



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

PLAN DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN

COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PALMITO MARINADO A
FRANCIA”

AUTOR:

BRYAN ANDRÉS SOLÓRZANO BAJAÑA

DIRECTOR:

ECON. RODRIGO ARÉVALO MEJÍA

QUITO ó ECUADOR

JUNIO 2016

DECLARACION JURAMENTADA DE AUTOR

Esta declaración se realiza con el objeto de certificar la autenticidad de la investigación realizada, por tal razón, yo Solórzano Bajaaná Bryan Andrés, portador de la cedula de ciudadanía No. 1725002115 soy responsable como autor de la presente “Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia”.



AUTOR.

SOLÓRZANO BAJAÑA BRYAN ANDRÉS

C.I. 1725002115

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Esta declaración se realiza con el objeto de certificar la autenticidad de la investigación realizada, por tal razón, yo Solórzano Bajaña Bryan Andrés, portador de la cedula de ciudadanía No. 1725002115 soy responsable como autor de la presente “Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia”.



DOCENTE - DIRECTOR

ECON. RODRIGO ARÉVALO MEJÍA

DEDICATORIA

LA CULMINACIÓN DE TODO ESTE PROCESO Y LA OBTENCIÓN DE MI TÍTULO PROFESIONAL SE LOS DEDICO COMPLETAMENTE A MI FAMILIA.

MIS PADRES SE LLEVAN EL GRAN MÉRITO DE HABERME ENTREGADO TODO SU APOYO TANTO ECONÓMICO COMO ANÍMICO, EL HABERME GUIADO Y EDUCADO DE LA MEJOR MANERA ME HA CONVERTIDO EN UNA PERSONA CORRECTA.

MIS DOS HERMANOS, SON EL CLARO EJEMPLO DE LA COMPLICIDAD MAS SINCERA, EL TENER A UN HERMANO COMO EJEMPLO Y SERVIR A OTRO COMO GUÍA, HAN HECHO QUE MIS DECISIONES, NO SEA TOMADAS CON EGOÍSMO O IRRESPONSABILIDAD.

POR ESO Y POR MUCHAS ACCIONES MAS, ESTE LOGRO ES DE NOSOTROS FAMILIA.

AGRADECIMIENTO

EL MAS SINCERO AGRADECIMIENTO ES PARA UN GRAN GRUPO DE PERSONAS QUE DE ALGUNA MANERA HAN INFLUENCIADO EN TODO ESTE PROCESO.

A MIS TUTORES, ING. RENE VASCONEZ Y ECON. RODRIGO ARÉVALO MEJÍA POR SU GRAN COLABORACIÓN Y DISPOSICIÓN QUE TUVIERON AL MOMENTO DE REALIZAR EL PLAN DE TITULACIÓN, A LOS CALIFICADORES ECON. LUIS BARRENO Y AL ING. RAMIRO FIGUEROA, QUIENES CUMPLIERON UN PAPEL MUY IMPORTANTE AL MOMENTO DE CORREGIRME Y GUIARME DE IGUAL MANERA.

A UN GRUPO DE GRANDES DE AMIGOS, UN AGRADECIMIENTO MUY ESPECIAL POR TODO EL APOYO Y LAS EXPERIENCIAS, DENTRO Y FUERA DE LA UNIVERSIDAD. MUCHOS AÑOS COMPARTIDOS QUE CREARON RECUERDOS MUY FUERTES.

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO
PROYECTO DE TITULACIÓN**

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172500211-5
APELLIDO Y NOMBRES:	Solórzano Bajaña Bryan Andrés
DIRECCIÓN:	Guajalo, Unión Popular calle Las Lajas s27-82 y Río Santiaguillo.
EMAIL:	bsolorzano_93@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	022678852
TELÉFONO MOVIL:	0995451970

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PALMITO MARINADO A FRANCIA
AUTOR O AUTORES:	Solórzano Bajaña Bryan Andrés
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	26 DE AGOSTO DEL 2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	ECON. RODRIGO ARÉVALO MEJÍA
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS.
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal el desarrollar un plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia. Su contenido fue desarrollado con un orden secuencial que inicia con un estudio legal para la creación de una empresa exportadora de palmito, a la que se denominó Coexpalm, seguido del detalle técnico, donde destacamos el proceso y la capacidad productiva, continuamos con el análisis del mercado meta determinando la demanda y la oferta exportable, extendemos la investigación con el estudio sobre la logística de exportación para terminar con un estudio financiero.</p> <p>El punto de partida para identificar nuestra oferta exportable inició con la determinación de la capacidad productiva, la cual fue obtenida de acuerdo a la</p>

	<p>cantidad de materia prima que nuestro proveedor podía entregarnos, seguido de la determinación del tamaño del proyecto donde se realizaron varios cálculos hasta obtener la cantidad de toneladas a exportar.</p> <p>Se determinó una alta demanda potencial en Francia, al 2016 es de 52.002,61 toneladas de palmito y en el décimo año o 2025 es de 59.488,73 toneladas.</p> <p>Partiendo del tamaño del proyecto obtenido, se determina la oferta exportable con una exportación de 51.84 toneladas el primer año o 2016. La cobertura inicial del mercado será aproximadamente del 0,10% teniendo como máxima cobertura al tercer año con un 0,14% de la demanda insatisfecha.</p> <p>Sobre logística comercial se establece la exportación por vía marítima en contenedores de 40' Hc en condiciones FCL, teniendo como puerto de origen el de Guayaquil y el de destino el puerto de Le Havre. El incoterm determinado es CIF.</p> <p>Los datos obtenidos del análisis financiero muestran que el proyecto financieramente es factible y viable ya que contamos con índices financieros positivos y coherentes donde el Van es 247.454,84; Costo de oportunidad de 17,60; Tir de 44,94 y Pri en el Quinto año.</p>
<p>PALABRAS CLAVES:</p>	<p>EXPORTACION PALMITO MARINADO A FRANCIA</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>This research has as main objective to develop a business plan for export to France marinated hearts of palm.</p> <p>Its content was developed with a sequential order that starts with a legal study for the creation of exporter company of palm, called Coexpalm, continue by the technical detail, where we highlight the process and production capacity, continue with the market study, determining demand and exportable supply, extend the investigation to the study on export logistics to end with a financial study.</p> <p>The starting point for identifying our exports supply began with the determination of productive capacity, which was obtained according to the amount of raw</p>

	<p>material our supplier could deliver, followed by determining the size of the project where several calculations were performed to get the amount of tons exported.</p> <p>Was determined a high potential demand in France, 2016 it is 52,002.61 tons of palm and in the tenth year or 2025 is 59,488.73 tons.</p> <p>Based on the size of the project obtained, the exportable supply is determined with an export of 51.84 tons the first year or 2016. The initial market coverage will be approximately 0.10% as maximum coverage taking the third year with a 0.14% of the unsatisfied demand.</p> <p>About the trade logistics, is established export by sea in containers of 40 ' Hc / FCL , with the origin port of Guayaquil and destination port of Le Havre . The determined incoterm is CIF.</p> <p>Data obtained from financial analysis shows that the project is financially feasible and viable since we have positive and consistent financial indices where: NPV is 247,454.84; Opportunity cost of 17.60; IRR 44.94 and Payback Period in the fifth year.</p>
KEYWORDS	EXPORT OF MARINATED PALM TO FRANCE

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f. 

SOLÓRZANO BAJAÑA BRYAN ANDRÉS

172500211-5

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **SOLÓRZANO BAJAÑA BRYAN ANDRÉS**, CI 172500211-5 autor del proyecto titulado: **Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 26 de Agosto del 2016

f. 

SOLÓRZANO BAJAÑA BRYAN ANDRÉS

172500211-5

Contenido

RESUMEN.....	1
CAPITULO 1	1
INTRODUCCION	1
1.1 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
1.1.5 Formulación del problema.....	4
1.1.6 Sistematización del problema.....	4
1.1.7 Objetivo General.....	5
1.1.8 Objetivo específicos	5
1.1.9 Justificaciones.....	5
1.2 Marco Referencial	6
1.2.1 Marco Teórico	6
Plan de negocios.....	6
Exportación de palmito marinado	8
Francia 2015	9
Palmito marinado.	11
CAPITULO 2	14
MÉTODO.....	14
2.1 Metodología General.....	14
2.1.1 Nivel de estudio.....	14
2.1.2 Modalidad de investigación.	14
2.1.3 Métodos de investigación.....	15
2.1.4 Población y muestra.....	15
2.1.5 Selección de instrumentos de investigación.	16
2.1.6 Procesamiento de datos.....	16
2.2 Metodología específica.....	17
2.2.1 Metodología para el objetivo específico 1: Identificar los requisitos legales para formar una empresa exportadora.	17

2.2.2 Metodología para el objetivo específico 2: Detallar cómo es el estudio técnico de la empresa y el tamaño del proyecto.	18
2.2.3 Metodología para el objetivo específico 3: Determinar cuál es el adecuado estudio de mercado y marketing mix para exportar palmito marinado a Francia.	19
2.2.4 Metodología para el objetivo específico 4: Establecer cómo es la logística de exportación de palmito marinado a Francia.	19
2.2.5 Metodología para el objetivo específico 5: Proponer como debería estructurarse un análisis financiero para demostrar la rentabilidad o no de la exportación de palmito marinado hacia Francia.	21
CAPITULO 3	24
RESULTADOS	24
3.1 RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS.....	24
3.1.1 Resultados de objetivo 1: Identificar los requisitos legales que se deben cumplir para formar una empresa exportadora.....	24
Etapa 1. Detallar los requisitos legales para formar una empresa exportadora.....	24
3.1.2 Resultados de objetivo 2: Detallar el estudio técnico de la empresa y el tamaño del proyecto.	27
Etapa 1. Proceso productivo del palmito marinado.....	27
Etapa 2. Micro y macro localización de la empresa.	31
Etapa 3. Estructura organizacional y determinación de los cargos y competencias.....	33
Etapa 4. Fase de compra de insumos	35
Etapa 5. Maquinaria y tecnología.....	36
Etapa 6. Fuentes de Financiamiento.....	38
Etapa 7. Proveedor de tallos de palmito	38
Etapa 8. Capacidad productiva.....	40
Etapa 9. Tamaño del proyecto.....	41
3.1.3 Resultados de objetivo 3: Determinar cuál es el adecuado estudio de mercado y marketing mix para exportar palmito marinado a Francia.....	43
Etapa 1. Estudio del mercado francés.	43
Etapa 2. Cálculo de la demanda.	46
Producción Nacional de palmito en Francia.....	47
Importaciones de palmito en Francia.....	47
Proyección de importaciones.....	47
Exportaciones de palmito en Francia.....	49

