



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE LACA PARA PISOS DE MADERA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA “PARQUET LOS PINOS” DESDE LA CIUDAD DE RIOBAMBA- ECUADOR HACIA LAS FERRETERÍAS DE LIMA - PERÚ.

AUTORA:

MARCIA LIZBETH FIALLOS OJEDA

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

CERTIFICADO DE TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por la Señorita Marcia Lizbeth Fiallos Ojeda, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Luis Alberto Esparza Córdova
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Juan Carlos Pomaquero Yuquilema
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

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

Riobamba, 25 de Julio del 2016

Marcia Lizbeth Fiallos Ojeda

C.I. 160061985-0

DEDICATORIA

El presente trabajo en primer lugar dedico a Dios por permitirme llegar a culminar una etapa en mi vida profesional.

A mis Padres por su apoyo incondicional.

A mi Esposo Eduardo Berrones por su ayuda idónea y fuerza constante que me ha brindado en el transcurso de este tiempo y en especial a mi bebe por ser mi principal inspiración y motivo de superación a lo largo de este camino.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de titulación, primero me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO** por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi director de tesis, Ing. Luis Esparza y miembro de tesis, Ing. Juan Carlos Pomaquero, quienes con sus conocimientos, sus experiencias, su paciencia y sus motivaciones han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación académica.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que les encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificado De Tribunal.....	ii
Declaración De Autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice General.....	vi
Índice De Cuadros	x
Índice De Gráficos	xi
Índice De Imágenes	xi
Resumen Ejecutivo	xii
Summary.....	xiii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2. Formulación Del Problema.....	4
1.3. Delimitación Del Problema	4
1.4. JUSTIFICACIÓN	4
1.5. OBJETIVOS	5
1.5.1. Objetivo general.....	5
1.5.2. Objetivos específicos	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES	7
2.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	7
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
2.3.1 TIPO DE LACAS	11
2.3.2. Usos de la laca	12
2.4. GENERALIDADES	12
2.4.1. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR FORESTAL.....	13
2.4.1.1. Patrimonio Forestal Del Ecuador.....	14
2.4.2. PROPIEDADES FÍSICAS DE LA MADERA	14
2.5. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	15
2.6. MARCO LEGAL.....	21

2.6.1. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	21
2.6.2. Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR).....	21
2.6.4. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).....	22
2.6.5. Servicio de Rentas Internas (SRI).....	23
2.6.6. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)	24
2.6.7.1. El Ámbito Y Objeto De La Ley	24
2.6.7.2. Los Objetivos De Esta Ley	25
2.7. MARCO CONCEPTUAL	25
2.8. MARCO METODOLÓGICO.....	30
2.8.1 Tipo de investigación.....	30
2.8.2. Método de investigación	31
2.8.3. Técnicas de investigación	31
2.8.4. Instrumentos de investigación	32
2.8.5. Unidad de Estudio.....	32
2.8.6. Población	32
2.8.7. Muestra	32
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO	33
3.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO MERCADO	33
3.2. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.....	33
3.2.1. Análisis Socio Económico	33
3.2.2. Ambiente Social.....	39
3.2.3. Ambiente político	40
3.3. RELACIONES COMERCIALES ENTRE PERÚ Y ECUADOR	42
3.4. GENERALIDADES DE PERU.....	43
3.5. COMPONENTES DEL MARKETING MIX	47
3.5.1. Producto	47
3.5.2. Precio	52
3.5.3. Plaza.....	54
3.5.4. Promoción.....	55
3.6. DEMANDA	55
3.6.1. Metodología para cuantificar la demanda.....	55
3.7.2. Producción de laca en lima- Perú	56
3.7.2.1. Proyección	56
3.7.3. Importaciones Perú de Laca.....	58

3.7.3.1. Proyección de las Importaciones de Perú	58
3.7.4. Exportaciones De Perú.....	59
3.7.5. Consumo Aparente	60
3.7.6. Población Económicamente Activa En Perú	61
3.7.6.1. Proyección	61
3.7.7. Consumo Per Capita	61
3.8. OFERTA.....	62
3.8.1.1. Proyección	63
3.9. DEMANDA INSATISFECHA.....	64
CAPITULO IV: LOGISTICA	65
4. REGÍMENES ADUANEROS PARA EXPORTAR	65
4.1. REGÍMENES COMUNES	65
4.1.1. Exportación A Consumo.....	65
4.2. REGÍMENES ESPECIALES	65
4.3. VIAS DE ACCESO A LIMA – PERU.....	69
4.3.1. Vía Aérea	69
4.3.2. Vía Terrestre	70
4.3.3. VÍA MARÍTIMA.....	70
4.4. INCOTERMS	71
Clasificación de las reglas Incoterms 2010.....	71
Reglas para cualquier modo o modos de transporte	71
4.5. CONTENEDOR	73
4.6. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	74
4.7. FORMAS DE PAGO.....	76
4.8. INFORMACIÓN ARANCELARIA DE ECUADOR Y PERU	78
4.8.1. Comercialización	78
4.8.3. Información Arancelaria De Ecuador Y Perú.....	79
4.8.3.1. Partida Arancelaria Perú	79
4.9. PRECIO DE EXPORTACIÓN.....	81
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO	82
5.1. ESTADOS FINANCIEROS	82
5.1.1. BALANCE GENERAL.....	82
5.1.2. Estado De Resultados	84
5.1.3. Flujo de Efectivo.....	85

5.1.3.1. Flujo de Efectivo Proyectado.....	85
5.2. VALOR ACTUAL NETO.....	87
5.3. TASA INTERNA DE RETORNO	88
5.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO	88
5.5 Periodo De Recuperación De La Inversión	89
5.6 Punto de Equilibrio	91
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES.....	95
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	99
ANEXO 1: Ejemplo Lista de empaque.....	99
ANEXO 2: Ejemplo del Certificado de Origen	100
ANEXO 3: Pro- Forma	101
ANEXO 4: Factura Comercial.....	102
ANEXO 5: Carta Porte	103

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 : Patrimonio forestal del Ecuador	14
Cuadro 2: Inflación.....	34
Cuadro 3: Producto Bruto Interno	35
Cuadro 4: Precio de barril de petróleo	35
Cuadro 5: Tasa De Interés Activa Y Pasiva	36
Cuadro 6: Población de Perú por Provincias.....	39
Cuadro 7: Autoridades que rigen el Gobierno	41
Cuadro 8: Ministerios del Ecuador.....	41
Cuadro 9: Precio Laca Ecuador.....	53
Cuadro 10: Precio Laca Perú.....	54
Cuadro 11: Comercialización de laca en Lima	56
Cuadro 12: Calculo de la proyección para la comercialización de laca.....	57
Cuadro 13: Proyección de Laca en Perú	58
Cuadro 14 : Importaciones Perú	58
Cuadro 15: cálculo de las importaciones.....	58
Cuadro 16: Proyección de las importaciones de laca.....	59
Cuadro 17: Exportación Perú	60
Cuadro 18: Consumo Aparente	60
Cuadro 19: Población Económicamente Activa.....	61
Cuadro 20: Proyección Pea Perú	61
Cuadro 21: Consumo Per Cápita de Tuna en Holanda.....	62
Cuadro 22: Producción de laca.....	63
Cuadro 23: Calculo de la Proyección laca	63
Cuadro 24: Proyección laca.....	64
Cuadro 25: Demanda Insatisfecha.....	64
Cuadro 26: Partida Arancelaria Perú.....	79
Cuadro 27: Gravámenes	81
Cuadro 28: Precio de Exportación	81
Cuadro 29: Balance General	83
Cuadro 30: Estado de Resultados.....	84
Cuadro 31: flujo efectivo.....	85
Cuadro 32: Calculo Ingresos	85

Cuadro 33: Calculo Egresos	86
Cuadro 34: Flujo de Efectivo proyectado	87
Cuadro 35: Indicadores financieros	89
Cuadro 36: Periodo de recuperación de la inversión.....	89
Cuadro 37: Cálculo Del Periodo De Recuperación.....	90
Cuadro 38: Costo total.....	91
Cuadro 39: Valores para el punto de equilibrio	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Principales mercados de productos no petroleros	37
Grafico 2: Principales Proveedores de las Importaciones	38
Grafico 3: Balanza Comercial	38
Grafico 4: Proceso De Producción	49
Grafico 5: Características Del Contenedor	74

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Materia prima	50
Imagen 2: Mezcladora de alta velocidad	50
Imagen 3: Batidora	51
Imagen 4: Envasadora.....	51
Imagen 5: Envasado y Etiquetado	52
Imagen 6: Procedimiento De Exportación.....	68
Imagen 7: Vía aérea	69
Imagen 8: Vía Terrestre	70
Imagen 9: Vía Marítima.....	70
Imagen 10: Incoterm CIF.....	72
Imagen 11: Etiqueta.....	75
Imagen 12: País De Origen.....	75
Imagen 13: Empaque	76
Imagen 14: Producto Final.....	76
Imagen 15: Comercialización	78
Imagen 16: Estrategia de Distribución Para La Exportación.....	79

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación es un “Proyecto De Exportación de Laca para Pisos de Madera para Mejorar La Rentabilidad de la Empresa “Parquet Los Pinos” Desde La Ciudad de Riobamba- Ecuador hacia las Ferreterías de Lima - Perú.”, se lo ha realizado con la finalidad de conocer la rentabilidad del proyecto.

Se realizó un estudio de mercado, el cual permitió analizar diferentes factores, como: las importaciones del mercado objetivo, exportaciones nacionales, situación socio económica y política, entre otras; así como también, el estudio técnico, logístico y financiero en el que se muestra la proyección de ventas, estructura organizacional, aspectos legales y financiación del proyecto.

En el estudio financiero es un punto muy importante que nos permite analizar la rentabilidad del proyecto, obteniendo como resultado de los siguientes indicadores: Valor Actual Neto (VAN) \$ 763.647,90; Tasa Interna de Retorno (TIR) un 54%, y Relación Beneficio Costo es de 1,04 es decir, que por cada dólar que se invierta se gana 0,04 centavos, la recuperación de la inversión será en 9 años y 3 meses.

Palabras Claves: PROYECTO DE EXPORTACIÓN, FACTIBILIDAD, RENTABILIDAD, VALOR ACTUAL NETO (VAN), TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

Ing. Luis Alberto Esparza Córdova

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

This research work is an “Exportation Project of lacquer for wooden floors in order to better profitability of company, “Parquet los Pinos” from the city of Riobamba-Ecuador to hardware stores in Lima-Perú”. It was aimed to know the profitability of Project.

A market study was developed to analyze different factors such as: importations of objective market national exportations, socio-economics and political situation, and others, as well as technical, logistic, and financial study in which projection of sales, organizational structure, legal aspects, and financing are shown.

The financial study is a very important point to analyze the profitability of Project obtaining the following results: Annual Net Value (ANV) \$763.647,90, Internal Rate of Return (IRR) 54%, and cost-benefit ratio is 1,04, it means that each dollar invested generates 0,04 cents, recovering of invest will be reached in 9 years and three monts.

Key words: EXPORTATION PROJECT, FEASIBILITY, PROFITABILITY, ANNUAL NET VALUE (AVN), INTERNAL RATE OF RETURN (IRR).

INTRODUCCIÓN

Desde un inicio de la historia de la humanidad, el comercio exterior ha sido una manera de unir a los pueblos, con el intercambio no solo de productos sino también costumbres, tradiciones y hasta sueños.

Ecuador es un país conocido nivel mundial por la excelente calidad de su madera, manufacturas y semielaborados que se destinan tanto al mercado nacional como internacional.

Según investigaciones realizadas, el país cuenta con considerables especies madereras, tanto cultivos forestales nativos como exóticos. Gracias a su ubicación geográfica del país, con la presencia de la cordillera de los andes y la influencia de las corrientes marítimas, donde se dispone de gran variedad de formaciones vegetales, incidiendo en una mayor velocidad de crecimiento de especies forestales y situándose entre los 10 países con mayor diversidad en el mundo.

En la actualidad existen empresas dedicadas a la colocación de pisos de madera. Aun así, el panorama general de este tipo de negocios es considerado favorable económicamente, sin embargo, es necesario conocer la competencia, para lograr una mejor satisfacción hacia los clientes de manera rentable, creando relaciones llenas de valor con los clientes en el mercado actual.

La planificación estratégica permite a las empresas desenvolverse en un mundo de cambios e incertidumbres donde la globalización de la economía, la apertura de mercados, el desarrollo de la tecnología, revolución de las telecomunicaciones nos conlleva a destruir barreras tradicionales, lo que nos hace menos diferentes pero más competitivos. Para este trabajo se ha utilizado información interna y externa que ha sido tanto cualitativa y cuantitativa con ayuda de métodos primarios y secundarios de información.

Este trabajo recopila la planificación estratégica funcional de la fábrica PARQUET LOS PINOS, la misma que desarrolla especificaciones generales como: identificación de la empresa, reseña histórica, determinación de productos y segmentos.

La cual para determinar las necesidades de las empresas deben realizar auditorías internas que le permita a los trabajadores conocer cuál es la situación actual de la empresa y su problemática en los rubros operativos como son: ventas, finanzas, recursos humanos y mercadotecnia.

Estos elementos de la administración operacional es de gran importancia para las empresas que desean posicionarse en el mercado, así como para aquellas que ya están reconocidas pero que desean consolidarse o bien mantener una constante en el incremento de sus clientes.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El diagnóstico efectuado en el mes de diciembre del 2015 por parte de los propietarios de la Empresa Parquet Los Pinos, para definir su situación comercial y productiva, permitió obtener información que detectó oportunidades de mejora dentro de la empresa, pero sobre todo se pudo observar la problemática por la que actualmente se encuentra la empresa.

Inicialmente se determinó el desconocimiento y la falta de la aplicación de estrategias de comercialización para mejorar la rentabilidad de la misma, las cuales han generado a su vez una serie de mayores problemas.

La primordial causa es que no cuenta con un proyecto de exportación ya que se dedican a la fabricación en elevadas cantidades de laca para pisos para su comercialización interna, sin que se cuente con un mercado regular para su venta.

La Empresa Parquet Los Pinos, dentro de su producción ha implementado productos químicos como es la laca para el mejoramiento de sus productos madereros. La elaboración de este producto han elevado los costos de producción y han generado una pérdida continua de rentabilidad, además que sus principales competidores están logrando mayor participación de mercado por adquirir sus materias primas en mercados externos. Al no contar con un plan que permita obtener mejores alternativas de crecimiento, la situación productiva y financiera de la empresa sigue día a día en deterioro.

En estas circunstancias, los stocks y el nivel de inventarios de estos productos, cada día están llegando a niveles superiores, lo que no permite contar con un flujo efectivo de capital, lo que a su vez no permite generar nuevas oportunidades de producción en las otras actividades de la empresa, entre las que se cuentan producción de pisos de madera, comercialización de pisos alternativos de madera, y otras actividades afines al negocio familiar; es decir la inclusión de capitales en esta producción está mermando las otras oportunidades que los propietarios tienen.

Por tal motivo sería una buena opción desarrollar un proyecto de exportación de laca para pisos de madera hacia las ferreterías del mercado Peruano, ya que es un producto de buena calidad y apto para su consumo, y debido a que no es un producto nuevo.

La creciente competencia impulsa a las organizaciones a la actualización de nuevas formas y métodos para desarrollar sus propias actividades que se basen en un mejoramiento, especialmente diseñado para las necesidades y deseos de sus clientes, que permanecerán en el mercado.

1.2. Formulación Del Problema

¿De qué manera el proyecto de exportación de laca para pisos de madera hacia las ferreterías de Lima-Perú, promovería el desarrollo económico y social de la Empresa Parquet los Pinos de la Provincia de Chimborazo?

1.3. Delimitación Del Problema

La exportación de laca para pisos de madera, se lo realizara desde la empresa “Parquet los Pinos” de la Provincia de Chimborazo, hacia las Ferreterías de la Ciudad de Lima-Perú, para mejorar la rentabilidad de la misma.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto nos ayudara a profundizar y a resolver problemas reales como es la utilización de técnicas y métodos adecuados que me permitirán obtener la información necesaria para que este proyecto de exportación sea de gran aporte para la empresa “Parquet los Pinos” de la Provincia de Chimborazo.

Además constituirá con un significativo aporte a la economía, la creación de empleos y nuevas alternativas de producción y comercialización, permitirá a la empresa obtener mejores estándares de calidad, disminuir los costos de producción, satisfacer las expectativas del mercado y recuperar los niveles de rentabilidad y productividad.

El mercado meta presenta grandes oportunidades de negocios con nuestro país, la diversificación de productos que se puede exportar a precios realmente accesibles, hace posible pensar en este mercado como alternativas de soluciones empresariales.

Esta es una gran oportunidad para iniciar una empresa fabricante de laca, cuya producción puede satisfacer la demanda nacional como internacional. Y se considera que esta alternativa sería la solución para cambio de la matriz productiva y una mejora en la producción nacional.

La planeación en la actualidad sirve como pauta para determinar la dirección que debe tomar cualquier negocio. Uno de los factores para realizar el estudio, son las exigencias cada vez mayores del medio ambiente, los clientes, el mercado y la competencia resulta un factor decisivo para que los negocios de este giro ofrezcan soluciones viables a estos aspectos.

