



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE ALCACHOFA AL MERCADO DE
BARCELONA-ESPAÑA PARA LA EMPRESA MUNICIPAL
AGROINDUSTRIAL SEÑORA DEL AGRO (EMAISA) DEL CANTÓN
CHAMBO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA EL AÑO 2015-2016**

AUTORA:

MAYRA ALEXANDRA UVIDIA BUENAÑO

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Sta. Mayra Alexandra Uvidia Buenaño, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo

DIRECTOR

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Mayra Alexandra Uvidia Buenaño,, 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 autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 24 de mayo del 2016

Mayra Alexandra Uvidia Buenaño,
C.C. 0603964164

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre por ser el pilar más importante y por demostrarme su cariño. A mi Esposo, Edison Udeo, quien me brindo su amor, su cariño, su estímulo y su apoyo constante, comprensión y paciente espera para que pudiera terminar mi carrera siendo evidencia de su gran amor ¡Gracias!

A mis adorables hijos Iker y Sebastián quienes me prestaron el tiempo que les pertenecía para terminar este sueño que hoy se hace realidad. A los que nunca dudaron de mí que lograría este triunfo a mis hermanos, tías, y toda la familia Gracias a todos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida, agradezco también la confianza y el apoyo brindado por mi Esposo que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor y su apoyo incondicional.

A los Ingenieros Gino Merino e Iván Carrillo por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de este Trabajo de titulación.

Mayra Alexandra Uvidia Buenaño

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos.....	x
Resumen ejecutivo	xi
Abstract.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	2
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. Planteamiento del problema	2
1.1.2. Formulación del problema.....	2
1.1.3. Delimitación del problema	2
1.2. JUSTIFICACIÓN	2
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. Objetivo general	3
1.3.2. Objetivos específicos	3
CAPITULO II: MARCO TEORICO	4
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	4
2.1.1. Antecedentes Históricos	4
2.1.2. Antecedentes de la empresa.....	5
2.1.3. Estructura organizacional	6
2.1.4. Descripción de funciones.....	7
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
2.2.3. Plan	13
2.2.4. Comercialización	14
2.2.5. Promoción.....	16
2.2.6. Plan de Exportación.....	17

2.2.7.	El comercio	19
2.2.8.	Plan de Mercado	19
2.3.	COMERCIO EXTERIOR DE BIENES Y SERVICIOS	20
2.3.3.	Apertura comercial	20
2.3.4.	Principales socios comerciales	20
2.4.	BARCELONA.....	20
2.4.3.	Puertos y Líneas Marítimas	21
2.5.	HIPOTESIS O IDEA A DEFENDER	22
2.5.3.	Idea a defender.....	22
2.5.4.	Hipótesis General	22
2.5.5.	Hipótesis específicas.....	22
2.6.	VARIABLES DE ESTUDIO	22
2.6.3.	Variable independiente:	22
2.6.4.	Variable dependiente	22
2.7.	FUNDAMENTO LEGAL	23
	CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	25
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.2.1.	Investigación de campo	26
3.2.2.	Investigación bibliográfica - documental	26
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	26
3.3.1.	Población	26
3.3.2.	Muestra	26
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	27
3.4.1.	Métodos	27
3.4.2.	Técnicas e instrumentos.....	28
3.4.3.	Recolección de la información	28
3.5.	RESULTADOS	28
3.5.1.	Análisis de Resultados.....	28
3.5.2.	Resultado de la Encuesta:	29
3.4.1.	Interpretación de datos.....	34
3.6.	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	34
	CAPITULO IV: LA PROPUESTA.....	36
4.1.	TITULO.....	36

4.2.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	36
4.2.1.	Fundamentación.....	36
4.2.2.	Análisis FODA	44
4.2.3.	Estudio de mercado	48
4.2.4.	Análisis del mercado	49
4.2.5.	Estudio de la oferta	50
4.2.6.	Canal de distribución	51
4.2.7.	Estudio económico financiero	52
4.2.8.	Análisis financiero	59
4.2.9.	Evaluación del proyecto	65
4.2.10.	Logística de exportación.....	71
4.5.1.	Reglamentaciones en materia de empaçado y etiquetado	93
	CONCLUSIONES	96
	RECOMENDACIONES.....	98
	BIBLIOGRAFÍA	99
	ANEXOS	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	¿En qué Región vive Usted?.....	29
Tabla 2	¿Consume Usted alcachofa?.....	30
Tabla 3	¿Con qué frecuencia consume alcachofa.....	31
Tabla 4	¿Qué cantidad en Kg de alcachofa consume usted en el año?	32
Tabla 5	¿Qué le impulsa a consumir alcachofa?	33
Tabla 6	Principales Sectores Productivos.....	37
Tabla 7	Total de exportaciones de ecuadorp.a. 0208900000	49
Tabla 8	Producción de alcachofa en el ecuador	51
Tabla 9	Costos de producción	53
Tabla 10	Costos de administración.....	54
Tabla 11	Costos de venta.....	54
Tabla 12	Costos total	55
Tabla 13	Rubros.....	56
Tabla 14	Maquinaria y equipo	57
Tabla 15	Inversión intangible	57
Tabla 16	Capital de trabajo.....	58
Tabla 17	Inversión total	59
Tabla 18	Ingresos.....	60
Tabla 19	Costos fijos y variables.....	61
Tabla 20	Estado de resultados	63
Tabla 21	Balance general	64
Tabla 22	Flujo neto del efectivo	65
Tabla 23	VAN +	67
Tabla 24	VAN -	68
Tabla 25	Información de etiquetado del producto.....	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Estructura Organizacional.....	6
Gráfico 2	Canales básicos de distribución de productos de consumo.....	15
Gráfico 3	Mapa ubicacion Barcelona.....	21
Gráfico 4	Región en la que viven las personas	29
Gráfico 5	Decisión de consumo	30
Gráfico 6	Frecuencia de consumo de alcachofa.....	31
Gráfico 7	Kg de alcachofa que se consume al año.....	32
Gráfico 8	Impulso de consumo	33
Gráfico 9	TOTAL DE EXPORTACIONES POR AÑO.....	50
Gráfico 10	CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.....	52
Gráfico 11	PUNTO DE EQUILIBRIO	62
Gráfico 12	INCOTERMS, riesgos y obligaciones	75
Gráfico 13	Transferencia de Responsabilidad FOB.....	76
Gráfico 14	Logística de distribución Clientes.....	79
Gráfico 15	PROCESO DE EXPORTACIÓN	80
Gráfico 16	Fase de Pre embarque.....	82
Gráfico 17	Flujograma de Fase de Post-Embarque.....	84
Gráfico 18	Etiquetado, marcado y codificación.....	94
Gráfico 19	Diseño de Logotipo	95
Gráfico 20	Empaquetado y marcaje del Producto.....	95

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar el plan de exportación de alcachofa al mercado de Barcelona-España para la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA del cantón Chambo, provincia de Chimborazo para el año 2015-2016, para determinar los beneficios económicos directos e indirectos a través de la generación de divisas, empleo para la población, desarrollo humano, mejoramiento de la calidad de vida y otros beneficios sociales que impulsan la cultura de desarrollo en la provincia, lo cual se encuentra determinado a través del estudio de mercado presentado en este plan de exportación, como base el análisis y evaluación financiera a través de indicadores como: Punto de Equilibrio, constituye al volumen productivo que corresponde a una situación que los ingresos permiten cubrir los costos, TREMA La evaluación financiera estudia los aspectos monetarios del plan de exportación y la contribución al inversionista, TIR se justifica desde el punto de vista financiero, por lo que la tasa del proyecto (63,77%) es conveniente para los inversionistas. El VAN mide la rentabilidad del plan en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. El indicador RB/C, señala qué utilidad tendremos con el costo que representa la inversión financieramente, el periodo de retorno de la inversión se recupera en 1 año 5 meses.

Como conclusión se establece el fomentar la conformación y el fortalecimiento de núcleos productivos empresariales a nivel regional para mejorar la capacidad de negociación entre productores minoristas y la asociación.

Palabras Clave: Plan de Exportación, Alcachofa, Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro, Exportación, Mercado Internacional, Negociación, Asociación.

Ing. Gino Geovanny Merino Naranjo
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITUTLACIÒN

ABSTRACT

The present research aims to develop the plan of export of artichoke to the market of Barcelona- Spain for the Municipal Company Agroindustrial Señora del Agro MCAISA of canton Chambo, province of Chimborazo by the year 2015-2016, to determine the economic benefits direct and indirect through the generation of foreign currency, employment for the population, development of human and improving the quality of life and other social benefits that drive the culture of development in the province, which are determined through the market study presented in this plan of export, as a base analysis and financial evaluation using indicators such as: balance point, constitutes the production volume which corresponds to a situation that revenues cover cost, TREMA the financial evaluation studies the monetary aspects of the export plan and the contribution to the investor, IRR is justified from the point of view of financial, so that the rate of the project (63,77) is convenient for investors. The NPV measures the profitability of the plan of monetary values that exceed the desired profit after retrieving all the investment. RB/C indicator, indicates that the utility will have with the cost that represents investment financially, the period of return on investment is recovered in 1 year 5 months.

Conclusion is established to promote the establishment and strengthening of business productive nucleus at regional level to improve the capacity of negotiation between producers and Association.

Key words: export plan, artichoke, Municipal Company Agroindustrial Señora del Agro, export, international market, negotiation, association.

INTRODUCCIÓN

Ecuador requiere cada vez más esfuerzos para generar mayor desarrollo económico por lo que es necesario fomentar actividades productivas que generen empleos y por ende una mejor calidad de vida en la población.

Según el MIPRO, en la actualidad, a nivel mundial se ha incrementado la demanda de nuevos productos agrícolas, lo cual ha generado oportunidades, el presente plan de exportación tiene por objetivo mostrar la viabilidad de la exportación de alcachofa al mercado de Barcelona - España, dado que la Empresa Municipal Agroindustrial Señor del Agro (EMAISA), ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Chambo, que satisface la demanda local y tiene mucho interés en los mercados internacionales con este producto, además de la ventaja comparativa que Ecuador tiene con el producto, respecto a otros países por sus condiciones climáticas y técnicas de siembra y cosecha para el desarrollo de producción a lo natural.

Con esta técnica hace que nuestro producto tenga un sabor incomparable y sea competente en los mercados internacionales.

Mediante esta institución se puede optar por maquinaria tecnificada para la siembra, cosecha y empaquetado del producto, esto nos ayuda a minimizar costos, tiempo, y mano de obra, dándonos como resultado un producto higiénicamente y de calidad, el cual también obtendremos mayor producción y mayores ingresos para la empresa a la vez también se podrá cubrir con la demanda tanto local como internacional.

Siendo un negocio tan beneficioso para las empresas, en el país no está desarrollado de manera eficiente, por lo cual ofrece una ventaja significativa para los nuevos empresarios dispuestos a implementar controles de calidad, tecnología e ideas para el incremento de exportación de productos no tradicionales, de este forma obtener un producto de alta calidad, con precios accesibles para el mercado.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.1.1. Planteamiento del problema

La Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA, en la actualidad ha venido produciendo y comercializando alcachofa para el consumo en el mercado local, mejorando continuamente su calidad llegando a posesionarse en su contexto, en el presente no cuenta con un plan de exportación ocasionando que sus productos sigan siendo comercializados a nivel nacional y no a nivel internacional, generando limitaciones en sus ingresos, tanto para productores como para sus asociados.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye un plan de exportación de alcachofa hacia el mercado de Barcelona-España, en los niveles de ingresos de la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA?

1.1.3. Delimitación del problema

El problema está delimitado al plan de exportación de alcachofa al mercado de Barcelona-España para la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA, ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Chambo para el año 2015-2016.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Este plan de exportación de alcachofa, nos permitirá encontrar beneficios económicos directos e indirectos a través de la generación de divisas, empleo para la población, transformándola en económicamente inactiva, desarrollo humano, mejoramiento de la calidad de vida y otros beneficios sociales que impulsan la cultura de desarrollo en la provincia de Chimborazo como en el caso de la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA.

Desde un punto de vista técnico, la propuesta nos ayuda a conocer los procesos de exportación de alcachofa desde nuestro país hacia el exterior tomando en cuenta todas las Políticas que impone el país destino, y rigen para el tipo de producto que se desea poner en el mercado internacional.

Desde el punto de vista práctico, se pretende mejorar los ingresos económicos de la empresa.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

- Desarrollar el plan de exportación de alcachofa al mercado de Barcelona-España para la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA del cantón Chambo, provincia de Chimborazo para el año 2015-2016.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar el mercado de consumo de alcachofa a nivel nacional y en el mercado de Barcelona.
- Establecer canales de comercialización para la exportación de alcachofa.
- Determinar la logística sobre la exportación de alcachofa hacia el mercado de Barcelona.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. Antecedentes Históricos

A partir de los años ochenta se dieron a conocer con mayor difusión los planes de inversión, aún existen empresas en donde no se llevan a cabo, principalmente en las pequeñas y medianas.

Hernández H. Villalobos. (2001),“A principios de los setenta era poco común escuchar sobre planes de inversión, en especial en el ámbito de la micro y pequeña empresa, estas las inversiones las realizaban en base a lo que sucedía con el vecino, a quien le había ido bien en determinado negocio, o bien por la convicción de que el negocio sería un éxito porque en esa zona o región, se carecía de este tipo de empresa, lo anterior ocasionaba muy a menudo, el fracaso de las empresas, por no tomar en consideración que en toda inversión es necesario realizar un estudio profundo de diferentes aspectos relacionados con los planes de inversión.”p.19

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

Chain Nassir Sapag (2007) “Los criterios, técnicas y metodología para formular, preparar y evaluar un plan son de mucho énfasis en el autor.

Sin embargo revisada la biblioteca de la facultad de Administración de Empresas no se encontró tema de tesis igual al propuesto en la presente investigación como plan de exportación.

2.1.2. Antecedentes de la empresa

EMAISA tiene como objetivo fomentar la actividad productiva y comercialización de productos agropecuarios con valor agregado, en condiciones de inocuidad, para mejorar el nivel de vida de los habitantes y obtener una rentabilidad, las mismas que serán reinvertidas para el desarrollo de la empresa.

EMAISA será responsable de la administración, planificación, diseño, construcción, control, operación, evaluación y mantenimiento de los sistemas de producción, distribución y comercialización de productos agrícolas; comprometidos a proteger su entorno. Estas actividades las podrá realizar por sí mismo y /o a través de la contratación de terceros.

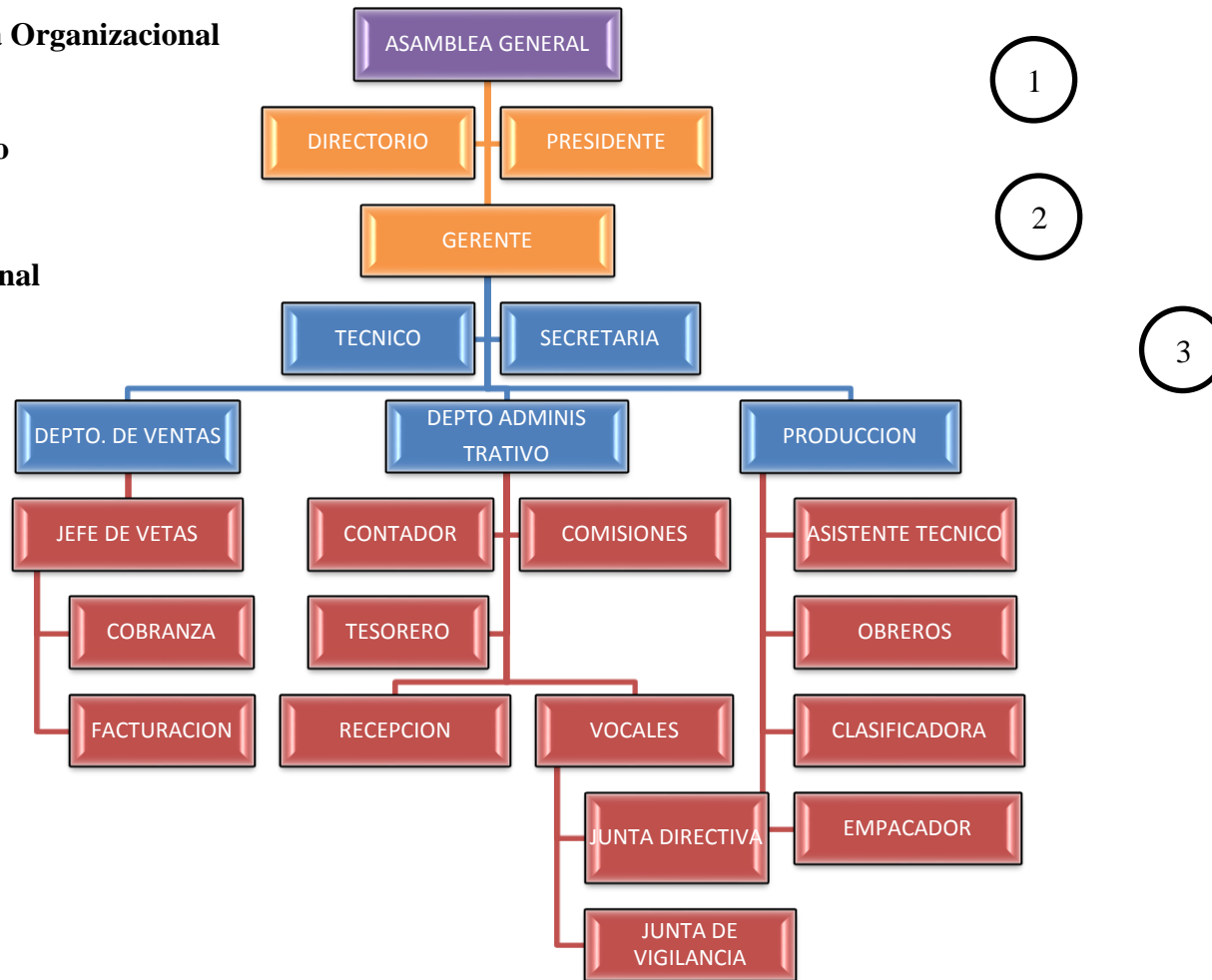
2.1.3. Estructura organizacional

Gráfico 1 Estructura Organizacional

1.- Nivel Ejecutivo

2.- Nivel Directivo

3.- Nivel Operacional



Fuente: AGROPAS
Elaborado por: La Autora

2.1.4. Descripción de funciones

Asamblea General.

La asamblea general de asociados es el órgano supremo de la asociación y está constituida por los asociados activos que cumplen con sus deberes (asociados hábiles). Tienen derecho a un voto sólo los asociados hábiles.

Atribuciones De La Asamblea General

- a) Aprobar o desaprobar el presupuesto, la gestión administrativa y los estados financieros.
- b) Elegir o renovar los cargos del consejo directivo.
- c) Resolver los recursos de apelación cuando el consejo directivo hubiere excluido a un asociado.
- d) Intervenir cuando lo requiera la ley o en cualquier caso necesario a los intereses de la asociación.
- e) Evaluar las actividades del año.
- f) Disponer auditorias financieras y administrativas
- g) Fiscalizar la administración de los bienes y ventas de la asociación.
- h) Tratar cualquier otro asunto de la asociación que no sea competencia de la asamblea general de asociados extraordinaria.

Directorio.

La Administración y dirección de la organización jurídica estará a cargo de un directorio integrado por un Presidente, un Vicepresidente, Tesorero, Secretario, así como de tres Vocales principales y tres suplentes designados por la asamblea general.

La representación legal de la organización jurídica la ejerce el Presidente en la forma y con las limitaciones previstas en el estatuto. A falta, ausencia o incapacidad temporal del Presidente, el Vicepresidente lo subrogará con todos sus deberes y obligaciones.

Funciones del Directorio.

- Organizar la administración de la Asociación;
- Elaborar el plan de trabajo y el presupuesto anual, para ser puesto a consideración de la asamblea para su estudio, aprobación y remitirlo al ministerio respectivo;
- Estudiar y proponer la reforma de estatutos y reglamentos internos para su aprobación en asamblea general;
- Nombrar las comisiones que se requieran para el desarrollo de las actividades gremiales, productivas y de comercialización.