Proyección de exportaciones.....	50
Población Económicamente Activa de Francia.....	51
Proyección de la población económicamente activa.....	51
Consumo aparente.....	52
Consumo per cápita de palmito.....	52
Demanda potencial.....	53
Etapa 3. Oferta exportable de la empresa.....	54
Cobertura de mercado.....	54
Etapa 4. Marketing Mix.....	54
Producto.....	55
Marca.....	56
Etiqueta.....	56
Precio.....	57
Plaza.....	57
Promoción.....	59
3.1.4 Resultados de objetivo 4: Establecer cómo es la logística de exportación de palmito marinado a Francia.....	60
Etapa 1. Requisitos arancelarios y no arancelarios en Francia.....	60
Requisitos arancelarios.....	60
Requisitos Para Arancelarios.....	61
Etapa 2. Fase de negociación.....	65
Incoterm.....	65
Condiciones de compra.....	65
Envío de muestras.....	66
Condiciones de pago.....	66
Etapa 3. Análisis de medio de transporte y terminales en país de origen y destino.....	67
Modalidades de transporte Ecuador ó Francia.....	68
Etapa 4. Fase de logística interna en el país de origen.....	70
Embalaje.....	70
Paletización.....	70
Cubicaje y Contenerización.....	71
Transporte interno.....	72

Envío de documentos.....	72
Etapa 5. Fase documental.	72
Etapa. 6 Fase aduanera	76
Aforo.....	77
Inspección Antinarcoóticos.....	77
3.1.5 Resultados de objetivo 5: Proponer como debería estructurarse un análisis financiero para demostrar la rentabilidad o no de la exportación de palmito marinado hacia Francia.	78
Inversión	78
Activos Fijos Tangibles.	78
Activos Fijos Intangibles.	81
Capital de trabajo.....	81
Costos y Gastos.....	82
Mano de obra directa.	82
Materia prima	83
Insumos	83
Mano de obra indirecta	83
Materiales Directos.....	84
Materiales Indirectos	84
Gastos indirectos de fabricación.....	84
Mantenimiento y reparación.....	84
Seguros	85
Gastos Administrativos.....	86
Gastos de exportación.....	87
Depreciaciones y Amortizaciones.	87
Resumen de Depreciaciones.....	88
Resumen Seguros	89
Financiamiento del proyecto.....	90
Gasto Financiero	90
Costos totales del proyecto	91
Costos totales del proyecto sin inflación.....	92
Costos totales del proyecto con inflación.....	93
Clasificación de costos.....	94

Precio CIF	95
Ingresos.....	96
Evaluación Económica Financiera	97
Balance de situación inicial.....	97
Estado de resultados del proyecto	98
Flujo de caja	99
Costo de Oportunidad	100
Valor Actual Neto VAN	100
Tasa Interna de Retorno TIR.....	101
Periodo de Recuperación de la Inversión PRI.....	101
Índices Financieros.....	102
Rentabilidad sobre la Inversión Total.....	102
Rentabilidad sobre los recursos propios.....	102
Rentabilidad sobre ventas	103
Índice de apalancamiento.....	103
Índice de Cobertura	103
Punto de Equilibrio.....	103
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	105
Bibliografía.....	109
Anexos	117
.....	119

Índice de Figuras.

Figura 1. Mapa de Francia.....	10
Figura 2. Palmito	12
Figura 3. Etapas (Requisitos legales)	24
Figura 4. Etapas (Estudio técnico de la empresa y el tamaño del proyecto.)	27
Figura 5. Diagrama de procesos	28
Figura 6. Presentación de palmito.....	30
Figura 7. Estructura organizacional	33
Figura 8. Maquina selladora y llenadora de latas	36
Figura 9. Autoclave.....	37
Figura 10. Balanza industrial.....	37
Figura 11. Planta de energía eléctrica	37
Figura 12. Etapas (Estudio de mercado y marketing mix)	43
Figura 13. Principales proveedores de palmito a Francia.....	45
Figura 14. Exportación de palmito desde Ecuador	45
Figura 15. Palmito más albahaca	55
Figura 16. Corazones de palmito.	56
Figura 17. Etiqueta del producto.....	56
Figura 18. Precio de palmito en Francia.....	57
Figura 19. Precio de palmito en Francia por distribuidores.....	57
Figura 20. Canales de distribución.....	58
Figura 21. Participación empresas de vegetales en Francia.	58
Figura 22. Principales empresas de vegetales en Francia.....	59
Figura 23. Etapas (Logística de exportación).....	60
Figura 24. Simulación de exportación para requisitos legales.....	63
Figura 25. Tipo de certifications palmito	64
Figura 26. Incoterm CIF.....	65
Figura 27. Carta de crédito. Procedimiento.....	67
Figura 28. Dimensiones caja	70
Figura 29. Paletización.....	70
Figura 30. Cubicaje.....	71

Índice de Tablas.

Tabla 1. Uso de palmito útil	29
Tabla 2. Resultados de la ponderación.....	32
Tabla 3. Especificaciones técnicas maquina llenadora	36
Tabla 4. Capacidad productiva en tallos	40
Tabla 5. Capacidad productiva en toneladas	40
Tabla 6. Tamaño del proyecto	41
Tabla 7. Datos generales Francia.....	44
Tabla 8. Exportaciones de palmito desde Ecuador.....	46
Tabla 9. Importaciones totales de palmito en Francia.....	47
Tabla 10. Cálculo proyección de las importaciones.....	48
Tabla 11. Proyección de las importaciones	49
Tabla 12. Exportaciones totales de palmito en Francia.....	49
Tabla 13. Cálculo proyección de la demanda.....	50
Tabla 14. Proyección de las exportaciones.....	51
Tabla 15. Población Económicamente Activa de Francia.....	51
Tabla 16. Proyección de la población económicamente activa	52
Tabla 17. Consumo Aparente	52
Tabla 18. Consumo per cápita de palmito.....	53
Tabla 19. Demanda Potencial.....	53
Tabla 20. Cobertura de mercado.....	54
Tabla 21. Especificaciones técnicas.....	56
Tabla 22. Datos de exportación	69
Tabla 23. Costos de transporte - flete.....	69
Tabla 24. Resultados de contenerización.....	72
Tabla 25. Inversiones	78
Tabla 26. Activos Fijos Tangibles	78
Tabla 27. Terreno.....	79
Tabla 28. Vehículo.....	79
Tabla 29. Edificaciones.....	79
Tabla 30. Maquinaria	80
Tabla 31. Equipo de oficina.....	80
Tabla 32. Equipo de computación	80
Tabla 33. Muebles y enceres	80
Tabla 34. Otros activos	81
Tabla 35. Activos Fijos Intangibles	81
Tabla 36. Capital de Trabajo	82
Tabla 37. Mano de obra directo.....	82
Tabla 38. Materia prima.....	83
Tabla 39. Insumos.....	83

Tabla 40. Mano de obra indirecta	83
Tabla 41. Materiales Directos.....	84
Tabla 42. Materiales Indirectos	84
Tabla 43. Mantenimiento y reparación	85
Tabla 44. Seguros	85
Tabla 45. Gastos Administrativos.....	86
Tabla 46. Gastos de exportación.....	87
Tabla 47. Depreciaciones y Amortizaciones	87
Tabla 48. Resumen de depreciaciones	88
Tabla 49. Resumen Seguros	89
Tabla 50. Fuentes y usos	90
Tabla 51. Amortización Anual	91
Tabla 52. Costos totales del proyecto sin inflación	92
Tabla 53. Costos totales con inflación	93
Tabla 54. Clasificación de costos	94
Tabla 55. Precio CIF.....	95
Tabla 56. Ingresos.....	96
Tabla 57. Balance de situación inicial.....	97
Tabla 58. Estado de resultados	98
Tabla 59. Flujo de caja.....	99
Tabla 60. Costo de Oportunidad.....	100
Tabla 61. VAN	100
Tabla 62. TIR.....	101
Tabla 63. PRI.....	101
Tabla 64. Punto de Equilibrio.....	104

RESUMEN.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal el desarrollar un plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia.

Su contenido fue desarrollado con un orden secuencial que inicia con un estudio legal para la creación de una empresa exportadora de palmito, a la que se denominó Coexpalm, seguido del detalle técnico, donde destacamos el proceso y la capacidad productiva, continuamos con el análisis del mercado meta determinando la demanda y la oferta exportable, extendemos la investigación con el estudio sobre la logística de exportación para terminar con un estudio financiero.

El punto de partida para identificar nuestra oferta exportable inició con la determinación de la capacidad productiva, la cual fue obtenida de acuerdo a la cantidad de materia prima que nuestro proveedor podía entregarnos, seguido de la determinación del tamaño del proyecto donde se realizaron varios cálculos hasta obtener la cantidad de toneladas a exportar.

Se determinó una alta demanda potencial en Francia, al 2016 es de 52.002,61 toneladas de palmito y en el décimo año o 2025 es de 59.488,73 toneladas.

Partiendo del tamaño del proyecto obtenido, se determina la oferta exportable con una exportación de 51.84 toneladas el primer año o 2016. La cobertura inicial del mercado será aproximadamente del 0,10% teniendo como máxima cobertura al tercer año con un 0,14% de la demanda insatisfecha.

Sobre logística comercial se establece la exportación por vía marítima en contenedores de 40' Hc en condiciones FCL, teniendo como puerto de origen el de Guayaquil y el de destino el puerto de Le Havre. El incoterm determinado es CIF.