Para lograr el posicionamiento de la empresa, se debe contar con una clara visión del futuro del negocio, es decir un producto que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes, un análisis sobre la situación actual del mismo, información sobre los principales competidores en la región, una serie de estrategias diseñadas acorde a las necesidades de la organización.

1.5.OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

Diseñar un proyecto de exportación de laca para pisos de madera para mejorar la rentabilidad de la empresa “Parquet los Pinos” desde la Ciudad de Riobamba-Ecuador hacia las ferreterías de Lima-Perú.

1.5.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la Empresa Parquet “Los Pinos”
- Conocer los aspectos teóricos respecto al sistema de exportación de laca para pisos de madera hacia el país de destino.
- Elaborar un estudio económico y financiero del proyecto de exportación para conocer la rentabilidad que obtendrá la Empresa Parquet “Los Pinos”

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES

Luego de una breve revisión sobre temas relacionados con la investigación planteada, se obtuvo como referentes los siguientes documentos que han servido de guía en la ejecución del proyecto de exportación

Tema: Proyecto de factibilidad de exportación de madera cerrada al mercado de España periodo 2005-2014

Autor: Ruiz Ocampo Danilo Javier

Año: 2006

Conclusión

EL sector maderero contribuye a la Economía Forestal mediante el aporte de inversión, creación de empleo e ingreso de divisas. EL Ecuador posee recursos forestales cerca de 7 millones de hectáreas de bosque tropical y en menor grado bosque de clima templado y frío.

En el proyecto se tomó como ejemplo la madera de Tangaré (*Carapa Guianensis*) y maderas blandas; todos las evaluaciones, datos y resultados financieros están basados en costos reales de esta madera, sin embargo hay que considerar que el procedimiento de aprovechamiento y preparación de madera es por lo general el mismo en la mayoría de especies forestales.

2.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Esmeraldas

En el año 1.963 el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas conjuntamente con el Gobierno ecuatoriano patrocinó un programa de cinco años de permanencia, cuyo objeto

era promover el desarrollo de la industria forestal competentes en la provincia de Esmeraldas.

El proyecto se denominó Desarrollo Forestal de Noroccidente, el cual consistía en efectuar un Inventario Forestal intensivo para determinar futuros Manejos forestales y oportunidades de inversión. La tarea a efectuarse era considerablemente grande debido que en la provincia de Esmeraldas existían aproximadamente unas 300 especies forestales potencialmente comerciales.

Para iniciar el programa, el proyecto contó con el Dr. Little del Servicio Forestal de los Estados Unidos. Durante los meses de Septiembre y Octubre de 1.965 el Dr. Little y el Sr. Dixon recolectaron alrededor de 250 especies lo cual constituyó la mayor parte del material de un manual elemental de campo ilustrado publicado en Marzo de 1.966.

Antes y durante la segunda guerra mundial existió un pequeño comercio en marfil vegetal y goma silvestre que desapareció muy rápido, también se extraían pequeñas cantidades de oro y exportación de plátanos. (Thomas , 2010)

El principal comercio era la madera, explotada en forma primitiva con pobre calidad, se vendía a toda la costa hasta Guayaquil y trozas para la fabricación de chapas en Quito. Luego las autoridades se percatan que los grandes bosques tenían considerables riquezas y se podía sostener una próspera economía industrial en la región, pero se tenía muy poca información técnica sobre las maderas y especies aprovechables.

Amazonía Ecuatoriana

En la década de los 80, el Ecuador se hallaba cubierto en más del 50% por bosques, en aquel tiempo el aprovechamiento forestal racional se encontraba limitado por falta de información básica y actualizada.

En junio de 1.980, CLIRSEN, Organismo Ecuatoriano encargado de la aplicación de la tecnología de la percepción remota en el país y el Ministerio de Agricultura y Ganadería suscribieron un convenio de Cooperación Técnica para apreciar las especies boscosas del Ecuador.

Se tomó un muestreo de 130 picas de inventario de 1 Ha, muestreándose seis formaciones fisiográficas con 10 tipos de bosques.

En ese entonces en la Amazonía ecuatoriana había pocos estudios forestales. En 1.977 se inició la fotointerpretación de los principales tipos de bosque en una parte de la Amazonía ecuatoriana. (Gilberto Herrera, 1981)

El Bosque y la Madera

El bosque es una gran extensión de terreno cubierto por árboles, en donde cada especie lucha por sobrevivir, por el espacio, la luz, y el alimento. En esta sociedad viven también plantas epífitas, arbustos, hierbas, musgos y otros vegetales.

El árbol como todo ser vivo nace, crece, se reproduce y muere para dar paso a otros mediante sus semillas que caen a la tierra a través de los años. El crecimiento anual del conjunto es equivalente al de su merma por degeneración.

Los bosques también están expuestos a devastadoras acciones de la naturaleza tales como: los huracanes, que con su paso dejan huellas graves y secuelas a los bosques, el fuego, que puede ser provocado por un rayo en algún lugar del bosque el cual se propaga y se extiende hasta devastar zonas enteras, los insectos, que atacan y diezman las huestes arbóreas.

Otro agente de destrucción es el hombre, que con sus formas de explotación indiscriminada ha puesto en peligro varias especies forestales, ya que sólo busca la satisfacción de sus necesidades inmediatas, sin pensar para nada en la conservación del bosque. El avance de la agricultura (industria del sector de palma), actualmente se ha llevado la destrucción del bosque nativo especialmente en Esmeraldas, la Amazonía. Igualmente con los manglares destruidos para dar paso a las camaroneras.

“La madera es sin duda alguna una de las materias primas más nobles y útiles de la naturaleza sin la cual el hombre nunca hubiera alcanzado los altos niveles de adelanto y bienestar que tiene actualmente.

En un principio fue el material imprescindible para hacer las primeras herramientas y los primeros útiles, las primeras casas, y las primeras embarcaciones para atravesar y navegar por los ríos. Luego con la madera se hicieron la mayoría de los objetos y elementos útiles en los que se apoyó la humanidad durante siglos para hacer sus progresos y desarrollar su propia vida. A pesar de todo hace mal quién trata a esta materia de forma superficial, la madera tiene un valor inapreciable, por no decir único, de ser la única fuente natural de recursos que el hombre es capaz de ir renovando. (Atrium, 2011)

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Laca

El origen del acabado lacado, parece que tiene su origen en la antigua China hace más de 1000 años, en torno al siglo VII d. C; su primitivo acabado se obtenía del árbol *Rhus verniciflua*. Estos vestigios arqueológicos con este acabado datan en torno al primer milenio de nuestra era.

El nombre chino para designar a la laca era “chi ‘i urushi” en Europa se denomina simplemente “laca”. Este tipo de acabado se extendió por toda la costa de Corea y Japón tras emigración de artesanos debido a varias guerras portando semillas y plantando ese “*Rhus verniciflua*” o árbol de laca, fue la cultura china la encargada de introducir y extender este árbol desde oriente hasta occidente.

Su cultivo tuvo como finalidad realizar objetos de acabado lacado, antes de la emigración de esos artesanos hacia Japón este proceso de lacado ya era conocido por artesanos japoneses, obteniendo la laca desde una planta de la misma especie: dando origen a productos de características análogas pero de calidad inferior a los productos chinos, con el tiempo y la introducción de esta especie los productos japoneses a base de urushi ganaron en exportación a los de sus vecinos chinos. (EL TALLERCITO, 2008-2013)

“La laca china y japonesa ha tenido su máxima aplicación en objetos y muebles de pequeño tamaño. Su empleo en la construcción de muebles de mayor tamaño tuvo su apogeo en mobiliario cortesano en el siglo XVII y principios del XVIII. Lo delicado y costoso de su técnica ha hecho que su aplicación al mueble en la actualidad sea limitadísima.

2.3.1 TIPO DE LACAS

Laca Secadora: Esta como su nombre lo dice, se encarga de sellar madera, es el fondo de esta, su color es medio acaramelada, es espesa, su disolución es dependiendo con lo que trabajemos, ya que más adelante veremos los preparados para cada herramienta que se usa en este trabajo, mientras más se pase la laca selladora a la madera, se sella más, los acabados en este son distintos, ya que hay el acabado de poro abierto que solo es con una pasada, poro semi sellado, en esta los poros se ven levemente, poro sellado, esto significa la madera está totalmente sellada.

Laca Transparente brillante: Esta laca se encarga de dar el acabado a los muebles, ya que primero se debió sellar con laca selladora, se puede aplicar con mota de algodón, pistola de pintar, esta se puede pulir con pulidor de auto, mas cera también, para así lograr un mejor acabado como también un excelente brillo.

Laca Mate: Esta laca es de brillo cero, esto significa que no tiene brillo, por más que le pasemos con mota, pistola, el brillo no lo tendrá, ya que su acabado es este, se puede aplicar con mota de algodón como también con pistola de pintar, esta también se puede pulir con pulidor rojo más cera de auto, el brillo que se le da con estos es mínimo, aunque mejora mucho la suavidad.

Laca Sanitada: Esta laca es de brillo moderado, en el mercado lo venden ya listo para aplicar o también se puede preparar, entre la laca brillante y la laca mate, entre estas dos, mezcladas 50% de cada una logramos una laca satinada, esta se puede pasar también con mota de algodón más pistola, se puede pulir con pulidor rojo más cera de autos, para que de este modo quede una suavidad excelente.

Estas lacas son distintas de la una con la otra, ya que todas tienen su tono distinto, la laca selladora es acaramelada, la laca transparente es dorada transparente, la laca mate es amarilla opaca, todas estas son espesas.

2.3.2. Usos de la laca

La laca se prepara distinto para cada herramienta la cual vamos a trabajar, en el caso de la laca selladora, se puede usar distintas herramientas, si usamos la espátula se prepara:

- **95% de laca + 5% thinner o disolvente**, ya que para el trabajo de espátula se requiere de una laca espesa, de este modo se sella más rápido los poros de la madera.

Si utilizamos la estopa, rodillo, brocha se prepara de la siguiente manera:

- **50% de laca + 50% de thinner o disolvente**, ya que en este caso tiene que correr la laca, por lo cual se requiere la mitad, en este caso la laca penetra a la madera, el sellador es muy bueno, aunque demora un poco, lo bueno que la laca nitro es de secado muy rápido.

Si utilizamos la pistola de pintar lo preparamos de la siguiente manera:

- **30% de laca + 70% de thinner o disolvente**, ya que para usar la pistola se requiere trabajar con una laca aguada, para que este pase por los conductos de la pistola, de este modo no se pulveriza, se recomienda que siempre de cole, esto significa usar una media nylon, como también siempre remover muy bien.

Se debe mantener en un lugar fresco, como también alejado del fuego. (MADERA FINA, 2015)

2.4. GENERALIDADES

Laca formulada en base a nitrocelulosa, resinas y plastificantes, de alto brillo y muy rápido secado, destinada a la terminación de muebles y otros objetos de madera en interiores.

Presenta un alto contenido de sólidos, lo que permite aplicar un mayor espesor de recubrimiento con menor número de manos.

Posee una resistencia superior al antiguo “lustre” a base de goma laca/alcohol frente al agua y las bebidas alcohólicas, con mayor durabilidad frente al uso doméstico.

Transparente e incolora, puede ser tonalizada con **tono madera granitol**, si se desea, para ajustar o corregir colores sin ocultar la veta. En estas situaciones se refuerza la intensidad del color con la aplicación de manos sucesivas.

Ventajas

- Secamiento rápido
- Gran rendimiento en una sola mano mejor que la competencia
- Buena resistencia al agua y humedad
- Auto sellante
- Resistente
- Durabilidad y resistencia
- Protección invisible. (**ARTURO BARAJAS**)

2.4.1. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR FORESTAL

El Ecuador dispone de zonas idóneas para el aprovechamiento forestal, que se encuentran principalmente en la parte noroeste y región Oriental del país.

El territorio nacional consta de 27 millones de hectáreas, de las cuales el 42% se encuentra cubierto por bosques; de éste porcentaje alrededor de 7 millones de hectáreas se encuentran catalogadas como bosques potencialmente productores.

De éstos bosques productores se pueden aprovechar entre 25 y 50 metros cúbicos por hectárea, lo que se supone que existen más de 245 millones de metros cúbicos, pudiendo aumentar esta cantidad a 2,6 millones de hectáreas adicionales con técnicas adecuadas de forestación. El Ecuador dispone de bosques nativos ubicados en la Amazonia (80%), mientras que una tercera parte de los bosques naturales están declarados como zonas protegidas. Esta es la reserva forestal del país que tiene para muchos años más, siempre y cuando no haya un tipo de restricción en el futuro.

Las plantaciones forestales privadas alcanzan en la actualidad a más de 100.000 hectáreas, las especies más comunes son eucalipto y pino. La provincia de Cotopaxi es la más favorecida, contando con un 18% del área plantada.

En la región Costa hay aproximadamente 8.500 hectáreas sembradas de ochoma y caucho. También se destacan otras plantaciones de laurel, melinas, pachacas y tecas, especies muy demandadas en los mercados internacionales y por la industria nacional.

El Ecuador es un país de vocación forestal, se calcula que aproximadamente el 42% de su superficie está cubierto por bosques naturales. En cuanto al uso actual forestal, la superficie de bosques naturales alcanza 10,9 millones de Has. Y las plantaciones 163.000 Has., cifras que sumadas y comparadas con el uso potencial llevan a concluir que en el país existe un déficit de cobertura forestal de 2,5 millones de Has. De ahí que el país posee una potencialidad productiva forestal, que no está siendo utilizada.

2.4.1.1. Patrimonio Forestal Del Ecuador

Cuadro 1 : Patrimonio forestal del Ecuador

Descripción	Superficie (has)	Porcentaje
Patrimonio forestal del estado	1.900.00	16,00
Bosques y vegetación protectores	2.391.029	21,00
Otros bosques naturales privados	2.512.100	22,00
Sistema nacional de áreas protegidas	4.669.871	40,00
Plantaciones	165.000	1,00
Total	11.638.000	100,00

Fuente: INEFAN, diagnóstico del sector forestal, 2015

Elaborado por: Marcia Fiallos

2.4.2. PROPIEDADES FÍSICAS DE LA MADERA

Entre las propiedades físicas más importantes tenemos las siguientes:

- **Higroscopicidad:** la madera que absorbe o desprende humedad de acuerdo al medio ambiente en que se encuentra. Cuando pierde agua la madera pierde dimensiones por lo tanto reduce su tamaño o sea pierde retractilidad.

- **Retractividad:** siempre es mayor en especies maderables de edad joven y suave.
- **Densidad:** es una característica física importante, ya que tenemos que distinguir entre la densidad absoluta y la aparente. La densidad absoluta es constante por tratarse del peso sin los huecos de la celulosa y sus derivados; la densidad aparente en cambio comprende los vasos y poros de la madera, es muy variable de acuerdo con el grado de humedad de la madera.
- **Homogeneidad:** es el grado de uniformidad de las fibras en cada una de sus partes.
- **Dureza:** la dureza es la resistencia que opone la madera a la penetración de otros cuerpos.
- **Durabilidad:** está relacionada con el medio ambiente en que se encuentra y con las condiciones de la puesta en obra, por ejemplo: la caoba, el roble se conservan en buen estado por años sumergidos en agua.
- **Conductibilidad:** está relacionada con el grado de humedad de la madera.

2.5. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

En la presente investigación se realizara un estudio para conocer la necesidad de la Empresa Parquet “Los Pinos”, de contar con nuevos mercados para el crecimiento socioeconómico y su comercialización en el país.

Es muy importante solucionar aquellas debilidades que generan accidentes en la empresa y mejorar su estructura productiva empresarial, para lo cual, el Gerente Propietario demuestra todo el interés por cambiar esta realidad y constituir una Empresa competitiva y segura, que cumpla con todos los requerimientos legales pertinentes. PARQUET LOS PINOS, es una industria que se constituyó por la década de los 60, con el objeto de dedicarse a la elaboración, proceso, instalación, mantenimiento y comercialización de pisos de madera, así como también la elaboración de productos transformados como la laca para pisos para su respectiva comercialización. (PARQUET, 2016)

En los últimos 5 años, la empresa ha expandido su oferta a nivel Provincial de la región. El desarrollo de la sociedad en varios ámbitos es evidente, ya que existen cambios económicos, tecnológicos, sociales, políticos, etc. Pero lo que la Empresa en realidad anhela es una mejor calidad de vida. Ahora para conseguirla es necesario hacer un estudio de mercado a otros países.

Entre tantas cosas, La Empresa ayuda en el aumento de la seguridad y salud en el trabajo, el incremento de la producción y productividad; donde las personas cuenten con las condiciones necesarias y suficientes para que puedan desenvolverse en su actividad laboral con la garantía de disfrutar su vida en integridad de sus facultades físicas y mentales.

Se puede determinar que la inexistencia de un proyecto de exportación de laca para pisos de madera hacia el mercado Peruano dentro de una empresa puede incidir de manera directa para la toma de decisiones, de esta manera se estaría ayudando no solo a los directivos sino que también a la sociedad en general.

RESEÑA HISTÓRICA

“Parquet los Pinos”

Lic. Abdón Arias

Fundador de la Empresa

El Lic. Abdón Arias ha sentido la necesidad de crear sus propias fuentes de trabajo, con mentalidad optimista, se han trazado objetivos a largo plazo; observando que en la ciudad de Riobamba no existía este material acabado de construcción y había que traerlo de otra ciudad.

