



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR
INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE TISANAS DE LA TERRA (INFUSIÓN DE HIERBAS), DESDE EL CENTRO DE EXPORTACIONES DE LA CORPORACIÓN GRUPPO SALINAS, UBICADA EN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR, HACIA LONG BEACH – CALIFORNIA ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2015.”

AUTOR:

ERICK XAVIER CHAGUARO ESCOBAR

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo de Investigación sobre el tema, ***PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE TISANAS DE LA TERRA (INFUSIÓN DE HIERBAS), DESDE EL CENTRO DE EXPORTACIONES DE LA CORPORACIÓN GRUPPO SALINAS, UBICADA EN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR, HACIA LONG BEACH – CALIFORNIA ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2015.***” Previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por el Sr. ***ERICK XAVIER CHAGUARO ESCOBAR***, ha cumplido con las normas de Investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación.

ING. José Gabriel Pilaguano Mendoza.
DIRECTOR DE TRIBUNAL

ING. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
MIEMBRO DE TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, *ERICK XAVIER CHAGUARO ESCOBAR*, estudiante de la Escuela de Ingeniería en Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

ERICK XAVIER CHAGUARO ESCOBAR

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a mi Dios por haberme dado la vida, a la virgencita por ser la que me llena de fuerzas para seguir adelante. A mi madre, quien es la persona a quien más amo y admiro por el sacrificio, y el apoyo incondicional que me ha brindado a lo largo de toda mi vida. A mi hermano, por compartir momentos inolvidables y para quien espero ser un ejemplo.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios y a virgencita por ser los que día a día a lo largo de mi carrera me han cobijado con su bendición.

A mis padres por los consejos, su esfuerzo y apoyo durante el transcurso de mi carrera, pues gracias a ellos he logrado cumplir una meta y así convertirme en un profesional.

A mis tutores, quienes, por su paciencia y conocimientos, han sabido guiarme en el arduo proceso que implica la realización del trabajo de titulación.

A mis amigos, por el apoyo en tiempos difíciles, y por compartir momentos de sano esparcimiento mientras transcurría mi carrera profesional.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal.....	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de tablas.....	xii
Índice de imágenes.....	xiii
Índice de anexos.....	xiv
Resumen ejecutivo	xv
Summary	xvi
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1. Formulación del Problema	3
1.1.2. Delimitación del Problema.....	3
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3. OBJETIVOS	4
1.3.1. Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos Específicos.....	4
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. ANTECEDENTES	5
2.2. RESEÑA HISTÓRICA.....	6
2.3. MISIÓN DE LA EMPRESA	7
2.4. VISIÓN DE LA EMPRESA.....	8
2.5. OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	8
2.5.1. Objetivos Específicos de la empresa	8
2.6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	9
2.7. CARTERA DE PRODUCTOS.....	10
2.8. ANÁLISIS FODA	11
2.9. HISTORIA DE LAS PLANTAS.....	12
2.9.1. Importancia de las Plantas	13
2.9.2. Los Principios Activos de las Plantas.....	13
2.9.3. Tipos de Plantas.....	14

2.9.3.1.	Plantas Medicinales.....	14
2.9.3.2.	Plantas Aromáticas.....	15
2.9.4.	Partes útiles de las plantas aromáticas.....	15
2.9.5.	Las Tisanas.....	16
2.9.6.	Importancia de las Tisanas.....	16
2.9.7.	Tipos de Tisanas.....	17
2.9.8.	Plantas que conforman la tisana de la terra.....	17
2.9.8.1.	Chuquiragua.....	18
2.9.8.2.	Nombre científico:.....	18
2.9.8.3.	Características.....	18
2.9.8.4.	Ubicación Geográfica.....	18
2.9.8.5.	Propiedades Medicinales.....	19
2.9.8.6.	Ñachag.....	19
2.9.8.7.	Características.....	19
2.9.8.8.	Ubicación Geográfica en Ecuador.....	20
2.9.8.9.	Usos.....	20
2.9.8.10.	Cola de Caballo.....	21
2.9.8.11.	Características.....	21
2.9.8.12.	Componentes.....	22
2.9.8.13.	Propiedades Medicinales.....	22
2.10.	MARCO CONCEPTUAL.....	22
2.10.1.	Acuerdo Comercial.....	22
2.10.2.	Acceso al Mercado.....	23
2.10.3.	Aduana.....	23
2.10.4.	Ad-Valorem.....	23
2.10.5.	Aforo.....	23
2.10.6.	Aforo Automático.....	23
2.10.7.	Aforo Documental.....	24
2.10.8.	Aforo Físico.....	24
2.10.9.	Agente de Aduana.....	24
2.10.10.	Arancel.....	24
2.10.11.	Área de Libre Comercio.....	25
2.10.12.	Balanza Comercial.....	25
2.10.13.	Barreras Comerciales.....	25
2.10.14.	Bróker.....	25
2.10.15.	Certificado de Origen.....	25

2.10.16.	Conocimiento de Embarque	25
2.10.17.	Consolidación.....	26
2.10.18.	Control Aduanero.....	26
2.10.19.	Demanda	26
2.10.20.	Despacho	26
2.10.21.	Dumping.....	26
2.10.22.	Exportación	26
2.10.23.	Factura Comercial	27
2.10.24.	Incoterms.....	27
2.10.25.	Inflación	27
2.10.26.	Mercado	27
2.10.27.	Oferta	27
2.10.28.	Partida Arancelaria.....	28
2.10.29.	Producto Interno Bruto (PIB).....	28
2.10.30.	Puerto	28
2.10.31.	Seguro	28
2.10.32.	Tipo de cambio.....	28
2.10.33.	Zona Franca.....	28
2.11.	MARCO LEGAL	29
2.11.1.	Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).....	29
2.11.2.	PRO ECUADOR.....	29
2.11.3.	Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	30
2.11.4.	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca	30
2.11.5.	Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.	30
2.11.6.	Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.....	31
2.11.7.	Servicio de Rentas Internas (SRI).....	31
2.12.	IDEA A DEFENDER.....	32
2.13.	MODALIDADES DE LA INVESTIGACION.	32
2.14.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	32
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO.....		33
3.1.	DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	33
3.2.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	33
3.3.	RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y EE.UU.	33
3.3.1.	Inversión Extranjera Directa De Estados Unidos en Ecuador.	34
3.3.2.	Balanza Comercial entre Ecuador y Estados Unidos.	34
3.3.3.	Exportaciones a Estados Unidos.....	35

3.3.4.	Importaciones desde Estados Unidos.	36
3.3.5.	Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado de EE.UU.	37
3.3.6.	Clasificación Arancelaria en la que se Encuentran las Tisanas.	38
3.3.7.	Barreras Arancelarias.	39
3.4.	LA DEMANDA.....	39
3.4.1.	Factores que Afectan la Demanda.	39
3.4.2.	Metodología para Evaluar la Demanda.	40
3.4.3.	Principales Importadores de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas.	41
3.4.4.	Principales Proveedores de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas a Estados Unidos.	42
3.4.5.	Los Estados Unidos.	42
3.4.5.1.	El Mercado de Long Beach – California.....	44
3.4.5.2.	Datos Generales.	46
3.4.5.3.	Puertos y Aeropuertos.....	47
3.4.5.4.	Segmentación de Mercado.	48
3.4.6.	Socio Comercial (Empresa Art of Tea.).....	50
3.4.6.1.	Requerimientos solicitados por la Empresa Art of Tea.....	50
3.4.6.2.	Proyección de la demanda de tisanas de la Empresa Art of Tea.	51
3.5.	LA OFERTA.....	52
3.5.1.	Factores que Afectan a la Oferta.	52
3.5.2.	Principales Exportadores de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas a Nivel Mundial.	52
3.5.3.	Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas en Valores FOB miles.....	54
3.5.3.1.	Evolución de las Exportaciones en valores FOB.	54
3.5.4.	Principales Destinos De Las Exportaciones Ecuatorianas.....	55
3.5.5.	Producción Nacional de Plantas Medicinales en Ecuador.....	55
3.5.6.	Capacidad Exportable de la Corporación Gruppo Salinas.	57
3.5.6.1.	Proyección de la Oferta Exportable de Tisanas.	57
3.6.	LA DEMANDA INSATISFECHA.	59
3.7.	ANALISIS DE PRECIOS.....	59
3.7.1.	Precio del Producto.....	60
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO		61
4.1.	DEFINICIÓN.....	61
4.1.1.	Objetivos del Estudio Técnico.....	61
4.2.	TAMAÑO DEL PROYECTO.	61

4.2.1.	Localización del Proyecto.	62
4.2.1.1.	Macro localización.	62
4.2.1.2.	Micro localización.	63
4.2.2.	Ingeniería del Proyecto.	63
4.2.2.1.	Proceso de Producción.	63
4.2.2.2.	Descripción del proceso.	64
4.2.2.3.	Factores de Producción.	69
4.2.3.	Necesidades y Requerimientos.	71
4.3.	TRÁMITES DE EXPORTACIÓN.	71
4.3.1.	Requisitos para la Exportación.	72
4.3.2.	Requisitos para ser Exportador.	72
4.4.	PROCESO DE EXPORTACIÓN.	73
4.4.1.	Generación de un Contrato.	73
4.4.2.	Ordenes de Pedido a Fábricas y/o Empresas.	74
4.4.3.	Peso / Volumen de la Mercancía.	75
4.4.4.	Confirmación a la Naviera.	76
4.4.5.	Envío Factura Proforma.	76
4.4.6.	Contrato con Camiones.	76
4.4.7.	Costo y Documentación necesaria para Exportar.	77
4.4.8.	Certificados y Solicitudes.	77
4.4.8.1.	Certificado de Inspección Fitosanitario.	77
4.4.8.2.	Solicitud Inspección Antinarcóticos.	77
4.4.9.	Documento Para Los Transportistas.	78
4.4.9.1.	Guías de Remisión.	78
4.4.9.2.	Formulario AISV.	78
4.4.10.	Envío De Documentos Al Cliente.	78
4.3.11.	Declaración Al Seguro.	79
4.5.	FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN.	80
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO.		81
5.1.	COSTOS DEL PROYECTO.	81
5.1.1.	Costos Administrativos.	82
5.1.2.	Costo de Ventas.	83
5.1.3.	Costo Total Fabricación de Tisanas de la Terra.	83
5.2.	INVERSIONES DEL PROYECTO.	84
5.3.	EVALUACIÓN FINANCIERA.	84
5.4.	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.	85

5.4.1.	Estado de Resultados.....	85
5.4.2.	Balance General.....	87
5.4.3.	Flujo del Efectivo.	89
5.4.4.	Valor Actual Neto.....	91
5.4.5.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	92
5.4.6.	Relacion Beneficio Costo. (RB/C).	93
5.4.7.	Periodo de Recuperación del Capital.....	94
	CONCLUSIONES.	95
	RECOMENDACIONES.	96
	BIBLIOGRAFÍA	97
	ANEXOS	101

ÍNDICE DE TABLAS

Cuadro 1: Foda.....	11
Cuadro 2: Plantas Que Pueden Usarse Como Condimento.....	15
Cuadro 3: Productos Exportados por Ecuador a EE.UU.....	35
Cuadro 4: Productos Importados por Ecuador de EE.UU.....	36
Cuadro 5: Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado de EE.UU.	37
Cuadro 6: Clasificación Arancelaria.	38
Cuadro 7: Importadores Mundiales de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mescladas.	41
Cuadro 8: Proveedores de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mescladas a Estados Unidos.....	42
Cuadro 9: Indicadores Socioeconómicos.	43
Cuadro 10: Datos Generales Long Beach.	46
Cuadro 11: Manejo de TEUs.....	47
Cuadro 12: Segmentación de Mercado.	48
Cuadro 13: Calculo Proyección de la Demanda.....	51
Cuadro 14: Proyección de la Demanda de Tisanas de la Empresa Art of Tea.....	51
Cuadro 15: Exportadores Mundiales de Tisanas.....	53
Cuadro 16: Evolución del valor FOB.....	54
Cuadro 17: Principales Destinos de Exportación.....	55
Cuadro 18: Distribución Regional de las Plantas Medicinales.	56
Cuadro 19: Superficie Cultivada de Plantas Medicinales.	56
Cuadro 20: Capacidad Exportable de la Corporación Gruppo Salinas.	57
Cuadro 21: Calculo Proyección de la Demanda.....	58
Cuadro 22: Proyección de la Oferta.	58
Cuadro 23: Demanda Insatisfecha Proyectada.....	59
Cuadro 24: Precio al Consumidor.	60
Cuadro 25: Capacidad de Producción.	62
Cuadro 26: Factores de Producción.	69
Cuadro 27: Significado de Símbolos y Flujograma.	71
Cuadro 28: Peso/ volumen de la Mercancía.....	75
Cuadro 29: Costos de Producción.	81

Cuadro 30: Costos Administrativos	82
Cuadro 31: Costo de Ventas.....	83
Cuadro 32: Costo Total Fabricación.	83
Cuadro 33: Inversión Total.	84
Cuadro 34: Precio Unitario de Venta.	85
Cuadro 35: Estado de Resultados.....	86
Cuadro 36: Balance General.	87
Cuadro 37: Flujo del Efectivo Proyectado.	90
Cuadro 38: Indicadores Financieros.....	94

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Tipos de Plantas	14
Imagen 2: Plantas Medicinales.....	14
Imagen 3: Planta Aromática.....	15
Imagen 4: Chuquiragua.....	18
Imagen 5: Ñachag	19
Imagen 6: Ubicación Geográfica Ñachag	20
Imagen 7: Cola de Caballo.....	21
Imagen 8: Ubicación Geográfica Cola de Caballo.....	21
Imagen 9: Importadores Mundiales	41
Imagen 10: Mapa de Estados Unidos.....	42
Imagen 11: Bandera de Long Beach	44
Imagen 12: Exportadores Mundiales	53
Imagen 13: Macro localización.....	63
Imagen 14: Planta de Producción.....	64
Imagen 15: Recepción e Inspección de la Materia Prima	65
Imagen 16: Lavado y Desinfección.....	65
Imagen 17: Deshidratadora	66
Imagen 18: Inspección Manual	66
Imagen 19: Primera Capa (funda plástica).....	67
Imagen 20: Segunda Capa (caja de cartón).....	67
Imagen 21: Empaquetado (ocho unidades por funda plástica).....	68
Imagen 22: Cajas de Cartón (siete paquetes por caja)	68
Imagen 23: Almacenamiento	69

Imagen 24: Contenedores.....	75
Imagen 25: Navieras	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Estructura Organizativa	9
Gráfico 2: Inversión Extranjera Directa.....	34
Gráfico 3: Balanza Comercial Ecuador-EE.UU.....	34
Gráfico 4: Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas.....	54
Gráfico 5: Flujograma de Exportación.....	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Corporación Gruppo Salinas.....	101
Anexo 2: Centro de Exportaciones (Depto. Logística)	101
Anexo 3: Modelo de Contrato.....	102
Anexo 4: Modelo de Pedido a Fabrica.....	103
Anexo 5: Modelo de Factura Comercial	104
Anexo 6: Modelo de Declaración Aduanera de Exp. (DAE).....	105
Anexo 7: Modelo de Bill of Lading	106
Anexo 8: Modelo Lista de Empaque.....	107
Anexo 9: Modelo Formulario AISV	108
Anexo 10: Token.....	109
Anexo 11: Tasa de Interés (Banco Central del Ecuador).....	109

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo generar un proyecto de factibilidad para la exportación de tisanas de la terra (infusión de hierbas), desde el Centro de Exportaciones de la Corporación Gruppo Salinas, ubicada en Guaranda Provincia Bolívar hacia Long Beach – California Estados Unidos, periodo 2015.

El método aplicado para la investigación es el exploratorio, pues me permitió recoger, examinar y conocer la situación económica y productiva de la Corporación Salinas así como también los gustos y preferencias del mercado de Long Beach. Tras haber obtenido esta información se determinó que la Corporación se encuentra en excelentes condiciones para ofertar y exportar a nivel internacional.

Se tomaron a las tisanas como producto para exportar pues cuentan con un alto grado de componentes curativos y que actualmente en el mercado de Long Beach existe un incremento en el consumo de las mismas, además su precio, calidad, sabor y que es fabricado con las normas del comercio justo la hace acreedora de ciertas ventajas.

Mediante un estudio técnico se detalló las faces a las que se someten las plantas medicinales para convertirse en tisanas de la terra, se especificó la cantidad que será exportada, y la presentación que tendrá el producto.

En el estudio financiero se analizó todos los costos e ingresos en los que se incurre al momento de producir y exportar el producto, es así que para determinar la viabilidad del proyecto se utilizaron indicadores financieros, obteniendo en el VAN 1 (117.216,81); VAN 2 (113.196,22); Un TIR de (27,07%); RB/C 1 (2,69); RB/C 2 (2,65), estos resultados demuestran que los ingresos serán superiores a los gastos, lo que generara riqueza a la empresa y por ende un benéfico social.

Palabras claves: Mercado, exportación, comercio, economía.

ING. Gabriel Pilaguano Mendoza.
DIRECTOR DE TRIBUNAL

SUMMARY

The present paper objective is to generate feasibility for tisane of terra exportation (herb infusion) from Exportation Center of Salinas Group Corporation located in Guaranda to Long Beach – California United States, 2015.

Exploratory method was used to collect, examine and know the economical and productive situation of Salinas Corporation as well as likes and preferences of Long Beach market. From this information, it was determined that Corporation is in good conditions to offer and export internationally.

Tisanes were considered as a product to export because they have a high level of curative components, there is an increase in the consumption in Long Beach market, the price, quality, and flavor, and because they are made with norms of business. That is why, this plant has advantages.

By a technical study, the phases of the medicinal plants to become tisanes of terra were detailed. The quantity to be exported and the presentation of the product were specified.

Costs and benefits of the production and exportation of the product were analyzed. Financial indicators were used to determine the viability of the project getting NVA 1 (117,216.81); NVA 2 (113,196.22); an IRR of (27.07%), RB/C 1 (2.69); RB/C 2 (2.65). these results show that incomes will be higher than the expenses generating welfare to the enterprise and a social benefit.

Key Words: Market, exportation, business, economy.

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional es una manera de unir a las naciones, mediante el intercambio de productos bienes y servicios, es así que las exportaciones son significativas para la economía del país, por tal motivo se genera un incremento de liquides de dinero con el cual la población mantiene un estilo de vida controlado.

Ecuador es un país privilegiado, pues su ubicación, clima, biodiversidad y terrenos sumamente fértiles, permiten la creación de productos de grandes componentes alimenticios, nutritivos, curativos, etc. Estos aspectos propios de la naturaleza son tomados para la producción de tisanas.

Prácticamente el Ecuador ha basado sus exportaciones en productos tradicionales, pero con el cambio de mentalidad que ha ocurrido en los últimos años el país ha logrado abrirse paso en mercado internacionales con productos no tradicionales, principalmente en el sector agrícola.

Las principales zonas de cultivo de plantas medicinales se localizan en las provincias de Pichincha, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Loja, y Morona Santiago.

Las tisanas de la terra tienen un potencial para ser ofertado en mercados internacionales tales como: Estados Unidos, Japón, Alemania, China, Italia ya que en su dieta alimenticia un alto porcentaje constituyen productos curativos y naturales.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad es casi imposible para un país intentar sobrevivir sin mantener relaciones comerciales con el resto del mundo siendo este conjuntamente con la revolución tecnológica el resultado de la evolución de la economía mundial.

El Ecuador es un país que depende de las exportaciones de productos tradicionales principalmente del sector petrolero con un (56.53%), pero es importante recalcar que existe un (43.47%) de productos no tradicionales que están en la capacidad de ser exportados, como por ejemplo las tisanas, que por su calidad, precio y principalmente sus características medicinales son de gran valor y cotizados en mercados extranjeros.

El inconveniente radica en la falta de experiencia e incorporación de tecnología para que los productos no tradicionales sean competitivos.

Dentro de la Provincia Bolívar, especialmente en las comunidades de Chaupi (7%), La Moya (16%), Lanzaurco (14%), Los Arrayanes (9%), Natahua (8%), Nueva Esperanza (3%), Pachancho (9%), Piscoquero (12%), Rincón de las Andes (5%), Yacubiana (17%) y en toda la región sierra existe la materia prima necesaria para la producción de tisanas (Ñachag, Cola de Caballo, Chuquiragua) pero el desconocimiento de técnicas de recolección de estas hierbas, degeneran sus propiedades, reducen la calidad y cantidad.

El problema actual del Centro de Exportaciones de la CORPORACIÓN GRUPPO SALINAS se debe a que en los últimos años se han dedicado a la venta y exportación de cacao, y no específicamente a vender y promocionar los productos que la Corporación Salinas elabora diariamente como son: Chocolates, textiles, quesos, tisanas, mermeladas, ungüentos, etc. Lo cual no ha permitido que se conozca a nivel nacional y mucho menos internacional.

Por lo cual existe la necesidad de implantar un proyecto de factibilidad de exportación a los productos generados dentro de la Corporación como las tisanas de la tierra.

1.1.1. Formulación del Problema

¿De qué forma el proyecto de factibilidad para la exportación de tisanas de la terra (infusión de hierbas), del centro de exportaciones de la CORPORACIÓN GRUPPO SALINAS, hacia Long Beach – California Estados Unidos, incidirá en el incremento económico de la empresa?

1.1.2. Delimitación del Problema

Esta investigación está orientada al estudio de un proyecto de factibilidad de exportación de tisanas de la terra, del Centro de Exportaciones de la CORPORACIÓN GRUPPO SALINAS, ubicada en Guaranda provincia de Bolívar hacia Long Beach – California en los Estados Unidos, el mismo que se realizara durante el periodo 2015.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación impulsará las exportaciones del Centro de Exportaciones de la CORPORACIÓN GRUPPO SALINAS ya que al introducir el producto en un mercado internacional, será una excelente alternativa para aumentar el capital económico, el talento humano y a su vez diversificar el mercado.