Los datos obtenidos del análisis financiero muestran que el proyecto financieramente es factible y viable ya que contamos con índices financieros positivos y coherentes donde el Van es 247.454,84; Costo de oportunidad de 17,60; Tir de 44,94 y Pri en el Quinto año.

CAPITULO 1

INTRODUCCION

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Problema a investigar.

Inexistente plan de negocios para la exportación de palmito marinado hacia Francia.

1.1.2 Objeto de estudio teórico

Plan de negocios

Exportación de palmito marinado.

1.1.3 Objeto de estudio práctico

Francia.

Palmito Marinado.

1.1.4 Planteamiento del problema

Diagnostico

Una de las causas más significativas para la inexistencia de un plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia es el desconocimiento o no aprovechamiento de condiciones óptimas para la exportación de este producto. Una de las condiciones no aprovechadas es el acuerdo SGP entre la Unión Europea y Ecuador, según un reporte de (Ecuadorinmediato, 2014) se establece que mediante este sistema las exportaciones de palmito ingresan con una preferencia arancelaria del 100% y sobre su renovación se detalla que la ampliación de este era el más lógico, puesto que los beneficios y crecimiento son mutuos con esta figura. El no aprovechamiento de los incentivos gubernamentales es otra de las condiciones óptimas que aún no han sido aprovechadas donde (El Telégrafo, 2015) nos menciona que las principales son la exoneración del anticipo del impuesto a la renta y el drawback o devolución del impuesto a la exportación que permitirán a las empresas suplir esa salida de dinero de su capital de trabajo que normalmente obligaba al empresario

a buscar financiamiento externo. Otro factor no aprovechado y quizá el más importante es la producción nacional de palmito que en sus cantidades pueden abastecer mercados internacionales y como prueba de esto (Proecuador, 2015) menciona que la producción mayoritaria de palmito se encuentra en nuestro país además de Costa Rica, Bolivia y Brasil, donde Ecuador abarca cerca del 60% del total de participación.

Una causa más para la inexistencia de un plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia es el alto tiempo y costos de producción de palmito. A esto debemos sumarle la escasa mano de obra por parte de las personas que participan en la cosecha de palmito ya que según (Agroecuador, 2013) podemos evidenciar las tarifas propuestas para los agricultores y personas que cosechan donde estas no cuentan con un salario fijo establecido, sino más bien que cobran un valor mínimo entre los 0.10 y 0.20 ctvs de dólar por tallo de palmito cosechado. Otro factor que afecta a la cosecha de palmito es el tiempo de demora del mismo desde la siembra hasta su cosecha final que según (abc, 2007) se realizará a partir de los 18 a 24 meses de haberse iniciado el cultivo. El buen desarrollo depende del clima, disponibilidad del agua, fertilidad del suelo y los controles de las malezas.

Uno más de los factores es la falta de conexión de las empresas exportadores y el mercado final ya que al poseer tanta producción nacional de palmito, esta se vuelve individualizada cuando se trata de la exportación de este producto ya que existe una escasa cooperación entre las 10 grandes empresas mencionadas en (Proecuador, 2015) para la creación de una marca nacional que pretenda la conexión directa entre el exportador y los consumidores en Francia sin depender de compradores o intermediarios.

Otra de las causas que vale recalcar es la escasa participación de empresas exportadoras de palmito en ferias internacionales, siendo esta la puerta directa o apertura a conquistar nuevos mercados. Existen empresas tales como Inaexpo que no cuentan con un departamento especializado en marketing para una buena penetración y promoción del producto en mercados nuevos.

El resultado de esto es que otros países productores tales como Costa Rica o Bélgica tengan ya una participación representativa en el mercado francés, y que países como Colombia tengan desde el año 2006 una tasa de crecimiento promedio anual del 40% convirtiéndose en un competidor a tener en cuenta. (Proecuador, 2015)

En fin la causa principal para la inexistencia de un plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia es la carencia de innovación que poseemos. Los productos tales como el palmito exportados desde el Ecuador son y han sido únicamente en conserva o en su forma natural tal como podemos ver en (Proecuador, 2015) donde menciona una serie de empresas exportadores de este vegetal que lo hacen únicamente en la forma de conservas modificando únicamente la forma del tallo de palmito sin añadirle ningún tipo de complemento que permite crear un valor agregado al producto que es justamente lo que pretendemos hacer al crear este plan de palmito marinado.

Lo que ocasiona la falta de innovación y por ende la exportación de un producto sin un valor agregado diferente es que la industria ecuatoriana tenga una escasa mejora con respecto a añadir valor agregado distintivo en productos generalmente agrícolas.

El aprovechamiento sobre el consumo de palmito ecuatoriano en el mercado Francés, aunque es el primero, no lo estamos desarrollando o innovando de la mejor manera. Al conocer que Francia según (Proecuador, 2015) es primer consumidor mundial de este vegetal se debería atacar a este país también con la exportación de palmito marinado puesto que su consumo en forma tradicional es abundante, la idea de añadir un valor agregado a este podría funcionar de buena manera.

Pronóstico

Al no realizar este plan para la exportación de palmito marinado hacia Francia no se podrá evaluar el ingreso de este producto con valor añadido a este mercado y con esto se negará la posibilidad de tener registros de la aceptación o no de productos no tradicionales en este mercado impidiendo conocer detalles que permitan el ingreso de nuevos productos. Además se mantendría un desconocimiento parcial del mercado francés y se impediría crear un incentivo a las empresas ecuatorianas que exportan productos agrícolas especialmente.

La no creación de un plan de negocios para la exportación de palmito marinado junto con el desaprovechamiento de las condiciones comerciales actuales entre Ecuador y la Unión Europea podría causar la pérdida de las facilidades y beneficios que estas ofrecen, las mismas que en un futuro inmediato puedan disminuir o eliminarse.

Control de pronóstico

Al realizar el plan de negocios para la exportación de palmito marinado hacia Francia en el periodo 2015 podremos obtener respuestas e interpretaciones valiosas que nos permitirán descubrir factores importantes acerca del mercado francés y el aprovechamiento del mismo, detalles destacados acerca del ingreso de nuevos productos con valor añadido al mercado e información conjunta que puedan facilitar o aperturar el ingreso de productos, no necesariamente el palmito, a este mercado tan diverso.

Si bien la funcionabilidad y rentabilidad de este plan de negocios sea lo esperado estaremos de acuerdo que solo la realización del mismo creará oportunidades o bases para futuros planes o productos que pretendan ser enfocados con la misma idea de añadirles un valor agregado distintivo y romper con la mente tradicional de la mayoría de los empresarios exportadores ecuatorianos abriendo así un camino a seguir con un final beneficioso de exportación de productos ecuatorianos únicos e inimitables.

1.1.5 Formulación del problema

¿Cómo debería estructurarse un plan de negocios para la exportación de palmito marinado hacia Francia?

1.1.6 Sistematización del problema

¿Qué requisitos legales se deben cumplir para formar una empresa exportadora?

¿Cómo es el estudio técnico de la empresa y el tamaño del proyecto?

¿Cuál es el adecuado estudio de mercado y del marketing mix para exportar palmito marinado a Francia?

¿Cómo es la logística de exportación de palmito marinado a Francia?

¿Cómo debería estructurarse un análisis financiero para demostrar la rentabilidad o no de la exportación de palmito marinado hacia Francia?

1.1.7 Objetivo General

Establecer como debería estructurarse un plan de negocios para la exportación de palmito marinado hacia Francia.

1.1.8 Objetivo específicos

- Identificar los requisitos legales para formar una empresa exportadora.
- Detallar el estudio técnico de la empresa y el tamaño del proyecto.
- Determinar cuál es el adecuado estudio de mercado y marketing mix para exportar palmito marinado a Francia.
- Establecer cómo es la logística de exportación de palmito marinado a Francia.
- Proponer cómo debería estructurarse un análisis financiero para demostrar la rentabilidad o no de la exportación de palmito marinado hacia Francia.

1.1.9 Justificaciones

La investigación cumple con varios objetivos destinados especialmente a aportar al cambio de la matriz productiva donde las exportaciones de productos no petroleros logren tener un crecimiento o una participación mayoritaria.

Particularmente podemos establecer que este plan de negocios reflejará la relación de la baja participación de las exportaciones no petroleras en los ingresos del país con la inexistencia de planes de exportación de palmito marinado y por ende de productos agrícolas no tradicionales que son comercializados sin un valor agregado distintivo. Se pretende encontrar razones para implantar en la conciencia exportadora una idea innovadora presentando resultados que servirán para motivar o fijar realidades de la exportación de productos con un valor añadido diferente al tradicional.

Presentar un plan de exportación de un producto con un valor agregado pretende servir de pauta para la creación o formulación de estos con la gran variedad de productos comercializados a diferentes países, donde nuestros productos puedan poseer características únicas y distintivas que innoven el mercado mundial y por ende la conciencia de una

mejora en los empresarios, sin dejar de menos el fomento de la producción nacional y el aumento de las exportaciones del producto en su forma tradicional.

1.2 Marco Referencial

1.2.1 Marco Teórico

Plan de negocios.

Empezamos el marco teórico con la definición de un plan de negocios, importante para el inicio de una buena estructura, donde según (Condusef, 2015) un plan de negocios se presenta como una guía para el empresario mediante el cual, se elaboran, definen y evalúan aspectos que integran la idea o proyecto de negocio. Esto sirve para el mismo empresario que busca precisar o concretar su idea y también, una vez elaborado sirve para convencer en su caso, a nuevos participantes o inversionistas que pudieran participar en el negocio.

Dado que en un plan de negocios se señalan los objetivos a cumplir, este debe incluir el detalle del plan de acción necesario para alcanzarlos. Por otra parte, es importante que el plan de negocios esté elaborado de forma tal que permita ser actualizado con los cambios propios del dinamismo del mercado y de la situación de la empresa.