Presidente (a).

El presidente de la asociación es la máxima autoridad inmediata, es de representar a la compañía en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad, también convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva.

Atribuciones del Presidente:

- Ejercer la representación legal de la asociación.
- Presidir las sesiones de la Asamblea y de la Junta Directiva, suscribiendo las respectivas actas.
- Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por la Asamblea y la Junta Directiva.
- Apoyar las actividades de la Asociación.
- Firmar cheques en forma conjunta con cualquiera de los dignatarios: Vicepresidente y Tesorero.
- Presentar a la Junta Directiva, el informe semestral de actividades.

- Sugerir a la Asamblea y a la Junta Directiva los medios y acciones que considere para la buena marcha de la gestión de la asociación
- Ejercer las demás atribuciones que le correspondan según el Estatuto y Reglamento correspondientes. En caso de falta, ausencia o impedimento del Presidente, este podrá ser reemplazado dentro del siguiente orden: Bien sea por el Vicepresidente o por el Tesorero.

Secretario (a)

La Asociación tendrá un Secretario (a) General retribuido con voz consultiva pero sin voto cuyo nombramiento corresponderá a la Junta Directiva. Será jefe de personal y director de todos los servicios de la Asociación, de cuyo funcionamiento es responsable ante la Junta Directiva. Asistirá al Presidente y lo representará cuando éste así lo determine. Son además funciones del Secretario, sin perjuicio de todas aquellas obligaciones que se deriven de la aplicación del presente Estatuto:

Administrador (a).

Es la persona responsable del mantenimiento y funcionamiento de la Asociación, y tiene la capacidad de establecer las políticas, acciones y normas.

Funciones del Administrador

- Ejecutar las decisiones, acuerdos y orientaciones de la Asamblea General y del Consejo Directivo;
- Supervisar el funcionamiento general de los negocios colectivos, la presentación de servicios y el desarrollo de los programas;
- Proponer políticas administrativas de la Asociación y de los negocios y preparar los proyectos de presupuesto y de las reglamentaciones internas y de los servicios;
- Preparar y presentar a la Asamblea General anualmente, dentro de los últimos tres (3) meses del ejercicio económico, el plan general de desarrollo de la Asociación y sus negocios colectivos;

- Hacer cumplir el reglamento interno de trabajo, e higiene y seguridad social y aplicar las sanciones derivadas de los mismos;
- Rendir por lo menos una vez al mes a la Asamblea General un informe escrito sobre las actividades de la empresa y sus negocios;
- Solicitar los gastos según el presupuesto y los extraordinarios; de acuerdo con las facultades concedidas;
- Dirigir las relaciones públicas de los negocios;
- Procurar que todos los miembros reciban información oportuna sobre los servicios, actividades y demás asuntos de interés colectivo;
- Responder por la ejecución de todos los programas y actividades de la Asociación, incluyendo los relacionados con los servicios, productos y educación asociatividad;
- Entregar al sucesor, previo inventario que será suscrito entre el administrador saliente y el entrante, de todo material, equipos. Etc., bajo su responsabilidad;
- Las funciones del administrador y que hacen relación con la ejecución de las actividades de la Asociación, serán desempeñadas directamente.

Tesorero (a).

Es el que lleva a cabo los pagos a los proveedores, los cobros por las actividades que presta la asociación, las gestiones bancarias y todo cuanto tiene que ver con los movimientos de la caja.

Funciones del Tesorero (a).

- Dirigir y supervisar la Tesorería y vigilar los ingresos y gastos.
- Actuar, juntamente con el Presidente, respecto de los intereses económicos de la Asociación y el manejo de sus fondos.
- Elaborar el presupuesto, balance y estados de cuentas que han de ser sometidos a la Asamblea.
- Elaborar un balance mensual, que ha de ser sometido a la Junta Directiva.

- Las restantes que son propias del cargo y que le encomiende el Presidente.

Vocales

Los Vocales tendrán las obligaciones propias de su cargo como miembros de la Junta Directiva y de la Junta de Vigilancia, así como las que nazcan de las delegaciones o comisiones de trabajo que la propia Junta las encomiende.

Contador (a)

El contador (a) estará encargado dentro de la Asociación a brindar la información contable necesaria para el buen funcionamiento financiero

Funciones del Contador (a)

- Controlar la contabilidad de la Asociación e intervenir todos los documentos de cobro y pago correspondientes.
- Generar información financiera para que la asamblea pueda saber del estado real de la economía de la Asociación y así poder tomar decisiones
- Formular con el Tesorero el presupuesto y la cuenta general de gastos e ingresos de cada año, sometiéndolos a la aprobación de la Asamblea General, para que ésta los presente, con su dictamen, al Directorio.
- Rendir a la Asamblea General las cuentas periódicamente de gastos e ingresos.
- Mantener canceladas al día las obligaciones tributarias al estado.
- Llevar a cabo los pagos puntuales tanto dentro de la asociación como fuera de ésta.

Técnico

Dentro de la Asociación será la persona que tiene como fin la obtención de un determinado resultado. Para llegar a este será necesario ejecutar conocimientos técnicos y seguir una serie de reglas y normas que serán el medio para alcanzar el objetivo.

Funciones del Técnico

- Control de calidad en el ingreso de la producción de los socios al centro de acopio para su comercialización o industrialización.
- Es el responsable del proceso productivo, así como del almacenamiento adecuado, manteniéndolo listo para comercializarlo o industrializarlo.
- Preparación y presentación de información técnica, productiva, operativa y reportes administrativos, acerca de su gestión, ante el Administrador del Proyecto.
- Las demás funciones que le asigne el Gerente para asegurar una producción de calidad y costos

Comisiones

Son organismos de apoyo y colaboración del directorio por lo que serán designados y conformados por este para las distintas áreas o labores que considere pertinente.

Las comisiones estarán integradas por personas idóneas, pertenecientes o no a la organización.

Funciones de las Comisiones

- Emitir criterios ante el directorio sobre asuntos que le corresponda.
- Asesorar al Presidente del directorio cuando tenga que emitir criterios relacionados con su área.
- Atender en debida forma el área de su competencia.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El marco teórico sobre el plan de exportación de alcachofa al mercado de Barcelona-España para la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA del cantón Chambo, provincia de Chimborazo para el año 2015-2016, se construye en función de las principales variables del mismo: plan, y exportación y entorno a ello se rescata la opinión de varios autores:

2.2.3. Plan

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2.4. Comercialización

La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios.

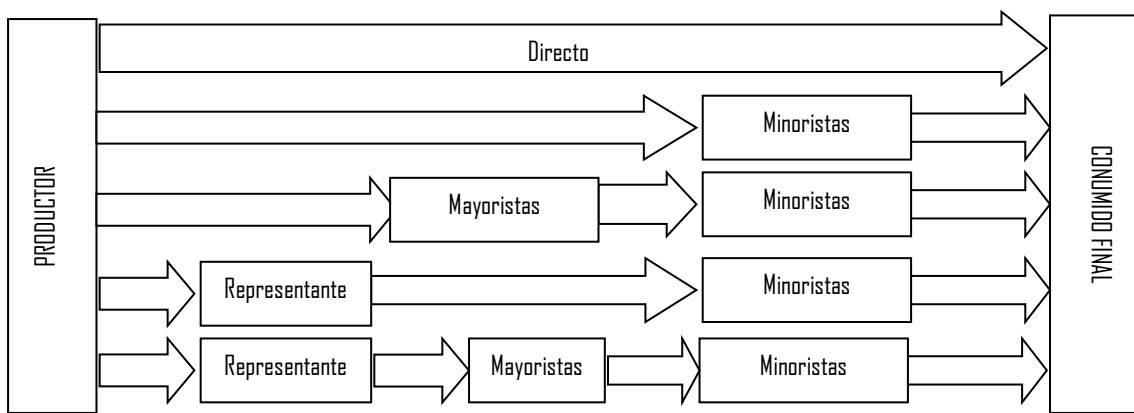
Una estrategia de comercialización adecuada debe comprender los siguientes aspectos del mercado.

- Fijación de precios
- Medidas de promoción, incluidos organización de ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, así como el costo de la distribución.

Canales básicos de distribución

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

Gráfico 2 Canales básicos de distribución de productos de consumo



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

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

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

2.2.5. Promoción

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

- Promoción de ventas orientada hacia el consumidor final.
- Promoción que llega al consumidor final en el hogar o al intermediario en su negocio.
- Promociones entre los intermediarios.

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

en forma muy elaborada. Germán Arboleda Vélez, en su obra Planes, Formulación, evaluación y Control (2004)

2.2.6. Plan de Exportación

MORALES, Troncoso Carlos, (2009), pág. 4 “Planes de Exportación”

Dice “para poder realizar y hacer realidad la exportación, es importante seguir un plan organizado, que cubra los requerimientos básicos de información e investigación, con el fin de seguir todos los pasos y procedimientos necesarios en el proceso de internacionalización y venta del producto”.

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

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

- La empresa y el personal clave. Contiene información detallada de la empresa tal como se encuentra actualmente, con especial énfasis en la descripción de sus antecedentes, sus capacidades y su participación en los mercados que atiende en la actualidad, así como de las experiencias y habilidades de los responsables de poner en práctica el plan de exportación y de definir las fortalezas y debilidades de la organización.
- El Producto que se desea exportar. Se describe con detalle el producto o servicio que se exportará, tanto desde los puntos de vista arancelario, industrial, técnico, funcional y mercadológico (valor y utilidad para el cliente), destacándolas

ventajas competitivas singulares que pueden ser mantenidas estructuralmente frente a la competencia.

- Selección del Mercado Meta. Se definen los criterios de selección y se elige el mercado meta u objetivo. Se describe y se mide el mercado actual, el potencial y el crecimiento esperados. Se detectan a los competidores y sus principales fortalezas y debilidades. Se identifican y se evalúan las oportunidades y las amenazas a la luz de la competencia, el entorno y, en general, las condiciones prevalecientes en el mercado. Se fijan objetivos y metas de mercadotecnia.
- Aspectos Operacionales. Se define la estrategia para alcanzar los objetivos y las metas de mercadotecnia. Se describe la forma operacional que se ha elegido para poner en práctica el plan, que debe ser congruente con la misión y los objetivos y posibilitar el alcance de las metas. Además debe ser factible de implementarse desde el punto de vista productivo, técnico, administrativo, comercial y financiero. Se formula el programa de actividades a corto plazo.
- Aspectos Financieros. Con diferentes escenarios previsibles, se analiza la viabilidad y la bondad financieras del negocio.
- Resumen de Alto Nivel. Ofrece una visión panorámica de los antecedentes y el concepto central del plan de exportación propuesto; de las premisas fundamentales para el éxito del negocio; del tamaño y tendencias del mercado y de los resultados financieros previstos. Muy frecuentemente, ésta y la única parte del plan que los terceros, es decir, aquellos ajenos a la empresa, leen integralmente. Pero como ya se comentó, en algunos casos el propósito de elaborar un plan es atraer inversionistas o socios o solicitar financiamientos; por ello, se debe ser cuidadoso en su redacción para que su lectura ofrezca un claro entendimiento del plan de exportación, de sus alcances y sus supuestos.

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

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

2.2.7. El comercio

En el libro "Aspectos del Comercio Exterior" (2008) pág. 5 de Fernando Lafuente manifiesta "al comercio como el nexo económico entre producción, consumo e inversión; al abastecer al consumidor final con géneros, se convierte en la última fase del proceso productivo. Partiendo del ámbito geográfico, el comercio se divide en comercio interior y exterior."

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

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

2.2.8. Plan de Mercado

En el Manual de Importación y Exportación de Carl A. Nelson Cuarta Edición pg. 38 dice "Es simplemente un proceso, registrado en papel, que le permite estudiar determinadamente las formas lógicas para llegar a los compradores y convencerlos de aceptar una venta".

Es uno de los procesos más importantes que compone el comercio internacional, es el paso de la mercancía por las aduanas de los distintos países, donde se realizan las

transacciones comerciales dependiendo de la actividad que se realice en el intercambio de bienes y/o servicios.

2.3. COMERCIO EXTERIOR DE BIENES Y SERVICIOS

2.3.3. Apertura comercial

En 2014, España importó productos por valor de 257 945,6 millones de euros y las exportaciones ascendieron a 226 114,6 millones de euros, con un saldo comercial de -31 831,0 millones de la misma moneda.

Entre las principales importaciones y exportaciones se encontraban: medio ambiente y producción energética, tecnología industrial, industria química (productos químicos), moda, materias primas, semi-manufacturas y productos intermedios.

2.3.4. Principales socios comerciales

Los principales intercambios comerciales de España tienen lugar con los demás países de la Unión Europea (destacando Francia, Alemania, Italia, Portugal, Reino Unido y los países del Benelux), Estados Unidos en América, Argelia en África y China en Asia.

Los ingresos por turismo rozaron los 56 000 millones de euros y el número de personas que visitó el país en ese mismo año fue de unos 57,7 millones; mientras que los españoles gastaron en sus desplazamientos al exterior unos 24 000 millones de euros, con una diferencia favorable de 32 000 millones de la misma moneda que ayudaron a compensar el déficit de la balanza comercial española.

2.4. BARCELONA

Barcelona es una ciudad y municipio de España, capital de la provincia homónima y de la comunidad autónoma de Cataluña.

- Superficie: 102,15 km²
- Población: 1´602.386 (2014)

Gráfico 3 Mapa ubicacion Barcelona



2.4.3. Puertos y Líneas Marítimas

Otra importante puerta de la ciudad, especialmente para las mercancías, es el Puerto de Barcelona. El puerto nació a la vez que la ciudad de Barcelona como un puerto natural situado en una playa que estaba entre una pequeña península que formaba la montaña de Montjuic, y la antigua desembocadura del río Llobregat. Este era el único punto mínimamente resguardado que podían utilizar los antiguos navegantes en muchos kilómetros de costa. Con el paso de los siglos, la ciudad y su puerto fueron ganando importancia, hasta convertirse en la capital marítima de los reyes de Aragón. Con las sucesivas ampliaciones del puerto, y la acumulación de arena, la isla ha quedado unida a tierra formando los terrenos donde hoy se asienta el barrio de La Barceloneta.

Hoy en día el puerto de Barcelona es uno de los motores económicos de la ciudad. Se ha convertido en los últimos años en uno de los grandes puertos del Mediterráneo en tonelaje de mercancías y en número de contenedores, así como pesquero, donde se asientan empresas conserveras de toda España, como USISA (con sede a más de mil kilómetros, en Isla Cristina), y permitiendo exportar la producción industrial e importar la materia prima o semielaborada.

También es el primer puerto mediterráneo y quinto del mundo en barcos de crucero, transportando hasta dos millones de pasajeros anuales.

2.5. HIPOTESIS O IDEA A DEFENDER

2.5.3. Idea a defender

Con el desarrollo del plan de exportación de alcachofa al mercado de Barcelona-España para la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA del cantón Chambo, provincia de Chimborazo mejorara los ingresos económicos.

2.5.4. Hipótesis General

- La implementación de un plan de exportación de alcachofa al mercado de Barcelona-España optimizará el nivel de ingresos para la empresa municipal EMAISA

2.5.5. Hipótesis específicas

- El análisis del mercado permitirá conocer la situación a nivel nacional y en el mercado de Barcelona.
- La determinación de canales de comercialización facilitará la exportación de alcachofa.
- El análisis de la situación financiera, social y medio ambiental de la propuesta constituirá una herramienta para la mejora del desempeño empresarial de EMAISA.

2.6. VARIABLES DE ESTUDIO

2.6.3. Variable independiente:

Plan de exportación.

2.6.4. Variable dependiente

Mejorar los ingresos económicos

2.7. FUNDAMENTO LEGAL

Art. 1.- CONSTITUCIÓN Y DOMICILIO.- Constitúyase con domicilio en la ciudad de Chambo, cantón Chambo, provincia de Chimborazo, como persona jurídica de derecho público con autonomía y administrativa, operativa, financiera, patrimonial y de gestión; la misma que se rige mediante la Constitución de la República del Ecuador, El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y la ley Orgánica de Empresas Públicas, estatutos y reglamentos.

Art. 2.- DENOMINACION.- La empresa se denomina Empresa Pública Municipal Agro Industrial Señora del Agro, cuyas siglas son EP-MAISA, y por ello, con este nombre se identificara y actuará en todos los actos administrativos, públicos, privados, judiciales y extrajudiciales.

Art. 3.- AMBITO DE ACCION Y COMPETENCIA.-La EP-MAISA ejercerá su acción en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo, con competencia para todo lo relacionado con fomentar la actividad de producción, transformación y comercialización de productos agropecuarios y de primera necesidad”.

Art. 5.- La estructura orgánica de la EP-MAISA estará acorde con los objetivos y funciones que le pertenecen, para lo cual, contara con los siguientes niveles jerárquicos:

Directivo, Ejecutivo, Asesor y Operativo.

Art. 6.- El nivel Directivo lo ejercerá el Directorio, como máxima autoridad de la empresa; le corresponde fiscalizar, dictar políticas, fijar los objetivos , metas expedir reglamentos internos, generales y específicos de la empresa y, a solicitar al Concejo Municipal la expedición de ordenanzas que considere necesarias o la reforma de las vigentes.

Art. 7.- El nivel Ejecutivo lo ejerce el Gerente General que es la autoridad que orienta y ejecuta las políticas y directrices del Nivel Directivo; representa a la empresa en todas las actuaciones de carácter oficial, judicial o extrajudicial de acuerdo con lo establecido en la presente ordenanza y más leyes, estatutos y reglamentos vigentes.

Art. 8.- El nivel Asesor, constituye el órgano consultivo y de apoyo para las decisiones de la empresa. Su función se ejecuta por medio del nivel Ejecutivo. Estará integrada por las unidades administrativas que la empresa considere necesarias.

Art. 9.- El nivel operativo es aquel que cumple directamente con los objetivos y finalidades de la empresa. Ejecuta los planes, programas, proyectos y políticas de trabajo, impartidos por el Nivel Ejecutivo.

Art. 10.- EL DIRECTORIO. Estará compuesto por los siguientes miembros:

1. El/La Alcalde/esa o su delegado/a quien lo presidirá.
2. El/La Concejal/a Presidente/a de la Comisión de Servicios Económicos.
3. Sustitúyase “Jefe de la AD-LCH” inclúyase “El/La Director/a de Planificación.”
4. El/la Procurador Síndico.

El Directorio elegirá dentro de sus miembros titulares, al Vicepresidente/a. Actuará como Secretario/a del Directorio, el/la Gerente General o a su vez un funcionario/a designado por este.

Art. 11.- Cada miembro del Directorio, deberá tener su respectivo suplente, quienes se principalizarán a falta del titular.

Art. 12.- Los miembros del directorio durarán en sus funciones durante el tiempo para el cual fueron elegidos

Art. 13.- DE LAS SESIONES,- Las sesiones del Directorio serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se realizaran una vez cada mes y las extraordinarias cuando las convoque el presidente o a petición por escrito y firmada por la mitad más uno de los miembros.

Art. 14.- QUÓRUM Y VOTACIONES.- El quórum lo constituirá la mitad más uno de los miembros y las resoluciones se tomaran por mayoría de votos. El Presidente del Directorio tendrá voto, y será directamente en caso de empate.

Las votaciones serán nominales, no pudiendo sus miembros abstenerse de votar

Para la revisión de una decisión se requiere de las dos terceras partes de sus miembros.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La Investigación tendrá la modalidad Cuanti-cualitativa, pues se realizó un análisis de las características y conductas humanas de la población objeto de estudio, tanto a nivel de la empresa EMAISA, como a nivel de consumidores del mercado de destino.

De la misma manera fue necesario realizar un análisis de la población investigada para identificar la demanda potencial en el mercado y determinar la capacidad de respuesta de la empresa en cuanto a stock en cantidad, calidad y variedad del producto ofertado.

En el presente estudio se utiliza el paradigma cuali-cuantitativo. Cualitativo porque en la investigación nos indica la realidad de la Empresa EMAISA que es posible mediante la observación acerca de la realidad del área administrativa y operativa, de este modo se han recogido datos que luego se analizan para poder emitir criterios, opiniones y juicios de valor.