La incursión de las tisanas de la terra en el mercado estadounidense atraerá a la inversión extranjera directa así como también oportunidades de negocios y a través de una correcta producción tomando en cuenta los requerimientos y estándares de calidad internacional, aportará a que el producto se posicione en dicho mercado.

Además al incrementar la exportación de tisanas se pretende aplicar buenas prácticas agrícolas para mejorar la producción y productividad de los pequeños productores involucrados, lograr la certificación orgánica de los productos terminados e innovar para ingresar a los mercados más exigentes, que tal vez antes parecían imposibles, y que hoy es un paso para que la producción local prospere.

El presente proyecto se llevará a cabo para cumplir con el reglamento establecido por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo para la obtención del título de ingeniero en Comercio Exterior, además por medio de este trabajo investigativo se pretende aplicar los métodos, técnicas y enseñanzas que se obtuvieron durante el transcurso de los estudios académicos. Y a su vez se convierta en un trabajo beneficioso para el medio laboral.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Generar un proyecto para la exportación de tisanas de la terra (infusión de hierbas), hacia Long Beach – California Estados Unidos.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual del centro de exportaciones de la Corporación Gruppo Salinas.
- Elaborar un estudio de mercado en Long Beach en la producción e importación de tisanas al consumidor para incrementar la oferta ecuatoriana.
- Establecer una propuesta para la exportación de tisanas de la terra hacia el mercado de Long Beach.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

El desarrollo de Salinas está basado en los principios del cooperativismo y la economía solidaria.

Son pilares fundamentales, contar con un grupo humano organizado para la producción comunitaria, otorgar créditos productivos a bajo costo, la no repartición de utilidades individuales, la colaboración colectiva y la rendición de cuentas puntual y permanente.

Su estructura organizacional luego de 40 años de trabajo, y con base en los éxitos alcanzados y los fracasos, han surgido nuevas microempresas, cooperativas y entidades de apoyo como:



En 1988 nació la Fundación FUNORSAL como instancia de coordinación de todas las cooperativas salineras. Al mismo tiempo se afianzo la instancia de diversificar formalmente las organizaciones centrales en vista de la diversidad de los objetivos.



PRODUCCOOP nació a raíz de la separación de funciones con la Cooperativa de Ahorro y Crédito (COACSAL), así esta empresa se encarga de impulsar la producción de derivados lácteos.



TEXAL es una empresa que elabora artesanalmente prendas de vestir a través de la mano de obra de mujeres que desean promocionar su talento e incluirse en el ámbito laboral por medio de su trabajo.



FUGJS atiende las necesidades específicas que tiene la juventud.



FUNDACION FAMILIA SALESIANA tiene el objetivo de apoyar en labores pastorales de salud y educación.



A partir del año 2007 con la creación del Centro de Exportaciones y el CONA la Corporación Gruppo Salinas empezó a ofrecer sus servicios en el ámbito de compra, venta y exportación de mercancías desde el cantón Guaranda en la parroquia Salinas.



Finalmente y en una última etapa, se hizo evidente la necesidad de un referente común y se constituyó en el año 2006 el GRUPPO SALINAS, como corporación que agrupa las organizaciones anteriormente citadas y a su vez es quien tiene entre sus principales objetivos unificar a los actores que promueven el desarrollo social y humano de la parroquia Salinas. (CORPORACION GRUPPO SALINAS, 2014)

2.2. RESEÑA HISTÓRICA

A principios de la década de 1970, según los estándares ecuatorianos, la parroquia de Salinas era considerada una región en extrema pobreza. Aunque la vocación de la región sea agrícola, la extracción de la sal había sido por muchos años la actividad principal. En esos años, las nuevas leyes ecuatorianas habían expropiado terrenos agrícolas con el fin de entregarlos en usufructo a sus pobladores. Impulsados por voluntarios italianos, los habitantes de Salinas formaron la Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinas, con el propósito de formar una entidad jurídica capaz de apoderarse de los derechos de explotación de las minas de sal. En 1971 el Estado ecuatoriano reconoció la propiedad legal de las minas a la Cooperativa Salinas en detrimento de sus anteriores propietarios, y con ello dieron los salineros el primer paso hacia el desarrollo comunitario.

Sin embargo, los ingresos que la comunidad obtenía a través de la extracción de la sal disminuyeron dramáticamente a raíz del auge comercial de la sal de agua de mar. Entonces, la cooperativa, como entidad de ahorro y crédito, financió el establecimiento de la primera quesería (El Salinerito), gracias a los ahorros aportados por los socios, y también otros pequeños proyectos a través de créditos solidarios.

El éxito de estos primeros proyectos hizo posible impulsar nuevas actividades económicas. Durante esta etapa se iniciaron las inversiones en infraestructura. El crecimiento permitió la creación de una organización más grande llamada FUNORSAL

(Fundación de Organizaciones de Salinas) para poder atender las nuevas demandas generadas por la dinámica de las actividades productivas y sociales.

Las queserías fueron las primeras empresas en ponerse en marcha en Salinas, basándose en un modelo cooperativista que garantiza que las utilidades generadas no se concentren en pocas manos. Cada empleado recibe un salario y los productores de leche son retribuidos por cada litro de leche entregado a la planta procesadora de lácteos. Una vez vendidos los quesos, las ganancias son redistribuidas a la comunidad en forma de diferentes servicios básicos, infraestructura, carreteras, salud y educación. Esto sucede en cada pequeña comunidad cercana a la cabecera parroquial. Cada empresa comunitaria que genere un excedente de capital, ayuda a sus socios a salir de la pobreza. Es importante señalar que se ha eliminado la participación de los intermediarios en casi todas las actividades.

Aunque trabajen en alguna de las microempresas, los miembros de la cooperativa y la fundación no descuidan el trabajo agrícola. Las labores diarias comienzan muy temprano y consisten principalmente en la ordeña de las vacas, el pastoreo del ganado y la alimentación de animales menores. Además están los trabajos de labranza de las tierras y el mantenimiento y cuidado de los huertos, en donde se puede encontrar una gran diversidad de plantas medicinales y ornamentales.

Poco a poco se pasó de un pueblo sin cultura organizativa y productor de sal, a un pueblo organizado y agroindustrial, convirtiéndose en referente para la provincia y el país. El resultado ha sido el mantenimiento de su población, evitando la migración a los núcleos urbanos, así como la mejora sustancial de las condiciones de vida de sus habitantes.

Hoy en día, Salinas y sus comunidades son la demostración de que en Ecuador es posible el desarrollo rural integral con equidad y sostenibilidad.

Es por eso que el progreso salinero es considerado una experiencia modelo dentro de la Economía Popular y Solidaria que el actual gobierno está tratando de impulsar en la actualidad. (VARGAS GABRIELA, 2013)

2.3. MISIÓN DE LA EMPRESA

El Grupo Salinas es el ente que estimula la generación de recursos e impulsa los valores y propuestas comunes y acuerdos de mediano y largo plazo; fomenta acciones de desarrollo, de fortalecimiento de la institucionalidad, de participación e integración de los

actores sociales y recursos locales; favorece acciones de coordinación, unificación de esfuerzos y generación de servicios, sobre la base de solidaridad, la innovación y el compromiso colectivo. (CORPORACION GRUPPO SALINERITO, 2011)

2.4. VISION DE LA EMPRESA

La Corporación Gruppo Salinas fomenta la identidad salinera, que se expresa en los principios y valores de la economía solidaria; fortalece los procesos económicos, sociales, culturales de la parroquia; además promueve espacios de reflexión, coordinación, integración y construcción de ciudadanía responsable comprometida con el desarrollo humano integral, la equidad e inclusión. (CORPORACION GRUPPO SALINERITO, 2011)

2.5. OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA

Organizar e impulsar en forma profesional la venta de los productos del Gruppo Salinas en el exterior.

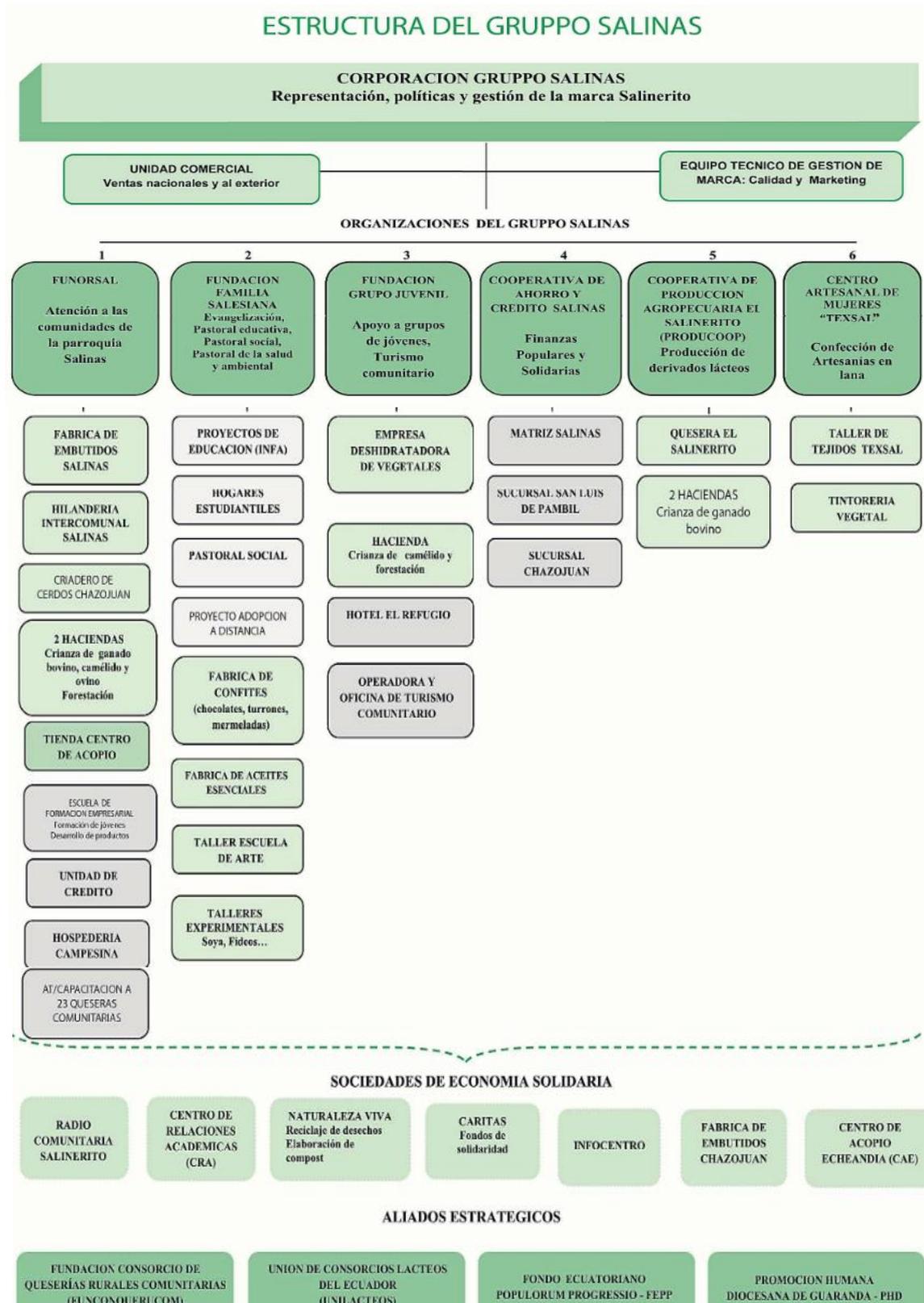
Contribuir con los excedentes a la autogestión de los servicios específicos del Gruppo Salinas.

2.5.1. Objetivos Específicos de la empresa

- Relacionarse siempre más con entidades afines en el país y en el exterior.
- Incrementar las ventas.
- Diversificar el mercado.

2.6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Gráfico 1: Estructura Organizativa



Fuente: Corporación Gruppo Salinas.

Año: 2015.

2.7. CARTERA DE PRODUCTOS

Actualmente se producen y comercializan cerca de 150 productos diferentes para el consumo local e internacional.

En el Ecuador se puede encontrar la marca “Salinerito” en las ciudades de Ambato, Cotacachi, Cuenca, Guaranda, Otavalo, Quito, y Santo Domingo de los Tsáchilas.

En lo que corresponde a exportaciones los destinos son: Italia, EE.UU, Alemania, Suiza, entre otros.

Sus líneas de producción están distribuidas en los siguientes ámbitos:

Lácteos: Se producen diferentes tipos de queso como son el parmesano, gruyer, dambo, mozzarella, andino, fresco, maduro, entre otros, para ello procesan 6700 litros de leche al día, la capacidad es de unos 10000 litros diarios. Al inicio se procesaban 50 litros. Existen 70 queseras “El Salinerito” en todo el país.

Cárnicos: Embutidos como el jamón, mortadela, salchicha, chuleta ahumada, pernil ahumado, entre otros, que se obtienen de los distintos tipo de ganado.

Confites: Turrone, chocolates, bombones y conservas. Se producen mensualmente seis toneladas de chocolate.

Deshidratados: Hongos secos de calidad gourmet, frutas secas, y te de hierbas (tisanas).

Aromas: Aceites, cremas y jabones capilares 100% naturales.

Textiles: Accesorios, bolsos, ponchos, guantes, gorros, suéteres y tapices de lana.

Cacao: En grano y en pepa. Este producto se lo obtiene principalmente de la costa ecuatoriana, para posteriormente ser exportado a nombre del Gruppo Salinas hacia los diferentes países de destino principalmente a Italia quien es el mayor socio y comprador de cacao.

El turismo también es parte de la cartera de productos que ofrece la parroquia Salinas, con varios lugares de interés para sus visitantes: las empresas comunitarias, las minas de sal, los farallones rocosos, entre otros. (LIDERES, 2013)

2.8. ANÁLISIS FODA

Cuadro 1: FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es una organización solidaria que agrupa a pequeños productores para brindarles seguridad y fortalecer el trabajo, con un alto compromiso de crecimiento por ambas partes. ➤ Las ganancias que obtienen las empresas en parte son utilizadas para mejorar la producción, capacitar al personal, ampliar las fabricas y generar nuevas plazas de empleo. ➤ La corporación tiene a su haber cuatro camiones propios equipados para la distribución de los productos a los distintos puntos de venta. ➤ Realiza reuniones periódicas con el fin de mantener, compartir, e informar sobre la situación de cada unidad de producción y así fortalecer los lazos entre las distintas fábricas que conforman la organización. ➤ El personal que labora en cada fábrica se encuentra en constante capacitación. ➤ El centro de exportaciones se encarga de promocionar y vender los productos de las distintas fábricas del Gruppo Salinas nivel internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No se maneja servicio post venta. ➤ Las políticas de venta no han sido definidas, por ello los precios varían dependiendo del lugar donde se los adquieran. ➤ Escasa promoción de la marca a nivel país. ➤ Los puntos de venta de la marca Salinerito a más de ofrecer productos propios de la marca, ofrecen también productos similares de otras marcas. ➤ No existe un plan bien estructurado en la comercialización de los productos. ➤ La capacidad máxima actual de producción de las fábricas se encuentran a la mitad de la capacidad máxima que debería ser utilizada.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofertar productos el Salinerito a través de franquicias. ➤ Campañas que promuevan el consumo de productos propios del país, apoyan a que los consumidores prefieran en primera instancia adquirir productos elaborados por manos ecuatorianas. ➤ Ampliar la cartera de productos de acuerdo a las necesidades internas y externas de los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La competencia existente con marcas que tienen mayor reconocimiento dentro del país, así como también marcas que compiten por un nicho de mercado en países extranjeros. ➤ Gran parte de la población que se encuentra capacitada y en edad para laborar, prefieren salir a las grandes ciudades a trabajar o salir a buscar mejores oportunidades laborales.

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Llegar a abastecer nuevos mercados dentro y fuera del país. ➤ Generar productos de calidad y bajo costo debido a que recursos primarios agrícolas son abundantes en la provincia de Bolívar. ➤ Las alianzas entre el Gruppo Salinas con organizaciones extranjeras promueven el intercambio de conocimientos prácticos para el manejo y crecimiento de las empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El aumento de los costos de producción y mano de obra pueden disparar los precios de los productos, por ello se deberá manejar con mucha cautela esta situación para que el precio de los mismos se mantenga competitivo ante los que existen en el mercado.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Corporación Gruppo Salinas

Elaborado por: Erick Chaguaro.

2.9. HISTORIA DE LAS PLANTAS.

Las plantas que la naturaleza ofrece sirven para alimentarnos y oxigenarnos, desde tiempos prehistóricos el hombre ha observado la naturaleza y ha probado sus efectos de generación en generación.

Los antepasados tenían que comprobar si las nuevas especies de plantas eran comestibles, lo que les llevaba a descubrir, en su propio cuerpo, que muchas de ellas eran evidentemente plantas comestibles; otras plantas venenosas y otras producían efectos un tanto diferentes: algunas aumentaban el sudor, y otras les eliminaban el dolor de las articulaciones que hasta el momento les producían muchos malestares.

Posteriormente durante la época en que los colonizadores europeos llegaron a América, se quedaron fascinados por los conocimientos que poseían los nativos del uso medicinal de las plantas. Esos conocimientos estaban en manos de los chamanes, que eran los que tenían el poder de utilizar la magia y las plantas medicinales para curar las enfermedades.

Actualmente el conocimiento de las plantas medicinales se extiende a cualquier parte del mundo donde el hombre tradicionalmente ha necesitado de estos seres para curar sus enfermedades.

Así, mezcla de magia y religión, mezcla de necesidad y casualidad, de ensayo y error, el paso de las diferentes culturas ha creado todo un conocimiento de remedios vegetales que ha contribuido la medicina moderna. (BOTANICAL SL, 1995-2015)

2.9.1. Importancia de las Plantas.

La importancia de las plantas medicinales se hace más latente en la actualidad en los países en vías de desarrollo. En Pakistán se estima que un 80% de las personas dependen de estas para curarse, un 40% en la China. En países tecnológicamente avanzados como los Estados Unidos se estima que un 60% de la población utiliza habitualmente plantas medicinales para combatir ciertas dolencias. En Japón hay más demanda de plantas medicinales que de medicinas oficiales.

Existen aproximadamente medio millón de plantas con flores, la mayoría de los cuales no han sido investigadas y cuyos principios podrían ser decisivos en la curación de enfermedades actuales o venideras.

El tratamiento de enfermedades muy complejas puede requerir en algunos casos el apoyo de las propiedades medicinales de las plantas o de los derivados que ellas proporcionan.

Finalmente, no se debe olvidar el carácter preventivo que las plantas tienen con respecto a la aparición de enfermedades. En este sentido las plantas superan a los remedios químicos que se aplican fundamentalmente cuando ya ha aparecido la enfermedad. (BOTANICAL SL, 1999-2015)

2.9.2. Los Principios Activos de las Plantas.

La medicina moderna, a través de los análisis clínicos, ha considerado precisar la validez de aquellas plantas que la tradición había utilizado a base del método de ensayo y error. Muchas resultaron ser validas; otras demostraron ser inocuas; otras potencialmente peligrosas. Han sido precisamente estos análisis bioquímicos los que han podido determinar cuáles son los componentes principales de las plantas medicinales.

Los llamados principios activos de las plantas pueden aparecer en toda la planta, aunque, generalmente, las raíces y la corteza presentan los niveles más altos. Flores, semillas o frutos serian partes que contienen muchos de ellos.

Estos principios pueden variar a lo largo en una misma especie y en una misma planta de acuerdo a muchos factores: época del año, características del suelo, etc. También son muy importantes los estímulos químicos a que se ve sometida una planta en los niveles de ciertos componentes. (BOTANICAL SL, 1995-2015)

2.9.3. Tipos de Plantas

Imagen 1: Tipos de Plantas



Fuente: Botanical
Año: 2015.

En términos generales puede decirse que las plantas se caracterizan porque de algún modo influyen en la salud humana al ser ingeridas, absorbidas o al entrar en contacto con la piel.

Las plantas se clasifican de varias formas según sus usos y sirven para la fabricación de los diversos productos naturales. Se pueden distinguir las siguientes:

2.9.3.1. Plantas Medicinales

Son aquellos en los que se desarrollan principios activos, sustancias que ejercen una acción farmacológica, beneficiosa o perjudicial, sobre organismos vivos. Su utilidad específica, es la de servir como medicamento para la salud deteriorada, es decir, que tienen a disminuir o neutralizar el desequilibrio orgánico de las diferentes enfermedades.

Estas plantas constituyen aproximadamente la séptima parte de las especies existentes.

Imagen 2: Plantas Medicinales



Manzanilla



Tilo

2.9.3.2. Plantas Aromáticas.

Son aquellas cuyos principios activos están constituidos, total o parcialmente por aceites esenciales o con principios odoríferos y son tónicos por su aroma.

Imagen 3: Planta Aromática



Lavanda

Cuadro 2: Plantas Que Pueden Usarse Como Condimento

Achiote	Ajo	Albahaca
Alcaparras	Anís	Apio
Cebolla	Cilantro	Canela
Comino	Hierba Buena	Hierba Luisa
Menta	Orégano	Perejil

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

2.9.4. Partes útiles de las plantas aromáticas.

Las partes de las plantas están provistas de principios activos, y cada una de ellas se utilizan para tratar diferentes enfermedades, así que no en todas las plantas se usan completamente sus partes, es por ello que es necesario identificar las partes que si son usadas para proteger la salud humana.

La hoja: asiento de todas las síntesis químicas vegetales, es la parte más importante empleada, la que produce la mayor parte de los alcaloides.

