

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**TRABAJO DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE: INGENIERA EN  
COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**TEMA:“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE JALEA DE  
CHIGUALCAN HACIA ESTADOS UNIDOS EN EL PERIODO 2015”**

**AUTORA:DENNISE ESTEFANÍA MONGE GODOY**

**DIRECTOR DE TESIS:ECON. MAURO BENAVIDES, MGT.**

**QUITO - ECUADOR**

**2016**

## **AUTORÍA**

El presente trabajo es absolutamente original, auténtico y personal, en tal virtud, el contenido, efectos legales y académicos que se desprenden del mismo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

-----

**Estefanía Monge Godoy**  
**CI: 1721882205**

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE JALEA DE CHIGUALCAN HACIA ESTADOS UNIDOS EN EL PERIODO 2015”**, presentado por la Srta. Monge Godoy Dennise Estefanía, para la obtención del título de **INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**, ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

-----

**Econ. Mauro Benavides, MGT.  
DIRECTOR DE TESIS**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico a mis padres quienes con su amor y apoyo incondicional, me han ayudado a realizarme como persona, les agradezco por haber inculcado en mi buenos valores morales y humanos.

**Estefanía Monge Godoy**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser mi fortaleza día a día para seguir adelante y alcanzar mis metas. Sin él nada hubiese sido posible.

A mis familiares más cercanos que muchas veces cumplieron roles fundamentales en el desarrollo del diario vivir.

A Benjamín Rosero y Fernando Rosero quienes con su gran apoyo y contribución aportaron para la realización de este trabajo.

Al Econ. Mauro Benavides por la dirección y conocimientos impartidos en la realización de este trabajo previo a la obtención de mi título.

**Estefanía Monge Godoy**

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 El problema de investigación.....	1
1.1.1 Problema a investigar .....	1
1.1.2 Objeto de estudio teórico.....	1
1.1.3 Objeto de estudio práctico.....	1
1.1.4 Planteamiento del problema.....	1
Diagnóstico.....	1
Pronóstico.....	4
1.1.5 Formulación del problema .....	5
1.1.6 Sistematización del problema.....	5
1.1.7 Objetivos Generales .....	5
1.1.8 Objetivos Específicos .....	5
1.1.9 Justificación del problema.....	6
1.2 Marco referencial.....	6
1.2.1 Marco Teórico .....	6
Plan de Negocios.....	6
Utilidad del Plan de Negocio .....	7
Enfoque de Exportación .....	8
Cámara de Comercio Internacional 2010.....	9
Incoterms.....	9
Jalea de Chigualcán.....	9
Origen del Chigualcán.....	10
Características .....	11
Valor Nutricional.....	12
Empresa.....	14
1.2.2 Marco conceptual .....	14
<b>CAPÍTULO 2. MÉTODO.....</b>	<b>16</b>
2.1 Nivel de estudio .....	16

2.2 Modalidad de Investigación.....	16
2.3 Método.....	16
2.4 Selección de instrumentos de investigación .....	16
2.5 Procesamiento de datos.....	17
2.6 Metodología específica para el problema planteado.....	17
2.6.1 Metodología técnica, específica para el objetivo específico N°. 1: Analizar estrategias de mercadeo adecuadas que logren obtener la aceptación esperada del producto en el mercado extranjero.....	17
Precio.....	18
Producto.....	18
Promoción.....	18
Plaza.....	19
2.6.2 Metodología técnica, específica para el objetivo específico N°. 2: Identificar qué requisitos legales y de comercio exterior se deben cumplir para exportar jalea de chigualcán a Estados Unidos periodo 2015.....	19
Trámites de Exportación .....	19
Registro como exportador.....	19
Documentos para exportar .....	19
Etiquetado.....	20
Envase, empaque y embalaje .....	20
Plan de estiba.....	21
Paletización .....	21
Cubicaje.....	21
2.6.3 Metodología técnica, específica para el objetivo específico N°. 3: Analizar la cadena de abastecimiento de jalea de chigualcán, que el mercado extranjero demande para el periodo 2015.....	22
2.6.4 Metodología técnica, específica para el objetivo específico N°. 4: Determinar mediante el análisis financiero la factibilidad del proyecto de exportación de jalea de chigualcán al mercado de Estados Unidos periodo 2015.....	22
Flujo de caja .....	23
Valor actual neto (VAN).....	23
Tasa interna de retorno (TIR).....	23
Punto de equilibrio .....	24

Período de recuperación de la inversión (PRI).....	24
Rentabilidad sobre inversión total.....	24
Rentabilidad sobre recursos propios .....	25
Rentabilidad sobre ventas.....	25
Índice de cobertura de la deuda.....	25
<b>CAPÍTULO 3. RESULTADOS.....</b>	<b>26</b>
3.1 Introducción.....	26
3.2 Estudio de mercado.....	26
3.2.1 Estados Unidos.....	26
3.2.2 Relaciones Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos.....	28
3.2.3 Ley Contra el Bioterrorismo .....	29
3.2.4 Balanza Comercial .....	29
3.2.5 Características económicas .....	31
3.2.6 Producción Nacional .....	31
3.2.7 Importaciones de jalea de chigualcán.....	32
3.2.8 Exportaciones de jalea de chigualcán.....	32
3.2.9 Consumo Aparente.....	33
3.2.10 Proyección de la oferta.....	34
3.2.11 Demanda Insatisfecha .....	34
3.3 Estudio técnico.....	35
3.3.1 Tamaño del proyecto.....	35
3.3.2 Mercadería.....	35
3.3.3 Tecnología.....	35
3.3.4 Financiamiento .....	36
3.3.5 Estructura Organizacional .....	36
Localización Geográfica .....	39
3.3.6 Ingeniería del Proyecto.....	40
3.4 Recolección y tratamiento de datos .....	42
3.4.1 Recolección y tratamiento de datos para evaluar el objetivo específico N°. 1: Analizar estrategias de mercadeo adecuadas que logren obtener la aceptación esperada del producto en el mercado extranjero.....	42



3.4.2	Recolección y tratamiento de datos para evaluar el objetivo específico N°. 2: Identificar qué requisitos legales y de comercio exterior se deben cumplir para exportar jalea de chigualcán a Estados Unidos periodo 2015. ....	45
3.4.3	Recolección y tratamiento de datos para evaluar el objetivo específico N°. 3: Analizar la cadena de abastecimiento de jalea de chigualcán, que el mercado extranjero demande para el periodo 2015. ....	58
3.4.4	Recolección y tratamiento de datos para evaluar el objetivo específico N°. 4: Determinar mediante el análisis financiero la factibilidad del proyecto de exportación de jalea de chigualcán a Estados Unidos periodo 2015. ....	60
3.5	Presentación y análisis de resultados .....	88
3.5.1	Análisis de resultados del objetivo específico N°. 1: .....	88
3.5.2	Análisis de resultados del objetivo específico N°. 2: .....	88
3.5.3	Análisis de resultados del objetivo específico N°. 3: .....	89
3.5.4	Análisis de resultados del objetivo específico N°. 4: .....	89
	Finaciamiento .....	90
	Tabla de amortización .....	90
	Ingresos del proyecto .....	91
	Período de recuperación de la inversión .....	92
	Rentabilidad sobre la inversión total .....	92
	Rentabilidad sobre recursos propios .....	92
	Rentabilidad sobre las ventas .....	93
	Índice de cobertura de la deuda.....	93
	<b>CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN.....</b>	<b>94</b>
4.1	Conclusiones .....	94
4.2	Recomendaciones .....	96
	<b>Bibliografía.....</b>	<b>97</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación arancelaria .....	8
Tabla 2. Clasificación botánica .....	11
Tabla 3. Importaciones .....	32
Tabla 4. Exportaciones .....	33
Tabla 5. Consumo aparente .....	33
Tabla 6. Proyección de la oferta .....	34
Tabla 7. Demanda Insatisfecha.....	34
Tabla 8. Mercadería.....	35
Tabla 9. Socios empresa.....	37
Tabla 10. Ficha Técnica.....	45
Tabla 11. Costos de exportación CIF .....	51
Tabla 12. Inversión Inicial.....	60
Tabla 13. Activos Fijos Tangibles.....	61
Tabla 14. Terreno .....	61
Tabla 15. Edificaciones .....	61
Tabla 16. Vehículo .....	62
Tabla 17. Maquinaria y Equipos .....	62
Tabla 18. Equipo de computo.....	62
Tabla 19. Muebles y Enseres.....	63
Tabla 20. Activos Fijos Intangibles.....	63
Tabla 21. Capital de Trabajo .....	64
Tabla 22. Cuadro de Fuentes y Usos .....	64
Tabla 23. Cálculo de Amortización.....	65
Tabla 24. Mercadería.....	66
Tabla 25. Mano de Obra Directa .....	66
Tabla 26. Insumos .....	66
Tabla 27. Materiales Indirectos .....	67
Tabla 28. Mantenimiento y Reparación .....	67
Tabla 29. Seguros .....	68
Tabla 30. Depreciación y Amortización.....	68
Tabla 31. Gastos de Administración.....	69
Tabla 32. Gasto de Exportación .....	70
Tabla 33. Gasto de ventas.....	70
Tabla 34. Costos Totales del Proyecto con Inflación.....	71
Tabla 35. Costos Totales del Proyecto sin Inflación .....	72
Tabla 36. Ingresos del Proyecto .....	73
Tabla 37. Estado de Situación Inicial .....	74

Tabla 38. Estado de Resultados .....	76
Tabla 39. Flujo de Caja del Inversionista .....	78
Tabla 40. Valor Actual Neto del Inversionista .....	80
Tabla 41. Interpretación resultados VAN.....	80
Tabla 42. TIR del Inversionista (46,61%) .....	82
Tabla 43. Período de Recuperación .....	82
Tabla 44. Clasificación de costos .....	84
Tabla 45. Punto de Equilibrio.....	85
Tabla 46. Rentabilidad sobre la inversión total .....	86
Tabla 47. Rentabilidad sobre recursos propios.....	86
Tabla 48. Rentabilidad sobre ventas.....	87
Tabla 49. Índice de cobertura de la deuda .....	87

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Planta de chigualcán.....	10
Figura 2. Chigualcán .....	13
Figura 3. Elementos del Marketing Mix.....	17
Figura 4. Cadena de abastecimiento .....	22
Figura 5. Destino de las exportaciones ecuatorianas.....	27
Figura 6. Análisis de la Balanza de Comercial entre Ecuador – Estados Unidos .....	29
Figura 7. Balanza de Comercial Estados Unidos .....	31
Figura 8. Localización de la empresa .....	39
Figura 9. Producto .....	42
Figura 10. Precio .....	43
Figura 11. Promoción .....	44
Figura 12. Plaza .....	44
Figura 13. Incoterm .....	46
Figura 14. Puerto Marítimo de Elizabeth, New Jersey.....	47
Figura 15. Envase del producto .....	47
Figura 16. Caja de cartón.....	48
Figura 17. Medidas del contenedor .....	49
Figura 18. Pallet de madera Americano .....	49
Figura 19. Punto de Equilibrio .....	92

## RESUMEN

El desarrollo de la economía ecuatoriana transita por la ruta del proceso de modernización con el propósito de fortalecer los sectores productivos no tradicionales, junto con la apertura de mercados internacionales por las expectativas de crecimiento que estas generan y se han visto envueltas en tendencias cambiantes que se inclinan al consumo de productos naturales. Al tener una demanda creciente, esta permite la diversificación de productos ecuatorianos para la exportación de productos tradicionales y no tradicionales que van ganando mercados siendo potencialmente competitivos.

El presente plan de negocios se realiza con la finalidad de diversificar la producción nacional a través de la exportación de jalea de chigualcán cuya fruta no es muy explotada. La falta de conocimiento de los consumidores respecto a las propiedades del chigualcán es escasa, por la falta de información de esta exquisita fruta ecuatoriana, siendo totalmente ignorada para la gastronomía ecuatoriana.

Este proyecto de exportación pretende contribuir al desarrollo del cultivo de la fruta cuya producción no es intensiva. Ecuador es un país que se ha caracterizado por mostrar productos de alta calidad, producción orgánica, saludables, atractivos al paladar y generadores de varios nutrientes, por lo que la jalea de chigualcán es uno de los principales métodos para obtener productos con valor agregado que sean aceptados en el mercado.

Por tal motivo, la exportación de jalea de chigualcán a Estados Unidos es una alternativa para consumir productos no conocidos, pero con grandes beneficios y con la información adecuada hacia un país que constituye un principal socio comercial. Se debe conocer a fondo el mercado estadounidense sus necesidades y satisfacerlas, con el fin de buscar una economía de apertura.

Inicialmente se hace referencia al problema a investigar con el objeto de estudio teórico y práctico, el planteamiento del problema, sistematización del problema, los objetivos a alcanzar, la justificación del problema, el marco referencial que se divide en: marco teórico donde se especifica el incoterm que se utilizará para esta exportación, los trámites de exportación, así como las características principales del chigualcán y marco conceptual.

En el segundo capítulo se encuentra el nivel de estudio, en este se aplicará la investigación exploratoria, la modalidad de investigación que será documental y proyecto de desarrollo, el método analítico-sintético, la selección de instrumentos de investigación y procesamiento de datos. Además en este capítulo se analiza la metodología específica para cada objetivo planteado en este proyecto como son: el análisis financiero que se utilizará para la factibilidad del proyecto, las estrategias de mercadeo que serán a través del marketing mix, los requisitos legales y de comercio exterior que se deben cumplir para la exportación y la cadena de abastecimientos.

El tercer capítulo comprende el estudio de mercado, las características del mercado estadounidense, las relaciones comerciales que existen entre Ecuador y Estados Unidos, balanza comercial, proyecciones de las exportaciones e importaciones del producto.

En este capítulo también se encuentra el estudio técnico en el cual se detalla el tamaño del proyecto, proyección de la oferta y demandada, estructura, organización funcional de la empresa, localización de la empresa y el flujograma del proceso, además la recolección y tratamiento de datos que son los resultados obtenidos de cada objetivo.

Y finalmente encontramos el capítulo cuarto que consiste en las conclusiones y recomendaciones obtenidas para la realización de este proyecto de exportación.

Para conocer la viabilidad que tendrá este proyecto se analizarán varios indicadores económicos que se presentarán en el desarrollo del mismo.

## **CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 El problema de investigación**

#### **1.1.1 Problema a investigar**

La inexistencia de un plan de negocios para la exportación de jalea de chigualcán en los diferentes estados pertenecientes al país de Estados Unidos, haciendo referencia al Estado de New Jersey.

#### **1.1.2 Objeto de estudio teórico**

Plan de exportación

#### **1.1.3 Objeto de estudio práctico**

Exportación de jalea de chigualcán

Estados Unidos 2015

#### **1.1.4 Planteamiento del problema**

##### **Diagnóstico**

Las frutas nativas como el chigualcán se cultiva en el Ecuador de forma casera en pequeñas extensiones de tierra en las provincias de Cotopaxi: Poaló y Lasso; Pichincha: Bella Vista y Tambillo; en Loja: Valle de Vilcabamba; Tungurahua, valle de Patate, Píllaro, Pelileo, Cevallos e Izamba; y el Oro en Zaruma. Por su ubicación geográfica, el Ecuador posee microclimas favorables que permiten el cultivo de una gran variedad de frutas dentro de su oferta exportable, por lo que debería convertirse en un país exportador de productos con alto valor agregado y no únicamente de productos primarios.

El chigualcán no es muy explotado, a pesar que tiene un gran contenido nutricional, existe desconocimiento de su aplicación en la gastronomía y la utilización de la misma por lo que el consumo humano y la producción es escasa, así como también, la información sobre la

mencionada fruta junto con las ventajas que posee, siendo estas las causas principales para la inexistencia de variedad gastronómica. Además la falta de recolección de la fruta provoca que esta muera en la planta logrando que desaparezca sin haber conocido sus beneficios.

Otra de las causas es la falta de emprendimientos empresariales para sacar provecho de la variedad de frutas que se cultivan en el país, por lo tanto el Ecuador no posee una base científica para la actividad agrícola y la innovación de tecnología no es muy avanzada, de tal manera que esto ha provocado que el país se convirtiera en importador de toda clase de bienes y productos generando una demanda de productos agrícolas y sus derivados. Con esta investigación, se pretende que los mercados nacionales incentiven el consumo de productos sanos y naturales.

En opinión del Sr. Marcelo Benavides, Presidente de la Corporación de Productores Agropecuarios y Agroindustriales Sigsipamba y miembro de la Comisaria Municipal de Pimampiro (Ibarra), considera que la falta de asociatividad es el factor principal al momento de hacer propuestas de exportación. Además señala que la insuficiencia de ingresos económicos no permite realizar cultivos únicamente del chigualcán por lo que se presenta diversidad de productos en sus terrenos.(Entrevista al Sr.Marcelo Benavides, mayo 2015)

El sector agrícola es uno de los pocos sectores que incluyen buenas perspectivas de crecimiento, aún sin poseer tecnología de punta, y en especial el subsector de los productos no tradicionales destinado a la exportación como es el caso del chigualcán tomando en cuenta que la exportación de esta fruta no es frecuente ya que no existe mucha producción del mismo y hay desconocimiento de su aplicación en el área gastronómica.

Las diferentes regiones naturales del Ecuador se distinguen claramente por la presencia de cultivos de acuerdo al clima y tipo de suelo. Ecuador posee una gran variedad de frutas no tradicionales dentro de su oferta exportable, esto se da gracias a la posición geográfica en la que se encuentra ubicado y a la existencia de microclimas que hacen que nuestra producción sea de excelente calidad. (PROECUADOR, 2014, párr.1)

Las características climáticas que posee el Ecuador son una ventaja frente a posibles competidores en la producción de esta fruta no tradicional, permitiendo el cultivo de distintas frutas, desde tropicales hasta templadas, por tal motivo es recomendable enfocarse en la



producción con base a la nueva tecnología a fin de optimizar el resultado de productos competitivos a nivel mundial, con esto se pretende recuperar la gastronomía ecuatoriana evitando que el chigualcán desaparezca.

Se considera al chigualcán un fruto orgánico libre de pesticidas, plagas, insecticidas, químicos entre otros. Al encontrarse en su estado natural se convierte en un producto con gran contenido nutritivo que es favorable para el consumo humano, de tal manera que se busca alternativas gastronómicas, como es la jalea, para que los consumidores nacionales y extranjeros puedan degustar de los beneficios que esta fruta posee. El chigualcán necesita estar almacenada en lugares aireados y limpios, ya que su vida útil no es larga, cuando la fruta llega a su madurez esta se empieza a ablandar y se pudre rápidamente, de tal manera que se debe aprovechar la recolección de esta fruta.

Estados Unidos es un país que no tiene conocimiento de la fruta de chigualcán, por lo que se pretende exportar al estado de New Jersey, en donde se encuentra gran parte de ecuatorianos, con el fin de asegurar la demanda básica para este producto. La crisis económica del Ecuador se ha visto reflejada en el alto porcentaje de pobreza que existe, siendo un síntoma por el cual existe migración hacia los diferentes países del mundo.

Ecuador exporta productos a Estados Unidos en cantidad, siendo uno de los mercados más importantes en la producción y consumo de frutas, a pesar de la política de comercio exterior del gobierno ecuatoriano, la balanza es superavitaria con este país, ya que sigue siendo el principal socio económico del Ecuador, de tal forma que busca dinamizar la economía de manera estratégica con el fin de asegurar ganancias al producto competitivo.

Sin embargo de las limitaciones descritas, se pretende exportar chigualcán a Estados Unidos, ya que es un mercado fuerte para el consumo de frutas procesadas. El estadounidense promedio consume alrededor de 270 Lb. de fruta y nueces (fresca y procesada) por año. Dentro del consumo de alimentos, este grupo de productos ocupa el tercer lugar, después de los lácteos y los vegetales. (Albareda, 2011, Pág. 4).

El incremento de la oferta de fruta incidirá en el crecimiento de la demanda de frutas en dicho país, de tal manera que tienen el propósito de promover la salud y nutrición de los habitantes. Las frutas que más consumen en los Estados Unidos son bananas, naranjas, uvas y manzanas,

además se puede añadir que las mermeladas y jaleas que Estados Unidos importa son de mayor cantidad e infinidad de sabores y variedades.

Para Estados Unidos, Ecuador es el octavo socio comercial de Latinoamérica, mientras que para nuestro país es el primer socio comercial. El 45% de las exportaciones ecuatorianas tiene como destino Estados Unidos. (El telégrafo, 2014, párr.4). Es decir, que el comercio entre estos dos países es creciente principalmente por las exportaciones de petróleo.

### **Pronóstico**

Si no se realiza este proyecto de exportación, no se podrá establecer un correcto análisis para saber si hay acogida en el mercado internacional, en este caso en el estado de New Jersey, a fin de buscar beneficios globales. Además se intenta dar a conocer la fruta como una alternativa gastronómica como es la jalea de chigualcán, de esta manera los consumidores podrán degustar y saber cuáles son los beneficios al ingerirlo.

Si no se realiza un estudio adecuado donde se incluyan todos y cada uno de los parámetros como: beneficios, métodos gastronómicos, y utilidades. Esta fruta al no ser muy conocida podría desaparecer o extinguirse, sin que se pueda llegar a obtener una exportación e ingreso de divisas para el Ecuador.

### **Control del pronóstico**

Realizar este proyecto de exportación, ayudará con el conocimiento y las bases adecuadas acerca del chigualcán, siendo esta una manera de expandir la producción y el cultivo de frutas exóticas, generando beneficios económicos al país, y por ende la satisfacción de los consumidores al adquirir el producto. El principal beneficiario será el productor agrícola ya que al tener un ingreso acorde a sus necesidades y al generar estabilidad económica en sus hogares, permitirá la producción de chigualcán en cantidades acordes al mercado proyectado.

### **1.1.5 Formulación del problema**

¿Cómo debería estructurarse un plan de negocios adecuado para la exportación de jalea de chilguacán hacia New Jersey período 2015?

### **1.1.6 Sistematización del problema**

¿Cuál será la mejor estrategia de mercadeo para introducir jalea de chigualcán a Estados Unidos período 2015?

¿Qué requisitos legales y de comercio exterior se deben cumplir para exportar jalea de chigualcán a Estados Unidos período 2015?

¿Cómo determinar la cadena de abastecimiento de jalea de chigualcán, que el mercado de Estados Unidos demande para el período 2015?

¿Cuál deberá ser el análisis financiero adecuado para demostrar la rentabilidad de la exportación de jalea de chigualcán a Estados Unidos período 2015?

### **1.1.7 Objetivos Generales**

Estructurar un plan de negocios para la exportación de jalea de chigualcán hacia New Jersey en el período 2015.

