPITULO III

3. MARCO METODOLOGICO

3.1 Modalidad de la investigación

Para desarrollar la siguiente investigación se utilizará los enfoques; cualitativo y cuantitativo (enfoque mixto), ya que son procesos secuenciales y no podemos saltarnos los pasos aunque podemos redefinir alguna fase, parte de la idea o planteamiento del problema, la forma y técnicas para recopilar datos, el análisis e interpretación de resultados, se utilizará indistintamente ambos enfoques. De esta manera se logrará una perspectiva más precisa sobre el contenido.

3.1.1 Enfoque cuantitativo.- La información que se requiere para el estudio está íntimamente ligada con datos numéricos, como son los datos históricos sobre la exportaciones del Ecuador ya sean en productos tradicionales o no tradicionales, y como han evolucionado a lo largo del tiempo.

3.1.2 Enfoque cualitativo.- Para el análisis de la información, y la interpretación de resultados habrá que describir los resultados esperados por la empresa y como estos afectaran al desarrollo del proyecto.

Se realizara entrevistas a los directivos de la Corporación “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO, esto para poder contribuir en la investigación y poder profundizarse en temas rotundamente de carácter interno.

3.2 Tipos de investigación

Una vez planteada la modalidad del plan se pondrá en ejecución un estudio analítico y descriptivo sobre los resultados que ha generado la modalidad cualitativa-cuantitativa, esto buscando especificar los rasgos más importantes como: propiedades, características y los perfiles que conlleva un plan de exportación.

3.2.1 Descriptiva.- es la que describe una situación, fenómeno, proceso o hecho social para formular, en base a esto, hipótesis precisas. El objeto de la investigación descriptiva consiste en evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más puntos del tiempo. (Bernal, C. 2006)

La investigación descriptiva permitirá descubrir las características fundamentales de los aspectos encontrados, al emplear esta investigación en el plan de exportación de la zanahoria se obtendrá información descriptiva de las situaciones y los rasgos importantes de la investigación proporcionando realimentar el sentido de conocimiento.

3.2.2 Analítica.- trata de entender las situaciones en términos de sus componentes, debido a que pretende descubrir los elementos que conforman la totalidad de las partes así como las interconexiones que aplican su integración. (Muñoz, P. 2004)

La investigación analítica en el desarrollo del plan de exportación permitirá obtener datos que confirmen la hipótesis a investigar, de ahí se pondrá en ejecución todas las posibles tácticas para un mejor control crítico de los datos recogidos y los procedimientos empleados.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población.- es el conjunto de todos los sujetos, sobre los que queremos conocer cierta información relacionada con el fenómeno que se estudia.

3.3.2 Muestra.- es un subconjunto de la población de estudio y es el grupo de personas que realmente se estudiarán. Debe ser representativa de la población y para lograr esto, se tiene que tener bien definido los criterios de inclusión y exclusión, así como también realizar una buena técnica de muestreo. (González, A. 2012)

La población a la que nos referimos en el plan de exportación de zanahoria será a las empresas importadoras de hortalizas de Francia, puesto que estos son los principales interesados en la compra.

3.4 Métodos, técnicas e instrumentos

3.4.1 Métodos

Deductivo – Inductivo.- Aplicaremos este método para la elaboración del marco teórico de la tesis, también para el desarrollo del proyecto de exportación ya que utilizaremos conceptos generales sobre comercio exterior y así proponer un proyecto que se acoplen a las necesidades de la corporación.

Analítico - Sintético.- Al procesar la información, se requiere elaborar proyecciones que nos permitan tener una posición clara con respecto al crecimiento que tendrá la exportación de nuestro producto en el mercado de Francia.

3.4.2 Instrumentos

- Fichas técnicas.
- Documentos electrónicos

Por las características del estudio no se puede establecer una muestra ya que la población objetivo se encuentra en el país de FRANCIA, por lo que trabajaremos con datos como el consumo per-cápita, datos históricos y actuales de las importaciones de dicho país para determinar la demanda insatisfecha. Por lo tanto se trabajara con proyecciones en base a datos obtenidos de estudios ya realizados por instituciones como PROECUADOR, MIPRO, TRADEMAP, SENAE, entre otros.

CAPITULO IV

4. MARCO PROPOSITIVO

4.1 Titulo

PLAN DE EXPORTACION DE ZANAHORIA PRE-COCIDA DE LA CORPORACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS HUERTOS G.Z. DE LA PROVINCIA CHIMBORAZO HACIA PARIS - FRANCIA, PERIODO 2014

4.2 Generalidades de la empresa

4.2.1 Antecedentes

Durante el año de 1996, la Comunidad Gatazo Zambrano incursiona en la producción y comercialización de hortalizas, estableciendo una sociedad constituida por 82 personas, todos productores agrícolas, esto por motivo de la baja comercialización de los productos agrícolas en el mercado nacional y la caída de los precios de producción de zanahoria y cebolla.

Se inició vendiendo directamente a 5 supermercados de Quito y Guayaquil, lamentablemente esta opción fracasa debido al esfuerzo aislado de pocos agricultores que no se encontraba organizados, haciendo que los habitantes de la comunidad decidieran seriamente buscar otras alternativas que permitan el progreso de la comunidad, por lo cual, se aliaron a dos empresas grandes, Agro-frio y Zhifoods, para la producción y comercialización exclusivamente de las hortalizas las mismas quiebran haciendo que los productores pierdan sus inversiones.

Experiencia que hace que los agricultores comiencen a producir y comercializar en forma asociada, conforma así la empresa, con el objetivo principal de agrupar a pequeños productores para la comercialización de productos.

En el año de 1998, se refuerza esta Corporación con la incorporación de 29 socios más, totalizando los 111 socios/as, los cuales son apoyados por 250 productores/as de las diferentes zonas de la provincia de Chimborazo, dedicándose por completo a la exportación de zanahoria con la empresa ACOAGRO. El 31 de marzo del 2000 a través de la introducción del cultivo de brócoli en la zona y con el apoyo de las ONGs (CESA), se consolida jurídicamente la Corporación Huertos Gatazo Zambrano.

4.2.2 Estrato de la escritura pública

Tabla 1. Escritura Pública

Razón social:	Corporación “Huertos Gatazo Zambrano”
Objeto social:	Comercialización, distribución y exportación de hortalizas de dentro y fuera del territorio ecuatoriano.
Capital social:	Aporte de 75,00 dólares americanos por cada socio total: (17.650,00 dólares americanos).
Tipo de sociedad:	Asociativa
Número de socios:	102 socios
Domicilio:	Comunidad Gatazo Zambrano, provincia de Chimborazo.

Fuente: (HGZ, 2013)
Elaborado por: Andrés Bustos

4.2.3 Misión

Promover acciones coordinadas entre Socios, Directivos, y Equipo de Gestión que incorpore como actores de la Empresa, para facilitar el acceso a servicios y al mercado a través de nuevas estrategias de comercialización, basadas en la planificación de la producción y el aprovechamiento del poder de negociación que tiene la empresa al coordinar e impulsar esfuerzos con las empresas aliadas y grupos proveedores, así generar oportunidades y apoyar el mejoramiento de condiciones de vida de las familias asociadas. (HGZ, 2013)

4.2.4 Visión

Ser una Agro empresa rural rentable y eficiente que trabaja para mejorar las condiciones de vida de los/as Agricultores/as, siendo líderes en la comercialización de productos agrícolas de calidad, con valor agregado para el mercado local e internacional. (HGZ, 2013)

4.2.5 Ubicación de la empresa

La Corporación Huertos Gatazo Zambrano, se encuentra situado en la provincia de Chimborazo, a pocos kilómetros de la ciudad de Riobamba, transcurriendo a través de las localidades de Licán y Calpi, es uno de los principales proyectos agrícolas del sector que hoy en día se ha vuelto fuente vital de alimento, empleo, comercio y bienestar económico para la comunidad gatacense de la parroquia Cajabamba (Colta), la misma forma parte de la cuenca productiva del Rio Chambo, pues se encuentra asentada en un fértil valle, propicio para la producción de hortalizas. (HGZ, 2013)

Figura 2. Ubicación de Huertos Gatazo Zambrano



Fuente: Chimborazo.net (2013)

Elaborado por: Andrés Bustos

La comunidad Gatazo Zambrano ha ideado la construcción de la corporación ecuatoriana, productora y exportadora “Huertos Gatazo Zambrano”, especializada en la comercialización de hortalizas. En la actualidad posee la participación de 102 socios campesinos, además de la colaboración de 400 familias productoras de hortalizas

4.2.6 Objetivos, valores y principios corporativos

Objetivos Corporativos

La Corporación Huertos Gatazo Zambrano es una empresa con sólidos objetivos corporativos, de los cuales se enfatizan los siguientes:

- Promover el cambio de actitud a través de la vivencia de valores y principios a todo nivel.
- Definir estrategias para captar recursos frescos, identificando alternativas de recursos y desarrollando ideas creativas definiendo estrategias de comercialización.
- Establecer estrategia de comunicación que permitan mejorar, sanear y disponer de información veraz para todos los socios, proveedores, y aliados en general.
- Identificar las motivaciones que tienen los diferentes actores de la empresa para definir estrategias que permita conciliar intereses y trabajar conjuntamente a través de acuerdos consensuados para que toda la comunidad se beneficie. (HGZ, 2013)

Valores Corporativos

- Solidaridad
- Seriedad
- Disciplina
- Equidad entre hombres y mujeres

Principios Corporativos

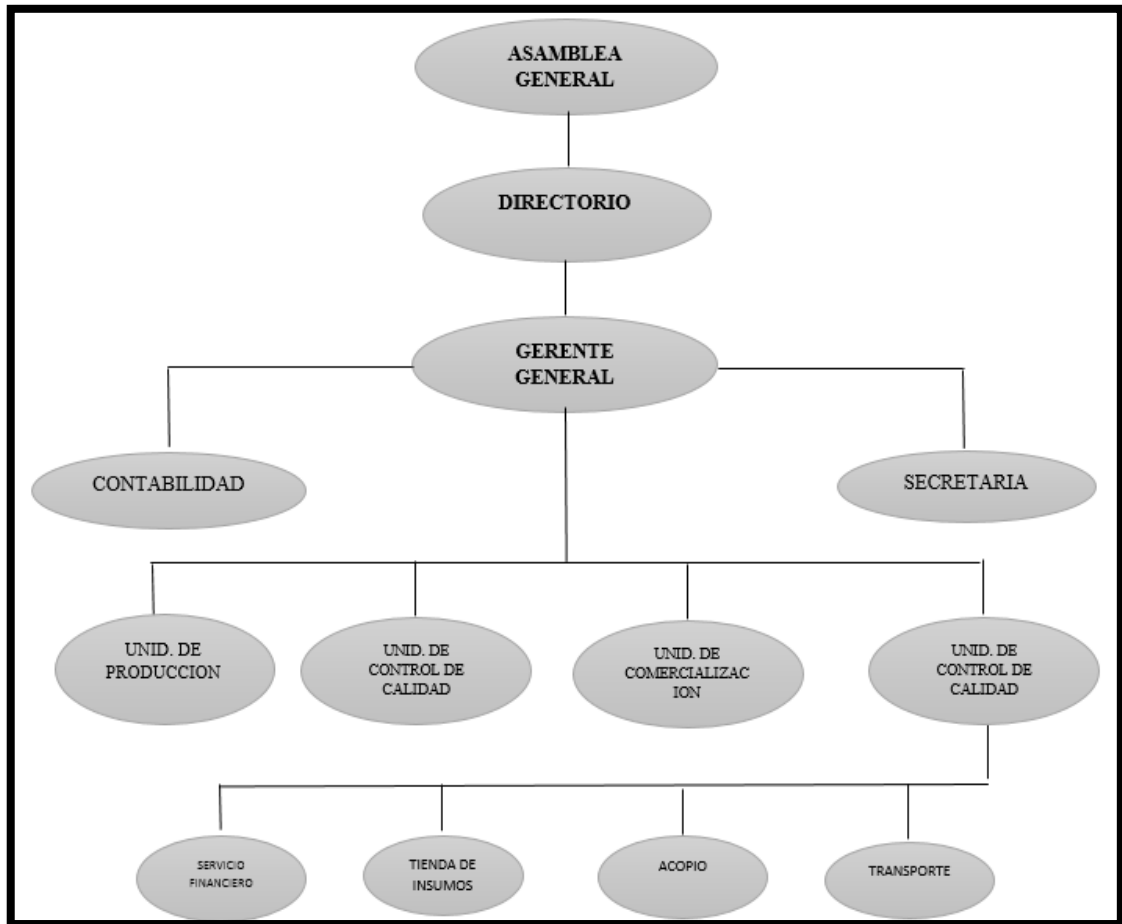
- Ser Organizados
- Estar abiertos a la capacitación
- Responsabilidad
- Esfuerzo y unidad
- Ser Ejemplo

Ejes transversales

- Conservación de Medio Ambiente
- Trabajo con Identidad
- Equidad de Género
- Enfoque de Cadena

4.2.7 Estructura Organizacional

Figura 3. Estructura Organizacional de Huertos Gatazo Zambrano



Fuente: Información HGZ (2013)
Elaborado por: Andrés Bustos

4.2.8 Principales clientes

Las principales empresas que demandan zanahoria de Huertos Gatazo Zambrano son:

- IQF Agroindustrial.
- NOVA
- Provefrut.
- Ecofroz.
- Valley Foods
- Pilvicsa.

Estas empresas procesadoras de hortalizas localizadas en la Sierra Central Norte del país, específicamente en las provincias de Pichincha, Cotopaxi e Imbabura, destinan su producción a mercados internacionales agregando valor al brócoli cumpliendo estándares internacionales de producción y demás requerimientos exigidos por consumidores externos.

Con dichas industrias Huertos Gatazo Zambrano mantiene contratos de producción y venta, a través de convenios denominados “Agricultura bajo contrato” definido “como un acuerdo de mutuo beneficio entre agricultores o empresas de elaboración o comercialización, para la producción y abastecimiento de productos agrícolas, con entrega futura, frecuentemente a precios con rangos predeterminados”. (RURALTER, 2006.)

Si bien es cierto, este tipo de contratos deben ser benéficos para las partes; el bajo poder de negociación de Huertos Gatazo Zambrano, su permanencia en los mismos canales de comercialización y la falta de apertura a nuevos mercados, imposibilita un desarrollo sustentable y comercio justo para sí mismos. En el año 2002, IQF Agroindustrial era el único comprador de brócoli, a partir del año 2005 se amplía el mercado consiguiendo contratos con Valley Foods, Ecofroz, Pilvicsa y Provefrut. En el año 2007 se consigue la suscripción de nuevos convenios con NOVA y Pronaca. En la actualidad, el mayor comprador de brócoli es la empresa IQF Agroindustrial.

A pesar de la apertura del mercado no se ha podido conseguir una rentabilidad aceptable por la falta de una negociación adecuada en las cláusulas estipuladas en el convenio “Agricultura bajo contrato” impidiendo el desarrollo económico y el impacto social esperado.

4.2.9 Principales proveedores

Huertos Gatazo Zambrano se provee de zanahoria, de sus 102 socios productores, pertenecientes a la Comunidad Gatazo Zambrano y de productores de los cantones de Guamote, Colta, Chambo, Riobamba y Guano; llegando a obtener más de 280 proveedores del producto.

El volumen de producción requerido para satisfacer al mercado es de 100 TM, los socios productores de Huertos Gatazo Zambrano manejan aproximadamente 8 hectáreas con un promedio de producción de 11 TM/ha (tonelada métrica por hectárea) lo que genera un volumen de producción de 88TM, las 12TM restantes proveen los productores de la comunidad y los diferentes cantones antes mencionados.

Los proveedores de Huertos Gatazo Zambrano, son pequeños productores campesinos, divididos en las siguientes clases, considerando las siguientes variables:

- Tamaño de la parcela;
- Área de la parcela dedicada al cultivo de zanahoria;
- Si son socios o no de la empresa “HGZ”;
- Sistemas de producción: cultivos existentes en la parcela, las formas de cultivo (en particular las rotaciones realizadas); y,
- Los ingresos anuales.