El tallo: es solo la vía de tránsito entre las raíces y las hojas, pero puede contener principios activos, en especial en la corteza y la albura, parte del tallo situada entre el corazón y la corteza, tiene propiedades terapéuticas.

La yema: donde se localiza las expectativas de crecimiento de la planta; es un tallo completo en miniatura. Algunas yemas son antisépticas.

Los rizomas, bulbos y tubérculos: tallos especializados en almacenamiento, su misión esencial es asegurar la supervivencia de las yemas, durante el invierno, después de la aparición de las hojas. Los tubérculos de las plantas están repletos de moléculas azucaradas, el almidón.

La raíz: extrae agua con sales minerales del suelo y la bombea hacia las hojas. Acumulan a menudo azúcares, otras veces vitaminas y alcaloides.

La flor: es encargada de transmitir el mensaje hereditario, a veces cargada de principios activos, es apreciada en fitoterapia. Los pétalos son ricos en pigmentos.

Los frutos: son ricos en esencias como los de anís y comino. Los frutos carnosos constituyen una reserva de vitaminas, ácidos orgánicos y azúcares.

La semilla: son depósitos de alimentos para el desarrollo de futuras plantas tales como: proteínas, glúcidos y lípidos.

2.9.5. Las Tisanas

Una infusión de hierbas o tisana es un preparado de plantas medicinales de las cuales se extrae sus principios medicinales mediante agua.

Por lo general se hacen teniendo algunas partes de la planta que se utilice como base y agua como disolvente, generalmente caliente, pero también se pueden realizar en agua fría.

Lleva el nombre de tisana, porque las hierbas medicinales o las partes tiernas de la mayoría de ellas, como las flores de las hojas, se utilizan para hacer las preparaciones, pero también se puede utilizar otras partes más leñosas de las plantas medicinales. (BOTANICAL SL, 1999-2014)

2.9.6. Importancia de las Tisanas.

De todas las preparaciones con plantas medicinales las tisanas son las más utilizadas y las que presentan una forma más segura y natural de adquirir los principios activos de las

plantas. Se puede realizar la bebida con una sola planta o con varias a la vez. (BOTANICAL SL, 1999-2014)

2.9.7. Tipos de Tisanas.

Dentro del concepto de tisana se aprecian las siguientes preparaciones:

- Infusiones: es el método más frecuente de extracción de los principios activos de una planta. Consiste en verter agua caliente, generalmente sobre las partes más tiernas (hojas o flores) y dejar reposar de 5 a 10 minutos.
- Decocciones o Cocimiento: es el método de extracción de los principios activos de una planta consistente en hacerla hervir en agua a fuego lento desde los 3 hasta los 30 minutos, generalmente sobre las partes más duras. (raíces, tallos, cortezas o semillas).
- Maceración: la maceración es el método de extracción de los principios activos de una planta consistente en dejar reposar una hierba en agua fría durante un periodo considerable de tiempo que puede oscilar entre unas 6 horas y varias semanas. (BOTANICAL SL, 1999-2014)

2.9.8. Plantas que conforman la tisana de la tierra.

La “Tisana de la Terra” está conformada por 3 tipos de plantas aromáticas (Chuquiragua: *Chuquiraga jussieui*, Ñachag: *bidens andicola kunth*, Cola de Caballo: *Equisetum arvense L.*)

Todas las plantas mencionadas son reconocidas a nivel mundial por su nombre científico, aunque las mismas plantas pueden tener distintos nombres de acuerdo al lugar o país donde se cultive.

A continuación se describen las características de las plantas ya mencionadas:

2.9.8.1. Chuquiragua

Imagen 4: Chuquiragua



Fuente: vivir Ecuador.
Año: 2015.

2.9.8.2. Nombre científico: *Chuquiraga jussieui*

La chuquiragua es una especie botánica de planta siempre verde con flor de la familia de las Asteraceae. También es llamada “Flor del Caminante”, “Flor de los Andes”, chuquiraga o chuquirahua.

Existen 120 especies descritas y de estas, solo 22 especies son aceptadas.

Está catalogada como “Especie Vulnerable” y se la puede encontrar entre los 3000 y 4000 metros sobre el nivel del mar.

2.9.8.3. Características

Es un arbusto bajo, densamente ramoso, formado por matas hemisféricas de entre 15 y 30 cm de altura con ramas jóvenes con muchas hojas, las cuales son alternas y agudas, con una pequeña espina en la punta para poder defenderse de los animales.

Sus flores son amarillas y brillantes.

2.9.8.4. Ubicación Geográfica

Esta especie de planta es típica de los Andes Ecuatorianos, crece entre los 3000 y 4000 metros sobre el nivel del mar, es por ello que se la puede encontrar en casi toda la región sierra del Ecuador.

2.9.8.5. Propiedades Medicinales

También llamada “Palo de Lanza”, por sus propiedades diuréticas, sudoríferas, tónicas, y reguladoras de los intestinos y el hígado.

Los tallos, hojas y flores de esta planta también se usan como cicatrizante, anti inflamatorio, balsámico, y antiséptico de las vías urinarias y próstata. (ANGELA, 2014)

2.9.8.6. Ñachag

Imagen 5: Ñachag



Fuente: vivir Ecuador.
Año: 2015.

Nombre científico: *Bidens andicola Kunth.*

Reino: Plantae

Phylum: Magnoliophyta

Clase: Magnoliophyta

Familia: Asteraceae

2.9.8.7. Características

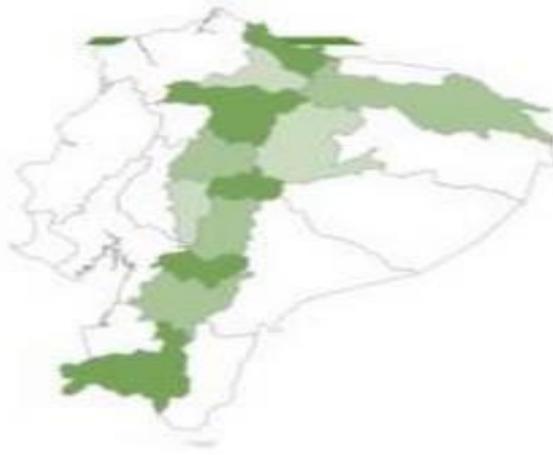
Hierba terrestre de hasta 30 cm, erguida o tendida. Las hojas son simples, opuestas con margen dentado o aserrado.

Sus flores están ubicadas en cimas terminales radicales con ocho pétalos amarillos, presenta de brácteas en forma laminar que sostiene a la flor. Su fruto seco alargado, en la punta presenta una especie de pelitos que favorece la dispersión con el viento.

2.9.8.8. Ubicación Geográfica en Ecuador

Se desarrolla y se encuentra en cualquier época del año, florece en primavera. Crece en los andes abandonados y áridos. Se encuentra en toda la serranía ecuatoriana y en algunas provincias del oriente como se observa en la imagen.

Imagen 6: Ubicación Geográfica Ñachag



Fuente: Ecociencia.
Año: 2015.

2.9.8.9. Usos

Se usa para sacar el ombligo de los recién nacidos, para tratar escaldaduras, en infecciones de los ojos, para curar la sordera.

Las infusiones de la flor con “verbena” se usan para tratar el flujo vaginal excesivo, y por sus propiedades relajantes sirve para curar el colerín.

La infusión de las hojas y flores se usa para tratar afecciones a los riñones, afecciones del hígado, la ictericia y para tratar golpes y contusiones. La infusión de la planta se toma para facilitar el parto.

(AGUILAR, ULLOA, & HIDALGO, 2009)

2.9.8.10. Cola de Caballo

Imagen 7: Cola de Caballo



Fuente: vivir Ecuador.
Año: 2015.

Nombre científico: *Equisetum arvense L.*

Familia: Equisetáceas.

Habitad: junto a los ríos, arroyos, bordes de paredes húmedas.

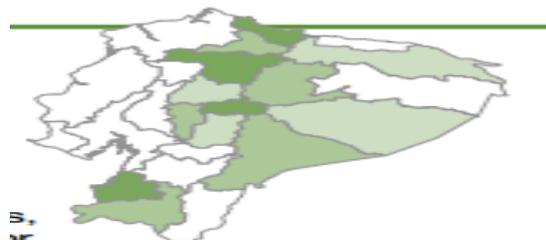
2.9.8.11. Características

Planta rizomatosa perenne de hasta 60 cm. Tallos erectos marrón pálido, huecos y duros, muy ásperos al tacto que crecen a partir de rizomas muy vigorosos. Aparecen antes que los fértiles. Tallos fértiles de hasta 30 cm, terminados en cabezuelas.

Las hojas son diminutas reducidas a escamas de color café, dispuestas en anillos espaciados a lo largo del tallo. Las estructuras reproductivas en espigas pequeñas se encuentran en las puntas de las ramas.

A esta planta se la puede localizar en las zonas señaladas en el siguiente mapa del país.

Imagen 8: Ubicación Geográfica Cola de Caballo



Fuente: Eco ciencia.
Año: 2015.

2.9.8.12. Componentes

- Ácidos: ferúlico, silícico, málico, péctico, tánico (planta)
- Tiamisina
- Aminoácidos
- Fibra
- Minerales: magnesio, silicio, selenio, calcio, hierro, manganeso, potasio, aluminio, cobalto (planta).

2.9.8.13. Propiedades Medicinales

La cola de caballo constituye una de las especies más diuréticas de todas las plantas. Es decir que posee una gran capacidad para eliminar agua del cuerpo, hasta el extremo que puede llegar a aumentar la orina en un 30% más de lo que es habitual.

En este sentido se considera a la cola de caballo como uno de los mejores depurativos que se puede utilizar para el tratamiento de las siguientes enfermedades:

- Obesidad, retención de líquidos o hidropesía.
- En el exceso de ácido úrico.
- Enfermedades reumáticas, como la artritis o la gota.
- Enfermedades del aparato urinario. (BOTANICAL SL, 1999-2015)

2.10. MARCO CONCEPTUAL

2.10.1. Acuerdo Comercial

Es un convenio o tratado referentes a la actividad de comercio. Este tipo de acuerdo puede ser establecido por compañías privadas, organizaciones de empresas o gobiernos.

En general, cuando el acuerdo es alcanzado entre dos países, se suele hablar de tratado de comercio. Los estados acuerdan un modelo de relaciones que regulan los intercambios comerciales entre ambos. Los impuestos, la moneda base, el control fronterizo y la jurisdicción aceptada por las partes son algunas de las cuestiones fijadas por este tipo de acuerdos. (DEFINICION.DE, 2014)

2.10.2. Acceso al Mercado

Capacidad de los proveedores nacionales de bienes y servicios para penetrar el mercado correspondiente de otro país. El grado de acceso al mercado externo depende de la presencia y magnitud de las barreras comerciales. (DIRECON, 2014)

2.10.3. Aduana

Es la oficina pública y/o fiscal que, a menudo bajo las órdenes de un Estado o gobierno político, se establece en costas y fronteras con el propósito de registrar, administrar y regular el tráfico internacional de mercancías y productos que ingresan y egresan de un país.

El propósito de la aduana es múltiple y, entre otras cosas, se ocupa de controlar el tráfico de bienes materiales que se importan y exportan, cobrando impuestos y tarifas a entes individuales y colectivos. Además la aduana está conformada por agentes aduaneros, que es la persona autorizada por el gobierno nacional para controlar el ingreso de bienes y determinar el valor de cobro que deberá abonar el interesado por ellos. (DEFINICION ABC, 2015)

2.10.4. Ad-Valorem

Es el arancel más común y el más utilizado en la mayoría de las partidas arancelarias y supone la cuota impositiva mediante un porcentaje del valor en la aduana de la mercancía. (MIGUEL MARTÍN, 2010)

2.10.5. Aforo

Operación única que consiste en practicar en una misma actuación el examen físico y la revisión documental, de tal manera que se compruebe la clasificación de las mercancías, su valuación, la determinación de su origen cuando proceda, y los demás datos necesarios para fines de tributación y fiscalización aduanera. (PORTAL DE COMERCIO EXTERIOR, 2011)

2.10.6. Aforo Automático

Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de

riesgo y mediante la verificación de la naturaleza de las mercancías mediante el uso exclusivo de sistemas tecnológicos no intrusivos, sin la necesidad de abrir la unidad de carga o el medio de transporte que las contiene. (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, 2013)

2.10.7. Aforo Documental

Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera y de sus documentos de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero declarado. (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, 2013)

2.10.8. Aforo Físico

Es el reconocimiento físico de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, cantidad, peso, medida, valor en aduana, y clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, 2013)

2.10.9. Agente de Aduana

Es aquella persona física autorizada para manejar el despacho de mercancías por propia cuenta, siempre y cuando lo haga de acuerdo a los regímenes aduaneros y de conformidad con la legislación aduanera vigente. (COMERCIO Y ADUANAS, 2014)

2.10.10. Arancel

Cualquier impuesto o cargo de cualquier tipo aplicado en relación a la importación de bienes. Pueden ser de ad valorem (un porcentaje del valor) o específicos. (DIRECON, 2014)

2.10.11. Área de Libre Comercio

Sinónimo de zona de libre comercio. Zona integrada por el territorio de distintos países donde los bienes producidos por cada uno de ellos pueden circular libremente. El comercio de bienes entre los países miembros del área está exento del pago de impuestos aduaneros y de cualquier otro tipo de limitaciones. (ECO-FINANZAS, 2014)

2.10.12. Balanza Comercial

Cuenta que registra las exportaciones e importaciones de bienes de un país con el resto del mundo. (DIRECON, 2014)

2.10.13. Barreras Comerciales

Impedimento o restricción de cualquier tipo al ingreso de una mercadería importada. (DIRECON, 2014)

2.10.14. Bróker

Son personas o entidades que actúan como intermediarios entre un comprador y un vendedor en una transacción de valores, cobrando una comisión. El bróker no toma ninguna posición propia, ni siquiera con duración temporal, sino que se limita a unir dos posiciones (compra - venta) al precio que resulte satisfactorio para las dos partes. (GEDESCO , 2013)

2.10.15. Certificado de Origen

Certificado que debe adjuntar el importador o exportador, dependiendo del acuerdo comercial o sistema de preferencias invocado, para solicitar la preferencia arancelaria que establece el origen del producto. (DIRECON, 2014)

2.10.16. Conocimiento de Embarque

Es un título de crédito mediante el cual un armador reconoce haber recibido para transportar ciertas mercancías a través del mar y se compromete a entregarlas al vendedor poseedor del documento cuando la embarcación llegue a su destino. (ARCILA, DICCIONARIO DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2006)

2.10.17. Consolidación

Actividad que permite agrupar diferentes embarques de uno o varios consignatarios, para ser transportados bajo un solo documento de transporte. Procede en la salida de mercancías. (PROCESOS DE ALMACEN, 2011)

2.10.18. Control Aduanero

Es el conjunto de medidas tomadas por la autoridad aduanera con el objeto de asegurar la observancia de las disposiciones aduaneras. (ARCILA, DICCIONARIO DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2006)

2.10.19. Demanda

Es la cantidad de los bienes y servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer necesidades o deseos. Es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes. (CONCEPTO.DE, 2014)

2.10.20. Despacho

Formalidad aduanera que es necesaria para poner las mercancías importadas a la libre disposición de sus dueños, colocarlas bajo otro régimen aduanero o exponerlas. (ARCILA, DICCIONARIO DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2006)

2.10.21. Dumping

Practica monopolística de discriminación de precios, consiste en vender en los mercados exteriores un producto a un precio inferior al de ese mismo producto en el mercado interno e incluso por debajo de su coste de producción. (LA GRAN ENCICLOPEDIA DE ECONOMIA, 2010)

2.10.22. Exportación

Envío legal de mercancías nacionales o nacionalizas para su uso o consumo en el exterior. (DIRECON, 2014)

2.10.23. Factura Comercial

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

2.10.24. Incoterms

Representa un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de transportación desde la salida del producto hasta la recepción por el país importador. (COMERCIO Y ADUANAS, 2014)

2.10.25. Inflación

Es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. (DEBITOOR, 2015)

2.10.26. Mercado

Es el ambiente que permite el desarrollo del intercambio de bienes y servicios. Se trata de una institución social mediante la cual los vendedores y los compradores entablan una relación comercial. (MERCADO, 2015)

2.10.27. Oferta

Se define como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado en un determinado lapso tiempo y espacio, en particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades. (CONCEPTO.DE, 2014)

2.10.28. Partida Arancelaria

Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía, en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por cuatro dígitos. (PROECUADOR, 2011)

2.10.29. Producto Interno Bruto (PIB)

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado. El PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país. (CLUB PLANETA, 2014)

2.10.30. Puerto

Hace referencia al sitio ubicado sobre la costa o la orilla de algún río donde los barcos llevan a cabo operaciones de embarque y desembarco, de carga y descarga. Esto es posible gracias a las características naturales o artificiales del área en cuestión. (DEFINICION.DE, 2014)

2.10.31. Seguro

Es un contrato a través de cual el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima, a indemnizar dentro de los límites pactados, el daño producido al asegurado cuando ocurra un siniestro sobre los riesgos objeto de cobertura de dicho seguro. (DICCIONARIO ECONÓMICO, 2015)

2.10.32. Tipo de cambio

Se puede definir como el número de unidades de una moneda que se intercambian por una unidad de otra moneda. De esta forma, el tipo de cambio, al ser el precio de una moneda respecto de otra, se podrá expresar de dos formas diferentes según se tome como referencia la unidad monetaria de un país o la del otro. (DICCIONARIO ECONÓMICO, 2015)

2.10.33. Zona Franca

Área o porción unitaria de territorio perfectamente deslindado y próximo a un puerto o aeropuerto amparado por presunción de extraterritorialidad aduanera. (DIRECON, 2014)

2.11. MARCO LEGAL

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

Por lo que es necesario señalar los organismos con los que el Gruppo Salinas tiene relación directa e indirectamente.

2.11.1. Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio.

Es parte activa del que hacer nacional e internacional, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico. Está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario.

Tiene como misión el impulsar el Buen vivir de la sociedad ecuatoriana, a través de un control eficiente al Comercio Exterior que promueva un competencia justa en los sectores económicos; teniendo como base un recurso humano honesto y productivo, una tecnología adecuada y un enfoque a la mejora permanente de sus servicios. (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR , 2011)

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador al ser un ente que regula las políticas aduaneras, toda empresa ecuatoriana que se dedique al comercio internacional debe estar relacionada directamente con esta entidad.

Pues a través de esta entidad se realizan los trámites necesarios para que las mercancías salgan del país y se comercialicen en mercados internacionales.

Es por ello que el Centro de Exportaciones de la Corporación Gruppo Salinas mantiene una relación directa con la SENAE para realizar los trámites de exportación de tisanas.

2.11.2. PRO ECUADOR

Es el instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos

tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción de estrategias en el comercio internacional. (PRO ECUADOR, 2009)

A través de este organismo la Corporación Gruppo Salinas podrá mantenerse informado de nuevas oportunidades para el ingreso de productos a mercados internacionales así como también los requisitos, impuestos y demás imposiciones para el proceso de exportación.

2.11.3. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

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

2.11.4. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) es un organismo cuya misión es regular, facilitar y evaluar la producción de los sectores del cual se encarga.

Además promueve acciones que permiten el desarrollo y crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando al desarrollo de productores.

Brinda asistencia y capacitaciones a los sectores productivos con el afán de explotar los recursos naturales de manera responsable para no causar daños graves al medio ambiente.

2.11.5. Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro.

Es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional. La cual es respaldada por normas nacionales e internacionales, que apuntan a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria.

Agrocalidad promueve en las diversas cadenas de producción agropecuaria, procesos sustentados en sistemas de gestión de calidad, a fin de mejorar la producción,

productividad y garantizar la soberanía alimentaria, y así lograr el desarrollo de la competitividad internacional.

Además Agrocalidad otorga la certificación orgánica mediante la aplicación de la normativa nacional: registra, controla y supervisa a los operadores de la cadena de producción orgánica agropecuaria en el Ecuador. De esta manera se genera confianza por parte de los consumidores de los mercados nacionales e internacionales. (AGROCALIDAD, 2014)

Todo producto orgánico que se produce en el país se ve en la necesidad de contar con la certificación orgánica que otorga Agrocalidad ya sea que el producto llegue a consumidores nacionales y más aún internacionales.

Es por ello que la Corporación Gruppo Salinas para la comercialización nacional y la exportación de tisanas de la tierra debe tener la certificación orgánica ya que es requisito indispensable que solicitan los compradores.

2.11.6. Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.

Es un ministerio que genera, coordina, articula, impulsa y evalúa las políticas, programas, proyectos y estrategias de producción, empleo y competitividad del Consejo Sectorial de la producción, orientados al cambio de la matriz productiva del Ecuador. (MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCION, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD, 2014)

2.11.7. Servicio de Rentas Internas (SRI)

Tiene el compromiso de contribuir a la construcción de ciudadanía fiscal, mediante la concientización, la promoción y la exigencia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de principios y valores, así como de la Constitución y la ley; de manera que se asegure una efectiva recaudación destinada al fomento de la cohesión social. (SRI , 2014)

La Corporación Gruppo Salinas está ligada al Servicio de Rentas Internas puesto que debe cumplir con las diferentes obligaciones tributarias debido a las actividades comerciales que realiza a nivel nacional como internacional.

2.12. IDEA A DEFENDER.

El proyecto de factibilidad de exportación de Tisanas de la terra, dirigida a Long Beach-California incrementará los ingresos económicos de la Corporación Gruppo Salinas de la Provincia de Bolívar, cantón Guaranda, en el periodo 2015.