### **1.1.8 Objetivos Específicos**

- Analizar estrategias de mercadeo adecuadas que logren obtener la aceptación esperada del producto en el mercado extranjero.
- Identificar los requisitos legales y de comercio exterior que se deben cumplir para exportar jalea de chigualcán a Estados Unidos en el período 2015.
- Analizar la cadena de abastecimiento de jalea de chigualcán, que el mercado de Estados Unidos demande para el período 2015.
- Determinar mediante el análisis financiero la factibilidad del proyecto de exportación de jalea de chigualcán al mercado de Estados Unidos período 2015.

### **1.1.9 Justificación del problema**

Se ha identificado que la producción de chigualcán es escasa, debido a que no existen cultivos comerciales a gran escala, la información es insuficiente para conocer a fondo acerca de esta fruta que tiene grandes beneficios. El hábito alimentario ha cambiado paulatinamente ya que el uso de colorantes y saborizantes artificiales es excesivo, de tal manera que el consumo de frutas ha disminuido dejando de lado los beneficios que poseen.

El Ecuador se ha caracterizado por la riqueza de sus tierras ya que tiene una ubicación geográfica favorable pero tiene un bajo nivel de inversión en la producción agrícola. Los cambios existentes en el comercio exterior han dado lugar para que el Ecuador adopte estrategias de mejoramiento de la calidad con el fin de aumentar la competitividad, logrando la ampliación hacia nuevos mercados para productos no tradicionales.

Por tal motivo se pretende exportar jalea de chigualcán como una alternativa gastronómica, alcanzando mayor productividad. El valor nutricional del chigualcán es de interés para los gastronomos ya que contiene componentes básicos para la dieta alimentaria del ser humano, para lo cual existe la necesidad de cuidar y cultivar las frutas nativas por su gran contenido nutritivo. Al proveer el chigualcán a mercados extranjeros, habrá la necesidad de contribuir al desarrollo de los cultivos beneficiando al productor nacional, a fin de incentivar la producción local, competitiva y sostenible.

Esta investigación tiene importancia para el patrimonio alimenticio del Ecuador, ya que el chigualcán, al ser industrializado genera un valor agregado con gran aceptación en el mercado local con miras al mercado internacional. De tal manera que los productores nacionales contribuirán al crecimiento del país.

## **1.2 Marco referencial**

### **1.2.1 Marco Teórico**

#### **Plan de Negocios**

“El plan de negocio es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial”.(Velasco, 2007). Es una guía para el emprendedor o

empresario. Es un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán a futuro así como las estrategias adecuadas que serán implementadas.

Otra definición de plan de negocios:

El plan de negocio puede definirse como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica. (Naveros, 2009).

Además, por medio de la preparación del plan de negocios de exportación se hace una evaluación de que tan factible es la idea del negocio planteado, para lo cual es necesario recopilar abundante información y hacer una exhaustiva investigación, lo principal es tener los objetivos bien claros para poder estructurar y analizar el plan. A través de éste, el exportador puede definir estrategias para entrar a los mercados internacionales y la forma de operación más aconsejable. También se puede evaluar el potencial e identificar brechas para el crecimiento del negocio en el mercado internacional.

Un plan de negocios describe una serie de puntos esenciales que son:

- Producto
- Competencia
- Mercado meta
- Análisis financiero
- Planeación estratégica
- Requisitos legales

### **Utilidad del Plan de Negocio**

El Plan de Negocios permite:

- Atraer inversionistas
- Garantizar a los bancos cuando se requiere financiamiento.
- Estudiar la posibilidad de realizar asociaciones o alianzas.

- Confrontar las expectativas de los socios corporativos.
- Evaluar las oportunidades de exportar un producto.
- Analizar la compra, venta o fusión de una empresa.
- Facilitar el desempeño de la empresa. Sirve como guía para el seguimiento y auto evaluación de la actividad de la empresa en su conjunto.
- Contribuye a dar confianza a consumidores y proveedores potenciales en el extranjero.

### **Enfoque de Exportación**

El enfoque de exportación es esencial en este proyecto, ya que es el objetivo principal del plan de negocios propuesto. La exportación es cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios que se trasladan de un país a otro. (Ventura, 2011, párr.1)

Es necesario realizar una base de investigación documental y una adecuada recopilación de datos para que la exportación sea beneficiosa para la empresa u organización, proporcionando una documentación fiable a la actividad exportadora de tal manera que sea permanente y no de carácter transitorio. Las empresas enfrentan día a día una mayor competencia, tanto a nivel nacional como internacional, tratando de entender de la manera más precisa, los deseos de los clientes, para así proporcionales el valor más alto de acuerdo a sus expectativas. Es por ello que la idea de realizar el plan de negocios para la exportación de jalea de chigualcán hacia el mercado internacional, ayudará a identificar e investigar clientes a fin de encontrar nuevas oportunidades de negocios internacionales para hacer crecer un negocio en el mercado nacional.

**Tabla 1. Clasificación arancelaria**

<b>Sección IV</b>	<b>Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados</b>
Capítulo 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
Partida Sist. Armonizado2007	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
Subpartida Regional 2007.99.11	Confituras, jaleas y mermeladas

**Fuente:** Arancel de Importaciones del Ecuador,2013

**Elaborado por:** Autora

## **Cámara de Comercio Internacional 2010**

La CCI (Cámara de Comercio Internacional), es una organización que se encarga de brindar protección a las empresas de los diferentes países del mundo en lo que se refiere a las operaciones comerciales, fundada en París en el año 1919. La CCI juega un papel fundamental en el comercio internacional ya que ha establecido varias normativas que regulan distintos aspectos. (Global Negotiator Blog, 2013, párr. 3)

La misión de la Cámara de Comercio Internacional es la de fomentar el comercio y la inversión entre las empresas de las diferentes industrias en los diversos países, así como ayudarlas a enfrentarse a cada uno de los diversos retos y oportunidades que sufren la diferentes industrias con la globalización, fomentando una autorregulación. (La Cámara de Comercio Internacional, 2014, párr.2)

## **Incoterms**

Los incoterms son unas siglas internacionalmente admitidas en el comercio exterior que permiten interpretar y solucionar problemas derivados de un conocimiento impreciso de las prácticas comerciales utilizadas en los diferentes países entre compradores y vendedores y que han sido promulgadas por la Cámara de Comercio Internacional. (Anaya, 2015, pág.61)

Además, los incoterms indican la obligación, tanto del vendedor como del comprador, de hacerse responsable de asegurar la mercancía, el tipo de póliza que debe adquirirse y la persona que pagará la prima del seguro.

## **Jalea de Chigualcán**

La Jalea es elaborada por concentración del jugo filtrado de frutas o de extractos acuosos filtrados de frutas u hortalizas, con distintos azúcares. El producto tiene una consistencia semisólida; gelatinosa firme y limpia al corte. Debe presentar un aspecto límpido, sin partículas observables a simple vista, y contener una cantidad de sólidos solubles no menor de 65,0%. Las jaleas de frutas cítricas pueden contener finos trozos longitudinales de la cáscara sana y limpia de la fruta correspondiente. (Franco, 2012, párr.5-6)

## Origen del Chigualcán

El chigualcán conocido también como chamburo o papayuelo (*Vasconcellea pubescens*), es una especie de planta con flor de la familia de las Caricaceae, familia de plantas que reúne a 4 o 5 géneros y unas 21 especies, todas nativas de América tropical como la papaya y el babaco. Es una planta que en el Ecuador se la encuentra casi en forma silvestre en algunas regiones de los Andes. Esta fruta, al no ser explotada en forma masiva no permite obtener datos estadísticos registrados en el Ecuador, por lo que solo se la puede encontrar en las provincias de Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Loja. Además los máximos volúmenes de producción por planta se alcanzan entre los tres y seis años, produce frutos que son tradicionalmente conocidos por su excelente calidad, exquisito aroma y sabor.

El cultivo de este frutal exótico es escaso ya que no se tiene cultivos comerciales, tan solo se halla en forma casual pocas plantas en pequeños huertos, dando lugar a una producción destinada al consumo doméstico o local, para lo cual existen posibilidades de aprovechar los beneficios de esta fruta ya que al ser industrializados generan un valor agregado con gran aceptación en el mercado nacional así como en el mercado internacional permitiendo mejorar los ingresos económicos de los pequeños agricultores.



**Figura 1. Planta de chigualcán**

**Fuente:** Apm terminals.

**Elaborado por:** Autora.



## Características

Es nativa del noreste de Sudamérica y es cultivada desde Panamá hasta Bolivia y en una parte de la región de Chile a elevaciones sobre los 1000 msnm hasta 3300. En el Ecuador se encuentran zonas aptas para desarrollar cultivos comerciales con fines a exportación de chigualcán: los Valles bajos de Callejón Interandino que comprenden provincias de Loja, Tungurahua, Bolívar, Azuay, Imbabura, Pichincha y Carchi.

Este fruto generalmente es de forma ovoide, esférica periforme desde su estado inicial, alcanzando longitudes hasta de 12 cm. de largopor 8 cm de ancho, su pulpa es de coloración amarillenta clara, en su interior se encuentran las semillas y masa placentaria que ocupa toda su concavidad. Las semillas miden de 4 a 6 mm de diámetro con una sarcotesa musilaginosa lisa. (Manual Técnico del Cultivo de Chamburo, 1992).

**Tabla 2. Clasificación botánica**

<b>Reino</b>	<b>Vegetal</b>
<b>Familia</b>	Caricacea
<b>Género</b>	Carica
<b>Especie</b>	Caricamicrocarpa
<b>Nombre científico</b>	CaricamicrocarpaJacquinSub.pMicrocarpa
<b>Nombre vulgar</b>	Chamburo,Chambur,Papayo de montaña, papaya de clima frío,Papayuela, Chigualcán, Bonete,paw-paw pan de monte

**Fuente:** Manual Técnico del Cultivo del Chamburo

**Elaborado por:** Autora

Cuando el fruto esta completamente maduro tiene una coloración amarilla o anaranjada de conformación ovoides subpentágonos, los ángulos obtusos y en algunos casos muy salientes.

Es una planta arborescente que alcanza hasta 10m de alto. Tiene hojas grandes que se distinguen de la papaya por su forma y por la presencia de una pubescencia que cubre las hojas y las flores. El fruto es muy aromático, de color amarillo claro, oblongo-elíptico, truncado en la base y agudo en el ápice, de 8 a 11cm de largo y 5 a 6 cm de diámetro con cinco costillas muy pronunciadas. (Morales, 2005,pág. 136).

Además se encuentran tres tipos de plantas, las que se diferencian por el sexo de las flores, esta son masculinas, femeninas y hermafroditas que se manifiestan en la misma planta y estas se pueden diferenciar cuando se encuentran en su estado de floración. No se conoce todavía plantas que tengan exclusivamente flores hermafroditas. (Manual Técnico del Cultivo de Chamburo, 1992)

En el Ecuador la producción por hectárea estimada es de 3.000 a 10.000 kilos por año de fruta fresca, variando estas cifras de acuerdo a las características climáticas, suelos y manejo en general. Al tener volúmenes de cosecha bajos no existe alta producción para exportaciones comerciales por lo que son comercializados a los mercados de Quito y otras ciudades principales.

### **Valor Nutricional**

El chigualcán posee un gran valor nutricional; es baja en calorías, buena para la dieta diaria, contiene vitamina C y E, rica en papaína una enzima digestiva presente en la papaya que ayuda a la digestión de grasas y proteína animal. También tiene un contenido de agua del 80 al 85%. Entre otros compuestos se encuentra la carpaína que es un alcaloide presente principalmente en las semillas y las hojas y en menores porcentajes en la pulpa del fruto. La carpaína presenta propiedades farmacéuticas de carácter cardiotónico y por su acción hipotensora, tiene la capacidad de relajar los músculos. El chigualcán contiene un látex que exuda de su epicarpio al ser lacerado o punzado, este látex contiene mayor concentración a la papaína.

Los frutos maduros se utilizan en repostería, en la elaboración de jaleas, mermeladas, bebidas, flameados, jugos, batidos, ensalada de frutas. Por otro lado, se usa para elaborar dulces. Se lo utiliza por su aroma, únicamente para la preparación de refrescos, mermeladas, jaleas y también cócteles. También se encuentra que el látex del chigualcán se emplea en la piel para quitar verrugas, además se utilizan los frutos en el tratamiento de la arteriosclerosis.

El aroma al ser muy intenso y agradable, se convierte en una de las características que llama la atención. Las características organolépticas del chigualcán presentan propiedades farmacológicas, terapéuticas y especiales, lo cual permite un proceso que dará como producto

final operaciones unitarias destinadas a obtener una serie de productos industrializados, de tal manera que estas características son apreciadas en los mercados externos.



**Figura 2. Chigualcán**

**Elaborado por:** Autora

La falta de conocimiento e información sobre el chigualcán ha ocasionado que en el mercado local no exista estadísticas que permitan visualizar los volúmenes de producción. Esta fruta es exportada a mercados internacionales en bajas cantidades por lo que la comercialización en el Ecuador es escasa, ya que no se presentan lugares de cultivo, creciendo la planta de forma natural en los jardines o huertos caseros dando lugar a que la fruta muera en la planta al no tener los cuidado necesarios. La vida útil del chigualcán no es larga por lo que necesita estar almacenada en lugares aireados y limpios. Una vez que la fruta llega a su madurez se empieza a pudrir rápidamente, cuando es empacada se debe almacenar en cuartos fríos a temperaturas menores a 12 grados centígrados para que, su duración se extienda de una a dos semanas.

Considerando las características mencionadas, la acogida del producto en el mercado internacional es escasa ya que no tienen el conocimiento e información adecuada por lo que se ha decidido realizar un proyecto de exportación de jalea de chigualcán hacia Estados Unidos, a fin de que el consumo de esta fruta procesada sea un aporte en la economía ecuatoriana tomando en cuenta calidad, precio, financiamiento, acuerdos comerciales si existieran, etc.

## **Empresa**

Se ha tomado en cuenta para este plan de negocios a la empresa “ALFALAM”, ubicada en la Panamericana Norte (Calderón), que pretende entrar al mercado extranjero con productos que se cultivan naturalmente en el Ecuador. Por lo que a través de este proyecto de exportación de jalea de chigualcán hacia el mercado de Estados Unidos se podrá introducir un nuevo producto a fin de mejorar la economía ecuatoriana.

### **1.2.2 Marco conceptual**

**Jalea:** Es una conserva dulce de aspecto transparente y gelatinoso, elaborada a partir de zumo de frutas. La jalea es una preparación de frutas semitransparente, es decir no tiene la consistencia espesa de la compota ni la miel, y consiste en el jugo colado de diversas frutas y verduras, que pueden ser separadas o en combinación que se endulza con el azúcar y se calienta muy lentamente justo bajo el punto de ebullición, y se deja coagular. Frecuentemente se la añade pectina o gelatina para darle esa consistencia gelatinosa. (Mora, 2007, párr. 1)

**Competitividad:** La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. (Mena, 2005, párr. 1)

**Agente de aduanas:** Considera a la persona natural o jurídica cuya licencia, otorgada por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo para el efecto firmar la declaración en los casos que establezca el reglamento, estando obligado a facturar por sus servicios de acuerdo a la tabla de honorarios mínimos que serán fijados por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.(Comercio e Inversiones, 2012)

**Déficit:** Cuando el saldo es negativo, es decir, cuando el valor de las exportaciones es inferior al de las importaciones.

**Oferta exportable:** Son los productos que pueden ser ofrecidos y vendidos fuera del país (y que además cuentan con potenciales mercados externos).

**Regímenes Aduaneros:** Es el tratamiento aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo a la legislación aduanera vigente.(Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

Los regímenes aduaneros se clasifican en:

- ✓ Regímenes de Importación.
- ✓ Regímenes de Exportación.
- ✓ Otros Regímenes Aduaneros.
- ✓ Regímenes de Excepción.

**Superávit:** Cuando el valor de las exportaciones es superior al de las importaciones.

## **CAPÍTULO 2. MÉTODO**

### **2.1 Nivel de estudio**

En el presente proyecto se aplicará investigación exploratoria, porque se busca explorar un nuevo producto y un nuevo mercado, ya que se examinará si el consumo de jalea de chigualcán en el mercado internacional es competitivo y si este incrementará la economía ecuatoriana generando una demanda mayor. A través de esta investigación se podrán conocer los beneficios que tiene el chigualcán de tal manera que los clientes tengan interés de degustar esta fruta quedando satisfechos por su calidad y precio. Además se contribuirá al desarrollo del sector agrícola dando como resultado la generación de nuevas divisas y plazas de trabajo en el Ecuador.

### **2.2 Modalidad de Investigación**

Documental: Ya que se obtuvo información de la investigación en fuentes bibliográficas de documentos de estudio, revistas, libros, internet, entre otros. Todos relacionados con el cultivo del chigualcán así como la comercialización, además de conocer el mercado estadounidense.

Proyecto de desarrollo: A través de este, se busca establecer el tema como medio de desarrollo con diferentes entrevistas y diálogos con los pobladores de las comunidades que conocen la existencia del chigualcán, de tal manera que se busca mejorar la calidad de vida de los mismos.

### **2.3 Método**

En el presente proyecto se aplicará el método analítico-sintético, porque se descomponen todos los elementos de exportación de jalea de chigualcán para la aplicación en otros productos. Se analizará diferentes aspectos importantes para la exportación de jalea de chigualcán, tales como: características y campos de consumo del producto.

### **2.4 Selección de instrumentos de investigación**

Se ha determinado que para la realización de esta investigación no se podría utilizar de forma óptima los instrumentos comunes como son: cuestionarios, focus groups, observaciones, entre otras, ya sea por la distancia y costos que implica el estudio al mercado que queremos llegar,

por lo que se ha considerado la manera más eficaz a la investigación, mediante video llamadas y entrevistas, las mismas que contribuyen de manera directa con personas que se encuentren en el mercado señalado, y que nos permitan conocer las características del segmento.

## 2.5 Procesamiento de datos

Se pretende tener un enlace directo con el mercado establecido por medio de una persona que nos permita tener los contactos necesarios y recopilar la información real de las características del segmento del mercado al que queremos llegar.

Los datos obtenidos serán procesados a través, Microsoft Excel, Microsoft Word y mediante la presentación final que se realizará en Power Point.

## 2.6 Metodología específica para el problema planteado

**2.6.1 Metodología técnica, específica para el objetivo específico N°. 1: Analizar estrategias de mercadeo adecuadas que logren obtener la aceptación esperada del producto en el mercado extranjero.**

Las estrategias de mercadeo serán a través del marketing mix, de tal manera que el producto tenga una aceptación favorable en el mercado extranjero.



**Figura 3. Elementos del Marketing Mix**

**Elaborado por:** Autora

## **Precio**

Es el valor de intercambio del producto, es un factor básico en la demanda que pueden tener estos productos en el mercado así como determinar el éxito o fracaso en el desarrollo del proyecto. Por lo tanto, es importante que al establecer el precio este sea el adecuado en cuanto a la competencia que pueda tener el proyecto en el mercado estadounidense y que el mismo obtenga beneficios.

Los precios serán competitivos de acuerdo al mercado

- Precios accesibles al consumidor
- Al momento de agregar el margen de utilidad razonable, dará como resultado el precio final.

## **Producto**

El producto que se ofrecerá al mercado es jalea de chigualcán, tomando en cuenta lo siguiente:

- La materia prima seleccionada estará en perfectas condiciones, de tal manera que no presente alteraciones en el producto.
- Los fungicidas serán de buena calidad para mantener el producto en óptimas condiciones.
- El envase estará en buenas condiciones de higiene.

## **Promoción**

Se diseñaron campañas de publicidad, para los compradores estadounidenses, esto se lo hará a través de una página web que se creará, de tal manera que tengan el conocimiento adecuado sobre este producto.

Además la negociación será directa con los distribuidores de alimentos en New Jersey, por lo que se aplicarán descuentos según el volumen de compra.



## **Plaza**

Se ha seleccionado a Estados Unidos como el mercado principal para la exportación de jalea de chigualcán, en el cual se encuentran la mayor parte de ecuatorianos, especialmente en el estado de New Jersey por lo que este país es el adecuado para la distribución de este producto.

**2.6.2 Metodología técnica, específica para el objetivo específico N°. 2: Identificar qué requisitos legales y de comercio exterior se deben cumplir para exportar jalea de chigualcán a Estados Unidos periodo 2015.**

### **Trámites de Exportación**

Para efectuar la exportación debemos realizar algunos trámites necesarios e indispensables, de esta manera el proceso se ejecutará de manera eficaz.

#### **Registro como exportador**

Antes de realizar el trámite de exportación, las personas naturales o jurídicas deben tener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado en el Servicio de Rentas Internas (SRI), ser catalogados como exportadores en estado activo y con autorizaciones vigentes para emitir facturas o comprobantes de venta.(Aduana del Ecuador, 2014, párrf.2)

Además el registro se lo realiza directamente en el portal Ecuapass (<http://portal.aduana.gob.ec>) llenando el formulario electrónico previsto para el caso en el cual consta actualización de datos, crear usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso, y registrar la firma electrónica.(Aduana del Ecuador, 2014, párr.3).

#### **Documentos para exportar**

El procedimiento para poder realizar una exportación tiene los siguientes pasos a seguir recomendados por la Aduana del Ecuador y Proecuador (2014):

- ✓ Elaboración de la factura comercial, elaborada por la empresa se detalla información de la mercadería, peso, cantidad y otros.
- ✓ Obtención del conocimiento de embarque, es elaborado por la naviera y es considerado como el título de propiedad de la mercadería e indica los valores a pagar por el flete de transporte internacional.
- ✓ Obtención del certificado fitosanitario, expedido por el organismo de control sanitario, Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad Agro – AGROCALIDAD, Instituto Nacional de Pesca (INP) y el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez” (INH).
- ✓ Obtención del certificado de origen, mediante este se comprueba la procedencia de la mercancía en el país de destino. Emitido por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), con una vigencia de 10 meses.
- ✓ Declaración aduanera de exportación (DAE), el exportador o vendedor pueden realizar el trámite personalmente o a través de un agente afianzado, deberá presentar el formulario correspondiente en el que solicitará el régimen aduanero 40 (Exportación definitiva) al que se someterá la mercadería dirigida al extranjero.