La perspectiva cuantitativa nos permite examinar los datos numéricos que se abordan en este capítulo cuando se realiza un análisis del mercado de destino basado en datos demográficos, preferencias de consumo, el porcentaje que representa las respuestas según el número de casos consultados. Además es valiosa porque estudia aspectos particulares y generaliza desde una sola perspectiva, obteniéndose la información de la población y muestra que se estudia en esta tesis.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo aplicada, ya que se utilizó los hallazgos encontrados para desarrollar el plan de exportación en búsqueda de mejorar el comercio del producto, resolviendo una problemática de la empresa como es el generar nuevos nichos de mercado, su propósito es mejorar procesos, un producto o solucionar el problema.

En este sentido la aplicación del estudio procura proveer a EMAISA estrategias comerciales y logísticas para llevar su producto al posicionamiento óptimo dentro del

mercado españoles pacíficamente Barcelona, al mismo tiempo que ofrece las herramientas de manejo operativo a nivel administrativo.

3.2.1. Investigación de campo

Por el lugar se trata de una investigación de campo porque se realizará una recopilación de información en la Empresa EMAISA, especialmente en el área financiera, es decir en el lugar en donde se genera la información.

3.2.2. Investigación bibliográfica - documental

La investigación es bibliográfica porque nos ha permitido explorar qué se ha escrito por los diferentes autores sobre los planes de exportación, que corresponde al marco teórico de esta investigación. También es documental porque se ha recogido varios informes históricos existentes en los archivos de la organización.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población está constituida por 50 personas que ingresaron al país desde Barcelona entre ecuatorianos y turistas, los cuales nos pueden ayudar con la encuesta, se toma en cuenta un universo de 99.823 turistas que ingresaron desde esta localidad al país entre enero y mayo 2015.

3.3.2. Muestra

Por ser una población amplia, se aplicara la siguiente fórmula para determinar una muestra representativa:

Fórmula para obtener una muestra:

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población

e²= Mejora de error

0,5 el más utilizado

1,96 de nivel de confianza

95% de confiabilidad

$$n = \frac{50}{(0.05)^2 (50 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{50}{(0.05)^2 (49) + 1}$$

$$n = 44.43$$

Conclusión: se realizaron 44 encuestas a los turistas que ingresaron al país, provenientes de España.

3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1. Métodos

Los métodos que se aplican en el transcurso de la investigación son:

Analítico.- Con el ánimo de observar los resultados de la aplicación de cada estudio y poder llegar a las conclusiones y recomendaciones finales del plan.

Deductivo.- Con el cual se ha podido ir de un ámbito general de la propuesta hacia la aplicabilidad de cada uno de los estudios que comprende un plan, de este modo conocer cada una de las variables que definen el éxito en la propuesta.

Inductivo.- Con el propósito de determinar aspectos importantes del mercado, las necesidades económicas y financieras entorno a las inversiones necesarias para poner el producto en el mercado propuesto.

3.4.2. Técnicas e instrumentos

Las técnicas utilizadas en el desarrollo de la investigación están en función de las características y requerimientos de la misma y estas son:

- La observación, la misma que ha sido a empresas similares (provincia de Chimborazo)
- La entrevista a directivos de la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA
- La encuesta a turistas que arriban al país desde la ciudad de Barcelona.

Las técnicas a utilizadas han sido aplicadas exclusivamente por la proponente del plan de exportación de modo de contar con información veraz y oportuna.

3.4.3. Recolección de la información

La demanda “es el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas.”(Vélez, 2004)

La demanda de la empresa se relaciona a las ventas que esta puede realizar, de igual manera se hace un análisis de la demanda, específicamente a nivel internacional, en donde se establece por segmentos los principales consumidores potenciales; se aplican métodos de proyección en unidades de producto. Con estos dos análisis de la demanda se procede a establecer la demanda potencial insatisfecha del producto, precio proyectado y sus posibles estrategias de inducción al mercado.

El mercado potencial al que dirigiremos nuestro producto es a la población ecuatoriana en Barcelona–España.

3.5. RESULTADOS

3.5.1. Análisis de Resultados

Para obtener datos del consumo de alcachofa en Barcelona-España de los residentes ecuatorianos, se procede a realizar una encuesta en Ecuador asumiendo que los

compatriotas residentes en Barcelona-España tienen las mismas costumbres creencias y tradiciones, en consideración de la muestra calculada en la presente investigación: (44)

3.5.2. Resultado de la Encuesta:

Tabla 1 ¿En qué Región vive Usted?

REGIONES	TOTAL	%
Costa	7	15%
Sierra	25	57%
Oriente	12	28%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por la Autora

Gráfico 4 Región en la que viven las personas



Elaborado por la Autora

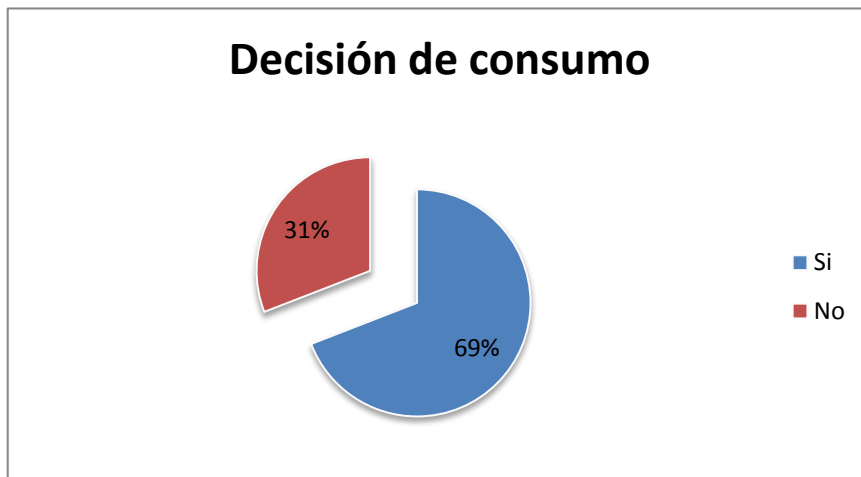
Análisis: De las personas encuestadas el 57% pertenecen a la región sierra, el 28% concierne a la región oriente y el 15% correspondiente a la región costa.

Tabla 2 ¿Consumen Usted alcachofa?

CONSUMO DE ALCACHOFA	TOTAL	%
Si	14	31%
No	30	69%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por la Autora

Gráfico 5 Decisión de consumo



Elaborado por la Autora

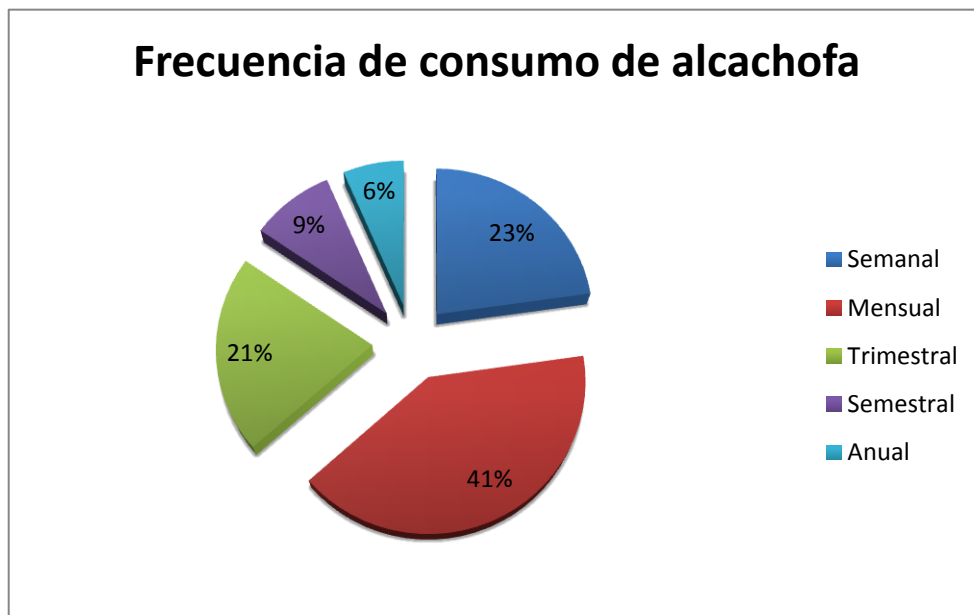
Análisis: De los datos recolectados tenemos que el 69% de las personas si consumen alcachofa, a diferencia del 31% que no tienen el hábito de consumo.

Tabla 3 ¿Con qué frecuencia consume alcachofa.

FRECUENCIA DE CONSUMO DE ALCACHOFA	TOTAL	%
Semanal	10	23%
Mensual	18	41%
Trimestral	9	21%
Semestral	4	9%
Anual	3	7%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por la Autora

Gráfico 6 Frecuencia de consumo de alcachofa



Elaborado por la Autora

Análisis: De la investigación realizada un 23% consume alcachofa semanalmente, mensualmente un 41%, trimestralmente el 21%, semestral un 9%, y anual 6% de consumo de alcachofa.

Tabla 4 ¿Qué cantidad en Kg de alcachofa consume usted en el año?

KILOS DE CONSUMO DE ALCACHOFA	TOTAL	%
Un kilo	34	78%
Dos Kilos	4	8%
Tres Kilos	3	7%
Más de cuatro kilos	3	7%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por la Autora

Gráfico 7 Kg de alcachofa que se consume al año



Elaborado por la Autora

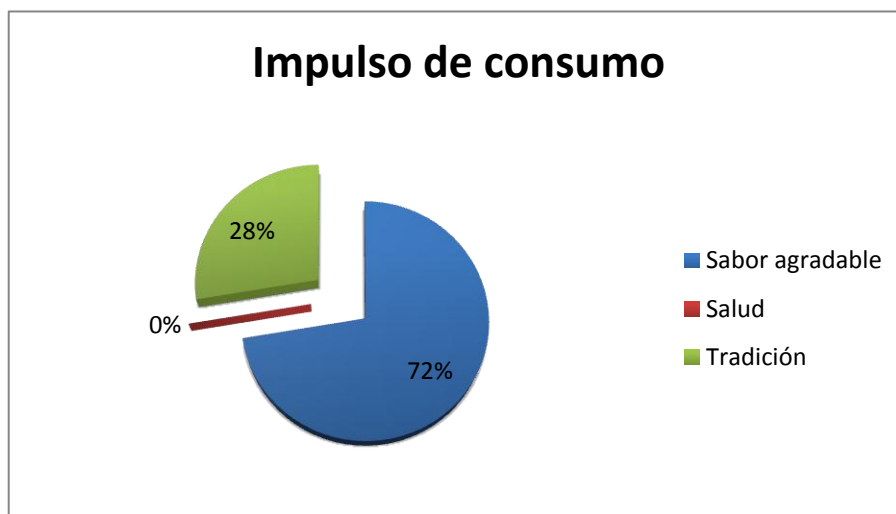
Análisis: El 78% de los encuestados consumen un promedio de un kilo de alcachofa al año, el 8% consume dos Kilos, el 7% consume tres kilos y el otro 7% más de cuatro kilos de alcachofa.

Tabla 5 ¿Qué le impulsa a consumir alcachofa?

RAZONES DE ADQUISICIÓN	TOTAL	%
Sabor agradable	32	72%
Salud	0	0%
Tradición	12	28%
TOTALES:	44	100%

Elaborado por la Autora

Gráfico 8 Impulso de consumo



Elaborado por la Autora

Análisis: Se observa que un 72% de las persona encuestadas prefieren consumir alcachofa por su sabor agradable, y un 28% lo prefiere por tradición.

3.4.1. Interpretación de datos

- ✓ Podemos observar que al 69% de personas si les gusta la alcachofa, situación que para nuestro mercado objetivo es muy bueno, ya que tiene las mismas características del mercado local.
- ✓ Es necesario considerar que la demanda actual no variará mucho de la demanda futura, pues se ha determinado que el incremento de la tasa migratoria a Barcelona-España no se da en la actualidad en los niveles que anteriormente se daba, esto debido a los requerimientos, barreras y la crisis económica que actualmente sufre el país.
- ✓ Según cifras del Observatorio Permanente de la Inmigración, en la ciudad Barcelona vive la mayor cantidad de latinos y ecuatorianos.
- ✓ Ecuatorianos Residentes en Barcelona por edades.
- ✓ La estadística de residentes muestra un absoluto predominio de inmigrantes en plena edad laboral: el 67% tiene entre 25 y 44 años y un 8% entre 45 y 64 años.
- ✓ Los menores de edad son, desde el punto de vista civil (mayoría de edad legal, 18 años), el 8,2% de todos los residentes, y los menores desde el punto de vista laboral (hasta 16 años), algo menos del 7%.
- ✓ Esta estructura de edades es característica de los flujos migratorios en su primera etapa, en la que predominan las personas en edad laboral, prácticamente no existen ancianos y es aún incipiente la presencia de niños y niñas. (SENAMI,2014)

3.6. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

Casi un tercio de los ecuatorianos residentes en España procede de la provincia de Pichincha, según la estimación efectuada. En la encuesta de IOÉ, su principal lugar de asentamiento es Barcelona y atendiendo al municipio de origen en la provincia de Pichincha, proceden de Quito el 80% y de otras localidades el 20%.

El 75% de los inmigrantes de Pichincha ha viajado a Barcelona entre 2000 al 2010. Un estudio revela que cada ecuatoriano consume al año 14 kilos de alcachofa.

Basándonos en este estudio y tomando en cuenta que el total de ecuatorianos que viven en España es 700.000 y el 9.5% de estos residen en Barcelona, es decir 66.500 ecuatorianos por los que se necesitan 86.450 kilos de alcachofa al año, es decir consumirían 7.205 kilos de alcachofa al mes o 1.802 kilos a la semana, con lo que se observa que la demanda de este producto en el destino escogido es una realidad, claro son cifras macro, pues no toda la población gusta de este alimento y lastimosamente no existe una oferta suficiente para cubrir esta demanda.

Conclusión

Después de haber realizado el análisis, hemos determinado que nuestra demanda está en de los Ecuatorianos residentes en Barcelona que corresponde al 9.5% de la población total en ese país, de los cuales de acuerdo a la encuesta realizada por la autora el 69% consumen periódicamente alcachofa; es decir que del total de habitantes ecuatorianos residentes en Barcelona, 45885 serán nuestros clientes potenciales.

CAPITULO IV: LA PROPUESTA

4.1. TITULO

Plan de exportación de alcachofa al mercado de Barcelona-España para la Empresa Municipal Agroindustrial Señora del Agro EMAISA del cantón Chambo, provincia de Chimborazo para el año 2015-2016.

4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1. Fundamentación

4.2.1.1. Diagnóstico del mercado objetivo

A continuación se detalla a España como mercado meta de la presente investigación:

• Situación Geográfica

España (nombre oficial: "Reino de España") es un país transcontinental situado en suroeste de Europa y en norte de África. Además de ocupar la mayor parte de la Península Ibérica, España está formada por dos archipiélagos (el de las Islas Canarias en el océano Atlántico y el de las Islas Baleares en el mar Mediterráneo) y dos ciudades autónomas (Ceuta y Melilla) en el norte de África, aparte de varias islas menores en esta zona y otras cercanas a la península, como el Peñón de Vélez de la Gomera, el Peñón de Alhucemas, las Islas Chafarinas y la Isla del Perejil. España.

Las fronteras del territorio continental son:

- Norte: Mar Cantábrico, al noreste con Francia y Andorra, al otro lado de la cordillera de los Pirineos.
- Sur: Marruecos, en las fronteras de Ceuta y de Melilla, en el continente africano.
- Este: Mar Mediterráneo.
- Oeste: Océano Atlántico y Portugal.

- **Aérea**

Ocupa un área total de 504,782 kilómetros cuadrados aproximadamente.

- **Capital**

Madrid

- **Ciudades Importantes**

Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza y Málaga.

- **Principales Sectores Productivos**

Tabla 6 Principales Sectores Productivos

Productos Agrícolas	Trigo, maíz, otros granos, frutas, verduras, algodón, carne de res, cerdo, aves de corral, productos lácteos, pescado, productos forestales.
Industria	Tecnología altamente diversificada, líder en el mundo en el campo de alta tecnología, considerado como uno de los países con mayor producción industrial a nivel mundial, petróleo, acero, automóviles, aeroespacio, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera y minería
Recursos Naturales	Minería: carbón, lignito, mineral de hierro, cobre, plomo, zinc, uranio, wolframio, mercurio, pirita, magnesita, fluorita, yeso, sepiolita, caolín y potasa, energía hidroeléctrica.

Fuente: The World Facebook, actualización a enero del 2014.

Realizado por: La Autora

• **Clima**

En las tierras del interior, los valores descienden de Poniente a Levante. Las temperaturas aumentan de norte a sur. La parte septentrional de la Meseta presenta valores entre los 10; °C y 15,5; °C, y la zona meridional, entre 12,5; °C y 15; °C.

Enero suele ser el mes con la temperatura media más baja, mientras que agosto es el mes con el promedio más alto. Las temperaturas de las aguas del Mediterráneo son más altas que las del Cantábrico. En el primero, la media se sitúa entre los 15; °C y los 18; °C, mientras que en el segundo, ronda los 14; °C.

La amplitud térmica es mayor en el interior de la Meseta, donde en ocasiones alcanza los 20;°C, mientras en lugares como Canarias esa amplitud es menor, y entre el mes más cálido y el más frío apenas hay variación de 5;°C.

• **Moneda**

El Euro (€, EUR)

• **Idioma Oficial**

El idioma oficial es el español o castellano y es hablado por el 74% de la población como lengua materna.

• **Otras lenguas habladas:**

El catalán que habla como lengua materna el 17% de la población, el gallego 7%, vasco 2%. Por ley se ha reconocido también como idioma propio el valenciano dentro de la Comunidad Valenciana.

• **Población**

46,745.807

• **Economía**

La composición del PIB por sectores: agricultura 3,4%, industria 26,9% y servicios 69,6% (est. 2009). La agricultura emplea al 4,2% de la población activa, la industria el 24% y los servicios el 71,7% (est. 2009). (CIA, World Factbook)

La economía mixta capitalista de España es la 12.ª del mundo, y sus ingresos per cápita se corresponden aproximadamente con los de Alemania o Francia. La tasa de desempleo de España se alzó desde una relativamente baja como el 8% en 2007 a más del 19% en diciembre de 2009 y sigue creciendo. Su déficit fiscal empeoró del 3,8% del PIB en 2008 a alrededor del 11% del PIB en 2009, más de tres veces del límite de la UEM. El sector bancario de España ha quedado relativamente aislado de la crisis financiera global, debido en parte por la supervisión conservadora del Banco de España. La intervención gubernamental para rescatar bancos en la escala vista en el resto de Europa en 2008 y 2009 no fue necesaria en España, aunque el alto riesgo de los bancos españoles por la caída de la construcción doméstica y el mercado inmobiliario supone un riesgo continuo para el sector.

Los principales productos agrícolas son: cereales, hortalizas, aceitunas, vid para la producción de vino, remolacha azucarera y cítricos. De la ganadería se obtiene carne de vacuno y de cerdo, volatería y productos lácteos. También conserva su importancia el sector pesquero. En cuanto a los productos industriales, cabe citar: la industria textil y de complementos, incluida el calzado; alimentos y bebidas, metales y la manufactura metálica, industria química, la construcción naval, automóviles, maquinaria, el turismo, los productos cerámicos, la industria para farmacéutica y de equipamiento médico.

4.2.1.2. Análisis Cultural de España

Los diferentes pueblos que pasaron por España a lo largo de la historia, la situación fronteriza de la península entre dos continentes con tradiciones culturales diversas, el largo período de influencia política de la monarquía hispánica, y la expansión de la misma en el continente americano, han determinado que el acervo cultural y artístico de España sea uno de los más ricos, variados e influyentes de Occidente.

Destaca la gran riqueza patrimonial que conserva España, tanto en yacimientos arqueológicos, templos, palacios, fortalezas, jardines históricos, conjuntos urbanos monumentales, patrimonio etnográfico o museos, entre los que están varios de los más conocidos y visitados del mundo, como el Museo del Prado o el Museo Reina Sofía, como en otra serie de manifestaciones culturales.