2.13. MODALIDADES DE LA INVESTIGACION.

Para la realización de la investigación se empleara las siguientes modalidades:
Cualitativas y Cuantitativas.

2.14. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Exploratoria: este tipo de investigación ayudará a conocer la situación real en la que se desarrolla el problema de investigación en el Centro de Exportaciones de la Corporación Gruppo Salinas, la cual permitirá determinar que el diseño de un proyecto de factibilidad de exportación de tisanas de la terra, es el medio más adecuado para que el producto llegue al consumidor final.

Bibliográfica: esta investigación permitirá acrecentar los conocimientos sobre el tema objetivo de estudio la misma que proporcionara toda la información necesaria mediante libros, tesis, folletos, internet, entre otros documentos.

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1. DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (URBINA, 2010)

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Diagnosticar las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y Estados Unidos.
- Identificar los principales competidores dentro del mercado de Long Beach – California.
- Determinar la demanda y oferta existente de las tisanas en el mercado de Long Beach – California.
- Estudiar los gustos y preferencias del mercado de Long Beach al momento de adquirir tisanas.
- Demostrar la existencia de demanda insatisfecha de tisanas en el mercado de Long Beach – California.
- Investigar las formas de distribución existentes para llegar al mercado objetivo.

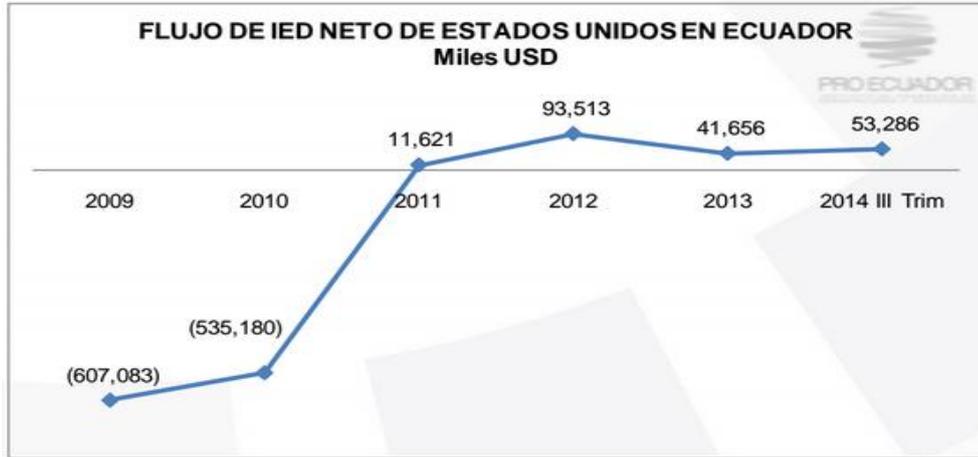
3.3. RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y EE.UU.

Las relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos actualmente se encuentran algo deterioradas puesto que Ecuador al renunciar unilateralmente al ATPDEA perdió ciertas preferencias arancelarias de varios productos que eran exportados con aranceles en cero.

Aun cuando no existen acuerdos vigentes, Estados Unidos es el primer socio comercial para Ecuador pues se ha exportado 1.341 subpartidas en 2013, de entre las cuales se destacan los productos como: petróleo, banano, camarón, rosas, cacao, atún. etc. Así como también productos no tradicionales que han incrementado su participación en el mercado estadounidense. (PROECUADOR, 2014)

3.3.1. Inversión Extranjera Directa De Estados Unidos en Ecuador.

Gráfico 2: Inversión Extranjera Directa.



Fuente: Ficha técnica- EE.UU, PROECUADOR.
Año: 2014.

La IED se ha mantenido con una tendencia al alza desde el año 2011 esto se debe a las empresas multinacionales que invierten en el país, así como también las personal naturales que crean micro y medianas empresas.

La IED que recibe Ecuador es muy escasa en comparación con las inversiones que reciben países como México, Brasil, Colombia, Perú, Chile, quienes atraen el doble de capital económico con respecto a Estados Unidos.

3.3.2. Balanza Comercial entre Ecuador y Estados Unidos.

Gráfico 3: Balanza Comercial Ecuador-EE.UU.



Fuente: Banco Central del Ecuador.
Año: 2014.

La balanza comercial ha sido favorable año tras año, esto principalmente a las exportaciones petroleras que representan el 56.53% de las exportaciones totales del país.

En otro panorama desestimando al petróleo de la balanza se puede afirmar que existe una balanza comercial negativa. Sin embargo en el año 2014 se notó que el déficit de USD 1,794 millones disminuyó en relación al año 2013, pues las exportaciones ascendieron a USD 3,129 millones, las importaciones a USD 3,890 millones y el déficit equivalió a USD 761 millones.

3.3.3. Exportaciones a Estados Unidos.

En la siguiente tabla se detalla el porcentaje de participación de los productos que el Ecuador ha exportado hacia los Estados Unidos en los últimos seis años.

Cuadro 3: Productos Exportados por Ecuador a EE.UU

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

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Año: 2014.

3.3.4. Importaciones desde Estados Unidos.

En la siguiente tabla se puede notar los principales productos que el Ecuador importo desde los Estados Unidos hasta el año 2014, de entre ellos se destaca a tortas y demás residuos sólidos de la extracción de aceites de soja con el (4.06%) de participación, seguido de máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos con el (3.53%) de participación.

Cuadro 4: Productos Importados por Ecuador de EE.UU.

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

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Año: 2014.

3.3.5. Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado de EE.UU.

Como se puede observar en la tabla, se detalla la lista de productos potenciales para el mercado de Estados Unidos.

Dentro de ella se nota la subpartida arancelaria (1211.90.90) correspondiente a “las demás plantas, partes de plantas”, la misma que es valorada como estrella.

En este sentido se puede decir que las tisanas quienes se encuentran dentro de esta subpartida son un producto estrella, de acuerdo a los datos obtenidos de PROECUADOR.

Cuadro 5: Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado de EE.UU.

PRODUCTOS POTENCIALES PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS		
Miles USD		
Subpartida	Descripción	Valoración
0811.90	otras frutas congeladas	Dilemas
1604.13	sardinias, sardinelas y espadines en conserva, entero o en trozos.	Dilemas
1803.20	pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente.	Dilemas
2007.99	las demás compotas, jaleas, mermeladas, pures y pastas de frutas	Dilemas
3203.00	materias colorantes de origen vegetal o animal	Dilemas
4411.14	tableros de fibra de madera u otras materias	Dilemas
6502.00	cascos para sombreros, trenzados o fabricados por union de bandas (sombrosos de paja toquilla o mocora)	Dilemas
0302.32	atunes de aleta amarilla, frescos o refrigerados, excluido hígados	Estrellas
0304.91	filetes y demás pescados congelados	Estrellas
0511.91	los demás productos de pescados o de crustaceos, moluscos u otros	Estrellas
0603.11	rosas	Estrellas
0603.12	claveles	Estrellas
0603.14	crisantemos	Estrellas
0603.90	flores y capullos, para ramos o adornos, secos, blanqueados	Estrellas
0804.50	quayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	Estrellas
0813.40	los demás frutos secos	Estrellas
0901.11	café sin tostar, sin descafeinar.	Estrellas
1008.90	los demás cereales	Estrellas
1207.99	las demás semillas incluso quebrantados.	Estrellas
1211.90	las demás plantas, partes de plantas	Estrellas

Fuente: Banco Central del Ecuador/PROECUADOR.

Año: 2014.

3.3.6. Clasificación Arancelaria en la que se Encuentran las Tisanas.

Las exportaciones de plantas medicinales y sus derivados en la que se incluye a las tisanas se ejecutan bajo la partida arancelaria 1211.90.90 “los demás”, en la misma que se designa (plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados). (DIRECTORIO PARTIDA ARANCELARIA, 2014)

Cuadro 6: Clasificación Arancelaria.

Sección b:	Productos del reino vegetal CEREALES; MOLINERA; SEMILLAS; RESINAS; MATERIALES TRENZABLES; GRASAS Y ACEITES; PRODUCTOS IND. ALIMENTARIA.
Capítulo 12	SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS; SEMILLAS Y FRUTOS DIVERSOS; PLANTAS INDUSTRIALES O MEDICINALES; PAJA Y FORRAJE"
Partida del Sistema Armonizado 1211.	PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SEMILLAS Y FRUTOS DE LAS ESPECIES UTILIZADAS PRINCIPALMENTE EN PERFUMERÍA, MEDICINA O PARA USOS INSECTICIDAS, PARASITICIDAS O SIMILARES, FRESCOS O SECOS, INCLUSO CORTADOS, QUEBRANTADOS O PULVERIZADOS.
Subpartida Sist. Armonizado 1211.90.90	“los demás” (Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas)

Fuente: Directorio Partida Arancelaria.

Elaborado Por: Erick Chaguaro.

3.3.7. Barreras Arancelarias.

Los productos de la subpartida (1211.90.90) correspondiente a “las demás” (Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas) que son importados por Estados Unidos ingresan con un arancel del 0%, esto genera beneficios a los exportadores pues sus productos son competitivos y con precios bajos. (UNITED STATES INTERNATIONAL TRADE COMMISSION, 2015)

3.4. LA DEMANDA.

La demanda es la cantidad de bienes, productos y servicios que un país requiere para satisfacer las necesidades o deseos a un precio determinado propuesto por un mercado.

3.4.1. Factores que Afectan la Demanda.

En la demanda los factores que la afectan son:

- **Dimensiones del Mercado:** esto se refiere a la cantidad de población en un determinado lugar, menos población menos consumidores, pero también puede ser afectada en el aspecto en que más población hay más necesidad de consumir esto podría ser un aspecto negativo para los consumidores.
- **La Elevación de Precios:** así como dice la ley de la demanda, a precios más altos menos demandantes o viceversa.
- **Preferencias o Gustos Personales:** se refiere a la decisión de cada persona, la demanda aumenta cuando la lealtad de los consumidores se mantiene hacia un producto ecuatoriano, caso contrario se pierde mercado por el cambio de preferencias de los consumidores a productos con precios más accesibles.
- **Factores Externos:** esto se refiere a los cambios climáticos, las temporadas del año que actualmente ponen en riesgo a la calidad y volúmenes de producción.
- **Competencia:** para mantener el producto competitivo, el precio del producto debe ser similar a los del mercado objetivo. Así se evita la pérdida de clientes leales y potenciales. (ECONOMIA, 2011)

3.4.2. Metodología para Evaluar la Demanda.

El mercado es clave para toda inversión que se hace con la intención de generar ingresos y ganancias. La medida de la demanda para un producto o servicio será la cantidad de personas que lo compran o hacen uso del mismo. Ningún proyecto destinado a la generación de ingresos puede sostenerse a sí mismo si no consigue responder a las demandas del mercado. Esto significa que, cuando se elabora un producto o se presta un servicio y se coloca en el mercado, el producto debe cumplir con las características que los usuarios buscan, en términos de volumen, precio, embalaje, calidad y oferta nacional, entre otros factores. Si esto se consigue, el producto o servicio se vende y el dinero generado se emplea para continuar con las operaciones y para cubrir los costos de la inversión.

La evaluación de la demanda (existente o potencial) para un servicio o producto propuesto, debe, por lo tanto, ser el primer paso que se tome para determinar si una inversión es factible o no. (FAO, 2013).

Teniendo en cuenta esta información se podrá analizar la demanda, y así estimar el volumen que se requerirá para exportar año tras año.

De la misma manera analizar la oferta y verificar si el país estará en condiciones de ofrecer el producto en el futuro.

3.4.3. Principales Importadores de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas.

Los datos de los principales países importadores se tomaron según la subpartida arancelaria 1211.90.90

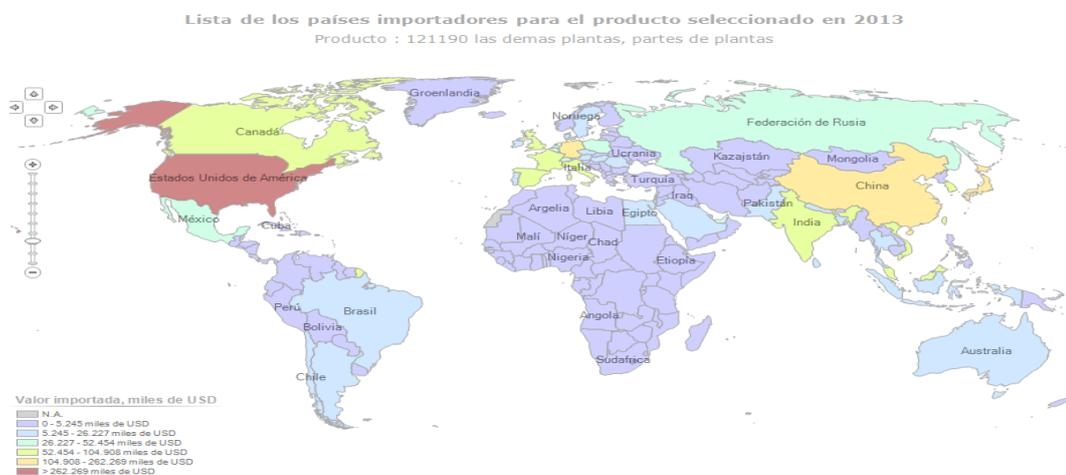
Cuadro 7: Importadores Mundiales de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas.

PRINCIPALES IMPORTADORES MUNDIALES						
Miles FOB						
PAÍS	2010	2011	2012	2013	2014	% de Part. 2013
Hong Kong	76.499	100.032	95.410	524.538		17
EE.UU	250.757	272.509	315.340	344.695	358.988	11.2
Japón	147.322	200.467	211.456	227.230	227.966	7.4
Alemania	189.313	225.218	206.788	224.299	254.360	7.3
China	54.779	64.489	91.651	165.838	170.444	5.4
Singapur	77.548	113.634	108.473	154.890	139.797	5
Vietnam	11.559	13.422	15.276	104.468		3.4
Francia	82.243	81.931	87.270	93.797	100.242	3
Rep. Corea	73.164	78.094	79.893	92.840	97.442	3
Reino Unido	59.119	62.135	57.640	84.096	70.839	2.7
Otros	840.267	942.674	975.266	1.069.773	1.002.634	34.6
Total	1.871.570	2.155.205	2.244.463	3.086.464	2.422.712	100%

Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Imagen 9: Importadores Mundiales



Fuente: Trade Map.

Año: 2013.

Los Estados Unidos es el tercer país más grande del mundo en cuanto a su población y en cuarto más grande en superficie. Está compuesto por 50 estados cuya capital es Washington distrito federal, D.F. En la corta historia desde su fundación hace 200 años, los Estados Unidos han alcanzado un desarrollo notable en muchas áreas. El país es uno de los más avanzados en los campos de la economía, la ciencia, la tecnología de información, la medicina, la política, y el ocio. Quizás los avances producidos en el campo de ocio, ha contribuido a que los Estados Unidos sea el destino más elegido por los estudiantes extranjeros a la hora de realizar sus estudios. (DISCOVER, 2015)

Datos Generales.

Cuadro 9: Indicadores Socioeconómicos.

NOMBRE OFICIAL	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Población	318,892103 (julio 2014 est.)
Crecimiento Poblacional	0,77% (2014 est.)
Capital	Washington D.C.
Principales Ciudades	New York, Los Ángeles-Long Beach-Santa Ana, Chicago, Miami, Philadelphia.
PIB	USD 16.72 billones (2013 est)
Crecimiento PIB	1.6% (2013 est.)
PIB per Cápita	USD 52,432 (2013 est.)
Composición del PIB por sector	Agricultura: 1.1% (2013 est.) Industria: 19,5% (2013 est.) Servicios: 79,4% (2013 est.)
Moneda Oficial	Dólar Estadounidense
Taza de Inflación Anual	1.5% (2013 est.)
Inversión Bruta (%PIB)	15.3 % (2013 est.)
Stock de Dinero	USD 12.99 billones (31 de dic. 2013 est.)
Reservas de Moneda Internacional y oro	USD 150.2 mil millones (31 de dic. 2013 est.)

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Economía.

La economía de Estados Unidos es la más grande, más poderosa y diversa del mundo debido a su extensión geográfica y al desarrollo del país durante el siglo XIX.

Estados Unidos ha sido beneficiado de la inmigración masiva, las innovaciones tecnológicas y estratégicas comerciales, la explotación de los recursos naturales, la expansión de comercio internacional y la fortuna de que el país quedara a salvo de la destrucción que las dos guerras mundiales provocaron en Europa, y por ultimo contar con un sistema político y económico que ha sabido explotar todos estos sectores.

Estados Unidos tiene vastas zonas de cultivo que producen una variedad de productos tales como algodón, cereales y tabaco, que se exportan en grandes cantidades. Sus principales riquezas minerales son el petróleo, gas, carbón, cobre, hierro, uranio y plata. Su industria mantiene el liderazgo mundial en muchos sectores, entre ellos el acero, la industria automovilística, la aeroespacial, telecomunicaciones, química, electrónica, y artículos de consumo.

El principal socio comercial de Estados Unidos es Canadá (que absorbe el 20% de su comercio). Los países firmaron un acuerdo de libre comercio en 1989 llamado NAFTA, al que se sumó México en 1992. Otros socios comerciales importantes de Estados Unidos son: Japón, China, el Reino Unido y Alemania, seguidos de otros miembros de la Unión Europea. (TURISMO EEUU, 2010)

3.4.5.1. El Mercado de Long Beach – California.

Imagen 11: Bandera de Long Beach



Fuente: www.worldstatesmen.org
Año: 2015.

Long Beach es la séptima ciudad más grande de California y está situado en la Bahía de San Pedro, al sur de Los Ángeles, en el condado de los Ángeles.

La ciudad fue presentada y se estableció en 1881 por el desarrollador WE Willmore, quien vendió lotes en el sitio como una comunidad balnearia llamada Willmore City. Su nombre se cambió a Long Beach por su playa 8 1/2 millas en 1884. La ciudad fue incorporada en 1888 y reincorporada en 1897.

Un vibrante centro urbano con miles de hermosas playas, Long Beach tiene todas las comodidades de una gran metrópolis entretejida con un tapiz de vecindarios diversos y únicos. Su crecimiento económico, social, cultural y el turístico se debe a que esta estratégicamente situada entre el condado de Orange y los Ángeles.

Long Beach es un puerto industrial importante, ocupa el segundo lugar más poblado en los Estados Unidos, y la décima parte más transitada del mundo. Además del comercio internacional a través del puerto, de alta tecnología también ha sido un motor económico importante para el área de Long Beach.

En esta ciudad se encuentran grandes empresas tecnológicas y aeroespaciales como Gulfstream, Boeing, Laserfiche. Boenig sigue siendo uno de los mejores empleadores, con más de 7.100 empleados.

El turismo también es importante para la economía. Las principales atracciones son el RMS Queen Mary, el Acuario del Pacífico, tours de observación de ballenas y los deportes acuáticos. (INFOPLEASE, 2015)

3.4.5.2. Datos Generales.

Cuadro 10: Datos Generales Long Beach.

NOMBRE OFICIAL	LONG BEACH
POBLACIÓN	469.428 habitantes (2013)
Hombres:	49%
Mujeres:	51%
ETNIAS	
Blancos:	40.0%
Negros:	11,5%
India y Nativos de Alaska:	0,7%
Asiática:	9%
Hispanos/Latinos:	34.8%
Otras:	4%
Edad Media:	33 años
PIB per capital:	\$ 25.933 (2013)
Composición del PIB por sector:	Agricultura: 0,4% Industrias: 14.4% Servicios: 85.2%
Idioma:	Principalmente: Inglés y Español.
Religión:	Católicos: 36.73% SUD: 1.54% Otra fe cristiana: 4.78% Judíos: 1.11% Fe oriental: 1.14% Islam: 0.70% Otros: 54%
Desempleo:	11,5% (2013)
Moneda:	Dólar Estadounidense.
Clima:	Temp. Max: 27.4 (°C) Temp. Min: 15.4 (°C)

Fuente: Infoplease.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

3.4.5.3. Puertos y Aeropuertos.

3.4.5.3.1. Acceso Marítimo (Puerto de Long Beach).

El puerto de Long Beach es uno de los principales puertos marítimos de los EE.UU. y un pionero en el movimiento de mercancías y responsabilidad ambiental.

Cada año pasan por Long Beach más de 83,3 millones de toneladas métricas de carga, 2000 llamadas de buques lo que representa USD 180.000 millones en comercio, con lo cual es el segundo puerto marítimo más activo de los Estados Unidos.

Todo tipo de mercancías, desde prendas de vestir a juguetes, muebles y artículos de electrónica para el consumidor arriban al puerto antes de llegar a las estanterías de las tiendas de todo el país. Las terminales especializadas también mueven petróleo, automóviles, cemento, madera, hierro, y otros productos. (PORT OF LONG BEACH, 2015)

Cuadro 11: Manejo de TEUs.

Movimiento de TEUs (millones)			
2011	2012	2013	2014
6	6	6.7	6.8

Fuente: Port of Long Beach.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

3.4.5.3.1.1. Costos y Tiempos de Transporte.

Los costos de transporte de un contenedor seco desde Guayaquil - Ecuador hacia Long Beach – Estados Unidos son de \$2.000 dólares, con un tiempo aproximado de 9 días.

Es así que la mejor opción para transportar el producto es de forma marítima debido a que los costos son bajos. Además las tisanas no son un producto perecible.

3.4.5.3.2. Acceso Aéreo (Aeropuerto Long Beach).

El Aeropuerto de Long Beach se ubica a 5km al norte del distrito financiero de Long Beach y a 30 km al sur de Los Ángeles.