La elaboración de planes supone uno de los aspectos más importantes de la gestión empresarial. El hecho de contar con una guía es una especie de seguro ante los inconvenientes que surgen durante el trabajo cotidiano, ya que ofrece posibles soluciones y alternativas. (Definición, 2000)

La elaboración de un plan de negocios direccionado a la exportación en cambio no tiene una estructura predeterminada ya que varía en función de los productos, servicios y características particulares de cada empresa. Según (Promexico, 2007) lo que se busca con la planificación de un negocio de exportación es penetrar sistemáticamente un producto o servicio en los mercados internacionales maximizando la eficiencia y la rentabilidad.

Un plan de exportación debe contar, según menciona (Connectamericas, 2014), con los siguientes componentes básicos:

- Descripción del negocio, es importante exponer información detallada acerca de la empresa. En especial una descripción de su capacidad, experiencia y habilidades para poner en práctica el proyecto. Definir las fortalezas y debilidades de la empresa también es recomendable. Además, debemos incluir los objetivos a largo y corto plazo, si hay antecedentes de un plan de negocios de exportación, la estrategia de inserción al mercado meta, y la descripción del producto o servicio.
- Nichos de mercados deseados, se debe tomar en consideración qué tipo de proyecto va a ser desarrollado, es una de las partes más importantes y se debe tomar en cuenta el tamaño actual y las tendencias del mercado.
- Posicionamiento del negocio, esto constituye la identidad de la empresa en el mercado, es la forma en que desea que el mercado y la competencia perciban el producto o servicio.
- Competencia, esta indica si los productos y servicios son adecuados para el entorno competitivo. Si se las incluye, se demostrará que se entiende que la industria está preparada para hacer frente a algunos de los obstáculos que encontrará la empresa.
- Costo de producción y desarrollo, en esta parte el presupuesto entra en acción. Se deberá incluir el costo del diseño del prototipo y los gastos de la producción.
- Ventas y Marketing, describe tanto la estrategia como las tácticas que emplearas para lograr que los clientes compren tus productos.

La importancia de los componentes de una estructura básica de un plan de exportación es muy relevante, así como también un estudio de mercado internacional y un plan de marketing internacional los cuales permiten identificar y por ende satisfacer las necesidades de los consumidores.

Un estudio de mercado internacional según (Promperu, 2014) consiste en identificar, recopilar, analizar y difundir, de modo sistemático y objetivo, información de mercados externos, con el propósito de identificar oportunidades y solucionar problemas asociados al emprendimiento de esfuerzos de exportación, además determina que el punto clave para

entender la tendencia de consumos de productos o servicios, es comprender al consumidor en el entorno del mercado y su comportamiento en este.

Los indicadores de gestión empresarial son una clave importante ya que como menciona (Camejo, 2012) puede determinar si un proyecto o una organización están siendo exitosos o si están cumpliendo con los objetivos con la condición de que estos reflejen datos veraces y fiables, ya que el análisis de la situación, de otra manera, no será correcto. Por otra parte, si los indicadores son ambiguos, la interpretación será complicada.

Un sistema que entregue información regular sobre la calidad de la gestión posibilitará mayor eficiencia en la asignación de recursos físicos, humanos y financieros, proporcionará una base de seguridad y confianza en su desempeño al conjunto de personas implicados en su implementación, incrementará la autonomía y responsabilidad de los directivos y ayudará a mejorar la coordinación con los demás niveles del aparato público. (Institución Universitaria de Envigado, 2015)

Exportación de palmito marinado

La exportación de productos terminados con un valor agregado distintivo se convierte en la manera adecuada hoy en día para lograr una penetración y aceptación en mercados que prefieren la variedad que la cotidianidad.

El cumplimiento de los requisitos logísticos, legales y sanitarios forman parte de una secuencia que a la larga permitirá que se realice la operación comercial sin inconvenientes.

Los requisitos logísticos para la exportación de nuestro producto serán tomados en referencia a exportaciones de palmito en conserva.

Según las exportaciones realizadas por las principales exportadoras de palmito del país, el uso de transporte marítimo es el más adecuado. El tiempo de tránsito promedio hasta Francia es de 23 días.

La logística en cuanto a las condiciones en que el palmito en conserva es exportado se basa en formar cajas de varias latas del producto, posteriormente se procede a paletizar y a ubicar en un contenedor.

En cuanto a los requisitos sanitarios nacionales para la exportación del palmito marinado se detallan algunos de los registros y registros a obtener previo a la actividad comercial:

Registro Sanitario.

Para obtenerlo, la empresa deberá realizar una declaración juramentada de la inocuidad del producto y sobre su duración, una vez entregado el Registro Sanitario tiene tiempo límite de cinco años.

La empresa se basará en la Norma INEN 2736:2013 específicamente a las normas del codex para algunas hortalizas en conserva codex stan 297-2009. (Normalización INEN, 2014)

Las empresas productoras y distribuidoras de productos alimenticios procesados para consumo humano deben cumplir o poseer ciertas certificaciones que garanticen sus procesos tales como:

- ISO 22000:

Es una norma de la serie ISO enfocada en la gestión de la Inocuidad y seguridad alimentaria (Irqa, 2016)

Las normas internacionales exigen ciertos certificados y calificaciones, entre las principales y básicas para la exportación de este producto se necesitan:

- Certificación Kosher
- Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos (HACCP).
- Normas BASC

Así mismo, cumplen con requerimientos de la Administración de los Alimentos (FDA) y del Codex alimentario de la FAO / OMC. (ProEcuador, 2015)

Francia 2015

Francia según (Union Europea, 2015) es el país con mayor superficie de Europa y se extiende desde el mar del Norte hasta el Mediterráneo. Su paisaje es muy diverso, con

montañas alpinas al este y al sur. Entre ellas se encuentra el Mont Blanc que es el pico más alto de Europa occidental.

Los sectores más importantes de la economía francesa en 2014 eran la administración pública, la defensa, la educación, la salud y los servicios sociales (23,2 %), el comercio mayorista y minorista, el transporte y la hostelería (17,7 %), y la industria (13,8 %). Francia se divide administrativamente en regiones, departamentos, distritos, cantones, y municipios o comunas.



Figura 1. Mapa de Francia
Elaborado por: (Europa Eu, 2015)

Adicionalmente cuenta con colectividades, territorios y dependencias. El departamento más extenso es la Guayana Francesa con 91 000 km².42. Las 27 regiones y sus correspondientes 101 departamentos son de la metrópoli o de ultramar.

Francia cerró 2014 con una población de 63.920.000 personas, lo que supone un descenso de 1.900.916 personas, 136.343 mujeres y 138.515 hombres, respecto a 2013, en el que la población fue de 65.820.916 personas. Francia es el 22º país en población de los 184.

Con respecto al comercio exterior, Francia según (Santander, 2015) es una de las diez principales potencias exportadoras del mundo y el comercio representa más de 60% del PIB.

Con respecto a los beneficios que ofrece Francia para la comercialización de productos para los países en vías de desarrollo estos se benefician de franquicias de derechos de aduana o de aranceles reducidos sobre sus exportaciones al mercado comunitario en virtud del Sistema Generalizado de preferencias (SGP), que se aplica a 7,200 productos. El

esquema del SGP de la UE (2011-2014) tiene como principal objetivo contribuir a la reducción de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible y la gobernanza. (Centrex, 2015)

El principal destino de las exportaciones de Francia es Alemania con una participación del 16.22% en el año 2012, constituyéndose en el principal socio comercial de Francia, seguido por Bélgica 7.33%, de Italia 7.28% y España 6.70%. Ecuador representa solamente un 0.02% de las exportaciones de Francia. (Proecuador, 2015)

Con respecto a las importaciones de palmito desde Francia según (Explored, 2015) Ecuador es el líder en el mercado con más del 60% de participación seguido por Costa Rica con un 13% y Bélgica con 8%. Otro país latino con una creciente participación es Colombia que desde el año 2006 tiene una tasa de crecimiento promedio anual del 40% y un incremento total del 1234% en el período 2006-2013 convirtiéndole en un competidor a tener en cuenta. Cabe señalar que el palmito exportado por Bélgica a Francia en parte es ecuatoriano ya que Ecuador es el primer proveedor de Bélgica para este producto.

En tanto al consumo de palmito según (Proecuador, 2015) Francia es uno de los países donde más opciones tiene el consumidor para elegir en cuanto a conservas. Además es el primer consumidor mundial de palmito ya que las conservas vegetales son más baratas que los vegetales frescos, y pueden almacenarse por largo tiempo.

El consumo de conservas vegetales en este país es uno de los más elevados de Europa revelando que las ventas de comida en conserva estuvieron lideradas por las conservas vegetales con un valor de 1290,7 millones de euros en el 2013. En el año 2013, el 99.7% de los hogares franceses compraron conservas y consumieron 24 kg por habitante durante el año.

Para el año 2003 se observaba un consumo per cápita de 3.6 Kg aproximadamente y en el 2013, 10 años después, notamos un incremento en su consumo a casi 5 kg de palmito.

Palmito marinado.

El palmito o *Chamaerops humilis*, nombre científico, es una palmera dioica, o a veces hermafrodita, normalmente con varios troncos, aunque en ocasiones podemos ver

ejemplares de un solo tronco, que puede alcanzar 3-4 m. de altura. Troncos generalmente más gruesos en su parte alta que en la inferior, y están cubiertos por la base de las hojas viejas.



Figura 2. Palmito
Elaborado por: (Cocinista, 2015)

El palmito es un vegetal de fácil digestión y con bajo contenido graso; además, se destaca por ser bajo en calorías, lo cual es excelente incluirlo en tu alimentación si deseas reducir medidas. Los Palmitos se extraen de la parte más tierna de la palmera. Son la base anillada de las hojas sin abrir. (Verde Despertar, 2013)

Las propiedades nutricionales del palmito según (Verde Despertar, 2013) beneficia de esta manera:

- Potasio, el potasio contribuye a la regularización de todas las funciones celulares y incluyendo las del corazón, del sistema nervioso y de los músculos.
- Cobre, indispensable para que los huesos, tendones, tejido conectivo y el sistema vascular se desarrollen y estén en perfecto estado.
- Zinc, acelera la cicatrización de heridas, y ayuda a la digestión de proteínas.
- Fósforo, favorece el mantenimiento del cerebro.
- Vitamina C, es importante para el mantenimiento de las defensas del cuerpo.
- Riboflavina, interviene en la producción de glóbulos rojos.
- Fibra, el palmito es fuente de fibra soluble la cual es importante porque equilibra los niveles de colesterol y glucosa en sangre, contribuye a prevenir el cáncer de colon y también ayuda a regular el tránsito intestinal.