Nace a finales de la década de los 60, su mentalizador Abdón Arias desde nivel económico cero ambicioso de poseer un mejor estado de vida, poseído de excelentes valores humanísticos, con capital de 20000 sucres prestados por el Banco Popular pone accionar su primera máquina elemental y rudimentaria, paralelamente tomo decisiones de estudiar ramas técnicas a nivel medio y superior y todo curso que estaba a su alcance, que le fortifico en sus acciones diarias, lucho con todo cuanto se encontró a su paso dotado de gran perseverancia, su taller se le da nombre de “Parquet los Pinos”.

Riobamba una Ciudad en vía de desarrollo, urbaniza su Parque Industrial PIR, nuestra Empresa toma ubicación en su propia planta física constituyéndose en una de las primeras luego de Prolac.

Nuestro expendio es a nivel local y regional (Bolívar, Tungurahua, Pichincha, Etc).

Misión

Parquet “los Pinos” es una Empresa productora y comercializadora, que provee un servicio de calidad desde la colocación hasta el mantenimiento lo otorga una garantía en los trabajos realizados.

Visión

Supera las expectativas de los clientes por medio de sus productos, de esta forma ganar una posición en el mercado local y nacional.

Valores

- Trabajo en equipo
- Honestidad
- Responsabilidad
- Lealtad
- Profesionalismo
- Confianza
- Transparencia
- Respeto
- Innovación

Objetivos de la Empresa

Satisfacer una necesidad de la construcción en el medio.

- Ayudar al progreso de la ciudad.
- Generar Empleo y Producción.

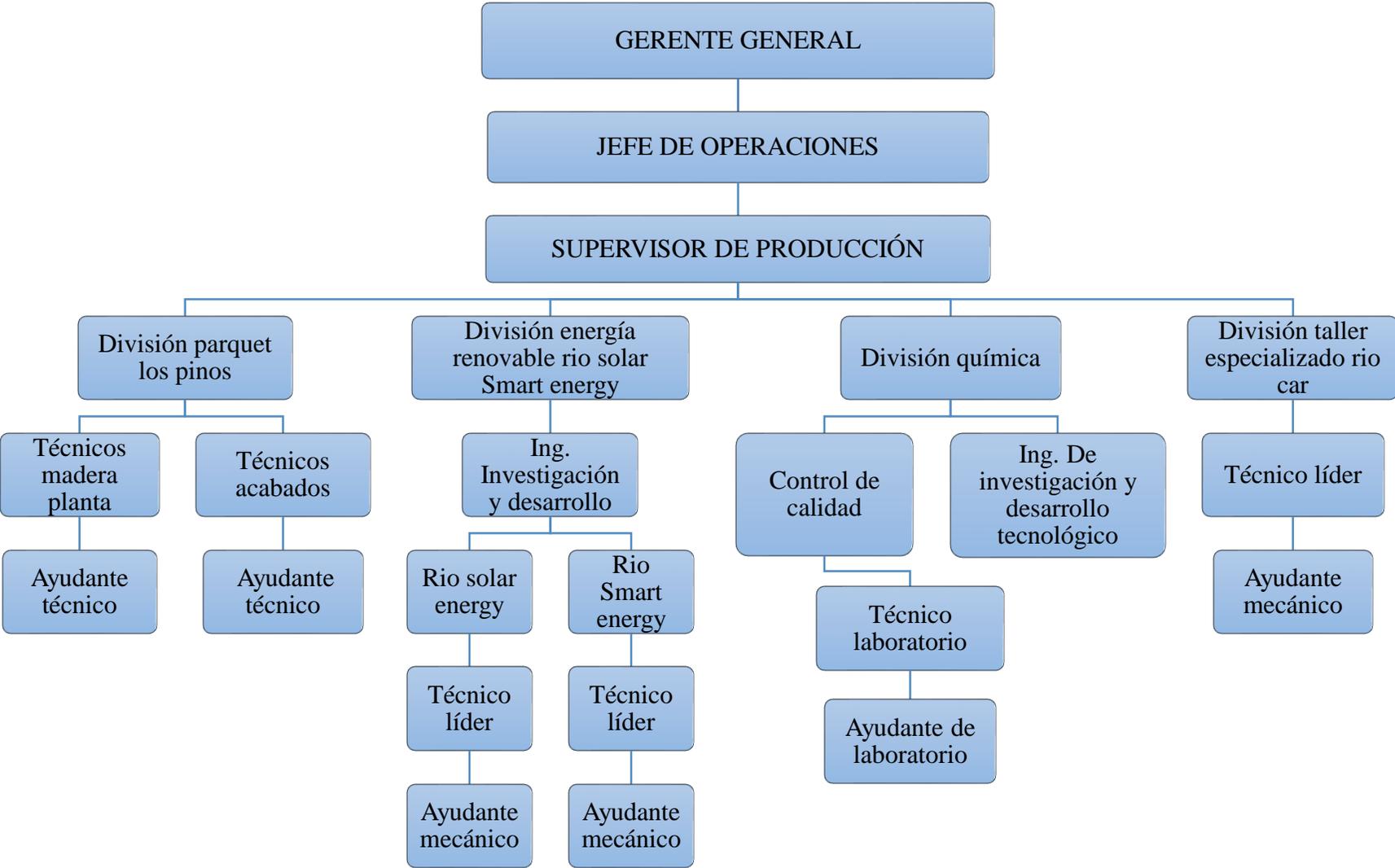
Ubicación geográfica de la empresa

Dirección: Parque Industrial Riobamba
Av. Celso A. Rodríguez

Referencia: Junto al subcentro del IESS

Telefax: (03) 2965279

Estructura Organizacional



Productos que ofrece

La Empresa Parquet los Pinos ofrece una gama de productos de buena Calidad y con diseños Exclusivos acorde a las perspectivas del cliente. Además produce Productos Químicos para pisos.

La empresa utiliza madera de primera y que sea acorde para su uso estos son:

El Mascarey: es de color rojizo es conocido como grueso veteado. Es generalmente recto o enclavijado. Es una madera muy durable, resistente a los hongos del decaimiento y al ataque de la termita bajo condiciones tropicales sin el tratamiento. Es apto para chapas, y piso de trabajo de la alta calidad.

El Eucalipto: Es muy adecuada para la fabricación de parquet por su alto rendimiento y calidad. Resiste enterrada 3-10 años y a la intemperie de 15-25 años. Muy buena leña, superior incluso por su elevada densidad, a la encina. Su color es blanquizco.

La Chonta: Variedad de la palma espinosa, cuya madera, fuerte y de color oscuro y jaspeado, se emplea para hacer bastones y otros objetos como parquet para pisos. Su madera es fuerte y dura.

La Chontacspi: Su color es verdoso y está en peligro de extinción ya que es una madera muy apetecida en los mercados industriales para la fabricación de pisos de madera por lo que esta especie es muy duradera, fuerte y muy resistente tiene una durabilidad de 15 años en adelante depende del cuidado de la persona que lo adquiera.

Hitachi: Su color es amarillento, es muy resistible y duradera.

Se dará a conocer diferentes modelos de pisos

- **Entablados:** Sea Duela o media duela
- **Tabloncillo**
- **Parquets:** Aquí varían de acuerdo al diseño de cada consumidor.

2.6. MARCO LEGAL

A continuación se detalla toda información sobre las instituciones relacionadas directamente con las exportaciones, las cuales estas instituciones ayudaran a la Empresa Parquet “Los Pinos”, a realizar los trámites de exportación, mantener acuerdos comerciales, controlar la calidad y promocionar el producto y las tasas al Comercio Exterior.

2.6.1. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

El Ministerio de Industrias y Productividad está encargado de impulsar el desarrollo sector productivo artesanal, a través de planes, proyectos especializados, programas, formulación y ejecución de políticas, donde se incentiva la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de los bienes y servicios con alto valor de calidad. Sus objetivos son:

- Incrementar la Producción Nacional para la sustitución estratégica de importaciones en los sectores priorizados.
- Incrementar la oferta de productos con énfasis en los sectores priorizados.
- Incrementar las capacidades productivas para mejorar la productividad con énfasis en los sectores priorizados.
- Incrementar la calidad en la producción nacional industrial con énfasis en los sectores priorizados.
- Incrementar el desarrollo del talento humano.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto (MIPRO, 2010)

2.6.2. Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)

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

Su misión es Promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Uno de sus objetivos es Alcanzar una adecuada promoción de la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados. Logrando la diversificación y empoderamiento de la oferta exportable a través de la inversión que genere encadenamiento productivo e innovación tecnológica.

Otro objetivo es Alcanzar una adecuada cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior; y, lograr la inserción estratégica en el comercio internacional de todos los productos nacionales, con especial énfasis en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, y los actores de la economía popular y solidaria. (PROECUADOR, INSTITUCIONAL, 2015)

2.6.4. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Son quienes administran los servicios aduaneros de forma ágil en el menor tiempo posible y de forma transparente, con la utilización de sistemas de información en sus procesos para facilitar el comercio exterior.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio. Son parte activa del quehacer nacional e internacional, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario. Están conscientes que en las instituciones, el principal recurso es el humano, por eso creemos en la gente.

Estamos listos para enfrentar cualquier reto, y comprometidos con la gran responsabilidad que implica ser la Aduana del Ecuador.

Su misión es la Oferta de servicios portuarios que contribuyen a la competitividad del Comercio exterior del Ecuador. Impulsamos el Buen Vivir de la Sociedad Ecuatoriana, a través de un control eficiente al Comercio Exterior que promueva una 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 nuestros servicios.

Los objetivos de la SENAE son: Incrementar la calidad y eficiencia de los servicios portuarios a los buques.

- Incrementar la calidad y eficiencia de los servicios portuarios a las cargas.
- Incrementar los niveles de seguridad integral en los puertos.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto.
- Incrementar el desarrollo del talento humano.
- Incrementar la eficiencia operacional. (SENAE, 2015)

2.6.5. Servicio de Rentas Internas (SRI)

El SRI es la entidad que se encarga de recaudar los datos y pago de impuestos a nivel nacional. Ya que ofrece toda información en su portal web como una ayuda para sus usuarios.

Su compromiso es Contribuir a la construcción de la ciudadanía fiscal, mediante la concientización, la promoción, la persuasión y la exigencia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de principios y valores, así como de la Constitución y la Ley para garantizar una efectiva recaudación destinada al fomento de la cohesión social.

Sus obligaciones son: Difundir y capacitar al contribuyente respecto de sus obligaciones tributarias. Preparar estudios de reforma a la legislación tributaria y Aplicar sanciones. (SRI, 1997)

2.6.6. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

El presente código tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente con el ciudadano de la naturaleza. (COPCI, 2010)

2.6.7. Ley del Comercio Exterior e Inversiones (LEXI)

Es necesario la expedición de una ley que promueva e impulse esta actividad a fin de convertirla en el motor del desarrollo nacional.

2.6.7.1. El Ámbito Y Objeto De La Ley

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.

Art. 2.- Se entiende por "Sector Comercio Exterior al conjunto de organismos y entidades del sector Público y de instituciones o personas naturales o jurídicas del sector privado que participan en el diseño y ejecución de la Política de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología que desarrollan actividades de comercio exterior o relacionadas con éste, salvo las exportaciones de hidrocarburos que realiza el Estado Ecuatoriano y que continuarán sujetas al ordenamiento legal que las regula.

2.6.7.2. Los Objetivos De Esta Ley

Art. 3.- Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones.

El Estado diseñará y ejecutará sus políticas en esta materia conforme a los siguientes lineamientos:

- a) Asegurar la libertad para el desenvolvimiento de las actividades de exportación e importación y para facilitar la gestión de los agentes económicos en esta materia;
- b) Impulsar la internacionalización de la economía ecuatoriana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo;
- c) Aprovechar las oportunidades que brinda el comercio mundial de tecnología y servicios para beneficio de la producción exportable del País;
- d) Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para satisfacer adecuadamente la demanda interna y externa, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer las necesidades del consumidor, tomando en consideración las exigencias del comercio mundial en lo que respecta a la preservación del medio ambiente;
- e) Promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes, servicios y tecnología. (LEXIS, 1997)

2.7. MARCO CONCEPTUAL

Acceso a mercados

Es aquel conjunto de condiciones que permiten a los exportadores extranjeros de bienes o servicios; acceder el mercado de un país importador. (CONTRERAS, FISHER, & BARBARA, 2003)

Acuerdo Comercial

Un acuerdo comercial es un convenio bilateral o multilateral entre estados, que busca conformar los intereses de cada una de las partes y aumentar el intercambio comercial, entre otros objetivos.

Existen dos tipos de acuerdos comerciales: De Cooperación Integral: es un sistema mediante el cual se asocian varios estados con el fin de alcanzar determinados objetos comunes que responden a sus intereses solidarios, sin que la acción emprendida, ni las medidas adoptadas para alcanzarlos, afecten esencialmente a sus jurisdicciones o a sus prerrogativas de estado soberano.

De Integración Internacional: es un sistema por el que se unen varios estados, aceptando no hacer valer unilateralmente sus jurisdicciones y delegando su ejercicio en una autoridad supranacional, en la que se opera la fusión de sus intereses, y a cuyas decisiones aceptan someterse mediante el control y los procedimientos adecuados, para todo aquello que se refiera al sector de actividad encomendado a la alta autoridad. (GESTIOPOLIS.COM, 2002)

Aduanas

Oficina Pública establecida en las fronteras de un Estado para registrar las mercancías que pasan por ella ya sea exportadas o importadas y cobrar los derechos y aranceles correspondientes. Las aduanas son instituciones que expresan la soberanía de un Estado y que aportan una cierta proporción de sus ingresos fiscales; desde otro punto de vista son también elementos que permiten el control técnico y sanitario de las mercancías en tránsito pero que, por lo mismo, pueden constituirse en trabas para un fluido comercio internacional. En ciertos regímenes de tipo federal existen también aduanas interiores que realizan las funciones de control y registro mencionadas, pero que no cobran derechos de importación y exportación. (Boríssov, 1965)

Certificado de origen

Documento expedido, visado por las cámaras de comercio u otros organismos competentes de país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación mencionada en el mismo, suele exigirse por motivos arancelarios, ya que hay países que tienen tarifas discriminatorias según el país de procedencia. (REEXPORTA, 2014)

Comercio Internacional

Es el intercambio de bienes como productos y servicios entre países alrededor del mundo. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos e ingresar a mercados extranjeros. (ComercioyAduanas.com.mx, 2014-2015)

Control Aduanero

Es el conjunto de medidas tomadas por la autoridad aduanera con el objeto de asegurar la observancia de las disposiciones aduaneras. (DIAN, 2013)

Demanda

Cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un determinado momento. La demanda, como concepto económico, no se equipara simplemente con el deseo o necesidad que exista por un bien, sino que requiere además que los consumidores, o demandantes, tengan el deseo y la capacidad efectiva de pagar por dicho bien. La demanda total que existe en una economía se denomina demanda agregada y resulta un concepto importante en los análisis macroeconómicos. (SABINO, 1991)

Empaque

El empaque es la caja, la paca, etc., que sirve para proteger y conservar la mercancía, desde el punto de origen hasta el destino final. Es múltiple cuando incluye elementos de protección adicional como: la paja, el icopor, formas de cartón. (ARCILA, 2006)

Exportación

Salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior.

La exportación, como la importación, se halla condicionada para el desarrollo de la producción mercantil y por la división internacional de trabajo.

Bajo el capitalismo y, sobre todo, en la época del imperialismo, la realización de las mercancías, en los mercados exteriores se convierte en uno de los problemas más graves y difíciles, en una de las causas de la lucha entre los países capitales por los mercados, las esferas de inversión de capitales y las fuentes de materias primas. (Boríssov, 1965)

Incoterms

Los Incoterms son términos de comercio internacional que establecen reglas internacionales que tienen como finalidad facilitar la conducción del comercio global y así poder evitar incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en diferentes países, estos auxilian en la identificación de las obligaciones entre las partes (comprador/vendedor) y reduce el riesgo de complicaciones legales. Así como también determinan el punto exacto de la transferencia, el riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía entre los involucrados sin embargo estas no son consideradas como ley, son recomendaciones reconocidas como práctica internacional uniforme de comercio.

Para que los Incoterms cumplan en un 100% su funcionalidad, existen 4 diferentes tipos de estos para que los mismos puedan ser utilizados acorde a los que se tramita entre vendedor y comprador. Los mismos son los siguientes: de salida, sin pago del transporte principal, con pago del transporte principal y grupo de llegada donde se incluye la entrega. Los Incoterms contribuyen a: eliminar las barreras del lenguaje, la distancia, la cultura de negocios y las prácticas comerciales; descartar la certidumbre; facilitar el intercambio de bienes en las transacciones internacionales; especificar variables como riesgo de pérdida, entrega, licencia de exportación, liberación de aduanas y contratos de transporte y seguros. (EUMED.NET, 2014)

Laca

La laca es una secreción resinosa y translúcida producida por el insecto laccifer lacca, de donde toma el nombre, que habita sobre varias plantas, sobre todo en la India y el este de Asia. Dicha secreción se halla pegada a las ramas de la planta invadida, y en ella está encerrado el insecto durante casi su vida.