4.2.10 Análisis FODA

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

Por consiguiente dicho diagnóstico es necesario para posteriormente formular las estrategias que se debe ejecutar para mejorar la gestión de la Corporación y los productos que ofrece.

Aspectos Internos

a) Fortalezas

- La Corporación Huertos G.Z cuenta con infraestructura y maquinaria adecuada para la producción de zanahoria de alta calidad.
- Los productores de la Corporación tienen una amplia experiencia en la producción de la zanahoria.
- El producto presenta muchos beneficios al consumirlo por su alto contenido de vitaminas potasio, cantidades discretas de fosforo, magnesio, yodo, calcio y nutrientes.

- La zanahoria un producto sustituto que puede llegar a constituirse y posicionarse como una hortaliza con propiedades curativas.
- La selección de la zanahoria, para de esta manera obtener un producto de calidad.
- La maquinaria que se utiliza para el proceso de cultivo es de óptima calidad para obtener un producto que cumpla con todas las normas calidad.

b) Debilidades:

- La zanahoria ecuatoriano se produce en la región sierra y por ende por la ubicación de la Corporación tenemos que incurrir en gastos de traslado del producto al aeropuerto.
- Capacidad productiva limitada, debido al costo de los insumos e insecticidas para el tratamiento de la hortaliza por lo cual disminuye la producción.
- Poco conocimiento de la gente sobre los beneficios de la zanahoria.
- Poca experiencia internacional.
- Escasa experiencia en el área de logística de la exportación.
- Falta de certificación de calidad exportable.
- Falta de promoción de los productos no tradicionales en el país.

Aspectos Externos

a) Oportunidades:

- Actualmente existe una tendencia de los consumidores a elegir productos naturales y nutritivos que ayuden a conservar su salud.
- El Ecuador es un país productor de gran variedades de hortalizas y abastece al mercado local e internacional esto indica que se contara con la suficiente producción de zanahoria.
- En la provincia es la única Corporación que tiene convenios con el MAGAP.
- Zonas potenciales para el cultivo de la zanahoria en el país para una calidad óptima.
- En nuestra sierra ecuatoriana contamos con un suelo y clima apto para el cultivo de la zanahoria.

- En un mercado tan extenso como el francés existen grandes ventajas de asentamiento y expansión con nuestro producto con una gran aceptación que podría existir.
- Con gira presidencial del Ecom. Rafael Corea podemos promocionar los productos no tradicionales de excelente calidad.

b) Amenazas:

- Diferentes cambios climáticos los cuales traen inconvenientes en el traslado del producto.
- Empresas Extranjeras con mayor trayectoria y experiencia en el cultivo de la zanahoria en el mercado internacional.
- La capacidad de producción limitada no podría abastecer la demanda excesiva de nuestro mercado meta hacia nuestro producto.
- Nuestro producto no puede tener la aceptación esperada debido a que existen otras empresas en el mercado meta.
- La crisis económica mundial que influye negativamente ya que puede disminuir el ingreso de productos a Francia.
- Ecuador es poco conocido como productor de zanahoria
- Poco conocimiento de la empresa en la aérea de comercio exterior.

4.3 Selección del mercado meta

El mercado que se escogerá para el estudio económico, financiero, demográfico, climático, transporte etc.

Los principales 10 países compradores de zanahoria, a nivel mundial según el valor total importado al 2012 son:

1) Canadá con el	17%
2) Alemania	16%
3) Federación de Rusia	15%
4) Francia	10%
5) Bélgica	10%
6) Estados Unidos de América	9%

El primer mandatario Rafael Corea Delgado en el año 2013 tuvo una gira presidencial por Europa donde fortaleció las relaciones comerciales, y unos de los países que visitó fue Francia, El Presidente aprovechará la visita para reunirse con el consejo empresarial de ese país, visitar la comunidad de ecuatorianos y un encuentro con su homólogo, Francois Hollande.

Aunque de acuerdo con la agenda oficial, el interés de Ecuador con Francia es concretar en esencia convenios en materia de ciencia, educación, tecnología; están pendientes otros temas fundamentales como la negociación de acuerdos comerciales con la Unión Europea (UE), dilatada para el 2014.

Los representantes de gremios empresariales en el Ecuador ven dos principales oportunidades en la visita del presidente Rafael Correa a Francia. Por un lado, la posibilidad de ampliar el intercambio comercial entre ambos países, y por otro lado, ganar apoyo político para la extensión del Sistema General de Preferencias Arancelarias Plus (SGP Plus) que la Unión Europea (UE) mantiene para el Ecuador, por lo que la Comisión Europea envió a su Parlamento el listado de las 10 naciones, entre las que está Ecuador y Pakistán, para que se analice su permanencia en el sistema de preferencias. Este sistema permite que decenas de productos ecuatorianos compitan con otros productos europeos.

Las principales exportaciones del Ecuador hacia Francia son los camarones, langostinos, atunes y rosas, según Pro Ecuador, por lo tanto con este proyecto pretendemos que Ecuador exporte productos no tradicionales como la zanahoria.

4.4 Estudio de mercado francés

Francia, oficialmente República Francesa (en francés: *République française*, es un país soberano, miembro de la Unión Europea y con capital en París, que se extiende sobre una superficie total de 675 417 km² y cuenta con una población de 66 millones de habitantes.

Francia, también conocida como *el hexágono*, es la quinta economía mundial (por delante del Reino Unido, Brasil e Italia) con una elevada difusión cultural en el contexto internacional. Miembro del G8, de la Zona Euro y del Espacio Schengen, y alberga a muchas de las más importantes multinacionales, líderes en diversos segmentos de la

industria y del sector primario, además de que es el primer destino turístico mundial, con 80 millones de visitantes extranjeros al año.

Francia es considerada un país de primer mundo por su nivel de vida (IDH). Es la quinta economía mundial en términos nominales, y a nivel europeo se coloca por detrás de Alemania, con un PIB en dólares superior al del Reino Unido. En 2006 el crecimiento económico francés llegó al 2% siendo el más bajo de la zona euro y sus índices de desempleo entre los más altos.

La economía francesa cuenta con una gran base de empresas privadas, pero la intervención estatal en las grandes compañías es superior a la de otras economías de su tamaño. Sectores clave con grandes inversiones en infraestructura como el eléctrico, las telecomunicaciones o el sector aeronáutico, históricamente han sido dirigidos directamente o indirectamente por el Estado, aunque desde principios de la década de 1990 la participación estatal ha ido decayendo.

Sus bazas son diversas: transporte, telecomunicaciones, industrias agro-alimentarias, productos farmacéuticos, aeronáutica, defensa, tecnología, así como el sector bancario, los seguros, el turismo, y los tradicionales productos de lujo, perfumes, alcoholes, etc.). El PIB por sector: La agricultura (2,7%), industria (24,4%), servicios (72,9%). Por otro lado, la energía solar está comenzando a tener cada vez mayor importancia en Francia.

Sin la producción petrolífera, Francia ha confiado en el desarrollo de la energía nuclear, que ahora representa aproximadamente el 78% de la producción de electricidad del país. Los residuos radiactivos son almacenados en instalaciones de retratamiento. En 2006 la producción neta de electricidad ascendió a 548,8 TWH.

Es un líder de producción mundial agrícola y el sexto más grande. También es el segundo mayor exportador, después de los Estados Unidos. Sin embargo, el destino del 70% de sus exportaciones son otros miembros de la Unión Europea y muchos países pobres africanos (incluyendo sus antiguas colonias) que afrontan una escasez seria de alimentos. Las exportaciones estadounidenses agrícolas a Francia, son aproximadamente de 600 millones de dólares cada año y consisten principalmente en soja, productos de alimentación y forrajes y mariscos. A los Estados Unidos exportan principalmente el queso, productos procesados y vino. Ascende a más de 950 millones de dólares al año.

Alrededor del 75% de franceses vive en núcleos urbanos. París y su área metropolitana correspondiente a la Región conocida como «Isla de Francia» concentra 12 269 433 de habitantes, lo que la convierte en una de las más grandes del mundo, y la más poblada de la Unión Europea. Otras áreas metropolitanas de más de un millón de habitantes son Lyon y Marsella que superan el millón y medio de habitantes cada una.

Tabla 2. Demografía de Francia

Ciudades de más de 200 000 hab.		Mayores áreas metropolitanas	
<u>París</u>	2 181 374	<u>París</u>	12 269 433
<u>Marsella</u>	888 043	<u>Lyon</u>	2 218 271
<u>Lyon</u>	472 305	<u>Marsella</u>	1 876 095
<u>Toulouse</u>	437 715	<u>Lille</u>	1 164 716
<u>Niza</u>	347 060	<u>Toulouse</u>	1 102 887
<u>Nantes</u>	282 853	<u>Burdeos</u>	1 092 149
<u>Estrasburgo</u>	272 975	<u>Niza</u>	1 041 903
<u>Montpellier</u>	251 634	<u>Nantes</u>	763 118
<u>Burdeos</u>	235 178	<u>Estrasburgo</u>	638 670
<u>Rennes</u>	209 613	<u>Toulon</u>	595 884

Fuente: google – Wikipedia Población de Francia entre 1960 y 2009 Classora a partir de Banco Mundial

Los estudios de población francesa muestran su composición mayoritaria de ciudadanos de origen europeo, un 91,6%, de los cuales son franceses 85,0% y de otros países 6,6%.

El 5,7% de la población proviene de países africanos, 3,0% de asiáticos y 0,6% de americanos. Según un estudio publicado en *La France africaine* (2000), el 13 % de la población francesa es de origen africano (Magreb y África negra).

Esta composición es el resultado de la evolución migratoria y de la presencia significativa de población nacida en Francia pero de padres extranjeros, generalmente inmigrantes que a través de los años fueron obteniendo la ciudadanía francesa. La población de origen judío se estimaba en 550 000 personas a principios de los años 2000, aunque no existen datos estadísticos dado que la ley francesa prohíbe recoger datos censales sobre etnias o religiones.

4.4.1 Estudio de mercado parisino

Figura 4. Bandera – Escudo de Paris



Fuente: Imágenes google

Elaborado por: Andrés Bustos

Finanzas y presupuestos

En 2009 los presupuestos del ayuntamiento y departamento de París alcanzaron los 7300 millones de euros, de los cuales 5700 millones eran gastos corrientes y 1600 millones inversiones. Así mismo el Ayuntamiento y departamento de París tienen deudas de 26 600 millones de euros. Los impuestos generan el 55 % de los ingresos, el estado 24 % y la gestión inmobiliaria 15 %, el saldo corresponde al endeudamiento. El Ayuntamiento de París goza de una triple A (por agencias de rating). El Ayuntamiento emplea a 49 000 personas.

Geografía

París está situado en el norte de Francia, en el centro de la cuenca parisina. La ciudad es atravesada por el río Sena. En el centro de la ciudad destacan dos islas que constituyen su parte más antigua, Île Saint-Louis y la Isla de la Cité. En general, la ciudad es relativamente plana, y la altitud más baja es de 35 metros sobre el nivel del mar. Alrededor del centro de París destacan varias colinas, siendo la más alta Montmartre con 130 metros.

Clima

El clima de París es oceánico semi continental (también denominado «clima de transición») al encontrarse alejada de la costa. Las precipitaciones son algo abundantes aunque no excesivas, con una media de aproximadamente 636 mm y están repartidas a lo largo de todo el año de forma regular sin tener un destacado mínimo pluviométrico (es decir, una estación seca). Las temperaturas son relativamente suaves todo el año. En verano se pueden superar los 30 °C ocasionalmente a lo largo de toda la estación, aunque rara vez se superan los 35 °C; las temperaturas máximas suelen rondar entre los 25 °C y 30 °C y son frecuentes las tormentas. La primavera y el otoño son suaves, con abundantes días de lluvia. El invierno no es muy riguroso, la temperatura media es de unos 5 °C, y se alternan días de lluvia y nieve (aunque es más frecuente que llueva a que caiga nieve)

Demografía

París es el centro de un área metropolitana con 12 269 433 habitantes (2010), la primera de la Unión Europea. El municipio central suma un total de 2 243 833 habitantes (2010), población menor a la de su máximo demográfico que fue en 1921. No obstante, en los últimos años ha vuelto a crecer como ha sucedido en otras grandes metrópolis. La mitad de los habitantes menores de 15 años es de ascendencia extranjera.

Comercio y Finanzas

La Avenida de los Campos Elíseos que ha sido llamada "la avenida más hermosa del mundo", es una de las principales calles comerciales de París. Originalmente fue un jardín y se ha convertido en gran avenida-paseo que conecta el Arco del Triunfo con la Plaza de la Concordia

Otra zona destacada en el comercio es Les Halles que era antiguamente el mercado central de la carne y otros productos del mercado de París. El mercado de Les Halles fue destruido en 1971 y sustituido por el Forum des Halles en torno a una importante estación de conexión de metro (la más grande de Europa). El mercado central de París, el mayor mercado mayorista de alimentos en el mundo, fue trasladado a Rungis, en el sur de los suburbios. Al oeste de Les Halles está Le Marais, un barrio con negocios y empresas del ámbito legal y bancario.

Transporte

Posee varios puertos comerciales y privados, pero uno de los más importantes es el puerto de Le Havre, donde acogió sus primeros navíos en 1517, es el segundo puerto de Francia y el quinto puerto europeo.

Está muy bien comunicado por medio de una amplia red de vías de comunicación: autovías, ferrocarril, canales, ríos. El 40% de todo petróleo crudo que entra a Francia pasa por Le Havre y más del 60% de todos los contenedores. El puerto cuenta con un calado de 14,5 mts, una eslora max. 334m una manga max, y 18 muelles

El distrito portuario mide 27 km de oeste a este y 5 km de norte a sur, las comunicaciones entre Le Havre y los grandes sectores geográficos del mundo consisten cada semana en:

11 relaciones con el extremo Oriente

10 con América del Norte

7 con América del Sur

Le Havre es un punto internacional para el tráfico de todo tipo de vehículos, cuenta con el centro ro-ro abierto 7 días a la semana y 24 horas al día, para recibir buques ro-ro de cualquier tamaño. La carga general incluye productos empaquetados de varias maneras así como materias pesadas y otras mercancías fuera del contenedor, cuenta equipo disponibles para recibir, manejar, almacenar y para enviar esta clase de mercancías.

Figura 5. Puerto de Le Havre



Fuente: imágenes google

Elaborado por: Andrés Bustos

4.4.2 Mercado mundial de zanahoria

En esta sección se analiza el comportamiento que ha tenido la oferta y demanda de zanahoria en mercado local como en el mercado parisino, destacando indicadores como la producción de este producto, registrándose un importante dinamismo en su demanda en algunos países especialmente los industrializados.

Dentro de la producción mundial de hortalizas, la zanahoria ha tomado un importante auge, reflejando con ello el amplio gusto que tiene ésta en los consumidores. Este dinamismo en la producción de zanahoria obedece al aumento en la superficie cultivada del producto principalmente.

El consumo de Zanahorias se ha ido incrementando en el mundo al mismo tiempo también sus importaciones las importaciones mundiales de Zanahorias en el 2012 fueron 1,173'116,000 millones de dólares importante cantidad que es mayor al producto bruto interno de muchas economías de muchos países.

Los principales Importadores de Zanahorias en el 2012 en Dólares Americanos fueron:

Canadá	113'153,000
Alemania	111'505,000
Rusia	98'362,000
Estados Unidos	75'450,000
Francia	71'969,000
Bélgica	68'588,000
Malasia	49'854,000
Japón	47'305,000
Corea	44'012,000
Tailandia	42'648,000
Emiratos Árabes Unidos	37'697,000
Reino Unido	37'084,000
Indonesia	30'708,000

Principales Países Exportadores de Zanahorias

Los Países Bajos son los principales exportadores europeos, exportando el 58% de su producción nacional dedicándose a todo tipo de zanahoria, ya sean frescas o elaboradas.