España ha sido cuna de grandes autores en prácticamente todas las disciplinas artísticas, siendo singularmente relevante la aportación española al campo de la pintura, con genios de significación universal, como Velázquez, Goya, Pablo Picasso o Salvador Dalí, y de la literatura, que ha dado los nombres imprescindibles de Miguel de Cervantes, Lope de Vega, Calderón de la Barca, Quevedo, Galdós o Lorca, entre otros muchos.

• **Arquitectura**

Por arquitectura de España se entiende la existente en lo que actualmente es territorio español y la realizada por arquitectos españoles en el mundo. Debido a la amplitud temporal y geográfica que tiene la historia de España, la arquitectura española ha tenido multitud de influencias y manifestaciones.

Incluso desde antes de los poblados que pudieron describir las fuentes romanas (como los de iberos, celtíberos, cántabros...), existen en la Península Ibérica vestigios de formas arquitectónicas comparables a otros ejemplos de las culturas mediterráneas y semejantes a los de Europa del norte.

Un auténtico desarrollo vino con la llegada de los romanos, que dejaron atrás algunos de sus monumentos más impresionantes en Hispania. La llegada de los vándalos, suevos y visigodos supuso una profunda decadencia en las técnicas romanas pero también el aporte de técnicas constructivas más austeras de vinculación religiosa, al igual como ocurrió en el resto de occidente. La invasión musulmana en el año 711 supuso un cambio radical en los siguientes ocho siglos y llevó a grandes avances en la cultura, incluyendo la arquitectura. Córdoba, capital de la dinastía Omeya y Granada, de la nazarí, fueron centros culturales de extraordinaria importancia.

En los reinos cristianos surgieron gradualmente y desarrollaron estilos propios, inicialmente aislados de las influencias europeas y más tarde integrados en las grandes corrientes arquitectónicas europeas románica y gótica, las cuales llegaron a alcanzar un auge extraordinario, con numerosas muestras religiosas y civiles a lo largo de todo el territorio. Simultáneamente se desarrolló el estilo mudéjar, del siglo XII al XVII, que se caracterizó por una mezcla de corrientes culturales de herencia estructural europea y decoración árabe.

El siglo XIX tuvo dos facetas: el esfuerzo en ingeniería para alcanzar un nuevo lenguaje y mejoras estructurales con hierro y vidrio como principales materiales, y la corriente académica que primero se enfocó en el historicismo y el eclecticismo y más tarde en los regionalismos. La entrada del modernismo en las corrientes académicas produjo figuras como Antonio Gaudí en la arquitectura del siglo XX. El estilo internacional fue liderado por grupos como el GATEPAC.

España está sufriendo una verdadera revolución técnica dentro de la arquitectura contemporánea y los arquitectos españoles como Rafael Moneo, Santiago Calatrava y Ricardo Bofill se han convertido en referentes internacionales.

Por la relevancia artística de muchas de las estructuras arquitectónicas de España, incluyendo partes enteras de ciudades, han sido designadas Patrimonio de la Humanidad. El país posee el segundo puesto en número de lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, superado solamente por Italia.

Estados Unidos tiene una historia de arquitectura que incluye una amplia variedad de estilos.

• **Televisión**

La televisión es uno de los medios más masivos de España. Un 99% de la población posee como mínimo un televisor en su hogar, y la mayoría tiene más de uno. La televisión en España surgió aproximadamente hacia los años 1930 y fue y es uno de los máximos exponentes de la televisión mundial. Es importante mencionar que la mayor parte de la programación televisiva global importa sus productos desde esta fuente, por lo que se considera a España como una de las potencias más importantes en el discurso televisivo.

• **Gastronomía**

La gastronomía de España es una variada forma de preparar platos, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el país. Cocina de origen que oscila entre el estilo rural y el costero, representa una diversidad fruto de muchas culturas, así como de paisajes y climas (Robuchon Joël, 2004)

La cocina española está fuertemente influida a lo largo de su historia por los pueblos que conquistan su territorio, así como de los pueblos que posteriormente coloniza. Esta situación le ha proporcionado una gran variedad de técnicas culinarias e ingredientes.

Fue durante muchos siglos desconocida en Europa, y es entre finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX cuando cobra una identidad nacional, fundamentada en los diferentes platos y técnicas culinarias propias. Todo este conocimiento culinario sale a la luz gracias a la aparición a comienzos del siglo XX de escritores especializados en gastronomía capaces de ensalzar y alabar sus platos, de investigar en su historia y su origen.

Entre los ingredientes españoles caben destacar los quesos, que son de una gran variedad, fruto de una actividad ganadera milenaria. También destaca en la gastronomía española la gran variedad de vinos que posee, habiendo alcanzado algunas de sus regiones vitivinícolas fama y reconocimiento internacional. Si bien el vino es la bebida nacional, en algunas regiones del norte son muy populares otras bebidas, como en el caso de la sidra.

4.2.1.3. Análisis Económico de España

En 2014 según (INE España - Balanza Comercial): España importó productos por valor de 257 945,6 millones de euros y las exportaciones ascendieron a 226 114,6 millones de euros, con un saldo comercial de -31 831,0 millones de la misma moneda.

Entre las principales importaciones y exportaciones se encontraban: medio ambiente y producción energética, tecnología industrial, industria química (productos químicos), moda, materias primas, semi-manufacturas y productos intermedios, entre otros. (ICEX España, Exportación e Inversiones)

Los principales intercambios comerciales de España tienen lugar con los demás países de la Unión Europea (destacando Francia, Alemania, Italia, Portugal, Reino Unido y los países del Benelux), Estados Unidos en América, Argelia en África y China en Asia.

- **PIB:**

El producto interior bruto, producto interno bruto (PIB) o producto bruto interno (PBI) es la principal macro magnitud existente que mide el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período de tiempo (normalmente un año). El PIB es usado como una medida del bienestar material de una sociedad.

El PIB incide en el comercio exterior de gran manera, ya que, permite analizar la economía del país con el fin de conocer si genera más o menos riqueza cada año, así mismo, se considera que la utilidad del PIB también es que puede generar empleo a partir de un crecimiento del 2%.

Hablando específicamente del Producto Interno Bruto de España. El primer trimestre del 2015 el PIB español subió un 0.9%, dos décimas más que en el trimestre del 2014; situando la tasa de crecimiento interanual en un 2.6%.

Las previsiones de la OCDE también son más positivas que a principios del año; con una previsión de tasa de crecimiento interanual del PIB del 2.9%.

Sin embargo, las previsiones no son algo muy preciso; pero teniendo en cuenta el actual panorama de crecimiento del PIB español, junto con las previsiones muy favorables de otros organismos como el FMI, que eleva la proyección del crecimiento del PIB Español en 2015 al 3.1% o el Banco de España, que predice un crecimiento del 2.8%; que son indicadores que demuestran que la economía española se está recuperando de la crisis económica española de 2008-2014

El déficit público en 2014 fue del 5.7% del PIB, una décima por debajo del objetivo comprometido con la Comisión Europea. La deuda pública era en el año 2000 igual al 59% del PIB, se redujo entre 2000 y 2007 hasta el 36% del PIB, pero a partir de ese año se fue elevando hasta llegar a un 99% en 2014, motivado por una fuerte caída de los ingresos, acompañada de una subida de los gastos de las Administraciones públicas. Cabe recalcar que, en el primer trimestre de 2014 se situó en el 1,8%, tras el 0,4%, del cuarto trimestre de 2013. Este dato refleja las contribuciones positivas del consumo privado, la inversión privada en existencias y la inversión fija residencial como no residencial (Pérez García Francisco, 2014)

4.2.2. Análisis FODA

4.2.2.1. Análisis interno

Este análisis facilita fijar con precisión las fortalezas y debilidades que la asociación logra controlar y su nivel de desempeño. Las actividades administrativas, comerciales, contables y técnicas son áreas que dan origen a fuerzas y debilidades, por lo que la compañía debe seguir estrategias que beneficien tales fortalezas y compriman las debilidades.

Fortalezas

- Personal operativo previamente capacitado.
- Proceso de siembra y cosecha manejado por la asociación.
- Fácil obtención de la alcachofa a través de los agricultores de la zona.
- Bajos costos financieros y administrativos.
- Comercialización y distribución realizadas por la misma asociación.

Debilidades

- Escasa relación comercial con los consumidores.
- Recursos financieros limitados.
- Falta de conocimiento de las propiedades del producto por parte del mercado.

4.2.2.2. Análisis externo

Este análisis radica en equilibrar las oportunidades y amenazas estratégicas en el contexto operativo de la asociación. Se examinan los factores económicos, sociales, culturales, gubernamentales y competitivos que podrían favorecer o afectar al negocio en el futuro. Las amenazas y oportunidades son en gran disposición, fuera del control de una asociación cualquiera.

Oportunidades

- Alto contenido proteico de la alcachofa.
- Buen nivel de aceptación y consumo de la alcachofa en la ciudad.

- Existencia de demanda insatisfecha del producto.
- Existencia de canales de distribución tales como los supermercados, restaurantes y mercados dispuestos a distribuir el producto.
- Cultura, costumbres y tradiciones de los consumidores.

Amenazas

- La creciente competencia de oferentes de alcachofa.
- Productos sustitutos con precios económicos.
- Demora en concesión de créditos por parte de las entidades financieras del país.

4.2.2.3. Análisis del macro-económico

En el estudio macro-económico se analizara componentes que afectan al plan, externamente los mismos no se pueden tomar control internamente y se establece de la siguiente manera:

- 1) Económico
- 2) Político
- 3) Sociedad
- 4) Tecnológico
- 5) Medio Ambiental

Globalización en el Ecuador

En el contexto de la globalización, la problemática acerca de la movilidad humana (migración) se presenta en medio de una contradicción creciente entre apertura y flexibilización a la circulación de capitales y productos, esto también se debe a la implementación de nuevas políticas, leyes y reglamentos en el país, el Tratado de Libre Comercio, han incrementado la conflictividad social, cultural y militar, afectando de manera directa a la movilidad humana.

Esta teórica, al contrastarla con la realidad presenta varios problemas, entre los que se destaca: asume una dotación de factores complementaria que incentiva el comercio bilateral, los estudios existentes no sugieren concluyentemente que la

liberación del comercio generalmente reduce inequidades en países pobres, y en efecto, frecuentemente sugiere que la liberación del comercio está asociada con el incremento de la inequidad.

Flujos financieros de las multinacionales, cambiaron la producción hacia bienes de uso intensivo de mano de obra calificada, incrementando la demanda relativa de este tipo de mano de obra. Las firmas multinacionales pagan salarios altos, con o sin ajustes por correlaciones de expertos, y evidencia que el insumo de mano de obra no ha sido distribuido equitativamente al interior de los países, originando fenómenos gigantescos de movilidad humana que es la migración internacional.

El incremento de procesos de aperturas comerciales está asociado con la reducción de las inequidades en salarios en las economías de los Tigres del Asia entre 1970 y 1980 pero con incremento de inequidad en América Latina en los años 1990. La evidencia disponible para el Ecuador es limitada, dado que el proceso de reforma de las instituciones del estado que favorecieron el libre comercio también fue atípica y fragmentada, sin embargo señalaría que la liberalización tiende a ser seguida por incremento de inequidades, pero no existe suficiente evidencia como para determinar una relación de causalidad directa y fuerte.

Análisis Político-Legal

Las circunstancias de constante inestabilidad tanto política como legal existentes en el país, influyen negativamente en el desarrollo de la industria agrícola y ganadera. Esto dificulta las inversiones en dichos sectores, ya que no se garantiza que la inversión inicial obtenga los beneficios requeridos en el plazo esperado. Si a esto le agregamos la falta de apoyo gubernamental para este sector productivo del país, conlleva a la desconfianza de impulsar más el desarrollo de este mercado.

4.2.2.4. Análisis del micro-entorno

Al hablar del entorno microeconómico mostramos los aspectos que afectan a la asociación de manera directa y que se pueden controlar. Se destacan los siguientes aspectos:

Clientes

Dentro de los posibles clientes se encuentran los habitantes en el entorno, mercados, supermercados y principales restaurantes ubicados en la zona centro del país e internacionales.

Proveedores

Se considera como tales a todos aquellos que proporcionarán los productos agrícolas, así como también las fertilizantes y elementos para el control sanitario requeridos durante todo el ciclo productivo.

Competidores

Son todas aquellas asociaciones, familiares o comerciales, que están inmersas en el mercado de producción de alcachofa en el país.

Podemos considerar como competencia actual a todos los productores y comercializadores de alcachofa en el país, los cuales están en su mayoría concentrados en la región interandina.

Organizacional

La Asociación se destaca por su capacidad de preservar el medio ambiente y de mejorar la calidad de vida de sus miembros, teniendo en cuenta mantener las relaciones internas dentro de la misma.

El estudio de la organización y del entorno que la rodea, nos permita obtener la información que nos guíe a adoptar un camino o estrategia hacia el cambio, hacia una evolución, conforme a las exigencias o demandas del medio en que nos desarrollamos, logrando la eficiencia de todos los elementos que la constituyen para obtener el éxito asociativo.

Financiero y Económico

Dentro de estudio financiero y económico de la organización aplican diversos métodos como la presentación de los estados financieros e información complementarios para hacer una medición adecuada de los resultados obtenidos por la administración y tener una base apropiada para emitir una opinión correcta acerca de las condiciones financieras de la asociación y sobre la eficiencia de la gerencia, y para el descubrimiento de hechos económicos referentes a la misma y la detección de deficiencias que deban ser corregidas.

Logístico

La coordinación de los procesos logísticos permite que la asociación entregue la cantidad optima del producto en el lugar indicado, en el menor tiempo posible y al menor costo, lo que se traduciría en grandes ahorros para que la asociación realice futuras inversiones y mejor sus utilidades.

El modelo de comercialización les permite coordinar sus procesos de producción, almacenamiento y distribución de producto, por lo que es una ventaja ante sus competidores.

4.2.3. Estudio de mercado

4.2.3.1. Objetivos

- Establecer la factibilidad de exportación de alcachofa al mercado de Barcelona-España.
- Conocer la demanda real en el mercado
- Analizar el ámbito legal, tanto de la normativa nacional, como de la internacional tomando en cuenta requisitos, restricciones, impuestos y procesos a seguir dentro y fuera del país además de la logística que esto implica.
- Establecer la viabilidad económica y financiera del plan

4.2.4. Análisis del mercado

4.2.4.1. Exportaciones del Ecuador

Del sondeo efectuado a través de los informes estadísticos proporcionados por el Banco Central del Ecuador-BCE y del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, se rescató la siguiente información.

La partida arancelaria utilizada para la alcachofa, procesados y bajo cadena de frío es la 0208.90.00.00, pero hay que tomar en cuenta que la posición arancelaria, es una partida residual al no constar en la nomenclatura arancelaria con el nombre específico, esto genera que dentro de esta partida arancelaria se encuentran también otros productos similares, lo que da lugar a que no exista un dato real a nivel estadístico que determine el monto de exportaciones efectivas de alcachofa.

Los registros de exportaciones se expresan en la siguiente tabla:

Tabla 7 TOTAL DE EXPORTACIONES DE ECUADORP.A. 0208900000

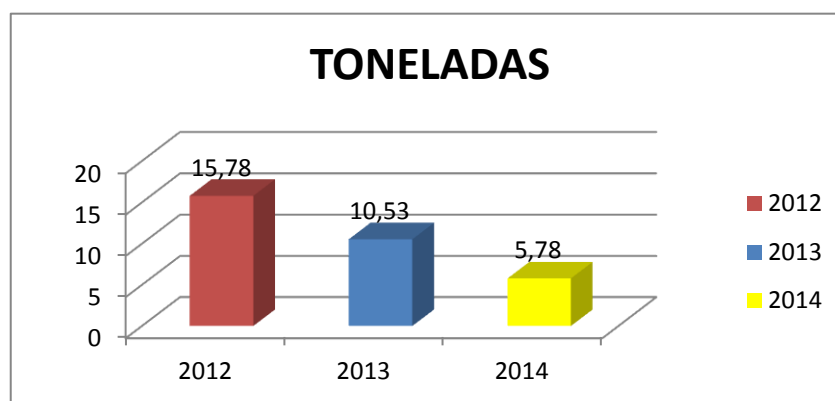
AÑO	PARTIDA ARANCELARIA	TONELADAS	FOB - DÓLAR	% / TOTAL FOB - DÓLAR
2012	208900000	15,78	33.87	100
2013	208900000	10,53	25.89	100
2014	208900000	5,78	25.32	100
TOTAL		32,09	0	300

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La Autora

Analizando las cifras en peso – toneladas de la exportación de alcachofa podemos notar que el total por año es el siguiente:

Gráfico 9 TOTAL DE EXPORTACIONES POR AÑO



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: La Autora

4.2.5. Estudio de la oferta

La oferta se define como “la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total”. (Vélez, 2004)

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por los consumidores.

4.2.5.1. Producción de alcachofa en Ecuador

La producción de alcachofa en el Ecuador va en aumento y es considerable la variación en cantidad con respecto al tiempo. Según datos de PRODEPINE (Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Afroecuatorianos) la producción mensual de alcachofa a nivel nacional en el año 2005 fue de 43.233 kilos y para el año 2010 el Ministerio de Agricultura determinó una producción mensual de alcachofa de 100.000 kilos, como podemos observar en aumento de la producción es bastante notorio.

Tabla 8 PRODUCCIÓN DE ALCACHOFA EN EL ECUADOR

PRODUCCIÓN DE ALCACHOFA EN EL ECUADOR						
ALCACHOFA		TAMAÑO DE LA PRODEPINE				
TOTAL		MENOS DE 1 HA	DE1A MENOS DE 2HA	DE2A MENOS DE 3HA	DE3A MENOS DE 5HA	DE5A MENOS DE 10HA
PRODEPINE	337.423	123.163	58.922	36.111	37.312	34.949
NUMERO	5,067.049	1,731.083	868.093	600.473	554.875	523.484

Fuente: III censo nacional agropecuario realizado en el 2008 Resultados nacionales y provinciales (subsecretaria de Fomento agro productivo)

Elaborado por: La Autora

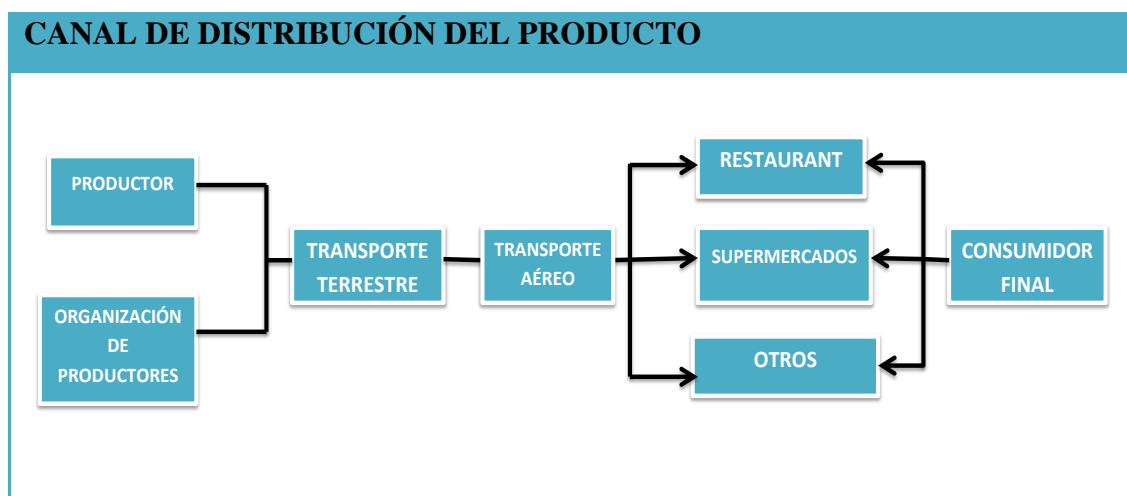
El Ecuador tiene capacidad de producción para ofertar tanto a nivel interno como externamente,

El número de agricultores de alcachofa por provincia es relevante y está en crecimiento frente a una demanda creciente del producto.