Con respecto a la producción cultivada de palmito según (MAGAP, 2014) Ecuador cuenta con aproximadamente 17.500 hectáreas sembradas de palmito en las cuales el promedio normal de producción nacional es de 7500 tallos por hectárea, es decir 7,2 toneladas. Las conservas son la forma de presentación más utilizada.

Las características climatológicas y agroecológicas de los suelos para el cultivo de palmito en el Ecuador como la alta humedad y precipitación, luminosidad y temperatura moderadamente elevada privilegian su producción en ciertas zonas como el noroccidente de la provincia de Pichincha, las provincias de Esmeraldas, Manabí, Santo Domingo, Los Ríos, y en la Amazonía la provincia de Orellana, principalmente. (Proecuador, 2015)

Los principales países exportadores de palmito durante el año 2014 fueron Ecuador que generó USD 82.1 millones en valor y tuvo una participación del 62% de las exportaciones mundiales. Seguidos por Bolivia con USD 16.3 millones en valor y con una participación mundial del 12.3%; Costa Rica reportó exportaciones de USD 11.9 millones; Perú USD 4.2 millones, Bélgica USD 3.1 millones. El 94% está representado por seis países en cuanto a la participación mundial en las exportaciones de conservas de palmito, añadiendo a Colombia a los descritos anteriormente mencionados. (Trade Map, 2014)

Actualmente Ecuador es el primer abastecedor de palmito a escala mundial, en los últimos años ha logrado varias negociaciones, enviando grandes cantidades de palmito, alcanzando porcentajes del 30.9% a Francia, 16.1% a Chile, 12.6% a Argentina, 9.8% a Venezuela, 7.1% a Canadá y de 6.9% a Estados Unidos (Proecuador, 2015) sin embargo, existen otros mercados muy poco tradicionales como Marruecos y Nueva Zelanda que también importan este alimento.

Al referirnos específicamente a las empresas productoras y exportadoras de este vegetal consideramos a I.A.E Industria Agrícola Exportadora INAEXPO C.A. como la principal a nivel nacional seguida por una serie de empresas, que si bien cumplen las mismas actividades, su volumen y producción es menor a la empresa antes mencionada. Otras principales empresas ecuatorianas según (Proecuador, 2015) que exportan palmito a Francia son:

ÉIndustrializadora y Comercializadora de Palmito S.A. INCOPALMITO

ÉProtropic CIA. LTDA. (Productos tropicales)

ÉEcuavegetal S.A.

ÉTropicalfoods S.A.

ÉAlimentos y Conservas del Ecuador S.A.

CAPITULO 2

MÉTODO

2.1 Metodología General

2.1.1 Nivel de estudio

Estudio descriptivo

En dicha investigación, mediante este nivel de estudio, se buscará representar o referir tanto procesos productivos como logísticos donde detallaremos las propiedades y características importantes del palmito marinado, detalles del proceso logístico y de exportación, además se especificará las características importantes del mercado francés y su segmentación.

Este estudio descriptivo abarcará y explicará las distintas partes del plan de negocios para la exportación de palmito marinado hacia Francia.

2.1.2 Modalidad de investigación.

Modalidad documental

Esta modalidad será aplicada en cuanto a la información que se obtendrá de registros impresos, audiovisuales y electrónicos que ampliarán y profundizarán el conocimiento acerca de un direccionamiento adecuado que nos permitan especialmente dotarnos de información acerca del producto que elaboraremos tanto como del mercado en destino con respecto a datos estadísticos sobre la producción, importaciones y exportaciones, así como de su población con el fin de obtener un completo y detallado plan de negocios.

Modalidad proyecto de desarrollo

Este plan de negocios de exportación de palmito marinado hacia Francia ocupa la modalidad de proyecto de desarrollo ya que si bien el fin principal es la exportación del producto mencionado, permitirá también obtener datos importantes que puedan ser utilizados por empresas o proyectos futuros para el ingreso de nuevos productos hacia el mismo mercado.

Su resultado es una propuesta práctica de aplicación específica, con viabilidad de ser ejecutado enfocando el tema de la exportación de palmito marinado a Francia.

2.1.3 Métodos de investigación

Método analítico-sintético

Para usar el método analítico se dividirán los elementos y partes del plan de negocios de exportación, para estudiarlos y analizarlos por separado y luego examinar su secuencia y las relaciones que existe en un todo. Para lograr un mejor resultado se separaron en forma adecuada, los conceptos básicos de los secundarios.

El método sintético se utilizará para lograr reestructurar o rearmar en un todo los resultados obtenidos en el análisis en forma concisa, a través de un proceso progresivo y sistemático.

Método inductivo-deductivo

Se utilizará el método inductivo para la búsqueda de solución al problema a partir de la información y situaciones particulares acerca de la exportación de palmito marinado al mercado francés que se detallarán hasta llegar a generalizaciones y conclusiones.

La teoría y las aplicaciones en general de esta exportación servirán de base deductiva para llegar a la particularidad de las oportunidades comerciales ecuatorianas que pueden darse en Francia.

2.1.4 Población y muestra

El total de la población de Francia es de 63.920.000 habitantes.

Con el fin de obtener valores más reales y precisos en el cálculo de la demanda, se utilizará el dato de la población económicamente activa de Francia el cual es de 30.075.950 (Datos Macro, 2016)

Se realizará el cálculo del consumo nacional aparente para determinar el consumo de palmito por persona.

No se aplicará la muestra debido a que no se realizarán encuestas pero, se realizarán los cálculos a través de la siguiente fórmula del consumo nacional aparente, que se presentará en el capítulo 3:

$$\text{CNA} = \text{Producción Nacional} + \text{Importaciones} \text{ ó } \text{Exportaciones}$$

2.1.5 Selección de instrumentos de investigación.

Entrevista.

El uso adecuado de este instrumento nos permitirá conseguir información detallada de expertos tanto en producción, comercio y marketing para una correcta estructuración del plan de negocios para la exportación de palmito al mercado francés.

Observación directa.

Este instrumento será aplicado al momento de constatar todo el proceso de producción y de exportación del palmito marinado con lo que se obtendrán detalles reales que servirán a la investigación para la comprobación de datos.

Análisis de documentos.

Con este instrumento pretendemos utilizar toda la información que servirá para la investigación donde el uso de documentos y fuentes necesarias tanto físicas como electrónicas, relacionadas con el plan de exportación de palmito marinado hacia Francia, serán empleadas para complementar la investigación.

2.1.6 Procesamiento de datos.

Para obtener datos relevantes de la investigación utilizaremos todos los paquetes informáticos que permitirán evaluar el cumplimiento de objetivos e hipótesis propuestas.

Los datos obtenidos durante la investigación se procesarán para generar resultados con datos agrupados y ordenados, que permitirán evaluar el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Para el desarrollo del plan de exportación utilizaremos Microsoft Office.

Para la presentación y defensa del proyecto se ocupará el programa Prezi.

2.2 Metodología específica.

Para el cumplimiento de los objetivos específicos del presente trabajo de investigación, se utilizarán las siguientes herramientas teóricas, las mismas que conforman la estructura para un plan de negocios de exportación.

2.2.1 Metodología para el objetivo específico 1: Identificar los requisitos legales para formar una empresa exportadora.

El objetivo principal de esta metodología es detallar cada uno de los pasos y requisitos que se deben tomar en cuenta obligatoriamente al momento de la creación de una empresa destinada a la exportación de productos.

La fase a desarrollar será la siguiente:

- Detallar los requisitos legales para formar una empresa exportadora.

Los requerimientos legales obligarán a la empresa a una buena práctica

Esta serie de pasos evitarán la creación de obstáculos al momento de la creación de la empresa como también del proceso de industrialización.

La exportación de productos alimenticios a otros países requiere de una exhausta investigación acerca de los requerimientos legales en el ámbito local para su industrialización, conservación o manipulación donde todo esté acorde con obtener un producto apto para el consumo humano para que este tipo de productos no altere o afecte a la salud pública y respete las normas de sanidad.

El cumplimiento de los requisitos legales para la creación de una empresa le permitirá obtener certificados de calidad, hecho que en la actualidad es muy valorado por el campo empresarial o social para avalar el cumplimiento de buenas operaciones productivas y de industrialización.

2.2.2 Metodología para el objetivo específico 2: Detallar cómo es el estudio técnico de la empresa y el tamaño del proyecto.

En esta metodología se desarrollará un estudio técnico donde se especificarán detalles sobre la macro y micro localización de la empresa que permitirá una adecuada logística interna, además de las diferentes fases de compras de materia prima e insumos a los que incurre la empresa.

Cabe mencionar que se pretende iniciar el proceso de industrialización con la compra de tallos de palmito donde intentaremos evitar personal, costos y tiempo extra en procesos productivos anteriores como su cultivo.

La estructuración organizacional correcta de la empresa será otro tema a discernir mediante esta metodología donde se establecerán cargos y responsabilidades a diferentes empleados con el fin de aportar correctamente al negocio y así lograr el cumplimiento de los objetivos esperados. Además se tratarán detalles como la micro y macro localización de la empresa que permitirán una adecuada logística interna.

La secuencia de fases determinará como resultado el cumplimiento de las variables para establecer el tamaño del proyecto de la empresa.

Los pasos a seguir:

- Proceso productivo del palmito marinado;
- Macro y micro localización de la empresa;
- Estructura organizacional y determinación de los cargos y competencias
- Fase de compra de insumos;
- Maquinaria y tecnología;
- Financiamiento del proyecto;
- Proveedor de tallos de palmito;
- Capacidad productiva
- Tamaño del proyecto.

2.2.3 Metodología para el objetivo específico 3: Determinar cuál es el adecuado estudio de mercado y marketing mix para exportar palmito marinado a Francia.