Mayoritariamente la exportación es a Bélgica, Francia y Alemania. Italia exporta el 30% de su producción y España el 15% a Francia, Alemania y el Reino Unido.

También existen países que son tanto exportadores como importadores de los cuales se destacan Bélgica y Francia.

El mercado de Estados Unidos siempre ha sido uno de los más importantes ya sea en la determinación de los precios de los productos agrícolas o como demandante de productos externos dado el amplio potencial de consumidores que tiene. Por este motivo, muchos productores están pendientes del comportamiento de los precios en este país para fijar los propios.

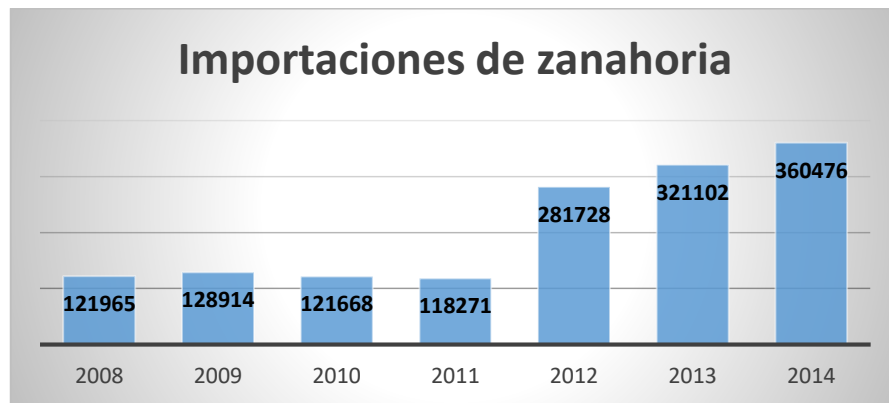
4.4.3 Demanda Global de la zanahoria

La demanda de productos orgánicos y naturales surge de una conjunción de necesidades del consumidor. Esta necesidad se transforma en demanda y comienza a ser interpretada y “saciada” por el sector productivo.

A diferencia de otros productos o movimientos que surgen de la tecnología y son impuestos como necesidades a la sociedad, la demanda de productos naturales nace en el consumidor y despierta el interés en la producción ante la potencialidad del negocio.

Existen razones de peso para augurar un rápido crecimiento del mercado de alimentos y bebidas naturales en la mayoría de los países desarrollados, también está creciendo en algunos países en desarrollo aunque con un ritmo menor. Las expectativas de crecimiento se basan como se menciona, en la creciente preocupación del consumidor por la salud y el medio ambiente y también en la utilización por los principales grupos empresariales que comercializan los productos, de técnicas de ventas y promoción más agresivas y dirigidas a determinados objetivos.

Cuadro 1. Top Importaciones zanahoria de Francia



Fuente: faostat.fao.org/site/342/default.aspx

Elaborado por: Andrés Bustos

Como podemos observar en el grafico en el año del 2008 las importaciones de zanahoria fueron mayores a los años del 2010 – 2011, por lo que en el año 2009 las importaciones se incrementaron a 6949 toneladas

Cuadro 2. Top Exportaciones zanahoria de Francia



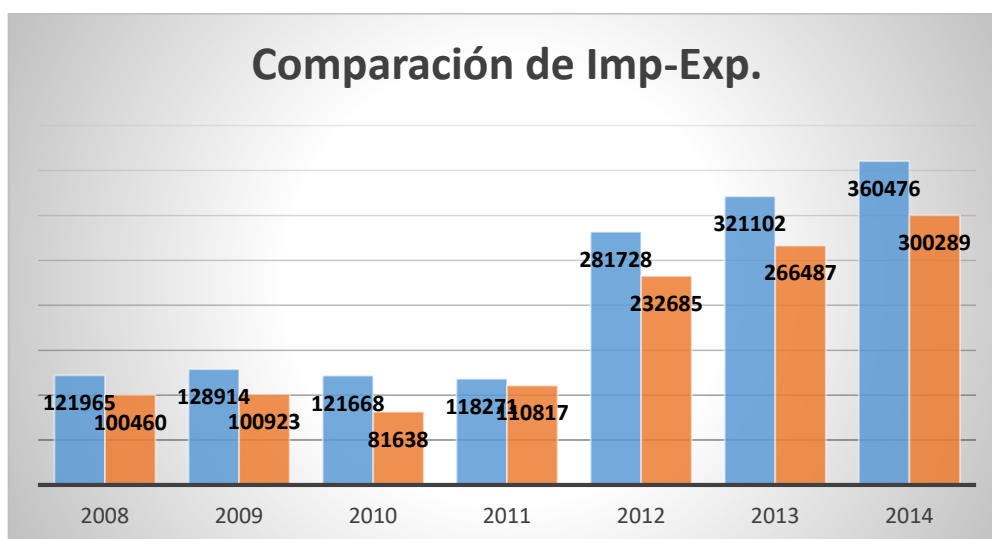
Fuente: faostat.fao.org/site/342/default.aspx

Elaborado por: Andrés Bustos

Observamos muy claramente que en año 2011 fue el año que más exporto Francia, con una gran diferencia de 29179 toneladas al año 2010

Con esto nos podemos dar cuenta que Francia tiene una gran demanda de esta apetecida hortaliza, por lo que en el siguiente cuadro haremos una comparación de las exportaciones e importaciones de los años investigados.

Cuadro 3 Comparación de Imp-Exp.



Fuente: faostat.fao.org/site/342/default.aspx

Elaborado por: Andrés Bustos

En conclusión diremos que las importaciones de hortalizas (zanahoria), en todos los años han ido incrementando, unos años más y otros menos, por lo que hemos comprobado que el mercado de Francia es un país altamente consumidor de zanahoria, por lo tanto nuestra planificación de la hortaliza es muy factible.

4.4.4. Determinación de la demanda insatisfecha

Para Europa ha sido muy difícil distribuir productos agrícolas a sus principales consumidores, que son: Reino Unido (18%) y Alemania, (9.44%), puesto que el porcentaje de la misma es alta, registrando un importe por parte de Ecuador en el último año 55% de exportación agrícola.

Es así como en el 2009, la UE importó €1.896 millones de Ecuador y exportó €987 millones, lo que supuso alrededor de un 0,1% del total de las importaciones-exportaciones para la UE. En el año 2010, aumentaron tanto las importaciones europeas de Ecuador (€1.993 millones), como las exportaciones de la UE hacia el mercado ecuatoriano (€1.399 millones), aunque estas últimas en mayor proporción, generando un saldo en la balanza comercial positivo, pero menor, para Ecuador con respecto al año anterior (€909 millones en 2009 y €594 millones en 2010).

Tabla 3 Importaciones zanahoria

AÑO		Y	X	XY	X ²
2008	0	121.965	-1	-121.965	1
2009	1	128.914	-2	-257.282	4
2010	2	121.668	-3	-365.004	9
2011	3	118.271	0	0	0
2012	4	281.728	1	281.728	1
2013	5	321.102	2	642.204	4
2014	6	360.476	3	1'081.428	9
		1'454.124		45.020	28

Y=a+bx

2015= 242.354 + 45.020(4)= 422.434

2016= 242.354 + 45.020(5)= 467.454

2017= 242.354 + 45.020(6)= 512.474

2018= 242.354 + 45.020(7)= 557.494

Tabla 4Exportaciones de zanahoria

AÑO		Y	X	XY	X ²
2008	0	100.460	-3	-301.380	9
2009	1	100.973	-2	-201.846	4
2010	2	81.638	-1	-81.638	1
2011	3	110.817	0	0	0
2012	4	232.685	1	232.685	1
2013	5	266.487	2	532.974	4
2014	6	300.289	3	900.867	9
		1'193.299		1'081.662	28

Y=a+bx

2015= 198.883+ 38.630(4)= 353.403

2016= 198.883+ 38.630 (5)= 392.033

2017= 198.883+ 38.630 (6)= 430.663

2018= 198.883+ 38.630 (7)= 469.293

Tabla 5 Demanda insatisfecha

AÑO	IMPORTACION - EXPORTACION	DEMANDA INSATISFECHA(TONELADAS)
2015	422.434 – 353.403	69.031
2016	467.454 – 392.033	75.421
2017	512.474 – 430.663	81.811
2018	557.494 – 469.293	88.201

En Francia, igualmente existe un alto nivel de demanda de zanahoria, encontrando dependencia en las importaciones que les proporcionan proveedores agrícolas de los países bajos, dado que la escasez de recursos agrícolas internos es grave por la misma razón se importa el 78% de la producción agrícola.

La alta demanda de hortalizas en Francia constituye la primera prueba de viabilidad para la exportación de un producto. No obstante, la demanda insatisfecha debe ser ampliamente superior al tamaño del plan, a fin de que el riesgo no sea tan alto, demostrando que sí existe una considerable demanda insatisfecha de zanahoria en el mercado francés y que no hay suficiente producción del mismo en ese país. Por lo mismo posee una demanda insatisfecha de un porcentaje mayor al 30% de zanahoria.

Por lo cual vamos a representar en tablas con sus respectivas fórmulas para dar a entender mejor la demanda insatisfecha de dicho mercado.

4.4.5 Acuerdo para la Cooperación en el área de la Economía Solidaria y Comercio Justo, suscrito entre Ecuador y Francia

Los ministerios han acordado desarrollar los siguientes objetivos:

1. Colaborar con el fortalecimiento institucional de todas las entidades, en el respeto de su diversidad, que se desempeñen en el campo de la economía popular, solidaria y del comercio justo.
2. Intercambiar y promover entre ellos buenas prácticas de gestión gubernamental y de información en el ámbito de la economía social, solidaria, del comercio justo y de favorecer la participación mutua en conferencias reuniones foros nacionales y regionales.

3. Promover intercambios entre organizaciones públicas y los diversos actores que trabajan en el campo de la economía social, solidaria y el comercio justo.
4. Intercambio y promoción de los mecanismos para la medición del impacto del sector y de las políticas públicas sobre la economía y el desarrollo social.
5. Fomentar proyectos de cooperación y de asistencia técnica entre los dos países, en materia de políticas públicas de apoyo a la economía social y solidaria la innovación el financiamiento solidario el comercio justo y el turismo solidario.
6. Impulsar el intercambio de las mejores prácticas productivas, comerciales, sociales, y organizativas de actores de comercio justo.
7. Favorecer el desarrollo de nuevas iniciativas de los actores de la economía, social, popular y del comercio justo.
8. Promover el intercambio de experiencias sobre procesos de certificación y marcas registradas y/o sellos en el ámbito del comercio justo.
9. Establecer programas de formación para los funcionarios, y encargados de la concepción e implementación de las políticas del comercio justo y de economía, popular y solidaria.
10. Instaurar formaciones dirigidas a los estudiantes y a las personas interesadas en desarrollar actividades de economía social, popular y solidaria o comercio justo.

4.5 Canales de distribución

Un factor decisivo si se desea exportar al mercado de Francia y específicamente a Paris, es determinar la cantidad de producto disponible para entrar a ese mercado. Uno de los principales errores para un pequeño y mediano productor es el no identificar en forma correcta la cantidad disponible para ofrecer en el mercado internacional y encontrarse con que, luego del primer pedido de prueba, no puede abastecer a su nuevo comprador por las cantidades solicitadas.

Es importante que por el tamaño del mercado francés, al inicio se seleccione uno o dos mercados objetivo, en nuestro caso la ciudad de PARIS. Incluso muchos productores o distribuidores, por el tamaño y las distancias de Francia, suelen estar especializados en alguna área geográfica, o, nicho de mercado en particular, por lo que es necesario buscar distintos clientes en ese país si se desea comercializar el producto.

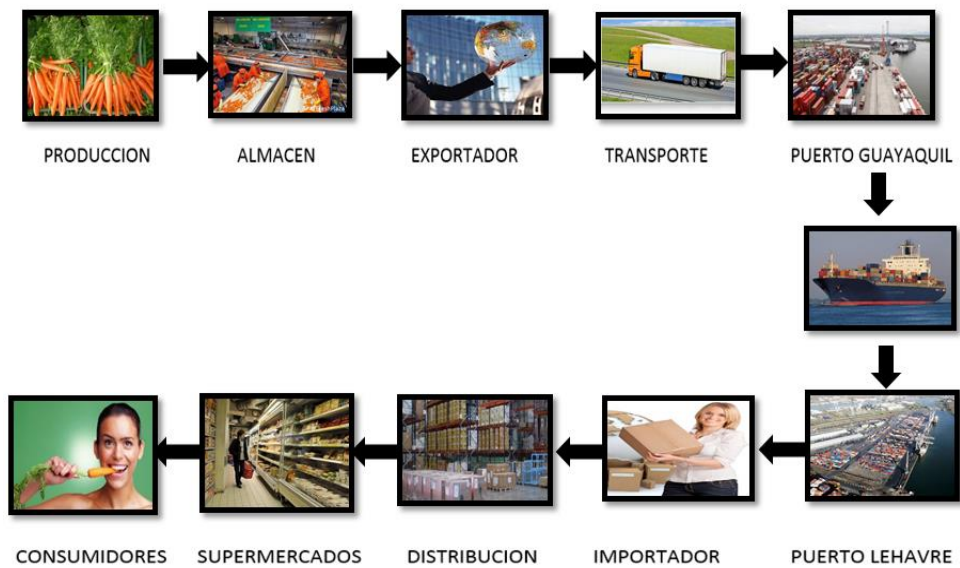
Las ventas de este producto en el exterior se realizarán a través de intermediarios (agente, bróker), pues al ser una mediana Empresa aún, se considera que es la mejor forma de llegar a nuestro mercado que es la ciudad de Paris y por ende al consumidor final. El exportador, con el contacto directo con el intermediario, podrá obtener datos sobre la aceptación del producto sugerencias y también las necesidades del cliente final, estos factores sirven para mejorar el marketing.

El medio de transporte que se ha elegido de mutuo acuerdo es el Marítimo por las siguientes razones:

- Es el principal medio utilizado en el comercio internacional de frutas y hortalizas.
- Es considerado el medio más económico y especializado para la exportación de grandes cantidades de productos frescos
- Dependiendo del volumen a movilizar, la operación se realiza en barcos refrigerados (*reefers*) o en contenedores equipados con sistemas de frío.

La mercadería luego de ser transportada hacia el Terminal Portuario de Guayaquil, será entregada a la Consolidadora, de mutuo acuerdo con el bróker, quien es el que coordina el transporte hacia el Puerto de Lehavre para luego transportar la mercancía hacia Paris. Donde el tiempo de estimado del puerto de Guayaquil al puerto de Lehavre será de 20 días aproximadamente, y de Lehavre a Paris en vía terrestre es de 196km un tiempo estimado de 2 horas 6 minutos.

Figura 6 Distribución del producto



Fuente: imágenes google

Elaborado por: Andrés Bustos

4.6 Promoción

Se debe tener en cuenta que el producto se adapta al mercado y no el mercado al producto. Todo depende del nivel de publicidad que la empresa desarrolle acerca del producto, con el fin de conseguir una demanda acertada del producto en el exterior.

La Empresa empieza ofreciendo sus productos a través de un estudio y su bróker en el exterior. En lo posterior es muy importante también la participación de la empresa en ferias internacionales de productos orgánicos y naturales.

4.7 Análisis del producto

4.7.1 El Producto

Las zanahorias son unas de las hortalizas más presentes en la gastronomía del mundo, ya que al abrir cualquier frigorífico, seguro que encontraremos con este vegetal, dispuesto para ser usado en multitud de recetas, pero también para ser él mismo el protagonista de algunos de los platos, pues su versatilidad culinaria es infinita. Es muy saludable comerla cocida, aunque no tanto en este estado para fines medicinales. Debido a las sustancias aromáticas que posee la zanahoria, es muy buena para estimular el apetito y muy usada para la gente que padece anemia o depresión.