4.2.6. Canal de distribución

El canal que se utilizará para la comercialización de alcachofa será el indirecto, esto se hace con la finalidad de que el producto llegue con en mejores condiciones y calidad sanitaria adecuada, a la mayoría de pobladores ecuatorianos en Barcelona.

Gráfico 10 CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO



Elaborado por: La Autora

4.2.7. Estudio económico financiero

4.2.7.1. Costos e inversiones

Distinguir claramente entre la situación financiera de un negocio y su situación económica resulta fundamental, ya que de ello depende el enfoque a seguir en cuanto a planes comerciales, programas de inversión y estructuración de pasivos.

✓ Costos

La determinación de los costos surgen como consecuencia lógica del estudio técnico, puesto que este estudio permite estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios es decir se calcula la cantidad de recursos monetarios que exige la exportación de un embarque de 4500 KG. Por mes.

✓ Costos y gastos de un plan

En el plan se distingue las cuatro funciones básicas:

Costos de producción los mismos que hacen a:

Tabla 9 COSTOS DE PRODUCCIÓN

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN				
Costos Directos				
Alcachofas	4500,00	Kg	7,00	31500,00
Adobo	4500,00	Kg	1,00	4500,00
Costos Indirectos				
Fundas	4500,00	Unidad	0,07	328,50
Cartones Corrugados	450,00	Unidad	0,75	337,50
Cinta de Embalaje	3,00	Unidad	5,00	15,00
Cinta de Empaque	3,00	Unidad	3,00	9,00
Electricidad	250,00	Kw	0,10	25,00
Mantenimientos de la Planta	1,00	Unidad	0,00	0,00
Gorras Desechables	100,00	Unidad	0,05	5,00
Mascarillas	10,00	Unidad	0,12	12,00
Mandiles	10,00	Unidad	4,00	40,00
Guantes de Caucho	10,00	Pares	1,20	12,00
Mano de obra				
Mano de obra	3,00	Obreros	474,33	1422,99
Ing. En alimentos	1,00	Profesional	824,57	824,57
TOTAL PRODUCCIÓN				39031,56

Fuente: Presupuesto costos y gastos

Elaborado: Por la Autora

4.2.7.2. Costos de administración

Aquellos que se incurren en la administración y son: Sueldos y salarios del gerente, secretaria, contadores, útiles de oficina, utilería, servicios básicos, del proyecto y estos son:

Tabla: 10 COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Sueldos y Salarios	1,00	unidad	1622,47	1622,47
Útiles de Aseo	1,00	unidad	20,00	20,00
Papelería	1,00	unidad	10,00	10,00
Servicios Básicos	1,00	unidad	45,00	45,00
TOTAL				1697,47

Fuente: Presupuesto costos y gastos

Elaborado: Por la Autora

4.2.7.3. Costos de ventas

Aquellos gastos en que incurre el plan para vender su producción y son: entre los que tenemos Sueldos y salarios, útiles de aseo, papelería, transporte, exportación, entre otros que hacen:

Tabla 11 COSTOS DE VENTA

3. COSTOS DE VENTA				
Alquiler de transporte refrigerado	1,00	Unidad	1125,00	1125,00
4. COSTOS DE EXPORTACIÓN				
Gastos de Exportación				
impuestos IVA 8%	1,00	Unidad	3013,20	3013,20
Impuesto Arancel 6,40%	1,00	Unidad	2410,56	2410,56
Seguro 1%	1,00	Unidad	405,00	405,00
Transporte Interno	1,00	Unidad	1125,00	1125,00
Almacenamiento temporal	1,00	Unidad	225,00	225,00
Total Ventas				8303,76

Fuente: Presupuesto costos y gastos

Elaborado por: La Autora

4.2.7.4. Costo total

Tabla 12 COSTOS TOTAL

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN				
Costos Directos				
Alcachofas	4500,00	Kg	7,00	31500,00
Adobo	4500,00	Kg	1,00	4500,00
Costos Indirectos				
Fundas	4500,00	Unidad	0,07	328,50
Cartones Corrugados	450,00	Unidad	0,75	337,50
Cinta de Embalaje	3,00	Unidad	5,00	15,00
Cinta de Empaque	3,00	Unidad	3,00	9,00
Electricidad	250,00	KW	0,10	25,00
Mantenimientos de la Planta	1,00	Unidad	0,00	0,00
Gorras Desechables	100,00	Unidad	0,05	5,00
Mascarillas	10,00	Unidad	0,12	12,00
Mandiles	10,00	Unidad	4,00	40,00
Guantes de Caucho	10,00	Pares	1,20	12,00
Mano de obra				
Mano de obra	3,00	Obreros	474,33	1422,99
Ing. En alimentos	1,00	profesional	824,57	824,57
TOTAL PRODUCCIÓN				39031,56
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Sueldos y Salarios	1,00	Unidad	1622,47	1622,47
Útiles de Aseo	1,00	Unidad	20,00	20,00
Papelería	1,00	Unidad	10,00	10,00
Servicios Básicos	1,00	Unidad	45,00	45,00
TOTAL				1697,47
3. COSTOS DE VENTA				
Alquiler de transporte refrigerado	1,00	Unidad	1125,00	1125,00
4. COSTOS DE EXPORTACIÓN				
Gastos de Exportación				
impuestos IVA 8%	1,00	Unidad	3013,20	3013,20
Impuesto Arancel 6,40%	1,00	Unidad	2410,56	2410,56
Seguro 1%	1,00	Unidad	405,00	405,00
Transporte Interno	1,00	Unidad	1125,00	1125,00
Almacenamiento temporal	1,00	Unidad	225,00	225,00
Total Ventas				8303,76
COSTO TOTAL				49032,79

Fuente: Tablas de costos y gastos

Elaborado por: La Autora

Valores que serán proyectados para la vida útil del plan que será de cinco años como mínimo.

4.2.7.5. Inversiones

Para satisfacer las necesidades de la exportación de 4500 kg. De alcachofa se necesita de la siguiente inversión:

4.2.7.6. Inversión fija

Es la parte de la inversión que se destina a la adquisición de todos los activos fijos que se requieren y esta es:

Tabla 13 RUBROS

<u>RUBROS</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>UNIDAD</u>	<u>V.</u> <u>UNITARIO</u>	<u>V.</u> <u>TOTAL</u>
Obra Civil (Adecuación)				
Bodega	10	m2	80	800
Planta de Procesamiento	30	m2	350	10500
Oficina de Técnico	5	m2	80	400
Baños	2	m2	300	600
Total				12300

Elaborado: Por la Autora

Tabla 14 MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPO				
Cuarto frio	1	unidad	8000	8000
Balanza	2	unidad	80	160
Fuentes metalizas	5	unidad	15	75
Tinas de acero con tapa	4	unidad	50	200
Tinas de acero sin tapa	4	unidad	35	140
Grifos móviles	3	unidad	10	30
Mangueras flexibles y pitones individuales	3	unidad	10	30
Tanque Colector de agua	1	unidad	200	200
Envasadora	1	unidad	2300	2300
Mesas Metálicas	2	unidad	150	300
Muebles de Oficina	2	unidad	75	150
Equipo de Cómputo	1	unidad	850	850
Total				12435

Elaborado: Por la Autora

4.2.7.7. Inversión intangible

Inversión diferida.- Constituye aquella parte de la inversión que se destina a la contratación de activos diferidos o intangibles y para el presente plan es de:

Tabla 15 INVERSIÓN INTANGIBLE

<u>INVERSIÓN INTANGIBLE</u>				
Estudios	1	unidad	800	800
Gastos de Organización	1	unidad	200	200
Gastos de Instalación	1	unidad	300	300
Total				1300

Elaborado: Por la Autora

4.2.7.8. Inversión en capital de trabajo

Es aquella parte de la inversión que debe estar disponible, para la operación normal del plan de exportación durante el inicio de su funcionamiento, la cual se ha estimado en un mes de costos necesarios para operar una exportación mensual y estos haciende a:

Tabla 16 CAPITAL DE TRABAJO

<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>				
Materia Prima				
Alcachofas	4500,00	kg	7,00	31500,00
Adobo	4500,00	kg	1,00	4500,00
Materiales				
Fundas	4500,00	unidad	0,07	328,50
Cartones Corrugados	450,00	unidad	0,75	337,50
Cinta de Embalaje	3,00	unidad	5,00	15,00
Cinta de Empaque	3,00	unidad	3,00	9,00
Materiales Indirectos		unidad		0,00
Electricidad	250,00	kW	0,10	25,00
Mantenimientos de la Planta		unidad		0,00
Gorras Desechables	100,00	Unidad	0,05	5,00
Mascarillas	10,00	unidad	0,12	12,00
Mandiles	10,00	unidad	4,00	40,00
Guantes de Caucho	10,00	pares	1,20	12,00
Mano de obra	3,00	Obreros	474,33	1422,99
Ing. En alimentos	1,00	profesional	824,57	824,57
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Sueldos y Salarios	1,00	unidad	1622,47	1622,47
Útiles de Aseo	1,00	unidad	20,00	20,00
Papelería	1,00	unidad	10,00	10,00
Servicios Básicos	1,00	unidad	45,00	45,00
3. COSTOS DE VENTA				
Gastos de Venta	1,00	unidad		
Alquiler de transporte refrigerado	1,00	unidad	1125,00	1125,00
4. COSTOS DE EXPORTACIÓN				
Gastos de Exportación				
impuestos IVA 8%	1,00	unidad	3013,20	3013,20
Impuesto Arancel 6,40%	1,00	unidad	2410,56	2410,56
Seguro 1%	1,00	unidad	405,00	405,00
Transporte Inter	1,00	unidad	1125,00	1125,00
Almacenamiento temporal	1,00	unidad	225,00	225,00
Total				49032,79

Fuente: Cuadro de costos y gastos

Elaborado por: La Autora

4.2.7.9. Inversión total

Tabla 17 INVERSIÓN TOTAL

<u>INVERSIÓN FIJA</u>	
Obra Civil (Adecuación)	
Total	12300
Maquinaria y Equipo	
Total	12435
<u>INVERSIÓN INTANGIBLE</u>	
Total	1300
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	
Total	49032,79
INVERSIÓN TOTAL	<u>75067,79</u>

Elaborado por: La Autora

4.2.8. Análisis financiero

4.2.8.1. Financiamiento

El financiamiento es totalmente por la Empresa Municipal Agropecuaria Señora del Agro “EMAISA”, cantón Chambo, provincia de Chimborazo, es decir utilizará financiamiento propio para esta acción y no de terceros.

4.2.8.2. Ingresos

Los ingresos constituyen la parte más importante del plan, provienen de la venta del producto en el primer embarque y año y estos están en función del tamaño del proyecto, el cual se ha estimado en 4500 kg. Por embarque al mes.

Los ingresos se calculan multiplicando la cantidad de productos por el precio de venta unitario

$$I = Q \times P$$

Tabla 18 INGRESOS

COSTO TOTAL		49032,79
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		8,67
COSTO DE VENTA UNITARIO		10.90
	CVU	% DE UTILIDAD
COSTO DE VENTA	10,90	25%
		2,72
COSTO DE VENTA	13,62 x Kg	
VENTAS ANUALES		735.491,78

Elaborado por: La Autora

4.2.8.3. Punto de equilibrio

El equilibrio de un plan 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 plan se ha procedido a calcularlo en función de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

CFT =Costos fijos totales

CV =Costos Variables Totales

VT = ventas totales

Para poder aplicar la formula será necesario identificar los costos en fijos y variables

Tabla 19 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN			
Costos Directos			
	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Alcachofa		31500,00	
Adobo		4500,00	
Costos Indirectos			
Fundas		328,50	
Cartones Corrugados		337,50	
Cinta de Embalaje		15,00	
Cinta de Empaque		9,00	
Electricidad		25,00	
Mantenimientos de la Planta		0,00	
Gorras Desechables		5,00	
Mascarillas		12,00	
Mandiles		40,00	
Guantes de Caucho		12,00	
Mano de obra			
Mano de obra	1422,99		
Ing. En alimentos	824,57		
TOTAL PRODUCCIÓN			
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos y Salarios	1622,47		
Útiles de Aseo	20,00		
Papelería	10,00		
Servicios Básicos	45,00		
TOTAL			
3. COSTOS DE VENTA			
Alquiler de transporte refrigerado		1125,00	
4. COSTOS DE EXPORTACIÓN			
Gastos de Exportación			
impuestos IVA 8%	3013,20		
Impuesto Arancel 6,40%	2410,56		
Seguro 1%	405,00		
Transporte Inter		1125,00	
Almacenamiento temporal	225,00		
COSTO TOTAL	9998,79	39034,00	49032,79

Elaborado por: La Autora

$$\frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VTT}}$$

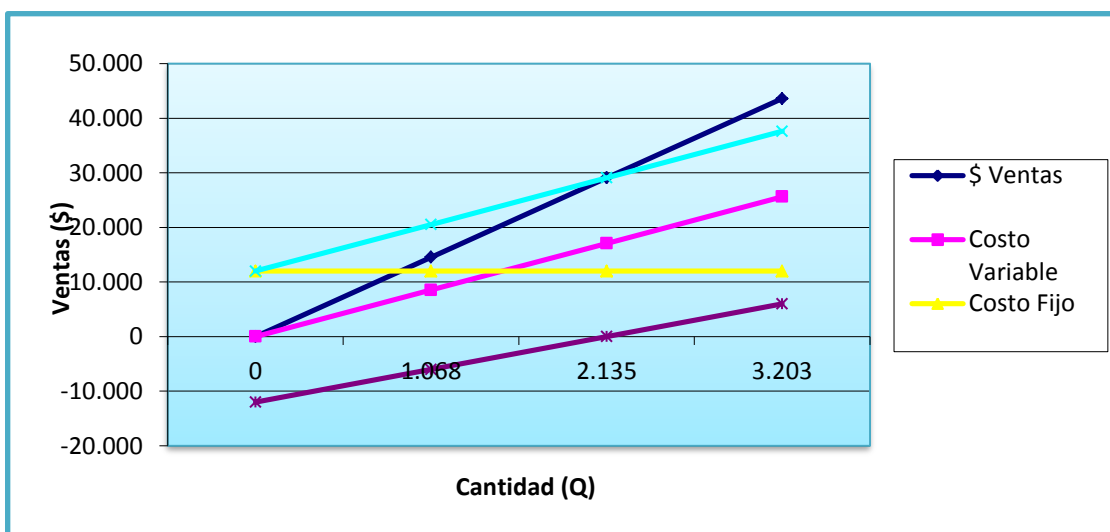
$$PE = \frac{9998,79}{1 - \frac{477.786,70T}{735.491,78}}$$

$$PE = \frac{9998,785}{0,35038471}$$

$$PE = 28536,59 \text{ USD}$$

Es decir se deberán vender 28.536,59 Dólares, para que la actividad económica no pierda ni gane.

Gráfico 11 PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: La Autora

4.2.8.4. Estado de resultados

Tabla 20 ESTADO DE RESULTADOS
EMPRESA MUNICIPAL AGROINDUSTRIAL SEÑORA DEL AGRO
“EMAISA”

Expresado en Dólares

ESTADO DE RESULTADOS			
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015			
VENTAS			735.491,78
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN			477.786,70
COSTO DIRECTO		468.378,70	
Materia Prima Directa	36.784,00		
Mano de Obra Directa	2.247,56		
COSTOS INDIRECTOS		9.408,00	
Fundas	328,50		
Cartones Corrugados	337,50		
Cinta de Embalaje	15,00		
Cinta de Empaque	9,00		
Electricidad	25,00		
Mantenimientos de la Planta	0,00		
Gorras Desechables	5,00		
Mascarillas	12,00		
Mandiles	40,00		
Guantes de Caucho	12,00		
GANANCIA BRUTA			257.705,08
(-) GASTOS OPERACIONALES			206.159,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS		20.369,60	
Sueldos y Salarios	1.622,47		
Útiles de Aseo	20,00		
Papelería	10,00		
Servicios Básicos	45,00		
GASTOS DE VENTAS		185.790,24	
Alquiler de transporte refrigerado	3.013,20		
impuestos IVA 8%	2.410,56		
Impuesto Arancel 6,40%	405,00		
Seguro 1%	1.125,00		
Transporte Inter	225,00		
Almacenamiento temporal	8.303,76		
UTILIDAD OPERACIONAL			51.545,24
15% Participación trabajadores			7.731,79
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO			43.813,45
23% Impuesto a la Renta			10.077,09
UTILIDAD DEL EJERCICIO			33.736,36
RESERVAS			6.747,27
Reserva Legal		3.373,64	
Reserva Estatutaria		1.686,82	
Reserva Facultativa		1.686,82	
UTILIDAD NETA			26.989,09

Elaborado por: La Autora

4.2.8.5. Balance general del primer año

Tabla 21 BALANCE GENERAL

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015					
ACTIVO			PASIVO		
			0,00		
ACTIVO CORRIENTE		38.061,5	PASIVO CORRIENTE		0,00
Inventario de MPD	36.000,00		Préstamo	0,00	
Inv. Materiales	2.061,50		Obligaciones por pagar	0,00	
ACTIVO FIJO		62.771,79	Otras Obligaciones por pagar		
Caja	49.032,79				
Obra civil, Adecuación	12300,0		PASIVO A LARGO PLAZO		0,00
Maquinaria, Equipo e Instalaciones	12435,0		Préstamo Bancario a Largo Plazo	0,00	
			Otros pasivos		
			Ingresos diferidos		
(-) Depreciación Acumulada Activo Fijo	10.996,00		PATRIMONIO		115.551,41
			CAPITAL SOCIAL		75.067,79
ACTIVO DIFERIDO		1.040,00	Aporte de los Socios	75.067,79	
Estudios	800,00		UTILIDADES		33.736,36
Gastos de Organización	200,00		Utilidad	33.736,36	
Gastos de Instalación	300,00		RESERVAS		6.747,27
(-) Amortización Acumulada	-260,00		Reserva Legal	3.373,64	
Otros Activos	13.678,10		Reserva Estatutaria	1.686,82	
Otros Activos	13.678,10		Reserva Facultativa	1.686,82	
TOTAL ACTIVOS	115.551,4		TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		115.551,4

Elaborado por: La Autora

4.2.8.6. Flujo de efectivo

El flujo de fondos, son las entradas y salidas de dinero en efectivo, en oposición a la utilidad contable neta (ingreso contable neto) que puede fluir hacia adentro o hacia fuera de la nueva empresa durante algún período específico.

La utilidad neta, no es un resultado que permita evaluar el plan, porque es un concepto contable, no de liquidez, entonces, para transformar a un Estado de Resultados en un Flujo de Efectivo, le hemos sumado a la utilidad neta, los “fondos no gastados”, que generalmente son:

Tabla 22 FLUJO NETO DEL EFECTIVO

EMAISA					
FLUJO NETO DEL EFECTIVO					
PERIODOS DEL 1 AL AÑO 5					
AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS	735.491,78	735.491,78	735.491,78	735.491,78	735.491,78
EGRESOS	683.946,54	683.946,54	683.946,54	683.946,54	683.946,54
FLUJO DE CAJA	51.545,24	51.545,24	51.545,24	51.545,24	51.545,24

Fuente: Cuadro de ingresos y gastos

Elaborado por: La Autora

4.2.9. Evaluación del proyecto

4.2.9.1. Análisis TREMA (Tasa de rendimiento mínima aceptable)

La evaluación financiera estudia los aspectos monetarios del plan de exportación y la contribución al inversionista.

La evaluación económica en cambio analiza la contribución del plan a la economía es su conjunto y para ello se deberá determinar la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA).

La tasa de rendimiento mínima aceptable para los inversionistas del plan está relacionada con la tasa de oportunidad a la cual se podrían aplicar los recursos en otras alternativas de inversión.

Para el cálculo de la TREMA se ha considerado la tasa de inflación anual prevista, más un premio por el riesgo de la inversión, así,

TREMA = Tasa de inflación + % premio al riesgo

TREMA = 2.74 % + 8 % = 11 %, la cual será la rentabilidad mínima que se exigirá al plan durante el período de evaluación (5 años).