El correcto desarrollo de esta metodología nos permitirá alcanzar quizá el mayor objetivo que es obtener la aceptación de nuestro producto en el mercado de destino. Un correcto estudio de mercado aumentará la probabilidad de alcanzar un posicionamiento en la mente de los futuros consumidores tratando de presentar un producto diferente y único.

Los pasos a seguir son:

- Estudio del mercado francés;
- Cálculo de la demanda y proyección;
- Oferta exportable;
- Marketing Mix;

El buen uso e interpretación de datos obtenidos sobre el mercado francés en cuanto a la producción y comercialización de palmito permitirá determinar una correcta demanda a través del método del consumo nacional aparente.

El estudio de mercado continuará con una serie de pasos secuenciales donde además de determinar resultados de la demanda potencial también se analizarán variables importantes como la capacidad productiva de nuestro proveedor, tecnología y maquinaria, datos que facilitarán la identificación de una oferta exportable coherente.

Complementando y abarcando toda la información necesaria se realizará un estudio de marketing mix y la determinación de las 4 P (Precio, Producto, Plaza y Promoción), con lo cual se pretende presentar propuestas creativas para la resolución de cada uno de los aspectos propuestos con el fin único de captar y aumentar posibles distribuidores o comercializadores de nuestro producto en el mercado francés.

2.2.4 Metodología para el objetivo específico 4: Establecer cómo es la logística de exportación de palmito marinado a Francia.

Mediante esta metodología se pretende describir los procesos comerciales tanto en el país de origen como en el país de destino con el fin de que nuestro producto pueda ser

entregado a los consumidores en las mejores condiciones con respecto a calidad, precio y tiempo.

Un correcto estudio del proceso de logística y comercio exterior permitirá detallar resultados donde pretenderemos destacar a nuestro producto y empresa en cuanto al desarrollo eficiente en la entrega del palmito marinado en condiciones óptimas.

El proceso a seguir es el siguiente:

- Requisitos arancelarios y no arancelarios en Francia;
- Fase de negociación;
- Análisis de medio de transporte y terminales en país de origen y destino;
- Fase documental;
- Fase de logística interna en el país de origen;
- Fase aduanera.

Caracterizar de manera correcta los procesos internos a realizar hasta obtener el producto a exportar nos permitirá ahorrar tiempo y costos sin dejar de lado a la alta calidad con la que se pretende manejar el producto.

Un estudio a fondo en cuanto a la parte legal y comercial entre Ecuador y Francia permitirá aprovechar acuerdos y beneficios para un ingreso fácil de nuestro producto al mercado francés en cuanto a requisitos, restricciones, barreras arancelarias y no arancelarias.

La base del comercio exterior es el transporte internacional, es por eso que se profundizará de manera considerable en el tema tratando de reconocer y analizar todas las alternativas posibles donde se seleccionará la opción viable en cuanto a tiempo y costo. De igual manera se analizará la determinación del Incoterm adecuado donde este será seleccionado de acuerdo a conveniencias económicas y de responsabilidad del manejo de la carga tanto de importador como del exportador.

2.2.5 Metodología para el objetivo específico 5: Proponer como debería estructurarse un análisis financiero para demostrar la rentabilidad o no de la exportación de palmito marinado hacia Francia.

La secuencia a seguir será la siguiente:

Determinación de la inversión

- **Inversiones Necesarias:** Se debe identificar todas las inversiones necesarias que se tenga que hacer, ya sea en temas de infraestructura como económicos.
- **Inversiones en Capital Circulante:** Hay que indicar las necesidades de tesorería operativa, materia prima, y los plazos medios de cobro y pago a proveedores y posibles trabajadores.
- **Financiación:** Una vez fijadas las inversiones necesarias, debemos explicitar la cuantía de recursos propios con los que cuentas así como las posibles subvenciones.

Determinación de Costos Fijos, Variables y Gastos

- **Costos fijos:** son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos.
- **Costos variables:** hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción.
- **Gastos:** éstos son de tipo administrativo, financiero y ventas

Determinación de los Estados financieros

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

Determinación de los Indicadores financieros:

- Flujo de caja;
- Valor Actual Neto (VAN);
- Tasa interna de retorno (TIR);
- Punto de equilibrio;
- Período de recuperación de la inversión (PRI);
- Rentabilidad sobre inversión;
- Rentabilidad sobre el capital propio;

- Índice de cobertura de la deuda;
- Índice de apalancamiento.

Los datos obtenidos de los estados financieros serán analizados de manera cuidadosa donde podamos obtener resultados y datos importantes para tomar decisiones correctas tanto al inicio como en el transcurso del proyecto. Definiremos los indicadores financieros a analizar.

Flujo de caja: Es uno de los elementos más importantes para este proyecto ya que permite medir la rentabilidad del mismo, considerando el rendimiento de los recursos propios y la capacidad de pago y endeudamiento.

Valor Actual Neto (VAN): permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero, maximizar la inversión.

Fórmula:

$$VAN = I_0 + \frac{FCN\ n}{(1+i)^1} + \frac{FCN\ 2}{(1+i)^2} + \dots$$

Donde,

I_0 = Inversión inicial

i = Tasa de descuento

n = Períodos

Tasa interna de retorno (TIR): es otro de los indicadores financieros que permiten evaluar la posible rentabilidad de un negocio o proyecto.

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

Punto de equilibrio: Determina el momento en el cual los ingresos totales son suficientes para cubrir los costos totales, es decir; indica la cantidad mínima requerida en volumen de producción (unidades) o volumen de ventas (dólares) de manera que no exista pérdida en el proyecto.

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

Período de recuperación de la inversión (PRI): En donde, se señala el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial, por lo tanto tenemos:

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

Rentabilidad sobre inversión: Se aplica la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}} \times 100\%$$

Rentabilidad sobre el capital propio. Muestra el porcentaje del rendimiento del capital propio que se ha invertido, su cálculo es de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital propio}} \times 100\%$$

Índice de cobertura de la deuda. Determina la capacidad de pago para las obligaciones financieras.

$$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Costo financiero}}$$

Índice de apalancamiento. Consiste en utilizar una deuda para financiar las operaciones de una empresa en lugar de utilizar capital propio, la principal ventaja del apalancamiento es que incrementa la rentabilidad para el inversionista siempre y cuando, el dinero prestado rinda más que el costo del mismo.

$$\frac{\text{Deuda}}{\text{Capital propio}}$$

Índice de rentabilidad en relación de ventas. Este índice nos indica la utilidad con respecto a las ventas.

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Totales}$$

CAPITULO 3

RESULTADOS

3.1 RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

3.1.1 Resultados de objetivo 1: Identificar los requisitos legales que se deben cumplir para formar una empresa exportadora.

En esta fase se presentarán los resultados relacionados completamente con el campo legal para la creación de una nueva empresa. El principal objetivo de determinar correctamente dichos resultados es el no generar barreras y retrasos con respecto a permisos que puedan ocasionar inconvenientes a corto plazo.

Determinaremos los resultados mediante la consecución de esta etapa:

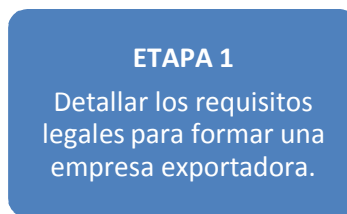


Figura 3. Etapas (Requisitos legales)
Elaborado por: Autor

Etapa 1. Detallar los requisitos legales para formar una empresa exportadora.

A continuación se detalla de forma precisa y resumida los procesos para crear una empresa nueva en nuestro país:

1) Darle un nombre a tu empresa. Al momento de escoger el nombre de tu empresa debes primero dirigirte a la Súper Intendencia de Compañía para verificar que este no haya sido usado o para reservarlo. En caso de que no esté registrado por otra persona tienes un plazo de 30 días de reserva.

El nombre de nuestra empresa es COEXPALM. LTDA

2) Escritura de la Constitución de la Compañía. Este documento debe ser redactado por un abogado. Redactada la escritura debe que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.

Constitución de la Empresa.

Una empresa está regulada por la Ley de Compañías y el tipo de compañía que se ha escogido para el presente proyecto será la Compañía de responsabilidad limitada

Naturaleza

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones permitida por la Ley, excepción hecha operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro. (Ley de Compañías, 1999)

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares.

3) Registro mercantil. Aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías para su revisión. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes y en el caso de su aprobación, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa.

4) Súper de compañías. Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben volver a la Súper Intendencia de Compañías para que estos sean inscritos en su libro de registro. (El emprendedor, 2015)

5) Crear el RUC de tu empresa. Este incluye pasos extras para su creación:

Llenar y entregar formularios 01A y 01B

- a) Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- b) Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- c) Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- d) Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo (SRI, 2015)

6) Requisitos para crear una empresa exportadora

- a) Contar con el RUC indicando la actividad economía que va a desarrollar.
- b) Obtener el certificado de firma digital o Token, otorgado por siguientes entidades:
 - Banco Central
 - Security Data
- c) Registrarse como exportador en Ecuapass donde se podrá:
 - Actualizar datos en la base.
 - Crear usuario y contraseña.
 - Aceptar las políticas de uso.
 - Registrar firma electrónica. (ProEcuador, 2014)
- d) Registro en Agrocalidad.
 - El representante de la empresa debe solicitar el registro de operador en la página de Agrocalidad donde deberá elegir entre cuatro opciones:
 - Exportador, Productor, Productor ó Exportador y Comercializador.
 - Para la aprobación del registro de operador Agrocalidad realizará una inspección detallada a la empresa.
 - En el caso de nuestra empresa debemos seleccionar la opción de Productor ó Exportador ya que cumplimos un proceso productivo y el resultado de este será exportado al mercado francés.

3.1.2 Resultados de objetivo 2: Detallar el estudio técnico de la empresa y el tamaño del proyecto.

Los resultados de este objetivo permitirán determinar el tamaño del proyecto y el cumplimiento de sus variables. La importancia de especificar cada una de las variables permitirá realizar un correcto estudio técnico de la empresa.