Una vez recolectada, molida y cocida con otras resinas y minerales, se convierte en goma laca, usada en barnices (transparentes o coloreados), tintas, lacres, adhesivos, etc. (ARTURO BARAJAS)

Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.". (THOMPSON, 2018)

El estudio de mercado debe responder a las siguientes preguntas:

Desde el punto de vista de la comercialización:

- ¿Qué quiere el consumidor?
- ¿Cómo quiere el producto o servicio?
- ¿Cuánto quiere del producto?
- ¿Dónde quiere el producto?

Oferta

La cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un momento determinado. La oferta es una cantidad concreta, bien específica en cuanto al precio y al periodo de tiempo que cubre, y no una capacidad potencial de ofrecer bienes y servicios. La ley de la oferta establece básicamente que cuanto mayor será la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están impuestos a llevar al mercado, y viceversa; cuanto mayor sea el periodo de tiempo considerado, por otra parte, más serán los productores que tendrán tiempo para ajustar su producción para beneficiarse del precio existente. (SABINO, 1991)

Producción

Cualquier actividad que sirve para crear, fabricar o elaborar bienes y servicios. En un sentido algo más estricto puede decirse que producción económica es cualquier actividad que sirve para satisfacer necesidades humanas creando mercancías o servicios que se destinan al intercambio. El concepto económico de producción es, por lo tanto, suficientemente amplio como para incluir casi todas las actividades humanas: es producción el trabajo del artista y del artesano, la provisión de servicios personales y educacionales, la actividad agrícola y la de la industria manufacturera. (SABINO, 1991)

Rentabilidad

Porcentaje de utilidad o beneficio que rinde un activo durante un periodo determinado de tiempo. Rentabilidad, en un sentido más amplio, se usa para indicar la calidad de rentable- de producción beneficios- que tiene actividad, negocio o inversión. (Borísov, 1965)

2.8. MARCO METODOLÓGICO

2.8.1 Tipo de investigación

Para el presente proyecto de exportación, se utilizara la investigación descriptiva y exploratoria.

Descriptiva:

Permite investigar y conocer cómo está el mercado en la actualidad, analizando la demanda y la oferta existente en el mercado de producción de laca y así deducir si este estudio es viable, para lo cual se toma variables necesarias para la investigación.

Exploratoria:

Ayuda a conocer la situación real en la que se desarrolla el problema de investigación de la empresa “Parquet los pinos” de la provincia de Chimborazo, la cual nos permitirá determinar que el diseño del proyecto de exportación de laca para pisos de madera sea el medio más adecuado para que este producto llegue al consumidor final.

2.8.2. Método de investigación

Para el presente estudio se realizara los siguientes métodos:

Deductivo:

La aplicación de este método está fundamentada en la presente investigación ya que sobre la base de datos reales de la investigación se realizaran síntesis que permitan entender ciertos aspectos. De igual manera se desarrollara análisis profundos y técnicos de la información captada referente a la laca para pisos de madera.

Inductivo:

Se utiliza para el análisis y observación de ciertos elementos de carácter particular y poder enunciar aspectos de carácter general de tal manera que se pueda llegar a conceptos e interpretaciones que sean válidas. El análisis permitirá llegar a conclusiones y tomar decisiones de carácter general.

Histórico:

Se utilizara para observar y estudiar el desarrollo histórico de las variables oferta, demanda, precio, costos, etc.

2.8.3. Técnicas de investigación

Para la recopilación de investigación se utiliza las siguientes técnicas:

- Documental
- Campo

2.8.4. Instrumentos de investigación

Para la recopilación de información se obtiene a través de:

- Libros
- Revistas
- Internet

2.8.5. Unidad de Estudio

La unidad de análisis será en Lima – Perú, específicamente a las ferreterías.

2.8.6. Población

En esta investigación se analizará la población de los que adquieren laca en Lima- Perú.

2.8.7. Muestra

Para la obtención de información se utilizará las variables:

- Consumo Nacional Aparente

$$CA=P+M-X$$

En donde:

CA: Consumo Aparente

P: Producción

M: Importaciones

X: Exportaciones

Consumo Per cápita de laca del mercado Objetivo

Consumo Per Cápita = Consumo Aparente / Ppa Proyectado

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado nos permite en este proyecto identificar a través del método escogido de investigación, la existencia o no de la demanda, así como también permitirá establecer las bases para la comercialización.

Para esto es necesario y fundamental determinar las condiciones del mercado y conocer las preferencias del consumidor de la laca para pisos de madera.

3.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO MERCADO

El principal objetivo del estudio de mercado es estimar con la máxima aproximación posible la cantidad de bienes y servicios (en este caso de los comerciantes que adquieren la laca) del mercado meta que es Lima Perú, están dispuestos a adquirir a un precio y a un periodo determinado de tiempo.

3.2. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

El análisis del entorno comprende en el estudio de los factores económicos y financieros que afectan de forma directa o indirecta a la operación y administración del negocio.

3.2.1. Análisis Socio Económico

Dentro de los factores que se analizarán para fines de la presente investigación están: Inflación, Producto Interno Bruto (PIB), Precio De Barril De Petróleo, Exportaciones, Importaciones, Balanza Comercial, cada uno de ellos permitirá cuantificar el grado de adopción de la propuesta planteada.

Inflación

La tasa de inflación en 2014 se ubicó en 3,2 por ciento reflejando principalmente alzas en los precios de alimentos y tarifas eléctricas.

Sin embargo, la inflación sin alimentos y energía, es decir descontando el impacto de estos rubros de alta volatilidad de precios, se ubicó en 2,5 por ciento.

En los últimos doce meses pasó de 4,40 por ciento en diciembre de 2015 a 4,5 por ciento en febrero 2016. Los choques de oferta de alimentos se revirtieron parcialmente en el mes de febrero y también se registró una disminución de los precios de combustibles. Por su parte, la tasa anual de la inflación sin alimentos y energía (SAE) aumentó en febrero a 3,8 por ciento, luego de varios meses en tasas de alrededor de 3,5 por ciento, lo cual refleja principalmente el impacto del aumento del tipo de cambio sobre los precios al consumidor.

Cuadro 2: Inflación

AÑO	ANUAL
2014	3,2%
2015	4,40%
2016	4,5% (e)

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

Elaborado por: Marcia Fiallos

Nota: (e) datos estimados

Como muestra la inflación anual del año 2016 se estima que será del 4,5%, con relación al año 2015 que es de 4,4%.

Producto Bruto Interno (PBI)

El crecimiento de la actividad económica se elevó de 2,4 a 3,3 por ciento entre 2014 y 2015 por el mayor impulso proveniente de los sectores primarios (6,6 por ciento), en particular de la minería y, en menor medida, de procesadores de recursos primarios y pesca. Así, el aumento de la producción minera durante el año 2015 (15,5 por ciento) fue resultado de la expansión de mineral de cobre en los yacimientos de Antamina, Toromocho, Antapaccay y Cerro Verde. Contribuyó también al mayor resultado de la producción minera la entrada en operaciones de Las Bambas, la cual se inició en el mes de diciembre.

El Producto Bruto Interno (PBI) registró un crecimiento de 4,4% en el primer trimestre de 2016 en un contexto de mayor consumo de las familias en bienes y servicios, de una expansión del gasto público en consumo e inversión, así como, de un mayor volumen de bienes y servicios exportados, no obstante la contracción de la inversión privada. ((INEI), 2016)

Cuadro 3: Producto Bruto Interno

Año	Porcentaje Anual
2014	2,4%
2015	3,3%
2016	4,4%

Fuente: INEI Perú

Elaborado por: Marcia Fiallos

El Producto Bruto Interno de Perú en el año 2014 según los indicadores publicados equivale a 2,4% de su actividad económica, mientras que en el primer trimestre del 2016 se registró un crecimiento 4,4%.

La inversión, las exportaciones y el consumo de los hogares son los componentes que aportaron al crecimiento económico del Producto Bruto Interno (PBI) del país.

Precio de barril de petróleo

El Instituto Nacional de Estadística e Informática nos informa los siguientes datos del precio de petróleo:

Cuadro 4: Precio de barril de petróleo

Año	Precio	USD
	SOL	
2015	122,83	
2016	154,31	

Fuente: INEI

Elaborado por: Marcia Fiallos

El precio del petróleo en el 2015 ha sido de 122,83 nuevos soles peruanos mientras que en este año 2016 ha tenido un incremento favorable en su economía, actualmente el precio se encuentra en \$ 154,31 Nuevos Soles Peruanos.

Tasa de Interés Activa y Pasiva

A continuación se muestra las tasas activas y pasivas del Perú con referencia a los años 2015 y 2016.

Cuadro 5: Tasa De Interés Activa Y Pasiva

Tasa de interés	Porcentaje
Activa (Diciembre 2015)	9.02%
Pasiva (Diciembre 2015)	4.70%
Activa (Mayo 2016)	9.81%
Pasiva (Mayo 2016)	5.00%

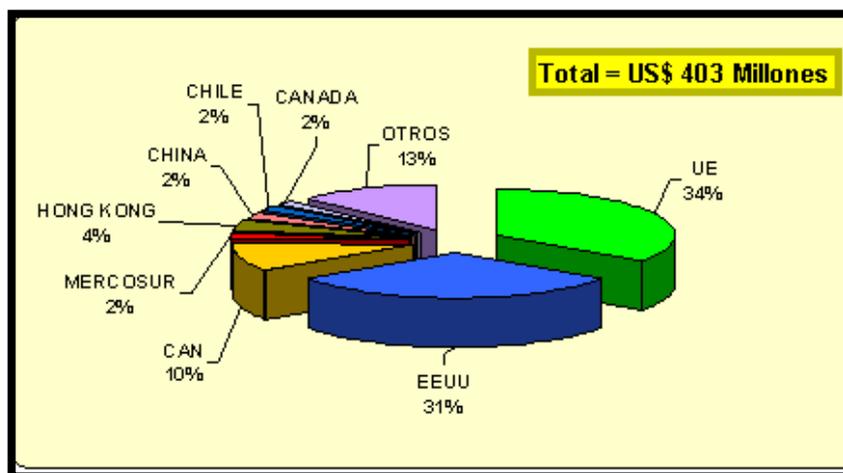
Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

Elaborado por: Marcia Fiallos

Haciendo referencia con los datos presentados en el año 2015 la tasa activa se presentó en un 9.02% y la pasiva en 4.70%. Con lo que concierne al año 2016 la tasa activa aumento en un 9.81% al contrario que la pasiva está en un 5.00%.

Principales Mercados de Exportación

Grafico 1: Principales mercados de productos no petroleros



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

Elaborado por: SUNAT

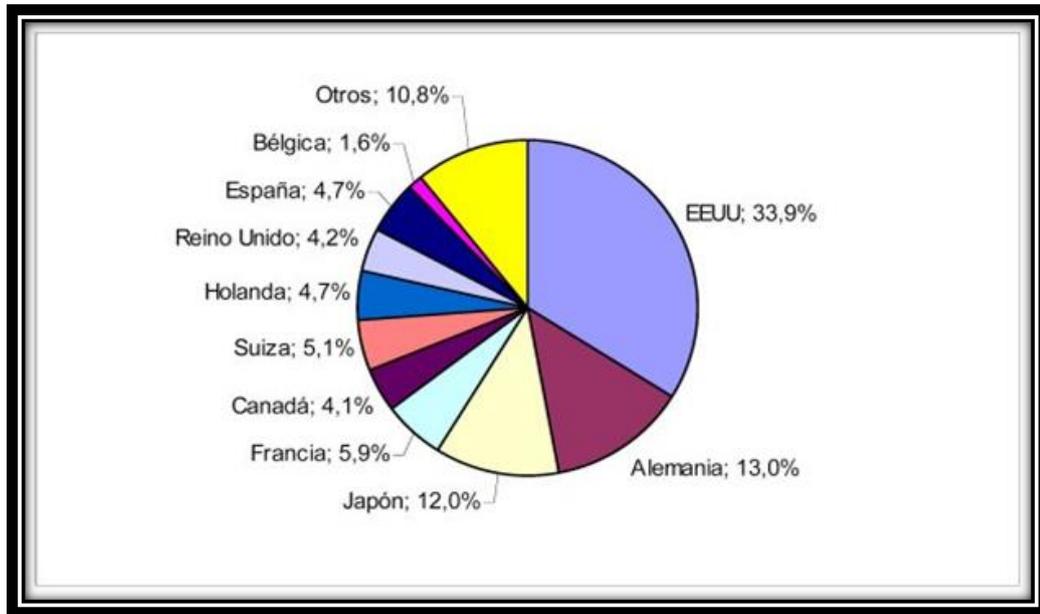
Estados Unidos es el principal mercado de exportación representando el 31% del total de las exportaciones.

Otros principales mercados del Perú son Unión Europea (34%), CAN (10%), Canadá (2%), China (2%) y Hong Kong (4%) entre otros.

Importaciones

En 2014 el Perú importó \$ 42,3 Miles de millones, por lo que es el importador más grande de 55° en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de Perú han aumentado a una tasa anualizada del 14%, de \$ 22 Miles de millones en 2009 a \$ 42,3 Miles de millones en 2014. Las importaciones más recientes son lideradas por Refinado de Petróleo, que representa el 7,06% de las importaciones totales de Perú, seguido por Petróleo Crudo, que representa el 6,54%.

Grafico 2: Principales Proveedores de las Importaciones



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
Elaborado por: SUNAT

Balanza Comercial

La balanza comercial es el resultado de las exportaciones menos las importaciones, si el saldo es positivo se considera superávit y si es negativo se califica como déficit.

Grafico 3: Balanza Comercial

BALANZA COMERCIAL								
(Millones de US\$)								
	2014		2015		Diciembre		Año	
	Dic.	Nov.	Dic.	Var. % mes anterior	Var. % 12 meses	2014	2015	Var. %
1. EXPORTACIONES	3 380	2 880	3 170	10,1	-6,2	39 533	34 157	-13,6
Productos tradicionales	2 245	1 909	2 094	9,7	-6,7	27 686	23 263	-16,0
Productos no tradicionales	1 128	964	1 068	10,7	-5,4	11 677	10 807	-7,5
Otros	7	7	8	15,8	21,2	171	87	-48,8
2. IMPORTACIONES	3 098	3 044	2 960	-2,8	-4,4	40 809	37 021	-9,3
Bienes de consumo	728	816	681	-16,6	-6,4	8 896	8 762	-1,5
Insumos	1 372	1 235	1 238	0,2	-9,8	18 815	15 932	-15,3
Bienes de capital	990	980	1 034	5,5	4,4	12 913	12 006	-7,0
Otros bienes	8	13	8	-41,9	-6,7	185	321	73,1
3. BALANZA COMERCIAL	282	-164	210			-1 276	-2 864	

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
Elaborado por: SUNAT

La balanza comercial de Enero a Diciembre del 2015 registro un déficit de \$ -2864 millones. Este comportamiento se explica principalmente una disminución de las exportaciones petroleras.

3.2.2. Ambiente Social.

Población por Provincias.

La población del Perú de acuerdo con estimaciones y proyecciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática hasta el 30 de junio de 2014, ascendía a 30 814 175 habitantes con una densidad promedio de 24 habitantes por km² y su tasa de crecimiento anual es de 1,1 %.² El 52,6 % de la población peruana vive en la costa, el 38 % en la sierra, y el 9,4 % en la selva.

A continuación se presenta una lista de las regiones del Perú ordenadas de acuerdo a su población según los datos obtenidos del Censo 2007 y de las estimaciones de población publicadas por el INEI.

Cuadro 6: Población de Perú por Provincias

Puesto	Región	Capital	Población Censo 2007	Población Estimada 2014
1	Lima	Lima (capital nacional) Huacho (sede regional)	8 445 200	9 689 011
2	La Libertad	Trujillo	1 617 100	1 836 960
3	Piura	Piura	1 676 300	1 829 496
4	Cajamarca	Cajamarca	1 455 201	1 525 064
5	Puno	Puno	1 268 400	1 402 496
6	Junín	Huancayo	1 225 500	1 341 064
7	Cuzco	Cuzco	1 171 400	1 308 806
8	Arequipa	Arequipa	1 152 300	1 273 180
9	Lambayeque	Chiclayo	1 112 900	1 250 349
10	Ancash	Huaraz	1 063 500	1 142 409

11	Loreto	Iquitos	891 700	1 028 968
12	Callao	Callao	730 871	996 455
13	Huánuco	Huánuco	762 200	854 234
14	San Martín	Moyobamba	728 800	829 520
15	Ica	Ica	711 900	779 372
16	Ayacucho	Ayacucho	612 500	681 149
17	Huancavelica	Huancavelica	454 800	491 278
18	Ucayali	Pucallpa	432 200	489 664
19	Apurímac	Abancay	404 200	456 652
20	Amazonas	Chachapoyas	376 000	421 122
21	Tacna	Tacna	288 800	337 583
22	Pasco	Cerro de Pasco	280 400	301 988
23	Tumbes	Tumbes	200 300	234 638
24	Moquegua	Moquegua	161 500	178 612
25	Madre de Dios	Puerto Maldonado	109 600	134 105

Fuente: INEI – Instituto Nacional de Estadísticas e Informática

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.2.3. Ambiente político

Gobierno

El gobierno del Perú está a cargo de Ollanta Moisés Humala Tasso, presidente constitucional del Perú, desde el 28 de Julio del 2011 y a su vez en las elecciones fue elegido con 51,45%.