La TREMA se constituye en la tasa de descuento a la cual se actualizará el flujo de efectivo del proyecto para efectos del cálculo del VAN.

4.2.9.2. VAN (Valor actual neto)

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del plan en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

El VAN se calcula de la siguiente manera:

Se partió del resultado del FLUJO NETO DE EFECTIVO. Ese resultado se le actualiza al año CERO, utilizando una tasa de descuento se resta la inversión Inicial, ese resultado se constituye en el valor actual neto o valor presente neto, en función de la siguiente Fórmula. VAN = - Inversión inicial + Sumatoria FNE Actualizado

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

En el caso del presente plan es:

Tabla 23 VAN +

AÑOS	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	$VA = 1/(1+i)^n$		INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS
				FACTOR ACTUALIZACIÓN	Fact. De Act			
0	75.067,79				Fact. De Act	75.067,79		
1		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^1$	0,90301607		664.160,89	617.614,72
2		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^2$	0,81543803		599.747,96	557.716,02
3		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^3$	0,73635365		541.582,05	503.626,53
4		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^4$	0,66493918		489.057,30	454.782,85
5		735.491,78	683.946,54	$1/(1+0.11)^5$	0,60045077		441.626,60	410.676,22
	75.067,79	3.677.458,88	3.419.732,70			75.067,79	2.736.174,81	2.544.416,34
						VAN1=	116.690,68	

Elaborado por: La Autora

Al ser su resultado positivo significa que el rendimiento de la inversión es superior al requerimiento mínimo de los inversionistas. Sin embargo es necesario calcular un nuevo VAN con carácter de negativo con el ánimo de calcular posteriormente la TASA INTERNA DE RETORNO; el VAN negativo se lo calcula con un costo de oportunidad distinto y superior al TREMA.

Tabla 24 VAN -

						Costo de oportunidad		
						65%,		
AÑOS	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> FACTOR $VA = 1/(1+i)^n$ ACTUALIZACIÓN </div>		INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS
0	75.067,79				1,00000	75.067,79		
1		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^1$	0,60606		445.752,59	414.513,05
2		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^2$	0,36731		270.153,09	251.220,03
3		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^3$	0,22261		163.729,14	152.254,57
4		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^4$	0,13492		99.229,78	92.275,49
5		735.491,78	683.946,54	$1/(1+65)^5$	0,08177		60.139,26	55.924,54
	596.896,00	12.870.000,00	3.906.615,50			75.067,79	1.039.003,87	966.187,69
						VAN2=	-2.251,61	

Elaborado por: La Autora

Al ser este resultado negativo, nos indica que la Inversión no producirá el rendimiento mínimo aceptable, por lo tanto no sería recomendable su implementación, sin embargo este resultado nos facilitará el cálculo de la tasa interna de retorno la misma que se encuentra mediante aproximaciones sucesivas entre un rango positivo y negativo .

4.2.9.3. TIR (tasa interna de retorno)

Expresa el rendimiento de la inversión en términos de tasa de interés

Cálculo de la TIR.

Existen algunas formas de calcular, una de ellas es mediante el método de aproximaciones sucesivas o tanteo, para lo cual se ha calculado un VAN +, y un VAN con valor negativo, ya que la TIR estará ubicado al interior del intervalo y se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

r_1 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_1

r_2 = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN_2

VAN_1 = Valor positivo

VAN_2 = Valor negativo

Dentro del plan la tasa interna de retorno es la siguiente:

r1	11%	
r2	65%	
Van 1	116.690,68	
Van2	-2.251,61	
Tir=	65%	0,98106973
Tir=	0,638	
Tir=	63,77%	

Análisis: Al ser la tasa interna de retorno $> i$ (11%) la tasa el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero, por lo que la tasa del proyecto (63,77%) es conveniente para los inversionistas, justificando de esta forma las inversiones.

4.2.9.4. RB/C (relación costo-beneficio)

Constituye el resultado de la división de la sumatoria del valor presente de los ingresos entre la sumatoria del valor presente de los egresos descontados a una tasa determinada (i), para el efecto se ha considerado la tasa del 9,35% y la siguiente fórmula para calcularlo.

$$RB / C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

R\$/BC=

	1	2	3	4	5
R\$/BC=	<u>51545,24</u>	<u>51545,24</u>	<u>51545,24</u>	<u>51545,24</u>	<u>51545,24</u>
	1,11	1,23	1,36	1,50	1,67

R\$/BC= 46546,18 42031,94 37955,52 34274,45 30950,38

ING-ACT 191758,46

EGRESOS **75067,79**

R\$/BC= 2,55 - 1 de prima

R\$/BC= 1,55

El indicador RB/C, señala qué utilidad tendremos con el costo que representa la inversión, es decir define la prima por cada dólar invertido en el proyecto, el cual en nuestro caso son 1 dólar con 55 centavos por dólar invertido.

Y al ser B/C) 1,55 > 1 El plan de exportación es atractivo financieramente.

4.2.9.5. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

Como resultado nos da el tiempo en que recupera la inversión más el costo del capital involucrado, es decir es el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial y para su cálculo se ha considerado la siguiente formula.

$$PRI = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad anual}}$$

0	1	2	3	4	5	
	51.545,24	51.545,24	51.545,24	51.545,24	51.545,24	
-75.067,79						
		51.545,24	23.522,55	51.545,24	100%	
AÑOS	MESES			23.522,55	X	
1	5					
					X=	0,5

Por lo tanto la inversión se recupera en 1 años y 5 meses

Fuente: ARBOLEDA, G, 2004, Planes: Formulación, Evaluación, y Control

4.2.10. Logística de exportación

4.2.10.1. Descripción del proceso de exportación

Para comprender de mejor manera el proceso de exportación se tomará en cuenta la Resolución No. 707, de fecha 23 de Junio de 2008, emitida por el SENA, que específicamente señala y emite el “PROCEDIMIENTO PARA MERCANCIAS EXPORTADAS A CONSUMO POR VÍA AÉREA DE PRODUCTOS PERECIBLES EN ESTADO FRESCO”, sobre el cual se realiza el siguiente resumen:

Conceptualizamos a la Orden de Embarque como el documento por el cual el Exportador directamente o a través del Agente Afianzado de Aduana, proporciona la SENA la información preliminar de las mercancía a ser exportadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto, “Orden de Embarque”, la cual

contiene información del declarante y de las mercancías. Esto no incluye los datos del manifiesto de carga, documentos de transporte y consignatarios.

Las cantidades expresadas en unidades físicas y comerciales que se indiquen en la Orden de Embarque son provisionales cuando las mercancías sean destinadas al régimen de Exportación a Consumo, por lo que al momento de presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación definitiva (Régimen 40), se registrará las cantidades reales que hayan sido exportadas, pudiendo superar la cantidad originalmente previstas en la Orden de Embarque.

A fin de ejecutar una exportación, los exportadores tendrán que registrarse ante la SENAE, conforme el proceso establecido para estos casos, del cual se otorgará un código de Operador de Comercio Exterior autorizado. Dicho código será usado para sus operaciones en el Sistema ECUAPASS.

La Orden de Embarque debe ser transmitida por el Exportador o por su Agente de Aduana a través del Sistema, la cual será aprobada automáticamente por el sistema asignándoles un número de registro.

Las exportaciones de perecibles en estado fresco que se efectúen por vía aérea y que se realicen dentro del mismo mes a partir de su aprobación, podrán utilizar una misma orden de embarque para el ingreso de las mercancías a Zona Primaria Aduanera para su exportación definitiva y presentar para su regularización una sola declaración aduanera de exportación. Vencido este plazo, la orden de embarque quedará sin efecto, debiendo el exportador, directamente o a través de un Agente de Aduana, transmitir una nueva Orden de Embarque. La orden de embarque amparará exportaciones de un solo exportador hacia un solo país de destino.

El Sistema ECUAPASS no aceptará órdenes de embarque sí que el exportador tuviese pendientes de presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación para regularizar dos o más órdenes de embarque, contabilizadas hasta el mes anterior a la solicitud.

Bajo ningún concepto, se podrá realizar el embarque de una mercancía, si ésta no se encuentra amparada por su respectiva orden de embarque. En caso de que la mercancía

salga del país sin la Orden de Embarque, el exportador, transportista y/o el Agente de Aduanas serán sancionados por la autoridad competente, conforme a lo dispuesto en la Codificada Ley Orgánica de Aduanas, siguiendo el procedimiento que para el efecto prevé el Código Tributario.

De comprobarse que la Orden de Embarque fue utilizada en una fecha posterior a la vigencia de la misma, el exportador será sancionado conforme lo estipula el artículo 90 literal d) de la Codificada Ley Orgánica de Aduanas que equivale al valor de \$26,28. Si al Orden de Embarque no va a ser utilizada, esta deberá ser anulada dentro del plazo vigente por el exportador o el agente de aduana.

El Agente de Aduana que haya transmitido o registrado una Orden de Embarque y que no presentare electrónicamente y físicamente la Declaración Aduanera Única de Exportación correspondiente, dentro del plazo establecido en la Ley, junto con los documentos de acompañamiento respectivos, ante la Unidad de Exportaciones del Distrito de salida; además de la sanción pecuniaria, será sancionado conforme a lo estipulado en el literal a) del artículo 162 del Reglamento General del Código Orgánico de la **Producción, Comercio e Inversión** (COPCI), que dispone lo siguiente: “Suspensión de la licencia.- Son causas para la suspensión de la licencia de Agente de Aduana las siguientes:

Por incumplimiento de las obligaciones señaladas en la ley, y este reglamento y disposiciones de la SENA. La suspensión será por 60 días.” Se exceptúa en los siguientes casos:

- a) Por la falta de transmisión electrónica del documento de transporte de la empresa transportista o agencia de transporte.
- b) Por la terminación de la relación comercial entre el Agente de Aduana y el exportador, verificado antes del vencimiento del plazo de presentación de la Declaración Aduanera Única.
- c) Por la falta de entrega del Exportador al Agente de Aduana, de los documentos de acompañamiento de la Declaración Aduanera, situación que deberá

ser justificada por el Exportador. De aceptarse la justificación, la sanción será aplicada únicamente al Exportador.

Dentro del día hábil siguiente al término del plazo para la presentación de la Declaración Aduanera Única de Exportación, el Agente de Aduana deberá presentar el justificativo ante el Distrito de Aduana de salida, con las razones por las cuales no presentó la DAU; información que deberá ser comprobada por el Distrito, en el caso de existir varios consignatarios en el exterior, estos deben detallarse en un anexo adjunto a la Declaración Aduanera Única de Exportación.

Las Empresas transportistas o Agencias de Transporte están obligadas a transmitir los manifiestos de carga con todos sus documentos de transporte, en los formatos electrónicos establecidos por la Corporación Aduanera Ecuatoriana, en un plazo máximo de 48 horas posteriores al zarpe de la nave o salida del medio de transporte. En caso del incumplimiento de esta disposición la SENA E procederá a sancionarlas, conforme a lo dispuesto en el literal d) del artículo 90 de la Codificada en el COPCI.

Los funcionarios aduaneros de las áreas Administrativas de Exportaciones de los Distritos son responsables de la recepción física de las Declaraciones Aduaneras de Exportación y registro de esa recepción en el módulo del sistema de la SENA E.

4.2.10.2. Términos de negociación INCOTERMS.

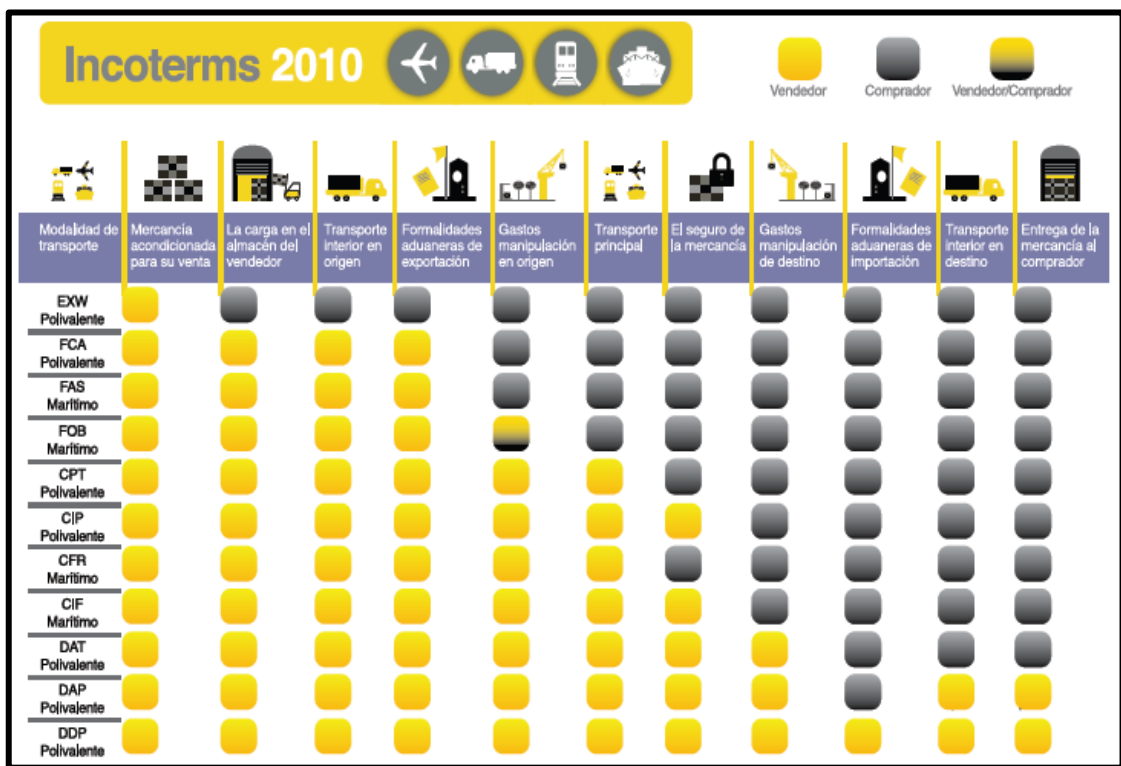
Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales INCOTERMS 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el INCOTERM 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, 2015).

Estos términos de negociación son conocidos internacionalmente y describen los riesgos y obligaciones que tiene el comprador o el vendedor en una operación de comercio

exterior, dependiendo del lugar convenido y del medio de transporte, fueron establecidos por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) en 1936 con revisiones en 1953, 1980, 1990, 2000 y la más actual la versión 2010 la cual está en funcionamiento desde el 01 de enero de 2011 (ICC, 2013)

Esta actualización debe ser incluida de manera privada entre las partes negociantes y se incluyen en los contratos de compra venta internacional y facturas comerciales. (Instituto de promoción de exportaciones e inversiones extranjeras, 2013)

Gráfico 12 INCOTERMS, riesgos y obligaciones

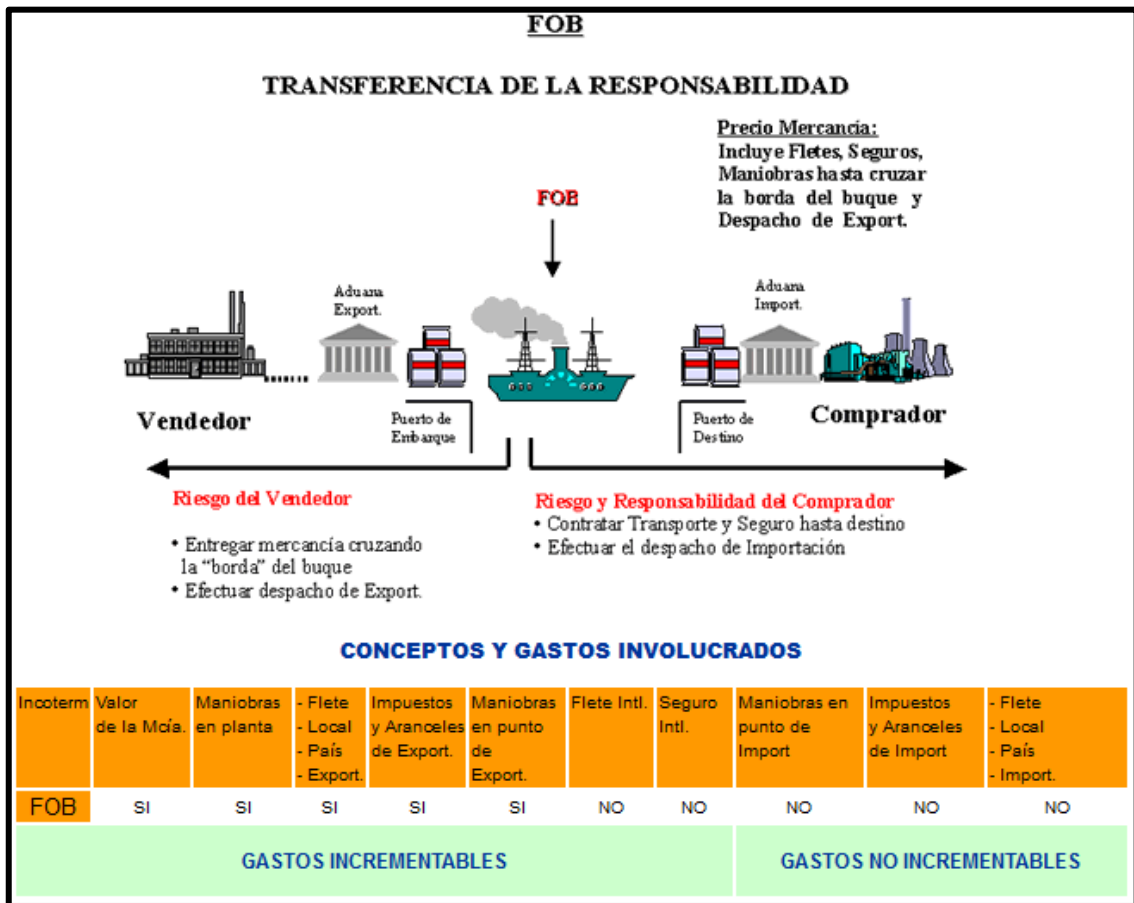


Fuente: (Dirección de Servicio de Asesoría Integral al Exportador (SAE), 2015)

✓ **Free on Board - Libre a bordo (FOB)**

Para las exportaciones desde Ecuador usualmente se considera el uso del INCOTERM FOB, en este caso las ventas de panela granulada con destino a Italia, se estiman realizar en el término en mención, debido a que el riesgo y la responsabilidad que tendría la Asociación llegaría hasta que la mercancía es entregada a bordo del buque en el puerto marítimo de embarque, lo cual implica un bajo riesgo para una empresa que no ha tenido experiencia en el comercio exterior

Gráfico 13 Transferencia de Responsabilidad FOB



Fuente: (Logfor, 2015)

✓ Obligaciones del exportador

El exportador al negociar bajo el término FOB debe encargarse de lo siguiente:

- Entregar la mercancía en perfecto estado embalado y con su respectiva factura comercial de conformidad con el contrato de venta
- Obtener algún documento o licencia de exportación y cualquier otro documento para realizar los trámites aduaneros de exportación en destino
- Entregar la mercancía a bordo del buque designado por el comprador.
- Soportar los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sobrepasado la mercancía la borda del buque

- Asumir los costes aduaneros necesarios para la exportación.
- Otras obligaciones a las que el vendedor tiene que hacer frente son las de prestar ayuda al comprador sobre algún documento que se necesite en el país de embarque.

✓ **Obligaciones del importador**

De igual forma el importador al negociar bajo el término FOB debe encargarse de lo siguiente:

- Pagar lo dispuesto en el contrato de compra-venta,
- Contratar el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque
- Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía, desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque.
- Pagar todos los tributos de importación
- Pagar los costes de flete, descarga en el puerto de destino, trámites de aduana de importación
- Contratar seguro para cubrir el riesgo.