### **Etiquetado**

En EE.UU., el gobierno exige colocar etiquetas a los alimentos envasados, con la finalidad de que estos brinden información lo más completa posible, útil, precisa y que sea claramente visible, legible y comprensible para el consumidor. “La entidad encargada de regular el etiquetado de los alimentos envasados es la FDA (Food and Drugs Administration), que se rige por el Código de Regulaciones Federales o Code of Federal Regulations CFR, Título 21, Capítulo 101; que se basa en la Ley Federal de Alimentos, Drogas y Cosméticos FD & C Act; en la Ley de Empaque y Etiquetado Justo FPLA; y, en la Ley de Etiquetado y Educación sobre Nutrición NLEA”.(PROEcuador, 2013)

### **Envase, empaque y embalaje**

El envase del producto serán frascos de vidrio posteriormente se los ubicará en cajas de cartón con determinada medida, para de esa manera garantizar la estabilidad del frasco.

## **Plan de estiba**

Es la técnica de acomodar o colocar la carga dentro de un contenedor de forma óptima. Para la realización de esta operación se utiliza el valor del volumen y el peso de la carga en metros cúbicos, que determinará cuantos pallets se pueden estibar dentro del contenedor Stándar de 40'.

## **Paletización**

El tipo de pallet a utilizar es el pallet americano de cuatro entradas que es un pallet fuerte abierto.

El modo escogido para la estiba de las cajas, que contienen los frascos de jalea de chigualcán son las paletas de madera que facilitan el manipuleo, almacenaje y transporte de la carga.

## **Cubicaje**

El cubicaje se refiere a la operación realizada para acomodar la carga dentro de contenedor y para ello se realizan cálculos que determinan el peso y volumen de la carga en función de las medidas del envase o embalaje que posee para así identificar el tamaño y peso cargable.

Se utilizará un contenedor Stándar de 40' disponible para cualquier carga seca normal, tiene medidas internas de: 12,03 metros de largo, 2,34 metros de ancho y 2,40 metros de alto, lo que representa 67,7m<sup>3</sup> de volumen.

Cálculo de Volumen de la carga:

Volumen= Largo x Ancho x Alto

**2.6.3 Metodología técnica, específica para el objetivo específico N°. 3: Analizar la cadena de abastecimiento de jalea de chigualcán, que el mercado extranjero demande para el periodo 2015.**



**Figura 4. Cadena de abastecimiento**

**Elaborado por:** Autora

La materia prima será procesada en Sigsipamba, provincia de Imbabura, en donde se encargarán de la producción para la jalea de chigualcán, después será entregada la mercadería en la empresa de comercio internacional junto con el control respectivo, para que esta sea almacenada en bodega para el proceso de adecuación final, de tal manera que se procede a realizar los trámites de exportación respectivos. Una vez que se verifique la mercadería, está será transportada hasta el puerto de embarque donde finalmente se realiza la entrega al comprador.

**2.6.4 Metodología técnica, específica para el objetivo específico N°. 4: Determinar mediante el análisis financiero la factibilidad del proyecto de exportación de jalea de chigualcán al mercado de Estados Unidos periodo 2015.**

A través de los estados financieros se evaluará la factibilidad del proyecto, entre ellos tenemos:

- ✓ Estado de situación financiera o balance general
- ✓ Estado de resultados económicos

Además el análisis financiero es muy importante para la determinación de la rentabilidad del plan de negocios, influyendo en la toma de decisión sobre si se ejecuta o no, por lo que es necesario y fundamental analizar los indicadores financieros:

### **Flujo de caja**

Es un factor primordial de este plan porque permite medir la rentabilidad del mismo, logrando considerar la capacidad de pago y endeudamiento y el rendimiento de los recursos propios.

### **Valor actual neto (VAN)**

Permite conocer que tan seguro es el proyecto, por lo que es importante traer a valor real los flujos de efectivo.

La fórmula que se aplicará es la siguiente:

$$\text{Fórmula: } VAN = I_0 + \frac{FCN_1}{(1+i)^1} + \frac{FCN_2}{(1+i)^2} + \dots$$

**I**<sub>0</sub>= Inversión inicial

**i**= Tasa de descuento

**n**= Períodos

### **Tasa interna de retorno (TIR)**

Es significativa ya que representa la tasa de descuento que provee el valor actual de las entradas de efectivo que genera el proyecto con la inversión inicial ejecutada.

La fórmula que se aplicará es la siguiente:

$$TIR = \frac{\sum VAN \text{ actualizado}}{\text{Inversión}}$$

## **Punto de equilibrio**

Acordar el momento en el cual los ingresos totales son suficientes para cubrir los costos totales. Nos indica la cantidad mínima que se requiere en el volumen de producción (unidades) o volumen de ventas (dólares) de manera que no exista pérdida en el proyecto.

La fórmula que se aplicará es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variables}}{\text{Ingresos}}}$$

## **Período de recuperación de la inversión (PRI)**

Se señala el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial.

La fórmula que se aplicará es la siguiente:

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Promedio flujos}}$$

## **Rentabilidad sobre inversión total**

El índice de rentabilidad sobre la inversión total es aquella que determina el porcentaje de utilidad neta de cada período que puede cubrir la inversión total.

La fórmula que se aplicará es la siguiente:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión total}} \times 100\%$$

### **Rentabilidad sobre recursos propios**

Nos indica el porcentaje del rendimiento del capital propio que se ha invertido. La fórmula que se aplicará es la siguiente:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100\%$$

### **Rentabilidad sobre ventas**

Este índice mide el porcentaje de cada dólar de ventas generado a favor de la empresa después de haber cubierto todos los gastos.

La fórmula que se aplicará es la siguiente:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

### **Índice de cobertura de la deuda**

Determina la capacidad de pago para las obligaciones financieras. Este índice nos indica hasta qué punto pueden disminuir las utilidades sin poner a la empresa en una situación difícil para pagar sus gastos financieros.

La fórmula que se aplicará es la siguiente:

$$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Interés}}$$

## **CAPÍTULO 3. RESULTADOS**

### **3.1 Introducción**

Estados Unidos es el principal socio comercial del Ecuador, donde un 45% de las exportaciones ecuatorianas tienen como destino al mercado estadounidense pese a que las relaciones políticas no son estables. Un factor importante es la tendencia de crecimiento que se van generando ya que con esto se puede determinar que existe la necesidad de mantener relaciones comerciales y estas deben ser expandidas mediante planes de negocio que garanticen la calidad y rentabilidad de las operaciones desarrolladas.

Por tal motivo se realiza el presente proyecto seguido de un estudio de las relaciones comerciales que existen entre ambos países, cuantificando la oferta y demanda de la jalea de chigualcán para poder proyectarla a fin de establecer el posible mercado.

### **3.2 Estudio de mercado**

#### **3.2.1 Estados Unidos**

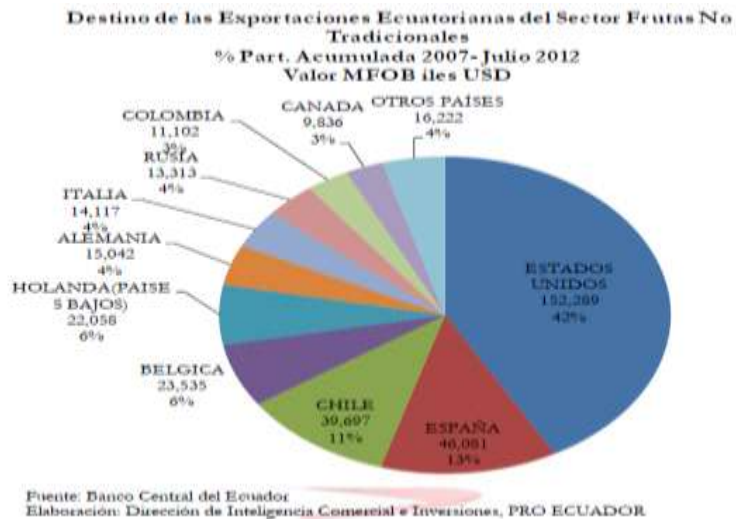
Estados Unidos es uno de los países más grandes del mundo, con una extensión territorial de 9.831.510 km<sup>2</sup> con una población de 319.047.000 (2014) habitantes. Su división política es de cincuenta estados y un Distrito Federal. El país se extiende desde la costa Atlántica hasta el Océano Pacífico, cuenta con territorios en el Mar Caribe y en la Polinesia del Océano Pacífico se encuentra Hawái. Es un país de una gran extensión, por lo que en sus diferentes estados y ciudades se podrá encontrar una enorme variedad de razas, culturas, tradiciones, religiones, husos horarios, climas.

Estado Unidos cuenta con una infraestructura de transporte avanzada. La mayor parte de sus habitantes utilizan el automóvil como su principal medio de transporte. Por otro lado cuenta con 15 aeropuertos distribuidos a lo largo del país, de estos, cuatro de cada diez mueven la mayor cantidad de carga del mundo. Los principales aeropuertos son: Internacional de Chicago en O'Hare, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport, John F. Kennedy en New York, George Bush International en Houston, Memphis International Airport y Miami International Airport.



Además cuenta con vías fluviales y posee una infraestructura portuaria compuesta por más de 400 puertos y subpuertos, de los cuales 50 manejan el 90% del total de toneladas de carga, estos se encuentran localizados en los Océanos Pacífico y Atlántico, de tal manera que las importaciones y exportaciones pueden llegar por puertos a diferentes zonas del país. El primer puerto de Estados Unidos es Long Beach que se encuentra en California.

En el siguiente gráfico se puede apreciar los principales mercados de destino de las frutas no tradicionales ecuatorianas. Según lo que indica el gráfico en el período acumulado de 2007 a Julio de 2012, Estados Unidos representa el 42%; seguido de España con el 13%; Chile con el 11% y Bélgica con el 6%; entre los países que más demandan este tipo de frutas desde Ecuador. (PROECUADOR, 2014, pág. 7, párr. 3)



**Figura 5. Destino de las exportaciones ecuatorianas**

Existe variación en las relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos, pero en estos últimos años han logrado que estas sean estables, ya que ambos países buscan avanzar en áreas de interés mutuo.

Los Estados Unidos otorgan trato arancelario preferencial unilateral en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Actualmente, el presidente Barack Obama, aprobó la renovación de este sistema que beneficia a las exportaciones de 22 naciones, incluido Ecuador. El SGP, renovado hasta el 31 de diciembre del 2017, establece arancel

0% para alrededor de 400 subpartidas de la oferta exportable ecuatoriana, según el Ministerio de Comercio Exterior. (Enriquez, 2015)

Por otro lado, Estados Unidos es una de las economías más productivas, competitivas e influyentes a nivel mundial, uno de los mercados más importantes es la producción y consumo de frutas, preferentemente la fruta se consume en jugos, en estado fresco y envasado, de tal manera que se pretende exportar jalea de chigualcán a Estados Unidos.

### **3.2.2 Relaciones Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos**

Durante los últimos años, las relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos no han sido favorables ya que el gobierno ecuatoriano renunció de manera unilateral e irrevocable a las Preferencias Arancelarias Andinas (ATPDA, por sus siglas en inglés, que otorga EE.UU. en compensación por la lucha contra las drogas). El presidente del Ecuador considera a Estados Unidos como un país que busca un dominio político.

Al iniciarse el período de gobierno de Rafael Correa, se minimizó la importancia de la suscripción de un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos. La negociación inicial con Estados Unidos fue en bloque como Comunidad Andina, sin embargo la posición del gobierno al no firmar dicho Tratado, rompió el bloque andino y se quedó solo, a diferencia de países como Colombia y Perú que cada uno firmó un acuerdo con Estados Unidos, en los primeros años han obtenido un crecimiento favorable al tener nuevas oportunidades comerciales y sus productos empiezan a conquistar mercados con el pago de menos aranceles. (El Universo, 2010, párr.4)

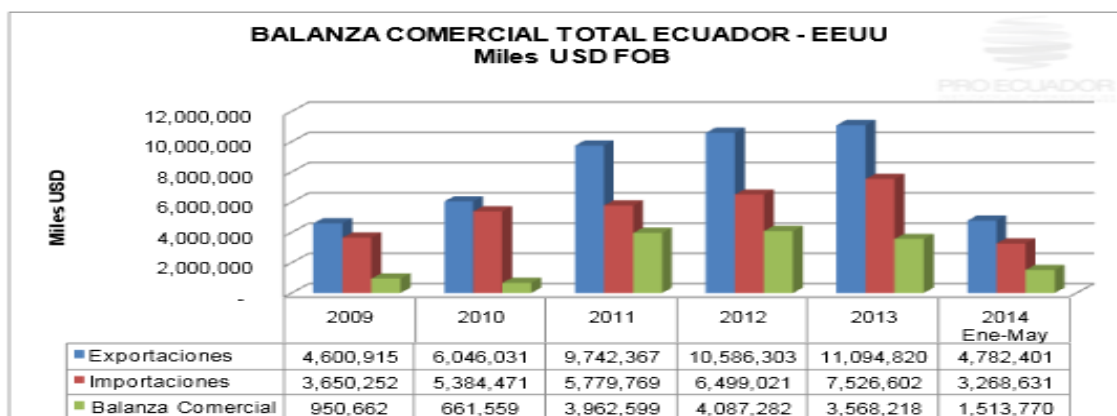
Estas situaciones pueden alterar las relaciones comerciales, afectando la competitividad e ingreso de la producción nacional al mercado de Estados Unidos. La economía nacional se pone en riesgo frente a esta falta de compromisos comerciales, al no tener un ATPDA los precios aumentarán en el mercado ya que se deberá pagar aranceles, pérdida de competitividad en el mercado. Al no tener un acuerdo comercial concreto y la falta de renovación del ATPDA, este ha generado incertidumbre en ambos países por lo que el Ecuador debe seguir buscando reparar su comercio exterior y haciéndolo con Estados Unidos que es su principal socio comercial, como se lo ha mencionado, y hacer una relación más estable.

### 3.2.3 Ley Contra el Bioterrorismo

Como resultado de los incidentes terroristas del 11 de septiembre de 2001, Estados Unidos promulgó la Ley Contra el Bioterrorismo, que abarca una gran cantidad de disposiciones obligatorias a los exportadores extranjeros que desean importar a Estados Unidos. En cumplimiento de la normativa establecida en la Ley de Respuesta para la Seguridad en Salud Pública y Preparación contra el Bioterrorismo de 2002 o Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002(Ley Bioterrorismo), la Administración de Alimentos y Drogas de Estados Unidos, en inglés Food and Drug Administration FDA, requiere de una notificación previa de alimentos importados para evitar ataques terroristas y emergencias relacionadas con el suministro de alimentos en Estados Unidos. Para ello, la regulación requiere que las instalaciones que procesan alimentos sean registradas con la FDA y que la FDA sea notificada con anticipación sobre la importación de embarques de alimentos. La FDA debe ser notificada antes de que se de la importación o que el producto sea ofrecido para su importación a Estados Unidos. (PROECUADOR, 2013, pág. 27)

### 3.2.4 Balanza Comercial

#### Balanza Comercial Ecuador-Estados Unidos



**Figura 6. Análisis de la Balanza de Comercial entre Ecuador – Estados Unidos**

**Fuente:** Proecuador, ficha técnica Estados Unidos, 2014

**Elaborado por:** Autora

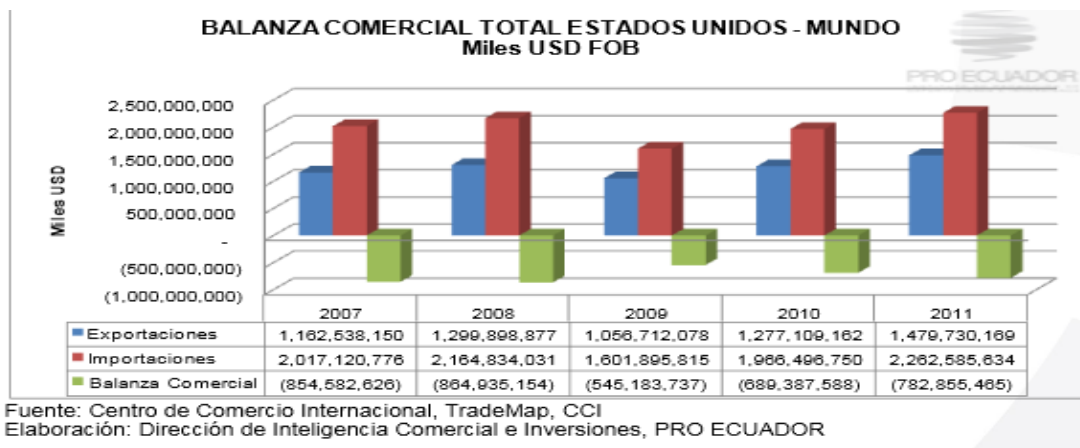
Ecuador posee un saldo comercial positivo con respecto a Estados Unidos en todos los años analizados; a pesar de que la balanza comercial ha sido muy fluctuante, se ha mantenido positiva, registrando en el 2014 un saldo de USD 1.513,770 millones.

Estados Unidos tiene una economía capitalista, que es alimentada por abundantes recursos naturales, una infraestructura desarrollada, y una alta productividad. En el 2013, de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, el PIB del país está alrededor de \$ 16,7 trillones y constituye aproximadamente el 21% del Producto Mundial Bruto y cerca del 19% del mismo en términos de paridad de poder adquisitivo (PPA). Es el PIB nacional más grande en el mundo, siendo inferior al PIB combinado de la Unión Europea. Estados Unidos ocupa el décimo tercer lugar en la lista de países por PIB nominal per cápita, con un PIB per cápita de \$52.800. (PROECUADOR, 2014, párr. 9).

### **Balanza Comercial Estados Unidos**

Estados Unidos es una de las economías más potenciales del mundo, mantiene un alto nivel de producción. Es también el mayor productor industrial del mundo y el país comercial más grande del mundo, con respecto al análisis del Producto Interno Bruto y diversos indicadores económicos, Estados Unidos se ubica en el primer lugar ya que posee un poder económico a gran escala.

Se ha tomado referencias de datos de Proecuador y se puede observar que la Balanza Comercial es deficitaria pese a ser la economía más grande del mundo. En el período 2007-2011 emitido en el 2013 las importaciones crecieron a una tasa promedio anual del 2,91%, mientras que las exportaciones crecieron a un ritmo del 15,7%.



**Figura 7. Balanza de Comercial Estados Unidos**

### 3.2.5 Características económicas

La economía de Estados Unidos es la más grande del mundo. Su PIB nominal, estimado en más de 17.2 billones de dólares en marzo del 2014, representa aproximadamente una cuarta parte del PIB nominal mundial. Además mantiene un alto nivel de producción y un PIB per cápita, el séptimo más alto del mundo, lo que hace en estos términos a Estados Unidos, una de las naciones más ricas del mundo.

Dentro de los datos económicos investigados, Estados Unidos ha tenido varios cambios en lo que respecta a su balanza comercial y de pagos.

Los Estados Unidos importan grandes cantidades de productos agrícolas e industriales, así como también petróleo, para los cuales la producción doméstica es insuficiente para cubrir las necesidades de la población norteamericana. Por otro lado el comercio internacional ha sido un elemento vital de la economía de los Estados Unidos, especialmente en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial.

### 3.2.6 Producción Nacional

En el Ecuador la producción de jalea de chigualcán no es continua, ya que no existe mucho cultivo de esta fruta para ser comercializada, además de ser poco conocida se cultiva más en huertos familiares.

### 3.2.7 Importaciones de jalea de chigualcán

Para poder calcular el consumo aparente también es necesario conocer el total de toneladas métricas de las importaciones realizadas en los últimos cinco años.

Para realizar las proyecciones de las importaciones de Estados Unidos se utilizó datos del TradeMap.

**Tabla 3. Importaciones**

<b>AÑOS</b>	<b>IMPORTACIONES TM</b>
<b>2015</b>	145.042,400
<b>2016</b>	155.241,000
<b>2017</b>	165.439,600
<b>2018</b>	175.638,200
<b>2019</b>	185.836,800
<b>2020</b>	196.035,400
<b>2021</b>	206.234,000
<b>2022</b>	216.432,600
<b>2023</b>	226.631,200
<b>2024</b>	236.829,800

**Fuente:** TradeMap

**Elaborado por:** Autora

### 3.2.8 Exportaciones de jalea de chigualcán

Para el cálculo del consumo aparente se toma los datos del TradeMap con el nombre de confituras, jaleas y mermeladas.

**Tabla 4. Exportaciones**

<b>AÑOS</b>	<b>EXPORTACIONES TM</b>
<b>2015</b>	60.994,400
<b>2016</b>	67.199,000
<b>2017</b>	73.403,600
<b>2018</b>	79.608,200
<b>2019</b>	85.812,800
<b>2020</b>	92.017,400
<b>2021</b>	98.222,000
<b>2022</b>	104.426,600
<b>2023</b>	110.631,200
<b>2024</b>	116.835,800

**Fuente:** TradeMap

**Elaborado por:** Autora

### 3.2.9 Consumo Aparente

Para la aplicación del análisis de los datos del Consumo Nacional Aparente, el mismo que radica en el establecimiento de una correlación entre lo que entra y sale del país, es decir interviene la producción nacional, importaciones y exportaciones del producto.

La determinación de la demanda actual es a través de la siguiente fórmula:

Consumo Nacional Aparente (CNA)=Producción Nacional + Importaciones –Exportaciones

**Tabla 5. Consumo aparente**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCION NACIONAL TM</b>	<b>IMPORTACIONES TM</b>	<b>EXPORTACIONES TM</b>	<b>CONSUMO APARENTE KG</b>	<b>POBLACION NEW JERSEY</b>	<b>CONSUMO PERCAPITA KG</b>	<b>CONSUMO RECOMENDADO KG</b>	<b>DEFICIT POR PERSONA</b>	<b>DEFICIT TOTAL</b>
2015	0,00	145.042,400	60.994,400	84.048.000,00	8.938.000	9,403446	6	3,403446	30.420,00
2016	0,00	155.241,000	67.199,000	88.042.000,00	9.006.823	9,775034	6	3,775034	34.001,06
2017	0,00	165.439,600	73.403,600	92.036.000,00	9.076.175	10,140395	6	4,140395	37.578,95
2018	0,00	175.638,200	79.608,200	96.030.000,00	9.146.062	10,499601	6	4,499601	41.153,63
2019	0,00	185.836,800	85.812,800	100.024.000,00	9.216.486	10,852726	6	4,852726	44.725,08
2020	0,00	196.035,400	92.017,400	104.018.000,00	9.287.453	11,199841	6	5,199841	48.293,28
2021	0,00	206.234,000	98.222,000	108.012.000,00	9.358.967	11,541018	6	5,541018	51.858,20
2022	0,00	216.432,600	104.426,600	112.006.000,00	9.431.031	11,876326	6	5,876326	55.419,82
2023	0,00	226.631,200	110.631,200	116.000.000,00	9.503.650	12,205837	6	6,205837	58.978,10
2024	0,00	236.829,800	116.835,800	119.994.000,00	9.576.828	12,529619	6	6,529619	62.533,03

**Fuente:** TradeMap

**Elaborado por:** Autora

### 3.2.10 Proyección de la oferta

**Tabla 6. Proyección de la oferta**

PROYECCION DE LA OFERTA									
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
73.760	110.640	110.640	110.640	110.640	110.640	110.640	110.640	110.640	110.640

**Elaborado por:** Autora

Para el primer año se exportará dos contenedores de 36.880 kg, cada uno, lo que nos da un total de 73.760 kg en el primer año de operación de nuestra empresa, se aumentará solo un contenedor desde el segundo año en adelante.