El aeropuerto, también conocido como Aeropuerto Daugherty Field, sirve a parte del área metropolitana de Los Ángeles, incluyendo el condado de Orange. Opera básicamente con vuelos Domésticos. (AEROPUERTOS DEL MUNDO, 2015)

Debido a que el Aeropuerto solo opera con vuelos dentro de los Estados Unidos no se lo considera como una terminal de ingreso de mercancías de comercio internacional.

El Aeropuerto más cercano que se tomaría en cuenta para trasladar las mercancías hacia Long Beach es el de Los Ángeles con un tiempo de transporte de 12 horas desde Quito – Ecuador.

Esta modalidad de transporte no es conveniente pues la empresa debería incurrir en mayores gastos en el envío de Tisanas de la Terra.

3.4.5.4. Segmentación de Mercado.

La segmentación de mercado consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en grupos pequeños. La esencia es conocer realmente los gustos y preferencia de los consumidores en relación al producto que se pretende exportar.

La segmentación permitirá la identificación de las necesidades de los clientes dentro de un submercado y el diseño de estrategias para satisfacer dichas necesidades.

Cuadro 12: Segmentación de Mercado.

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS DEL MERCADO
VARIABLES GEOGRÁFICAS.	
Ubicación	Long Beach.
Zona	Urbana.
VARIABLES DEMOGRÁFICAS.	
Edad	18 años en adelante.
Género	Masculino y Femenino.
Ocupación	Importadores de plantas medicinales como producto terminado.

Educación	Primaria, Secundaria, etc.
Religión	Todas (católicos, judíos, fe oriental, etc.)
Raza	Todas.
Nacionalidad	Cualquiera (radicada legalmente en Long Beach)
VARIABLES PSICOGRÁFICAS.	
Clase Social	Personas con ingresos superiores o iguales a \$2,160 dólares.
Estilo de Vida	Personas que importen y se dediquen a la comercialización de plantas medicinales.
Personalidad	Comerciantes.
VARIABLES POR COMPORTAMIENTO.	
Uso	Cotidiano.
Categoría	Importadores existentes, supermercados.
Lealtad	Alta.
Disposición	Personas interesadas en importar productos medicinales naturales desde Ecuador.
Frecuencia de Pedidos.	(3 a 5 TM) anuales.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

A través de la segmentación expuesta anteriormente se puede identificar a los posibles socios comerciales potenciales que existen en el mercado de Long Beach.

Es así que la empresa Art of tea a más de que se ajusta al segmento de mercado propuesto está interesada en adquirir plantas medicinales, infusiones y tisanas pues sus actividades económicas se basan en esta línea de productos.

3.4.6. Socio Comercial (Empresa Art of Tea.)

La empresa estadounidense Art of Tea. Perteneciente al estado de California será el socio comercial y/o comprador de Tisanas, puesto que es un distribuidor, importador y a su vez exportador de varias líneas de productos como el té, plantas medicinales, mezclas de plantas, etc.

Como importador directo, están orgullosos de participar como líder del mercado en la Feria del té. Esta es una oportunidad para promocionar el arte del té, infusiones, tisanas, etc. Ya que han estado siguiendo las prácticas de comercio justo desde el comienzo de la creación de la empresa.

Su objetivo es proporcionar una atención individualizada y garantizar sus tés y un programa de té están estableciendo estándares de la industria. Como resultado sus tés y tisanas son importados y varias líneas son personalizadas para crear un conjunto de perfiles de sabor y atributos de salud que reflejan y mejoran los entornos de calidad de sus clientes. (ART OF TEA, 2015)

Datos generales.

- Dir.: 748 Monterey Pass Rd, Monterey Park, CA 91754.
- Telf.: 213-493-6518
- <http://www.artoftea.com/>

3.4.6.1. Requerimientos solicitados por la Empresa Art of Tea.

- Mezcla de plantas medicinales 100% naturales con potenciales curativos.
- Contar con registros sanitarios del país exportador.
- Proceso de producción y tratamiento de plantas y partes de plantas según estándares de calidad internacional.
- Empaques dispuestos para contener plantas medicinales.
- Presentación en empaques de cartón con un peso no mayor a 60g por unidad.
- Especificaciones y contenido nutricional en idioma inglés.
- Producto terminado, listo para ser preparado en forma de infusión. (ART OF TEA, 2015)

3.4.6.2. Proyección de la demanda de tisanas de la Empresa Art of Tea.

La empresa Art of Tea, ha requerido la cantidad de 10 TM para cubrir su mercado durante el año 2014. Tomando en cuenta esta cantidad se realiza la proyección por medio del método de mínimos cuadrados y así obtener la demanda que dicha empresa estadounidense requerirá en los próximos 5 años.

Cuadro 13: Calculo Proyección de la Demanda.

Años	X	Y	x2	Xy
2012	1	8,5	1	8,5
2013	2	9,5	4	19
2014	3	10	9	30
	6	28	14	57,5

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - \sum x \sum x} = \frac{47}{6} = 7,833$$

$$m = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - \sum x \sum x} = \frac{4,5}{6} = 0,75$$

$$y = mx + b$$

$$Y (2015) = 0,75 \text{ tm } (4) + 7,833 \text{ tm} = 10,83 \text{ tm.}$$

$$Y (2016) = 0,75 \text{ tm } (5) + 7,833 \text{ tm} = 11,58 \text{ tm.}$$

$$Y (2017) = 0,75 \text{ tm } (6) + 7,833 \text{ tm} = 12,33 \text{ tm.}$$

$$Y (2018) = 0,75 \text{ tm } (7) + 7,833 \text{ tm} = 13,08 \text{ tm.}$$

$$Y (2019) = 0,75 \text{ tm } (8) + 7,833 \text{ tm} = 13,83 \text{ tm.}$$

Cuadro 14: Proyección de la Demanda de Tisanas de la Empresa Art of Tea.

AÑOS	TM
2015	10,83
2016	11,58
2017	12,33
2018	13,08
2019	13,83

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

3.5. LA OFERTA.

La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos. (FISHER & ESPEJO, 2012)

3.5.1. Factores que Afectan a la Oferta.

- **Precio Insumos:** si los insumos que utiliza una empresa para la elaboración es bajo se podrá ofrecer más y viceversa.
- **Bienes Alternativos:** otros bienes que puede producir una empresa utilizando los mismos insumos que usa para la producción de sus bienes.
- **Tecnología:** a mayor tecnología, mayor ahorro de costos, y por ende, mayor oferta.
- **Número de Empresas:** mientras más empresas posea un empresario tendrá mayores posibilidades de ofrecer productos.
- **Cambios Climáticos:** se necesita de un clima favorable para que este factor no estropee planes de oferta, y costos de producción. (MONOGRAFIAS , 2010)

3.5.2. Principales Exportadores de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas a Nivel Mundial.

Los principales exportadores se tomaron en cuenta según la subpartida (1211.90.90), dentro de la cual se encuentran las tisanas. En la siguiente tabla se muestran los países en cuestión.

Cuadro 15: Exportadores Mundiales de Tisanas.

PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES						
Miles FOB						
PAÍS	2010	2011	2012	2013	2014	% de Part. 2013
China	625.130	736.896	844.756	1.196.641	1.266.289	35.3
India	132.510	165.982	196.335	207.758	240.284	6.1
Canadá	117.486	81.408	157.304	184.930	243.745	5.4
EE.UU	143.572	135.359	128.019	168.286	166.928	5
Alemania	120.600	144.274	136.895	148.372	159.318	4.4
Egipto	79.964	123.951	83.049	109.845	130.784	3.2
Rep.Corea	80.762	137.595	87.530	109.379	111.840	3.2
Singapur	45.781	64.533	56.662	97.598	69.835	2.9
España	21.036	24.986	25.392	65.761	70.880	1.9
Polonia	58.374	59.587	62.129	63.162	71.655	1.9
Otros	682.771	821.758	888.890	1.042.569	681.962	30.7
Total	2.107.986	2.496.329	2.666.961	3.394.301	3.213.520	100%

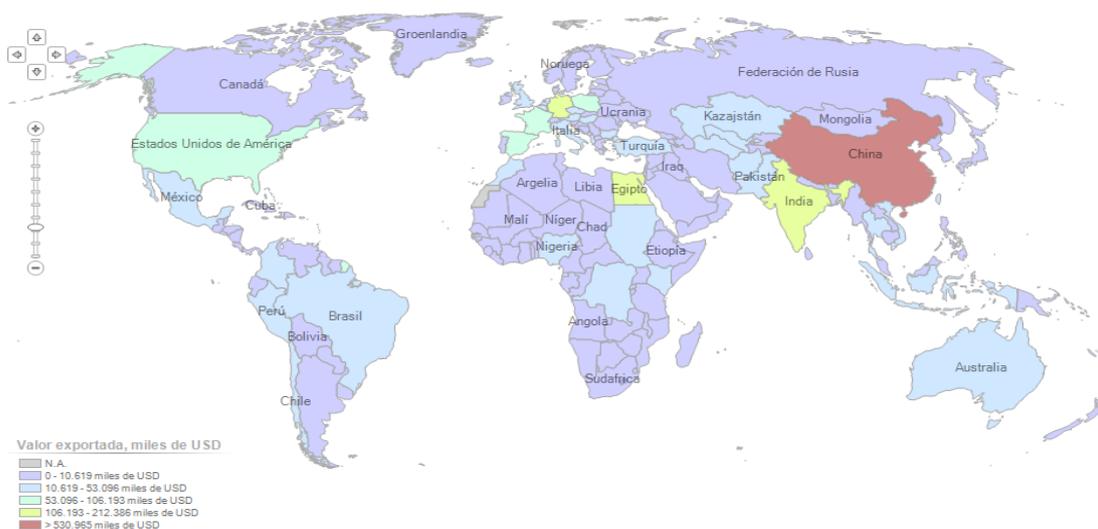
Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Imagen 12: Exportadores Mundiales

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2013

Producto : 121190 las demas plantas, partes de plantas



Fuente: Trade Map.

Año: 2013.

Tanto en la tabla como en la imagen se aprecia el incremento anual de las exportaciones mundiales, siendo China el país que abarca la mayor parte del mercado en la exportación de plantas y partes de plantas medicinales (te de hierbas e infusiones de hierbas), además los países de la India y Canadá ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente de participación en el mercado mundial.

3.5.3. Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas de Té de hierbas e infusiones de hierbas, especies simples o mezcladas en Valores FOB miles.

Gráfico 4: Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas.



Fuente: Trade Map.
Elaborado Por: Erick Chaguaro.

En este grafico se aprecia un incremento anual constante de las exportaciones ecuatorianas, esto debido a los nuevos hábitos alimenticios, curativos y tendencias de consumo en lo que se refiere a productos 100% naturales.

3.5.3.1. Evolución de las Exportaciones en valores FOB.

Cuadro 16: Evolución del valor FOB

AÑO	USA/FOB
2010	874.000
2011	1.313.000
2012	1.829.000
2013	2.381.000
2014	2.581.000

Fuente: Trade Map.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

3.5.4. Principales Destinos De Las Exportaciones Ecuatorianas.

Dentro de los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas, Estados Unidos se ubica en el primer lugar con una participación del (11,2%), seguido de Alemania con (7,3%), China con (5,4%), y Francia con (3%) principalmente. Los demás países de destino tienen un porcentaje de participación promedio del (2,5%).

Cuadro 17: Principales Destinos de Exportación.

PRINCIPALES PAISES COMPRADORES			
Valor FOB/Miles USD (2013)			
PAIS	2013/FOB	Cantidad Exportada TM	% de Participación
Estados Unidos	1993	227	11,2
Alemania	79	35	7,3
China	5	1	5,4
Francia	71	24	3
Argentina	88	40	0,4
Canadá	74	9	2,5
Chile	42	18	0,3
España	19	8	2
Otros	-	-	67,9
Total	2381	362	100

Fuente: Trade Map.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

3.5.5. Producción Nacional de Plantas Medicinales en Ecuador.

Dentro del Ecuador existen aproximadamente 500 especies de plantas medicinales, de las cuales 228 especies son las más utilizadas, pero de este grupo solo 125 especies están identificadas como las de mayor comercialización. Las técnicas de recolección son de forma silvestre o por cultivo y se las comercializan en bruto, seco, en extracto, pulverizado, o como aceite esencial.

La producción de este tipo de plantas se distribuye en casi todo el territorio ecuatoriano dependiendo de sus pisos climáticos, en la siguiente tabla se muestran las especies de plantas distribuidas por regiones.

Cuadro 18: Distribución Regional de las Plantas Medicinales.

COSTA	SIERRA	ORIENTE
Hierba Luisa	Albahaca - Menta	Canela
Jengibre	Anís - Romero	Guayusa
Sábila	Cedrón - Tomillo	Sangre de Drago
Almizelillo	Cola de caballo – Chuquiragua	Uña de Gato
Cárdamo	Ñachag - Toronjil	Curare
Hibisco	Hierbabuena - Valeriana	Dulcamara

Fuente: Corporación Gruppo Salinas.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Además en la actualidad, la mayor parte de la producción se realizan en pequeñas superficies de terrenos por lo que no existen estadísticas concretas al respecto de la magnitud y rendimiento de plantas medicinales, todas estas actividades están dirigidas por organizaciones campesinas muy bien conformadas.

En la siguiente tabla se señalan las organizaciones más importantes de las que se obtuvo información sobre las hectáreas de cultivos que poseen.

Cuadro 19: Superficie Cultivada de Plantas Medicinales.

Empresa/Organización	Ubicación	Superficie Cultivada (ha)
Agrotrading	Quito	145
Aromas de Tungurahua	Ambato	3
Asociación San José de las Palmas	Bolívar	2
CEDEIN	Colta	52
Comunidad Santa María de Milán	Cayambe	1
Fundación Chankuap	Macas	8
Jambi Kiwa	Riobamba	25
RENESA	Pedro Carbo	70
UNORCACH	Loja	10
Fundación Familia Salesiana (G.S)	Guaranda	20
Total		336

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Los datos obtenidos son aproximados pues las organizaciones investigadas no tienen registros exactos y por otro lado es difícil cuantificar la superficie cultivada total del país puesto que también se debería tomar en cuenta el cultivo en reducidas cantidades que campesinos y personas en general realizan en sus terrenos.

3.5.6. Capacidad Exportable de la Corporación Gruppo Salinas.

La Corporación Gruppo Salinas está en la capacidad de generar 378 kg mensuales de tisanas para la exportación, esta cifra representa el 54% de la producción total.

A continuación se muestra una tabla de la capacidad exportable de la Corporación Gruppo Salinas durante el año 2014.

Cuadro 20: Capacidad Exportable de la Corporación Gruppo Salinas.

MENSUAL	Capacidad (kg)	Unidades	Cajas
Oferta Exp.	378	7.560	135
SEMESTRAL			
Oferta Exp.	2.268	45.360	810
ANUAL			
Oferta Exp.	4.536	90.720	1.620

Fuente: Corporación Gruppo Salinas.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

3.5.6.1. Proyección de la Oferta Exportable de Tisanas.

Para obtener la proyección de la oferta exportable de la Corporación Gruppo Salinas se utiliza el método de mínimos cuadrados. Tomando en cuenta la capacidad exportable de años anteriores.

Cuadro 21: Calculo Proyección de la Demanda.

Años	X	Y	x2	Xy
2012	1	3,3	1	3,3
2013	2	4,1	4	8,2
2014	3	4,5	9	13,5
	6	11,9	14	25

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - \sum x \sum x} = \frac{16,6}{6} = 2,766$$

$$m = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - \sum x \sum x} = \frac{3,6}{6} = 0,6$$

$$y = mx + b$$

$$Y (2015) = 0,6 \text{ tm } (4) + 2,766 \text{ tm} = 5,17 \text{ tm.}$$

$$Y (2016) = 0,6 \text{ tm } (5) + 2,766 \text{ tm} = 5,77 \text{ tm.}$$

$$Y (2017) = 0,6 \text{ tm } (6) + 2,766 \text{ tm} = 6,37 \text{ tm.}$$

$$Y (2018) = 0,6 \text{ tm } (7) + 2,766 \text{ tm} = 6,97 \text{ tm.}$$

$$Y (2019) = 0,6 \text{ tm } (8) + 2,766 \text{ tm} = 7,57 \text{ tm.}$$

Cuadro 22: Proyección de la Oferta.

AÑOS	TM
2015	5,17
2016	5,77
2017	6,37
2018	6,97
2019	7,57

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

3.6. LA DEMANDA INSATISFECHA.

La demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. (SCRIBD, 2015)

Tomando los valores proyectados de la demanda y restándolos con la oferta se obtendrá la demanda insatisfecha del proyecto, como se muestra en la siguiente tabla.

Cuadro 23: Demanda Insatisfecha Proyectada.

Años	Demanda (TM)	Oferta (TM)	Demanda Insatisfecha (TM)
2015	10,83	5,17	5,66
2016	11,58	5,77	5,81
2017	12,33	6,37	5,96
2018	13,08	6,97	6,11
2019	13,83	7,57	6,26

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

3.7. ANALISIS DE PRECIOS.

El precio es el costo de una actividad por unidad de medida escogida. Usualmente se compone de una valoración de los materiales, la mano de obra, equipos y herramientas.

Los cambios en los precios generalmente siguen una ley sencilla llamada ley de oferta y la demanda que básicamente establece que la interacción de estas fuerzas del mercado, es la que establece el precio de mercado en una economía. (GESTIOPOLIS, 2015)

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Es así que para fijar el precio se debe tomar en cuenta algunos aspectos como:

- Calidad.
- Productos sustitutos.
- Precios en el mercado de destino.
- Poder adquisitivo del mercado.

- Hábitos de consumo.
- Los costos de producción y exportación.

3.7.1. Precio del Producto.

El precio de tisanas de la terra de 50g que es comercializado en el mercado nacional es de 1,14 ctvs.

En cambio para la determinación del precio de tisanas de la terra para la exportación se debe tomar en consideración el precio promedio internacional con el que distintas empresas internacionales venden el producto en cuestión.

Es así que el precio de venta internacional oscila entre el \$1,70 y \$2,00.

Cuadro 24: Precio al Consumidor.

PRECIO DEL PRODUCTO		
Ítems	Costo Unitario	Valor Total
Costo de Tisanas de la Terra.	1,14	103.414,92
EXW (En Fabrica)	1,14	103.414,92
Seguro Interno (1%)	0,006692906	607,18
Transporte Interno	0,02	1814,4
Documentos de Exportación	0,003417108	310
Agente Afianzado	0,002755732	250
Manipulación de Carga.	0,009920635	900
Precio de Venta Exportación	1,18	107.296,50
Margen de Utilidad (60%)	0,71	64.377,90
Precio de Venta al Consumidor	1,89	171.674,40

Fuente: Cuadro de costos de Fabricación y exp.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1. DEFINICIÓN

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. (FERNANDO, 2014)

4.1.1. Objetivos del Estudio Técnico.

- Comprobar la posibilidad técnica de las tisanas de la terra para la exportación.
- Determinar la localización y el tamaño óptimo del proyecto.
- Averiguar los procesos de exportación de tisanas de la terra.

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto se la define en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios., durante un periodo de tiempo determinado. (UNIVERSIDAD SANTO TOMAS , 2015)

Bajo el concepto ya mencionado el tamaño del proyecto se refiere a la capacidad máxima de producción que la Corporación puede generar durante un periodo de tiempo.

Es así que actualmente la producción de la Corporación Gruppo Salinas es de 8,4 TM anualmente, de las cuales el 54% lo destina para el mercado internacional y el 46% para el mercado nacional.

La siguiente tabla muestra la capacidad productiva de la Corporación Gruppo Salinas:

Cuadro 25: Capacidad de Producción.

MENSUAL	Capacidad (kg)	Unidades	Cajas	TM
Oferta Exp.	378	7.560	135	0,378
Oferta Nac.	322	6.440	115	0,322
Oferta Total	700	14.000	250	0,7
SEMESTRAL				
Oferta Exp.	2.268	45.360	810	2,26
Oferta Nac.	1.932	38.640	690	1,93
Oferta Total	4.200	84.000	1.500	4,2
ANUAL				
Oferta Exp.	4.536	90.720	1.620	4,5
Oferta Nac.	3.864	77.280	1.380	3,8
Oferta Total	8.400	168.000	3.000	8,4

Fuente: Corporación Grupo Salinas.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Con los datos de la tabla anterior la Corporación está en la capacidad de exportar 4,5 TM anualmente. Pues el Importador requiere de un envío al año.

4.2.1. Localización del Proyecto.

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia. (UNIVERSIDAD SANTO TOMAS, 2015)

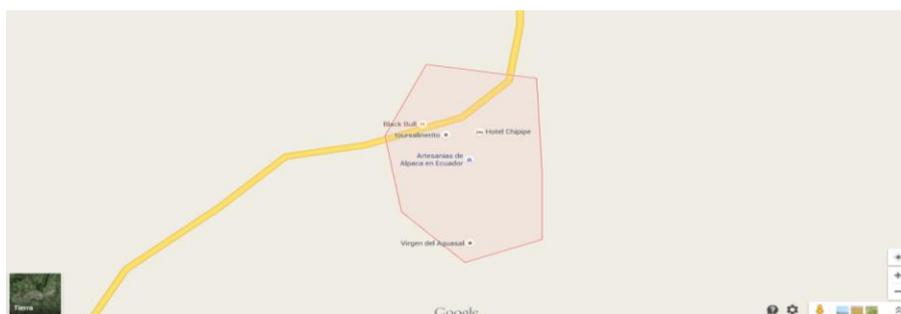
4.2.1.1. Macro localización.

Región: Sierra.

Provincia: Bolívar.

Altitud: 3.550 msnm.

Imagen 13: Macro localización.



Fuente: Google maps.

Año: 2015.

4.2.1.2. Micro localización.

La Corporación Gruppo Salinas está ubicada en la parroquia Salinas perteneciente al cantón Guaranda, en la Provincia de Bolívar, exactamente en la vía al Calvario s/n y Samilagua.