Cuadro 7: Autoridades que rigen el Gobierno

N°	Dignidades
1	Presidente
2	Vicepresidentes
19	El Consejo de Ministros de Perú
4	Mesa directiva de Congreso
5	Parlamento Andino
5	Distrito Electoral de JUNIN
1	Poder Judicial
10	Organismos Constitucionales Autónomos

Fuente: INEI

Elaborado por: Marcia Fiallos

Ministerios del Perú

Los ministerios son órganos directos del Presidente de la República que, reunidos conjuntamente con éste y el Vicepresidente Ejecutivo, integran el Gobierno de Perú, el jefe de Estado y Gobierno puede decidir el tamaño, composición e integrantes de los diversos ministerios libremente, pero los cambios deben ser publicados en el Registro Oficial.

Cuadro 8: Ministerios del Ecuador

1	Ministerio de Agricultura y Riego del Perú - MINAGRI
2	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú - MINCETUR
3	Ministerio de Defensa
4	Ministerio de Economía y Finanzas del Perú - MEF
5	Ministerio de Educación del Perú-MINEDU
6	Ministerio de Energía y Minas del Perú - MINEM
7	Ministerio del Interior del Perú - MININTER
8	Ministerio de Justicia del Perú - MINJUS
9	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables
10	Ministerio de la Producción del Perú - Ministerio de la Producción
11	Ministerio de Relaciones Exteriores
12	Ministerio de Salud del Perú - MINSA

13	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
14	Ministerio de Transportes y Comunicaciones
15	Ministerio de Vivienda, Saneamiento y Construcción
16	Ministerio del Ambiente del Perú-MINAM
17	Ministerio de Cultura
18	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social del Perú - MIDIS

Fuente: INEI

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.3. RELACIONES COMERCIALES ENTRE PERÚ Y ECUADOR

Perú se encuentra en la parte centro-occidental de América del Sur. Limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil, al sureste con Bolivia y por el sur con Chile. Al oeste limita con el Océano Pacífico. Es uno de los países de mayor biodiversidad en el mundo y de mayores recursos minerales.

El comercio exterior y la atracción de inversiones ha sido uno de los ejes fundamentales de los últimos gobiernos peruanos para el desarrollo. Han firmado acuerdos de libre comercio con EEUU, Canadá, China, Chile y Singapur, además de los acuerdos en bloque entre la CAN y Mercosur. Están por concretar acuerdos con México, Tailandia y la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC).

Es miembro desde 1998 del APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation), integrándose y fortaleciendo sus relaciones comerciales y de inversión con países del sudeste de Asia. Fue sede de la cumbre mundial del APEC en el 2008. Perú es considerado el primer productor mundial de harina de pescado, y de paprika; además de ser el primer exportador mundial de espárragos.

A partir del Acuerdo de Paz en 1998, el comercio con Ecuador ha crecido de manera destacada, impulsado también por la firma del Convenio de Aceleración y Profundización del Libre Comercio entre estos países, que estableció el arancel cero para el intercambio bilateral. Cerca del 80% de las exportaciones ecuatorianas hacia Perú la conforma el petróleo. Su valor exportado ascendió a US\$ 1,065 millones en el 2010. Perú fue el tercer destino de las exportaciones de crudo el año anterior.

La oferta ecuatoriana incluye más de 1,000 productos distintos, de los cuales apenas 50 logran totalizar más de US\$1 millón en el 2010.

En cuanto a las importaciones desde Perú, entre los más de 2,000 productos que compramos, destaca principalmente el Gas licuado de petróleo (20% de las importaciones), cuyo valor total en el 2010 fue de US\$ 223 millones. Perú es junto con los EEUU nuestro principal proveedor de este producto.

El valor total de exportaciones en el 2010 alcanzó los US\$ 1,335 millones, mientras que las importaciones sumaron US\$ 1,035 millones. (Camara.org, 2011)

Los principales productos que corresponden a este rubro son: tableros de madera, aceite de palma, conservas de pescado, refrigeradoras, tubos plásticos, estufas, calzado de caucho, grasas y aceites.

Por su parte, Perú incrementó sus ventas de 379 millones de dólares en el 2007 a 838 millones en el 2011, en productos como alimentos para animales, conductores eléctricos, galletas, huevos para incubar, papel higiénico, cables eléctricos, papeles, bisutería y neumáticos. (Tiempo, 2015)

3.4. GENERALIDADES DE PERU

Idioma

El idioma oficial es el español, hablado por el 70% de la población. Se hablan también otras lenguas provenientes de los nativos de la región, como el quechua y el Aymará. También hay regiones donde se habla el inglés

Religión

Más del 90% de los religiosos son católicos, que es la religión establecida como oficial desde 1915, aunque se permiten y se profesan en menor cuantía otras religiones, pues hay también protestantes, judíos y musulmanes.

Moneda

La unidad monetaria de Perú es el Nuevo Sol. El dólar (1) equivale a 3,27 soles.

Situación Geográfica

Perú se encuentra en la región de América del Sur.

Sus fronteras son:

Norte: Ecuador y Colombia.

Sur: Chile.

Este: Brasil y Bolivia.

Oeste: Océano Pacífico.

Principales Ciudades

La mayor ciudad y la capital, es Lima. Otras ciudades importantes son: Callao, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Cuzco.

Área Total

El área total de Perú, incluyendo las islas que también le pertenecen, es de 1 280 000 kilómetros cuadrados.

Características geográficas

Perú se divide en tres regiones de acuerdo a sus características topográficas: la zona costera, la sierra y la zona montañosa.

En la zona costera se encuentran las mayores ciudades de Perú y la zona industrial.

Posee como sistemas montañosos la Cordillera Occidental, Cordillera Central y Cordillera Oriental.

La sierra ocupa alrededor del 30% del territorio y atraviesa el país de sureste a noroeste.

La elevación más notable es Huascarán con 6768 metros de altura. Entre los lagos se destaca el Titicaca.

Al noreste de la sierra se encuentra la selva, que se extiende hasta el Brasil.

Clima

El clima de Perú varía desde un clima tropical en la montaña hasta septentrional en los Andes. En la zona costera la temperatura es de un promedio de 20°C, más o menos estable durante el año. Posee un clima moderado.

En la sierra la temperatura tiene rangos entre los -7° y los 21°C. La montaña es una región extremadamente cálida y húmeda.

Recursos Naturales

Los yacimientos minerales es el principal recurso natural de Perú, incluyen petróleo, cobre, plata, hierro, or y zinc entre otros.

Flora y Fauna

La vegetación es variada, de acuerdo a las condiciones de cada región. En el territorio vasto y fértil de la montaña, hay gran cantidad de árboles maderables como el cedro, roble y otras maderas preciosas, también crecen flores exóticas en la región.

En la sierra se encuentran cactus, y algunas hierbas y eucaliptos; plantas resistentes a la escasez de agua. En la zona costera crece una vegetación de lugares desérticos.

La vida salvaje es limitada en número y variedad: en la zona costera pueden encontrarse gaviotas, golondrinas y albatraces. En las aguas hay excelentes variedades como anchoas, camarones, langostas, entre otros. En la sierra es común la llama, la alpaca, la vicuña, la chinchilla y el huanaco, también habita aves como el cóndor entre otras.

En la montaña pueden encontrarse animales como el jaguar, el armadillo, el tapír, algunas especies de monos y otros; entre las aves están los flamings y las cotorras; también habitan en esta zona los cocodrilos y las tortugas.

Población

Alrededor del 45% de la población peruana es descendiente de los incas, nativos del territorio. El 37% son mestizos, mezcla de esta civilización india con los españoles. Un 15% son blancos, descendientes de europeos y el resto son descendientes de africanos, japoneses y chinos.

Educación

El nivel de alfabetización en Perú ha crecido sustancialmente como resultado del énfasis hecho en la educación en los últimos años. La educación pública es gratuita y obligatoria para los niños comprendidos entre los 6 y los 15 años. En las áreas rurales, muchos niños no continúan estudios en la segunda enseñanza pues las condiciones no son óptimas en la zona.

Cultura

La cultura de las civilizaciones precolombinas en Perú es una de las más ricas de América del Sur. Aunque de los españoles se ha tomado su idioma, religión y algunas reglas sociales, la civilización inca tiene una fuerte influencia en la cultura peruana.

Las excavaciones arqueológicas han descubierto arquitecturas monumentales en ese país. La fusión entre esta arquitectura y la posterior influencia española en Perú, se denomina Creole.

En general, la cultura peruana tiene profundas raíces de aquella civilización, para la música, se usan los instrumentos ancestrales como las conchas, queñas y otros. Muchos de los descendientes del quechua y el aymará, no hablan el español y mantienen sus lenguas ancestrales.

Salud

La esperanza de vida es de 67 años para las mujeres y 63 para los hombres y la mortalidad infantil es de un 52,4 por cada mil nacidos vivos.

Se realizan esfuerzos por parte de la dirección gubernamental por mejorar las condiciones y facilidades en los servicios médicos y de salud a la población, pero aún las condiciones sanitarias y los servicios son insuficientes para cubrir las necesidades básicas del país.

Gobierno

La República de Perú se gobierna por las condiciones de la Constitución de 1993, que reemplazó la de 1980. La nueva constitución aboga por el aumento del poder ejecutivo y la reelección del presidente. También unifica la cámara legislativa. (Neuro, 2015)

3.5. COMPONENTES DEL MARKETING MIX

3.5.1. Producto

Son los beneficios que ofrece el fabricante a los consumidores para su adquisición, uso o consumo, con la finalidad de satisfacer una necesidad o un deseo. (Soriano, 1990)

En la actualidad la Empresa “PARQUET LOS PINOS” posee lo siguiente:

- ❖ Tabloncillo
- ❖ Duela
- ❖ Piso Flotante
- ❖ Laca

La Empresa ha creado un producto innovador a partir de otro ya existente. Se basa en un marco de fotos tradicional añadiendo la tecnología suficiente para crear una nueva necesidad en el consumidor.

Este producto es apto para la protección de pisos de madera el cual les cubre como una capa, la madera se mantiene brillante, sedosa y protegida, no tiene una edad concreta ya que es un producto que puede gustar a la gente por su calidad.

Ciclo De Vida Del Producto

Los productos de la Empresa “PARQUET LOS PINOS” se encuentran en la etapa de introducción y crecimiento, debido a que se registra una aceptación rápida en el mercado y un aumento de utilidades, a pesar que las utilidades obtenidas de las ventas no son muy elevadas esto se debe a que ha existido una gestión de ventas limitada, pero se determina que el producto tiene acogida por el mercado y es posible que se incrementen las ventas y como consecuencia de ello se obtengan utilidades más elevadas.

Elementos visuales de la marca

Son las representaciones gráficas de la Empresa que se proyectan al público a través de un símbolo o un diseño tipo gráfico especial.

Logotipo

Es el nombre del producto que puede formarse con letras, abreviaturas, etc. El logotipo y el símbolo constituyen la identidad de la empresa y producto, entre los dos, conforman su personalidad física.

Marca

Considerando que la marca es la promesa del producto, será el elemento diferenciador entre los productos ofrecidos por la Empresa “PARQUET LOS PINOS” y los de los competidores, se enfocará a crear una imagen, un pensamiento exclusivo del producto.

Proceso del producto

“El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.”

Grafico 4: Proceso De Producción



Fuente: Parquet Los Pinos
Elaborado por: Marcia Fiallos

Materia Prima

Es todo aquel elemento físico susceptible de almacenamiento. Estos se pueden variar según el elemento a producir. Puede ser extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se transformarán en bienes de consumo.

Según su origen, las materias primas se pueden dividir en: Materias primas vegetales, Materias primas animales, y Materias primas minerales. Las materias primas no son inagotables, es decir, su consumo tiene un límite, pues estas no se reproducen. También se define como materia prima a todos los elementos que se incluyen en la fabricación de un bien o producto.

La materia prima son los elementos que se transforman e incorporan en el producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la creación final del producto final. La materia prima se utiliza en las empresas industriales que son las encargadas en la fabricación de productos. Como en este caso son los productos químicos de la empresa Parquet los Pinos.

Las empresas comerciales son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican.

La materia prima debe ser perfectamente identificable y medibles, para poder determinar tanto el costo final de producto como su composición.

Imagen 1: Materia prima



Fuente: Empresa Parquet Los Pinos

Mezcladora de alta velocidad

El mezclador de alta velocidad destaca por su escaso tiempo de carga y descarga de producto (haciendo una mezcla perfecta en 20 a 90 segundos). Su diseño asegura una fácil limpieza del mezclador y una perfecta higiene. Asegura la eficiencia, las piezas del equipo que están en contacto con la materia prima son hechas de acero inoxidable. El eje del mezclador está sellado para evitar cualquier pérdida de material contienen una garantía de por vida.

Imagen 2: Mezcladora de alta velocidad



Fuente: Empresa Parquet Los Pinos

Batidora

Es una mezcladora eficaz y rápida menos salpicaduras y mejor control para preparar el producto mezclando de abajo hacia arriba, eliminando la inyección de aire para una mezcla óptima.

Imagen 3: Batidora



Fuente: Empresa Parquet Los Pinos

Envasadora

La empresa utiliza esta máquina para el envasado del producto final. El envasado es una actividad más dentro de la planeación del producto y comprende tanto la producción del envase como la envoltura para un producto.

Imagen 4: Envasadora



Fuente: Empresa Parquet Los Pinos

Envasado y Etiquetado

El envase es el material que contiene o guarda a un producto terminado y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos. La empresa utiliza el envasado de plástico ya que ayuda al producto a mantenerse fresco y apto para su consumo.

Imagen 5: Envasado y Etiquetado



Fuente: Empresa Parquet Los Pinos

3.5.2. Precio

El precio es un elemento que se puede modificar rápidamente y que con la mezcla de marketing produce ingresos

Políticas de Precio

En la política de precios se determina de acuerdo a los atributos del producto y se lo denomina caro o barato, sin embargo el precio expresa la aceptación del consumidor y que va en conjunto con los atributos de dicho producto y la capacidad para satisfacer las necesidades

Los factores que influyen en la fijación de precios son a través de las áreas internas y externas que se detallan a continuación.

Estrategias de precio

Penetración.- Comenzar con un precio bajo y ganar acogida en el mercado antes de que los competidores puedan alcanzarme. Una vez que se tiene una base de clientes leales, se debe encontrar maneras de ir subiendo los precios.

- Aplicación de descuentos con nueva presentaciones de producto
- Promoción del segundo paquete a mitad de precio en presentación.
- Determinación del momento idóneo para realizar un incremento de precios.

La empresa para fijar el precio de sus productos se basa en todo el proceso que realiza al fabricar los productos. Los gastos que la empresa ha considerado son los siguientes:

- ✓ Costos variables directos:
 - Materia prima,
 - Mano de obra directa,
 - Mantenimiento,
 - Suministros,
 - Servicios y
 - Otros gastos.
- ✓ Costos fijos:
 - Costos de ventas y distribución,
 - Costos de administración,
 - Seguros,
 - Impuestos

Cuadro 9: Precio Laca Ecuador

Presentación Ecuador Laca	Precio USD
Galón 5 litros	11.00
Galón 4 litros	9.00

Fuente: Empresa Parquet Los Pinos
Elaborado por: Marcia Fiallos

Cuadro 10: Precio Laca Perú

Presentación Perú Laca (1 Ferretería)	Precio Soles	Precio USD
Galón 5 litros	59.70	17.98
Galón 4 litros	43,20	13.08

Fuente: Cámara de Comercio de Perú

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.5.3. Plaza

Elemento del Mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Es un término para denominar el lugar, la evidencia física del lugar, para el marketing es muy importante llevar al cliente experimentar los 5 sentidos en un lugar de venta como lo son: -olor -color -vista -gusto –tacto.

Entre más sentidos capte nuestro consumidor mayor será el grado de captación de nuestra empresa, mejorando la aceptación.

Distribuir laca para pisos de madera con Marcas Propias de la cadena comercial a los clientes de manera eficiente y en las mejores condiciones.

Estrategias de plaza

- Efectuar una lista de los clientes y distribuir a los vendedores con sus respectivas zonas para receptor y tomar los pedidos de productos
- Controlar la ruta de los vendedores a través de los registros y visitas a los clientes mediante control de tiempo
- Recibir los pedidos al final del día para coordinar los despachos de los productos y efectuar la orden de pedidos
- Abastecer a los clientes con los productos que requieren a tiempo y cantidad solicitada.
- Cumplir a cabalidad los rigurosos procesos de entrega en las cadenas comerciales en tiempo, cantidad, especificaciones. Para evitar sanciones o multas.

3.5.4. Promoción

Son todas las funciones realizadas para que el mercado se entere de la existencia del producto/marca.

Estrategias de Promoción

Se ha establecido distintas estrategias de promoción dentro de las cuales se presentan las siguientes:

- Diseño de logo tipo
- Participar en ferias
- Tele marketing
- Trípticos
- Diseño de página web

3.6. DEMANDA

Es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir bajo condiciones determinadas de tiempo y precio.

3.6.1. Metodología para cuantificar la demanda

Para el presente proyecto aplicaremos el método del consumo aparente ya que existe información estadística.