### 3.2.11 Demanda Insatisfecha

Como se muestra en el cuadro siguiente el Déficit total es decreciente debido a que la tasa de población también es decreciente. Además se ha tomado en cuenta la población de New Jersey ya que se exportará la jalea de chigualcán específicamente a este Estado por lo que se encuentra la mayor parte de ecuatorianos, generando una mayor acogida para el producto.

**Tabla 7. Demanda Insatisfecha**

AÑOS	CONSUMO APARENTE KG	POBLACION NEW JERSEY	CONSUMO PERCAPITA KG	CONSUMO RECOMENDADO KG	DEFICIT POR PERSONA	DEFICIT TOTAL
2015	84.048.000,00	8.938.000	9,403446	6	3,403446	30.420,00
2016	88.042.000,00	9.006.823	9,775034	6	3,775034	34.001,06
2017	92.036.000,00	9.076.175	10,140395	6	4,140395	37.578,95
2018	96.030.000,00	9.146.062	10,499601	6	4,499601	41.153,63
2019	100.024.000,00	9.216.486	10,852726	6	4,852726	44.725,08
2020	104.018.000,00	9.287.453	11,199841	6	5,199841	48.293,28
2021	108.012.000,00	9.358.967	11,541018	6	5,541018	51.858,20
2022	112.006.000,00	9.431.031	11,876326	6	5,876326	55.419,82
2023	116.000.000,00	9.503.650	12,205837	6	6,205837	58.978,10
2024	119.994.000,00	9.576.828	12,529619	6	6,529619	62.533,03

**Elaborado por:** Autora



### 3.3 Estudio técnico

#### 3.3.1 Tamaño del proyecto

Se define al tamaño del proyecto como la capacidad de producción de servicios o bienes, en un tiempo determinado. Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación.

Al analizar la capacidad para producir bienes y servicios se debe tomar en consideración dos aspectos fundamentales como el tamaño económico y el físico, el primero determinará el rendimiento financiero con el cual se pretende optimizar recursos, maximizar utilidades, disminuir costos. Y el segundo obtener el mejor rendimiento de producción de planta.

#### 3.3.2 Mercadería

**Tabla 8. Mercadería**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Jalea de chigualcán	kg	73.760,00	2,00	147.520,00
			<b>Subtotal</b>	<b>147.520,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>2.950,40</b>
			<b>Total</b>	<b>150.470,40</b>

**Elaborado por:** Autora

En este punto se considera la estacionalidad del producto, a partir de la existencia de la jalea de chigualcán se podrá realizar la negociación. De acuerdo a la investigación realizada a la Corporación de Productores Agropecuarios y Agroindustriales Sigsipamba, el valor unitario del kilogramo de la jalea de chigualcán es de \$ 2.

#### 3.3.3 Tecnología

En este factor intervienen de forma directa la disponibilidad de maquinaria, tecnología y equipos, en función a esta disponibilidad de recursos, se tiende a limitar la producción, de esto dependerá que los costos bajen o sean elevados.

La mano de obra calificada y técnicos especializados es un factor importante que será tomado en consideración ya que de ello dependerá la calidad del fruto a exportarse.

### **3.3.4 Financiamiento**

Los recursos económicos sean estos ajenos y propios permiten establecer el tamaño de la inversión, para este plan de exportación el financiamiento se lo realizará con la Corporación Financiera Nacional (CFN). El monto total de la inversión es de **\$535.666,60** el 40% financiado con recursos propios y para el préstamo un 60%.

### **3.3.5 Estructura Organizacional**

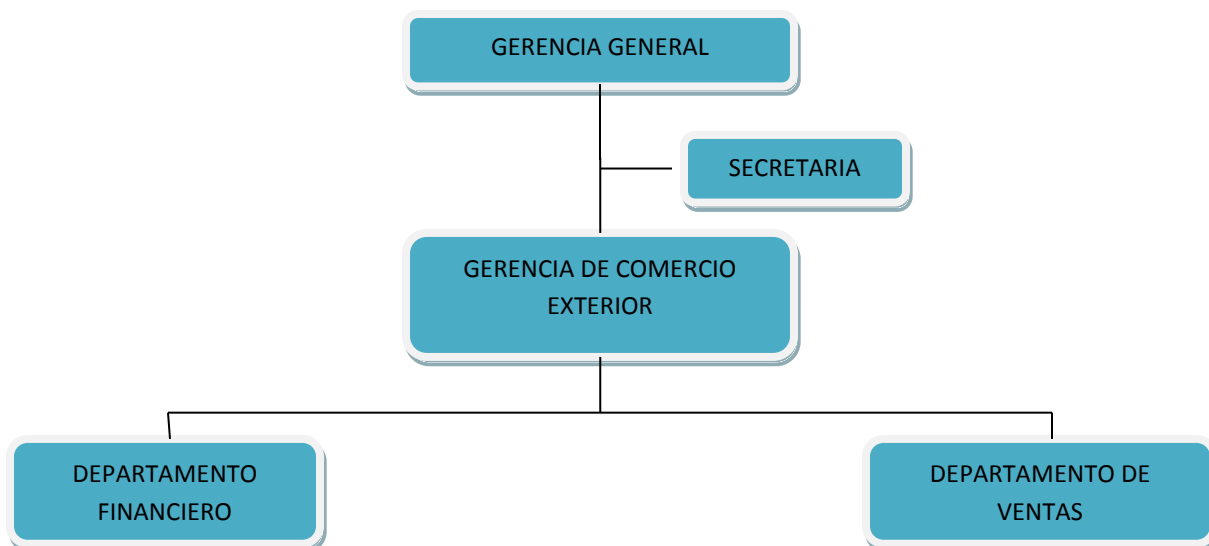
A pesar de que la estructura organizacional no es determinante para limitar el tamaño del proyecto, se requiere de un marco orgánico administrativo que permita el normal desenvolvimiento operacional para llevar a cabo un plan de negocios, con la finalidad de establecer una línea de autoridad y coordinación. De tal manera que nuestra empresa contará con un personal eficiente, eficaz y altamente calificado, lo cual garantice el funcionamiento óptimo de la operación.

#### **Misión**

Contribuir a la nutrición, salud y bienestar de las personas, proporcionando un alimento sano y nutritivo pero sobretodo 100% natural con altos estándares de calidad, respaldados por la nueva tecnología y personal comprometidos a trabajar.

#### **Visión**

Ser la empresa reconocida en el mercado de Estados Unidos como líder en nutrición, salud y bienestar y abrir nuevos mercados en el resto del mundo.



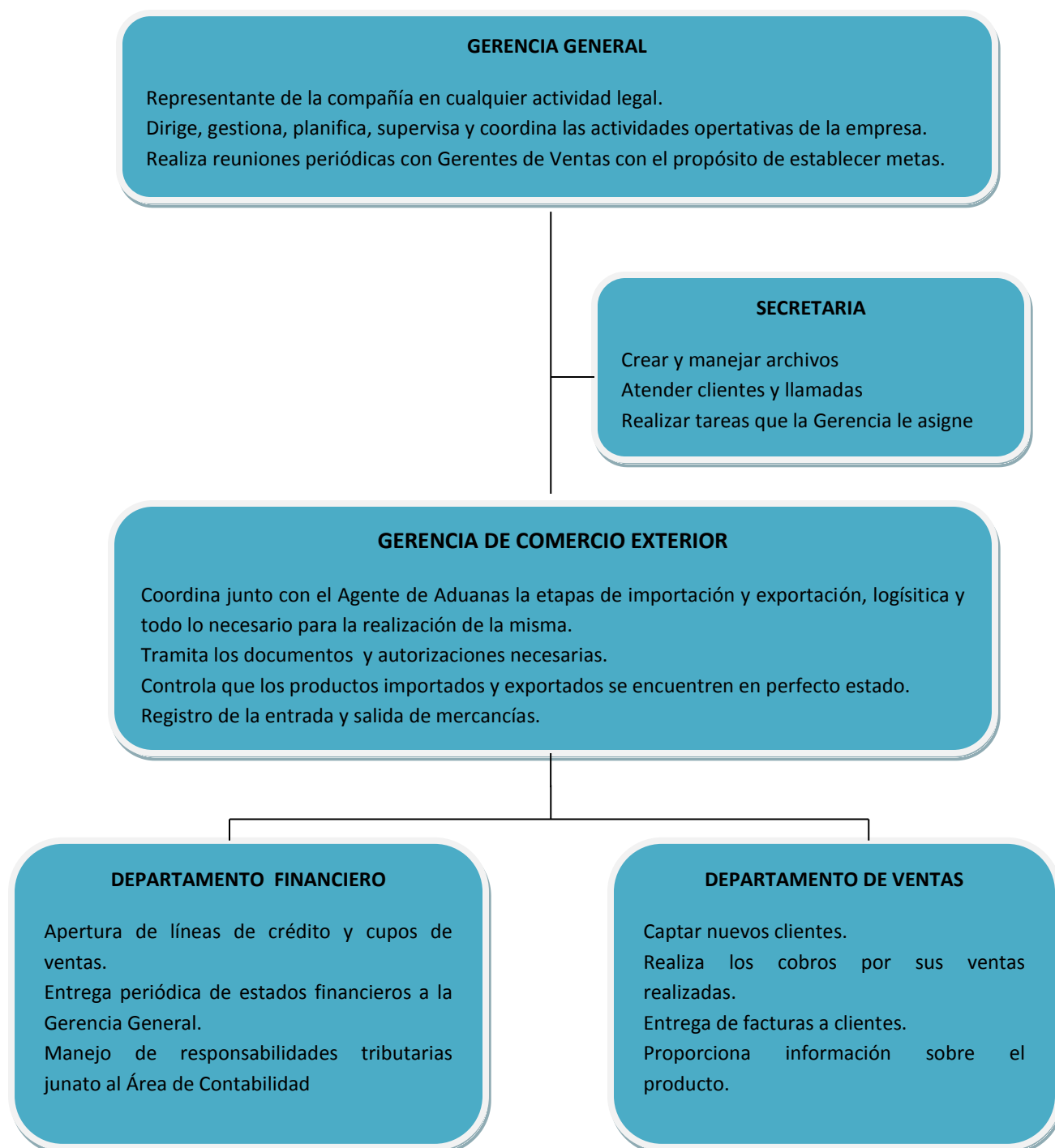
**Estructura legal**

**Tabla 9. Socios empresa**

<b>Socios</b>	<b>Participación</b>
<b>Juan Carlos Lao Lam</b>	50%
<b>Fernando Rosero</b>	50%

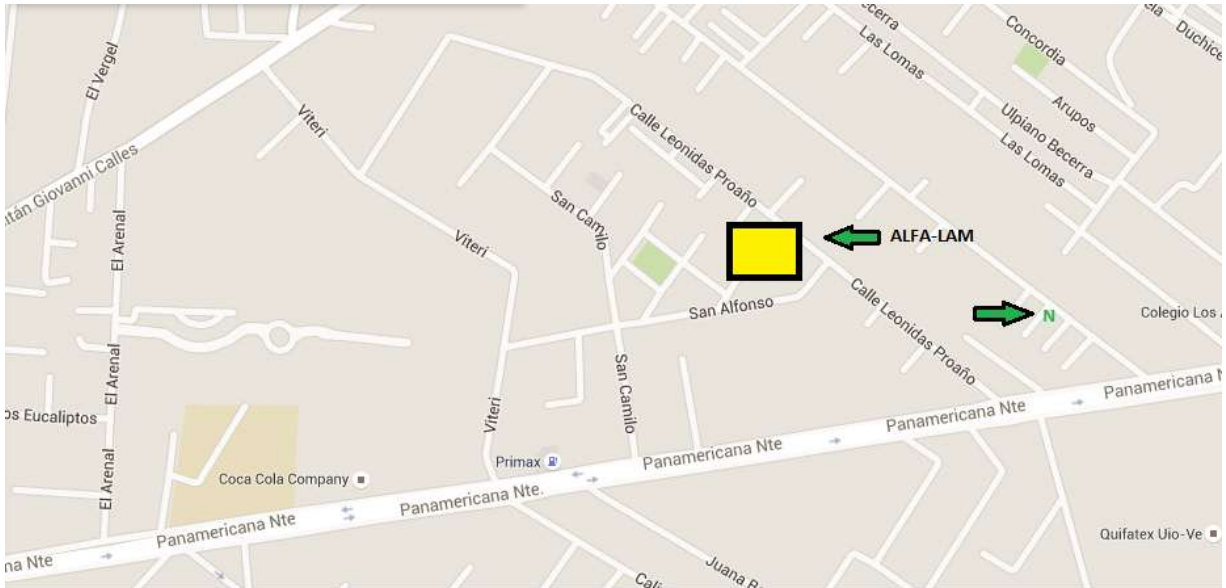
Elaborado por: Autora

## Estructura Funcional



## Localización Geográfica

La producción se realizará en Sigsipamba, después se enviará un camión a la empresa “ALFALAM” ubicada en la panamericana norte (Calderón), donde la mercadería pasará por un proceso de revisión para luego ser despachada directamente a Estados Unidos, por lo que no amerita realizar un estudio de macro y microlocalización.

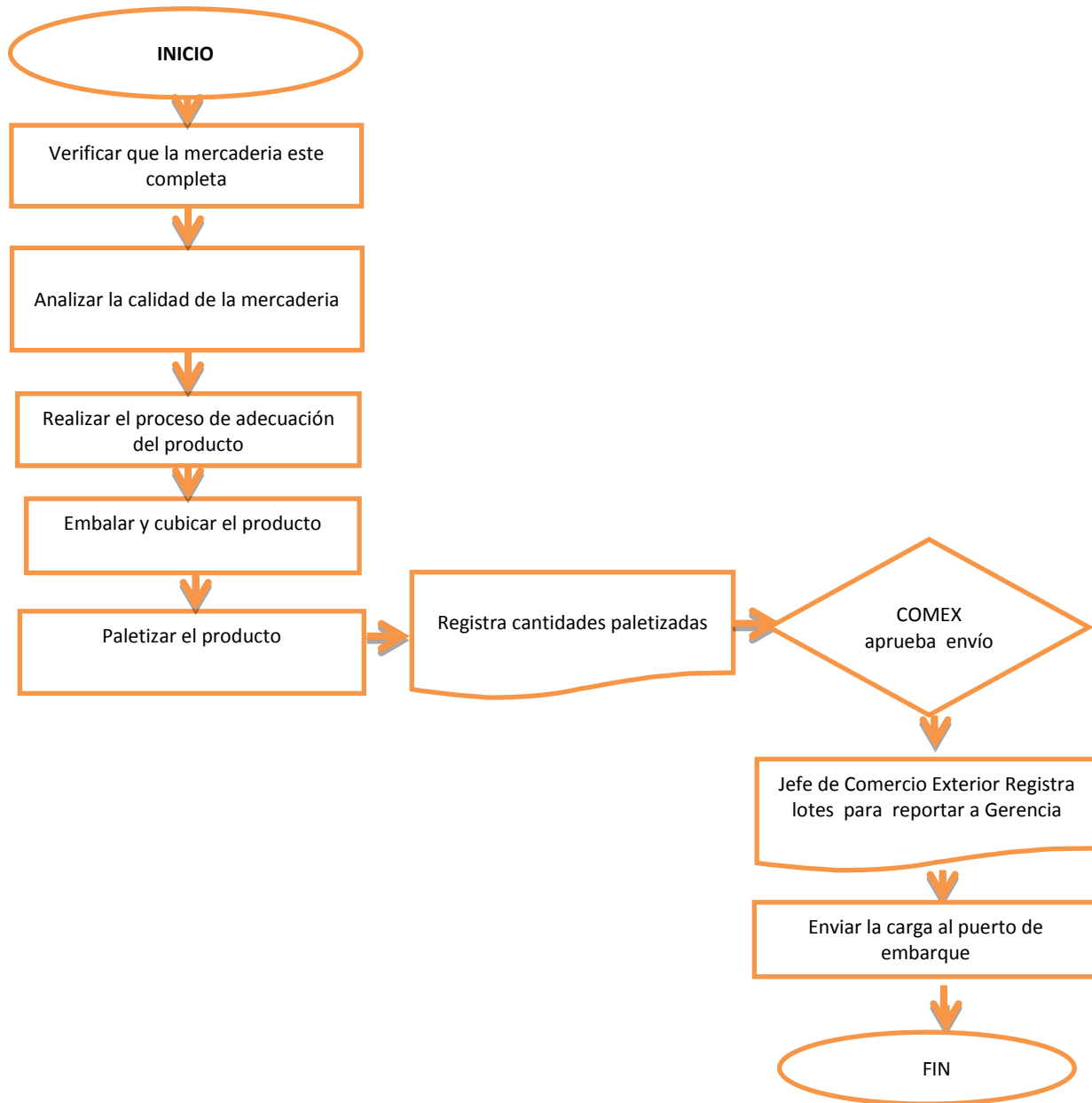


**Figura 8. Localización de la empresa**

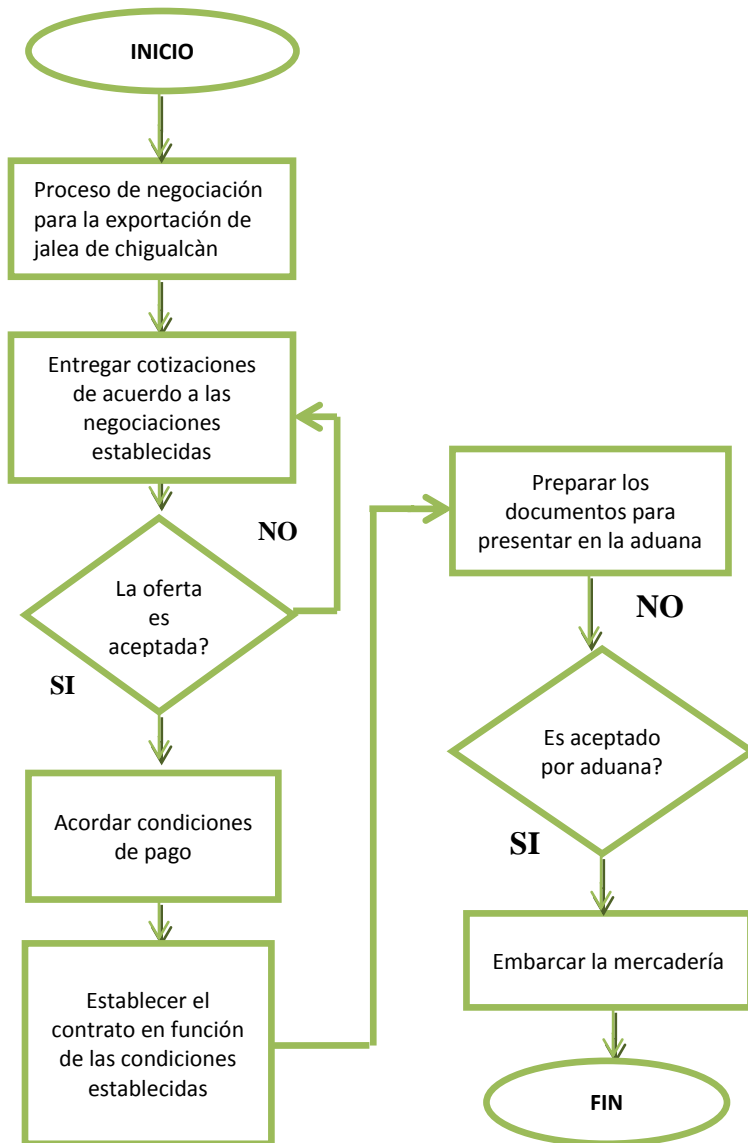
**Elaborado por:** Autora

### 3.3.6 Ingeniería del Proyecto

#### Flujograma del proceso de recepción



## Flujograma proceso de exportación



### 3.4 Recoleccion y tratamiento de datos

#### 3.4.1 Recolección y tratamiento de datos para evaluar el objetivo específico N°. 1: Analizar estrategias de mercadeo adecuadas que logren obtener la aceptación esperada del producto en el mercado extranjero.

##### Producto

La jalea de chigualcán es un producto natural, ya que tiene varios nutrientes naturales, además de su aroma, que es una característica que llama la atención en esta fruta no tradicional, por lo que es necesario conocer su valor nutricional y medicinal que esta fruta nos brinda.

Se puede mencionar que el chigualcán contiene una alta concentración de carpaína, de gran aplicación medicinal en el tratamiento de la disentería y la tuberculosis, y por su acción hipotensora, tiene la capacidad para relajar los músculos. Además el látex provenientes de estas frutas se emplean en contacto con la piel para quitar verrugas y las espinilla.

El látex del chigualcán es muy útil para madurar otros frutos y para ablandar carnes; además de que la cáscara y la pulpa son consideradas medicinales. Con su cáscara o epicarpio se elaboran dulces y tisanas de efectos medicinales, espectorantes y antitusígenos.

Con lo antes mencionado se pretende incentivar al consumo, tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional. Por tal motivo, se realizará la exportación de jalea de chigualcán hacia el mercado de Estados Unidos, con marca específica “Jalea de Chigualcán”.

La estrategia que se llevará a cabo será garantizar niveles de calidad acorde a los parámetros y exigencias de los clientes seguido de un precio competitivo a menor costo.



**Figura 9. Producto**  
Elaborado por: Autora



## **Precio**

El precio que se asignará a la jalea de chigualcán se establecerá después de tomar en cuenta el costo de la mercadería, costos de exportación, de transporte interno y un margen de utilidad razonable; para así entregar a los distribuidores un producto de calidad ahorrando tiempo y otorgando un mejor precio que permita obtener la rentabilidad esperada por la empresa.



**Figura 10. Precio**

**Fuente:**<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/precio>

## **Promoción**

Es fundamental que la jalea de chigualcán sea reconocida por la población objetivo en Estados Unidos por lo que se ha definido la estrategia de desarrollar un mercado virtual para que, los clientes tengan mayor facilidad de conocer los beneficios que el producto ofrece.