Su ubicación la hace gozar de ciertas ventajas como la obtención de la materia prima a precios relativamente bajos pues se encuentra en zonas de clima frío propias del hábitat de las plantas medicinales.

4.2.2. Ingeniería del Proyecto.

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

Tiene como objetivo resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva. (SCRIBD, 2015)

4.2.2.1. Proceso de Producción.

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como **factores**) pasan a ser elementos de salida (**productos**), tras un proceso en el que se incrementa su valor. (DEFINICION .DE, 2014)

4.2.2.2. Descripción del proceso.

La primera etapa del proceso es el cultivo que es realizado por las comunidades y/o campesinos quienes son los que proveen de las plantas medicinales (materia prima) a la Corporación Gruppo Salinas.

Los mismos que han descrito el proceso de cultivo de la siguiente manera.

Preparación del terreno, consiste en generar las condiciones óptimas para la siembra de las plantas medicinales. Este proceso empieza con el retiro de la maleza existente, se la realiza de manera manual. Posteriormente se ara la tierra, consiste en disminuir las partículas y desagregar a la tierra compactada para permitir la penetración de las raíces, luego se construyen las camas y los caminos en la tierra. En las camas se siembra, bien sea directamente con semilla o trasplantando las plantas.

Después se realizan labores como desmalezar, deshierbar, podar, y contralar las plagas.

Según la especie y los requerimientos de cada tipo de planta medicinal se realiza la cosecha, de manera manual cortando con tijeras a la planta.

Seguido de este proceso los proveedores empaican y embarcan las plantas medicinales en sus animales de carga y los transportan hacia la planta de producción.

Imagen 14: Planta de Producción.



Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Luego de que las plantas medicinales (materia prima) son transportadas a la fábrica, pasa por el proceso de recepción, donde se verifica, se pesa e inspecciona la materia prima, para retirar elementos no deseados.

Imagen 15: Recepción e Inspección de la Materia Prima



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

Posteriormente se lava y desinfecta al producto para garantizar que sea apto para el consumo humano.

Imagen 16: Lavado y Desinfección



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

Al ser la materia prima fresca se procede a deshidratarla en un horno de aire ascendente. En este punto la materia prima se puede almacenar si el proceso lo requiere.

Imagen 17: Deshidratadora



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

Se puede realizar una nueva inspección manual y eliminar el material no deseado.

Imagen 18: Inspección Manual



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

Se tritura el material con un molino para que pase por un tamiz número 16, si es necesario se almacena. Se realizan las mezclas de las plantas medicinales según el producto ofrecer, garantizando la cantidad específica y que genere una mezcla homogénea.

El producto es dosificado, consecuentemente se lo empaca en su primera capa protectora que comprende de una funda plástica.

Imagen 19: Primera Capa (funda plástica)



Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Luego se la introduce en su segunda capa que consiste en una cajita en la cual se presentará el producto al consumidor.

Imagen 20: Segunda Capa (caja de cartón)



Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

Además, se empaqueta a ocho unidades por funda plástica y al final se introduce siete paquetes en cada caja de cartón.

Imagen 21: Empaquetado (ocho unidades por funda plástica)



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

Imagen 22: Cajas de Cartón (siete paquetes por caja)



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

Se verifica que las cantidades empacadas sean las deseadas y que el producto final cumpla con los requisitos esperados, para esto se pesa el lote y se toman muestras aleatorias del producto.

Se rotula el producto con número de lote, fecha de fabricación y de vencimiento.

Se almacena el producto para su posterior embarque, transporte y comercialización.

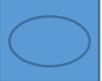
Imagen 23: Almacenamiento

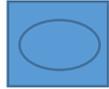


Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

4.2.2.3. Factores de Producción.

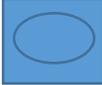
Cuadro 26: Factores de Producción.

No.	Factores de Producción	Materia Prima	Materiales y/o Herramientas	Control de calidad	Flujograma
1	Recepción del producto.	P. Medicinales.	Producto	Revisión de las plantas	
2	Pesado.	P. Medicinales	Vascula	Pesado al ingreso del prod.	
3	Inspección	P. Medicinales	Mesa de acero	Retiro de partes indeseadas.	
4	Lavado.	P. Medicinales	Agua	Se sumerge en agua y se garantiza que este bien escurrido.	
5	Desinfección.	P. Medicinales	Desinfectante para alimentos	Se aplica desinfectante para asegurar la calidad.	

6	Deshidratado.	P. Medicinales	Horno de aire caliente	Temperatura y tiempo específico según la cantidad de materia ingresada.	
7	Almacenamiento.	P. Medicinales	Canastas de plástico y bodega	Por lotes, en canastas a la sombra y lejos de los muros.	
8	Inspección.	P. Medicinales	Mesa de acero	Retiro de partes indeseadas.	
9	Triturado.	P. Medicinales	Molino	Garantiza el tamaño correcto del producto.	
10	Mezcla.	P. Medicinales	Mezcla manual	Garantiza la homogeneidad en la mezcla del producto.	
11	Empaque.	Prod. Mezclado	Manual, uso de máquina de sellado	Cada unidad debe pesar lo deseado, y que quede bien empacado.	
12	Pesado.	Prod. Empacado	Vascula	Se pesa todo el lote y se resta el peso de las envolturas.	
13	Rotulado.	Prod. Empacado	Manual.	Contiene lote, fecha caducidad, cód. de barras, referencia interna.	
14	Almacenamiento.	Prod. Empacado	Estanterías	Por lotes, separado de los muros, en la sombra.	
15	Embarque.	Prod. Empacado	Cajas de cartón	Según los pedidos del cliente	

Fuente: Corporación Gruppo Salinas.
Elaborado por: Erick Chaguaro.

Cuadro 27: Significado de Símbolos y Flujograma.

Operación/Tarea	Inicio	Operación y verificación	Almacenamiento	Transporte
				

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

4.2.3. Necesidades y Requerimientos.

Siendo las tisanas de la terra un producto natural, la tecnología para desarrollarlas es muy básica, porque como el objetivo es ofrecer un producto natural, la transformación deberá ser mínima.

También se debe tomar en consideración la maquinaria empleada pues debe cumplir con estándares para la manipulación de la materia prima, deben ser de fácil lavado, en material lizo de preferencia en acero inoxidable. Además debe seguir una línea de producción que evite la contaminación cruzada, que los equipos utilizados sean de fácil manejo y seguros para los operarios.

4.3. TRÁMITES DE EXPORTACIÓN.

Para ingresar al mercado de los Estados Unidos se debe realizar una serie de trámites y seguir un proceso organizado de acuerdo a las leyes tanto del Ecuador como del país estadounidense. Es así que en primer lugar se debe saber si existen acuerdos comerciales vigentes y si el producto gozará de esos beneficios.

Tomando en cuenta estos datos se puede decir que Ecuador y Estados Unidos actualmente no mantienen ningún acuerdo comercial, pues Ecuador renunció unilateralmente al (ATPDA) y así perdió varios de los beneficios para productos que se exportan con aranceles en 0, a más de ello Estados Unidos en el año 2013 decidió no renovar el acuerdo (SGP) para las naciones en desarrollo, esto causó la pérdida de beneficios a productos que se amparaban en este acuerdo.

Aun cuando el panorama de las relaciones entre Ecuador y Estados Unidos no es favorable el producto (tisanas de la Terra) que se pretende exportar, ingresara al país

estadounidense con un arancel 0, pues en su sistema armonizado de aranceles la subpartida (1211.90.90) en la que se encuentran las Tisanas no imponen ningún tipo de arancel. (UNITED STATES INTERNATIONAL TRADE COMMISSION, 2015)

4.3.1. Requisitos para la Exportación.

Existen varias instituciones gubernamentales que regulan el comercio internacional, así como también empresas afines que facilitan el proceso de exportación e importación de mercancías. Se mencionan las siguientes:

- Servicio de Rentas Internas.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD).
- Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).
- Empresas de transporte internacional (HAPAG LLOYD, MSC, HAMBURG SÜD).
- Aseguradoras (QBE, EQUINOCCIAL, ETC).
- Bancos que realizan los documentos que avalan y aseguran los pagos internacionales.

4.3.2. Requisitos para ser Exportador.

Para el proceso de exportación de Tisanas de la Terra a los Estados Unidos es necesario cumplir con requerimientos previos para poder exportar como:

1. Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), el mismo que se obtiene mediante el Servicio de Rentas Internas (SRI), y así poder registrarse como exportador en la Aduana. Los requisitos y/o pasos para obtener el RUC son:
 - **Para personas naturales:** se deberá presentar el original y copia de cedula de identidad o el pasaporte si es una persona extranjera, copia de documento de verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la actividad económica. Los ecuatorianos también presentaran también el original de la papeleta de votación del último proceso electoral hasta un año después de su emisión por parte del Consejo Nacional Electoral.
 - **Para personas jurídicas:** los requisitos básicos que se deben presentar para inscribirse son el formulario 01-A y 01-B, y otros documentos que varían según la condición de la sociedad.
 - Formulario RUC 01-A y RUC 01-B, suscritos por el representante legal.

Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
 - Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
 - Original y copia de la cedula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
 - Original del certificado de votación.
 - Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o inmediatamente anterior.
 - Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción. (SRI, 2015)
2. Obtener el token o firma electrónica en entidades tales como: Banco central y Security Data. Este certificado tiene un costo de \$ 80 y se lo debe renovar anualmente.
 3. Registrarse en el portal de ECUAPASS, ya que es el portal más importante en el proceso de exportación.

4.4. PROCESO DE EXPORTACIÓN.

Según el artículo 154, la exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el Código y en las demás normas aplicables. (COPCI, 2015).

4.4.1. Generación de un Contrato.

Para la realización de una exportación, en primer lugar se debe estar en la capacidad de enviar el producto solicitado.

Consecuentemente se receipta el pedido del cliente y se efectúa un contrato de venta en el que las partes interesadas formulan las condiciones en cuanto a cantidad, tiempo de entrega, forma de pago, precio y principalmente al término de negociación internacional (INCOTEM) al que se sujetaran.

La Corporación Gruppo Salinas por lo general maneja sus exportaciones con el Incoterm FOB, el mismo que contempla las siguientes responsabilidades:

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgo y expensas del comprador. Se considera la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar por sí mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo. (PROECUADOR, 2015)

4.4.2. Ordenes de Pedido a Fábricas y/o Empresas.

Para la elaboración del producto que se exportara se formula una orden de pedido en el que se debe especificar la siguiente información:

- Cantidades solicitadas.
- presentación del producto.
- Tiempo de entrega.
- Precio de compra.
- Forma de pago.
- Forma de entrega.

4.4.3. Peso / Volumen de la Mercancía.

Dependiendo de la cantidad y el volumen que ocupara la mercancía que se exportara, se tomará en cuenta que contenedor (20 o 40 pies), es el más apropiado para la transportación.

Cuadro 28: Peso/ volumen de la Mercancía.

PRODUCTO:	Tisanna della Terra	VOLUMEN Mt. 3	PESO NETO (en kilos)	PESO BRUTO (en kilos)
Total en fundas	90.720			
Presentación / Embalaje:	56 fundas en cada carton			
Metro cúbico por cartón	0,440 x 0,350 x 0,380 =	0,05852		
Peso neto por cartón:	2,80 kg.			
Peso bruto por cartón	4,73 kg. peso total embalaje	1,93		
Cartones a utilizarse :	1.620,00			
Peso funda plástica	1,00 g			
Peso caja	18,00 g			
Peso bag plastic	27,00 g			
Peso caja master	664,00 g			
Totales Pesos y medidas		94,80	4.536,00	7.662,60

Fuente: Centro de Exportaciones.

Año: 2015.

Con esta información se determina que los contenedores apropiados para el envío son de 40 y 20 pies estándar que tienen un volumen de 67,7 y 33.2 m³ respectivamente.

En este caso se necesitará dos contenedores; el primero de 40 pies estándar y el segundo de 20 pies estándar pues el volumen de la mercancía es de 94,80 m³.

Imagen 24: Contenedores



Tamaño: 20 pies / 40pies

Peso bruto (tm): 28.18 / 28.75

Capacidad (m3): 33,2 / 67,7

Fuente: Affari Group.

Año: 2015.

4.4.4. Confirmación a la Naviera.

Se confirma la reserva del contenedor enviando la proforma BL vía INTTRA de acuerdo al formato de cada naviera, se solicita el nombre del buque, la fecha de envío y toda la información necesaria para cotejar con la información que tiene el importador y además para la elaboración de los formularios:

- AISV (Autorización de ingreso y salida de vehículos), se tratan de formularios que validan el ingreso del producto al puesto CONTECON.
- DISV (Declaración de ingreso y salida de vehículos), es un formulario para el ingreso del producto al puerto de INARPI o TPG.

Los formularios anteriormente mencionados se efectúan dependiendo de la naviera en la que se cague la mercancía.

Por ejemplo, cuando se trabaje con las navieras HAMBURG SÜD o MSC la carga ingresa al puerto CONTECON, y en caso de cargar con HAPAG LLOYD se lo hace en el puerto de INARPI o TPG.

Imagen 25: Navieras



Fuente: Investigación Propia.
Año: 2015.

4.4.5. Envío Factura Proforma.

Una vez definida la naviera con la que se trabajará y la fecha en que se despachará el producto hay que enviar al cliente la **Factura Proforma** para que haga el depósito del **50% de anticipo**, indicando la fecha de partida del buque y los datos bancarios para el depósito.

4.4.6. Contrato con Camiones.

Con los datos del peso bruto y el volumen se procede a **contratar los camiones** necesarios para transportar el producto al puerto.

4.4.7. Costo y Documentación necesaria para Exportar.

Se elabora el **Packing List**, la **Factura** en papel membretado del Centro de Exportaciones, los mismos que deben ser enviados a Guayaquil al agente que trabaja con la Corporación para que proceda con la legalización de los documentos.

El agente es a su vez es el responsable de realizar los documentos restantes los cuales son:

- Proforma BL = \$ 50
- Guía de Remision = \$ 0,50
- Packing List = \$ 0,25
- Factura comercial Provisional = \$ 0,25
- DAE (Documento aduanero de exportación) = \$ 50
- Solicitud certificado de calidad AGROCALIDAD = \$ 50
- Certificado de origen (Forma A) = \$ 10
- Fito sanitario = \$ 4
- Retiro de BL original en naviera
- Envío documentos originales al exterior = \$ 30

4.4.8. Certificados y Solicitudes.

4.4.8.1. Certificado de Inspección Fitosanitario.

Para todos los productos alimenticios se requiere sacar la certificación de inspección “**Fitosanitario**” que otorga Agrocalidad. Para esto se debe llamar y enviar una solicitud a Agrocalidad para la Pre inspección.

Luego de la pre inspección se procede a depositar \$ 50 USD en el Banco Nacional de Fomento en la cuenta de Agrocalidad (Cta. Cte. 0010000926), el documento recibido de pre inspección se lo envía al Agente en Guayaquil para sacar el fitosanitario.

4.4.8.2. Solicitud Inspección Antinarcóticos.

Se envía una **Solicitud de Inspección** de la carga al departamento de **Antinarcóticos**, documento que se enviará en original al agente el día que la carga este en el puerto. Este

documento tiene un costo de \$ 15 a \$ 35 dependiendo si los contenedores son elegidos en el sorteo de revisión.

4.4.9. Documento Para Los Transportistas.

La naviera debe indicar en que módulo se debe dejar la carga, así como también la persona de contacto en el puerto.

4.4.9.1. Guías de Remisión.

Se debe generar una por cada camión, debe constar los datos del cliente, hora y fecha de salida, lugar de origen y destino, datos del chofer, especificación de la carga (número de cartones o bultos, peso bruto, volumen), módulo, naviera, buque y destino.

4.4.9.2. Formulario AISV.

Se envía un correo a CONTECON o TPG para registrar a la empresa.

Una vez obtenido el usuario y clave se ingresa a la página Web (<http://www.cgsa.com.ec/inicio.aspx>) de estas empresas, se genera un AISV el cual se debe llenar uno por cada camión. Además se genera un AISV cuando los contenedores ingresan llenos.

Este documento es realizado por el agente para que pueda presentar los formularios de ingreso al puerto.

4.4.10. Envío De Documentos Al Cliente.

Se deberá enviar los documentos al cliente máximo 10 días después de despachada la carga. Los documentos son los siguientes:

- Factura Comercial.
- Packing List.
- Certificado de Origen Forma A.
- BL.
- Fitosanitarios - se emitirá un certificado por uno o dos productos alimenticios enviados.
- Certificado de Agrocalidad.

Actualmente el envío de los documentos se realiza a través de DHL Express, el mismo que tarda aproximadamente 15 días antes en llegar a su destino.

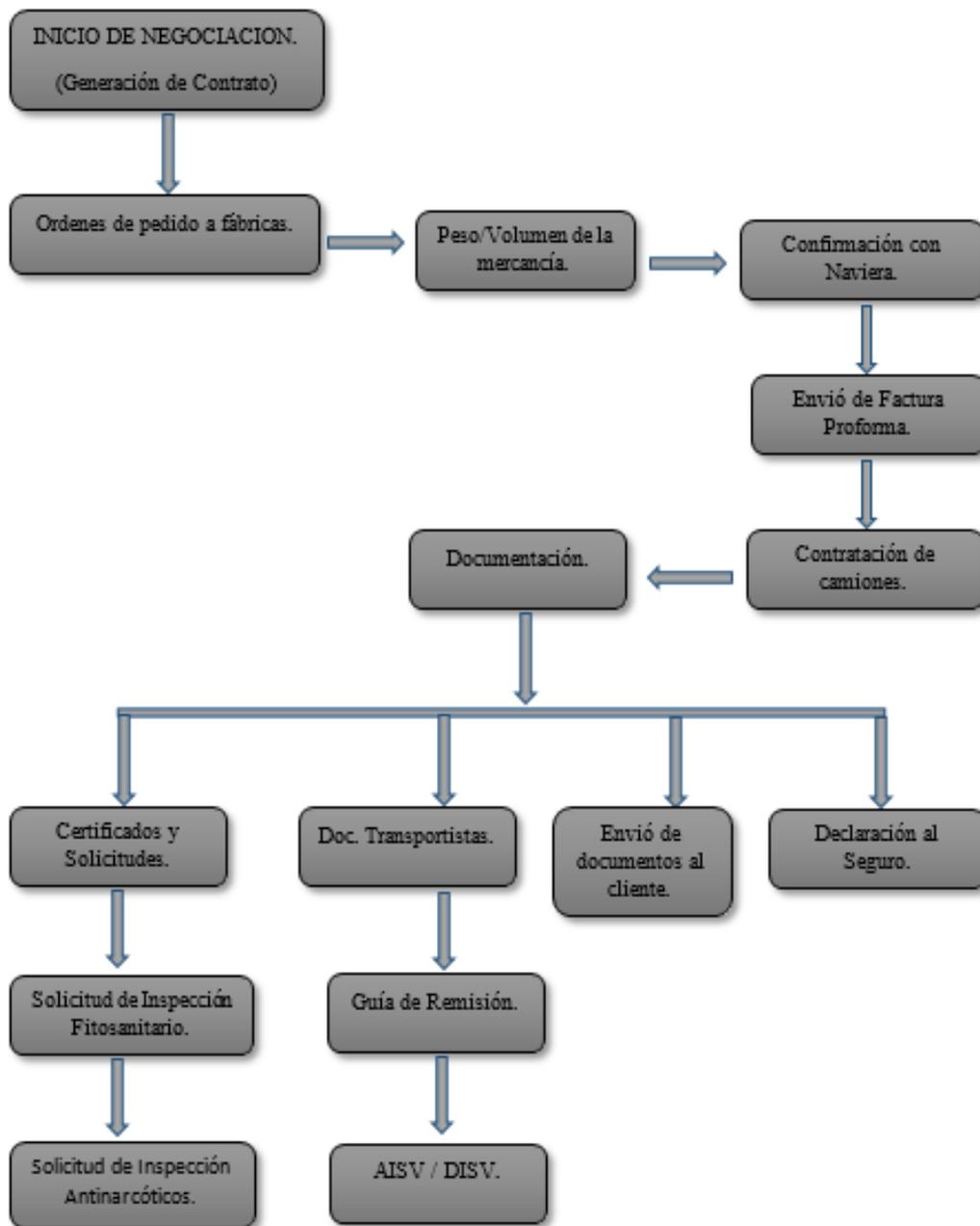
4.3.11. Declaración Al Seguro.

Todas las mercancías exportadas están amparadas por una póliza de seguro, este es contratado anualmente por un valor de 150.000 dólares a Seguros Equinoccial.

Cada envío es declarado por el costo de la mercancía que se envía, en caso de que se sobrepase el valor asegurado durante el año, se cancelará el valor restante.

4.5. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN.

Gráfico 5: Flujoograma de Exportación.



El tiempo estimado para el proceso de exportación de tisanas de la terra será de 15 días, de la cual 5 días son necesarios para la realización de la documentación correspondiente de exportación.

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1. COSTOS DEL PROYECTO.

El costo de un proyecto es un gasto económico que es representa la fabricación de un producto en el que se incluyen costos de materiales, mano de obra, mantenimiento, insumos y los gastos indirectos de fabricación a los trabajos en proceso. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión. (FAO, 2015)

Cuadro 29: Costos de Producción.

COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Ítems	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total Anual
Costos Directos			
Plantas Medicinales (ñ,ch,c.c)	90720	0,21	19.051,2
Costos Indirectos			
Cajas de Cartón 50g	90720	0,16	14.515,20
Paquete de Fundas 50g (100 und)	908	1,00	908
Paquete de Fundas G (100 und)	114	10,00	1140
Cajas de Cartón para Empaque	1620	0,79	1.279,80
Electricidad (mensual)	12	60,00	720
Mantenimiento en Planta	2	65,00	130
Mandiles	4	25,00	100
Cinta de Embalaje	4	8,50	34
Mascarillas	8	4,00	32

Paquete de Guantes (24 und)	2	14,00	28
Mano de Obra Directa			
4 Trabajadores (\$360 mensuales)	12	1.898,32	22.779,84
Total Producción			60.718,84

Fuente: Depto. de Contabilidad CE. / Corporación Gruppo Salinas.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.1.1. Costos Administrativos.

Son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa, son los gastos o costos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos. (EJEMPLODE, 2013)

Cuadro 30: Costos Administrativos.

COSTOS ADMINISTRATIVOS			
Ítems	Cantidad	Costo	Costo Total Anual
Sueldos y Salarios (5 trab.)	12 meses	3.337,24	40.046,88
Útiles de Oficina	2	100	200
Útiles de Aseo	2	25	50
Servicios Básicos (agua,telf,internet)	12 meses	200	2.400
Total Costos Administrativos.			42.696,88

Fuente: Observación/ Centro de Exportaciones.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.1.2. Costo de Ventas.

El costo de ventas es el costo en que se incurre para comercializar un bien ya sea a nivel nacional como internacional. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende. (GERENCIE, 2010)

Cuadro 31: Costo de Ventas.

COSTO DE VENTAS (EXPORTACION)	
Ítems	Costo Total
Transporte Interno	1.814,40
Seguro Interno (1%)	607,18
Documentos de Exportación	310
Agente Afianzado	250
Manipulación de Carga	900
Total	3.881,58

Fuente: Observación/ Centro de Exportaciones.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.1.3. Costo Total Fabricación de Tisanas de la Terra.

En este punto se toman todos los costos que se incurren en fabricación de tisanas de la terra.

Cuadro 32: Costo Total Fabricación.

COSTO TOTAL FABRICACION	
COSTO DE PRODUCCION	60.718,04
TOTAL ADMINISTRATIVOS.	42.696,88
TOTAL	103.414,92

Fuente: Observación/ Centro de Exportaciones.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.2. INVERSIONES DEL PROYECTO.

La inversión es la destinación del dinero para la compra de bienes que no son de consumo final y que sirven para producir otros bienes. También es inversión cuando se utiliza el dinero en productos o proyectos que se consideran lucrativos. (INVERSIONES, 2015)

Cuadro 33: Inversión Total.

INVERSION TOTAL	
COSTO DE PRODUCCION	60.718,04
COSTOS ADMINISTRATIVOS	42.696,88
COSTO DE VENTAS (EXPORTACION)	3.881,58
Inversión Total	107.296,50

Fuente: Cuadro de costos de Fabricación y costo ventas.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA.

Los ingresos del proyecto se toman de las ventas de tisanas de la tierra que la empresa realice. Para calcular este rubro se debe tener en cuenta el precio de venta en el exterior, los costos del proyecto y el precio de la competencia en el mercado meta.

Las ventas totales se obtienen multiplicando la cantidad de productos a exportarse por el precio de venta unitario.

Cuadro 34: Precio Unitario de Venta.

PRECIO DE VENTA			
Ítems			Valor
Costo de Producción			107.296,50
Unidades Producidas			90.720
Precio de Venta Exportación			1,18
Margen de Utilidad (60%)			0,71
Precio de Venta al Consumidor			1,89
Ventas Anuales	90.720	1,89	171.674,40

Fuente: Cuadro de costos de Fabricación y exp.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.4. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

Para el análisis de los posibles beneficios económicos que se pretenden alcanzar con la exportación de Tisanas de la Terra hacia el mercado estadounidense, es necesario realizar una evaluación financiera por medio de indicadores como el TIR, el VAN y R B/C.

Con la aplicación de estos indicadores se tomara la decisión de si es factible la ejecución del proyecto o no.

Es así que para el cálculo del TIR, VAN y la R B/C se debe obtener datos contables como:

- Estado de Resultados
- Balance General.
- Flujo del Efectivo.

5.4.1. Estado de Resultados.

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los

ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo.

El beneficio o pérdida vendría a ser el resultado de la diferencia entre los ingresos y los gastos; hay un beneficio cuando los ingresos son mayores que los gastos, y hay pérdida cuando los ingresos son menores que los gastos.

En cuanto al periodo de tiempo que comprende un estado de resultados, este suele corresponder al tiempo que dura el ejercicio económico de una empresa, la cual suele ser un año; aunque cabe destacar que el estado de resultados es un documento flexible y además de elaborarse estados anuales, también se pueden elaborar estados mensuales y trimestrales. (CRECENEGOCIOS, 2015)

En este proyecto se tomó en cuenta el periodo de diciembre del 2014 del producto a exportarse (tisanas de la terra).

Cuadro 35: Estado de Resultados.

CORPORACION GRUPPO SALINAS "CENTRO DE EXPORTACIONES"		
ESTADO DE RESULTADOS (TISANAS DE LA TERRA)		
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014		
CUENTAS		2014
Ventas.		171.674,40
(-) costo de ventas.		60.718,04
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS.		110.956,36
(-) Gastos Operacionales.		46.578,46
Gastos Administrativos.	42.696,88	
Gasto de Ventas.	3.881,58	
UTILIDAD OPERACIONAL		64.377,90
(-) 15% Participación U.		9.656,69
(=) UTILIDAD ANTES IMP. A LA RENTA.		54.721,22
(-) 22% Imp. a la Renta.		12.038,67
(=) UTILIDAD NETA.		42.682,55

Fuente: Investigación / Corporación Gruppo Salinas.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.4.2. Balance General.

El balance general es una imagen de la empresa en un momento determinado. Incluye los activos y pasivos, proporcionando información sobre el patrimonio neto de la empresa. En otras palabras un balance general es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a la empresa, a una fecha determinada. (MONOGRAFIAS, 2014)

Bajo este concepto el Centro de Exportaciones de la Corporación Gruppo Salinas muestra su balance general al 31 de diciembre de 2014.

Cuadro 36: Balance General.

CORPORACION GRUPPO SALINAS "CENTRO DE EXPORTACIONES"			
ESTADO DE SITUACIÓN			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014			
ACTIVOS			
DISPONIBLES			17.193,93
Caja		62,62	
Bancos y otras Insti. Financieras		15.793,34	
Efectos de cobro inmediato			
Efectos de cobro inmediato			
Efectivo en moneda Extranjera		1.337,97	
INVERSIONES			10.950,85
Mant. Hasta el venc. Entidades sector finan.		10.950,85	
CLIENTES			1.801,02
Clientes del exterior		3.161,91	
Clientes Nacionales		291,04	
(-) Provisión Ctas. Incobrables		-1.651,93	
CUENTAS POR COBRAR			6.732,80
Documentos por cobrar		4.340,53	
Cuentas por cobrar varias		2.392,27	
INVENTARIOS			33.461,76
Productos Agrícolas			
Productos externos terminados		20.377,96	
Insumos		12.208,98	
Productos locales terminados		874,82	
PROPIEDADES Y EQUIPOS			6.632,66
Edificio			
Muebles enseres y equipos Of.		2.047,77	

Equipo de Computo		2.435,21	
Maquinaria y Equipo Industrial		8.405,00	
Otros		1.096,54	
(-) Depreciaciones Acumuladas		-7.351,86	
OTROS ACTIVOS			263.455,37
Otras Inversiones en Participaciones		2.857,20	
Gastos y pagos anticipados		145.533,81	
Gastos diferidos		263,82	
Transferencias Internas		240,00	
Otros	Otros	114.560,54	
TOTAL ACTIVOS			340.228,39
PASIVOS			
OBLIGACIONES INMEDIATAS			39.741,36
Obligaciones con proveedores y clientes		17.609,29	
Proveedores de Insumos			
Proveedores de Servicios		3.074,49	
Anticipo de clientes		19.057,58	
CUENTAS POR PAGAR			22.948,04
Intereses por pagar			
Obligaciones Patronales		11.996,75	
Cuentas por pagar varias		10.951,29	
OBLIGACIONES FINANCIERAS			0,00
Prestamos por pagar varios		0,00	
OTROS PASIVOS			103.537,28
Transferencias Internas		65.399,84	
Programas por liquidar			
Otros Pasivos		38.137,44	
TOTAL PASIVOS			166.226,68
PATRIMONIO			
CAPITAL SOCIAL			43.817,53
Aportaciones de socios		43.817,53	
RESERVAS			31.004,92
Legales			
Facultativas		7.627,93	
Reval. Patrimonio(reser. Equipos)		1.595,20	
Por resultados no operativos		21.781,79	
OTROS APORTES PATRIMONIALES			26.917,18
Donaciones		26.917,18	
RESULTADOS			72.262,08

Utilidad del Ejercicio			72.262,08	
TOTAL PATRIMONIO				174.001,71
TOTAL PASIVO PATRIMONIO				340.228,39

Fuente: Investigación /Depto. de Contabilidad CE.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.4.3. Flujo del Efectivo.

Es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un periodo determinado (semana, mes, trimestre, semestre, año). (SCRIBD, 2015)

Cuadro 37: Flujo del Efectivo Proyectado.

CORPORACION GRUPPO SALINAS "CENTRO DE EXPORTACIONES"						
ESTADO DE RESULTADOS (TISANAS)						
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014						
CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas.	171.674,40	179.090,73	194.898,40	221.264,13	262.048,29	323.757,04
(-) costo de ventas.	60.718,04	63.341,06	68.931,94	78.257,00	92.681,60	114.506,84
Utilidad Bruta en Ventas.	110.956,36	115.749,68	125.966,46	143.007,12	169.366,69	209.250,20
(-) Gastos Operacionales	46.578,46	48.590,65	52.879,56	60.033,08	71.098,58	87.841,31
(=) Utilidad Operacional	64.377,90	67.159,03	73.086,90	82.974,05	98.268,11	121.408,89
(-) 15% Participación U.	9.656,69	10.073,85	10.963,04	12.446,11	14.740,22	18.211,33
(=) Utilidad antes Imp. a la Renta.	54.721,22	57.085,17	62.123,87	70.527,94	83.527,89	103.197,56
(-) 22% Imp. a la Renta.	12.038,67	12.558,74	13.667,25	15.516,15	18.376,14	22.703,46
(=) UTILIDAD NETA.	42.682,55	44.526,43	48.456,61	55.011,79	65.151,76	80.494,09

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Erick Chaguaro.

5.4.4. Valor Actual Neto.

El valor actual neto (VAN) mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello calcula el valor de todos los flujos futuros de caja proyectadas a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total expresada en el momento cero.

Para obtener el VAN se debe considerar una tasa de descuento que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir en otro proyecto o inversión, de tal forma que debido a todas estas variables políticas y económicas que maneja el Ecuador se analiza la factibilidad con un costo de oportunidad del 8,70% y 9,33% considerando que son las tasas de interés activa mínima y máxima.

A continuación el VAN.

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

I₀: Inversión Inicial.

1: Constante.

i: Tasa de Interés.

n: Número de años.

FN: Fondos Netos.

$$VAN1 = \left[\frac{44.526,43}{(1,087)^1} + \frac{48.456,61}{(1,087)^2} + \frac{55.011,79}{(1,087)^3} + \frac{65.151,76}{(1,087)^4} + \frac{80.494,09}{(1,087)^5} \right] - 107.296,50$$

$$VAN1 = [40.962,68 + 41.010,40 + 42.831,88 + 46.666,79 + 53.041,56] - 107.296,50$$

$$VAN1 = [224.513,31] - 107.296,50$$

$$\mathbf{VAN1 = 117.216,81}$$

VAN 2

$$VAN2 = \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_o$$

$$VAN2 = \left[\frac{44.526,43}{(1,0933)^1} + \frac{48.456,61}{(1,0933)^2} + \frac{55,011,79}{(1,0933)^3} + \frac{65.151,76}{(1,0933)^4} + \frac{80.494,09}{(1,0933)^5} \right] - 107.296,50$$

$$VAN2 = [40.726,64 + 40.539,13 + 42.095,70 + 45.600,41 + 51.530,85] - 107.296,50$$

$$VAN2 = [220.492,72] - 107.296,50$$

$$VAN2 = 113.196,22$$

5.4.5. Tasa Interna de Retorno (TIR).

La Tasa Interna de Retorno se utiliza habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, mas deseable será llevar a cabo el proyecto. (ENCIPOLEDIA FINANCIERA, 2015)

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

i2: Tasa de interés maxima (9,33%).

i1: tasa de interés minima (8,70%).

VAN 1: Valor actual neto obtenido con i1.

VAN 2: Valor actual neto obtenido con i2.

$$TIR = 0,087 + (0,0933 - 0,087) \left[\frac{117.216,81}{117.216,81 - 113.196,22} \right]$$

$$TIR = 0,087 + (0,0063) \left[\frac{117.216,81}{4.020,59} \right]$$

$$TIR = 0,087 + (0,0063)[29,15]$$

$$TIR = 0,087 + (0,1837)$$

$$TIR = 0,2707 * 100$$

$$TIR = 27,07\%$$

5.4.6. Relacion Beneficio Costo. (RB/C).

Es la relacion entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presnete de todos los egresos del proyecto, para determinar cuales son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. (CONTABILIDAD Y FINANZAS, 2012)

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

VN: Ventas Netas.

VAN1: Valor Actual Neto.

C: Inversión.

$$RB/C = \left[\frac{171.674,40 + 117.216,81}{107.296,50} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{288.891,21}{107.296,50} \right]$$

$$\frac{RB}{C} = \mathbf{2,69}$$

$$RB/C = \left[\frac{71.674,40 + 113.196,22}{107.296,50} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{284.870,62}{107.296,50} \right]$$

$$\frac{RB}{C} = \mathbf{2,65}$$

Estos resultados demuestran que los ingresos serán superiores a los gastos, es así que el proyecto generara riqueza a la empresa y por ende un beneficio social.

5.4.7. Periodo de Recuperación del Capital.

Suma de los dos primeros años del flujo de efectivo:

$$(44.526,43 + 48.456,61) = 92.983,05$$

Se resta la inversión y el total del flujo obtenido de los dos años:

$$(107.296,50 - 92.983,05) = 14.313,45$$

Se toma el tercer año del flujo de efectivo y se realiza una regla de tres:

$$\begin{array}{rcl} 55.011,79 & 12 \\ 14.313,45 & x \end{array}$$

$$x = \frac{14.313,45 \times 12}{55.011,79} = \frac{171.761,42}{55.011,79} = \mathbf{3,12}$$

El proyecto de factibilidad de exportación de tisanas de la terra recuperara su capital en dos años tres meses.

Cuadro 38: Indicadores Financieros.

VAN 1	117.216,81
VAN 2	113.196,22
TIR	27,07%
RB/C 1	2,69
RB/C 2	2,65
Periodo de Recuperación	2 años 3 meses.

CONCLUSIONES.

- Al momento de realizar un análisis del mercado estadounidense se ha constatado que existe una gran acogida de productos medicinales pues actualmente el estilo de vida y de consumo está girando sobre productos con altos niveles medicinales y que sean 100% naturales.
- Las tisanas de la terra son competitivas en el mercado de Long Beach ya que es un producto que tiene el privilegio de ingresar sin pagar un arancel.
- A través del estudio técnico la Corporación Gruppo Salinas se encuentra en un lugar estratégico para la fabricación de tisanas lo que genera una gran ventaja al obtener la materia prima.
- Al realizar el estudio financiero, y por medio de los indicadores financieros se puede concluir que el proyecto es viable ya que generara un beneficio económico y social.

RECOMENDACIONES.

- Exportar al mercado estadounidense ya que al momento de ingresar el producto no genera ningún riesgo de pérdidas puesto que las plantas medicinales son altamente consumidas.
- Tomar en cuenta la calidad en el proceso y precios acorde al mercado objetivo, para así mantener a las tisanas de la terra competitivas.
- Capacitar periódicamente al personal que está inmerso en la fabricación de tisanas, sobre prácticas del manejo adecuado de plantas medicinales, así como también a las personas que proveen de materia prima a la Corporación.
- Al haber analizado el estudio financiero minuciosamente se recomienda la ejecución del proyecto porque se obtendrán beneficios económicos año a año.

BIBLIOGRAFÍA

- Arcila, c. o. (2006). Diccionario de comercio internacional. (págs. 3-336). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Benassini, m. (2009). Investigacion de Mercados. Mexico: Pearson Educacion.
- Miguel martín, r. m. (2010). Manual Practico De Comercio Exterior. España: Fc Editorial.
- Urbina, g. b. (2010). Evaluacion De Proyectos. (Págs. 7-8). Mexico: Mc Graw Hill Educacion.
- Vargas gabriela. (2013). En Anuario. Guaranda. Anuario Gruppo Salinas 2013 (Págs. 10-11). Guaranda.

LINKOGRAFÍA

- Aeropuertos del mundo. (2015). Aeropuerto Long Beach. (Recuperado 2014/10/02) de <http://www.aeropuertodelmundo.com.ar/americalnorte/usa/aeropuertos/long-beach.php>
- Agrocalidad. (2014). La Institución. (Recuperado 2014/10/10) de <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>
- Aguilar z, et al. (2009). Guía Plantas Útiles. (Recuperado 2014/10/14) de http://www.ecociencia.org/archivos/guia_plantas-091128.pdf
- Angela, d. b. (2014). Flora Latinoamérica. Chuquiragua. (Recuperado 2014/10/23) de <http://www.otromundoesposible.net/flora-de-latinoamerica/chuquiragua>
- Art of tea. (2015). La empresa Art Of Tea. (Recuperado 2015/01/08) de <http://www.artoftea.com/about-us/the-relationship>
- Art of tea. (2015). Información General Art Of Tea (Recuperado 2015/01/08) de <http://www.artoftea.com/>
- Botanical sl. (1995-2015). Principios Medicinales. (Recuperado 2014/11/21) de <http://www.botanical-online.com/medicinalesprincipios.htm>
- Club planeta. (2014). Definición (Producto Interno Bruto). (Recuperado 2015/01/08) de http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- Comercio exterior.es. (2014). Términos de Comercio Exterior. (Recuperado 2014/11/24) de <http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+I-F+p-858+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/factura+comercial.htm>
- Comercio y aduanas. (2014). Concepto Agente de Aduanas. (Recuperado 2015/01/09) de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/aduanas/agenteaduanal/109-que-es-un-agente-aduanal>
- Mcpec. (2014). Ministerio Coordinador De Produccion, Empleo y Competitividad. (Recuperado 2015/01/22) de <http://www.produccion.gob.ec/el-ministerio/>
- Concepto.de. (2014). La Oferta. (Recuperado 2015/01/22) de <http://concepto.de/oferta/>
- Contabilidad y finanzas. (2012). Relación Beneficio Costo. (Recuperado 2015/05/04) de <http://www.contabilidadyfinanzas.com/relacion-beneficio-costo-bc.html>

- Corporacion grupo salinas. (2014). La Institución. Informacion General. (Recuperado 2014/12/15) de <http://www.salinerito.com/>
- Crecenegocios. (2015). Estado de Resultados. (Recuperado 2015/05/16) de <http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>
- Debitoor. (2015). Inflación Definición. (Recuperado 2015/01/23) de <https://debitoor.es/glosario/definicion-inflacion>
- Definicion .de. (2014). Proceso de Producción. (Recuperado 2015/01/15) de <http://definicion.de/proceso-de-produccion/>
- Definicion abc. (2015). La Aduana. (Recuperado 2015/01/17) de <http://www.definicionabc.com/social/aduana.php>
- Diccionario económico. (2015). Tipo de Cambio. (Recuperado 2015/03/02) de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/tipo-de-cambio.html>
- Direcon. (2014). Dirección General de Relaciones Económicas. (Recuperado 2015/02/24) de <http://www.direcon.gob.cl/glosario/>
- Directorio partida arancelaria. (2014). Partidas Arancelarias. (Recuperado 2015/04/09) de <http://www.camaras.org/comext/listado.html>
- Discover. (2015). Datos Generales EE.UU. (Recuperado 2015/05/07) de <http://www.appliesl.com/navi/discover/country.asp?tid=20011010&lid=1>
- Eco-finanzas. (2014). Area de Libre Comercio. (Recuperado 2015/01/20) de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/A/AREA_DE_LIBRE_COMERCIO.htm
- Economia. (2011). Factores Demanda. (Recuperado 2015/05/13) de <http://jazzitaoliva.blogspot.com/2011/03/factores-que-afectan-la-demanda-y-la.html>
- Ejemplode. (2013). Costos Administrativos. (Recuperado 2015/06/04) de http://www.ejemplode.com/58-administracion/2689-ejemplo_de_costos_administrativos.html
- Enciplopedia financiera. (2015). Taza Interna de Retorno. (Recuperado 2015/07/12) de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- Organización de comida y agricultura. (2013). Deposito De Documentos De La Fao. (Recuperado 2015/04/25) de <http://www.fao.org/docrep/008/a0323s/a0323s03.htm>
- Organización de comida y agricultura. (2015). Costos de Producción. (Recuperado 2015/04/25) de <http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>
- Fernando, I. (2014). Estudio Técnico. (Recuperado 2015/03/21) de <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Fisher, I. (2012). Oferta Definición. (Recuperado 2015/01/08) de <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Flores. (2015). Estudio Financiero. (Recuperado 2015/06/26) de http://florescanecon.mex.tl/871725_30--Definicion-de-Estudio-Financiero.html