A continuación se detallan las etapas a realizar:

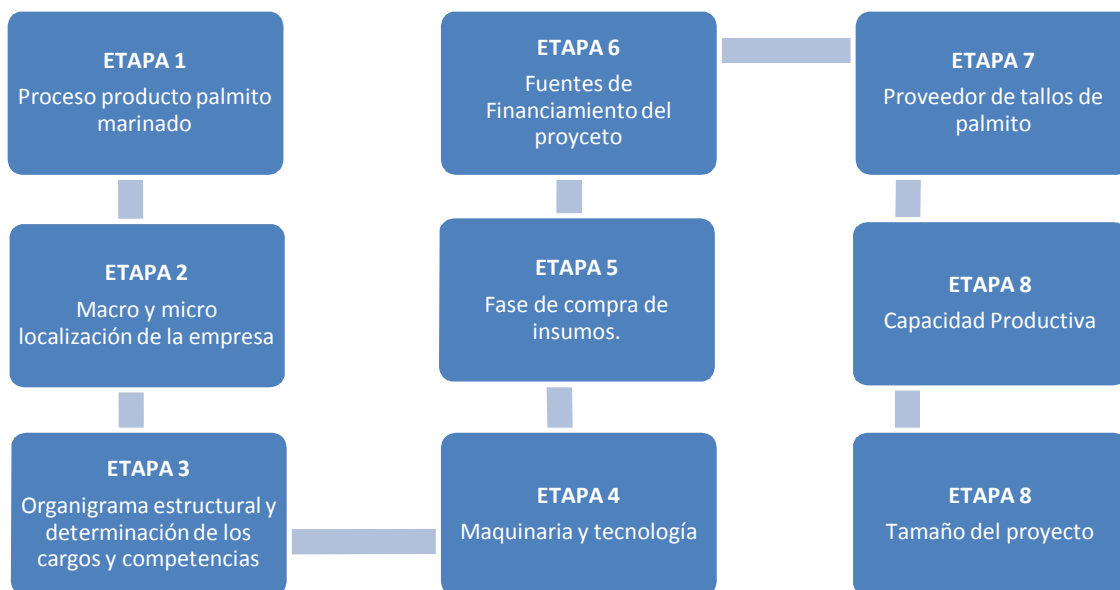


Figura 4. Etapas (Estudio técnico de la empresa y el tamaño del proyecto.)
Elaborado por: Autor

Etapa 1. Proceso productivo del palmito marinado

Con respecto al proceso productivo para obtener el palmito marinado los siguientes pasos a detallar comprenden un conjunto de actividades de orden industrial y uso de maquinaria que permitan garantizar la calidad que se pretende ofrecer en el producto final.

A continuación se detalla un diagrama completo de procesos y posteriormente la explicación de cada uno:

INGREDIENTES

CONDICIONES

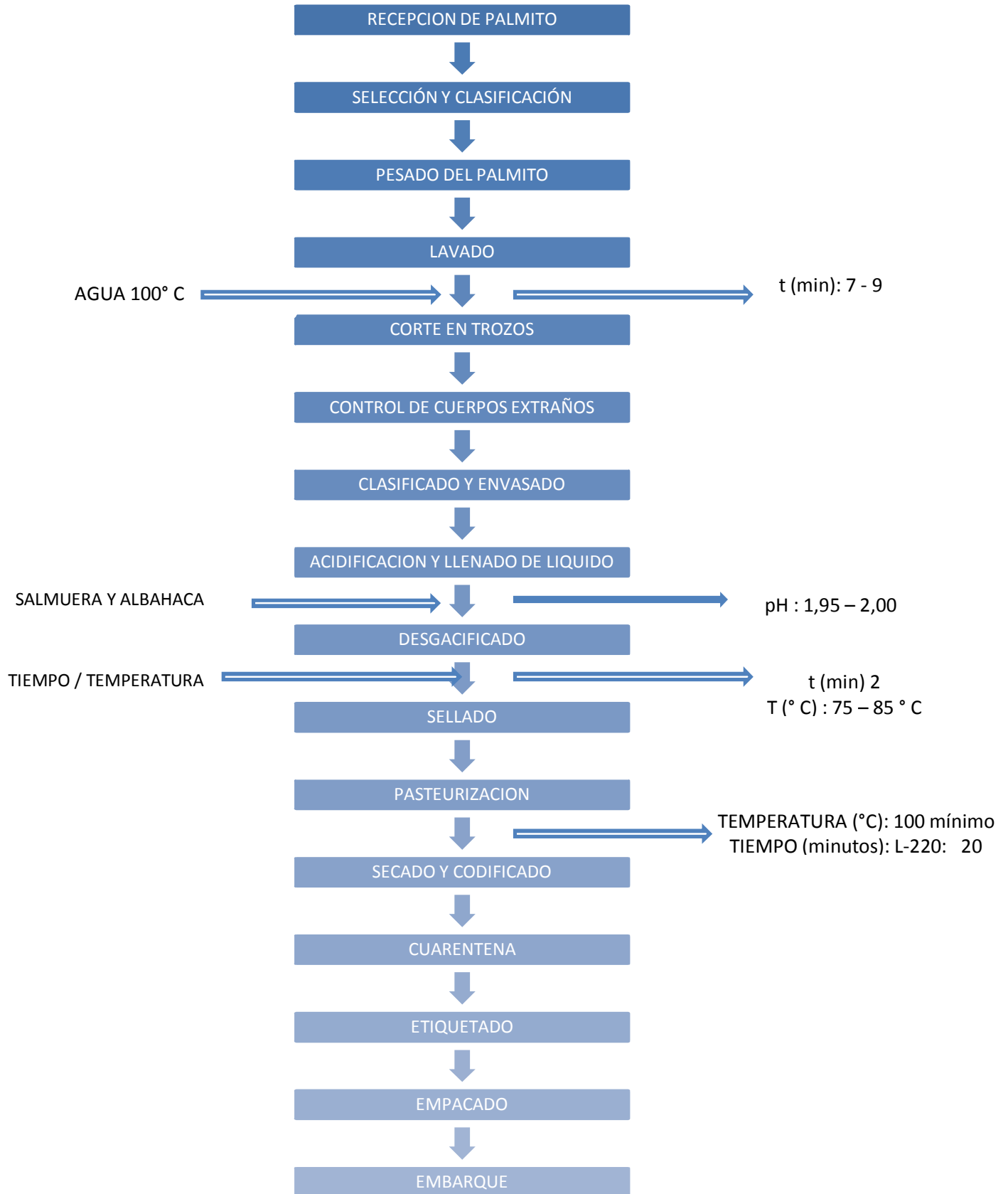


Figura 5. Diagrama de procesos
Elaborado por: (INAEXPO, 2015)

Recepción de palmitos en planta.

El vegetal será recibido en tallos pelados directamente del proveedor a determinar.

Selección y clasificación.

En la planta se realizará una revisión completa de los vegetales donde se analizarán detalles de textura, color y olor del producto para su clasificación de apto o no apto para la producción.

Lavado.

El lavado del producto se lo realizará para eliminar las impurezas y bacterias, esta se la realizará por 7 a 9 minutos en contenedores de agua que deberá estar a 100°C, tiempo en el cual se efectuará una pre cocción del vegetal para que sea de consumo humano.

Corte en trozos.

En la siguiente tabla se detalla el porcentaje de uso del palmito útil disponible para realizar los cortes en trozos.

Tabla 1. Uso de palmito útil

Cáscaras:	51,6%
Base del palmito:	10,7%
Puntas:	24,3%
Palmito útil:	13,4%; trozos de 11 cm constituyen 10,7% Trozos menores de 10 cm, sólo un 2,7%

Elaborado por: (Fao , 2013)

Tomando en cuenta que el tamaño promedio de los tallos de palmito es de 30 cm a 35 cm se recomienda realizar los cortes de 10 y 11 cm para obtener 3 trozos mínimos por tallo.

Control de cuerpos extraños.

Se realiza una revisión minuciosa de los trozos de palmito para evitar que algún tipo de cuerpo extraño ajeno o adherido al vegetal sea envasado.

Clasificado y envasado.

Para la clasificación de los trozos se tomarán en cuenta varios detalles tales como el color. El palmito escurrido debe presentar un color blanco cremoso, característico de palmito natural. Cuando el número de unidades que no tenga el color característico constituya más del 10% de una muestra, ésta es considerada defectuosa. (Hernandez, 2013)

Para el envasado de palmito en latas también se tomarán en cuenta únicamente los trozos de palmito de 10 y 11 cm para tener uniformidad en el producto. Se colocará manualmente entre 6 trozos de palmito en cada lata dependiendo de su grosor y cumpliendo con el peso que se colocará en la etiqueta.



Figura 6. Presentación de palmito.
Elaborado por: (Botánica, 2015)

Acidificación y llenado de líquido

Las latas llenas del producto serán enviadas a la maquina automática para el llenado de los líquidos correspondientes. La salmuera es una mezcla entre agua, sal, vinagre a la cual también agregaremos albahaca. Este líquido tiene una concentración de 2-3% de sal y 0.5 ó 1% de ácido cítrico. Dicha concentración conduce a un pH menor a 4.2 al cabo de 90 días de enlatado. Este pH es considerado adecuado para el control del desarrollo de microorganismos.

Desgacificado.

Seguido del llenado de la cobertura correspondiente se procede a la etapa de precalentamiento en agua a baño María o a vapor, con las tapas sueltas para eliminar el oxígeno de los tejidos y del medio de empaque, por un tiempo de aproximadamente 2 minutos o hasta que la temperatura interior de los frascos se encuentre entre 75° - 85° C.

Sellado.

Después del desgacificado se procede, mediante una máquina automática, a sellar las latas.

Pasteurización.

Se coloca las latas en el autoclave en el cual se inyecta vapor de agua durante 20 minutos. Al cabo de este tiempo se retiran las latas y se enfrían en un tanque de agua. La temperatura usada normalmente para la esterilización es de 100° C.

Secado y Codificado.

Este proceso consiste en introducir las latas en un baño de agua fría, con la finalidad de producir un choque térmico y así garantizar las condiciones de esterilidad del producto.