La promoción para el mercado de Estados Unidos a ofrecer será mediante:

- ✓ La creación de una página Web con una información completa acerca de la jalea de chigualcán
- ✓ Se realizará promoción sectorial a través de ferias internacionales enfocadas principalmente en el mercado anglosajón, en donde se identifique el producto y sus usos.
- ✓ Las compras o pedidos se harán por correos electrónicos
- ✓ Se realizarán degustaciones ya que se ha considerado establecer acuerdos con aerolíneas mediante la entrega gratuita de sachets de Jalea de Chigualcán, con el fin de que sean apreciados y degustados por los pasajeros en sus comidas.

Es importante mencionar que todas las actividades a desarrollar contarán con la representación de la marca para que el producto puede posicionarse en el mercado objetivo.



**Figura 11. Promoción**

**Fuente:**<http://empresasvirtuales2010.blogspot.com/>

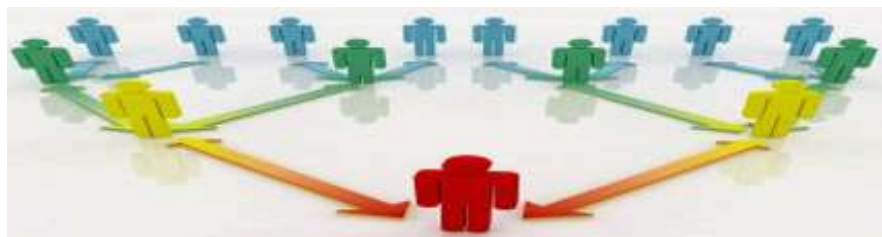
## **Plaza**

Se seleccionarán distribuidores de alimentos, los mismos que se encargarán de comercializar el producto ya sea a otros pequeños distribuidores o al consumidor final y a su vez se contactará con supermercados de Estados Unidos.

Otra posibilidad que se maneja es la de tomar contacto directo con potenciales compradores minoristas y viajar periódicamente. Nuestra empresa esta enfocada a la distribución del producto, partiendo del país de Estados Unidos, como punto de inicio.

A continuación se señala el principal supermercado de la ciudad de New Jersey:

- ✓ STOP SHOP



**Figura 12. Plaza**

**Fuente:**<http://www.javierheredia.com/2014/03/la-distribucion-como-elemento-del.html>

### **3.4.2 Recolección y tratamiento de datos para evaluar el objetivo específico N°. 2: Identificar qué requisitos legales y de comercio exterior se deben cumplir para exportar jalea de chigualcán a Estados Unidos periodo 2015.**

La exportación de jalea de chigualcán requiere del cumplimiento de todos los requerimientos exigidos tanto en Ecuador como en Estados Unidos, para garantizar la calidad del producto de tal manera que sea apto para el consumo humano. El cumplimiento de todos los procesos permitirá que la jalea de chigualcán pueda ingresar al mercado, posicionándose por sus características ya que este contribuirá a fomentar un crecimiento en la demanda.

#### **Descripción de la jalea de chigualcán**

La ficha técnica del producto a ser exportado se describe a continuación:

**Tabla 10. Ficha Técnica**

FICHA TÉCNICA	
<b>Producto</b>	Jalea de Chigualcán
<b>Sub Partida Arancelaria</b>	2007.99.11
<b>País exportador</b>	Ecuador
<b>País importador</b>	Estados Unidos
<b>Precio de venta KG</b>	5,33
<b>Vía de transporte</b>	Marítimo

**Elaborado por:** Autora

#### **Proceso de Exportación**

El proceso de exportación inicia una vez que la negociación entre el ofertante y demandante han llegado a un acuerdo en cuanto a volumen, términos de la exportación, precio, características, entre otros aspectos.

##### **a) Incoterms**

Con el fin de establecer reglas internacionales para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio exterior existen los INCOTERMS, que son normas de medida definidas que permiten regular las condiciones de entrega de los despachos, permitiendo definir los costos de las operaciones y fijando la responsabilidad en estos asumida tanto por el importador como por el exportador.

Tomando en cuenta que el transporte de la jalea de chigualcán será marítimo, se fijará como INCOTERM para la contratación CIF (Costo, Flete y Seguro). Por lo que la jalea de chigualcán será transportada vía marítima desde Guayaquil hasta el Puerto de Elizabeth, New Jersey.

**CIF (Cost, Insurance and Freight) = Costo, Seguro y Flete**



**Figura 13. Incoterm**

**Fuente:** Área de pymes

**Elaborado por:** Autora

Significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque. El riesgo de pérdida o daño de la mercancía pasa cuando las mercancías se encuentran a bordo del buque. El vendedor debe contratar y pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido.

El vendedor también tiene contratos para la cobertura de seguro contra el riesgo del comprador de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte. El comprador ha de observar que, bajo CIF el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el deseo del comprador para tener más protección de seguro, necesitará ya sea para acordarlo expresamente con el vendedor o hacer sus propios arreglos de seguros adicionales. (Internacional Chamber of Commerce, 2010)



**Figura 14. Puerto Marítimo de Elizabeth, New Jersey**

**Fuente:** Apm terminals.  
**Elaborado por:** Autora

Bajo estos parámetros el exportador en este caso ALFALAM, corre con los costos de seguro, flete y las obligaciones que incurran hasta que el producto llegue al Puerto de Elizabeth, New Jersey.

**b) Envase, empaque y embalaje**

El envase para la jalea de chigualcán será en frasco de vidrio redondo con tapa de metal, de tamaño estándar con un diámetro de 6 cm y 10 cm de profundidad, peso del contenido de 0,25 kg (250 gramos), peso del envase es de 0,15 kg (150 gramos) y el total es de 0,40 kg (400 gramos). Se exportará en frascos de vidrio debido a que ofrecen mayor resistencia y protección al producto, son de fácil reciclabilidad y permiten la visibilidad del contenido a demás de ser reutilizables.



**Figura 15. Envase del producto**

**Elaborado por:** Autora

El empaque para la exportación de jalea de chigualcán a Estados Unidos serán en cajas de cartón corrugado. La exportación se realiza en frascos de 400 gramos: 250 gramos de contenido (peso neto), peso del envase 150 gramos. El número de frascos por caja es de 48 frascos de 250 gramos de contenido, con un peso total de caja de 19,20 kg.

La cantidad total de cajas que ingresan en el Contenedor Stándar de 40' es de 1.920 cajas. Las medidas de la caja son: Largo: 40 cm, Ancho: 25 cm, Alto: 21 cm.



**Figura 16. Caja de cartón**

**Elaborado por:** Autora

### c) Cálculo

#### **Pallet**

$$1,20 / 40\text{cm (largo de la caja)} = 3$$

$$1,00 / 25\text{cm (ancho de la caja)} = 4$$

Ingresan 12 cajas en la base del pallet, estos multiplicados por 4 cajas de altura da como resultado **48** cajas que ingresan en cada pallet.

#### **Contenedor**

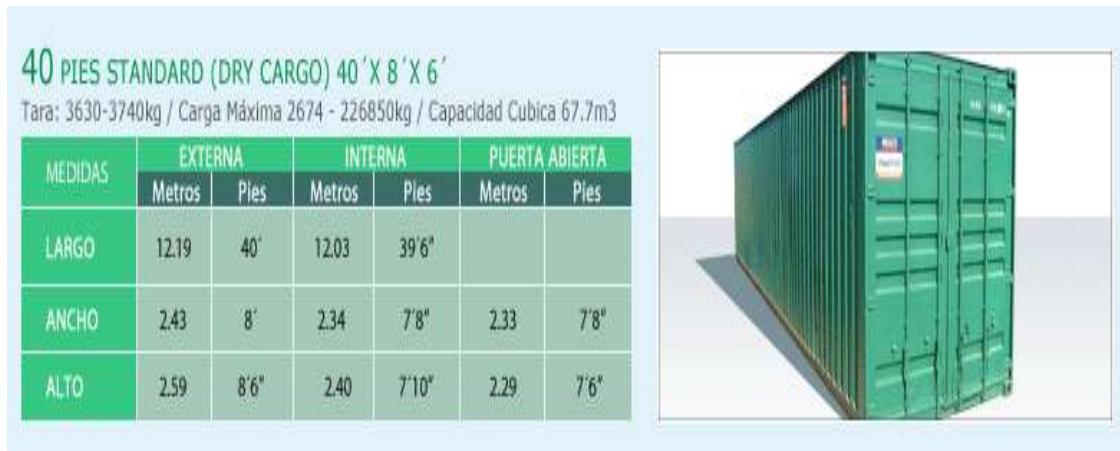
$$\text{Ancho} = 2,34 \text{ m} / 1,0 = 2$$

$$\text{Largo} = 12,03\text{m} / 1,20 = 10$$

$$\text{Altura} = 2,40\text{m} / 1,0 = 2$$

40 pallets entran en un contenedor

En total ingresan 48 cajas en cada pallet, estos multiplicados por los 40 pallets que ingresan en un contenedor da como resultado **1.920** cajas en cada contenedor.



**Figura 17. Medidas del contenedor**

Elaborado por: Autora

**d) Unitización y paletización**

La unitización de la carga es en pallets de madera de 100 x 1,20, se usa un tipo de madera corriente y resistente. Y la cantidad total de pallets a utilizar son 40, entrando en cada pallets 48 cajas, la cantidad de cajas a exportar son 1.920.



**Figura 18. Pallet de madera Americano**

Elaborado por: Autora

**e) Condiciones de pago**

En cuanto a las condiciones de pago se deberá negociar cuidadosamente, en ello se tomará en consideración precios, moneda, forma de pago. Existen formas de pago medio pago y plazo.

ALFALAM, ha concordado con el importador en los Estados Unidos recibir un pago del 50% al momento de realizar el embarque del producto y el 50% restante a través de una carta de crédito a 30 días plazo contados desde el momento de ser embarcado el producto.

**f) Transporte Interno e Internacional**

El transporte interno es el traslado del contenedor Stándar de 40 pies desde la planta de la empresa ALFALAM hasta el puerto marítimo de Guayaquil a Estados Unidos. Se ha contratado a la línea de transporte TRANSOCEANICA la cual incluye el flete interno en sus servicios de transportación marítima internacional.

**g) Determinar precio y CIF de exportación**



**Tabla 11. Costos de exportación CIF**

<b>COSTO FINAL DE EXPORTACIÓN CIF</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Costos</b>	<b>Costo Unitario por Kilogramo</b>
<b>Costo Total</b>	<b>293782,95</b>	<b>1,00</b>
<b>margen de utilidad</b>	88134,89	
<b>precio de venta</b>	381917,84	
<b>Total Exw</b>	<b>381917,84</b>	<b>1,29</b>
<b>Transporte interno</b>	600,00	
<b>Documentos de exportación</b>	200,00	
<b>FAS</b>	<b>382517,84</b>	<b>1,30</b>
<b>Almacenaje</b>	20,00	
<b>Gastos por carga</b>	600,00	
<b>Trámite aduanero</b>	500,00	
<b>Documentos de embarque</b>	500,00	
<b>FOB</b>	<b>384137,84</b>	<b>1,30</b>
<b>Agente afianzado</b>	170,00	
<b>FOB (DUTY PAID)</b>	<b>384307,84</b>	<b>1,30</b>
<b>Transporte Internacional</b>	5000,00	
<b>CFR</b>	<b>389307,84</b>	<b>1,32</b>
<b>Seguro internacional</b>	3893,08	
<b>CIF</b>	<b>393200,91</b>	<b>1,33</b>

Elaborado por: Autora

## Acceso al mercado de Estados Unidos

### a) Requisitos Arancelarios

#### Harminized Tariff Schedule of the United States

La United States International Trade Commission es la entidad responsable de la publicación del Arancel Armonizado de los Estados Unidos conocido como el Harmonized Tariff Schedule of the United States HTSUS y la institución responsable de administrar el régimen arancelario y procesar las declaraciones de importación es el U.S. Customs and Border Protection CBP. El HTSUS contiene los aranceles y las categorías estadísticas para todas las mercancías importadas a Estados Unidos. El sistema estadounidense se construye

sobre el Sistema Armonizado Internacional a 6 dígitos, pero el sistema estadounidense contiene 2 dígitos adicionales para mayores detalles y otros 2 dígitos para efecto de registros estadísticos; es decir, que tiene 10 dígitos.

Al respecto, cabe anotar, que ninguno de los estados de la unión americana, al que llegan los productos importados determinan el arancel que debe pagarse por el ingreso de mercancías, pues los derechos aduaneros son establecidos por el Congreso y se encuentran en el Harmonized Tariff Schedule of the United States HTSUS que está vigente para todo el territorio estadounidense. Este documento es distribuido por la International Trade Commission of the United.

### **Modificaciones al Harmonized Tariff Schedule of the U.S**

A fin de cerciorarse que se haya determinado la partida arancelaria correcta, que es utilizada para el pago del arancel, cuyo trámite y pago es de exclusiva responsabilidad del importador, se recomienda realizar la consulta formal escrita al US Customs and Border Protection USCBP.

### **Aranceles, Fletes y Seguro**

En Estados Unidos los aranceles son calculados sobre el valor del producto y no del flete ni del seguro. El USCBP determina el arancel o Duty únicamente en función del precio pagado o a ser pagado por la mercadería, que suele estar en la factura o en el conocimiento de embarque como precio FOB Puerto de Exportación.

### **Preferencias Arancelarias y Acuerdos**

#### **✓ Ley Andina de Promoción Comercial y Erradicación de las Drogas ATPDEA.**

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA), previó la entrada libre de aranceles de mercancías originarias de los países beneficiarios. Este es un sistema unilateral cuya elegibilidad depende de los criterios establecidos por el país otorgante. Estados Unidos promulgó el ATPA como ley el 4 de diciembre de 1991 la que expiró el 4 de diciembre de 2001. Cuando la Ley de Comercio de 2002 se convirtió en ley el 4 de diciembre de 2001, se renovó el ATPA hasta el 31 de diciembre de 2006, y se introdujo una derivación hacia

la nueva Ley Andina de Promoción Comercial y Erradicación de las Drogas o Andean Trade Promotion and Drug Enforcement Act ATPDEA.

El ATPDEA amplió algunos beneficios comerciales a productos textiles procedentes de los países beneficiarios del ATPA y cubrió un universo de miles de partidas, que tienen acceso sin aranceles al mercado estadounidense.

### **Sistema Generalizado de Preferencias**

El Sistema Generalizado de Preferencias o Generalized System of Preferences GSP es un programa comercial de Estados Unidos que tiene por objeto ayudar a las naciones en desarrollo a mejorar su condición económica mediante la importación de productos de los países beneficiarios que ingresan libre de aranceles. La particularidad del SGP es que es renovado anualmente por el Congreso y al ser un programa unilateral de preferencias, está sujeto a criterios de elegibilidad del país otorgante que podrían variar de año a año.

### **Acuerdos Comerciales Internacionales**

#### **Nación Más Favorecida MFN**

Como miembro de la Organización Mundial de Comercio OMC, Ecuador puede acceder a los tipos arancelarios establecidos por dicha organización.

#### **b) Requisitos Para Arancelarios**

##### **Maintenance Processing Fee -MPF**

Conforme a la normativa 1401 de 19 Code of Federal Regulations del USCBP los importadores deben pagar una cuota de procesamiento de mercancías (MPF) al momento de presentar los documentos de nacionalización, trámite que se conoce como “Entrada” o Entry, todos los artículos tienen que ser entrados.

Las entradas deben ser formales cuando el valor comercial de las mercancías supera los USD 2,000 dólares, con la excepción de ciertas importaciones comerciales como textiles que tienen un valor superior a los USD 250.

El MPF para entradas formales corresponde a una tasa Ad Valorem de 0,21 % o 0,021, el que se calcula sobre el valor de la mercancía importada, sin incluir impuestos, fletes y gastos de seguro. Cabe anotar, que el monto máximo de la tasa no podrá ser superior a USD 485 y en ningún caso podrá ser inferior a USD 25.

Para las “entradas” informales, la cuota MPF se determina sobre las mercancías que se transportan a Estados Unidos, por vía aérea, marítima y por correo postal internacional. La cuota MPF para entradas informales es fija y puede oscilar entre USD 5 y USD 9 por envío.

### **Harbor Maintenance Fee -HMF**

El USCBP es la entidad oficial encargada de recaudar aranceles e impuestos para el gobierno federal, estatal y local. Si una mercancía entra por vía marítima, existe una tasa que debe ser pagada denominada Harbor Maintenance Fee, que es del 0,125 % Ad-Valorem de la carga comercial enviada. Cabe mencionar que el HMF no se aplica si la mercancía es importada o transportada por vía aérea o por correo postal.

### **Cuotas y Contingentes Arancelarios**

Existen otras barreras a las importaciones que toman la forma de contingentes arancelarios, a productos tales como: azúcar de caña, remolacha y productos que contengan azúcar (leche condensada, aderezos de ensalada, dulces, chocolates, productos de cacao y café tostado); productos lácteos como manteca, queso, leche en polvo descremada, cremas y helados), carnes de vaca, maní; y productos de maní, algodón y tabaco, entre otros. Los contingentes arancelarios en promedio están un 10% sobre el nivel de la cuota que se debe pagar y en casos son aranceles prohibitivos pues pueden alcanzar hasta el 350%.

### **Cuotas**

Una cuota a la importación es un control sobre la cantidad importada de una mercancía por un período de tiempo específico, generalmente de un año calendario. En Estados Unidos, la mayoría de los contingentes a las importaciones son administrados y ejecutados por el

United States Customs and Border Protection USCBP basándose en las directrices emanadas de un Comité integrado por el Department of State, Department of Commerce, Department of Agriculture, Department of Labor y el U.S. Trade Representative. Cabe mencionar, que en Estados Unidos las cuotas son establecidas mediante proclamación presidencial, orden ejecutiva u acto legislativo y la única función que cumple el USCBP es la de controlar el cumplimiento de la cuota establecida. (PROECUADOR, 2013)

## **Trámites previos a la exportación**

### **a) Factura comercial**

Se conformará una empresa exportadora de jalea de chigualcán, la cual emitirá la factura comercial en función del precio acorde al volumen acordado. Esta factura es una constancia para el comprador para demostrar la pertinencia sobre los mismos en el destino. En el proceso, la aduana requerirá la factura para valorar las tarifas a cancelar y si esta se encuentra emitida con autorización del SRI.

En la factura deben incluir los siguientes datos:

- ✓ Razón Social de la empresa constituida.
- ✓ Numeración consecutiva autorizada por el SRI y fecha de elaboración.
- ✓ Razón Social de la empresa compradora o Nombres y Apellidos si es persona natural.
- ✓ Número de RUC.
- ✓ Fecha de expedición.
- ✓ Descripción del producto, incluyendo detalles como empaque y forma de presentación.
- ✓ Valor unitario por cada frasco.
- ✓ Valor total.
- ✓ Valor de los fletes internos e internacionales acorde al Incoterm CIF.
- ✓ Condiciones de la negociación (Forma de pago, plazos convenidos).
- ✓ Firmas y sello del exportador o del Representante Legal de la empresa constituida.

## **b) Certificado de Origen**

Documento que permite certificar en donde la mercadería fue elaborada o producida atendiendo a las normas y especificaciones que le permitieron calificar. En este caso se detallan dos tipos de certificado posible:

- ✓ Determinar el país de origen así como la obtención de un trato arancelario preferencial por acuerdos bilaterales, en este caso celebrados entre Ecuador y Estados Unidos.
- ✓ Normas de origen no preferencial como Trato de la Nación mas favorecida, antidumping, derechos compensatorios, salvaguardias, cupos.

Para obtener el certificado de origen, la empresa constituida presentará los siguientes documentos:

- ✓ Factura comercial
- ✓ Declaración de Origen
- ✓ Formulario de Origen sellado y firmado

Mediante el Certificado de Origen registra la descripción de la mercadería y su clasificación arancelaria.

## **c) Certificado Fitosanitario**

Dentro de los requisitos del importador está el certificado fitosanitario en este documento se debe detallar que la jalea de chigualcán sea 100% natural.

Agrocalidad es la entidad encargada de da este certificado en el país de origen, aquí se debe inspeccionar que el producto vegetal esté libre de plagas, el costo por este certificado es de \$50 dólares para la inspección.

Después de realizar la respectiva inspección en la planta se procede se emite el certificado fitosanitario en el puerto de salidas de la mercancía.

## **Certificado Fitosanitario Internacional**

Es un documento utilizado por los exportadores de plantas, productos o subproductos de orden vegetal o muestras representativas de ellas. De igual manera es un requerimiento para

muestras consideradas peligrosas. El objetivo de este certificado es garantizar que el producto se encuentra libre de contaminación y que puede ser manipulado sin que ponga en peligro la integridad de las personas a cargo.

#### **d) Registro Sanitario**

El registro sanitario lo emite el Ministerio de Salud Pública mediante las instituciones autorizadas por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo IzquietaPérez.

El proceso seguido se detalla a continuación:

- ✓ Llenar el formulario de Registro Sanitario adquirido en los laboratorios autorizado por el INHMT “LIP
- ✓ Recibir el estudio de los requisitos presentados y el informe total en 6 días hábiles a partir de la fecha de entrega de los documentos.
- ✓ Si se presentan observaciones y objeciones, los representantes de la empresa constituida podrán responder en 30 días hábiles a partir de la recepción de las mismas.
- ✓ Adicionalmente, la empresa dispondrá de 30 días calendario para completar la información objetada. En el caso de no hacerlo, el trámite se declarará como Nulo.
- ✓ En el caso de no presentarse objeciones, se obtendrá el Certificado de Registro Sanitario hasta en un plazo de 30 días a partir de la fecha de presentación

Conforme el proceso detallado, los documentos necesarios para su obtención son:

- ✓ Formulario de solicitud debidamente llenado con la siguiente información:
  - Nombre completo del producto o Razón social del productor especificando datos generales que permitan su ubicación.
  - Número de lote de cosecha
  - Declarar la forma del empaque (frascos de vidrio)
  - Condiciones de conservación de la jalea de chigualcán
- ✓ Certificado de análisis del producto otorgado por los laboratorios aprobados por el INHMT “LIP”
- ✓ Copia notariada del permiso sanitario de funcionamiento de la empresa constituida

- ✓ Etiquetas provisionales señalando el logo de la empresa, gráficos y logos correspondientes que permitan su clara identificación y roturación acorde a la norma INEN NTE INEN 1334-1 y 2: 2000 1era REVISIÓN.
- ✓ Copia notariada del certificado de existencia de la empresa y nombramiento actualizado del representante legal.
- ✓ Factura a nombre del Instituto Nacional de Higiene, por los derechos del
- ✓ Registro Sanitario establecido en la Ley.

#### e) Normas INEN

La Norma NTE INEN 1 334.2: 2008 referente al rotulado de los productos alimenticios para el consumo humano establece la obligación de describir los nutrientes del producto claramente identificados, la imagen de la empresa responsable y las cantidades de referencia.