4.7.2 Definición del producto

La zanahoria es una verdura que tiene muchas ventajas en la alimentación de todas las personas, sin importar su edad. Además de ser un rico alimento, es uno de los recursos terapéuticos más valiosos para tratar los padecimientos. La zanahoria es la más mineralizante y vitaminizante de todas las raíces, es recomendada para cualquier clase de enfermos, sin ninguna contraindicación.

El comerse cruda además de tener un excelente sabor, ayuda a fortalecer los dientes y encías, para niños, ancianos, enfermos y atletas, constituyéndose como una de las mejores maneras de nutrir de energía vegetal nuestro organismo.

Figura 7 Zanahoria



Fuente: Redacción/facilisimo.com

Elaborado por: Andrés Bustos

4.7.3 Origen del producto

A nivel mundial la zanahoria (*Daucus carota L.*) es una de las hortalizas de mayor consumo, siendo los principales productores Asia, Europa y América.

Durante los primeros años de su cultivo, las raíces de la zanahoria eran de color violáceo. El cambio de estas al actual color naranja se debe a las selecciones ocurridas a mediados de 1700 en Holanda.

Se dice también que llegaron a España de manos de los árabes y, poco a poco, se fueron extendiendo al resto de Europa. Pero ya eran conocidas anteriormente por griegos y romanos, aunque como no eran muy populares entre ellos, no extendieron su cultivo. Incluso, existen referencias al cultivo de la zanahoria morada en Oriente hace 3000 años.

Su color naranja se debe a la presencia de carotenos, entre ellos el beta-caroteno o provitamina A, pigmento natural que el organismo transforma en vitamina A conforme la necesita, así mismo es fuente de vitamina E y de vitaminas del grupo de B como los folatos y la vitamina B3 o niacina. En cuanto a los minerales se destaca el aporte de potasio, y cantidades discretas de fosforo, magnesio, yodo y calcio.

4.7.4 Morfología y Taxonomía

Familia: Umbelliferae.

Nombre científico: *Daucus carota L.*

Planta: bianual. Durante el primer año se forma una roseta de pocas hojas y la raíz. Después de un período de descanso, se presenta un tallo corto en el que se forman las flores durante la segunda estación de crecimiento.

Sistema radicular: raíz napiforme, de forma y color variables. Tiene función almacenadora, y también presenta numerosas raíces secundarias que sirven como órganos de absorción. Al realizar un corte transversal se distinguen dos zonas bien definidas: una exterior, constituida principalmente por el floema secundario y otra exterior formada por el xilema y la médula. Las zanahorias más aceptadas son las que presentan gran proporción de corteza exterior, ya que el xilema es generalmente leñosos y sin sabor.

Flores: de color blanco, con largas brácteas en su base, agrupadas en inflorescencias en umbela compuesta.

Fruto: diaquenio soldado por su cara plana.

4.7.5 Proceso de producción

A continuación se explica cada paso del diagrama que se debe llevar a cabo en el proceso de producción de la zanahoria.

- **Preparación del terreno.**

La preparación del terreno suele consistir en una labor profunda (subsulado o vertedera), seguida de una labor más superficial de gradeo o cultivador. El lecho de siembra se prepara con una labor de rotocultivador y un conformador adaptado dependiendo si el cultivo se realiza en llano, surcos o meseta. Normalmente suelen utilizarse mesetas de 1.5 m. y cuatro bandas de siembra

- **Siembra.**

Se realiza prácticamente durante todo el año. Si la siembra se realiza a voleo, se emplearán por área unos 80 g de semilla, quedando la distancia definitiva entre plantas de 15 x 20 cm, lo que hace suponer que si se quedan a distancias inferiores tendrá que procederse al aclareo de plantas. La semilla deberá quedar a una profundidad de unos 5 mm. Normalmente la siembra se realiza con sembradora neumática y semilla desnuda o calibrada en bandas, a una dosis que oscila entre 1.8-2.3 millones de semillas por hectárea.

- **Riego.**

Es bastante exigente en riegos en cultivo de verano y especialmente cuando se realiza sobre suelos secos.

- **Abonado**

A modo de orientación se indican los siguientes abonados:

- Tierras pobres, por hectárea: estiércol (30 T), nitrato amónico al 33,5 % (100kg), superfosfato de cal al 18 % (400 kg), cloruro potásico al 50 % (100 kg).

- Tierras ricas, por hectárea: nitrato amónico al 33,5 % (100 kg), superfosfato de cal al 18 % (300 kg), cloruro potásico al 50 % (150 kg).

El cloruro potásico y el superfosfato de cal se incorporan al suelo antes del invierno. El nitrato en cobertera, en una o dos veces después del entresacado.

- **Recolección.**

La recolección se efectúa antes de que la raíz alcance su completo desarrollo (hasta 5 cm. de diámetro según sean destinadas para conserva, o para su consumo en fresco). El periodo entre siembra y recolección varía según las variedades, el uso final del producto y la época del año, siendo en general un intervalo de 3-7 meses.

Las operaciones de recolección son el arrancado, la limpieza, el corte del follaje si es preciso y la recogida. Existen tres tipos de recolección: la recolección manual, se emplea únicamente en parcelas muy reducidas; la recolección semi-mecánica, mediante herramientas acopladas al tractor (arado, cuchillas o máquina arrancadora-alineadora); y la recolección mecánica, muy desarrollada actualmente.

La recolección mecánica es cada vez más común debido a sus considerables ventajas como el ahorro de mano de obra y por tanto menor coste de producción.

Las máquinas arrancadoras por empuje se utilizan para arrancar las zanahorias desprovistas de follaje, por tanto son indicadas para variedades de follaje poco frondoso o raíces de pequeño tamaño. La eliminación del follaje se realiza previamente o en la misma operación de recolección, acoplado la herramienta al tractor.

4.7.6 Lavado y acondicionado.

Las operaciones de lavado y acondicionado se realizan en almacén, normalmente con maquinaria específica para evitar los golpes a las zanahorias. Estas operaciones deben ser lo más minuciosas posible, pues de ellas depende el resultado final del producto.

El proceso consta de las siguientes fases:

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

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

3. Lavado: previamente al lavado en sí, puede efectuarse un prelavado, una limpieza en seco. El lavado propiamente dicho se realiza de forma manual o con lavadoras, que pueden ser cilindros giratorios, lavadores por burbujeo o lavadores por aspersion. El principal inconveniente de las lavadoras es el peligro de dañar las raíces por lo cual no es muy recomendable, por lo que se hace manualmente.

4. Selección: en esta fase se separan restos de follaje mediante la separación manual, ya que quedan trozos o zanahorias partidas, por lo que este último proceso dependerá de la calidad del producto para la comercialización.

4.7.7 Proceso de Pre cocido

Hemos hecho un acuerdo con la empresa AgroHuayco Cia Ltda lo cual está situada en el cantón Chambo del Ingeniero Santiago Camacho actual gerente y propietario de dicha empresa, para lo cual nos facilitara con el proceso de pre cocido que hay que darle a la zanahoria, en este proceso, se precoce y se congela para periodos largos de almacenamiento lo cual tiene un vencimiento hasta de 14 meses. Para precocer congelar zanahorias, debes partirlas y lavar bacterias potencialmente dañinas antes de finalmente ubicarlas dentro del empaque adecuado para colocarlas en un congelador. Aquí se detalla las tres partes para precocer.

Parte 1 de 3: Preparado de la zanahoria

1.- Usa zanahorias en buen estado. Escoge zanahorias frescas que sean jóvenes, tiernas y libres de manchas.

- Las zanahorias de tamaño medio generalmente funcionan mejor. Las verdaderas zanahorias “bebé” son una variedad pequeña de zanahoria que no suele retener tan bien su sabor durante el proceso de pre cocido y congelación.
- De ser posible, selecciona zanahorias que hayan sido cosechadas frescas. Si no puedes congelar las zanahorias inmediatamente después de haber sido cosechadas, deberás refrigerarlas.
- No uses zanahorias que estén muy blandas o se hayan secado.

2.- Lava las zanahorias. Tallar o enjuagar las zanahorias bajo agua que corre para remover la tierra.

- Será necesario que las laves con algún instrumento para vegetales para poder remover la tierra.

3.- Parte las zanahorias en piezas pequeñas. En la peladora hay que cortarlas en rodajas de $\frac{1}{4}$ de pulgada (6.35mm).

- En la peladora de verduras se saca la cáscara, revelando así la piel color naranja brillante que está debajo.
- A continuación se corta el resto de la zanahoria en rodajas de $\frac{1}{4}$ de pulgada (6.35mm). También puedes cortar las zanahorias en tiras delgadas estilo juliana, pero las rodajas son generalmente más fáciles de realizar.

Parte 2 de 3: Escaldando las zanahorias

1.-Hiervir agua.- Llena aproximadamente 2/3 del recipiente con agua y déjala hervir a fuego alto.

- El agua deberá dejarse a hervir por completo.
- Termina el proceso de escaldado para cada lote antes de comenzar con el siguiente.

2.-Prepara un contenedor grande de agua helada. El contenedor de agua helada debe ser de al menos el mismo tamaño que el contenedor de agua hirviendo. Agrega mínimo una bandeja de hielo, alrededor de 12 cubos, al tazón y llena 2/3 de él con agua helada. Es importante que tengas el agua helada lista antes de comenzar con el proceso de escaldado de las zanahorias.

3.-Escalda las zanahorias en agua hirviendo. Transfiere las zanahorias preparadas al agua hirviendo y cocínalas por poco tiempo.

- Las zanahorias en rodajas deberán tomar sólo 2 minutos. Las zanahorias “bebé” tomarán alrededor de 5 minutos.
- Escaldar restringe ciertas enzimas naturales y bacterias en las zanahorias, por lo que previene que cambien de color, pierdan su sabor o su valor nutricional.
- Puedes volver a usar con seguridad el agua para escaldar hasta cinco veces diferentes, pero es probable que debas agregarle más agua caliente a la olla conforme pase el tiempo.

4.-Transfiere rápidamente las zanahorias al agua helada. Tan pronto como pase el tiempo necesario, usar utensilios correctos para sacar las zanahorias de la olla y meterlas en el contenedor con agua helada.

- Permite que las zanahorias permanezcan en el agua helada durante la misma cantidad de tiempo que estuvieron en el agua hirviendo. Generalmente, esto significa que las zanahorias en rodajas deben ser enfriadas por 2 minutos y las zanahorias “bebé” durante 5 minutos.
- Enfriar las zanahorias es esencial debido a que detiene el proceso de cocido. No quieres que las zanahorias estén completamente cocidas.

5.-Seca las zanahorias. Transfiere las zanahorias a un colador y permite que se escurran por varios minutos.

Parte 3 de 3: Congelando de zanahorias

1.-Esparce las zanahorias en papel para hornear.- Si las zanahorias se traslapan, terminarán pegándose después de ser congeladas. Este paso se hace por el simple hecho de prevenir que las zanahorias se peguen juntas en el congelador, haciendo más sencillo el pesarlas y deshelarlas más adelante.

2.-Pre-congela las zanahorias. Coloca el papel para hornear de las zanahorias en el congelador por 1 o 2 horas, o hasta que las zanahorias estén congeladas.

- Pre-congelar las zanahorias es un paso opcional. Si planeas usar una bolsa entera o contenedor de zanahorias a la primera, no es necesario que las congeles individualmente. Si no planeas usar el lote completo a la primera, sin embargo, pre-congelarlas prevendrá que se peguen entre sí cuando las congeles para el almacenamiento a largo plazo.
- Las zanahorias han sido congeladas una vez que no puedas cortarlas o romperlas con un cuchillo.

3.-Transfiere las zanahorias a un contenedor que sea seguro de usar en congelador. Si usarás un contenedor plástico, asegúrate que haya al menos ½ pulgada (1.25 cm) de espacio libre entre las zanahorias y la tapa del contenedor. La comida se expande al ser congelada, y el espacio extra permitirá que las zanahorias se expandan lo que sea necesario.

- Si utilizas una bolsa de plástico, asegúrate de sacarle la mayor cantidad de exceso de aire que sea posible antes de sellar la bolsa. Usa un sellador al vacío si tienes uno.
- Los contenedores de vidrio no son recomendados debido a que tienden a quebrarse y romperse dentro del congelador.
- Etiqueta el contenedor con la fecha actual para que sepas, en un futuro, cuánto tiempo han estado guardadas tus zanahorias.

4.-Congélaslas hasta que estén listas para usarse. Las zanahorias mantienen su calidad durante alrededor de 9 meses dentro de un congelador ordinario y bolsas o contenedores de plástico ordinarios.

- Si usarás una bolsa sellada al vacío y guardarás las zanahorias en el congelador, las zanahorias durarán alrededor de 14 meses sin perder la calidad.
- Las zanahorias congeladas se pueden utilizar mejor para platillos cocidos que para platillos frescos.

4.7.8 Valor Nutricional

Al igual que todas las hortalizas, la zanahoria es rica en vitaminas, fibras, glúcidos, y baja en grasa, a continuación presento una tabla donde podemos observar la composición en fresco y después de distintos tratamientos.

Figura 8 Valor Nutricional del Producto

	Cruda	Cocida	Congelada	Congelada y cocida
Energía (Kcal)	24	24	26	19
Energía (KJ)	102	102	112	79
Agua(g)	90,3	90,4	89,6	90,8
Proteínas (g)	2,1	1,8	2	1,6
Glúcidos dispon. (g)	3,6	3,9	4,1	2,8
Azúcares (g)	2,2	2,5	2,4	1,3
Almidón (g)	1,4	1,4	1,7	1,5
Fibra (g)	3,1	3	3,6	4
Lípidos (g)	0,2	0,2	0,2	0,1
Sodio (mg)	4	3	4	10
Magnesio (mg)	28	20	20	16
Fósforo (mg)	38	40	33	23
Potasio (mg)	243	240	204	122
Calcio (mg)	56	40	47	46
Hierro (mg)	1	1,2	0,8	0,7
Eq. B-caroteno (µg)	340	336	280	170
Vitamina E (mg)	0,24	0,2	0,2	0,11
Vitamina C (mg)	16	10	11	8
Tiamina (mg)	0,08	0,06	0,08	0,05
Riboflavina (mg)	0,1	0,07	0,1	0,08
Ac. Pantoténico (mg)	0,7	0,07	0,07	0,06
Vitamina B6 (mg)	0,9	0,06	0,12	0,06
Vitamina B12 (µg)	0,14	0	0	0
Folatos (µg)	70	45	60	46

Fuente: Botanical-online

Elaborado por: Andrés Bustos

4.7.9 Beneficios del producto

En la cocina

La zanahoria puede ser consumida en multitud de guisos, ser la protagonista de algunas recetas o, incluso, puede comerse cruda, lavándola muy bien previamente.

En ensaladas o hervida puede presentarse en pedazos o rallada. También puede ser exprimida para conseguir un zumo de zanahoria que, tomado antes de exponerse al sol, asegura un bronceado más bonito.

La mermelada de zanahoria es usada cada vez más como acompañamiento de pan tostado o como guarnición de algunas carnes. Su preparación no difiere mucho de cualquier mermelada: sólo son necesarias zanahorias, azúcar, zumo de limón y paciencia para los tiempos de cocción.

Este vegetal que, a primera vista, parece muy simple, no sólo tiene miles de años, sino que, además, encierra en su interior nutrientes muy importantes. Si unimos todo esto a la gran cantidad de recetas que podemos cocinar con ella, nos damos cuenta de la importancia que tiene en la actualidad la zanahoria.

En la medicina

Las zanahorias son ricas en caroteno, especialmente caroteno beta, que es la sustancia que se convierte en vitamina A en el cuerpo humano. Éste es un eficaz antioxidante empleado en investigaciones contra el cáncer y la prevención de los infartos. Además, esta hortaliza aporta gran cantidad de fibra y azúcares. Y gracias a las pectinas, ayuda a regular el tránsito intestinal.

Ayuda a mantener una salud intestinal

El consumo habitual de esta hortaliza puede ayudar a impedir o disminuir la toxicidad de las intoxicaciones alimentarias, simplemente se utiliza el zumo de la zanahoria para eliminar las lombrices intestinales. Consumir habitualmente ayuda a mantener libre de estos parásitos.