Encontrar la posibilidad de participación de nuestro producto para satisfacer su demanda y que llamaremos Consumo Nacional Aparente CNA, es decir la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere expresado con la siguiente ecuación:

Consumo Aparente = Producción Nacional + Importaciones – Exportaciones.

$$\text{CNA} = \text{PN} + \text{M} - \text{X}$$

En donde:

CNA = Consumo Nacional Aparente

PN = Producción Nacional

M = Importaciones

X = Exportaciones

3.7.2. Producción de laca en lima- Perú

Lima es uno de los principales importadores de laca o barniz, hay varias ferreterías que lo distribuyen pero tomando en cuenta para el proyecto se realizó la investigación de una ferretería en Perú su nombre es ARCOSA.

A continuación se detalla la comercialización de esta Empresa:

Cuadro 11: Comercialización de laca en Lima

Año	Comercialización de laca en tanques (200)litros
2013	12 tq
2014	14 tq
2015	18 tq

Fuente: ARCOSA

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.7.2.1. Proyección

La proyección de laca en Perú se realiza mediante el método de los mínimos cuadrados para los siguientes 5 años. Dicho método se realizara para todo el proyecto.

Tabla: cálculo para la proyección de laca en Perú

Cuadro 12: Calculo de la proyección para la comercialización de laca

Periodo (X)	Año	Tanques (Y)	X ²	Y ²	X.Y
1	2013	12	1	144	12
2	2014	14	4	196	28
3	2015	18	9	324	54
6		44	14	664	94

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{44 - 3(6)}{3} = 8.67$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{3(94) - 6(44)}{3(14) - 6^2} = 3$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{3(3)}{44} = 0,20$$

$$y = a + bx$$

$$y(2016) = 8.67 + 3(3) \quad y = 17$$

$$y(2017) = 8.67 + 3(4) \quad y = 20$$

$$y(2018) = 8.67 + 3(5) \quad y = 23$$

$$y(2019) = 8.67 + 3(6) \quad y = 26$$

$$y(2020) = 8.67 + 3(7) \quad y = 29$$

Cuadro 13: Proyección de Laca en Perú

AÑO	Comercialización en Tanques (200ltrs.)
2015	17
2016	20
2017	23
2018	26
2019	29

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.7.3. Importaciones Perú de Laca

Cuadro 14 : Importaciones Perú

AÑO	IMPORTACIONES TANQUES(200Ltrs)
2013	150
2014	200
2015	300

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.7.3.1. Proyección de las Importaciones de Perú

Para las proyecciones de Perú se realiza mediante el método de mínimos cuadrados para los próximos 5 años.

Cuadro 15: cálculo de las importaciones

Periodo (x)	Año	Tanques (y)	X²	Y²	X.Y
1	2013	150	1	22500	150
2	2014	200	4	40000	400
3	2015	300	9	90000	900
6		650	14	152500	1450

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{650 - 81(6)}{3} = 54$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{3(1450) - 6(650)}{3(14) - 6^2} = 81$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{81(3)}{650} = 0.37$$

$$y = a + bx$$

$$y(2016) = 54 + 81(3) \quad y = 297$$

$$y(2017) = 54 + 81(4) \quad y = 378$$

$$y(2018) = 54 + 81(5) \quad y = 459$$

$$y(2019) = 54 + 81(6) \quad y = 540$$

$$y(2020) = 54 + 81(7) \quad y = 621$$

Cuadro 16: Proyección de las importaciones de laca

Año	Importaciones (tanques)
2016	297
2017	378
2018	459
2019	540
2020	621

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marcía Fiallos

3.7.4. Exportaciones De Perú

Perú al ser uno de los mayores importadores de laca y pese a su mínima cantidad de su producto, no tiene registro de exportaciones de laca.

Cuadro 17: Exportación Perú

Año	Producción tanques
2013	0
2014	0
2015	0
2016	0

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.7.5. Consumo Aparente

El consumo aparente, es decir, saber identificar el número de clientes potenciales, así mismo identificar un estimado del consumo que harían del producto o servicio que la Empresa ofrece a partir de sus hábitos de consumo.

Cuya fórmula es: $CA=P+M-X$

En donde:

CA: CONSUMO APARENTE

P: PRODUCCION

M: IMPORTACIONES

X: EXPORTACIONES

Cuadro 18: Consumo Aparente

Año	Producción TANQUES	Importación TANQUES	Exportación TANQUES	Consumo Aparente
2016	17	297	0	314
2017	20	378	0	398
2018	23	459	0	482
2019	26	540	0	566
2020	29	621	0	650

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.7.6. Población Económicamente Activa En Perú

Se conoce con el nombre de población económicamente activa al conjunto de la población que a partir y hasta la edad que cada Estado fija como límites mínimo y máximo para ingresar y egresar del mundo laboral, se encuentra efectivamente trabajando o está buscando activamente un puesto de trabajo. Está por lo tanto integrada por quienes están trabajando y por los desempleados. Investigar este índice proporciona datos relevantes sobre el grado de desarrollo del lugar en cuestión.

Cuadro 19: Población Económicamente Activa

AÑO	PEA
2013	30.475.144
2014	30.814.175
2015	31.151.643

Fuente: <http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.7.6.1. Proyección

Cuadro 20: Proyección Pea Perú

AÑO	PEA
2016	41.495.217,00
2017	52.176.780,00
2018	62.858.343,00
2019	73.539.906,00
2020	84.221.469,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.7.7. Consumo Per Capita

Una vez proyectado la población económicamente activa de Perú, se procede a calcular el consumo de laca por habitante en Perú, y se calcula dividiendo el consumo aparente proyectado con la PEA proyectada.

CONSUMO PER CAPITA = CONSUMO APARENTE / PEA PROYECTADO

Consumo Per Cápita (2016) = 314/ 41.495.217 = 0.08

Consumo Per Cápita (2017) = 398/ 52.176.780 = 0.08

Consumo Per Cápita (2018) = 482/ 62.858.343 = 0.07

Consumo Per Cápita (2019) = 566/ 73.539.906 = 0.07

Consumo Per Cápita (2020) = 650/ 84.221.469 = 0.07

Cuadro 21: Consumo Per Cápita de Tuna en Holanda

Año	Consumo Aparente	PEA	Consumo Aparente Per Cápita
	(tanques)		(Tanques)
2016	314	41.495.217	0,08
2017	398	52.176.780	0,08
2018	482	62.858.343	0,07
2019	566	73.539.906	0,07
2020	650	84.221.469	0,07

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Marcia Fiallos

3.8. OFERTA

Es la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado.

3.8.1. Producción de laca en la empresa PARQUET LOS PINOS

La oferta representa la cantidad de laca que será proporcionada por parte de la Empresa Parquet los Pinos, para posteriormente exportar al mercado Peruano.

Cuadro 22: Producción de laca

Año	Galones (5ltrs)	Tanques (200ltrs)
2013	250	7tq
2014	1000	25tq
2015	700	18tq

Fuente: empresa Parquet los Pinos

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.8.1.1. Proyección

Cuadro 23: Calculo de la Proyección laca

Periodo (X)	Año	Tanques (Y)	X ²	Y ²	X.Y
1	2013	7	1	49	7
2	2014	25	4	625	50
3	2015	18	9	324	54
6		50	14	998	111

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{50 - 5(6)}{3} = 6$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{3(111) - 6(50)}{3(14) - 6^2} = 5$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{5(3)}{50} = 0.3$$

$$y = a + bx$$

$$y(2016) = 6 + 5(3) \quad y = 21$$

$$y(2017) = 6 + 5(4) \quad y = 26$$

$$y(2018) = 6 + 5(5) \quad y = 31$$

$$y(2019) = 6 + 5(6) \quad y = 36$$

$$y(2020) = 6 + 5(7) \quad y = 41$$

Cuadro 24: Proyección laca

Año	Exportaciones (tanques)
2016	21
2017	26
2018	31
2019	36
2020	41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Marcia Fiallos

3.9. DEMANDA INSATISFECHA

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó la producción proyectada de la empresa para su exportación a Perú y que se realizara con la siguiente formula:

Demanda Insatisfecha = Oferta (Proyectada) – Consumo Aparente (Proyectado)

Demanda insatisfecha 2016 = 21 – 314 = 293

Demanda insatisfecha 2017 = 26 – 398 = 372

Demanda insatisfecha 2018 = 31 – 482 = 451

Demanda insatisfecha 2019 = 36 – 566 = 530

Demanda insatisfecha 2020 = 41 – 650 = 609

Cuadro 25: Demanda Insatisfecha

Año	Perú	Consumo Aparente	Demanda Insatisfecha
2016	21	314	293
2017	26	398	372
2018	31	482	451
2019	36	566	530
2020	41	650	609

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Marcia Fiallos

El volumen de la oferta exportable en el año 2016 sería de 21 tanques, con una proyección mayor en un futuro.

CAPITULO IV: LOGISTICA

Concepto de Exportación.- Es la venta de productos nacionales (bienes y servicios) a un mercado extranjero.

4. REGÍMENES ADUANEROS PARA EXPORTAR

4.1. REGÍMENES COMUNES

4.1.1. Exportación A Consumo

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

4.2. REGÍMENES ESPECIALES

TRÁNSITO ADUANERO

Tránsito aduanero es un régimen por el cual las mercancías son transportadas bajo control aduanero, de una oficina distrital a otra del país o con destino al exterior.

EXPORTACIÓN TEMPORAL CON REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO

Es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con unos fines determinados y reimportados sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.

EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO

Es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.

EXPORTACIÓN BAJO RÉGIMEN DE MAQUILA

Es el régimen suspensivo de pago de impuestos, que permite el ingreso de mercancías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación ser reexportadas.

El ingreso de las mercancías y la reexportación de los productos terminados, así como el tratamiento de los desperdicios es competencia del Gerente Distrital.

RÉGIMEN A UTILIZAR EN LA EXPORTACIÓN

En el proyecto de exportación de la cual el régimen a utilizar será el de Exportación a Consumo en el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

TRÁMITES PARA EXPORTAR

En todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el Distrito Aduanero donde se tramita y tramita la exportación. (Pro Ecuador , 2016)

DOCUMENTOS PARA EXPORTAR

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).

- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación
- Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte.

REQUISITOS Y TRÁMITES

El trámite de una exportación al interior de la aduana comprende de dos fases:

FASE DE PRE-EMBARQUE

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página Web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

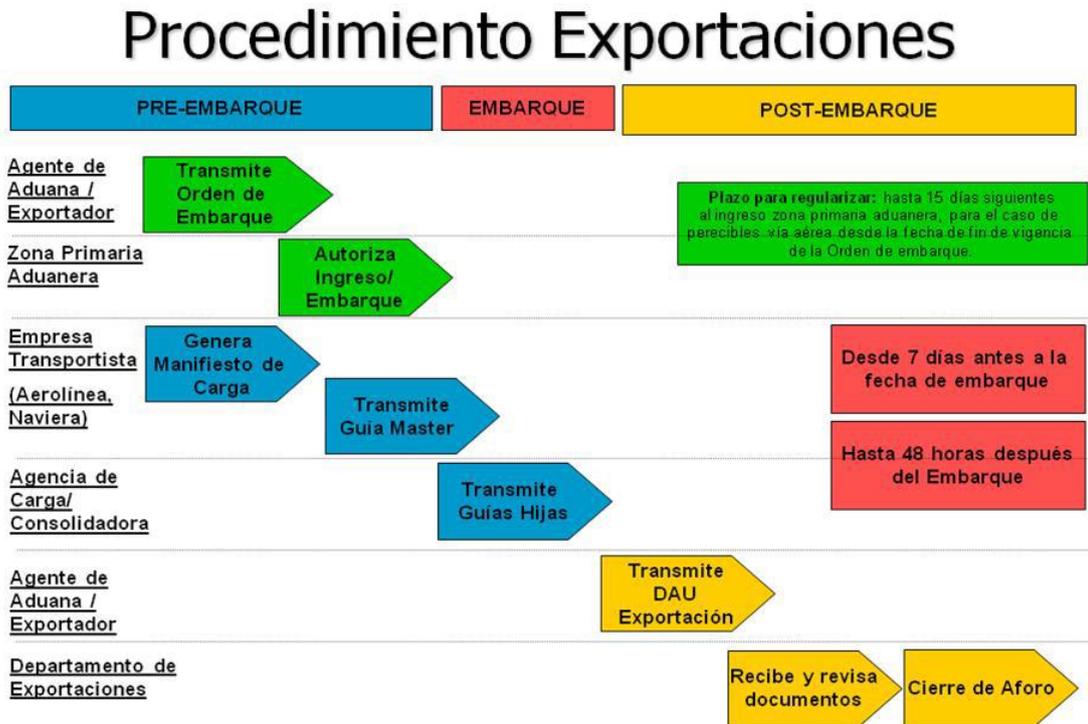
Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

AGENTE AFIANZADO DE ADUANA

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

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- Para los regímenes especiales.

Imagen 6: Procedimiento De Exportación



Fuente: SENA E

REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR EN LA ADUANA

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web de la Corporación Aduanera (CAE).

Para el caso de la laca se embarcará en la empresa ubicada en La ciudad de Riobamba de la Provincia de Chimborazo, para transportarla hasta la bodega del Agente de Carga localizado cerca al Puerto Marítimo de Guayaquil.

Luego de que nuestro Agente de Aduana transmita electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la Orden de Embarque, donde constan los detalles de la mercancía y ésta acepte la misma, se registrará el ingreso de la mercancía a Zona Primaria y se embarcará por parte del agente de carga, quien nos proporcionará el documento de transporte de exportación.

Posteriormente el Agente de Aduanas realizará el envío electrónico de la Declaración Aduanera Única (DAU) definitiva, para luego de una respuesta favorable por parte de la Corporación Aduanera Ecuatoriana obtener el refrendo respectivo y presentar todos los documentos solicitados por el Departamento de Exportaciones de Guayaquil.

4.3. VIAS DE ACCESO A LIMA – PERU

El acceso a Perú es Vía Aérea, Terrestre o Marítima

4.3.1. Vía Aérea

Imagen 7: Vía aérea



Fuente: imágenes google

Los turistas pueden llegar a Perú desde cualquier punto del mundo, ya sea a través de vuelos directos o con conexiones desde otras ciudades, todos los vuelos internacionales de las diferentes empresas llegan y parten del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, aeropuerto líder en América del Sur que está ubicado en la Provincia Constitucional del Callao, a 10 km del centro de Lima.

- 14 aeropuertos equipados para recibir vuelos comerciales entre los cuales se encuentran: Lima, Arequipa, Chiclayo, Pisco, Pucallpa, Iquitos, Cusco, Trujillo, Tacna y Juliaca.
- 17 aerolíneas operan vuelos internacionales.
- 06 aerolíneas ofrecen vuelos nacionales.

4.3.2. Vía Terrestre

Imagen 8: Vía Terrestre



Fuente: Imagen Google

Proveniando de los países vecinos hay cuatro vías de ingreso principales:

- Desde el norte (Ecuador) por el Puesto Fronterizo de Aguas Verdes, en el departamento de Tumbes.
- Desde el sur (Chile) por el Complejo Fronterizo Santa Rosa, en el departamento de Tacna.
- Desde el sureste (Bolivia) por los Puestos de Control Fronterizos de Desaguadero o de Khasani, en el departamento de Puno.
- Desde el este (Brasil) por el Puesto de Control Fronterizo de Iñapari, en el departamento de Madre de Dios.

Más de 78 mil kilómetros de carreteras, 8.084.6 de los cuales están asfaltados.

4.3.3. VÍA MARÍTIMA

Imagen 9: Vía Marítima



Fuente: Imagen Google

También es posible viajar por vía marítima, a través de diversas líneas de cruceros que incluyen en sus itinerarios puertos peruanos.

Los puertos más utilizados por estas líneas de cruceros son:

- El puerto del Callao (en la Provincia constitucional del Callao - Lima)
- El puerto San Martín (en Pisco – Ica)

Desde estos puertos, los turistas podrán iniciar viajes cortos a los principales puntos turísticos del Perú. (Blogspot, 2014)

Para el presente proyecto la vía que se acogió para transportar el producto es de vía marítima.

SELECCIÓN DE TRANSPORTE

Para mi proyecto se utilizara vía marítima.

4.4. INCOTERMS

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

Clasificación de las reglas Incoterms 2010

Reglas para cualquier modo o modos de transporte

- EXW (En Fábrica)
- FCA (Franco Porteador)
- CPT (Transporte Pagado Hasta)
- CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
- DAT (Entregada en Terminal)

- DAP (Entregada en Lugar)
- DDP (Entregada Derechos Pagados)

Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores

- FAS (Franco al Costado del Buque)
- FOB (Franco a Bordo)
- CFR (Costo y Flete)
- CIF (Costo, Seguro y Flete)

Para el presente proyecto el incoterm a utilizar será el CIF.

CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)

Imagen 10: Incoterm CIF



Fuente: Imagen Google

Significa que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido.

En condiciones CIF el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte.

El comprador ha de observar que el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional.

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

Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

Obligaciones del Vendedor.

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

Obligaciones del Comprador.