#### **3.4.3 Recolección y tratamiento de datos para evaluar el objetivo específico N°. 3: Analizar la cadena de abastecimiento de jalea de chigualcán, que el mercado extranjero demande para el periodo 2015.**

Con una cadena de abastecimiento adecuada se pretende lograr una planificación de logística viable a fin de que no exista retrasos en el proceso operativo así como la coordinación e integración de todas las actividades asociadas al movimiento de bienes, desde la materia prima hasta el usuario final buscando crear una ventaja competitiva sustentable, esto incluye la administración de sistemas, fuentes, programación de la producción, procesamiento de pedidos, dirección de inventario, transporte, almacenaje y servicio al cliente.

Además es un proceso que busca alcanzar una visión clara del suministro basado en el trabajo conjunto de clientes, consumidores y vendedores para anular los costos que no agregan valor al proceso, de tal manera que se mejora la calidad, el cumplimiento de los pedidos, el ingreso de nuevos productos y tecnologías al proceso ya existente.

Al obtener una cadena eficiente, se puede identificar los intercambios y los costos que se producen a lo largo de la cadena, los mismos que se pretenden disminuir con un enfoque general en lugar de concentrarse en reducir los costos por fases, ahorros que frecuentemente se



transfieren al consumidor, además facilitará la utilización eficaz del capital de trabajo desde el punto de vista de los medios empleados, como son los bienes de capital.

Para este plan de negocios de exportación se busca hacer eficientes las actividades de valor de los participantes para conseguir una ventaja competitiva a través de la misma, el sistema de transporte es una de las principales actividades para que la cadena de abastecimientos pueda ser óptima ya que este sistema busca viabilizar el flujo ágil de los productos y servicios, reducir los niveles de existencias en toda la cadena, abatir los costos por ineficiencias, disminuir el tiempo total, optimizar los plazos de entrega, aumentar la calidad del servicio, regular la disponibilidad de bienes, mejorar la confiabilidad de los pronósticos de demanda, establecer relaciones mercantiles más confiables, entre otros aspectos.

La estructura de la cadena esta conformada por la empresa, proveedores y clientes, que tienen negocios con dicha empresa, los procesos de negocios son las actividades que producen un rendimiento específico de valor al cliente, los componentes de la gestión, son las variables de administración por la cual los procesos de negocios están integrados y administrados por medio de la cadena de abastecimiento.

Por otro lado están los miembros de la cadena de abastecimientos que incluyen todas las compañías u organizaciones con quienes la empresa actúa recíproca, directa o indirectamente a través de sus proveedores o clientes, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, sin embargo para hacer de una red compleja una más manejable es importante distinguir los miembros primarios de los de apoyo.

Los miembros primarios son todas esas compañías autónomas o unidades comerciales estratégicas que llevan a cabo actividades de valor agregado, operativas o de gestión, en los procesos comerciales produciendo un rendimiento específico para un cliente en particular o mercado. En cambio, los miembros de apoyo son las compañías que simplemente proveen recursos, conocimientos y utilidades para los miembros primarios de la cadena de abastecimiento como por ejemplo, las compañías de apoyo incluyen a los transportistas, los bancos que prestan dinero, el dueño del edificio que proporciona el espacio del almacén, compañías que proporcionan equipo de producción, elaboración de folletos impresos de

comercialización de impresión. Estas definiciones de miembro primario y de apoyo permiten definir el punto de origen y el punto de consumo de la cadena de abastecimientos.

Un buen desempeño de la cadena de abastecimiento logrará la permanencia de la empresa dentro de mercados sensibles sin perder el nivel de integración a través de ésta, es decir, este desempeño le permite a la empresa a volverse más competitiva que sus rivales en las forma de controlar el proceso de manufactura de los bienes que fábrica.

Mediante la optimización de la cadena de abastecimientos, permitirá el incremento de rentabilidad de la empresa junto con la satisfacción del cliente. Si es necesario se aumentará operadores logísticos a fin de buscar alternativas inmediatas en el caso de presentarse algún problema en el proceso productivo. Al realizar este plan de negocios se ha diseñado una estructura muy organizada, fiable y con optimización de recursos, permitiendo que cada una de las entregas y envíos sean en base a lo requerido por los clientes acordes a la calidad exigida y tiempos demandados.

#### **3.4.4 Recolección y tratamiento de datos para evaluar el objetivo específico N°. 4: Determinar mediante el análisis financiero la factibilidad del proyecto de exportación de jalea de chigualcán a Estados Unidos periodo 2015.**

El análisis financiero de este plan de negocios están especificadas en las siguientes tablas:

#### **Inversión y Financiamiento**

**Tabla 12. Inversión Inicial**

<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Activos Fijos Tangibles</b>	218.855,79
<b>Activos Fijos Intangibles</b>	2.284,80
<b>Capital de Trabajo</b>	314.526,01
<b>Inversión Total</b>	<b>535.666,60</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 13. Activos Fijos Tangibles**

Descripción	Valor Total
<b>Terreno</b>	36.720,00
<b>Edificaciones</b>	117.300,00
<b>Vehículo</b>	40.800,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	13.566,00
<b>Equipo de Computo</b>	5.824,20
<b>Muebles y Enseres</b>	4.645,59
<b>TOTAL</b>	<b>218.855,79</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 14. Terreno**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Terreno</b>	m <sup>2</sup>	300	120,00	36.000,00
			<b>Subtotal</b>	<b>36.000,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>720,00</b>
			<b>Total</b>	<b>36.720,00</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 15. Edificaciones**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Nave Industrial</b>	m <sup>2</sup>	300	200	60.000,00
<b>Área de carga y descarga</b>	m <sup>2</sup>	100	200	20.000,00
<b>Área de parqueo</b>	m <sup>2</sup>	100	100	10.000,00
<b>Área de Oficinas</b>	m <sup>2</sup>	100	250	25.000,00
			<b>Subtotal</b>	<b>115.000,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>2.300,00</b>
			<b>Total</b>	<b>117.300,00</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 16. Vehículo**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Camioneta Toyota Hilux 4x4 blan.</b>	Unidad	1	40.000,00	40.000,00
			<b>Subtotal</b>	<b>40.000,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>800,00</b>
			<b>Total</b>	<b>40.800,00</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 17. Maquinaria y Equipos**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Montacargas</b>	Unidad	1	13.300,00	13.300,00
			<b>Subtotal</b>	<b>13.300,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>266,00</b>
			<b>Total</b>	<b>13.566,00</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 18. Equipo de computo**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Computadores con impresora</b>	Unidad	5	800	4.000,00
<b>Laptop</b>	Unidad	2	855	1.710,00
			<b>Subtotal</b>	<b>5.710,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>114,20</b>
			<b>Total</b>	<b>5.824,20</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 19. Muebles y Enseres**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Estaciones de trabajo	Unidad	5	750	3.750,00
Escritorios auxiliares	Unidad	1	192	192,00
Archivadores verticales con 4 gavetas	Unidad	2	148	296,00
Sillón gerencial doble brazo	Unidad	1	190	190,00
Basureros grandes	Unidad	5	25,3	126,50
			<b>Subtotal</b>	<b>4.554,50</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>91,09</b>
			<b>Total</b>	<b>4.645,59</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 20. Activos Fijos Intangibles**

Descripción	Valor Total
Estudios y diseños definitivos	600,00
Marca registrada	600,00
Patente	1.040,00
<b>Subtotal</b>	<b>2.240,00</b>
<b>Imprevistos 2%</b>	<b>44,80</b>
<b>Total</b>	<b>2.284,80</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 21. Capital de Trabajo**

Descripción	Valor Mensual	Valor Total Anual
<b>Mano de Obra directa</b>	1.224,00	14.688,00
<b>Materia Prima</b>	12.539,20	150.470,40
<b>Materiales indirectos</b>	370,60	4.447,20
<b>Mano de Obra indirecta</b>	-	-
<b>Mantenimiento y Reparación</b>	435,10	5.221,24
<b>Insumos</b>	104,55	1.254,60
<b>Gastos de ventas</b>	2.395,30	28.743,60
<b>Seguros</b>	550,29	6.603,46
<b>Gastos de exportación</b>	1.866,60	22.399,20
<b>Gastos Administrativos y Generales</b>	6.724,86	80.698,32
<b>Total</b>	<b>26.210,50</b>	<b>314.526,01</b>

Elaborado por: Autora

### Financiamiento del Proyecto

**Tabla 22. Cuadro de Fuentes y Usos**

Concepto	Valor	Préstamo		Recursos Propios	
		%	Valor	%	Valor
<b>Terreno</b>	36.720,00				36.720,00
<b>Edificaciones</b>	117.300,00	100	117.300,00		
<b>Vehículo</b>	40.800,00	75	30.600,00	25	10.200,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	13.566,00	100	13.566,00		
<b>Equipo de Computo</b>	5.824,20			100	5.824,20
<b>Muebles y Enseres</b>	4.645,59			100	4.645,59
<b>Activos Fijos Intangibles</b>	2.284,80			100	2.284,80
<b>Capital de Trabajo</b>	314.526,01	50	157.263,01	50	157.263,01
<b>Total</b>	535.666,60	0,60	318.729,01	0,40	216.937,60

Elaborado por: Autora

**Tabla 23. Cálculo de Amortización**

Período		Pagos Periódicos	Interés	Amortización	Saldo Insoluto	Pago Anual Interes	Amortización Anual
Año	Trimestre						
	<b>318.729,01</b>						
<b>1</b>	306.251,68	20.445,55	7.968,23	12.477,33	306.251,68		
<b>2</b>	293.462,42	20.445,55	7.656,29	12.789,26	293.462,42		
<b>3</b>	280.353,43	20.445,55	7.336,56	13.108,99	280.353,43		
<b>4</b>	266.916,72	20.445,55	7.008,84	13.436,71	266.916,72	29.969,91	51.812,29
<b>5</b>	253.144,08	20.445,55	6.672,92	13.772,63	253.144,08		
<b>6</b>	239.027,14	20.445,55	6.328,60	14.116,95	239.027,14		
<b>7</b>	224.557,26	20.445,55	5.975,68	14.469,87	224.557,26		
<b>8</b>	209.725,64	20.445,55	5.613,93	14.831,62	209.725,64	24.591,13	57.191,07
<b>9</b>	194.523,24	20.445,55	5.243,14	15.202,41	194.523,24		
<b>10</b>	178.940,77	20.445,55	4.863,08	15.582,47	178.940,77		
<b>11</b>	162.968,73	20.445,55	4.473,52	15.972,03	162.968,73		
<b>12</b>	146.597,40	20.445,55	4.074,22	16.371,33	146.597,40	18.653,96	63.128,24
<b>13</b>	129.816,79	20.445,55	3.664,94	16.780,62	129.816,79		
<b>14</b>	112.616,66	20.445,55	3.245,42	17.200,13	112.616,66		
<b>15</b>	94.986,52	20.445,55	2.815,42	17.630,13	94.986,52		
<b>16</b>	76.915,63	20.445,55	2.374,66	18.070,89	76.915,63	12.100,43	69.681,77
<b>17</b>	58.392,97	20.445,55	1.922,89	18.522,66	58.392,97		
<b>18</b>	39.407,25	20.445,55	1.459,82	18.985,73	39.407,25		
<b>19</b>	19.946,88	20.445,55	985,18	19.460,37	19.946,88		
<b>20</b>	- 0,00	20.445,55	498,67	19.946,88	- 0,00	4.866,57	76.915,63

**Elaborado por:** Autora

## Costos e Ingresos

### Tabla 24. Mercadería

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Jalea de chigualcan</b>	kg	73.760,00	2,00	147.520,00
			<b>Subtotal</b>	<b>147.520,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>2.950,40</b>
			<b>Total</b>	<b>150.470,40</b>

Elaborado por: Autora

### Tabla 25. Mano de Obra Directa

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Bodegueros</b>	Profesional	1	400,00	4.800,00
<b>Estibadores</b>	Profesional	2	400,00	9.600,00
			<b>Subtotal</b>	<b>14.400,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>288,00</b>
			<b>Total</b>	<b>14.688,00</b>

Elaborado por: Autora

### Tabla 26. Insumos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Energía eléctrica</b>	K/hora	3000,00	0,13	390,00
<b>Combustible</b>	Km/hora	400	2,10	840,00
			<b>Subtotal</b>	<b>1.230,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>24,60</b>
			<b>Total</b>	<b>1.254,60</b>

Elaborado por: Autora



**Tabla 27. Materiales Indirectos**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Cajas de cartón corrugado</b>	Unidades	6000	0,25	1.500,00
<b>Etiquetas</b>	Millar	70	35	2.450,00
<b>Pallet</b>	Unidades	100	2,5	250,00
<b>Zunchos</b>	Rollos	4	40	160,00
			<b>Subtotal</b>	<b>4.360,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>87,20</b>
			<b>Total</b>	<b>4.447,20</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 28. Mantenimiento y Reparación**

Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Total	Valor Total
				<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>Edificaciones</b>	117.300,00	0,02	2.346,00	195,50	2.346,00
<b>Vehículo</b>	40.800,00	0,05	2.040,00	170,00	2.040,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	13.566,00	0,03	406,98	33,92	406,98
<b>Equipo de Computo</b>	5.824,20	0,04	232,97	19,41	232,97
<b>Muebles y Enseres</b>	4.645,59	0,02	92,91	7,74	92,91
				<b>Subtotal</b>	<b>5.118,86</b>
				<b>Imprevistos 2%</b>	<b>102,38</b>
				<b>Total</b>	<b>5.221,24</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 29. Seguros**

Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Total	Valor Total
				Mensual	Anual
<b>Edificaciones</b>	117.300,00	0,03	3.519,00	293,25	3.519,00
<b>Vehículo</b>	40.800,00	0,05	2.040,00	170,00	2.040,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	13.566,00	0,04	542,64	45,22	542,64
<b>Equipo de Computo</b>	5.824,20	0,04	232,97	19,41	232,97
<b>Muebles y Enseres</b>	4.645,59	0,03	139,37	11,61	139,37
				<b>Subtotal</b>	<b>6.473,98</b>
				<b>Imprevistos 2%</b>	<b>129,48</b>
				<b>Total</b>	<b>6.603,46</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 30. Depreciación y Amortización**

Concepto	Inversión	Vida Útil	%	Valor Total Anual
Depreciacion Linea Recta				
<b>Vehiculo</b>	40.800,00	5	20%	8.160,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	13.566,00	10	10%	1.356,60
<b>Equipo de Computo</b>	5.824,20	3	33%	1.921,99
<b>Muebles y Enseres</b>	4.645,59	10	10%	464,56
<b>Edificaciones</b>	117.300,00	20	5%	5.865,00
Total Depreciacion				<b>17.768,15</b>
<b>Activos Diferidos</b>	2.284,80	5		456,96
Total				<b>18.225,11</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 31. Gastos de Administración**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>Gerente General</b>	Profesionales	1	2.000,0	2.000,0	24.000,0
<b>Secretaria</b>	Profesionales	1	400,0	400,0	4.800,0
<b>Gerente de comercio exterior</b>	Profesionales	1	1.000,0	1.000,0	12.000,0
<b>Asistente contable</b>	Profesionales	1	600,0	600,0	7.200,0
<b>Asistente de ventas</b>	Profesionales	1	600,0	600,0	7.200,0
Subtotal			<b>4.600,0</b>	<b>4.600,0</b>	<b>55.200,0</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>					
<b>Consumo de Energia Electrica</b>	K/h	1.500	0,13	195,0	2.340,0
<b>Consumo de Agua potable</b>	m3	800	0,56	448,0	5.376,0
<b>Internet</b>	Paquete	18	35,0	630,0	7.560,0
<b>Materiales de Limpieza</b>	1 Kit	18	40,0	720,0	8.640,0
		<b>Subtotal</b>	<b>125,7</b>	<b>501.993,0</b>	<b>23.916,0</b>
				<b>Subtotal</b>	<b>79.116,00</b>
				<b>Imprevistos 2%</b>	<b>1.582,32</b>
				<b>Total</b>	<b>80.698,32</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 32. Gasto de Exportación**

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
<b>Trámites aduaneros</b>	Documento	2	800,0	1.600,0
<b>Documentos de exportación</b>	Documento	2	200,0	400,0
<b>Agente Afianzado</b>	Honorarios	2	170,0	340,0
<b>Transporte interno</b>	Flete	2	600,0	1.200,0
<b>Almacenaje</b>	Almacenera	2	20,0	40,0
<b>Gastos bancario</b>	Documento	2	3.000,0	6.000,0
<b>Manipuleo en el puerto de embarque</b>	Embarque	2	610,0	1.220,0
<b>Flete internacional</b>	Flete	2	5.000,0	10.000,0
<b>Seguro</b>	Embarque	2	580,0	1.160,0
			<b>Subtotal</b>	<b>21.960,00</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>439,20</b>
			<b>Total</b>	<b>22.399,20</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 33. Gasto de ventas**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
<b>Vendedores Distribuidores</b>	Vendedor	5	450,00	2.250,00	27.000,00
<b>Hoja Web</b>	Unidades	1	700,00	58,33	700,00
<b>Tele mercadeo</b>	Minutos	2000	0,02	40,00	480,00
				<b>Subtotal</b>	<b>28.180,00</b>
				<b>Imprevistos 2%</b>	<b>563,60</b>
				<b>Total</b>	<b>28.743,60</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 34. Costos Totales del Proyecto con Inflación**

<b>COSTOS TOTALES DEL PROYECTO CON INFLACIÓN</b>										
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>Mano de obra directa</b>	14.688,00	22.840,57	23.678,82	24.547,84	25.448,74	26.382,71	27.350,96	28.354,74	29.395,36	30.474,16
<b>Mercadería</b>	150.470,40	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00
<b>Mano de obra indirecta</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Materiales Indirectos</b>	4.447,20	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62
<b>Materiales directos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Insumos</b>	1.254,60	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97
<b>Mantenimiento y Reparación</b>	5.221,24	5.466,98	5.521,11	5.575,24	5.629,37	5.683,50	5.737,63	5.791,76	5.845,88	5.900,01
<b>Seguros</b>	6.603,46	5.881,87	5.172,06	4.460,51	3.808,35	3.156,20	2.912,05	2.667,90	2.423,75	2.179,60
<b>Depreciaciones</b>	17.768,15	17.768,15	17.768,15	17.768,15	17.768,15	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00
<b>Amortizaciones</b>	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00	-	-	-	-	-
<b>Total costos producción</b>	208.613,04	302.973,16	303.155,72	303.367,31	303.670,19	286.237,99	287.016,22	287.829,97	288.680,57	289.569,36
<b>Gastos Administrativos</b>	55.200,00	57.225,84	59.326,03	61.503,29	63.760,46	66.100,47	68.526,36	71.041,28	73.648,49	76.351,39
<b>Gastos Ventas</b>	28.743,60	29.798,49	30.892,09	32.025,83	33.201,18	34.419,67	35.682,87	36.992,43	38.350,05	39.757,50
<b>Gastos de exportación</b>	21.960,00	22.765,93	24.467,61	27.261,57	31.489,32	37.707,59	46.810,94	60.244,73	80.379,24	111.178,75
<b>Gastos Financieros</b>	29.969,91	24.591,13	18.653,96	12.100,43	4.866,57	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>322.526,55</b>	<b>414.588,62</b>	<b>412.027,81</b>	<b>408.996,87</b>	<b>405.498,41</b>	<b>386.758,13</b>	<b>391.225,45</b>	<b>395.863,68</b>	<b>400.679,12</b>	<b>405.678,25</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 35. Costos Totales del Proyecto sin Inflación**

COSTOS TOTALES DEL PROYECTO SIN INFLACIÓN										
COSTOS DIRECTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Mano de obra directa</b>	14.688,00	22.032,00	22.032,00	22.032,00	22.032,00	22.032,00	22.032,00	22.032,00	22.032,00	22.032,00
<b>Mercadería</b>	150.470,40	225.705,60	225.705,60	225.705,60	225.705,60	225.705,60	225.705,60	225.705,60	225.705,60	225.705,60
<b>Mano de obra indirecta</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Materiales directos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Materiales Indirectos</b>	4.447,20	6.670,80	6.670,80	6.670,80	6.670,80	6.670,80	6.670,80	6.670,80	6.670,80	6.670,80
<b>Insumos</b>	1.254,60	1.881,90	1.881,90	1.881,90	1.881,90	1.881,90	1.881,90	1.881,90	1.881,90	1.881,90
<b>Mantenimiento y Reparación</b>	5.221,24	5.273,45	5.325,66	5.377,87	5.430,09	5.482,30	5.534,51	5.586,72	5.638,94	5.691,15
<b>Seguros</b>	6.603,46	5.881,87	5.172,06	4.460,51	3.808,35	3.156,20	2.912,05	2.667,90	2.423,75	2.179,60
<b>Depreciaciones</b>	17.768,15	17.768,15	17.768,15	17.768,15	17.768,15	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00
<b>Amortizaciones</b>	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00					
<b>Total costos producción</b>	208.613,04	293.373,77	292.716,17	292.056,82	291.456,89	273.088,80	272.896,86	272.704,93	272.512,99	272.321,05
<b>Gastos Administrativos</b>	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00
<b>Gastos Ventas</b>	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60
<b>Gastos de Exportación</b>	21.960,00	32.940,00	32.940,00	32.940,00	32.940,00	32.940,00	32.940,00	32.940,00	32.940,00	32.940,00
<b>Gastos Financieros</b>	29.969,91	24.591,13	18.653,96	12.100,43	4.866,57	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>344.486,55</b>	<b>434.848,50</b>	<b>428.253,73</b>	<b>421.040,86</b>	<b>413.207,05</b>	<b>389.972,40</b>	<b>389.780,46</b>	<b>389.588,53</b>	<b>389.396,59</b>	<b>389.204,65</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 36. Ingresos del Proyecto**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS TOTALES</b>	322.526,55	414.588,62	412.027,81	408.996,87	405.498,41	386.758,13	391.225,45	395.863,68	400.679,12	405.678,25
<b>Mercadería</b>	73.760,00	110.640,00	110.640,00	110.640,00	110.640,00	110.640,00	110.640,00	110.640,00	110.640,00	110.640,00
<b>Costo Unitario</b>	4,37	3,75	3,72	3,70	3,67	3,50	3,54	3,58	3,62	3,67
<b>Precio Venta</b>	5,33	5,55	5,67	5,79	5,91	6,03	6,15	6,28	6,41	6,54
<b>Ingresos Anuales</b>	<b>393.200,9</b>	<b>614.471,9</b>	<b>627.191,44</b>	<b>640.174,30</b>	<b>653.425,91</b>	<b>666.951,83</b>	<b>680.757,73</b>	<b>694.849,42</b>	<b>709.232,80</b>	<b>723.913,92</b>

**Elaborado por:** Autora

## Evaluación Económica Financiera

### Estado de Situación Inicial

“El balance de situación financiera, refleja la ecuación patrimonial que es un estado de cuentas que forma la base del proceso contable, muestra la relación entre los bienes que la empresa posee, las deudas y las obligaciones; osea, la diferencia entre lo que se tiene y lo que se debe.” (Noriega, 2011)

A continuación se detalla el balance de situación financiera inicial del proyecto:

**Tabla 37. Estado de Situación Inicial**

"ALFALAM"						
BALANCE DE SITUACION INICIAL						
AL 31 de diciembre de 2014						
ACTIVOS			PASIVOS			
<u>Activo Corriente</u>			<u>Pasivos a Largo Plazo</u>			
			Préstamo Largo Plazo		318.729,01	
Caja/Bancos	314.526,01		<b>Total Pasivo Largo Plazo</b>			318.729,01
<b>Total Activo Corriente</b>		314.526,01				
<u>Activo Fijo</u>			<b>PATRIMONIO</b>			
Terreno	36.720,00		<b>Total Patrimonio</b>			216.937,60
Edificaciones	117.300,00					
Vehículo	40.800,00					
Maquinaria y Equipos	13.566,00					
Equipo de Computo	5.824,20					
Muebles y Enseres	4.645,59					
<b>Total Activo Fijo</b>		218.855,79				
<u>Activos Diferidos</u>		2.284,80				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>535.666,60</b>	<b>TOTAL PAS. + PATRIM.</b>			<b>535.666,60</b>

Elaborado por: Autora



## **Estado de Resultados**

Es el balance que demuestra la utilidad neta o pérdida de la operación del proyecto al finalizar un período contable generalmente un año.