Las zanahorias son laxantes naturales que resultan útiles para evitar o solucionar el estreñimiento. Al mismo tiempo por su riqueza en pectinas, constituye un remedio para combatir la diarrea, resultado muy interesante en los casos de la diarrea infantil. Además contiene mucha vitamina C y hierro por lo que resultan adecuadas para la dieta de los niños.

Controla el azúcar en la sangre

La zanahoria cruda tiene un índice glucémico bajo, es decir, que contiene carbohidratos complejos que necesitan ser digeridos para convertirse en azúcares. Los carbohidratos de la zanahoria cruda se absorben lentamente y no producen hiperglucemia, por lo que resultan muy valiosas en la dieta para la diabetes

4.7.10 Nombre de la marca

La Corporación desarrollara y comercializara el producto bajo el nombre **“Huertos Gatazo Zambrano”** con la etiqueta que se encuentra a continuación.

Figura 9 Etiqueta del Producto



Elaborado por: Andrés Bustos

4.7.11 Calidad.

La calidad del producto es muy importante al momento de comercializar, existen muchas propiedades visuales y organolépticas que diferencian las diversas variedades de zanahoria. En general las zanahorias deberían ser o tener las siguientes características:

- 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 terpénicos.
- Alto contenido de humedad y azúcares reductores es deseable para consumo en fresco.
- Defectos de calidad: incluyen falta de firmeza, forma no uniforme, aspereza, desarrollo pobre de color, grietas, corazón verde, quemado del sol y calidad pobre del corte de tallo.

4.8 Proceso de exportación

4.8.1 Generalidades

El exportar no sólo significa una cuestión de vender bienes o servicios a un determinado país o destino sino que además es entregar un excelente producto o sea de una óptima calidad rigiéndose a las normas nacionales e internacionales para así tener resultados favorables entre comerciantes.

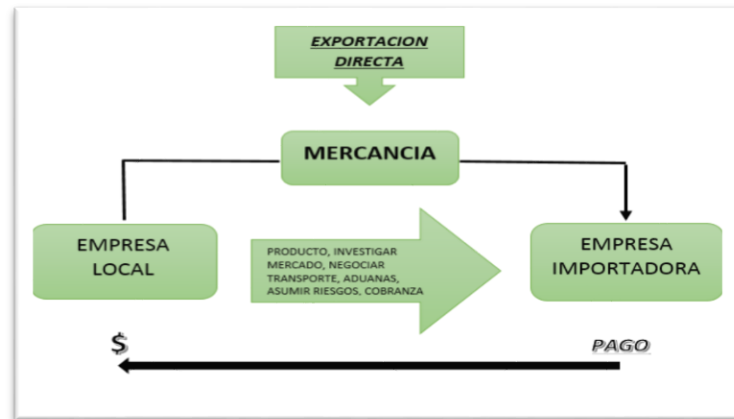
4.8.2 Exportación a consumo

La exportación a consumo, de conformidad al código orgánico de la producción comercio e inversiones, es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio ecuatoriano para su uso o consumo definitivo en el exterior.

La exportación consiste en establecer contacto directo con el importador y realizar todo el proceso de la operación de exportación. Esto involucra la utilización de mayores recursos, contar con recursos humanos bien capacitados en comercio internacional y además, con una red de contactos de proveedores de servicios a las exportaciones.

Se propone efectuar la exportación a través de un bróker, enviando las mercancías y finalmente efectuando la cobranza. Todo este proceso implica asumir los riesgos propios de toda operación de exportación, como por ejemplo, la ocurrencia de siniestros (gastos internos, incendios, desastres naturales, accidentes, entre otros), todo esto dependiendo del tipo de negociación que se acuerde. Por otro lado, asume el riesgo de no pago lo que dependerá del medio de pago utilizado y de las medidas de protección que pueda adoptar el exportador. Esta estrategia se aplicará porque se considera que es la forma más apropiada para llegar al mercado meta.

Figura 10 Diagrama de exportación



Elaborado por: Andrés Bustos

Después de conocer la exportación a consumo se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- a) Del exportador o declarante
- b) Descripción de mercancía por ítem de factura
- c) Datos del consignante
- d) Destino de la carga
- e) Cantidades
- f) Peso; y demás datos relativos a la mercancía.
- g) Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

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

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

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

- a) Canal de Aforo Documental
- b) Canal de Aforo Físico Intrusivo
- c) Canal de Aforo Automático

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada. (Aduana del Ecuador. 2012)

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

Las exportaciones totales del Ecuador al Mundo en los últimos cinco años, han presentado una tendencia creciente, exceptuando el 2009 donde hubo una caída que se podría alegar a la crisis económica mundial de ese año. Para el 2011 las exportaciones alcanzaron los USD 22,322 millones, lo que significó USD 4,832 millones más que en el 2010. La tasa de crecimiento promedio anual de las exportaciones ecuatorianas en los últimos cinco años ha sido positiva de 11.74%.

EXPORTACIONES DEL ECUADOR AL MUNDO					
Valor FOB en miles de dólares					
2007	2008	2009	2010	2011	2012
14,321,316	18,818,326	13,863,055	17,489,923	22,322,353	21,887,095

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

4.8.3 Procedimiento de Registro como exportador

- ✓ **RUC:** Sea persona natural o jurídica el exportador deberá contar con el Registro Único de Exportador.
- ✓ **Registro electrónico en la Página Web de la SENAE**

Para el registro Electrónico el Exportador debe cumplir con varios requerimientos de normalidad sistema de manera que pueda operar libremente como exportador directo, a continuación damos a notar los pasos:

- Ingreso a la página Web de la SENAE
- Selección en el menú principal de la opción “OCE’S Registros de Datos”.
- Llenar el formulario cuyo encabezado es “Ingreso de datos del Operador de Comercio”; este debe llenarse en su totalidad para después dar clic al final en la pestaña “Enviar Formulario”
- Luego de esto el sistema OCE’s emite una clave de acceso al comercio exterior el cual debe ser solicitado ante la Gerencia General de la Aduana; para deberá presentar los siguientes requisitos:
 - Carta original de la empresa, dirigida a la Ing. Gabriela Galarza – Jefe de Atención al Usuario, solicitando la clave de acceso al SICE. Esta carta debe estar firmada por el representante legal de la empresa.
 - Copia del RUC de la empresa.
 - Copia de la cédula del representante legal de la empresa.

- Luego de esto el Exportador tiene acceso al sistema para poder dar el seguimiento correspondiente a su trámite y saber lo que tiene que hacer para que la exportación sea liquidada sin ningún tipo de observaciones o cumplir con tales a fin de que dicho trámite sea cerrado con normalidad.
- ✓ Información adicional.- La Aduana se reserva el derecho de solicitar información adicional, tanto a personas naturales como jurídicas
- ✓ Inscripción única por exportador.

4.9 Estructura de Comercialización

4.9.1 Clasificación Arancelaria

Un elemento básico en el comercio exterior es la identificación de cada mercadería a través de un sistema numérico armonizado de entendimiento internacional. Sobre ello se establecen los requisitos de importación así como la asignación de aranceles y gravámenes.

La Clasificación Arancelaria permite la identificación de las mercaderías que se comercializan. Facilita el que las aduanas apliquen las medidas arancelarias y no arancelarias. Se le conoce como un Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, de aceptación internacional, cuya estructura obedece a la siguiente jerarquía: secciones, capítulos, subcapítulos, partidas y sub-partidas.

a) Estructura del arancel de aduanas:

El Arancel de Aduanas ha sido elaborado en base a la Nomenclatura Común de los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena (NANDINA), con la inclusión de subpartidas adicionales de conformidad a la facultad otorgada por el art. 4º de la Decisión 249 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena.

La NANDINA está basada en la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (S.A.) en su Versión Única en Español, que tiene incorporada la Segunda Enmienda al Sistema Armonizado recomendado por la Organización Mundial de Aduanas (O.M.A.). Esta Versión Única fue aprobada por el Acuerdo de Lima, por los Directores Nacionales de Aduanas de América Latina, España y Portugal.

Los desdoblamientos se han realizado agregando dos cifras al código de la NANDINA, por lo que ningún producto se podrá identificar en el Arancel de Aduanas sin que sean mencionadas las diez cifras; denominándose SUBPARTIDA NACIONAL.

En aquellos casos que no ha sido necesario desdoblar la Subpartida Subregional NANDINA, se han agregado dos ceros para completar e identificar la Subpartida Nacional del Arancel de Aduanas.

Cuando a una subpartida nacional le precede guiones responderá al nivel de desdoblamiento correspondiente a la Subpartida del S.A. y de la Subpartida Subregional NANDINA.

Las Notas Explicativas y el Indicé de Criterios de Clasificación aprobadas por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) se utilizarán como elementos auxiliares relativo a la interpretación y aplicación uniforme de los textos de partida y subpartida, Notas de Sección, Capítulo y subpartidas del Sistema Armonizado.

El Arancel de Aduanas NANDINA se presenta tabulado en tres columnas que corresponden a:

- Código de Subpartida nacional.
- Descripción de la mercancía.
- Derecho de Aduana - Ad/Valorem.

Los derechos de aduana han sido expresados en porcentajes que se aplicarán sobre el valor imponible de las mercancías, teniendo en cuenta lo dispuesto en las reglas contenidas en el presente anexo.

En cuanto a la aplicación de los derechos correspondientes a compromisos internacionales, suscritos por el Perú deberá consultarse las disposiciones legales y administrativas dictadas para cada una de ellos.

b) Reglas generales de clasificación arancelaria

Para ser coherente, el Sistema Armonizado vincula una mercancía con la determinada partida o según el caso, subpartida. Por lo tanto incluye reglas para su utilización, que aseguran que un producto siempre se clasificará en la misma partida o subpartida.

Las reglas interpretativas establecen un procedimiento de clasificación por grado de elaboración de las mercancías en el Sistema Armonizado, a fin de que una mercancía siempre se clasifique primero; en su correspondiente partida de 4 dígitos, y luego en la subdivisión de un guion apropiado de esta misma partida y solamente después, en la subpartida correspondiente de dos guiones, sin tomar en cuenta, en ninguno de los casos, los términos de cualquier subdivisión de nivel inferior.

La clasificación de las mercancías en la nomenclatura se regirá por los principios siguientes:

Regla 1: Los títulos de las secciones, de los capítulos o de los subcapítulos solo tiene un valor indicativo, ya que la clasificación está determinada legalmente por los textos de las partidas y de las notas de sección o de capítulo y, si no son contrarias a los textos de dichas partidas y notas.

Regla 2

a) Cualquier referencia a un artículo en una partida determinada alcanza también al artículo incompleto o sin terminar, siempre que ya presente las características esenciales del artículo completo o terminado. Alcanza también al artículo completo o terminado, o considerado como tal en virtud de las disposiciones precedentes, cuando se presente desmontando o sin montar todavía.

b) Cualquier referencia a una materia en una partida alcanza a dicha materia tanto pura como mezclada o asociada con otras materias.

Asimismo, cualquier referencia a las manufacturadas de una materia determinada alcanza también a las constituidas total o parcialmente por dicha materia. La clasificación de estos productos mezclados o de los artículos compuestos se hará de acuerdo con los principios enunciados en la regla 3.

Regla 3: Cuando una mercancía pudiera clasificarse, en principio, en dos o más partidas por aplicación de la Regla 2 b) o en cualquier otro caso, la clasificación se efectuará como sigue:

a) La partida con descripción más específica tendrá prioridad sobre las partidas de alcance más genérico. Sin embargo, cuando dos o más partidas se refieran, cada una, solamente a una parte de las materias que constituyen un producto mezclado o un artículo compuesto o solamente a una parte de los artículos en el caso de mercancías presentadas en juegos o surtidos acondicionados para la venta al por menor, tales

partidas deben considerarse igualmente específicas para dicho producto o artículo, incluso si una de ellas lo describe de manera más precisa o completa;

b) Los productos mezclados, las manufacturas compuestas de materias diferentes o constituidas por la unión de artículos diferentes y las mercancías presentadas en juegos o surtidos acondicionados para la venta al por menor, cuya clasificación no pueda efectuarse aplicando la Regla 3 a), se clasificarán según la materia o con el artículo que les confiera el carácter esencial, si fuera posible determinarlo;

c) Cuando las Reglas 3 a) y 3 b) no permitan efectuar la clasificación, la mercancía se clasificará en la última partida por orden de numeración entre las susceptibles de tenerse razonablemente en cuenta.

Regla 4: Las mercancías que no puedan clasificarse aplicando las reglas anteriores se clasificarán en la partida que comprenda los artículos con los que tengan mayor analogía.

Regla 5: Además de las disposiciones precedentes, a las mercancías consideradas a continuación se les aplicarán las reglas siguientes:

a) Los estuches para aparatos fotográficos, para instrumentos de música, para armas, para instrumentos de dibujo, los estuches y continentes similares, especialmente apropiados para contener un artículo determinado o un surtido, susceptibles de uso prolongado y que se presenten con los artículos a los que estén destinados, se clasificarán con dichos artículos cuando sean del tipo de los normalmente vendidos con ellos. Sin embargo, esta regla no afecta a la clasificación de los continentes que confieran al conjunto el carácter esencial.

b) Salvo lo dispuesto en la regla 5 a) anterior, los envases que contengan mercancías se clasificarán con ellas cuando sean del tipo de los normalmente utilizados para esa clase de mercancías. Sin embargo, esta disposición no es obligatoria cuando los envases sean susceptibles de ser utilizados razonablemente de manera repetida.

Regla 6: La clasificación de mercancías en las subpartidas de una misma partida está determinada legalmente por los textos de las subpartidas y de las notas de subpartida así como, mutatis mutandis, por las reglas anteriores, bien entendido que sólo puede compararse subpartidas del mismo nivel. A efectos de esta regla, también se aplicaran las notas de sección y de capítulo, salvo disposiciones en contrario.

Por lo tanto al realizar el respectivo análisis de clasificación arancelaria aplicando las reglas 1 y 6 expuestas anteriormente a nuestro producto se exporta bajo la siguiente partida:

Figura 11 Clasificación arancelaria

ECCIÓN:II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
APITULO:7	HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS
7.05	Lechugas (<i>Lactuca sativa</i>) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (<i>Cichorium spp.</i>), frescas o refrigeradas.
7.05	Lechugas (<i>Lactuca sativa</i>) y achicorias, comprendidas la escarola y la endibia (<i>Cichorium spp.</i>), frescas o refrigeradas.
	- Lechugas:
705.11.00.00	- - Repolladas
705.19.00.00	- - Las demás
	- Achicorias, comprendidas la escarola y la endibia:
705.21.00.00	- - Endibia «witloof» (<i>Cichorium intybus var foliosum</i>)
705.29.00.00	- - Las demás
7.06	Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifíes, apionabos, rábanos y raíces comestibles similares, frescos o refrigerados.
706.10.00.00	- Zanahorias y nabos
706.90.00.00	- Los demás
7.07	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados.
707.00.00.00	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL **0706.10.00.00** ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAIS

TIPO DE PRODUCTO: LEY 29966 18.12.12-LEY 29546 30.06.2010

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	0%
Impuesto de Promoción Municipal	0%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

Fuente:aduanet.gob.ec

4.9.2 Documentos básicos de acompañamiento

Factura Comercial

En la resolución 1239 de la Comunidad Andina de Naciones CAN en el Artículo 3 indica que:

A los efectos de la aplicación del primer método “Valor de Transacción de las mercancías importadas” establecido en el artículo 1 del Acuerdo sobre Valoración de la OMC, la factura comercial debe:

- 1.** Reflejar el pago total por las mercancías importadas efectuado o por efectuarse del comprador al vendedor, independientemente de que la forma de pago sea directa y/o indirecta.
- 2.** Ser un documento original y definitivo. En tal sentido no se aceptará una factura pro forma.
- 3.** Ser expedida por el vendedor de la mercancía.
- 4.** Carecer de borrones, enmendaduras o adulteraciones.
- 5.** Contener como mínimo los siguientes datos:
 - a)** Número y fecha de expedición.
 - b)** Nombre y dirección del vendedor.
 - c)** Nombre y dirección del comprador.
 - d)** Descripción de la mercancía.
 - e)** Cantidad.
 - f)** Precio unitario y total.
 - g)** Moneda de la transacción comercial.
 - h)** Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, según los términos Internacionales de Comercio "INCOTERMS", establecidos por la Cámara de Comercio Internacional, u otros acuerdos.