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

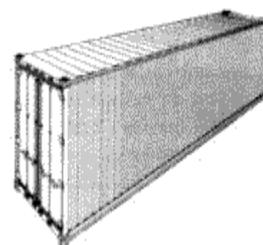
4.5. CONTENEDOR

El contenedor a utilizarse para transportar laca será el de 20 pies, estándar.

Características del contenedor

Grafico 5: Características Del Contenedor

CONTENEDORES COMUNES o DRYVAN			
20 Pies Standard 20' x 8' x 8'6"			Descripción
Tara	2300 kg / 5070 lb		Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.
Carga	28180		
Max.	kg/62130 lb		
Max. P. B.	30480 kg/67200 lb		
Medidas	Internas	Apertura Puerta	
Largo:	5898 mm / 19'4"	-	
Ancho:	2352 mm / 7'9"	2340 mm / 7'8"	
Altura:	2393 mm / 7'10"	2280 mm / 7'6"	
Capacidad	33,2 m ³ / 1172		
Cub.	ft ³		



Fuente: <http://www.affari.com.ar/conttt.htm>

4.6. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

ETIQUETA: Es una parte fundamental del producto, porque sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto, también para cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas para cada industria o sector.

El etiquetado de productos de exportación está afectado por tres elementos diferenciadores: idioma, legislación local e información al consumidor.

Imagen 11: Etiqueta



Fuente: Parquet Los Pinos

Elaborado Por: Parquet Los Pinos

PAÍS DE ORIGEN: EL "MADE IN"

Los consumidores valoran el producto o servicio que les ofrece la empresa no sólo por su apariencia, precio, calidad, etc. El made in o país de origen del producto afecta también a sus decisiones de compra. Esta apreciación, tanto si es positiva como es negativa, puede alterarse con el paso del tiempo y, además, ser distinta para cada mercado. El país de origen también puede afectar de forma diferente a esta percepción, según los productos de que se trate.

Las etiquetas pasan a ser no sólo un medio informativo sino también un canal de formación para el consumidor.

Imagen 12: País De Origen



Fuente: Parquet Los Pinos

Elaborado Por: Parquet Los Pinos

EMPAQUE: Es una parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta.

Imagen 13: Empaque



Fuente: parquet los pinos

Imagen 14: Producto Final



Fuente: Parquet Los Pinos

Para enviar el producto al mercado peruano se realizara en una caja de cartón del cual llevaría 4 galones que contiene 5 litros, y una estimación para exportar la laca es de 3000 galones en el año.

4.7. FORMAS DE PAGO

- **Prepago**

Se recibe el valor total de la exportación, antes de embarcar la mercancía. El prepago funciona cuando se tiene la suficiente confianza en el vendedor, pero esto se torna muy difícil especialmente cuando se está iniciando una actividad exportadora.

- **Giro a la vista**

El exportador envía los productos y en un viaje posterior pasa a retirar los cheques o en su defecto pide que se lo depositen en su cuenta corriente o solicita que realicen una transferencia.

- **Giro a plazos**

Es el giro a 60, 90 y hasta 120 días a plazo. Significa que una vez embarcadas las mercancías, hay que esperar que se cumpla el plazo. Tan solo unos días antes del vencimiento, se puede hacer un recordatorio a su cliente en el exterior para que prepare el cheque o se disponga a realizar la transferencia internacional.

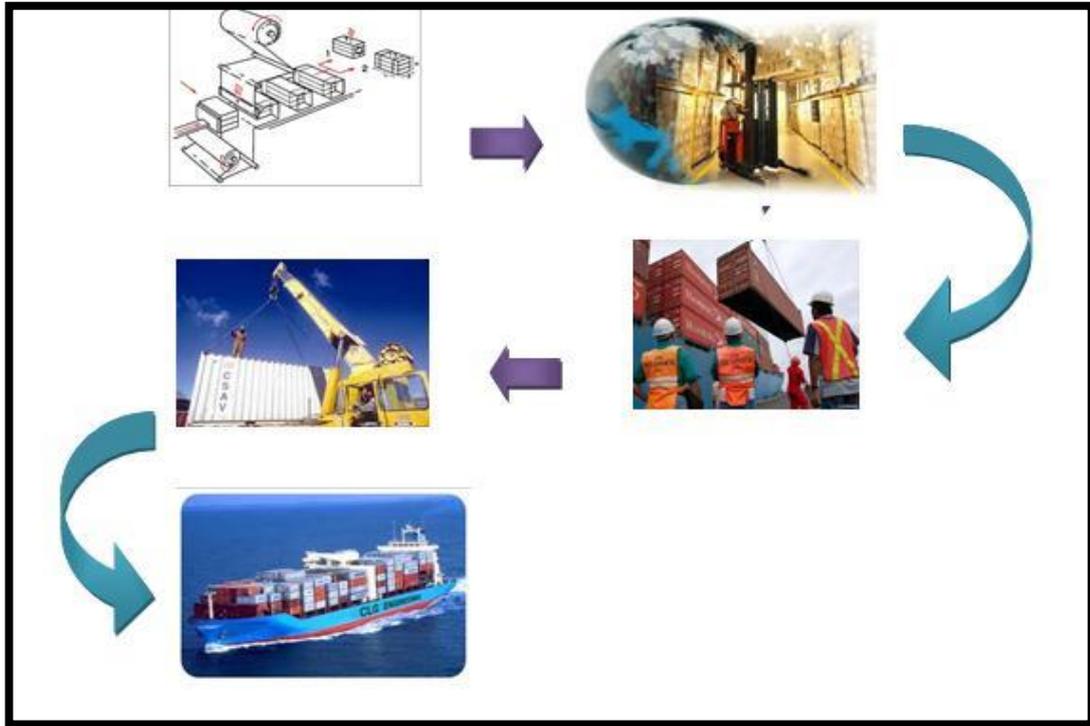
Forma de pago a utilizar en nuestra exportación

Se utilizará un Giro a la Vista donde nuestro importador nos realizará una transferencia bancaria.

4.8. INFORMACIÓN ARANCELARIA DE ECUADOR Y PERU

4.8.1. Comercialización

Imagen 15: Comercialización



Fuente: google

Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

Anteriormente ya se realizó un estudio de mercado que fue de Perú, y se obtuvo un buen resultado, entonces se procede a la comercialización del producto.

4.8.2. Canales De Distribución

Imagen 16: Estrategia de Distribución Para La Exportación



Fuente: Google

4.8.3. Información Arancelaria De Ecuador Y Perú

4.8.3.1. Partida Arancelaria Perú

Cuadro 26: Partida Arancelaria Perú

SECCIÓN:VI	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXA
CAPITULO:32	Extractos Curtientes O Tintóreos; Taninos Y Sus Derivados; Pigmentos Y Demás Materias Colorantes; Pinturas Y Barnices; Mástiques; Tintas

32.08	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados, dispersos o disueltos en un medio no acuoso; disoluciones definidas en la Nota 4 de este Capítulo.
32.08	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados, dispersos o disueltos en un medio no acuoso; disoluciones definidas en la Nota 4 de este Capítulo.
<u>3208.10.00.00</u>	- A base de poliésteres
<u>3208.20.00.00</u>	- A base de polímeros acrílicos o vinílicos
<u>3208.90.00.00</u>	- Los demás
32.09	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados, dispersos o disueltos en un medio acuoso.
3209.10.00.00	- A base de polímeros acrílicos o vinílicos
<u>3209.90.00.00</u>	- Los demás
32.10	Las demás pinturas y barnices; pigmentos al agua preparados de los tipos utilizados para el acabado del cuero.
3210.00	Las demás pinturas y barnices; pigmentos al agua preparados del tipo de los utilizados para el acabado del cuero.
<u>3210.00.10.00</u>	- Pinturas marinas anticorrosivas y anti incrustantes
<u>3210.00.20.00</u>	- Pigmentos al agua de los tipos utilizados para el acabado del cuero
<u>3210.00.90.00</u>	- Los demás
32.11	Secativos preparados.

Fuente: <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=3209100000&Desc=>

Elaborado por: Marcia Fiallos

Cuadro 27: Gravámenes

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

Fuente: <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=3209100000&Desc=>

Elaborado por: Marcia Fiallos

4.9. PRECIO DE EXPORTACIÓN

Cuadro 28: Precio de Exportación

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Precio laca	11	33.000,00
CIF	11	33.000,00
Agente de aduana	0,13	397,38
Trámites aduaneros	0,20	590,34
Control técnico aduanero	0,27	803,67
Manejo terminal y portuario	0,62	1.859,63
Transporte interno	0,84	2.516,70
Seguro	0,92	2.770,17
Arancel 6%	0,66	1.980,00
Costo total CIF	14,64	43.917,89
Flete marítimo	0,86	2.580,26
(Precio al Consumidor)	15,50	46.498,15

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Marcia Fiallos

Para determinar el precio de la laca al mercado peruano se determinó de los 3000 galos que se pretende exportar.

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

El presente proyecto se pretende analizar los beneficios económicos que tendrá la empresa Parquet Los Pinos, al exportar Laca para pisos de madera hacia el mercado de Perú. Para esto se va realizar una evaluación de los indicadores el VAN y el TIR.

5.1. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son el resultado de todo proceso contable, para indicar una forma clara y objetiva de la situación que se encuentra la empresa.

Los Estados Financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de la entidad. (Perramon, 2016)

5.1.1. BALANCE GENERAL

El Balance General es un documento contable que demuestra la situación financiera de una entidad económica para un momento determinado, en la medida en que dicha situación sea expresable en términos monetarios y según sean reflejados por los registros contables. (Lic. Francisco Martinez, 2005)

Los datos del balance general cedidos por la empresa Parquet los Pinos, presenta la siguiente estructura.

Cuadro 29: Balance General

PARQUET LOS PINOS					
BALANCE SITUACION INICIAL					
AÑO 2016					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		23.000,00	PASIVO A LARGO PLAZO		188.000,00
Disponible			Préstamos bancarios	180.000,00	
Caja	3.000,00		Proveedores	8.000,00	
Bancos	20.000,00		TOTAL PASIVO		188.000,00
Realizable		60.000,00			
Materia Prima	60.000,00				
ACTIVOS FIJOS		948.900,00	PATRIMONIO		845.700,00
Muebles de oficina	2.100,00		Capital social	845.700,00	
Equipo de oficina	2.000,00				
Equipo de computación	1.800,00				
Maquinaria	38.000,00				
Vehículos	55.000,00				
Terreno	850.000,00				
ACTIVOS DIFERIDOS		1800,00			
Gastos de constitución	1800,00				
TOTAL ACTIVOS		1.033.700,00	TOTAL PASIVO +PATRIMONIO		1.033.700,00

Fuente: Parquet los Pinos

Elaborado por: Marcia Fiallos

5.1.2. Estado De Resultados

El Estado de Resultados es un resumen de los cambios de capital y patrimonio durante el período, que resultan de las actividades comerciales, el cual nos muestra si se están generando utilidades o pérdidas.

Servirá además como herramienta para formular la futura política económica y financiera de la empresa.

El Estado de Resultados refleja la situación económica de la empresa la misma que puede ser utilidad o pérdida durante cierto periodo de tiempo en éste caso Diciembre del 2015 es cual refleja una utilidad neta de \$1699,65.

A continuación se detalla el Estado de Resultados del periodo Diciembre del 2015:

Cuadro 30: Estado de Resultados

PARQUET LOS PINOS	
ESTADO DE RESULTADOS	
ENERO A DICIEMBRE DEL 2015	
Ingresos	105.087,80
(-) Costo de producción y ventas	65.432,89
(=)UTILIDAD BRUTA	39.654,91
(-) Gastos administrativos	30.660,00
(-) Gastos financieros	6.328,80
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	2.666,11
(-) 15% Participación trabajadores	399,92
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	2.266,19
(-)25% Impuesto a la renta	566,55
(=)UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	1.699,65

Fuente: Parquet los Pinos

Elaborado por: Marcia Fiallos

5.1.3. Flujo de Efectivo

El Flujo de Efectivo demuestra el comportamiento del dinero efectivo (al inicio y al final de un ejercicio económico), con el objeto de no ocasionar desequilibrios económicos. (Martinez, 2005)

A continuación se detalla el flujo de efectivo, tomando en cuenta que la empresa Parquet Los Pinos.

Cuadro 31: flujo efectivo

CUENTAS	2014	2015
VENTAS	80.574,58	105.087,80
TOTAL DE INGRESOS	80.574,58	105.087,80
GASTOS OPERACIONALES	25.178,14	37.955,26
TOTAL COSTOS Y GASTOS	25.178,14	37.955,26
FLUJO DE CAJA	55.396,44	67.132,54

Fuente: Parquet los Pinos

Elaborado por: Marcia Fiallos

5.1.3.1. Flujo de Efectivo Proyectado

Para la realización del flujo de Efectivo proyectado se aplicara el método de mínimos cuadrados para las proyecciones de ingresos y egresos.

Cuadro 32: Calculo Ingresos

Año	Periodo (x)	Ingresos (y)	x ²	y ²	x.y
2014	1	80.574,58	1	6.492.262.942,18	80.574,58
2015	2	105.087,80	4	11.043.445.708,84	210.175,60
	3	185.662,38	5	17.535.708.651,02	290.750,18

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{185.662,38 - 24.513,22(3)}{2} = 56061,36$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{2(290.750,18) - 3(185.662,38)}{2(5) - 3^2} = 24513,22$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{24.513,22 (2)}{185.662,38} = 0,2640$$

$$y = a + bx$$

$$y(2016) = 56.061,36 + 24.513,22 (3) = 129.601,02$$

$$y(2017) = 56.061,36 + 24.513,22 (4) = 154.114,24$$

$$y(2018) = 56.061,36 + 24.513,22 (5) = 178.627,46$$

$$y(2019) = 56.061,36 + 24.513,22 (6) = 203.140,68$$

$$y(2020) = 56.061,36 + 24.513,22 (7) = 227.653,90$$

Cuadro 33: Calculo Egresos

Año	Periodo (x)	Egresos (y)	x ²	y ²	x.y
2014	1	25.178,14	1	633.938.733,86	25.178,14
2015	2	37.955,26	4	1.440.601.761,67	75.910,52
	3	63.133,40	5	2.074.540.495,53	101.088,66

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{63.133,40 - 12.777,12(3)}{2} = 12.401,02$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{2(101.088,66) - 3(63.133,40)}{2(5) - 3^2} = 12.777,12$$

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} = \frac{12.777,12(2)}{63.133,40} = 0,4048$$

$$y = a + bx$$

$$y(2016) = 12.401,02 + 12.777,12 (2) = 50.732,38$$

$$y(2017) = 12.401,02 + 12.777,12 (3) = 63.509,50$$

$$y(2018) = 12.401,02 + 12.777,12 (4) = 76,286,62$$

$$y(2019) = 12.401,02 + 12.777,12 (5) = 86.063,74$$

$$y(2020) = 12.401,02 + 12.777,12 (6) = 101.840,86$$

Cuadro 34: Flujo de Efectivo proyectado

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	129.601,02	154.114,24	178.627,46	203.140,68	227.653,90
Egresos	50.732,38	63.509,50	76.286,62	89.063,74	101.840,86
Flujo de caja	78.868,64	90.604,74	102.340,84	114.076,94	125.813,04

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Marcia Fiallos

5.2. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. (Barrachinacubillo, 2014)

La fórmula es la siguiente:

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

En donde:

FN: Flujo neto

i: tasa de interés

n: número de años que dura el proyecto

I₀: Inversión Inicial

$$VAN1 = \left[\frac{78.868,64}{(1.9330)^1} \right] + \left[\frac{90.604,74}{(1.9330)^2} \right] + \left[\frac{102.340,84}{(1.9330)^3} \right] + \left[\frac{114.076,94}{(1.9330)^4} \right] + \left[\frac{125.813,04}{(1.9330)^5} \right] - 845.700,00$$

$$VAN1 = \$753.647,90$$

$$VAN2 = \left[\frac{78.868,64}{(1.5100)^1} \right] + \left[\frac{90.604,74}{(1.5100)^2} \right] + \left[\frac{102.340,84}{(1.5100)^3} \right] + \left[\frac{114.076,94}{(1.5100)^4} \right] + \left[\frac{125.813,04}{(1.5100)^5} \right] - 845.700,00$$

$$VAN2 = \$686.037,91$$

5.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones, y se representa en porcentaje. (Espinoza, 2015)

Su fórmula es la siguiente:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} \right]$$
$$TIR = 1.9330 + (1.5100 - 1.9330) \left[\frac{753.647,90}{753.647,90 + 686.037,91} \right]$$
$$TIR = 0,54 * 100$$
$$TIR = 54\%$$

La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto es de 54%, con el cálculo que se realizó de puede manifestar que el proyecto es rentable.

5.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Me permite saber cuánto de ganancia tendré por cada dólar invertido.

$$RB/C = \left[\frac{VN + VAN_1}{C} \right]$$
$$RB/C = \left[\frac{129.601,02 + 753.647,90}{845.700,00} \right]$$
$$RB/C1 = 1,04$$

$$RB/C = \left[\frac{VN + VAN_2}{C} \right]$$
$$RB/C = \left[\frac{129.601,02 + 686.037,91}{845.700,00} \right]$$
$$RB/C2 = 0,96$$

Como se puede determinar el Beneficio Costo es de 1,04 y 0,96 respectivamente dependiendo del Valor Actual Neto, considerando que el resultado es mayor que 1, esto significa que los ingresos son mayores que los egresos.