El cuadro de estado de resultados, está proyectado para los primeros 10 años de vida del presente proyecto, en el cual se observa un crecimiento progresivo.

**Tabla 38. Estado de Resultados**

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO										
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>	393.200,91	614.471,87	627.191,44	640.174,30	653.425,91	666.951,83	680.757,73	694.849,42	709.232,80	723.913,92
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	208.613,04	293.373,77	292.716,17	292.056,82	291.456,89	273.088,80	272.896,86	272.704,93	272.512,99	272.321,05
UTILIDAD BRUTA	184.587,88	321.098,10	334.475,27	348.117,48	361.969,02	393.863,02	407.860,87	422.144,49	436.719,81	451.592,87
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00	55.200,00
<b>GASTO DE VENTAS</b>	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60	28.743,60
UTILIDAD OPERACIONAL	100.644,28	237.154,50	250.531,67	264.173,88	278.025,42	309.919,42	323.917,27	338.200,89	352.776,21	367.649,27
<b>GASTO FINANCIERO</b>	29.969,91	24.591,13	18.653,96	12.100,43	4.866,57	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	70.674,36	212.563,37	231.877,71	252.073,44	273.158,86	309.919,42	323.917,27	338.200,89	352.776,21	367.649,27
<b>15% REPARTO TRABAJADOR</b>	10.601,15	31.884,51	34.781,66	37.811,02	40.973,83	46.487,91	48.587,59	50.730,13	52.916,43	55.147,39
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	60.073,21	180.678,87	197.096,05	214.262,43	232.185,03	263.431,51	275.329,68	287.470,76	299.859,78	312.501,88
<b>22% DE IMPUESTO RENTA</b>	13.216,11	39.749,35	43.361,13	47.137,73	51.080,71	57.954,93	60.572,53	63.243,57	65.969,15	68.750,41
UTILIDAD NETA	<b>46.857,10</b>	<b>140.929,52</b>	<b>153.734,92</b>	<b>167.124,69</b>	<b>181.104,32</b>	<b>205.476,58</b>	<b>214.757,15</b>	<b>224.227,19</b>	<b>233.890,63</b>	<b>243.751,46</b>

Elaborado por: Autora

## **Flujo de Caja**

El objetivo primordial del flujo de caja es demostrar la liquidez que posee la empresa, es decir con cuánto dinero en efectivo cuenta y así poder tomar decisiones para la proyección del movimiento de efectivo en el área de operaciones, inversiones y financiamiento, determinando así si el uso de los ingresos y desembolsos en efectivo son racionales y corrigiendo las deficiencias que pueden originar un desfase entre lo planificado y lo realmente efectuado.

Los resultados que se obtienen del flujo de caja son la base fundamental para el cálculo posterior de los indicadores financieros.

Para la elaboración del flujo de caja se aplicó el Método Indirecto, el cual consiste tomando en cuenta la utilidad neta de cada año a la cual se suma los gastos no desembolsables, como son las depreciaciones y amortizaciones, puesto que no constituyen egresos reales de dinero en efectivo, irá también con signo positivo el valor residual de ciertos activos fijos tangibles y el capital de trabajo que se requiere para el inicio de la operaciones del proyecto pero solo en último año, a este resultado se le restará las inversiones y la amortización de la deuda de cada año.

A continuación se encuentra el Flujo de Caja elaborado para el presente proyecto de importación:

**Tabla 39. Flujo de Caja del Inversionista**

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA								
AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRE Y AMOR	V.RESIDUAL	C.TRABAJO	INV.INICIAL	PRESTAMO	AMORTIZACION	FNC
<b>0</b>					535.666,60	318.729,01		- 216.937,60
<b>1</b>	46.857,10	25.928,15					51.812,29	20.972,96
<b>2</b>	140.929,52	25.928,15					57.191,07	109.666,59
<b>3</b>	153.734,92	25.928,15					63.128,24	116.534,82
<b>4</b>	167.124,69	25.928,15			5.824,20		69.681,77	117.546,87
<b>5</b>	181.104,32	25.928,15					76.915,63	130.116,83
<b>6</b>	205.476,58	7.686,16			5.824,20			207.338,54
<b>7</b>	214.757,15	7.686,16			5.824,20			216.619,11
<b>8</b>	224.227,19	7.686,16						231.913,35
<b>9</b>	233.890,63	7.686,16						241.576,79
<b>10</b>	243.751,46	7.686,16	157.902,80	314.526,01	5.824,20			718.042,24

**Elaborado por:** Autora

## Indicadores de evaluación

### Valor Actual Neto (V.A.N)

El valor actual neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre los ingresos y los egresos o en su efecto el flujo neto de caja expresando en moneda actual a través de una tasa de descuento específica.

El valor actual neto del proyecto es de \$ 555.463,00; y este valor es positivo por lo tanto el proyecto es aceptable ya que representa el valor que el inversionista obtendrá luego de haber recuperado la inversión propia.

### Cálculo del VAN

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1 + i)^n} - I_0$$

**Donde:**

**FNC:** Flujo Neto de Caja

**i=** Tasa de descuento

**n=** Número de períodos

**I<sub>0</sub>=** Inversión Inicial

**Tabla 40. Valor Actual Neto del Inversionista**

<b>VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA</b>		
<b>PERIODO</b>	<b>FNC</b>	<b>FNCA</b>
<b>0</b>	-216.938	-216.938
<b>1</b>	20.973	18.127
<b>2</b>	109.667	81.923
<b>3</b>	116.535	75.241
<b>4</b>	117.547	65.596
<b>5</b>	130.117	62.757
<b>6</b>	207.339	86.432
<b>7</b>	216.619	78.048
<b>8</b>	231.913	72.220
<b>9</b>	241.577	65.021
<b>10</b>	718.042	167.037
<b>VAN</b>		<b>555.463</b>

**Elaborado por:** Autora

A continuación se detalla cómo se debe interpretar los resultados obtenidos del VAN:

**Tabla 41. Interpretación resultados VAN**

<b>VALOR</b>	<b>SIGNIFICADO</b>	<b>DECISIÓN A TOMAR</b>
<b>VAN &gt; 0</b>	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida	El proyecto puede aceptarse
<b>VAN = 0</b>	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.
<b>VAN &lt; 0</b>	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida	El proyecto debería rechazarse

**Elaborado por:** Autora

### **Tasa Interna de Retorno (T.I.R)**

Conocido también como TIR, es la tasa de recuperación de la inversión, es decir, nos indica en qué porcentaje se va recuperando la inversión una vez realizado el proyecto, obviamente mientras mayor es el TIR al costo de oportunidad mayor es la rentabilidad.

Fórmula para el cálculo del TIR:

$$T.I.R. = T_m + (TM - T_m) \left[ \frac{VAN T_m}{(VAN T_m - VAN TM)} \right]$$

#### **Donde**

**T<sub>m</sub>**= Tasa menor

**TM**= Tasa mayor

**VAN T<sub>m</sub>**= Valor actual neto con la tasa menor

**VAN TM**= Valor actual neto con la tasa mayor

De acuerdo a la fórmula aplicada, el proyecto genera un TIR del 46.61%, lo cual indica que es una inversión beneficiosa y muy interesante a las vista de los inversionistas puesto que muestra que por cada dólar invertido en el proyecto, el inversionista ganará 0,47 centavos de dólar americano; esto representa rentabilidad al ser este mayor valor que la tasa de oportunidad.

**Tabla 42. TIR del Inversionista (46,61%)**

<b>AÑOS</b>	<b>FNC</b>	<b>TASA 69%</b>	<b>TASA 70%</b>
<b>0</b>	-216938	-216938	-216938
<b>1</b>	20973	14403	14208
<b>2</b>	109667	51723	50331
<b>3</b>	116535	37746	36232
<b>4</b>	117547	26147	24759
<b>5</b>	130117	19877	18567
<b>6</b>	207339	21752	20043
<b>7</b>	216619	15607	14186
<b>8</b>	231913	11475	10289
<b>9</b>	241577	8209	7261
<b>10</b>	718042	16757	14620
		6758,8479	-6443,694

**Elaborado por:** Autora

### **Período de Recuperación de la Inversión**

Conocido también como P.R.I. es un indicador que nos permite conocer el período de tiempo en el cual se recuperará la inversión inicial. Es decir en cuanto tiempo los ingresos futuros generados por el proyecto podrán cubrir la inversión inicial del mismo.

**Tabla 43. Período de Recuperación**

<b>PERIODO</b>	<b>FNC</b>	<b>FNCA</b>	<b>FNCAA</b>
<b>0</b>	-216938	-216938	-216938
<b>1</b>	20973	18127	-198811
<b>2</b>	109667	81923	-116887
<b>3</b>	116535	75241	-41647
<b>4</b>	117547	65596	23949
<b>5</b>	130117	62757	86707
<b>6</b>	207339	86432	173139
<b>7</b>	216619	78048	251187
<b>8</b>	231913	72220	323406
<b>9</b>	241577	65021	388427
<b>10</b>	718042	167037	555463

**Elaborado por:** Autora



Para el presente proyecto, el inversionista recuperaría su inversión en el cuarto año, ya que a partir de este período el flujo neto actual acumulado se vuelve positivo, es decir que en menos de la mitad del tiempo que se ha establecido de vida del proyecto el inversionista habrá cubierto y recuperado su inversión.

**Tabla 44. Clasificación de costos**

CLASIFICACION DE COSTOS										
<b>COSTOS FIJOS</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Mano de obra indirecta</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Seguros</b>	6.603,46	5.881,87	5.172,06	4.460,51	3.808,35	3.156,20	2.912,05	2.667,90	2.423,75	2.179,60
<b>Depreciaciones</b>	17.768,15	17.768,15	17.768,15	17.768,15	17.768,15	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00
<b>Amortizaciones</b>	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00					
<b>Gastos Administrativos</b>	55.200,00	57.225,84	59.326,03	61.503,29	63.760,46	66.100,47	68.526,36	71.041,28	73.648,49	76.351,39
<b>Gastos Financieros</b>	29.969,91	24.591,13	18.653,96	12.100,43	4.866,57					
<b>Gastos de exportación</b>	21.960,00	22.765,93	24.467,61	27.261,57	31.489,32	37.707,59	46.810,94	60.244,73	80.379,24	111.178,75
<b>Mantenimiento y Reparación</b>	5.221,24	5.466,98	5.521,11	5.575,24	5.629,37	5.683,50	5.737,63	5.791,76	5.845,88	5.900,01
<b>TOTAL FIJOS</b>	<b>144.882,75</b>	<b>141.859,91</b>	<b>139.068,92</b>	<b>136.829,19</b>	<b>135.482,23</b>	<b>120.807,77</b>	<b>132.146,99</b>	<b>147.905,67</b>	<b>170.457,37</b>	<b>203.769,75</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>										
<b>Mano de obra directa</b>	14.688,00	22.840,57	23.678,82	24.547,84	25.448,74	26.382,71	27.350,96	28.354,74	29.395,36	30.474,16
<b>Mercadería</b>	150.470,40	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00	233.989,00
<b>Materiales Indirectos</b>	4.447,20	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62	6.915,62
<b>Gastos Ventas</b>	28.743,60	29.798,49	30.892,09	32.025,83	33.201,18	34.419,67	35.682,87	36.992,43	38.350,05	39.757,50
<b>Insumos</b>	1.254,60	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97	1.950,97
<b>TOTAL VARIABLES</b>	<b>199.603,80</b>	<b>295.494,64</b>	<b>297.426,50</b>	<b>299.429,25</b>	<b>301.505,50</b>	<b>303.657,96</b>	<b>305.889,40</b>	<b>308.202,75</b>	<b>310.600,99</b>	<b>313.087,24</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>344.486,55</b>	<b>437.354,55</b>	<b>436.495,42</b>	<b>436.258,44</b>	<b>436.987,73</b>	<b>424.465,73</b>	<b>438.036,39</b>	<b>456.108,42</b>	<b>481.058,35</b>	<b>516.857,00</b>

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 45. Punto de Equilibrio**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>										
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>COSTO FIJO</b>	144.882,75	141.859,91	139.068,92	136.829,19	135.482,23	120.807,77	132.146,99	147.905,67	170.457,37	203.769,75
<b>COSTO VARIABLE</b>	199.603,80	295.494,64	297.426,50	299.429,25	301.505,50	303.657,96	305.889,40	308.202,75	310.600,99	313.087,24
<b>COSTO TOTAL</b>	344.486,55	437.354,55	436.495,42	436.258,44	436.987,73	424.465,73	438.036,39	456.108,42	481.058,35	516.857,00
<b>INGRESOS</b>	393.200,91	614.471,87	627.191,44	640.174,30	653.425,91	666.951,83	680.757,73	694.849,42	709.232,80	723.913,92
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	294.260,74	273.276,32	264.500,03	257.067,66	251.555,74	221.784,54	239.977,82	265.803,84	303.272,22	359.060,81
<b>Costo Variable unitario</b>	2,71	2,67	2,69	2,71	2,73	2,74	2,76	2,79	2,81	2,83
<b>Precio de venta unitario</b>	5,33	5,55	5,67	5,79	5,91	6,03	6,15	6,28	6,41	6,54
<b>Punto de equilibrio en Kg</b>	55.199,95	49.205,33	46.659,25	44.428,47	42.594,16	36.791,62	39.002,34	42.323,61	47.310,33	54.877,37

**Elaborado por:** Autora

## Índice Financieros

### Rentabilidad sobre la inversión total

El indicador de Rentabilidad de Inversión relaciona la utilidad obtenida y la inversión realizada. Por tanto en el primer año de operaciones tendremos una rentabilidad del 8,75% sobre lo invertido en dicho año.

**Tabla 46. Rentabilidad sobre la inversión total**

<b>Utilidad Neta</b>	<b>Inversión Total</b>	<b>100%</b>
\$ 46.857,10	\$ 535.666,60	100%
0,08747		
<b>TOTAL</b>		<b>8,75</b>

**Elaborado por:** Autora

### Rentabilidad sobre recursos propios

En el primer año se obtendrá una rentabilidad sobre los recursos propios de 21,60%, siendo que, por cada dólar invertido en recursos propios, el inversionista tendrá 0,21 como rédito.

**Tabla 47. Rentabilidad sobre recursos propios**

<b>Utilidad Neta</b>	<b>Inversión Recursos Propios</b>	<b>100%</b>
\$ 46.857,10	\$ 216.937,60	100%
0,21599		
<b>TOTAL</b>		<b>21,60</b>

**Elaborado por:** Autora

### Rentabilidad sobre ventas

Sobre las ventas como se demuestra se obtendrá una rentabilidad del 11,92% para el primer año de operaciones.

**Tabla 48. Rentabilidad sobre ventas**

<b>Utilidad Neta</b>	<b>Ventas</b>	<b>100%</b>
\$ 46.857,10	\$ 393.200,91	100%
0,11916		
<b>TOTAL</b>		<b>11,92</b>

Elaborado por: Autora

### Índice de cobertura de la deuda

El índice de Cobertura representa que la empresa tiene la capacidad justa para cubrir la amortización de la deuda y el costo financiero.

Lo que quiere decir que tiene 1,23 veces de capacidad para cubrir los compromisos financieros a partir de la utilidad operacional.

**Tabla 49. Índice de cobertura de la deuda**

<b>Utilidad Operacional</b>	<b>Interés</b>	
\$ 100.644,28	\$ 81.782,20	
<b>TOTAL</b>		<b>1,23</b>

Elaborado por: Autora

### **3.5 Presentación y análisis de resultados**

#### **3.5.1 Análisis de resultados del objetivo específico N°. 1:**

El producto que se ofrecerá al mercado es Jalea de chigualcán, al ser un nuevo producto para el mercado extranjero se aprovechará los beneficios que este tiene, de tal manera que los consumidores tengan conocimiento del producto que van a consumir, por lo que se ha propuesto realizar algunas estrategias con el fin de que exista gran acogida para la Jalea de chigualcán. La estrategia para el producto es garantizar los niveles de calidad acorde a los parámetros y exigencias de los clientes

Como antes se lo había mencionado, se aplicarán estrategias para promocionar el producto y esto se lo hará a través de la creación de páginas Web la misma que tendrá toda la información necesaria para el cliente, así como ferias internacionales en donde se identifique el producto y sus usos, también se realizarán degustaciones para que el producto sea apreciado por los consumidores de manera gratuita.

En lo que se refiere a la plaza o mercado donde se va a expandir el producto es en el principal supermercado de la ciudad de New Jersey.

#### **3.5.2 Análisis de resultados del objetivo específico N°. 2:**

De acuerdo a los datos recogidos se establece que si es posible realizar la exportación de jalea de chigualcán, a pesar que esta fruta no tradicional es poco conocida y no existe aún producción nacional e internacional. Se cumplirán todos los requisitos exigidos para ingresar al mercado estadounidense. El Incoterm que se utilizará para la exportación de la jalea de chigualcán hacia Estados Unidos es CIF (Costo, Seguro y Flete).

Para esta exportación, se busca diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional así como la economía nacional, al ingresar un nuevo producto al mercado se debe aprovechar las ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.

### **3.5.3 Análisis de resultados del objetivo específico N°. 3:**

La cadena de abastecimientos será óptima para que el proceso productivo sea eficiente, puesto que se realizará un análisis minucioso para establecer medidas de mejoras. Además se evitará un retraso de los procesos por lo que al ser efectiva busca asegurar a la empresa la disponibilidad del producto en el lugar y tiempo especificados, al precio adecuado y con valor agregado para el cliente, como resultado de una mejor comprensión de sus necesidades reflejada en un aumento en el servicio y satisfacción de éste.

En la gestión de la cadena de abastecimientos se requiere que la información fluya continuamente para que se produzca el flujo más adecuado de los bienes, es importante recordar que debido a que el enfoque de la gestión de la cadena de abastecimiento tiene como base el cliente, se requiere de información precisa y oportuna de los procesos para que los sistemas de respuesta rápida, respondan a los frecuentes cambios y fluctuaciones de la demanda, una vez controlada la incertidumbre de la demanda cliente, los procesos industriales y la actuación del proveedor, son básicos en la eficacia de la cadena de abastecimiento. Para esto se debe tener un conocimiento detallado de los procesos del negocio, estos procesos de negocios relevantes identificados dentro de la cadena de suministro, son los siguientes:

- ✓ Administración de las relaciones con el cliente
- ✓ Administración del servicio al cliente
- ✓ Gestión de la demanda
- ✓ Cumplimiento de los pedidos
- ✓ Aprovisionamiento o compras

### **3.5.4 Análisis de resultados del objetivo específico N°. 4:**

La inversión total de activos fijos tangibles es de \$218.855,79. El terreno con el que se cuenta para el proyecto tiene una extensión de tierra de 300 m<sup>2</sup>, cabe mencionar que la construcción de la planta se ha realizado exclusivamente para el almacenamiento de mercadería. El total de activos intangibles es de \$ 2.284,80 el mismo que incluye la tramitación de la constitución legal.

La suma de activos tangibles e intangibles y el capital de trabajo tiene como resultado la inversión total del proyecto es de \$ 535.666,60.

El capital de trabajo con el que se cuenta es de \$ 314.526,01 mensuales, el mismo que servirá para cubrir costos fijos y así mismo los costos del proceso de exportación, valores que deberán ser afrontados mientras se recupera el valor de venta más utilidad del producto.

Para las depreciaciones se utilizó el método de línea recta el mismo que da el valor de los activos tangibles en el tiempo. Teniendo en edificaciones una depreciación anual de \$5.865,00; maquinaria y equipos un valor anual de \$ 1.356,60; equipos de computo con \$1.921,99; muebles y enseres \$ 464,56.

### **Financiamiento**

Determinada la cuantía total de la inversión que es de \$ 535.666,60; tenemos las fuentes de financiamiento del proyecto, las mismas que tiene un porcentaje para recursos propios y otro porcentaje para recursos ajenos (instituciones bancarias).

La Entidad Financiera Bancaria apoya hasta un 60% que es de \$ 318.729,01; es decir, es el capital que le corresponde al crédito bancario y el restante que es el 40% corresponde al capital propio que es de \$ 216.937,60.

### **Tabla de amortización**

Se estableció en base al valor del préstamo requerido que es de \$ 318.729,01 el mismo que será financiado a un plazo de cinco años y con una tasa de interés anual del 10% con capitalización trimestral. Esta tabla permitirá conocer el valor de las cuotas y el gasto financiero en el que incurrirá el proyecto.

Costos de mano de obra.- Se refiere a los sueldos que se pagarán a las personas que intervienen en el proceso de exportación.

Costo de mano de obra directa.- Personas que realizan operaciones necesarias y están al contacto diario con la mercancía, de tal manera que la jalea de chigualcán llegue a su destino final.



Costos Insumos.- gasolina utilizada para la camioneta y energía eléctrica.

Costos Administrativos.- Independientes del proceso de exportación puesto que, se les considera como un costo fijo.