✓ **Proceso aduanero**

Una vez realizado el proceso de palatización y cubicaje de la mercancía se procede a realizar los siguientes pasos con el fin de realizar el proceso de exportación detallado en el Plan de Exportación del presente capítulo

1. Generar la DAE en el sistema ECUAPASS en el cual se debe anexar los documentos de acompañamiento y soporte.
2. Contactarse con la naviera para que nos reserve un espacio en el barco y se genere un itinerario, considerar el puerto seleccionado para el proceso.
3. Movilizar la mercancía de Riobamba a Guayaquil mediante un flete interno al patio de la naviera, por un valor de 380.00 USD aproximadamente.
4. Tener en cuenta que se deben adquirir dos sellos para el contenedor

5. Generar el documento de autorización para el ingreso y salida de vehículos (AISV), este documento debe ser llenado por el exportador con datos de la carga que se enviará al exterior, con especificaciones del chofer, vehículo, mercancía y contenedor, este papel será presentado por el transportista de la mercancía para su acceso al puerto local CONTECON. (Universo, 2013)

6. El formulario AISV, se lo realiza en la página de Contecon Guayaquil S.A (CGSA) www.cgsa.com.ec, con el usuario y su clave, en el caso de ser un usuario nuevo enviar un correo electrónico a aisvuser@cgsa.com.ec, solicitando la creación del mismo, tomar en cuenta que se puede ingresar el contenedor con un límite de 48 horas antes del embarque.

7. Ingresar a CONTECON la carga de exportación presentando los siguientes documentos:

- AISV generado
- Credencial emitida por CGSA

8. El momento de ingresar al puerto se genera el Almacenaje de Contenedores (TAC) de 88.09 USD por 6 días libres y 6.72 1 día más

9. En el transcurso del ingreso del contenedor al puerto se genera el tipo de aforo o la revisión antinarcóticos aleatoriamente (deben estar presentes o delegar una persona mediante una solicitud membretada firmada por el exportador y otra por el agente cuando amerite), considerar que toda mercancía o contenedor que transite por las instalaciones portuarias serán controlados en el ingreso y salida

10. Una vez ingresa la mercancía a zona primaria se debe verificar en el ECUAPASS en que instante se genera la salida autorizada para que de acuerdo al itinerario proporcionado por la naviera podamos verificar la salida de la mercancía

11. En el caso de una inspección la policía antinarcóticos procederá a bloquear en el sistema el embarque de la carga y enviara electrónicamente la notificación al cliente y naviera, tomar en cuenta que puede ser programada o pre-embarque y se la realizará en el horario de 8h00 a 18h00. Después de concluir con la revisión se desbloqueara en el sistema la carga para su posterior embarque.

12. Cuando la SENAE requiera una inspección física o intrusiva, un funcionario de la institución notificara al cliente y se llevara a cabo la operación y la autorización de embarque, posterior a esto SENAE notificara a la CGSA para que la mercancía pueda ser embarcada.

Gráfico 14 Logística de distribución Clientes



Elaborado por: La autora

✓ **Costos por flete internacional**

Una vez que la mercancía para la exportación esta lista, se debe establecer un medio de transporte internacional adecuando para su correcta movilización al país de destino, sin embargo a pesar de que el Incoterm seleccionado es FOB, a continuación se presente un valor aproximado.

✓ **Ecuador (CONTECON- Guayaquil) al puerto de destino Toronto.**

Según la empresa Uniline Transport Systems, la frecuencia de salida de Guayaquil-Ecuador a Toronto – Canadá es semanal con los siguientes costos y detalles:

- Puerto de embarque: Guayaquil
- Tiempo de Tránsito: 29 días aprox.
- Contenedor 20' \$ 2,100.00 x cont. hasta 2,500.00

Gráfico 15 PROCESO DE EXPORTACIÓN



Elaborado por: La Autora

4.2.10.3. Fase de pre-embarque

La Orden de Embarque, es el documento por el cual se proporciona a la SENA E la información preliminar de las mercancías a ser exportadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto.

La Orden de Embarque, la cual contiene información del declarante, régimen precedente, consignatario, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero, peso de las mercancías, entre otros datos.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la Orden de Embarque. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en su Representante Legal.

La Orden de Embarque es única y de carácter personal, consecuentemente se formula independientemente por cada exportador o Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presenta bajo el formato determinado.

Se puede presentar la Orden de Embarque en el Distrito de salida de las mercancías.

La Orden de Embarque, incluso las operaciones que se deriven de ella, se efectúa mediante la transmisión electrónica de datos de acuerdo al formato de “Mensaje de Datos”, establecido por la autoridad aduanera.

Esta orden de embarque se inicia con la transmisión y presentación del Régimen 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 al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, en el 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 ECUAPASS, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero (Zona Primaria) donde se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

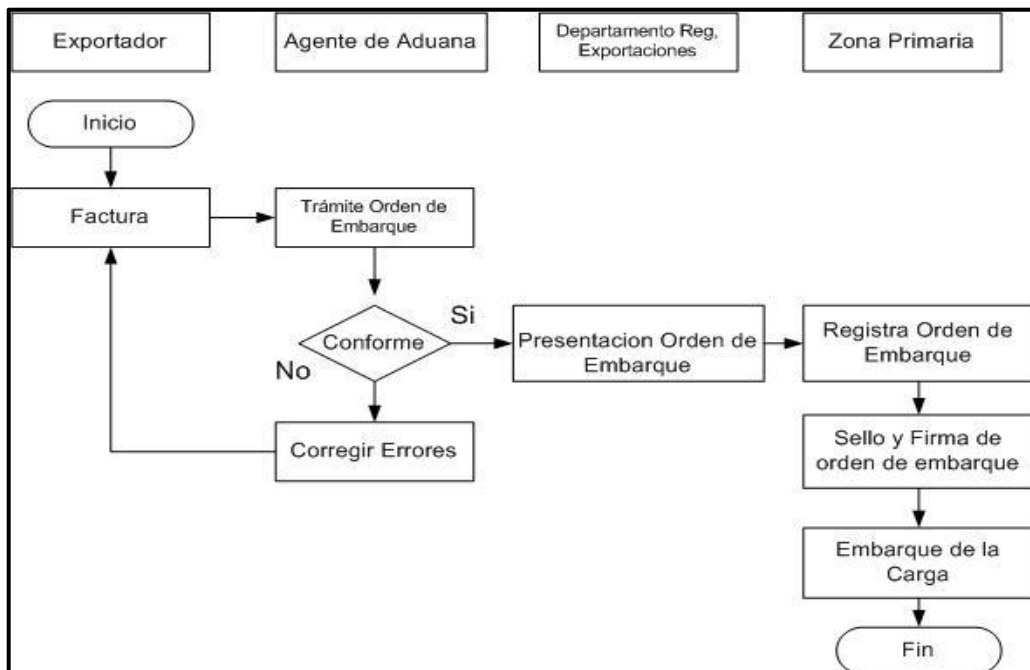
Para la presentación de la Orden de Embarque en el departamento de Zona Primaria y que la misma sea autorizada, es obligatorio se anexe la siguiente documentación:

- Factura comercial;
- Corte de guía;
- Packinglist;
- Certificado de Origen cuando amerite.

Luego de aprobada la Orden de Embarque en el ECUAPASS, el exportador o su agente afianzado deberán legalizar esta exportación en el Departamento de Zona Primaria y cumplido este proceso se está autorizado para enviar la mercancía al país de destino. El siguiente paso es la entrega de la mercancía a la agencia de carga, ésta es la encargada de trasladarla a la Bodega de Almacenamiento Temporal, para posteriormente ejecutarse la inspección por parte de antinarcóticos y luego de ésta la mercancía está lista para ser embarcada.

Flujograma de la Fase de Pre-Embarque

Gráfico 16 Fase de Pre embarque



Elaborado por: La Autora

4.2.10.4. Fase post-embarque

Para la legalización de la Declaración Aduanera Única de la Exportación a Consumo se transmite a través del ECUAPASS la declaración del Régimen 40 ya sea por parte del Exportador o el Agente de Aduanas, en el que se detallan las mercancías exportadas, el régimen al que corresponden, consignatario, medio de transporte, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero.

Esta declaración aduanera es única y de carácter personal, consecuentemente se formula independientemente por cada exportador en forma personal o a través de un Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presenta bajo el formato determinado por la SENAE, sea a través de medios electrónicos o documentales de acuerdo a la normativa que para el efecto dicte dicho servicio aduanero.

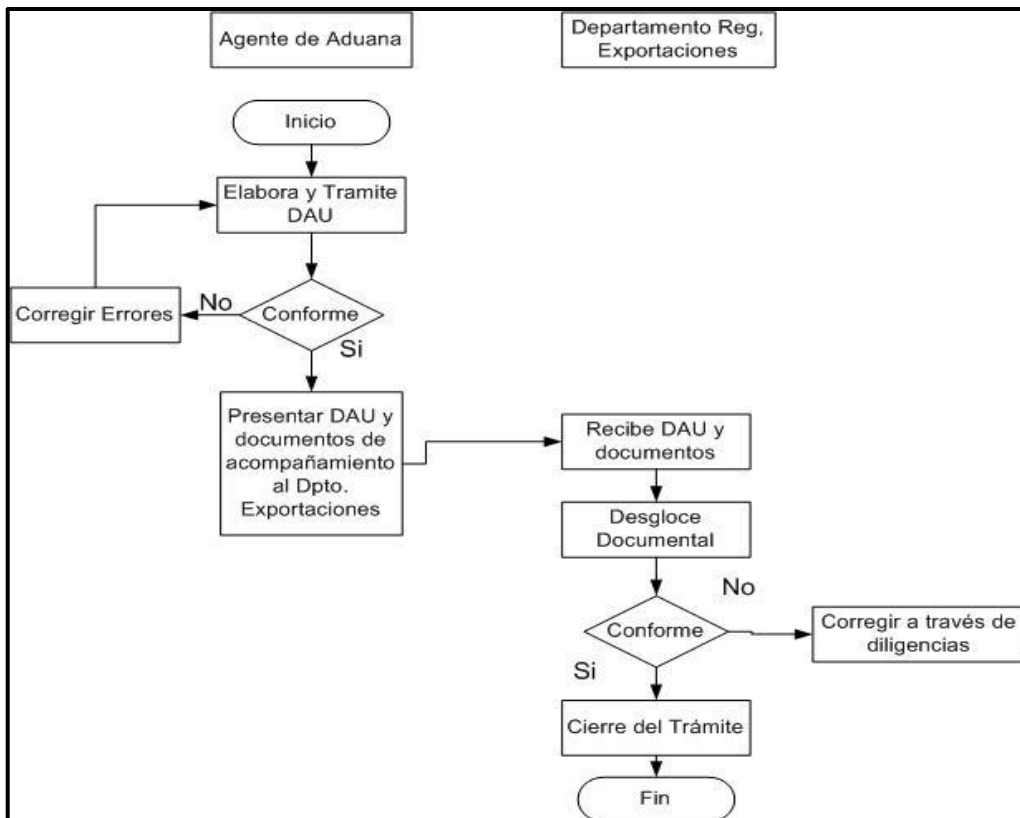
Según el Art. 46 del Reglamento General del COPCI, esta declaración se transmite en aplicación del Art. 43 de la ley, Obligatoriedad y plazo que señala, que el propietario, consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un Agente de Aduanas, presentará en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías provenientes del extranjero o con destino a él, en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterán.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.

En las exportaciones, la declaración se presenta en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.

En la importación y en la exportación a consumo, la declaración incluye la autoliquidación de los tributos correspondientes.

Gráfico 17 Flujograma de Fase de Post-Embarque



Elaborado por: La autora

4.2.10.5. Documentos de acompañamiento

Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de exportación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la declaración aduanera, cuando estos sean exigidos.

La aplicación de la sanción que contempla el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, no eximirá de la presentación del documento de acompañamiento para el levante de las mercancías.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando proceda).
- Certificado de Origen. (cuando proceda)
- Documento de Transporte.
- Orden de Embarque impresa.

4.2.10.6. Documentos de soporte

Documentos de soporte: Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la declaración aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley.

Los documentos de soporte son:

- a.** Documento de transporte.- Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP. (Ver anexo)
- b.** Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial.- La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando éste sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación. Sin embargo, las importaciones de vehículos como parte del menaje de casa requerirán la presentación obligatoria de la factura comercial.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente.

c. Certificado de Origen.- Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios. (Ver anexo)

d. Documentos que el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente, considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.

Estos documentos de soporte deberán transmitirse o presentarse junto con la Declaración Aduanera de mercancías, de acuerdo a la modalidad de despacho que corresponda y a las disposiciones que el Director General del Servicio Nacional del Ecuador dicte para el efecto.

Sin perjuicio de los documentos de soporte señalados previamente, se deberán acompañar a la Declaración Aduanera los demás documentos necesarios para la aplicación de las disposiciones que regulan el régimen aduanero declarado y los que sean mandatorios de acuerdo a las normas nacionales e internacionales a que hubiere lugar.

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador podrá solicitar al declarante, cuando lo considere necesario, la traducción de la información contenida en los documentos de soporte o de acompañamiento.

Artículo 4.- Sanciones.- Considérese lo señalado en literal a) del artículo 178 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en el caso de determinarse que los documentos referidos en la presente resolución se conociera o presumiera de que son documentos falsos o adulterados, a fin de proceder con las acciones legales pertinentes.

Artículo 5.- Notificación.- Del contenido de la presente Resolución notifíquese a las diferentes áreas administrativas y técnicas del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Encárguese a la Dirección General de Secretaría General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador el formalizar las diligencias necesarias para la publicación de la presente en el Registro Oficial para su difusión.

Artículo 6.- Vigencia.- La presente resolución subsistirá hasta que el Reglamento al Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones entre en vigencia.

La presente entrará en vigencia a partir de su suscripción sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

✓ **Factura comercial**

Este documento es emitido por el exportador a la orden del importador / comprador como constancia de la venta realizada. Donde se detallan todas las mercancías vendidas, así como la información sobre la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor, nombre y dirección del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, peso, modalidades del embarque, precio, especificando el tipo de moneda, condiciones de venta en general, lugar y fecha de expedición, además de requerimientos adicionales exigidos por el comprador.

Este documento debe ser lo más detallado posible y estar claramente redactado y contener la siguiente información:

- Deberá expresar el precio efectivamente pagado o por pagar directamente al vendedor y deberá ser expedida por el vendedor o proveedor de la mercancía, con las condiciones de entrega Incoterms (FOB, EXW, FCA, FAS, CFR, CIF, etc.).
- Debe ser un documento original expedido por el vendedor o proveedor de la mercancía, no debe presentar borrones, enmendaduras o adulteraciones.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

✓ **Lista de contenido (parking list)**

El packinglist o Lista de contenido, completan la información descrita en la factura comercial, en cuanto a la mercancía, y debe ser siempre emitido por el exportador.

Es un documento que tiene una gran importancia en aquellas situaciones donde se produzca un despacho aduanero físico y sirve para facilitar el reconocimiento selectivo por parte del "actuuario" de aduanas.

Asimismo, se hace servir para comprobar, en el momento de entrar la mercancía en el almacén, la corrección en cuanto a faltas, daños, sobras, etc.

Debe contener:

- Indicación de la factura a la que corresponde.
- Fecha, nombre y razón social del vendedor y comprador.
- Cantidad, denominación precisa y tipo de embalaje de la mercancía, con identificación de marcas.
- Numeración del tipo de embalaje y el contenido de cada uno de ellos.
- Peso bruto y neto y cubicación.

✓ **Documentos de transporte**

Son los correspondientes a las diferentes modalidades de transporte utilizadas en el comercio internacional.

Transporte terrestre

El documento principal es la carta de porte por carretera, que constituye al mismo tiempo, recibo de mercancía por parte del transportista y prueba del contrato de transporte.

Transporte aéreo

El conocimiento de embarque aéreo, conocido en su denominación inglesa como «Air Waybill (AWB)», es el documento utilizado en el transporte aéreo. Constituye el contrato de transporte por parte de la compañía aérea, y prueba del contrato de transporte.

✓ **Pólizas de seguros**

La finalidad de este seguro de transporte de carga, no es otra que la de cubrir las mercancías contra los diversos riesgos que se puedan presentar de un lugar a otro. Esto puede ser durante determinados periodos de tiempo y bajo determinadas circunstancias, relacionados con el hecho de transportar las mercancías.

El seguro de transporte de carga le cubre la mercancía transportada en cualquier parte del mundo, pues los bienes siempre están expuestos a sufrir daños a consecuencia de un accidente o imprevisto. La cobertura puede iniciar desde que los bienes salen del almacén del proveedor hasta su destino final, ya sea por tierra, mar o aire.

Las principales modalidades del seguro de transporte de carga.

De acuerdo al ambiente en que se desenvuelven tenemos las siguientes modalidades:

Marítimo: comprende el aseguramiento de buques y material relacionado con la navegación y el de las mercancías.

Terrestre: el transporte efectuado por ferrocarril o por camión; aquí también hay que distinguir el medio, el vehículo y las mercancías.

Fluvial y lacustre: el aseguramiento de buques y cargamentos en ríos y lagos.

Aéreo: seguros a las aeronaves y a las mercancías transportadas

✓ **La Póliza.**

Los riesgos asegurables se contratan mediante una póliza de seguro en la cual el asegurador, por el pago de una prima determinada, se obliga a indemnizar al asegurado o beneficiario por las pérdidas o daños causados a los bienes durante y con ocasión del transporte normal, de acuerdo con las condiciones generales, particulares o especiales pactadas.

Tipos de Póliza existentes para asegurar tu mercancía:

Pregunta por las pólizas abiertas o automáticas, las cuales se otorgan a aquellos clientes que tienen un alto volumen de mercancías por transportar. Este tipo de póliza te ofrece ciertas ventajas tales como primas más favorables debido al volumen transportado y primas a pagar mensualmente entre otras.

Por otro existen los certificados individuales o póliza específica, y se enfoca a aquellos empresarios que tienen un bajo volumen de mercancías a transportar, o que sencillamente se ven en la necesidad de transportar mercancías de una forma muy esporádica.

✓ **Póliza de transporte de valores**

Pregunta por este tipo de póliza si alguna vez te ves en la necesidad de transportar dinero, joyas preciosas, certificados, obras de arte, títulos y otros valores.

Principios Básicos del Seguro de Transporte.

La indemnización constituye la característica fundamental propia de todos los seguros sobre las cosas y, por tanto, también del seguro de transporte. Los principios de indemnización están basados en que:

1. Nadie puede pretender indemnizaciones superiores al daño sufrido.
2. El seguro no puede constituir causa de lucro o beneficio para el asegurado.
3. La indemnización por el asegurador no debe colocarle en una situación más ventajosa que si el siniestro no hubiese ocurrido.

Coberturas del seguro de transporte de carga se dividen en:

- a. Cobertura Mínima: Cubre el incendio, rayo, explosión o hechos tendientes a extinguir el fuego originado por tales causas; caídas accidentales de bultos al mar o al río durante su navegación o durante las operaciones de cargue, descargue o transbordo; pérdidas o daños originados en accidente que sufra el vehículo transportador o el vehículo asegurado cuando éste se movilice por sus propios medios.
- b. Falta de Entrega: Cubre el extravío y/o hurto simple o calificado, según definición legal de uno o más bultos completos (contenido y empaque), en que se halle dividido el despacho, de acuerdo con los documentos de transporte.

- c. Avería Particular: Considera la rotura, contaminación, humedad, aplastamiento, manchas, abolladuras, óxido, contacto con aceite o grasas; derrames, mermas, evaporaciones o filtraciones por rotura de empaque, golpes y caídas de los bienes a tierra. Estos daños hacen referencia al contenido y no al empaque.
- d. Saqueo: Se aplica en dos formas: a) cuando hay sustracción parcial o total del contenido de los bultos y b) la sustracción de alguna parte integrante de los bienes asegurados, cuando no tengan empaque.
- e. Otros Riesgos Asegurables: Guerra internacional, guerra civil, rebelión, insurrección, acto hostil de un poder beligerante o contra dicho poder; aprehensión proveniente de los anteriores riesgos, minas, torpedos, bombas u otros artefactos de guerra abandonados; huelgas, suspensión de trabajos por cierre patronal, disturbios, motines, conmoción civil y terrorismo.
- f. Riesgos No Asegurables: Decomiso, embargo y secuestro, retención; vicio propio: combustión espontánea, mermas, evaporaciones o filtraciones; pérdidas o daños causados por roedores, comején, gorgojo, polillas u otras plagas; reacción o radiación nuclear; pérdidas por errores en el despacho y los daños por haberse despachado bienes en mal estado.