La factura comercial puede tomar la forma de un mensaje electrónico, en cuyo caso deberá cumplir con los requisitos antes señalados, aplicándose lo establecido en la legislación nacional sobre regulación del comercio electrónico.

Cuando las facturas comerciales se presenten en un idioma diferente al español, la autoridad aduanera podrá exigir al importador que adjunte la traducción correspondiente.

Lista de Empaque (PackingList)

El PackingList que complementa y acompaña a la Factura Comercial, es un listado detallado de las cajas y fundas en los que va contenida la mercancía a ser exportada y el peso de cada uno de ellos. Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada.

La emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

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

Actualmente, este documento es muy utilizado 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.

Certificado Sanitario – AGROCALIDAD

Este documento es emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del AGROCALIDAD, su finalidad es aplicar las medidas fitosanitarias para garantizar la situación fitosanitaria de los productos agrícolas de exportación, en amparo a la Ley de Sanidad Vegetal, Norma Andina y sus respectivos reglamentos. Todo envío de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados a ser exportados a cualquier país

deberá ser producido por productores registrados y comercializados por exportadores y productores - exportadores registrados en AGROCALIDAD.

Documentos para el transporte Marítimo

Existen diversos documentos utilizados en el transporte marítimo. Los principales serán:

- Premanifiesto marítimo
- Manifiesto marítimo
- Póliza de fletamento
- B/L (Bill of lading) o conocimiento de embarque
- Admitase colla (terminal estibadora)

Premanifiesto marítimo: es la relación provisional de toda la carga que lleva un buque. Se entrega (por los consignatarios de buques) a las autoridades aduaneras del país de importación, antes de la llegada del buque a puerto. En el dispondrán de la relación provisional de toda la carga que lleva un buque.

Manifiesto marítimo: es la relación definitiva de toda la carga que lleva un buque. Debe ser entregado (por los consignatarios de buques) a las autoridades aduaneras del país de importación, a la llegada del buque a puerto, como paso previo al despacho de importación de mercancías. Las autoridades aduaneras pueden confrontarlo con el premanifiesto recibido con anterioridad.

Póliza de fletamento: la póliza de fletamento es la denominación genérica del contrato de transporte no regular (Tramp). Charter party: prueba escrita del contrato de fletamento. Documento donde el propietario de un buque (fletante) y el propietario de una carga determinada (fletador) establecen sus obligaciones y responsabilidades respecto a la utilización del buque completo por parte del fletador para realizar un transporte determinado. Hay distintas clases de pólizas de fletamento, dependiendo, entre otros aspectos, de:

- El lugar de procedencia de la mercancía.
- La clase de la mercancía.
- Las zonas geográficas por donde navega el barco.

B/L (Bill of lading) o conocimiento de embarque: es el documento que recoge el contrato de transporte marítimo internacional. Prueba la existencia del contrato de transporte marítimo internacional, justifica que el cargador ha entregado la mercancía a bordo del buque y es el título de propiedad de dicha mercancía (quien detenta el B/L es propietario de la mercancía).

Admitase colla (terminal estibadora): es el documento que acredita la entrega de la mercancía en un muelle del puerto de origen a una determinada colla (terminal estibadora) para su posterior embarque. El cargador (exportador) entrega admitase original a la colla que recibe su mercancía y obtiene copia sellada del mismo.

4.9.3 Incoterms (Acuerdo Comercial con la otra parte)

Los Incoterms (International Commercial Terms), son un conjunto de denominaciones con versión simplificada, establecidas por la Cámara Internacional de Comercio (ICC) con sede en París, su uso facilita el comercio en los siguientes aspectos:

El lugar y condiciones de entrega de la mercadería, la delimitación de riesgos de la operación comercial, la distribución de los costos de operación, las responsabilidades en los trámites documentarios.

a) FAS (Free AlongShip) - Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido)

Significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercadería es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercaderías desde aquel momento.

El término FAS exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

Obligaciones del Vendedor

- Mercadería y Documentos Necesarios
- Empaque Y Embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos De Exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del Comprador

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

b) FOB (Free OnBoard) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

Obligaciones del vendedor

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del Comprador

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

c) Incoterms 2010

Es una marca registrada por la Cámara de Comercio Internacional en varios países. Entraron en vigencia desde el 1 de enero del 2011 según publicación No. 715 de la CCI. Los INCOTERMS 2010 son mundialmente aceptados, de aplicación voluntaria. La UNCITRAL avala el uso de estas reglas como las guías más adecuadas para el establecimiento de las responsabilidades de los compradores y vendedores en actividades de compraventa internacional.

Muchos países en sus legislaciones han tipificado la inclusión y uso de las reglas Incoterms de la ICC, Organismos multilaterales de comercio y derecho mercantil, reconocen, aceptan y respetan la aplicación como Norma de comercio, Ej: Art. 66 del Reglamento Comunitario Decisión 571 de la CAN; y Art.3 numeral 5 literal “h” de la resolución 1239 del Acuerdo de Cartagena.

Las empresas tienen la libertad de pactar la regla INCOTERMS más adecuada a sus necesidades e intereses. La versión actual es INCOTERMS 2000. La nueva versión INCOTERMS 2010, con reglas más claras, más precisas, serían las más convenientes.

- Propagación continúa de zonas francas,
- El uso de las comunicaciones electrónicas en las transacciones comerciales,
- La intensificación de la preocupación sobre la seguridad en la circulación de las mercancías; y,
- Los cambios en los usos del transporte.

De los Incoterms 2000, se anularon cuatro y se incrementaron dos

Incoterms salientes:

- DELIVERED AT FRONTIER (DAF) ENTREGA EN FRONTERA
- DELIVERED EX SHIP (DES) ENTREGADA SOBRE BUQUE
- DELIVERED EX QUAY (DEQ) ENTREGADA EN MUELLE
- DELIVERED DUTY UNPAID (DDU) ENTREGADA DERECHOS NO PAGADOS

Incoterms Nuevos:

- DAT: ENTREGA EN TERMINAL
- DAP: ENTREGA EN LUGAR

d) Principales características de los Incoterms 2010.

En estas reglas Incoterms2010, todas las menciones a la borda del buque como punto de entrega se han suprimido a favor de la entrega de la mercancía cuando está “a bordo” del buque.

Esto refleja con más precisión la realidad comercial actual y evita la imagen, bastante anticuada, del riesgo oscilando de un lado a otro sobre una línea perpendicular imaginaria.

La ICC consideró que es el momento oportuno de avanzar en esta dirección, por dos razones:

- En primer lugar, las empresas utilizan habitualmente las reglas *Incoterms* para contratos de compraventa puramente nacionales.
- La segunda razón, es la mayor disposición en los Estados Unidos a utilizar las reglas *Incoterms* en el comercio interior, antes que los términos de embarque y entrega anteriores del Código Comercial Uniforme.

e) Comunicación Electrónica:

- Las versiones previas de las reglas *Incoterms* especificaban los documentos que podían sustituirse por mensajes EDI (Intercambio Electrónico de datos)
- Las reglas *Incoterms* 2010, otorgan ahora a los medios de comunicación electrónicos la misma eficacia que la comunicación en papel, en la medida que las partes así lo acuerden o cuando sea la costumbre.
- Esta fórmula facilita la evolución de nuevos procedimientos electrónicos durante la vigencia de las reglas *Incoterms* 2010.

c) Acreditaciones de seguridad y entrega de información:

- La preocupación de la seguridad en la circulación de las mercancías, requiere verificar que éstas no representan una amenaza para la vida o la propiedad.
- Las reglas *Incoterms* 2010 han asignado obligaciones para el comprador y el vendedor para proporcionar o prestar ayuda para obtener acreditaciones relacionadas con la seguridad, como la información sobre la cadena de custodia.

d) Gastos por manipulación en la terminal

CPT, CIP, CFR, CIF, DAT, DAP y DDP, el vendedor debe encargarse del transporte de las mercancías hasta el destino acordado.

Aunque el flete lo paga el vendedor, realmente lo paga el comprador, puesto que el vendedor normalmente incluye los costos del flete en el precio total de venta.

Los gastos de transporte:

- Manipular, mover las mercancías en las instalaciones portuarias o en las terminales de contenedores
- El porteador o el operador de la terminal bien puede cargar estos costes al comprador que recibe las mercancías.
- En estas circunstancias, el comprador querrá evitar pagar dos veces por el mismo servicio: una vez al vendedor, como parte del precio total de venta, y otra independiente al portador o al operador de la terminal.

La Empresa y su cliente luego de la negociación llegan a un acuerdo y determinan que el término que más conviene, de forma mutua es:

FOB (Free OnBoard) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido) lo cual quiere decir que:

Por lo tanto el lugar de entrega será en el Puerto de Le Havre en Francia, con este puerto tenemos la facilidad de que nuestro producto llegue y tenga las mejores garantías para su control y traslado a la ciudad de destino Paris y óptimo para su consumo final.

- La transferencia de riesgos entre Importador y Exportador se da el momento en que la mercancía es puesta a bordo.
- El exportador “Huertos Gatazo Zambrano” correrá con todos los gastos internos como son: Obtención de certificados, embalaje y estiba, almacenaje, transporte interno Chambo – Guayaquil y una vez entregada la mercancía a la naviera, el resto corre por cuenta del importador (bróker).
- La Corporación debe proporcionar al importador: Factura Comercial, PackingList, Certificado de Origen, Certificado Sanitario. La naviera entrega en destino al importador la Orden de Embarque.

Este puerto tiene un aproximado de 18 muelles, el distrito portuario mide 27 km de oeste a este y 5 km de norte a sur, las comunicaciones entre Le Havre y los grandes sectores geográficos del mundo consisten cada semana en: 7 con América del Sur

Le Havre es un punto internacional para el tráfico de todo tipo de vehículos, cuenta con el centro ro-ro abierto 7 días a la semana y 24 horas al día, para recibir buques ro-ro de cualquier tamaño.

La carga general incluye productos empaquetados de varias maneras así como materias pesadas y otras mercancías fuera del contenedor, cuenta equipo disponibles para recibir, manejar, almacenar y para enviar esta clase de mercancías.

4.9.4 Forma de pagos internacionales

Este es uno de los aspectos más importantes de las operaciones de comercio exterior. Existen varias formas para recibir o realizar el pago de mercancías: cheques, giros bancarios, órdenes de pago, cobranzas bancarias internacionales y cartas de crédito.

- **Cheques:** Si se decide aceptar esta forma de pago deberá prestar atención a que: el nombre del beneficiario se anote correctamente así como las cantidades escritas en números y letras coincidan, y el documento no presente alteraciones o enmendaduras.

- **Giro bancario:** Se define como un título de crédito nominal que debe expedirse a nombre de una persona física o de una empresa. Son de negociabilidad restringida, ya que los bancos sólo los reciben como abono en cuenta. Debe buscarse que los giros a cargo del banco del importador sean de fácil aceptación en el banco del exportador. No debe despacharse las mercancías mientras no se reciba y se presente el documento original para el cobro.

- **Orden de pago:** Se basa en una transferencia de recursos entre cuentas bancarias. Debe especificarse con claridad en qué momento deben recibirse los fondos con relación a la movilización física de las mercancías. También es importante aclarar quién y cómo se cubrirán los gastos y las comisiones de los bancos que intervienen en esta forma de pago.

- **Cobranzas bancarias internacionales:** El exportador acude a un banco y le solicita el servicio de cobranza internacional, indicando por escrito qué instrucciones deberá acatar. Asimismo, deberá entregar los documentos representativos de la mercancía y en ciertos casos algún título de crédito (letra de cambio o pagaré) con el fin de que ese banco, por medio de su banco corresponsal, de preferencia establecido en la plaza del importador, presente o entregue a este último los documentos contra el pago del importe respectivo o con la aceptación del título de crédito.

- **Cartas de crédito:** Constituye la modalidad más utilizada en el comercio internacional. Los participantes corresponden a: exportador o vendedor que inicia el procedimiento al negociar las condiciones de la carta de crédito y embarcar las mercancías; importador o comprador que pone en marcha los trámites para establecer la carta de crédito; banco emisor, es el que abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones del importador; banco intermediario (corresponsal) cuya principal función es la de evaluar o calificar a los clientes y a los documentos. Al respecto, el importador solicita la apertura del crédito al banco emisor y éste transmite las instrucciones al banco intermediario para que se lleve a cabo la operación conforme a los términos y condiciones convenidas entre el importador y exportador. Por medio del banco corresponsal, el banco emisor avisa al beneficiario del crédito (exportador) para que proceda al embarque de la mercancía y una vez que presente los documentos comprobatorios podrá hacer efectivo el importe de la operación.

“Luego de llegar a un acuerdo se decide cerrar el negocio mediante un **Giro Bancario** de Empresa a Empresa con un depósito que corresponde al valor FOB (factura). Al momento de arribo, el vendedor presenta ante la entidad financiera, el respectivo documento que avala el despacho de la mercancía, para efectos de cobro del giro”

4.9.5 Costos aproximados del contenedor de 20” para la exportación (FOB)

Los contenedores refrigerados tienen dimensiones estándares, todos son de 8 x 8 pies de ancho, pero pueden tener 10, 20, 30 o 40 pies de largo. Las dimensiones más usadas son las de 40 pies y en menor proporción las de 20 pies.

Tabla 6 Características de los contenedores marítimos

Contenedor	Longitud (metros)	Ancho (metros)	Alto (metros)	Volumen Total (metros ³)	Capacidad (Kg.)
Convencional 20’	5.90	2.35	2.39	33.2	21.500
Convencional 40’	12.02	2.35	2.39	67.7	26.520
Reefer 20’	5.49	2.26	2.27	28.2	21.930
Reefer 40’	11.61	2.26	2.23	58.8	28.077

Fuente: Saborío A., Daniel. Manejo Poscosecha II

Cuadro 4 Costos FOB

+Materia Prima (zanahoria estado natural)	0,06 kg
+Embalaje, embase, proceso de pre cocido	1,35 kg
=Costos de Producción	1,41 kg
*Contenedor de 20´ Reefer	7542,00 kg
Total Costo de Producción zanahoria precocida en cont. 20´ Reefer	\$10634,22
* Utilidad 30%	3190,27
Precio Factura	13824,49
+Certificado Fitosanitario	10,00
+Transporte (Chambo-Guayaquil)	350,00
+Agente Aduanero	80,00
+Estiba	20,00
+Imprevistos (Tasas, Certificados etc)	50,00
FOB	\$14334,49

Elaborado por: Andrés Bustos

$$\text{Volumen} = \frac{28,2 \text{ m}^3}{0,06715 \text{ m}^3} = 419 \text{ cajas}$$

$$419 * 18 \text{ kg} = 7542 \text{ kg} \longrightarrow \text{Cont. De 20´ Reefer}$$

Hemos creído conveniente contratar el transporte interno de Chambo a Guayaquil para abaratar costos ya que el producto final se lo realizo en la Empresa Agro Huayco, donde esa empresa se encargó con el embase, empaque y almacenaje.

4.9.6 El producto y los contactos para exportación

Para realizar el proceso de exportación es importante conocer la percepción del mercado, ya que el proceso se realiza por medio de cadenas de markets, tiendas de productos naturales, etc. Vamos a efectuar entrevistas a nuestros contactos, que son los principales distribuidores de productos naturales, en este caso lo será de la harina de plátano; quienes son los mismos que nos proporcionarán información sobre la noción del cliente en nuestro mercado meta. Una vez conocidas estas características la Empresa tiene una guía para acoplar al producto según el mercado.