Seguros.- Representan los pagos de las pólizas anuales contratadas para la protección de los activos fijos de la empresa. Los porcentajes utilizados para el cálculo de los seguros son los recomendados por las aseguradoras del país.

### **Ingresos del proyecto**

Conformado por las ganancias de la comercialización de la jalea de chigualcán. El margen de utilidad de la empresa para el segmento del mercado es del 30%.

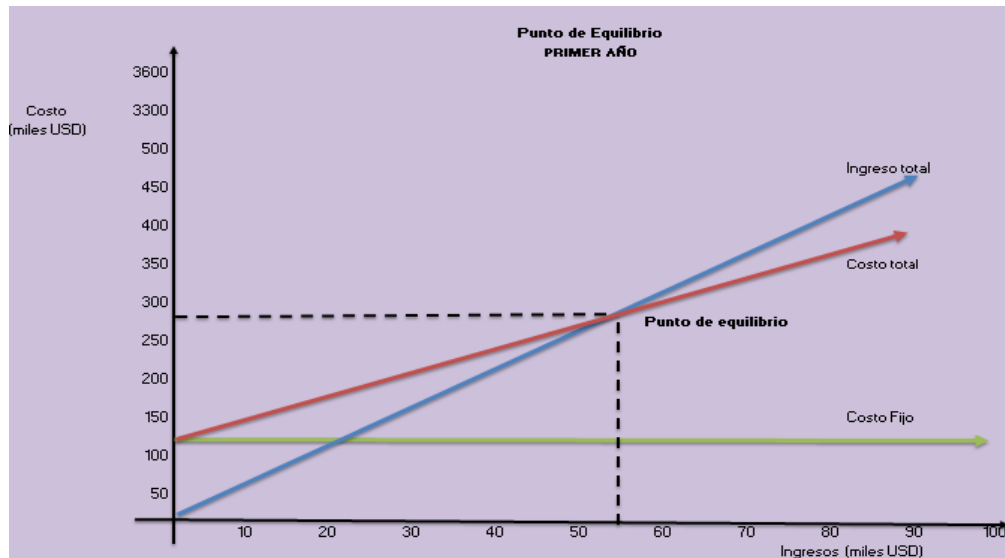
### **Período de Recuperación de la Inversión**

Conocido también como PRI, es un indicador que nos permite conocer el período de tiempo en el cual se recuperará la inversión inicial. Es decir en cuanto tiempo los ingresos futuros generados por el proyecto podrán cubrir la inversión inicial del mismo.

Para este proyecto, el inversionista recuperará su inversión en el cuarto año, ya que a partir de este período el flujo neto actual se vuelve positivo, es decir que en menos de la mitad del tiempo establecido de vida del proyecto el inversionista habrá cubierto y recuperado su inversión.

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se toma como base la proyección a 10 años de los costos, tanto fijo como variables. De acuerdo a los datos obtenidos a partir del 4 año se obtiene el punto de equilibrio ya que los costos son menores que los ingresos.



**Figura 19. Punto de Equilibrio**

**Elaborado por:** Autora

## Índices Financieros

### Período de recuperación de la inversión

En este proyecto para el primer año tenemos un valor negativo y los siguientes valores ya son positivos, la inversión se recuperará en el cuarto año.

### Rentabilidad sobre la inversión total

La rentabilidad que genera el proyecto sobre la inversión total durante el primer año de operaciones asciende a 8,75%

### Rentabilidad sobre recursos propios

Se tiene un 21,60% de rentabilidad sobre el capital propio aportado en el proyecto, lo cual representa un resultado favorable.

### **Rentabilidad sobre las ventas**

Como resultado por cada dólar de ventas generado durante el primer año se obtendrá una rentabilidad de 11,92%.

### **Índice de cobertura de la deuda**

Es decir que el proyecto tendrá una capacidad de pago en el primer año de las obligaciones financieras de 1,23 veces con relación a la utilidad operacional.

## CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN

### 4.1 Conclusiones

4.1.1 El estudio de mercado desarrollado para este proyecto determino que en Estados Unidos no existe consumo nacional del chigualcán por lo que al realizar tal investigación se puede decir que este es factible. Los montos de inversión son moderados, sin embargo es necesario adquirir préstamos, de tal manera que se pueda optimizar el proceso de exportación, ya que el capital con el que cuenta la empresa es moderado. La producción de chigualcán en el Ecuador es muy poca, por tal motivo se pretende expandir esta fruta no tradicional a mercados nacionales e internacionales.

4.1.2 De acuerdo al análisis financiero, en la evaluación del proyecto se observó una tasa interna de retorno del 46,61% , un valor neto de \$ 555.463,00 por lo que se concluye que el proyecto es altamente rentable.

4.1.3 Las estrategias implantadas para este plan de negocios son muy importantes para el nuevo lanzamiento del producto, los envases y embalajes serán lo adecuados según las normativa vigente a través de 7 Code of Federal Regulations 319.40 para la exportación del mismo, así como el precio de cada jalea de chigualcán. Además las operaciones de comercio exterior son rentables, flexibles y atractivas.

4.1.4 La exportación de jalea de chigualcán hacia el mercado de Estados Unidos requiere de una serie de procedimientos técnicos de exportación como es el cumplimiento de los documentos requeridos así como el producto debe estar empaquetado de manera correcta, de tal manera que la mercancía pueda llegar a su destino sin problema alguno.

4.1.5 La cadena de abastecimientos acelerará el proceso productivo, a fin de que no exista errores durante el transcurso de la operación. El tipo de cadena de abastecimientos que se utilizará es la SINCRONIZADA que se trata de una estructura centralizada en la que todos los

4.1.6 pedidos se realizan de forma coordinada, de tal manera que el producto llegue al consumidor en el momento y cantidad exacta.

4.1.7 El plan de negocios propuesto muestra el enfoque hacia el incentivo a la población para la producción del chigualcán, seleccionando como punto de partida a la provincia de Imbabura (Sigsipamba). También se enfocó a establecer adecuados mecanismos de comercio, por lo que se propuso realizar este proyecto con la empresa ALFALAM , la que permitirá cumplir con las cuotas de comercialización para que todos los participantes obtengan beneficios.

## **4.2 Recomendaciones**

4.2.1 Difundir los beneficios nutricionales de esta fruta no tradicional que es el chigualcán. Se recomienda que las empresas nacionales establezcan medidas que permitan que el producto se posicione en el mercado, de tal manera que se fundamente la matriz productiva del Ecuador.

4.2.2 Aprovechar el SGP (Sistema Generalizado de Preferencias Andinas) para expandir las oportunidades de desarrollo del país, destacando que este sistema preferencial beneficia la competitividad de las exportaciones de productos.

4.2.3 Fortalecer las exportaciones de nuestro país, ya que contribuirá el desarrollo efectivo de esta actividad comercial además de contar con la conceptualización técnicas de comercio exterior.

4.2.4 Aprovechar los recursos existentes los cuales no han sido explotados por la falta de conocimiento de esta manera se contribuirá al desarrollo económico y social del país.

4.2.5 Se recomienda llevar a cabo este proyecto puesto que los montos de inversión son bajos y la utilidad que este tiene es beneficioso.

## Bibliografía

- ✓ Acerenza, M. A. (2007). *Marketing Internacional*. México: Trillas.
- ✓ *Aduana del Ecuador*. (2014).
- ✓ AFP. (22 de Noviembre de 2014). *Ecuavisa*. Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/internacionales/89684-ecuador-confia-que-medidas-obama-frenen-deportaciones>
- ✓ ALADI. (- de 01 de 2015). *ALADI Asociación Latinoamericana de Integración*. Recuperado el 14 de 04 de 2015, de ALADI Asociación Latinoamericana de Integración: <http://www.aladi.org/nsfweb/sitio/index.htm>
- ✓ ALAMILLO SANZ, A., & RODRÍGUEZ CHAMORRO, E. (- de - de -). *MITOLOGÍA Y ARTE*. Obtenido de MITOLOGÍA Y ARTE: <http://boj.pntic.mec.es/~aalamill/orfebreria.htm>
- ✓ Albareda, F. (2011). *Oportunidades "Sector de frutas y vegetales frescos en los Estados Unidos"*. Miami-EEUU.
- ✓ Anaya, J. J. (2015). *El transporte de mercancías*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- ✓ *Área de pymes*. (2014).
- ✓ Benavides, S. (01 de 05 de 2015). Investigación sobre el chigualcán. (EstefaníaMonge, Entrevistador)
- ✓ Borísov, Z. y. (s.f.). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/e/exporta.htm>
- ✓ Cevallos, C., & Cevallos, F. (2014). *Catálogo Orfebrería Artística Religiosa Cevallos*. Sangolquí: Imprenta Cevallos.
- ✓ (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.
- ✓ Debitoor. (- de - de 2015). *Debitoor*. Obtenido de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>
- ✓ Definición, d. (- de - de 2008-2015). *Definición. DE*. Obtenido de Definición. DE: <http://definicion.de/orfebreria/>
- ✓ Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, Promoción de Exportaciones, Especialista Sectorial de Artesanías, & PRO ECUADOR. (- de 11 de 2013). *Pro Ecuador*.

- ✓ Obtenido de Pro Ecuador:  
[https://drive.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2013\\_ARTESANIAS.pdf](https://drive.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_ARTESANIAS.pdf)
- ✓ Enriquez, C. (2015 de Junio de 2015). Obama dio luz verde a la extensión del SGP. *Obama dio luz verde a la extensión del SGP* .
- ✓ *Explorando México*. (2015). Obtenido de Explorando México:  
<http://www.explorandomexico.com.mx/state/32/Distrito-Federal/economy/>
- ✓ France-Presse, A. (17 de Enero de 2014). La carne para hamburguesas, el símbolo de las nuevas restricciones a las importaciones. *El Comercio* .
- ✓ Franco, I. D. (2012). *Jaleas y mermeladas*.
- ✓ Guardianes al rescate de semillas. (3 de Octubre de 2014). *El comercio*
- ✓ *Internacional Chamber of Commerce*. (2010).
- ✓ Inversiones, D. d., Exportaciones, P. d., Artesanías, E. S., & PROECUADOR. (2011). *Pro Ecuador*.
- ✓ K., A. (2015). *CreceNegocios*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- ✓ Legarda Riera, I. (Notas de clase). *Temas a estudiar en el curso de trámites de importación y exportación*. Quito: --.
- ✓ *Manual Técnico del Cultivo de Chamburo*. (1992). Quito.
- ✓ Mena, G. (2005). *zonaeconomica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- ✓ Mercado, S. (1992). *Comercio Internacional II. Importación-Exportación*. México: Limusa.
- ✓ México, E. (- de - de 2000-2015). *Explorando México*. Obtenido de Explorando México:  
<http://www.explorandomexico.com.mx/state/32/Distrito-Federal/economy/>
- ✓ Mora, G. J. (16 de enero de 2007). *mailxmail.com*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-cocina-conservas-saladas-dulces/jalea>
- ✓ Morales, A. L. (2005). *El aroma frutal de Colombia* .Bogota.
- ✓ My Own Business, I. (- de - de 2013). *MOBI myownbusiness.org*. Obtenido de MOBI myownbusiness.org: <http://www.myownbusiness.org/espanol/s2/>
- ✓ Naveros, J. A. (2009). *Plan de Negocios*. España.



- ✓ Peña Hurtado, E. (2012). *Boletín Económico*.
- ✓ PROECUADOR. (2013). Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC\\_FC2013\\_ESTADOS\\_UNIDOS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_FC2013_ESTADOS_UNIDOS.pdf)
- ✓ PROECUADOR. (2014).
- ✓ (2012). Reglamento del Código de la producción, Comercio e Inversiones.
- ✓ Secretaría de Economía. (- de - de 2015). *Secretaría de Economía*. Obtenido de Secretaría de Economía: <http://www.economia.gob.mx/delegaciones-de-la-se/estatales/distrito-federal>
- ✓ Secretaría de Relaciones Exteriores. (17 de 08 de 2011). *SRE Secretaría de Relaciones Exteriores*. Recuperado el - de - de 2015, de SRE Secretaría de Relaciones Exteriores: <http://www.sre.gob.mx/otros/informacion-general-sobre-mexico>
- ✓ Troncoso, C. M. (2000). *Plan de exportación*. México: Grafik, S.A.DE C.V.
- ✓ Vela, M. d. (2014). Qué hay detrás de las rrestricciones de importaciones. *Revista Gestión*, 14.
- ✓ Velasco, F. (2007). *Aprender a elaborar un plan de negocios*.
- ✓ Ventura, S. (2011). Que es la ERxportación. *Gestion.Org* .

# **ANEXOS**

Anexo 1- Lista de los mercados proveedores de jaleas

Trade Map - Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estad... Page 1 of 1



**TRADE MAP**

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas  
 Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación,  
 volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.



Inicio & Buscar Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Mr. Luis Enrique Español

Producto: 200799 - las demas compotas, jaleas, Grupo de productos: Ninguno  
 Mundo País: Estados Unidos de América Grupo de países: Ninguno  
 Socio: Todos Grupo de socios: Ninguno  
 otros criterios: Importaciones - Series de tiempo anuales - por país - Datos directos - Cantidades - 1  
 Unidad primaria

**Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América**  
**Producto: 200799 las demas compotas, jaleas, mermeladas, pures y pastas de frutas**

Tabla Gráfico Mapa Empresas Datos IED Datos arancelarios Normas voluntarias

Descargar: Período (número de columnas): # 5 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

Bilateral a 8 dígitos	Exportaciones	2010	2011	2012	2013	2014
		Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
		62,252	96,903	104,530	111,717	125,838
<input type="checkbox"/> México		7,178	12,712	14,616	19,080	23,461
<input type="checkbox"/> China		14,661	17,142	23,061	24,143	22,006
<input type="checkbox"/> Canadá		10,225	10,167	11,266	11,561	11,684
<input type="checkbox"/> Argentina		1,742	3,660	6,098	5,429	8,463
<input type="checkbox"/> Francia		5,730	5,356	5,547	6,616	6,257
<input type="checkbox"/> Colombia		5,642	6,637	6,119	5,904	7,111
<input type="checkbox"/> India		5,650	5,123	5,843	5,313	6,466
<input type="checkbox"/> Perú		3,073	3,623	3,760	3,946	4,655
<input type="checkbox"/> Tailandia		508	582	1,090	2,071	4,522
<input type="checkbox"/> Chile		5,639	6,008	4,458	4,025	3,697
<input type="checkbox"/> Brasil		2,378	3,324	2,896	3,385	3,173
<input type="checkbox"/> Bélgica		597	1,144	913	1,324	2,577
<input type="checkbox"/> Filipinas		2,163	1,756	1,812	1,636	1,789
<input type="checkbox"/> Alemania		1,269	4,875	1,109	1,426	1,713
<input type="checkbox"/> Tailandia-China		1,242	1,033	943	942	1,569
<input type="checkbox"/> Egipto		1,288	1,449	2,295	1,420	1,308
<input type="checkbox"/> Italia		716	647	1,552	1,350	1,238
<input type="checkbox"/> Polonia		1,634	1,686	1,551	1,407	1,159
<input type="checkbox"/> España		186	119	371	271	1,009
<input type="checkbox"/> República Dominicana		1,178	1,069	1,149	1,096	863
<input type="checkbox"/> Suiza		651	771	795	765	742
<input type="checkbox"/> Dinamarca		1,573	1,327	621	809	796
<input type="checkbox"/> Grecia		373	451	460	572	722
<input type="checkbox"/> Sudáfrica		81	428	164	287	717

Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UNCOMTRADE.

Las cantidades presentadas en esta página son los estimados por UNSD. Para mayor información, por favor retorne a la página web de UNSD.

Evalúe esta página:

Anexo 2- Lista de los mercados importadores de jaleas

Trade Map - Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Esta... Page 1 of 1



**TRADE MAP**

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas  
 Datos convertibles mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación,  
 volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.



Inicio & Buscar Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Mr. Luis Enrique Español

Producto: 200799 - las demás compotas, jaleas, Grupo de productos: Ninguno  
 Mundo País: Estados Unidos de América Grupo de países: Ninguno  
 Socio: Todos Grupo de socios: Ninguno  
 otros criterios: Exportaciones Señales de tiempo anuales por país Datos directos Cantidades  
 Unidad primaria

**Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Estados Unidos de América :**  
**Producto: 200799 las demás compotas, jaleas, mermeladas, pures y pastas de frutas**

Tabla Gráficos Mapa Empresas Datos IED Datos arancelarios Normas voluntarias

Descargar: [icon] [icon] Período (número de columnas): 4# 5 por página [icon] Eneas por página: Por defecto (25 por página) [icon]

Bilateral a 8 dígitos	Importadores	2010	2011	2012	2013	2014
		Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
	Mundo	21.751	32.197	39.322	37.475	50.135
<input type="checkbox"/>	Canadá	11.117	21.012	26.344	25.232	37.418
<input type="checkbox"/>	China, República de	649	536	1.189	1.535	2.157
<input type="checkbox"/>	México	3.477	3.458	3.028	2.210	1.483
<input type="checkbox"/>	Japón	460	659	534	626	1.093
<input type="checkbox"/>	China	72	70	71	115	854
<input type="checkbox"/>	Tailandia	531	427	573	658	557
<input type="checkbox"/>	Taiwan, China	324	421	552	640	648
<input type="checkbox"/>	Arabia Saudita	366	577	907	526	492
<input type="checkbox"/>	Francia	178	167	204	380	490
<input type="checkbox"/>	Hong Kong, China	243	285	381	392	473
<input type="checkbox"/>	Singapur	318	452	471	359	390
<input type="checkbox"/>	Panamá	77	61	304	510	388
<input type="checkbox"/>	Estados Unidos Unidos	85	421	181	133	360
<input type="checkbox"/>	Indonesia	433	486	434	482	348
<input type="checkbox"/>	Malasia	462	347	358	239	330
<input type="checkbox"/>	Revolución Democrática	168	125	805	235	256
<input type="checkbox"/>	Ecuador	34	2	0	1.066	296
<input type="checkbox"/>	Chile	0	58	294	202	217
<input type="checkbox"/>	Australia	244	437	226	156	209
<input type="checkbox"/>	Colombia	285	236	327	271	191
<input type="checkbox"/>	Kuwait	61	56	286	217	187
<input type="checkbox"/>	Jamaica	244	249	300	80	184
<input type="checkbox"/>	Brasil, Norte	298	250	41	182	181
<input type="checkbox"/>	Trinidad y Tobago	200	108	138	130	171

Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE

Evalúe esta página:

Análisis e Investigación de Mercados, Centro de Comercio Internacional (ITC) | Palacio de Naciones, CH-1211 Ginebra 19, Suiza  
 Tel: +41 (0)22 730 02 34 Fax: +41 (0)22 730 05 77 [marketanalysis@itc.int](mailto:marketanalysis@itc.int)  
 Copyright © 1999-2015 Centro de Comercio Internacional. Todos los derechos reservados.  
 Siga con nosotros en [icon] [icon] [icon] [icon]

Anexo 3- Carta de Crédito

SOLICITUD Y ACUERDO DE CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE

		FECHA: _____	
FORMA	Irrevocable <input type="checkbox"/>	Transferible <input type="checkbox"/>	
SOLICITANTE	Dirección: Tel: _____ Fax: _____ Mail: _____		
BENEFICIARIO	Dirección: Tel: _____ Fax: _____ Mail: _____		
BANCO AVISADOR DEL BENEFICIARIO		MONTO Y MONEDA	
LUGAR Y FECHA DE VENCIMIENTO		TOLERANCIA _____ % (+/-)	Cantidad <input type="checkbox"/> Mercancía <input type="checkbox"/>
DISPONIBLE FOR <input type="checkbox"/> A la vista <input type="checkbox"/> Aceptación de letras a _____ días de la fecha de embarque <input type="checkbox"/> Pago Diferido a _____ días de la fecha de embarque <input type="checkbox"/> Otros			
EMBARQUES PARCIALES <input type="checkbox"/> Permitido <input type="checkbox"/> Prohibido		Transbordos <input type="checkbox"/> Permitido <input type="checkbox"/> Prohibido	EMBARQUE DESDE _____ HASTA _____
ULTIMO DIA EMBARQUE		PERIODO DE EMBARQUE	
MERCANDISE			
INCOTERM <input type="checkbox"/> EXW <input type="checkbox"/> FAS <input type="checkbox"/> FCA <input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CPT <input type="checkbox"/> CFA <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/> DDP <input type="checkbox"/> _____			
DOCUMENTOS REQUERIDOS <input type="checkbox"/> Factura _____ originales y _____ copias <input type="checkbox"/> Conocimiento de Embarque <input type="checkbox"/> Lista de Embarque <input type="checkbox"/> Certificate of Origin <input type="checkbox"/> Certificado de Inspección <input type="checkbox"/> Certificado Calidad <input type="checkbox"/> Poliza o Certificado de Seguro <input type="checkbox"/> Otros _____			
FLETE <input type="checkbox"/> En Destino <input type="checkbox"/> Pre pagado		SEGURO A SER AFECTADO POR <input type="checkbox"/> Embarcador <input type="checkbox"/> Comprador	NOTIFICAR AL COMPRADOR
INSTRUCCIONES ESPECIALES			
Todo cargo bancario que no sea un cargo del Banco Emisor son por cuenta de: <input type="checkbox"/> Beneficiary <input type="checkbox"/> Applicant			
Documentos deben ser presentados dentro de _____ días luego del embarque <input type="checkbox"/> Carta de Crédito <input type="checkbox"/> Confirmada <input type="checkbox"/> No Confirmada			
Comisión por la emisión de la Carta de Crédito: _____ % del monto nominal de la Carta de Crédito. La comisión será pagadera por adelantado. Le autorizamos a debitar nuestra cuenta _____ por concepto de los gastos relacionados con esta Carta de Crédito. El abajo firmante solicita a Bankable Overseas Bank, INC. (el Banco) que emita esta Carta de Crédito sustancialmente de acuerdo con las instrucciones aquí vertidas y las prácticas usuales del Banco y autoriza al Banco a emitir una garantía bancaria basándose en sus prácticas regulares. El Banco está autorizado a hacer arreglos para la emisión de la Carta de Crédito solicitada o una garantía en lugar de la misma, por esa institución de su elección, contra la contra-garantía o Carta de Crédito en apoyo emitida por el Banco. El abajo firmante acepta recibir de los Términos y Condiciones aplicables a la Carta de Crédito/garantía y acepta quedar vinculado por sus términos, una vez el Banco emita su Carta de Crédito, garantía bancaria o contra-garantía en apoyo. Nada en este documento obliga al Banco a emitir su Carta de Crédito o garantía bancaria o a firmar a talo los arreglos para que se emita una Carta de Crédito o garantía emitida por otra institución.			
Fecha _____		Firma(s) Autorizada del Solicitante _____	