Puesto que el proyecto si es ejecutable ya que por cada dólar invertido se recuperara \$0,04 ctvs.

Cuadro 35. Indicadores financieros

VAN 1	\$763.647,90
VAN 2	\$686.037,91
TIR	54%
RB/C 1	1,04
RB/C 2	0,96

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Marcia Fiallos

5.5 Periodo De Recuperación De La Inversión

El periodo de la recuperación de la inversión determina exactamente en qué tiempo se recupera la inversión, con los flujos de efectivo proyectado.

Cuadro 36: Periodo de recuperación de la inversión

Periodos	Inversión	Flujos	Flujos Acumulados
0	\$ 845.700,00		
1		78.868,64	78.868,64
2		90604,74	169.473,38
3		102.340,84	271.814,22
4		114076,94	385.891,16
5		125813,04	511.704,20

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Marcia Fiallos

En el cálculo del periodo de la recuperación de la inversión se aplicara la siguiente formula:

$$= a + ((b - c) / d)$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Periodo de Recuperación de la Inversión = $a + ((b - c) / d)$

A= 4

B= \$ 845.700,00

C= \$ 271.814,22

D= \$ 114076,94

Periodo de recuperación de la inversión = $4 + (\$845.700,00 - \$271.814,22) / \$114.076,94$

Periodo de recuperación de la inversión = 4, 5,030690515

Para el cálculo más exacto se transformara 5,030690515 años a meses a través de una regla de 3.

Cuadro 37: Cálculo Del Periodo De Recuperación

AÑOS	MESES
1	12
5,030690515	60,37

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Marcia Fiallos

El período de recuperación de la inversión es de 9 años 3 meses, y considerando que el proyecto se lo ha proyectado a 5 años, se puede decir que es un tiempo inapropiado.

Por el cual el proyecto no es rentable.

5.6 Punto de Equilibrio

Es el nivel de producción o volumen de ventas en el cálculo de las operaciones no producen ganancias, ni pérdidas. El punto de equilibrio es la intersección de las curvas de ingresos y el total de los costos. (Muñoz Z. & Mora G., 2009)

El equilibrio de un proyecto constituye al volumen productivo que corresponde a una situación donde no se obtiene ganancias ni se incurre en pérdidas, es decir cuando los ingresos permiten cubrir los costos.

En el presente proyecto se ha procedido al cálculo en función de las siguientes fórmulas:

$$PE_{\text{dolares}} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{\text{Ingresos}}}$$

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CV_u}{PV}}$$

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PV - CV_u}$$

Donde:

CF = costos fijos;

CV= costos variables

PV = precio de venta;

CVu = costo variable unitario

Proceso de cálculo:

Cuadro 38: Costo total

Costos Variables		
Detalle	Parcial	Total
A. COSTOS DE PRODUCCIÓN		98000,00
COSTOS DIRECTOS	98000,00	
Materia Prima	60000,00	
Maquinaria	38000,00	
Costos Fijos		137421,69
B. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.		30660,00

Sueldos y Salarios	30660,00	
C. GASTOS DE VENTA		100432,89
Costo de Venta	65432,89	
Vehículo	35000,00	
D. GASTOS FINANCIEROS		6328,80
Intereses	6328,80	
COSTO TOTAL.		235421,69

Fuente: Parquet los Pinos
Elaborado por: Marcia Fiallos

Una vez clasificadas los costos se procederá al método gráfico del punto de equilibrio:

Cuadro 39: Valores para el punto de equilibrio

Ingresos	105087,80
Precio	15,50
Cantidad	3000
Costo Total	235421,69
Costo Variable	98000,00
Costo Fijo	137421,69
Utilidad	1699,65
Costo variable unitario	11,00

Fuente: Tabla Proyección Costos Totales
Elaborado por: Marcia Fiallos

Punto de equilibrio en dólares

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PE\$ = \frac{137.421,69}{1 - \frac{98000,00}{105087,80}}$$

$$PE\$ = 2.037.493,03$$

Punto de equilibrio en ventas

$$PE_{ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVu}{PV}}$$

$$PE = \frac{137.421,69}{1 - \frac{11,00}{15,50}}$$

$$PE = 473.341,38$$

Punto de equilibrio en unidades

$$PE_{unidades} = \frac{CF}{PV - CVu}$$

$$PE_{unidades} = \frac{137.421,69}{15,50 - 11,00}$$

$$PEu = 30.538,15$$

En la parte superior encontramos los cálculos realizados para obtener el punto de equilibrio del proyecto, en donde para no perder ni ganar se debe vender \$ 473.341,38.

IDEA A DEFENDER

Si la Empresa Parquet “Los Pinos”, sigue los pasos de este análisis obtendrá beneficios necesarios para incrementar los ingresos de ventas y utilidades a partir de su aplicación. Como se ha podido visualizar en los estados financieros, proyecciones y evaluación financiera año tras año se obtendrá incrementos, es por eso que propongo a la Empresa Parquet “Los Pinos”, ejecutar este proyecto ya que incrementara su rendimiento financiero y económico y a la vez ayudara a satisfacer las necesidades de los consumidores de un nuevo mercado y por ende a la economía del país.

CONCLUSIONES

- El proyecto resulta técnicamente factible y económicamente rentable como lo demuestran los indicadores del VAN, TIR y el periodo de recuperación.
- Ecuador como la Empresa Parquet “Los Pinos”, cumple con todos los requisitos necesarios para poder entrar con laca para pisos de madera al mercado Peruano, para así cubrir la demanda insatisfecha que presenta dicho mercado.
- Al analizar el mercado Peruano se ha constatado que la producción de laca para pisos de madera es muy escasa debido a sus desventajas de producción, de infraestructura, apoyo del estado entre otras, esto se refleja en sus exportaciones, lo que permite que la laca ecuatoriana sean muy acogida en dicho mercado.
- El Incoterm que se utilizara en este proyecto es el CIF, ya que resulta más rentable y conveniente para la empresa PARQUET "LOS PINOS", debido a que brinda varios beneficios ya que es el comprador quien asume la mayor parte de las operaciones, además este Incoterm genera menores riesgos para la parte compradora y vendedora.

RECOMENDACIONES

- Con los resultados obtenidos en la evaluación financiera se recomienda ejecutar el proyecto de exportación con el debido análisis que se requiere para iniciar una exportación.
- Conservar una administración responsable tanto en la producción, y capacitación del personal como en las negociaciones de exportación, mediante un nivel de producción acorde a las exigencias del mercado Peruano.
- Se recomienda aprovechar los beneficios de los tratados comerciales que tiene el Ecuador con los países del mundo.

BIBLIOGRAFÍA

(INEI), I. N. (Mayo de 2016). *producto interno bruto*. Obtenido de informe tecnico: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n02_pbi-trimestral_2016i.pdf

ARCILA, C. O. (2006). *DICCIONARIO DE COMERCIO INTERNACIONAL*. BOGOTA-COLOMBIA: DIGIPRINT EDITORES.

Atrium. (2011). *la madera*. tomo 1,pagina 11.

Barrachinacubillo, M. (2014). VAN. Obtenido de <http://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/valor-actual-neto-van/>

Blogspot. (2014). *citytourslima*. Obtenido de <http://citytourslima.blogspot.com/2011/04/vias-de-acceso-al-peru.html>

Boríssov, Z. y. (1965). *Economía Política y Finanzas*. Union Sovietica: eumed.net.

Camara.org. (02 de 06 de 2011). *informacion comercial*. Obtenido de informacion comercial: <http://www.lacamara.org/website/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20per.pdf>

ComercioyAduanas.com.mx. (2014-2015). *ComercioyAduanas.com.mx* . Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/113-que-es-comercio-internacional>

CONTRERAS, P., FISHER, P., & BARBARA. (2003). *Diccionario de Términos de Comercio*.

COPCI. (29 de Diciembre de 2010). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES* . Obtenido de REGISTRO OFICIAL: http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf

DIAN. (31 de Octubre de 2013). *GLOSARIO DE TÉRMINOS EN MATERIA ADUANERA*. Obtenido de DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES:

<http://www.dian.gov.co/dian/12Sobred.nsf/af2b7ae7e9393d6e05256ed2006a9e63/9f4e3c1d5887205c0525767b0068fc4e?OpenDocument>

EL TALLERCITO. (2008-2013). *info@eltallercito.org*. Obtenido de http://eltallercito.org/historia_y_origen_del_lacado.html

Espinoza, S. F. (2015). Tasa Interna de Retorno. En S. F. Espinoza, *Los Proyectos de Inversión* (pág. 132). Costa Rica: Tecnologica. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>

EUMED.NET. (2014). Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/la/13/incoterms.html>

GESTIOPOLIS.COM. (15 de ENERO de 2002). *GESTIOPOLIS.COM*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-un-acuerdo-comercial/>

Gilberto Herrera. (1981). *inventario forestal de la region amazonica ecuatoriana sector central*. provincia pazstaza.

LEXIS. (9 de JUNIO de 1997). *SISTEMA INTEGRADO DE LEGISLACION ECUATORIANA*. Obtenido de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/LEY_DE_COMERCIO_EXTERIOR_E_INVERSIONES_LEXIS.pdf

Lic. Francisco Martinez. (2005). *Balance General* . Mexico.

MADERA FINA. (2015). Obtenido de <http://madera-fina.blogspot.com/2015/06/todo-sobre-la-laca-tipos-de-acabados.html>

Martinez, L. F. (2005). *Estados Financieros* . Mexico .

MIPRO. (2010). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/el-ministero/>

Neuro. (2015). *Peru*. Obtenido de <http://neuroc99.sld.cu/peru.htm>

PARQUET, ". (2016).

Perramon, O. A. (25 de 1 de 2016). *Normas Internacionales de la Contabilidad*. España: 2da Edicion Actualizada.

Pro ecuador . (05 de 01 de 2016). *Pro ecuador*. Obtenido de Pro ecuador.

PROECUADOR. (2015). *INSTITUCIONAL*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/>

- REEXPORTA, C. E. (2014). *Diccionario de comercio exterior*. Obtenido de Comercio Exterior: <http://www.comercio-externo.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+l-C+p-751+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/certificado+de+origen.htm>
- SABINO, C. (1991). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/dic-cs.htm>
- SENAE. (2015). *INTRODUCCION*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/ace/intro.action>
- Soriano, C. (1990). *Marquetink Mix*. España: Diaz de Santos.
- SRI. (2 de Diciembre de 1997). *EL SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>
- Thomas . (2010). *ESTUDIO DE PREINVERSIÓN PARA EL DESARROLLO FORESTAL DEL NOROCCIDENTE*. ESPAÑA: TOMO III,IV.
- THOMPSON, I. (Junio de 2018). *PromoNegocios.Net*. Obtenido de Estudio de Mercado: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Tiempo. (2015). *noticias cuenca*. Obtenido de noticias cuenca: <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/110125-ecuador-y-pera-fortalecen-las-relaciones-comerciales/>
- Torre, J. d., & Zamarron, B. (2001). *Evaluacion de Proyectos*. Cuarta edicion : Mexico:McGraw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1: Ejemplo Lista de empaque

LOGO DE LA EMPRESA EXPORTADORA				
EMPRESA EXPORTADORA				
Dirección:.....Calle Sur e Intersección				
Teléfono/Fax:.....593-4-2597980				
E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec				
COMPRADOR				
Dirección:.....VIII / SAN MARTIN				
Teléfono/Fax:.....(11)123-45678				
E-mail:..... smartin@gloriosa.com				
DETALLE DEL EMBALAJE				
N° DE BULTO	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	CANTIDAD	KILOS	
			NETO	BRUTO
001	MERCADERÍA CLASE A	100 UNIDADES	50	70
002	MERCADERÍA CLASE B	200 UNIDADES	100	120
003	MERCADERÍA CLASE C	300 UNIDADES	150	170
TOTAL: 3 BULTOS		600 UNIDADES	300	360
MARCAS:	SIN MARCAS			
EMBALAJE:	3 PALETAS			
VÍA:	MARÍTIMO			
FACTURA COMERCIAL:	001-002-00000XXXX			

ANEXO 2: Ejemplo del Certificado de Origen

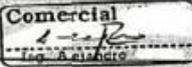
 Ministerio de Industrias y Productividad		COMUNIDAD ANDINA CERTIFICADO DE ORIGEN		N° del Certificado 1693405920130000023P
ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO				
PAIS EXPORTADOR : ECUADOR		PAIS IMPORTADOR : PERU		
N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS		
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR		
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA		
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA		

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-001-000098278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CAETAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
2	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal D)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal F)
3	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal D)

FECHA: 10 JUNIO 2013
 RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A.
 Sello y firma del exportador o productor

Comercial

 Ing. A. Alvarado

OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que solo y firmo en la ciudad de GUAYACUILA a las 14:00 horas del día 10 de junio del 2013


Ing. Victor Bools Mindula
ANALISTA
 Nombre, sello y firma de la Entidad Certificadora

NOTAS: (1): Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
 (2): Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Parcial, indicando número de registro.
 (3): En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizado por su número de orden.
 - El formulario no podrá presentar rasguños, tachaduras o enmiendas.

ANEXO 3: Pro- Forma

Pro-forma Invoice

AIRWAYBILL NO:	DATE OF EXPORTATION:
ABN NO:	INVOICE NO: REF NO:
EXPORTER/SHIPPER	CONSIGNEE
	Company Name:
	Address:

COUNTRY OF EXPORT:	MANUFACTURER'S NAME (if not Shipper)
	Address:
COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION	

ITEMS	FULL DESCRIPTION OF GOODS	QTY	PART#	COUNTRY OF MFTR	AHECC CODE	UNIT VALUE	TOTAL VALUE

GST:	
FREIGHT:	
INSURANCE:	

PLEASE STATE IF GOODS ARE DUTY DRAWBACK
PLEASE STATE IF GOODS ARE HAZARDOUS

CURRENCY:
GRAND
TOTAL:

REASON FOR EXPORT (SAMPLE /SALE/REPAIR):	
---	--

PERMIT NO: (If applicable)	ENCRPTION CODE: (If applicable)
--------------------------------------	---

I declare all the above information to be true and correct to the best of my knowledge and that the goods are of the origine specified above.

FOR & ON BEHALF OF:

COMPANY:

NAME:

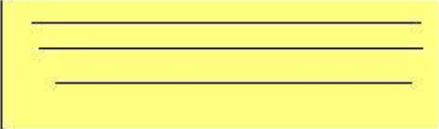
POSITION:

SIGNATURE:

DATE:

ANEXO 4: Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL

EMPRESA EXPORTADORA: Direccion:..... Telefono / Fax:..... E-mail:.....								
Señores: EMPRESA IMPORTADORA: Direccion:..... Atencion:..... INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°.....		Nombre de Contacto:..... Nuestra referencia:..... N° Cliente:..... N° de Orden de Pedido:..... Fecha:.....						
La mercancia ha sido enviada en: Dimensiones Embalaje: Grossweight (Peso Bruto): 231,524.60 kg Netweight (Peso Neto): 230,000.00 kg Marks (marcas): CALLAO PERU Vía: Maritima Made in: Brasil								
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
01	CONTAINERS 14 (9,200 BAGS)	230	TM DE POLIPROPILENO PROLEM			USD / MT 760.87	USD 175,000.00	
			FOB VALLE				175,000.00	
			FREIGHT VALUE				25,700.00	
			CFR CALLAO				200,700.00	
			FREIGHT PREPAID					
INCOTERM: CFR CALLAO				TOTAL FACTURADO				200,700.00

ANEXO 5: Carta Porte

MANIFIESTO DE CARGA TERRESTRE / CARTA PORTE

1 IDENTIFICACION DEL TRANSPORTISTA						COD.		2 REGISTRO ADUANA			
1.2 DIRECCION								NUMERO			
3 IDENTIFICACION DE VEHICULOS		PLACAMATRICULA		PLACAMATRICULA		FNUMERAC.		ESPECIALISTA			
PLACAMATRICULA		PLACAMATRICULA		PLACAMATRICULA							
4 DATOS DEL TRANSPORTE		4.1 PAIS DE EMBARQUE		COD.		4.2 PUERTO D EMBARQUE		COD.			
4.3 ADUANA DE DESTINO				COD.		4.4 TERMINAL DE ALMACENAMIENTO					
4.5 CARTA PORTE Nº		4.6 CONSIGNATARIO		4.7 MARCAS/PRECINTOS		4.8 CANTIDAD DE BULTOS		4.9 DESCRIPCION DE MERCANCIAS		1.10 PESO BRUTO (KGS)	
TARA VEHICULO KGS				TOTAL DE BULTOS				TOTAL PESO BRUTO(Kgs.)			
5 CONTROL ADUANERO FRONTERIZO				6 TERMINAL DE ALMACENAMIENTO							
AUTORIZACION DE TRASLADO AL ALMACEN				FECHA DE RECEPCION			/...../.....			
FECHA SALIDA				HORA DE RECEPCION			/...../.....			
HORA DE SALIDA				FIRMA-SELLO				FIRMA-SELLO			
7 TRANSPORTISTA						8 OBSERVACIONES					
FECHA DE ELABORACION	/...../.....									
FECHA TERMINO DE DESCARGA	/...../.....				FIRMA-SELLO					