Los contactos de la Empresa son:

- Monoprix: abierto de lunes a sábado de 9.00 a 21.00. Es uno de los supermercados más habituales. Los productos son muy buenos y la variedad también. Normalmente tienen una planta en la que venden cosas para el hogar y ropa (en época de rebajas hay buenas ofertas) y una gran variedad de verduras y hortalizas en estado natural y congelados. Sus ventajas: por una compra de más de 50 euros te llevan el pedido a casa y algunos establecimientos abren hasta las 21.45 (consultar horarios en web), algo que puede ser de gran utilidad para los que trabajan hasta tarde.
- FranPrix: abierto de lunes a sábado de 8.30 a 21.00. Al igual que Monoprix, es una cadena de supermercados del Grupo Casino, pero que se sitúa en un término medio en cuanto al precio. La variedad de productos y su calidad es bastante buena y alguno de los establecimientos abren también los domingos. Es el super ideal para hacer una pequeña compra de última hora.

La entrevista a estas dos empresas se realizó vía e-mail y, lo cual permitió obtener las siguientes conclusiones:

- A través del tiempo, el mercado ha variado y ha mirado más allá del gusto y ha optado también por cuidar su salud, por lo que está dispuesto a probar con productos naturales que sean sustitutos a lo que ellos están acostumbrados.
- Existen nichos de mercado dispuestos a probar un producto que ofrece una cantidad de beneficios a su salud y al arte culinario por lo que a su vez les brinda los mismos beneficios en calidad y sabor.
- El producto debería ofrecer características que permitan que todo tipo de consumidor pueda llevarlo a su mesa.
- Las dos entidades están interesadas en un producto de calidad certificada y que cumplan con todas las normas que la Ley exige, en cuanto a certificación sanitaria, empaquetado, etiquetado, etc.

4.9.7 Verificación de hipótesis o idea a defender

De acuerdo al estudio realizado en este capítulo, ha quedado comprobado que la hipótesis a defender tiene cabida en el desarrollo de un plan de exportación de zanahoria pre cocida, permitiendo que la Corporación “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO” pueda establecerse en el medio exportador.

La Corporación “HUERTOS GATAZO ZAMBRANO”, han indicado que tiene un gran interés de innovar conocimientos para ser mayormente competitivos. Pese a que en la provincia de Chimborazo no existen empresas que se dediquen especialmente a la producción de la zanahoria.

Este es un proyecto que ha beneficiado a más de 700 familias aproximadamente, brindando fuentes de empleo, obteniendo ingresos económicos que han permitido cambiar la calidad de vida de cada uno de ellos, y por ello tienen el deseo de seguir subsistiendo frente a la competencia que ha impuesto las provincias de Pichincha, Cotopaxi e Imbabura respectivamente.

4.10 Estudio técnico-económico

4.10.1 Capacidad de producción

Cuadro 5 Producción de zanahoria

PLAN MENSUAL DE COMPRAS DE PRODUCTOS
EN KILOS

RUBROS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Zanahoria	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
Col	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
Coliflor	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
Lechuga	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200
Remolacha	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
Rábano	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
Cebolla Blanca	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
Cebolla Paitaña	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
Brócoli	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200
Papas	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
Hierbitas	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Tomate	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000

Fuente: Huertos G.Z.

A.-El empaque.- Es utilizado que tendrá un diseño de acuerdo con el producto, el mercado y el material escogido tomando en cuenta el diseño estructural, formas y estilos; diseño gráfico, medidas, reglamentaciones respecto de la información que habría que incluir, unidades requeridas y tamaños permitidos, (toda esta información deberá ser presentada en el idioma oficial, Francés) Este tipo de empaque será colocado en cajas de cartón donde se comercializara a dicho país.

Hay que recordar que adquirir empaques que estén por encima de las especificaciones requeridas puede representar un costo innecesario, y adquirir un empaque que esté por debajo de las especificaciones puede representar un riesgo para la integridad del producto.

B.- Empaquetado.-La zanahoria pre cocido es uno de los pocos productos hortícolas que mejor se presta al empaquetado. En el mercado, los productos procesados se presentan confeccionadas en paquetes o en bolsas de polietileno o polipropileno con formatos de medio kilo y superior.

Este tipo de empaquetado tiene las siguientes ventajas:

- Presencia atractiva.
- Fácil envasado y pesado por parte de la manipuladora.
- Oferta del producto con mayor frescura.
- Permite ver de forma clara la mercancía.
- Larga conservación del producto.

En líneas generales el proceso de embolsado comprende:

- Pesado del producto.
- Llenado de bolsas.
- Cerrado de la bolsa.
- Control del peso correcto, con desvío de las bolsas no aptas.
- Envasado en cajas de expedición.

Durante la operación de cerrado de la bolsa, puede ir la colocación de una etiqueta colgante o de otro tipo, que llevará sus indicaciones oportunas, sobre todo la codificación del lote.

C.-Embalaje.- El embalaje es lo que protege al producto durante el trayecto, y para una mejor manipulación del producto hacia el contenedor se ha escogido colocar sobre tarimas de una sola cara por ser la más utilizada, (también se la conoce como “skid”) estas medirán aproximadamente de 1000 mm x 1200 mm. En el cartón se deberá detallar el número de la planta procesadora y los datos del producto, con un registro fitosanitario muy necesario, el cual se lo solicita al FDA que se lo puede obtener llenando formularios para productos procesados.

D.- Almacenaje.- La vida en almacenaje a -18°C, es recomendable seguir las siguientes indicaciones para mantener al producto sano y fresco:

- La temperatura adecuada para el almacenaje de la zanahoria pre cocida es desde -12 °C a -18 °C, por lo que en el contenedor reefer es el indicado para mantener al producto en óptimas condiciones.
- Las condiciones de almacenaje a largo plazo raramente logran mantener la temperatura óptima para prevenir pudriciones, brotación y deshidratación, las temperaturas de almacenaje de zanahoria pre cocido.

4.10.2 Contratación del seguro

Todo exportador debe tener conocimiento sobre el tipo de seguro que va a adquirir, en el caso de no conocer conviene acercarse a una compañía aseguradora y analizar conjuntamente los riesgos que podría correr la carga.

Por lo general se usan las siguientes pólizas:

- a Póliza individual:** cubre una única exportación; no trasciende a futuras transacciones.
- b Póliza flotante:** cubre cierto número de exportaciones; se contrata cuando se mantiene un ritmo constante y uniforme de transacciones de comercio internacional.

Si bien los seguros ayudan a proteger los intereses de la empresa, hay que tomar en cuenta que algunos daños no son cubiertos por las aseguradoras. Tal es el caso de los desgastes, los derrames, las demoras en el mercado destino, las guerras o riesgos similares, las huelgas, los motines y los actos terroristas, entre otros. Al realizar el traslado de la mercadería de las instalaciones de la Empresa Agro Huayco hacia el puerto de Guayaquil, consideramos que en nuestro país existe alto peligro de robo o accidente con lo cual, se ha visto necesario.

TRANSPORTE INTERNO	
Descripción	Valor por cada envío (USD)
Transp. interno (Chambo – Guayaquil.) y seguro interno	350,00
TOTAL	350,00

Fuente: SERWISEGUROS (2014)

Elaboración: Andrés Bustos

No debemos olvidar el Conocimiento de Embarque Marítimo o Bill of Loading (B/L) el mismo que nos facilita la empresa transportista, que es el documento en el cual se asienta el contrato de transporte entre el exportador y el transportista. Mediante este, la compañía naviera reconoce que ha recibido la mercadería para su transporte hasta el puerto de destino, y por lo tanto se constituye en el título de propiedad de la mercadería. Es de carácter obligatorio.

Tabla 7 Tiempo aproximado de llegada al puerto de destino

PAÍS DE DESTINO	PUERTO DE DESCARGA	T/T APROX.
PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	ROTTERDAM	26 - 28 días
ALEMANIA	BREMERHAVEN	24 - 26 días
ALEMANIA	HAMBURGO	32 - 35 días
INGLATERRA	FELIXSTOWE	23 - 25 días
INGLATERRA	TILBURY	25 - 27 días
FRANCIA	LE HAVRE	25 - 26 días
BÉLGICA	ANTWERP	29 - 31 días
BÉLGICA	AMBERES	20 - 22 días
REINO UNIDO	THAMESPORT	36 - 39 días
REINO UNIDO	TILBURY	23 - 25 días
ESPAÑA	BILBAO	31 - 38 días
ESPAÑA	BARCELONA	30 - 36 días
ESPAÑA	VALENCIA	26 - 29 días
PORTUGAL	LISBOA	42 - 45 días
FINLANDIA	HELSINKI	39 - 41 días
POLONIA	GDYNIA	33 - 35 días
NORUEGA	OSLO	39 - 41 días
RUSIA	ST.PETESBURGO	22 - 24 días
IRLANDA	DUBLIN	24 - 26 días
SUECIA	ESTOCOLMO	24 - 26 días
ITALIA	GENOVA	30 - 32 días
ITALIA	LIVORNO	31 - 34 días

En caso de requerir más información referente a tarifas, tiempos de tránsitos y disponibilidad de rutas, favor chequear el siguiente directorio de líneas navieras internacionales que se encuentra registradas en la Cámara Marítima Ecuatoriana para poder confirmar estos detalles con el departamento comercial: www.carnae.org

Invertimos en **tu crecimiento**
porque creemos en
tu calidad de exportación.



Fuente: PRO ECUADOR

4.10.3 Estudio financiero

Los recursos demandados para la realización de la planificación a desarrollarse. Con la finalidad de hacer esta determinación es necesario, en primer lugar, determinar qué actividades requiere una inversión y cuáles no. Una vez definido ello es necesario establecer la programación de las diferentes actividades para la realización del Plan de Exportación.

Estudio de viabilidad financiera

El propósito de este capítulo es determinar los montos de los recursos de inversión para la ejecución del Plan de exportación, identificar los ingresos y costos totales para la operación de la planta. En base a indicadores financieros se conocerá la rentabilidad del proyecto, se establecerá el punto de equilibrio y el tiempo

Exportación

Según el estudio realizado se prevé exportar en el año uno cuatro contenedores, y se incrementa un contenedor por año, hasta llegar al año cinco que se estima exportar ocho contenedores.

Costo

Conforme la investigación realizada, se ha determinado que el costo actual de la zanahoria en el campo es de 0,06 centavos de dólar por kilo.

Inflación.

Para definir los criterios de proyección se debe hablar de la inflación, por cuanto se puede hacer con o sin ella.

La inflación es la caída del poder adquisitivo del dinero o el aumento generalizado del nivel de precios de bienes y servicios. Se define también como la caída en el valor de mercado o del poder adquisitivo de una moneda en una economía en particular. (Murcia, 2009)

A continuación se presenta los datos históricos de la inflación en nuestro país.

Tasas de Inflación anual

Año	Inflación anual
2007	3,32%
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%

Fuente: Inec
Elaborado por: El autor

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el total de los recursos necesarios para la operación normal de la planta, hasta que los ingresos generados por la exportación del producto cubran los gastos de operación durante el ciclo productivo para el tamaño determinado del proyecto. (Baca, 2010).

En nuestro caso se requiere \$12674.32 dólares de capital de trabajo.

Inversiones

Inversión inicial

“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa con excepción del capital de trabajo”. (Baca, 2010) En este capítulo se detallan cada uno de los rubros de la fase de cultivo hasta el aserrío de la balsa, en los cuales la empresa debe invertir con el fin de alcanzar sus objetivos. El precio de los mismos ha sido estimado gracias a diversas cotizaciones que se han logrado obtener.

Total Inversiones

DETALLE	TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Terreno	30.000,00
Edificios	65.000,00
Maquinaria	22.000,00
Equipos y Herramientas	4.950,00
Equipo de oficina	450,00
Equipos de Computación	3.000,00
Muebles y Enseres	1.085,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	2.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de trabajo	12674,32
TOTAL	141.159,32

Fuente: Tablas

Elaborado por: El autor

Activos fijos tangibles

Constituyen todas las inversiones en activos fijos, es decir aquellos bienes tangibles de propiedad de la empresa que han de tener una existencia prolongada y que están sujetos a depreciación.

Edificios

Se prevé la construcción de un área administrativa de 100 metros cuadrados; y un área de producción de 200 m² de cimentación de hormigón armado y estructura de acero, cubierta de eternit, la construcción de un cuarto frío que comprende un área de 40 m², además de un área de parqueadero, conforme el detalle adjunto.

Presupuesto construcciones

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Área administrativa	m2	100	300	30.000
Área producción	m2	200	100	20.000
Cuarto frío	m2	40	300	12.000
Área de parqueo	m2	150	20	3.000
TOTAL				65.000

Fuente: Cámara de la construcción,

Elaborado por: El autor

Maquinaria

Presupuesto maquinaria

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
Equipos cuarto frio	Unidad	1	10.000	10.000
Montacargas	Unidades	1	12.000	12.000
TOTAL				22.000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Se ha considerado adquirir tecnología de punta, lo que nos permite minimizar el desperdicio y obtener un producto de calidad, para satisfacer las exigencias del mercado y al mismo tiempo mejora los rendimientos de producción.

Equipos y herramientas

Para el normal desarrollo del proyecto, se prevé comprar los siguientes equipos y herramientas:

Presupuesto equipos y herramientas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (UNIDADES)	COSTO UNITARIO	TOTAL
Gavetas	Unidades	200	20	4.000
Machetes	Unidades	10	5	50
Cuchillos	Unidades	20	20	400
Kit herramientas mecánica	Unidad	1	500	500
TOTAL				4.950

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Equipo de oficina

Para cubrir las necesidades del personal administrativo, operativo, clientes, y todo el personal que visite la empresa, se requiere de los siguientes equipos:

Presupuesto equipo de oficina

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (UNIDADES)	COSTO UNITARIO	TOTAL
Central telefónica	Unidad	1	200	200
Kit oficina	Unidad	1	50	50
Cafetera	Unidad	1	100	100
Dispensador de agua	Unidad	1	100	100
TOTAL				450

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Equipos de computación

Presupuesto equipo de computación

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (UNIDADES)	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computador de escritorio	Unidades	3	902	2.706
Impresora multifunción	Unidades	3	98	294
TOTAL				3.000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Las necesidades de equipo de cómputo que requiere el personal de la empresa se han descrito en la tabla anterior.

Muebles y enseres

Para el normal desarrollo del proyecto, se prevé comprar los siguientes muebles y enseres.

Presupuesto muebles y enseres

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
Escritorio en L	Unidades	3	155	465
Sillas giratorias	Unidades	1	100	100
Archivadores	Unidad	3	120	360
Sillas	Unidades	10	10	100
Basureros	Unidades	3	20	60
TOTAL				1.085

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Activos fijos intangibles

Los activos fijos intangibles representan todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, sean estos gastos de constitución, gastos de investigación y desarrollo, etc. Constituyendo inversiones intangibles susceptibles de amortización, al igual que la depreciación afectarán el flujo de caja.

Presupuesto gastos de constitución

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
Constitución compañía	1	800	800
Registro mercantil	1	500	500
Registro Super. de compañías	1	500	500
Certificación cuerpo de bomberos	1	100	100
RUC	1	-	-
Patente municipal	1	100	100
TOTAL			2.000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el total de los recursos necesarios para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el proyecto cubran los gastos de operación durante el ciclo productivo para el tamaño determinado del proyecto. (Baca, 2010)

El capital de trabajo para el presente Plan de negocios, lo constituyen el costo de producción más el costo de Operación, conforme el siguiente detalle.

Presupuesto capital de trabajo

	AÑO 0	AÑO 1
INGRESOS		57337.96
COSTO PRODUCCIÓN		10634.32
GASTO OPERACIONAL		2040.00
TOTAL EGRESOS		12674.32
CAPITAL DE TRABAJO	-12674.32	

Fuente: Tabla Costos

Elaborado por: El autor

Financiamiento

La inversión total del Plan de negocios asciende a USD \$ **141.159,32** dólares; los cuales se financiarán en el 100% con capital de los accionistas.