- Gedesco. (2013). Broker de Aduana. (Recuperado 2015/01/26) de <http://www.gedesco.es/blog/que-hacen-los-brokers/>
- Gerencie. (2010). Costo de Ventas. (Recuperado 2015/02/01) de <http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>
- Gestiopolis. (2015). Conceptos Básicos. (Recuperado 2015/02/05) de <http://www.gestiopolis.com/analisis-economico-precio-concepto-elasticidad/>
- Hierbas e infusiones. (2010). Hierbas Medicinales. (Recuperado 2014/12/27) de <http://www.vegetarian-nutrition.info/positions/spanish/hierbas.htm>
- Infoplease. (2015). Datos Generales Long Beach. (Recuperado 2015/05/07) de <http://www.infoplease.com/us/census/data/california/long-beach/economic.html>
- Inversiones. (2015). Inversión de Proyectos. (Recuperado 2015/07/03) de <http://www.spw.cl/proyectos/inversiones.htm>
- La gran enciclopedia de economía. (2010). Demanda. (Recuperado 2015/02/06) de <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>
- Lideres. (2013). Economía Solidaria. (Recuperado 2015/01/12) de <http://www.revistalideres.ec/lideres/salinerito-ejemplo-economia-solidaria.html>
- Mercado, e. d. (2015). Economía de Mercado. (Recuperado 2015/04/27) de <http://definicion.de/economia-de-mercado/>
- Monografias. (2014). Balance General. (Recuperado 2015/01/30) de <http://www.monografias.com/trabajos89/balance-general-el/balance-general-el.shtml>
- Port of long beach. (2015). Port Of Long Beach. (Recuperado 2015/04/29) de <http://spanish.polb.com/about/employment/port.asp>
- Portal de comercio exterior. (2011). Glosario De Comercio Exterior. (Recuperado 2015/03/03) de http://www.portalcomercioexterior.cl/glosario_terminos
- Proecuador. (2009). Datos Pro Ecuador. (Recuperado 2015/02/06) de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>
- Procesos de almacen. (2011). Procedimientos Aduaneros. (Recuperado 2015/06/18) de <http://procesosdealmacn.blogspot.com/2011/04/consolidacion-y-desconsolidacion-de.html>
- Proecuador. (2015). Ficha Comercial EE.UU 2015. (Recuperado 2015/05/11) de http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_fc2015_usa/
- Proecuador. (2011). Concepto Certificado de Origen. (Recuperado 2015/05/14) de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/certificado-de-origen/>
- Proecuador. (2014). Guia Comercial EE.UU 2014. (Recuperado 2015/05/09) de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PROEC_GC2014_ESTADOS-UNIDOS2.pdf
- Proecuador. (2015). Requisitos para Exportar. (Recuperado 2015/05/12) de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/>

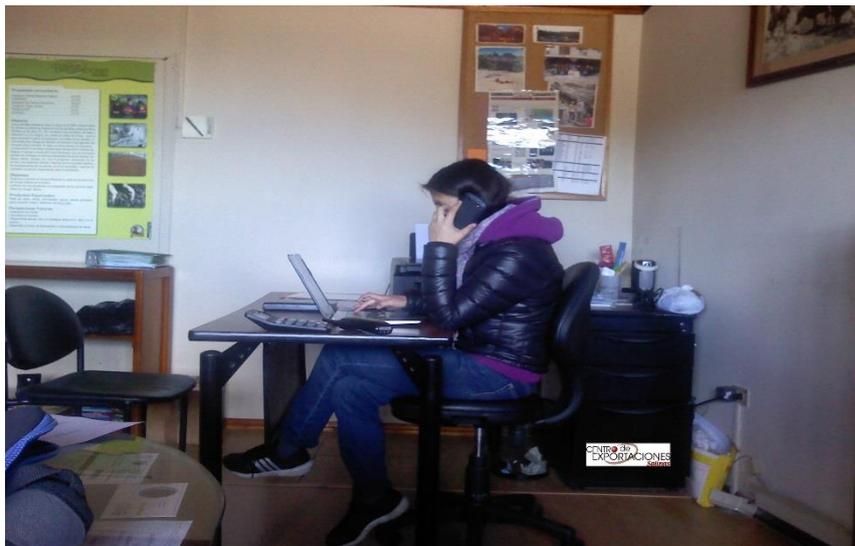
- Scribd. (2015). Demanda Insatisfecha. (Recuperado 2015/05/16) de <http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha#scribd>
- Scribd. (2015). Ingeniería de Proyectos. (Recuperado 2015/05/16) de <http://es.scribd.com/doc/82462250/Ingenieria-del-proyecto#scribd>
- Scribd. (2015). Flujo de Efectivo. (Recuperado 2015/05/16) de <http://es.scribd.com/doc/6211119/Flujo-de-Efectivo-Finanzas#scribd>
- Servicio nacional de aduana del ecuador. (2011). Introducción (SENAE). (Recuperado 2015/06/24) de <http://www.aduana.gob.ec/ace/intro.action>
- Servicio nacional de aduana del ecuador. (2013). Legislación (SENAE). (Recuperado 2015/06/30) de <http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/res/2013/SENAE-DGN-2013-0340-RE.pdf>
- Servicio de rentas internas. (2014). Información General SRI. (Recuperado 2015/01/07) de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67;jsessionid=Kpj0t6dY6KAP4Fl4Y0Z7HtAi>
- Todocomercio. (2011). Exportación Definitiva. (Recuperado 2015/01/07) de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/forum/topics/exportacion-definitiva>
- Turismo EEUU. (2010). Economía y Negocios EE.UU. (Recuperado 2015/05/07) de <http://www.turismoeeuu.com/economia-y-negocios/>
- United states international trade commission. (2015). Partidas Arancelarias EE.UU. (Recuperado 2015/05/08) de <http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>
- Universidad santo tomas. (2015). Tamaño de Proyectos. (Recuperado 2015/07/01) de [http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20\(Segundo%20Momento\)/tamao_del_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/tamao_del_proyecto.html)
- Universidad santo tomas. (2015). Localización de Proyectos. (Recuperado 2015/07/04) de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html

ANEXOS

Anexo 1: Corporación Gruppo Salinas.



Anexo 2: Centro de Exportaciones (Depto. Logística)



Anexo 3: Modelo de Contrato

CORPORACIÓN GRUPPO SALINAS
Telefax: (+593) 03-2210-005
e-mail: grupposalinas@salinerito.com
Vía El Calvario s/n y Samilagua
Salinas - Guaranda
Ecuador

Salinas, 2 de diciembre del 2013

Número contrato: G3000.2013CLIENTES
Nombre del cliente: LIBERO MONDO
Código ID Cliente Comercial: CE0004

CONTRATO DE VENTA

ENTRE

CORPORACION GRUPPO SALINAS representada por el Ing. Fabián Vargas, cuya sede legal se encuentra en Salinas - Guaranda, Vía El Calvario y Samilagua S/N, con RUC 0291505511001
y
LIBERO MONDO, representado por Emanuele Giordana, cuya sede legal se encuentra en Bra (Italia), via Vittorio Emanuele 282 - 12042

Definición del objetivo
El presente contrato establece en detalle los procedimientos y las condiciones económico/financieras de venta.
GRUPPO SALINAS Y LIBERO MONDO respetarán todas las cláusulas de este contrato

1. Vigencia de Contrato
Este contrato tendrá validez de 6 meses a partir de la fecha de suscripción, y por lo menos hasta que el producto ordenado haya sido entregado.
Si una de las partes contratantes incumple de manera manifiesta y deliberada una o varias de las condiciones sustanciales de este acuerdo, la otra parte puede rescindir el presente contrato, previo a una discusión y análisis de las razones del incumplimiento

2. Confirmación
Libero Mondo debe confirmar el presente Contrato de Venta dentro del plazo de 5 días laborables. Si el Contrato de Venta no es confirmado dentro del plazo antes citado, GRUPPO SALINAS podrá decidir la anulación o modificación del Contrato de Venta.

Podrá ser efecto de renovación:

2.1 Cuando todas las correspondientes mercancías hayan sido entregadas
2.2 El contrato puede tener validez temporánea, hasta la redacción y firma de un Nuevo contrato, si Libero Mondo solicita mercancías adicionales a las planificadas.
2.3 El contrato entre GRUPPO SALINAS y Libero Mondo podrá ser renovado anualmente y una vez que se tengan los planes de compra confirmados por parte de Libero Mondo.

3. Producto
El presente contrato esta basado en la venta de: Azúcar, Panela y Mermeladas.

4. Precios FOB, cantidades y fecha de embarque
GRUPPO SALINAS proveerá las cantidades de cada uno de los artículos indicados a continuación, durante la vigencia del presente Contrato de Venta.

Unidades Comerciales

Telefax: (+593) 03-221-0185 e-mail: exportaciones@salinerito.com

Telefax: (+593) 03-2210-006 e-mail: comercialización@salinerito.com

Afilados a:

www.salinerito.com

Anexo 4: Modelo de Pedido a Fabrica

PEDIDO N° 001

Salinas, 30 de enero del 2008

PARA: Señor:
Juan José Azogue
FPSS – FÁBRICA DE INFUSIONES

DE: Johanna Chamorro
CENTRO DE EXPORTACIONES

REFERENCIA: Pedido de Infusiones para CTM

Por medio de la presente, me permito poner a su consideración los siguientes pedidos para el 2008:

PEDIDO PARA CTM - ALTRONMERCATO 2.008

Pedido N°	FECHA DE ENTREGA	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CAJAS	P/UNITARIO	P/TOTAL
1	08-03-2008	Tisana della Terra 50 g	9.240	165	0.63	5.821,20
		Tisana del Sole 50 g	9.016	161	0.63	5.680,08
2	05-07-2008	Tisana della Terra 50 g	7.280	130	0.63	4.386,40
		Tisana del Sole 50 g	6.048	108	0.63	3.810,24
3	05-09-2008	Tisana della Terra 50 g	4.032	72	0.63	2.340,16
		Tisana del Sole 50 g	5.040	90	0.63	3.175,20
4	05-10-2008	Tisana del Sole 50 g	6.048	108	0.63	3.810,24
6	06-01-2009	Tisana della Terra 50 g	5.544	99	0.63	3.482,72
		Tisana del Sole 50 g	6.048	108	0.63	3.810,24
		TOTALES	58.296	1.041		36.726,48

Aclaro que para el pedido 4 - 2008 y 6 - 2009 queda pendiente por CTM la confirmación de requerimiento.

Pido también a los proveedores revisar el inventario de los insumos suficientes para el abastecimiento de los varios pedidos.

Por la gentil atención y cumplimiento con las fechas previstas a los varios pedidos, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Johanna Chamorro
CENTRO DE EXPORTACIONES

Anexo 5: Modelo de Factura Comercial

CORPORACIÓN GRUPO SALINAS
 Telefax: (+593) 03-2210-005
 e-mail: gruposalinas@salinerito.com
 Vía El Calvario s/n y Samilagua
 Salinas - Guaranda
 Ecuador

FACTURA COMERCIAL

RUC: 0291505511001 Telefax: +593 3 2210 185 E-mail: exportaciones@salinerito.com

Salinas, 09 de septiembre del 2013

Factura N° 000721

LIBERO MONDO SOC. COOP. SOCIALE
 Vía Savigliano 15
 12062 Roreto di Cherasco (CN)
 Tel: 0039 0172 499169
 Italia

PARTIDA ARANCELARIA	CAJAS/SACOS	PESO NETO	PESO BRUTO	PRODUCTO	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
1701.14.00	900	9,000.00	9,303.00	Panela Granulada Orgánica (cajas)	2.62	15,720.00
1701.14.00	150	3,750.00	3,795.00	Panela Granulada Orgánica (sacos)	1.55	5,812.50
2007.99.91	334	1,202.40	1,973.94	Mermeladas	1.60	6,412.80
1701.99.90	150	1,500.00	1,572.00	Azúcar Morena	1.43	2,145.00
TOTAL	1534	15,452.40	16,643.94			30,090.30

Son: treinta mil noventa con 30/100 dólares

<p>VIA DE EMBARQUE: Marítimo</p> <p>PUERTO DE EMBARQUE: Guayaquil</p> <p>PUERTO DE DESTINO: Génova - Italia</p> <p>Naviera: Hapag Lloyd</p>	<p>TOTAL BULTOS: 1534</p> <p>PESO NETO: 15,452.40 kg.</p> <p>PESO BRUTO: 16,643.94 kg.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------



RUC: 0291505511001
Salinas - Guaranda - Bolívar

Firma: Luis González



SALINERITO

Unidades Comerciales:



CENTRO de EXPORTACIONES

Telefax: (+593) 03-221-0185
e-mail: exportaciones@salinerito.com



CONA
Comercialización Nacional

Telefax: (+593) 03-2210-006
e-mail: comercialización@salinerito.com

Afiliados a:



WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION

www.salinerito.com

Anexo 6: Modelo de Declaración Aduanera de Exp. (DAE)

REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION

Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2013-40-00578405		
Información de general			
Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	16902512
Información de Exportador			
Nombre del exportador	CORPORACION GRUPPO SALINAS	Telefono del exportador	
Dirección del exportador			
Numero de documento de	RUC-0291505511001	Ciudad del exportador	SALINAS, GUARANDA
CIU	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS	Numero de documento de	RUC-0291505511001
Nombre del declarante	CORPORACION GRUPPO SALINAS		
Dirección del declarante			
Codigo de forma de pago	A PLAZO (30 DIAS)	Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE
Informacion de carga			
Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	09/09/2013
Nombre del consignatario	LIBERO MONDO SOC. COOP. SOCIALE		
Dirección del	VIA SAVIGLIANO 15		
Ciudad del contribuyente	CHERASCO	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacen de lugar de	[05907400] INARPI S.A.	Medio de transporte	
Pais de destino final	ITALIA		
Totales			
Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transaccion	30090.3	Cantidad de ítem	4
Peso neto total	15452.4	Peso total	16643.94
Cantidad total de bultos	1534	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	17658	Cantidad total de unidades comerciales	21258
Codigo de la mercancía de despacho urgente		Codigo de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	
Ítem			

1 de hoja /2 total de hojas

Firma del Contribuyente
Firma del Declarante

Anexo 7: Modelo de Bill of Lading

Carrier: Hapag-Lloyd Aktiengesellschaft, Hamburg		Bill of Lading		Multimodal Transport or Port to Port Shipment	
Shipper: CORPORACION GRUPPO SALINAS VIA EL CALVARIO S/N Y SAMILAGUA SALINAS - GUARANDA TELEFAX: 00593 032210185 RUC: 0291505511001					
Consignee (not negotiable unless consigned to order): LIBERO MONDO SOC COOP SOCIALE VIA SAVIGLIANO, 15 12062 RORETO DI CHERASCO (CN) TELF: ++39 0172 499169 FAX: ++39 0172 499074 EORI: IT02575550047			Carrier's Reference: B/L-No.: 94084725 HLCUGYE130942830		
Notify Address (Carrier not responsible for failure to notify; see clause 20(1) hereof): L' UNIONE DEL PORTO SCARL ELVIS GAVIGLIANO PIAZZA CAMPETTO 1/10 16123 GENOVA TELF: 0039 010 2472952 ITALIA EORI: IT00544270101			Export References: Forwarding Agent: OK JOHANNES CHERASCO		
Vessel(s): CAP DOUKATO			Voyage-No.: 3232N		
Port of Loading: GUAYAQUIL, ECUADOR			Place of Receipt:		
Port of Discharge: GENOA, ITALY			Place of Delivery:		
Container Nos., Seal Nos., Marks and Nos. HLXU 1197771 SEALS : A37294N ABD6478 HLA5063212 TX10942 MARKS & NOS: NO MARKS		Number and Kind of Packages; Description of Goods 1 CONT. 20'X8'6" GENERAL PURPOSE CONT. SLAC* 1534 BOXES / 300 BOXES PANELA GRANULADA ORGANICA 500G (20 UNID POR CAJA) PESO NETO: 3.000,00 KG / PESO BRUTO: 3.099,00 KG / PARTIDA ARANCELARIA: 1701.14.00 600 BOXES PANELA GRANULADA ORGANICA 1.000G (10 UNID POR CAJA) PESO NETO: 6.000,00 KG PESO BRUTO: 6.204,00 KG PARTIDA ARANCELARIA: 1701.14.00 150 SACOS DE PANELA GRANULADA ORGANICA 25KG (25 KILOS POR SACO)		Gross Weight: 16643.94 KGM	
Measurement: 25.450 MTQ		Shipper's declared value (see clause 7(1) and 7(2)) Total No. of Containers received by the Carrier: 1 Packages received by the carrier: 1 Movement: FCL/FCL Currency:			
Charge Rate Basis W/Vol/Val P/C Amount		Above Particulars as declared by Shipper. Without responsibility or warranty as to correctness by Carrier (see clause 11) RECEIVED by the Carrier from the Shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box opposite entitled "Total No. of Containers/Packages received by the Carrier for Carriage subject to all the terms and conditions hereof (INCLUDING THE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) from the Place of Receipt or the Port of Loading, whichever is applicable, to the Port of Discharge or the Place of Delivery, whichever is applicable. One original Bill of Lading, duly endorsed, must be surrendered by the Merchant to the Carrier in exchange for the Goods of a delivery order. In accepting this Bill of Lading the Merchant expressly accepts and agrees to all its terms and conditions whether printed, stamped or written, or otherwise incorporated, notwithstanding the non-signing of this Bill of Lading by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated below all of this tenor and date has been signed, one of which being accomplished the others to stand void.			
Total Freight Prepaid Total Freight Collect Total Freight		Place and date of issue: GUAYAQUIL 12.SEP.2013 Freight payable at: Number of original Bs/L: 3 FOR ABOVE NAMED CARRIER, TRANSOCEANICA CIA. LTDA. (AS AGENT)			

90140745 L.V. 06/06-MTD12011-1

Anexo 8: Modelo Lista de Empaque

CORPORACIÓN GRUPO SALINAS

Telefax: (+593) 03-2210-005
 e-mail: grupposalinas@salinerito.com
 Via El Calvario s/n y Samilagua
 Salinas - Guaranda
 Ecuador

GRUPO SALINAS

PACKING LIST

Salinas, 9 de septiembre del 2013

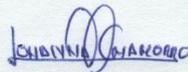
Libero Mondo Soc. Coop.
 Via Savigliano, 15
 12062 Roreto di Cherasco
 Cuneo
 Tel: ++39 0172 499169
 Fax: ++39 0172 499074
 Italia

FACTURA N°: 000721

DAE: 028-2013-40-00578405

CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	N° DE CAJAS O BULTOS	UNIDAD X CAJA O BULTO	TOTAL UNIDADES	PESO NETO X CAJA O BULTO (KG)	PESO NETO KG	PESO BRUTO KG	LOTE
0601203	Panela granulada orgánica 500g	300	20	6.000	10,00	3.000,00	3.099,00	132171
0601204	Panela granulada orgánica 1.000g	600	10	6.000	10,00	6.000,00	6.204,00	132312
0601219	Panela granulada orgánica 25kg	150	1	150	25,00	3.750,00	3.795,00	132452
0602201	Mermelada de Mortiño 300g	334	12	4.008	3,60	1.202,40	1.973,94	1308
0601206	Azúcar Morena 1.000g	150	10	1.500	10,00	1.500,00	1.572,00	132381
TOTALES		1.534		17.658		15.452,40	16.643,94	

www.salinerito.com



Firma: Johanna Chamorro



CENTRO de EXPORTACIONES
 Telefax: (+593) 03-221-0185
 e-mail: exportaciones@salinerito.com

Unidades Comerciales:

CONA
 Comercialización Nacional
 Telefax: (+593) 03-2210-006
 e-mail: comercialización@salinerito.com

Afiliados a:



Anexo 9: Modelo Formulario AISV

Registro de Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos (AISV) # 320070002022	
Fecha de Registro	8/3/2007 4:18:17 PM
Tipo de Movimiento	Exportación
Número de Registro Portuario:	MSK-2007-004
Número de Booking:	854991270
Nombre de la Agencia Naviera:	MAERSK
Nombre de Buque:	MAERSK VICTORIA
Nombre del Exportador:	Corporación de Desarrollo Grupo Salinas
Nombre del Agente Afianzado:	BERMEO PESANTES GABRIEL TEODORO
Continente Destino:	
Puerto de Descarga Inicial:	BALBOA
Puerto de Descarga Final:	GENOVA
Datos de carga	
Producto Transportado:	TURRONES DE MACADAMIA Y HIERBAS DESHIDRATADAS
Código IMD:	NO PELIGROSO
Peso de Carga (Kg.):	4268.84
Tipo de Carga:	Suelta
Datos de carga suelta	
Tipo de Embalaje:	CARTONES
Cantidad Bultos Cajas Unidades :	308
Datos de carga en contenedor	
Número de Contenedor:	N/D
Tara Contenedor:	N/D
Tamaño Contenedor:	N/D
Tipo Contenedor:	N/D
Número de Sellos:	N/D-N/D N/D-N/D
Datos de Contenedor Refrigerado	
Temperatura (°C):	N/D
Humedad (CBH):	N/D
Ventilación (%):	N/D
Datos de Exceso de dimensiones de la carga en el contenedor	
Exceso Izquierda (cm.):	N/D
Exceso Derecha (cm.):	N/D
Exceso Frente (cm.):	N/D
Exceso Encima (cm.):	N/D
Datos de Transporte	
Fecha y Hora Salida de Planta:	8/3/2007 5
Nombre del Conductor:	GILBERTO VARGAS
Documento Identidad:	0200504355
Placa Camión:	PDO554
Datos de Terminal Portuaria	
Fecha y Hora Entrada Puerto:	N/D
Báscula Entrada:	N/D
Peso Entrada:	N/D
Fecha y Hora Salida Puerto:	N/D
Báscula Salida:	N/D
Peso Salida:	N/D
Peso Neto:	N/D
Estado:	Registrado

Anexo 10: Token



Anexo 11: Tasa de Interés (Banco Central del Ecuador)

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