La póliza de transportes deberá contener los siguientes datos:

- a. Nombre y domicilio del asegurador;
- b. Nombres y domicilios del solicitante, asegurado y beneficiario;
- c. Calidad en la que actúa el solicitante del seguro;
- d. La identificación precisa de la persona o cosa con respecto a la cual se contrata el seguro;
- e. La vigencia el contrato, con indicación de las fechas y horas de iniciación y vencimiento, o el modo de determinarlas;
- f. Monto asegurado o modo de precisarlo;
- g. Prima o modo de calcularla;
- h. Naturaleza de los riesgos tomados a su cargo por el asegurador;
- i. Fecha en la que se celebra el contrato y firmas de los contratantes.

✓ La Política de Promoción de las Exportaciones

La necesidad de divisas para el crecimiento del país determinó esta política que persigue sustancialmente adecuar el aparato productivo para satisfacer la demanda internacional; crear estímulos crediticios, fiscales pero asimismo un gran esfuerzo del país para preparar ese sector productivo en calidad, volumen y particularmente en la forma de negociación, contratación y desarrollo de proyectos de exportación.

La política de promoción del proyecto será: La creación de un clima adecuado para la inversión que llegue hasta la aplicación de un seguro estatal para la exportación del producto que sufran desastres naturales o problemas no cubiertos por las aseguradoras de riesgos propios de los negocios.

4.5.1. Reglamentaciones en materia de empaçado y etiquetado

Por tratarse de un producto perecible se debe tomar todas las precauciones para que el mismo no se maltrate o descomponga, por lo tanto el producto deberá ser trasladado de manera que se garantice la conservación del producto y la calidad del mismo.

El etiquetado de exportación deberá contener la siguiente información:

Tabla 25 Información de etiquetado del producto

a. Nombre del producto	Alcachofa
b. Marca Comercial	Alcachofa EPA- Señora del Agro
c. Razón Social de la Empresa;	Empresa Pública Municipal Agroindustrial Señora del Agro
d. Contenido Neto en unidades del Sistema Internacional;	3 por pack
e. Indicar si se trata de un alimento artificial;	No
f. Número de Registro Sanitario;	No aplica
g. Fecha de elaboración;	No aplica
h. Tiempo máximo de consumo;	3 meses
i. Lista de Ingredientes;	Sin ingredientes adicionales
j. Forma de conservación;	Cuarto Frio
k. Precio de Venta;	\$ 10,90
l. Ciudad y país de origen.	Chambo – Ecuador

✓ **Pictograma, marcado o rotulado**

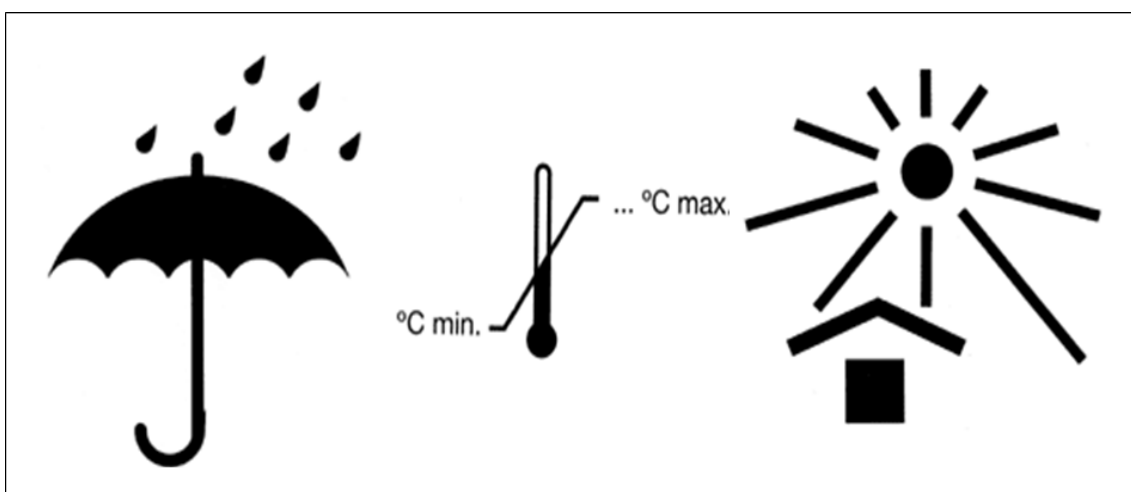
El marcado o rotulado en los empaques ayuda a identificar los productos facilitando su manejo y ubicación en el momento de ser monitoreados, a la vez se debe tomar en cuenta mediante los pictogramas, que son signos que representan símbolos informativos, restrictivos indicativos o preventivos, los que orientarán sobre cómo se va ejecutar la manipulación de la carga de exportación.

Los pictogramas (marcas o símbolos) son un conjunto de normas que deben ir en los empaques de mercancía que se transporte a nivel nacional e internacional. Según la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi), estos símbolos son la forma de identificar las piezas de la carga, de forma que lleguen al destino correcto en óptimas condiciones y así evitar errores y daño a su contenido en el momento de su manipulación.

Estos símbolos fueron desarrollados por las normas ISO 780-1983 e ISO 7000-1994 como un grupo de imágenes usadas para la adecuada identificación de la carga a transportar, con el fin de resolver problemas de idioma.

Los pictogramas utilizados en este tipo de transporte son:

Gráfico 18 Etiquetado, marcado y codificación



Elaborado por: La Autora

La responsabilidad por el marcado y etiquetado de los productos recae en el importador, que debe informar claramente al exportador sobre todas las regulaciones a cumplir, y se debe acordar con el importador o mayorista, todos los detalles de etiquetado, ya que ellos cuentan con la información relacionada a los requerimientos legales.

✓ **Diseño de Logotipo y empaque**

Gráfico 19 Diseño de Logotipo



Gráfico 20 Empaquetado y marcaje del Producto



CONCLUSIONES

- 1) La idea de negocio de exportación de alcachofa, hacia el segmento de mercado de Barcelona es bastante atractiva ya que al tratarse de una industria nueva en el país nos permite desarrollarnos en un ambiente sin competencia interna y con la expectativa de cubrir un mercado poco explotado, además al tener una variedad de productos existe la posibilidad para EMAISA de ofertar una mayor gama de productos.
- 2) Luego del estudio podemos concluir que nuestro producto se trata de un alimento saludable y muy nutritivo, fácil de promocionar debido a su alto contenido proteínico y bajo contenido de grasas, pues en la actualidad la sociedad en general busca un mejor estilo de vida y uno de los puntos más importantes es tratar de mejorar su alimentación.
- 3) La alcachofa es un producto muy versátil y nuestro pueblo le ha dado diferentes usos, pero al pasar del tiempo se le ha dado una imagen de producto exótico por lo que resultó atractivo para el mercado, el mismo que se interesó por tecnificar su producción e introducirlo en la gastronomía fina, así como diversificar mercados exportando a otros países.
- 4) Nuestra demanda potencial se trata del 41% del total de migrantes ecuatorianos radicados en España los cuales viven en Barcelona, por lo que hablamos de 270.000 potenciales consumidores de nuestro producto, tomando en cuenta que un estudio indica que el consumo per cápita aproximado en Ecuador es de 1kg. de alcachofa al año, tenemos una demanda muy atractiva para nuestra idea de negocio, que está enfocada aros restaurantes latinos ubicados en Barcelona.
- 5) Nuestro estudio demuestra que el EMAISA es el pionero en el desarrollo, tecnificación y exportación de este tipo de productos, lo que les da una ventaja competitiva bastante amplia.
- 6) La opción más atractiva para promocionar nuestro producto, es a través de una página Web vía Internet.

- 7) Luego de realizado el análisis financiero podemos concluir que la inversión inicial para EMAISA no es alta, por lo que no necesita de un endeudamiento, se financia con recursos propio.

RECOMENDACIONES

1. Como retos en el mediano plazo, EMAISA debe procurar la consolidación de organizaciones gremiales a nivel zonal para lograr una mejor coordinación y control sobre las actividades productivas y de mercado. Además, se debe fomentar la conformación y el fortalecimiento de núcleos productivos empresariales a nivel regional para mejorar la capacidad de negociación entre productores de especies menores y la asociación.
2. Nuestro estudio de demanda deja ver la potencialidad que se tiene en el mercado de Barcelona por lo se recomienda elaborar una marca que identifique a este producto como un producto ecuatoriano, lo que nos ayudará a posicionarnos de una manera más ágil, debido a que nuestros migrantes se sentirán identificados con nuestra Patria y sus costumbres.
3. La idea de negocio es bastante atractiva por su baja inversión y su rentabilidad del 63,77%, por lo que se recomienda ponerla en práctica.
4. Es recomendable desarrollar nuevas alternativas tecnológicas de aprovechamiento de la alcachofa, en programas de producción agrícola, con el fin de incrementar y diversificar los ingresos de la Asociación EMAISA.
5. Elaborar una página Web atractiva, interactiva y mantenerla siempre actualizada para que tanto nuestros potenciales clientes, accedan a través de la misma a formar parte de EMAISA.
6. Finalmente se recomienda incursionar en la industria alimenticia en conserva ya que en el país no ha sido explotada y el mercado en Barcelona es prácticamente virgen como para aprovecharlo al máximo.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Arboleda G. (1998). Proyectos, formulación, evaluación y control, Colombia: AC Editores.
- ✓ Anderson A. (2000). Diccionario de Economía y negocios.
- ✓ Ilpes (2012). Guía para la presentación de proyectos. Economía y Demografía.
- ✓ Lock D. (1990). Gestión de proyectos. Planificación, presupuesto, control y evaluación de proyectos. Madrid: Paraninfo.
- ✓ P. Kotler (1994). Mercadotecnia, New York: Prentice Hall
- ✓ Richard S. (2009), Mercadotecnia de Sandhusen, España: Compañía Editorial Continental.
- ✓ Czinkota, M. (2007). Negocios internacionales. México: Thomson.
- ✓ Feenstra, R. (2011). Comercio Internacional. Barcelona: Reverté.
- ✓ García, C. (2004). Elementos de Comercio Exterior: Guía para estudiantes y profesionistas. México: Trillas.
- ✓ Hill, C. (2011). Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global. México: Mc Graw Hill.
- ✓ Krugman, P. (2012). Economía Internacional: Teoría y Política. Madrid: Pearson Educación.
- ✓ Minervini, N. (2002). La Ingeniería de la exportación: Herramientas para actuar con éxito en los mercados internacionales. México: Mc Graw Hill.
- ✓ Nelson, C. (2010). Manual de importaciones y exportaciones: Como llevar su negocio a otros mercados. México: Mc Graw Hill.
- ✓ Long, D. (2012). Logística Internacional: Administración de la cadena de abastecimiento global. México: Limusa.
- ✓ Peng, M. (2010). Estrategia Global. México: Cengage Learning Editores.
- ✓ Portales, G. (2006). Transportación Internacional. México: Trillas.
- ✓ Rodríguez, J. (2010). Taller práctico de servicios de exportación: Industria maquiladora, manufacturera (IMMEX). México: Trillas.
- ✓ Salvatore, D. (1999). Economía Internacional. México: Pearson Educación.
- ✓ Viveros, C. (2001). Comercio Internacional: aspectos operativos. México: Trillas.

LINKOGRAFÍA

- Administración General de Aduanas. (2015). *Mercado Chino*. Abril 10, 2015, de Aduana de la República Popular China Sitio web: <http://english.customs.gov.cn/default.aspx>
- Asamblea Nacional. (2010). COPCI. Abril 02, 2015, de SENA E Sitio web: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>
- Asia Trade Hub. (2015). *Ports*. Abril 12, 2015, de Asia Trade Hub Sitio web: <http://www.asiatraderhub.com/china/Shanghai.asp>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Balanza Comercial*. Abril 15, 2015, de República del Ecuador Sitio web: <http://www.bce.fin.ec/>
- Banco Popular Chino. (2015). *Balanza Comercial*. Abril 27, 2015, de República Popular China Sitio web: <http://www.pbc.gov.cn/>
- Castro, A. (2008). *Manual de Exportaciones*. Abril 02, 2015, de Google books Sitio web: <https://books.google.com.ec/books?id=Frss6jph2nAC&printsec=frontcover&dq=exportacion&hl=es&sa=X&ei=UPP9VLjROoOrgwSzpIKgDA&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=exportacion&f=false>
- Citi Alliance. (2015). *Services*. Abril 11, 2015, de CitiAlliance Sitio web: <http://citialliance.hk/>
- Ministerio de Comercio. (2015). *Aranceles*. Abril 10, 2015, de Ministerio de Comercio de la República Popular China Sitio web: www.mofcom.gov.cn
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *PRO Ecuador-República Popular China*. Abril 11, 2015, de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Sitio web: <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2015). *Conocer a España*. Abril 12, 2015, de Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China Sitio web: <http://www.fmprc.gov.cn/esp/>
- SENA E. (2015). *Para Exportar*. Abril 02, 2015, de Aduana del Ecuador Sitio web: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

ANEXOS

Anexo 01 Instructivo de Certificados de Origen

INSTRUCTIVO PARA LLENAR CERTIFICADO DE ORIGEN OTROS PAISES

Este certificado tiene como objetivo el demostrar que la mercadería enviada es de origen Ecuatoriano, más no le implica una disminución del arancel a pagar en el país de destino, ya que no tenemos acuerdos comerciales con los mismos.

Los países a los que normalmente se envía con este documento son los de Centroamérica, Medio Oriente, Asia y Oceanía.

LA FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTADORES – FEDEXPOR, CERTIFICA LAS MERCADERÍAS

DECLARADOS EN FACTURA COMERCIAL No. Número de la factura comercial

FORMULARIO ÚNICO DE EXPORTACIÓN No. Número del formulario único de exportación

POR: Razón social de la empresa exportadora o productora

EMBARCADOS EN: Puerto de embarque en la REPÚBLICA DEL ECUADOR

EN EL TRANSPORTE: nombre del transporte en el que se envía la mercadería

DE BANDERA: la nacionalidad del transporte en el que se envía

CON DESTINO A: lugar de destino

CONSIGNADOS A: Razón social de la empresa Importadora

PARA: el país de destino de la mercadería

BULTOS Y ARTÍCULOS

MARCA: de la mercadería enviada

CANTIDAD: unidades de peso o medida de la mercadería enviada

CLASE: de la mercadería

ARTÍCULOS: designación de la o las mercaderías

Fecha: de firma del certificado de origen

Entidad certificadora: FEDEXPOR

Firma del funcionario habilitado.

Anexo 02 Formato de Bill of Lading

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

Anexo 03 Declaración Aduanera Única

ADUANA DEL ECUADOR										REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA										13903698 A									
A ADUANA / BASE										B REGIMEN										C AEROPUERTO									
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
IMPORTE ADO 004532 AÑO 08 ADUANA GUAYAQUIL - MARITIMO CÓDIGO 025 RÉGIMEN IMPO - DEPÓSITO ADUANERO CÓDIGO 70 FECHA HORA TL 29/08/2008 15:24:31										NÚMERO 028-2008-70-000657-2										FECHA RECEP 29/08/2008									
# VTD. BND. BANCO CIUDAD OFICINA FECHA EMISIÓN TIPO DE DESPACHO										CÍDULO 4433										Nº DESP. PAI									
C CONTRIBUYENTE / AGENTE										D REGIMEN PRECEDENTE										E COMISIÓN									
IMPORTEADOR / EXPORTADOR / COMERCIALIZADORA AUTOLINE S.A.										RÉGIMEN PRECEDENTE AÑO SERIE ADUANA RÉGIMEN FECHA ACEPT. FECHA VENCIM. DEPÓSITO ALMACÉN										CÓDULO 4333		Nº DESP. PAI							
DIRECCIÓN PANAMERICANA NORTE SIN PARQUE INDUSTRIAL 4M DATO PR										RÉGIMEN PRECEDENTE AÑO SERIE ADUANA RÉGIMEN FECHA ACEPT. FECHA VENCIM. DEPÓSITO ALMACÉN										CÓDULO 4333		Nº DESP. PAI							
DECLARANTE / AGENTE EDUARDO TORRES R.										RÉGIMEN PRECEDENTE AÑO SERIE ADUANA RÉGIMEN FECHA ACEPT. FECHA VENCIM. DEPÓSITO ALMACÉN										CÓDULO 4333		Nº DESP. PAI							
E COMISIÓNANTE / COMISIONARIO / TRANSACCIÓN										F TRANSPORTE										G VALOR ADUANA									
COMISIÓNANTE / COMISIONARIO QINGDOO RAPID TRADE CO., LTD.										MODALIDAD DE TRANSPORTE MARITIMO										VALOR ADUANA									
NATURALEZA TRANSACCIÓN FORMA DE PAGO GIRO DIRECTO										LÍNEA DE TRANSPORTE MARITIMO										VALOR ADUANA									
TIPO DE TRATAMIENTO										MODALIDAD DE TRANSPORTE MARITIMO										VALOR ADUANA									
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO										I DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA										J OBSERVACIONES									
CONCEPTO MONEDA T. CAMB USD TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN TOTAL EN DÓLARES USD TOTAL EN MONEDA NACIONAL										CLASE NÚMERO TIPO EMISOR PAÍS FECHA VIGENCIA BASE PARTIDA BANDERA MONEDA MONTO USD.										OBSERVACIONES									
TOTAL SERIES PARTIDAS PESO NETO (KGS) PESO BRUTO (KGS) TOTAL BALFOS TOTAL CONTENEDORES TOTAL U. FISICAS TOTAL U. COM.										TOTAL SERIES PARTIDAS PESO NETO (KGS) PESO BRUTO (KGS) TOTAL BALFOS TOTAL CONTENEDORES TOTAL U. FISICAS TOTAL U. COM.										OBSERVACIONES									
TOTAL SERIES PARTIDAS 83 PESO NETO (KGS) 38,194.00 PESO BRUTO (KGS) 38,300.00 TOTAL BALFOS 1,127 TOTAL CONTENEDORES 4 TOTAL U. FISICAS 1,127.00 TOTAL U. COM. 1,127.00										TOTAL SERIES PARTIDAS PESO NETO (KGS) PESO BRUTO (KGS) TOTAL BALFOS TOTAL CONTENEDORES TOTAL U. FISICAS TOTAL U. COM.										OBSERVACIONES									
K FIRMAS Y SELLOS										L OBSERVACIONES										M VALOR ADUANA									
FIRMA CONTRIBUYENTE FIRMA DEL DECLARANTE OBSERVACIONES CDO. Y FIRMA APODORADO										L OBSERVACIONES										M VALOR ADUANA									

Anexo 04 FACTURA COMERCIAL DE EXPORTACIÓN

Commercial Invoice							
INTERNATIONAL AIR WAYBILL NO.				NOTE: All shipments must be accompanied by a FedEx International Air waybill.			
DATE OF EXPORTATION				EXPORT REFERENCES (i.e. order no., invoice no., etc)			
SHIPPER/EXPORTER (complete name and address)				CONSIGNEE (complete name and address)			
COUNTRY OF EXPORT				IMPORTER - IF OTHER THAN CONSIGNEE (complete name and address)			
COUNTRY OF MANUFACTURE							
COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION							
NO. OF PKGS.	TYPE OF PKG.	FULL DESCRIPTION OF GOODS	QTY.	UNIT OF MEASURE	WEIGHT	UNIT VALUE	TOTAL VALUE
TOTAL PKGS.					TOTAL WEIGHT		TOTAL INVOICE VALUE
<div style="text-align: right;"> CHECK ONE <input type="checkbox"/> F.O.B. <input type="checkbox"/> C & F <input type="checkbox"/> C.I.F. </div>							
THESE COMMODITIES, TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE UNITED STATES IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED.							
I DECLARE ALL THE INFORMATION CONTAINED IN THIS INVOICE TO BE TRUE AND CORRECT.							
SIGNATURE OF SHIPPER/EXPORTER				DATE			

Anexo 03 Proceso de Cosecha Y Post Cosecha de Alcachofas