Costos y gastos

Presupuesto de costos de producción

El costo de producción está conformado por todas aquellas partidas que intervienen directamente en el proceso de producción. (Baca, 2010).

A continuación se muestra cada una de ellas:

Materia prima

El consumo de la materia prima del proyecto, está directamente relacionado con la capacidad del contenedor de 20 pies, en este caso se estima exportar 7542 kilos por contenedor, en cajas de 18 Kilos cada una.

Depreciaciones y amortizaciones

Son costos virtuales, es decir que tienen un efecto de un costo sin serlo. Para calcular el monto de los cargos se deberán utilizar los porcentajes autorizados por la ley tributaria del país.

Depreciaciones

Depreciación activos fijos

DETALLE	TOTAL ACTIVOS	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Edificios	65.000,00	20	3.250,00
Maquinaria	22.000,00	10	2.200,00
Equipos y Herramientas	4.950,00	5	990,00
Equipo de oficina	450,00	5	90,00
Equipos de Computación	3.000,00	3	1.000,00
Muebles y Enseres	1.085,00	10	108,50
Total	\$96.485,00		7.638,50

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Amortizaciones

Amortización activos diferidos

DETALLE	TOTAL ACTIVOS	VIDA ÚTIL	AÑO 1
Gastos de constitución	2000	5	400,00
Total	2000		400,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Ingresos

Para la proyección de los ingresos por venta de la zanahoria se considera un precio FOB, y se estima vender cuatro contenedores de 7542 Kg cada uno que en el primer año, y de ahí se estima un incremento anual de un contenedor, llegando a exportar en el año cinco, ocho contenedores. Por lo que a continuación detallaremos la evaluación financiera de la Corporación Huertos Gatazo Zambrano

Estado de Resultados Proyectados

Años	1	2	3	4	5	TOTAL
Ingresos V. FOB	57337,96	71672,45	86006,94	100341,43	114675,92	430034,70
- Costo de Exportación	40136,57	50170,72	60204,86	70239,00	80273,14	
= Utilidad Bruta de Exportación	17200,99	21501,73	25802,08	30102,43	34402,78	129010,01

Fuente: Tabla valor FOB

Elaborado por: El autor

Balance general

Balance general – Activo

ACTIVO	AÑO 0
CORRIENTE	
DISPONIBLE	14674,32
INVENTARIOS	
CUENTAS POR COBRAR	
TOTAL CIRCULANTE	14.674,32
FIJO	
Terreno	30.000
Edificios	65.000
Maquinaria	22.000
Equipos y Herramientas	4.950
Equipo de oficina	450
Equipos de Computación	3.000
Muebles y Enseres	1.085
TOTAL ACTIVO FIJO	126.485
DEPRECIACION ACUMULADA	
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	126.485
AMORTIZACION ACUMULADA	-
TOTAL OTROS ACTIVOS	-
TOTAL ACTIVOS	141.159,32

Fuente: Tabla de inversiones

Elaborado por: El autor

Balance general – Pasivo

PASIVO	AÑO 0
PASIVO CORRIENTE	-
C. C. PLAZO	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-
DEUDA L. PLAZO	
TOTAL PASIVO L.PLAZO	-
TOTAL PASIVO	
PATRIMONIO	
CAPITAL	141.159,32
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	
UTIL. DEL EJERCICIO	-
TOTAL PATRIMONIO	141.159,32

Elaborado por: El autor

Estado de resultados Proforma

Estado de resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	57.337,96	71672,45	86006,94	100341,43	114675,92
- COSTO DE PRODUCCION	42536,88	53171,10	63805,32	74439,54	85073,76
=UTIL. o PERD. BRUTA EN VTAS	14.801,08	18501,35	22201,62	25901,89	29602,16
GASTOS OPERACIONALES					
DEPRECIACIÓN	7.638,50	7638,35	7638,35	6638,35	6638,35
AMORTIZACIONES	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
UTILIDAD OPERACIONAL	6762,58	10463,00	14163,27	18863,54	22563,81
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	6762,58	10463,00	14163,27	18863,54	22563,81
15% REPARTO TRABAJADORES	1014,39	1569,45	2124,49	2829,53	3384,57
UTIL. O PERD. ANTES DE IMP.	5748,19	8893,55	12038,78	16034,01	19179,24
22 % IMPUESTO A LA RENTA	1264,60	1956,58	2648,53	3527,48	4219,43
UTILIDAD NETA	4483,59	6936,97	9390,25	12506,53	14959,81

Elaborado por: El autor

Flujo de fondos Proyectado

Flujo de fondos proyectado

AÑOS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		57.337,96	71.672,45	86.006,94	100.341,43	114.675,92
COSTOS DE PRODUCCION		42.536,88	53.171,10	63.805,32	74.439,54	85.073,76
UTIL. O PERD. BRUTA EN VENTAS		14.801,08	18.501,35	22.201,62	25.901,89	29.602,16
GASTOS OPERACIONALES						
DEPRECIACIONES		7.638,50	7.638,35	7.638,35	6.638,35	6.638,35
AMORTIZACIONES		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
UTILIDAD OPERACIONAL		6.762,58	10.463,00	14.163,27	18.863,54	22.563,81
GASTOS FINANCIEROS		0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		6.762,58	10.463,00	14.163,27	18.863,54	22.563,81
15% REPARTO TRABAJADORES		1.014,39	1.569,45	2.124,49	2.829,53	3.384,57
UTIL. O. PERD. ANTES DE IMP.		5.748,19	8.893,55	12.038,78	16.034,01	19.179,24
22% IMPUESTO A LA RENTA		1.264,60	1.956,58	2.648,53	3.527,48	4.219,43
SALDO NETO		4.483,59	6.936,97	9.390,25	12.506,53	14.959,81

Depreciación		7.638,50	7.638,35	7.638,35	6.638,35	6.638,35
Amortización		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Inversión Inicial	-128.485,00					
Capital de Trabajo	-12.674,32					
Recuperación del CT						12.674,32
Préstamo						
Amortización del préstamo						
Valor Salvamento						60.292,50
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA	-141.159,32	12.522,09	14.975,32	17.428,60	19.544,88	94.964,98

Elaborado por: El autor

4.11 Evaluación financiera

“La evaluación de proyectos tiene como finalidad determinar el mayor o menor grado de mérito de la acción de asignar los escasos recursos de capital a determinada inversión.

La determinación de los méritos de un proyecto (evaluación) puede realizarse únicamente a través de la medición de ciertas magnitudes que se encuentran ordenadas sistemáticamente. Esta medición de magnitudes nos dará como resultado ciertos coeficientes de evaluación cuya utilización estará de acuerdo con los criterios que se quieran enfatizar en la realización del respectivo análisis. (Barreno, 2004).

4.11.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (tmar)

La TMAR es la tasa mínima de rentabilidad que los socios deben obtener para aceptar la viabilidad del proyecto.

La TMAR considera dos escenarios, una TMAR simple que evalúa el proyecto sin financiamiento y una mixta que considera la participación porcentual de alguna fuente de financiamiento. Para el cálculo de la TMAR simple se considera la tasa de tendencia inflacionaria de 4.16%. Lo cual el porcentaje lo encontramos en la tabla de inflación anual.

TMAR Simple

Tmar =	14,83%	nominal
Tasa tendencia inflacionaria =	4,16%	
TMAR =	10,24%	

La tasa mínima aceptable de rendimiento es del 10,24% para el proyecto con financiación.

4.11.2 Costo Ponderado de Capital (Cpk)

Representa el costo de todo el financiamiento del proyecto, se representa en porcentaje.

Se obtiene de:

$$\text{Cpk} = \text{Tio} \times (\% \text{ Recursos propios}) + \text{T.a.} (\% \text{ Recursos Ajenos}) + \text{Riesgo} + \text{Inflación}^*$$

*Si es que se proyectaron los flujos de considerando la inflación en los precios y en y en los costos.

Tasa nominal

10,24%

Patrimonio

141.159,32

$(0,07 \times 1) 100 = 7\%$

4.11.3 Valor actual neto (VAN)

Conocido también como valor presente neto (VPN), este método consiste en restar el valor actual (VA) la inversión inicial (I_0), de tal forma que si esta diferencia es cero o mayor de cero, el proyecto se considera viable y se acepta, caso contrario se rechaza. (Hernández & Hernández, 2002)

$$- 141.159,32 + \frac{159.435,87}{(1 + 0,07 + 10,24)^5}$$

$$- 141.159,32 + 0,8615351653$$

$$-141.158,46//.$$

4.11.4 Período de recuperación de la inversión (PRI)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de una inversión recuperen su costo inversión inicial. (Córdova, 2011)

El cálculo, está basado en la sumatoria de los flujos en valor actual hasta el período en que esta sumatoria sea exactamente igual o superior a la inversión inicial.

Cálculo de la PRI

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJOS DESCONTADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	141.159,32	141.159,32	141.159,32
1	12.522,09	128.637,33	12.522,09
2	14.975,32	113.662,01	27.497,41
3	17.428,60	96.233,41	44.926,01
4	19.544,88	76.688,53	64.470,89
5	94.964,98	18.276,45	159.435,87

Fuente: Tabla Flujo de fondos, TMAR

Elaborado por: El autor

PRI = 4 años, 9 meses

4.11.5 Relación Beneficio Costo (B/C)

Representa el valor en dólares que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto

$$B/C = VA / FC0$$

Donde:

VA, es el valor actual de los flujos futuros

FC0, es el flujo inicial del proyecto en términos absolutos

$$141.158,46 / 141.192,32 = 0,99$$

Esto significa que por cada dólar invertido se obtendrá y nos genera una utilidad 0,99 centavos. Por lo tanto es viable la ejecución del proyecto.

4.11.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el volumen de ventas que se requiere para que los ingresos totales y los costos de operación totales sean iguales, o para que la ganancia operativa sea igual a cero; puede expresarse en unidades o en dinero de ventas. La gráfica del punto de equilibrio representa la relación entre los ingresos totales y los costos totales para varios niveles de producción y ventas, nos indica las áreas de ganancias y de pérdidas. (Van Horne & Wachowicz, 2010).

Ventas= 430.034,70

Costos Variables= 301.024,29

Utilidad Marginal= Ventas – Costos Variables

$$\begin{aligned} & 430.034,70 - 301.024,29 \\ & 129.010,41 \\ \text{PE \$} = & \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costo Variable Total} / \text{Ventas Totales})} \\ & \frac{301.024,29}{1 - (301.024,29/430.034,70)} \\ & 1 - (0,7) \\ & 0,3\% \\ \text{PE\$} = \$ & 129.010,41 \end{aligned}$$

En la parte superior encontramos los cálculos realizados para obtener el punto de equilibrio del proyecto, en donde para no perder ni ganar se debe exportar el 0,3% de zanahoria pre cocida o vender 129.010,41 dólares.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

* La Corporación no cuenta con la experiencia necesaria para realizar el proceso de exportación al no tener un personal capacitado en comercio exterior se dificulta el cumplimiento de los requisitos y obtención de documentos obligatorios que debe presentar la empresa para realizar el trámite en la SENA E enviar la mercadería a destino planteado.

* Nuestro producto posee todas las características y normas técnicas necesarias para convertirse en un producto de exportación, cumple con todas las certificaciones exigidas para la salida del país como es el certificado sanitario emitido por el AGROCALIDAD y las normas que solicita la USCBP en relación al empaquetado y etiquetado de las fundas de zanahoria pre cocido.

* Con la información brindada por nuestros posibles compradores podemos observar que la industria alimenticia busca cada vez más productos que sean naturales de calidad y para el consumidor final productos saludables y confiables; es por esto que productos naturales como la zanahoria pre cocido, presentan una demanda creciente en los mercados europeos.

* El proyecto es viable desde el punto de vista financiero, puesto que los resultados obtenidos de los indicadores son satisfactorios, ratificando la bondad del proyecto bajo las condiciones actuales de mercado.

RECOMENDACIONES

* La Corporación Huertos Gatazo Zambrano debe contratar personal que posea los conocimientos en negociaciones internacionales y procedimientos aduaneros para que la empresa realice directamente todo el proceso de negociación, logística y elaboración de los documentos de exportación con el fin de no necesitar intermediarios como los bróker y agentes aduaneros que representan un gasto a la misma.

* Aprovechar las ferias internacionales para que nuestro producto sea más valorado y reconocido al nivel internacional y por ende la rentabilidad de la Corporación aumente.

* Teniendo en cuenta que el consumo de productos como la zanahoria pre cocida tiene una buena demanda en Paris por lo cual es importante que la Corporación empiece a identificar algunos posibles importadores directos para iniciar conversaciones sobre él envío del producto mencionado.

* Al emprender el plan de exportación, es importante que la empresa tenga un constante análisis de su situación financiera para tener una mejor administración de sus recursos con el fin de que los gastos del proceso de exportación no afecten al desarrollo de las otras actividades de la empresa.

* Es recomendable tomar como base el presente plan de exportación ya que técnicamente se establece los parámetros necesarios para la consecución del proyecto, puesto que se definen las actividades que se realizarán en cada uno de los procesos, dando una explicación clara en lo que se refiere a negociación, producción y exportación del producto, tomando en cuenta la logística inmersa.

RESUMEN

El proyecto se realizó con el objetivo de conocer la posibilidad que tendrá la exportación de la zanahoria pre cocida producida en la parroquia Cajabamba (Colta), hacia la ciudad de Paris - Francia, siendo un referente para futuros estudios y facilitar los procesos sistemáticos de la Corporación, dando lugar a la comercialización nacional e internacional del producto a través de información relacionada con el tema obtenido de diferentes tipos de publicaciones donde se identifica y analiza el mercado al cual va llegar nuestro producto así proponer una estrategia de comercialización para la promoción de ventas. El plan de exportación propone diseñar una guía para que la Corporación donde pueda llevar al exterior su producto y obtener un nuevo mercado. La investigación proporcionó los siguientes resultados: Con el estudio comercial identificamos el mercado, las características competitivas del producto, el mercado potencial, el diseño del producto; además se propone una estrategia de comercialización. El estudio financiero nos señala la viabilidad del proyecto a través de sus diferentes indicadores como es rentabilidad VS inversión. Finalmente se llega a conclusiones, que la viabilidad del plan de exportación para realizar el proceso de producción y exportación de zanahoria pre cocida al mercado meta. Por tanto se recomienda que la Corporación se encuentre en un constante avance y mejoramiento del producto, teniendo en cuenta siempre las necesidades del cliente, que al igual que el tiempo van cambiando con el fin de llevar a cabo el proyecto a la realidad.

SUMMARY

BIBLIOGRAFIA

- Arboleda G., (2009), Proyectos Formulación Evaluación y Control, Editorial ACeditores.
- Balanzátegui R., (2012), Elaboración de Proyectos, Ecuador.
- Bernal C. (2006) Metodología de la investigación, Editorial: Mundilibros (2006).
- González, H. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación
- Muñoz, P. (2004) La investigación analítica y descriptiva Editorial: Iberoamericana (2008)
- Méndez C. (2004). Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, Editorial Mc Graw Hill. 3ra. Edición.
- Osorio, C. (2001). Diccionario de Comercio Internacional, Editorial ECOE Ediciones, 4ta. Edición. Bogotá.

Webgrafía

- http://www.aduana.gob.ec/archivos/Borrador_Glosario.docx
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>
- <http://www.rebelion.org/docs/20118.pdf>
- <http://www.monografias.com/trabajos97/el-comercio-internacional/el-comercio-internacional.shtml#ixzz2r51joGX8>
- <http://www.emagister.com/curso-archivistica-manejo-organizacion-archivos-manual-archivero/documento-concepto-tipos-documentos>
- Banco Central del Ecuador (2011). Análisis de cuentas económicas Recuperado de: www.bce.fin.ec (En Línea)
- Aduana del Ecuador, (2012). Incoterms 2010 de la SENAE Recuperado el 13 de septiembre del 2012 de: [http:// www-aduana.gob.ec](http://www-aduana.gob.ec) (En línea)