Continuando el proceso, después del enfriamiento de las latas se procede a la codificación de cada una de las latas para colocar en la tapa superior o inferior la fecha y hora exacta de elaboración y su fecha de caducidad. Este proceso es realizado con una máquina automática de codificado.

Cuarentena.

Luego de enfriadas las latas son almacenadas por lotes en lugares secos y a temperatura ambiente donde, durante los siguientes 10 días, se realizarán pruebas de cuarentena para evaluar variables como el pH, textura, acidez, color y condiciones de la lata.

Etiquetado.

Transcurrido el proceso de cuarentena y aprobadas las pruebas realizadas durante los 10 días se procederá a etiquetar las latas mediante una máquina automática.

Etapas 2. Micro y macro localización de la empresa.

Para la planta de industrialización y distribución de palmito marinado se ha considerado ubicarla en la provincia de Santo Domingo por la cercanía considerable de la planta proveedora de materia prima principal.

- **Macrolocalización.**

País ó Ecuador

Provincia ó Santo Domingo de los Tsachilas

Cantón ó Santo Domingo

- **Microlocalización**

Se ha realizado una ponderación de dos opciones de terrenos para la construcción de una planta de industrialización. Se han tomado en cuenta detalles como: precio, ubicación y accesibilidad.

Opción 1

El terreno se encuentra ubicada en el bypass de la vía Quevedo y Chone, a 4.1 Km de la empresa proveedora de palmito, con 900 m², el precio estimado es de USD 92.00 el m² es decir USD 82.800

Opción 2

El terreno se encuentra ubicada en el bypass de la vía Chone y Av. De los Colonos, a una distancia de 3.7 Km de la empresa proveedora de palmito, con 702 m² y dos salidas una principal y otra posterior apta para descargue de mercadería, el precio estimado USD 80.00 el m² es decir USD 56.160

En dicha ponderación se realizará una comparación de las condiciones que se han propuesto.

La calificación es de 1 ó 5 siendo 1 muy malo y 5 muy bueno

Tabla 2. Resultados de la ponderación

Opciones	Ubicación	Precio	Distancia a proveedor	Accesibilidad	TOTAL
1	Bypass Av. Quevedo y Chone	3	4	5	12
2	Bypass Vía Chone y Av. De los Colonos	5	5	5	15

Elaborado por: Autor

La opción favorable es la dos, se especifican los detalles a continuación

Distancia a proveedor: 3.7Km

Precio: \$ 56.160

Medidas: 702 m2 con dos salidas una principal y otra posterior apta para descargue de mercadería

Infraestructura.

La construcción de la planta de industrialización, oficinas, bodegas y cuarto para planta eléctrica tendrá un tamaño de 571 m2

Etapa 3. Estructura organizacional y determinación de los cargos y competencias



Figura 7. Estructura organizacional
Elaborado por: Autor

Director General.

- Es la encargada de impulsar las estrategias de la empresa, como las Estrategias de Atención al Cliente o las Estrategias de Venta.
- La dirección eficiente y de calidad implementará una organización comercial como estrategia que desembocará en la consecución de los objetivos.

Encargado de producción.

- Ingeniería de producción.
- Análisis y control de fabricación o manufactura.

- Control de la producción y de los inventarios.

Encargado de logística.

- Controlar y coordinar las funciones en la cadena de suministro;
- Optimizar el transporte: reducir el coste, plazos e itinerarios de entrega;
- Gestionar las actividades de producción, transporte, almacenaje y distribución;

Encargado de marketing.

- Diseñar e implementar el Plan de Marketing de la organización.
- Definir las estrategias de marketing para la oferta de productos o servicios.

Encargado de exportación.

- Elaboración y preparación de los contratos.
- Responsabilidad en las comunicaciones con los clientes y representantes.
- Realizar las actividades operacionales requerida para la exportación.
- Envío de documentos e información a clientes en mercados extranjeros.

Encargado Recursos Humanos.

- Elaborar el proceso de reclutamiento, selección, ingreso e inducción del personal.
- Proyectar programas de capacitación y entrenamiento para los empleados.

Contador.

- Establecer los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables
- Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte de la Dirección general, tales como estados financieros.

Obreros.

- Procesos de producción en bodega
- Carga y descarga insumos agrícolas, herramientas, entre otros.
- Unitización de productos en contenedores

Etapa 4. Fase de compra de insumos

Albahaca

Nuestro producto a exportar será el palmito marinado con albahaca y es por eso que la empresa Finca Priscila será el proveedor de esta especie, hierba aromática usada para añadirle un sabor y aroma distintivo al producto tradicional como es el palmito en conserva, además de aprovechar sus múltiples propiedades antibacteriales, antioxidantes, adaptogénicas, entre las principales. (Pleyades, 2013)

La empresa se encuentra ubicada en la parroquia de Nayon, la dirección exacta es nayon la 12 y huaynacapac y n.3-45.

La cantidad de albahaca que se utilizará en cada lata de palmito será de 10 gr.

El costo por kilo es de USD 4.22

Envases.

Fadesa con 40 años de experiencia en el sector industrial es considerada líder en la industria del envase en el país, razón por la cual será nuestro proveedor en los envases metálicos de capacidad para 400 gr para nuestro producto.

La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Quito en la calle Quimiag oe2-255 y Av. Tnte. Hugo Ortiz.

El costo por cada lata es de USD 0.22

Cajas de cartón corrugado.

Corrucart es una empresa destinada a la fabricación y distribución de cartón y cuenta con una experiencia de más de 20 años

El costo por cada caja de cartón es de USD 0.09

Etiquetas.

Codipack es una empresa que se dedica a la fabricación de etiquetas autoadhesivas e impresas con códigos de barras.

Está ubicada en la ciudad de Quito en la calle Reina Victoria N25-33 y Av. Colón.
Edificio Banco de Guayaquil

El costo por cada etiqueta es de USD 0.03

Etapa 5. Maquinaria y tecnología

Maquina selladora y llenadora de latas

La máquina llenadora y selladora de latas se la obtendrá por medio de la empresa Frusso. Esta es una empresa de Argentina especializada con la fabricación de este tipo de maquinaria y a la exportación de las mismas. (Frusso, 2015). El uso y necesidad de una maquinaria de este tipo es indispensable para el llenado con los líquidos respectivos y el sellado de las latas.



Figura 8. Maquina selladora y llenadora de latas

Elaborado por: (Frusso, 2015)

A continuación detallamos las características técnicas y físicas:

Tabla 3. Especificaciones técnicas maquina llenadora

Modelo	Capacidad Unidades/hora	Válvulas llenado Cantidad	Cabezas de cerrado Cantidad	Alto mm	Ancho mm	Largo máquina mm	Peso Kg
Isobárica	1.500	6	2	1.950	700	2.200	650

Elaborado por: (Frusso, 2015)

El costo de la maquinaria es de USD 14.700

Autoclave

La función de esta máquina es que las latas selladas ingresen por 20 minutos en una especie de horno donde, con temperaturas superiores a los 100° C, serán esterilizadas y pasteurizadas, obteniendo como producto final un producto libre de microorganismos y apto para el consumo humano.

Este equipo se lo obtendrá de la empresa Calderos y Afines S.A. Esta empresa está ubicada en la ciudad de Guayaquil. (Calderos y Afines, 2016)

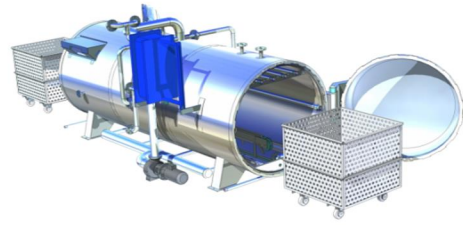


Figura 9. Autoclave.

Elaborado por: (Calderos y Afines, 2016)

El costo de la maquinaria es de USD 13.500

Balanza industrial.

Esta máquina se la obtendrá de la empresa Ingelsoft ubicada en la ciudad de Quito.

El costo de la maquinaria es de USD 800



Figura 10. Balanza industrial
Elaborado por: Electronica Casio

Planta de energía eléctrica



Figura 11. Planta de energía eléctrica
Elaborada por: Energy Plam

Dicha máquina es indispensable ya que la industrialización y funcionamiento de nuestra maquinaria no pueden dejar de operar por fallas eléctricas ya que esto podría producir retrasos en las entregas.

Esta máquina se la obtendrá por medio de la empresa Energyplam ubicada en la ciudad de Quito

El costo de la maquinaria es de USD 6.675

Etapa 6. Fuentes de Financiamiento

El financiamiento de la inversión total se realizará por medio de la corporación financiera nacional CFN donde se obtendrá un crédito a plazo de 5 años con una tasa de interés anual de 9.75 %

El monto de financiamiento o préstamo será del 60% del total de la inversión total y el 40% será con recursos propios.

Etapa 7. Proveedor de tallos de palmito

La selección del proveedor se lo realiza tomando en cuenta la alta productividad, la calidad del producto, los años de trascendencia de la empresa y la participación nacional en cuanto a la producción y venta del palmito.

Los cantones del noroccidente de Pichincha y la provincia de Santo Domingo están considerados como la mayor zona productora de palmito del Ecuador y es en esta última donde se asienta la empresa Inaexpo C.A.

Industria Agrícola Exportadora Inaexpo S.A.

INAEXPO es parte de PRONACA, el principal grupo agroindustrial productor de alimentos del Ecuador, que nació en 1957.

La planta industrial de Inaexpo en Santo Domingo está ubicada en el km 8 ½ de la vía a Quinindé.

En la actualidad, Ecuador es el mayor exportador de palmito cultivado del mundo e Inaexpo ha sido un pilar fundamental para este logro ya que ha invertido en investigación agrícola y en la apertura y desarrollo de mercados. (INAEXPO, 2015)

Nuestro país cuenta con 17.500 hectáreas de palmito, de las cuales el 7200 pertenecen a nuestro proveedor.

Si de cada hectárea se obtienen 7500 tallos de palmito, quiere decir que de las hectáreas que pertenecen a nuestro proveedor se puede obtener alrededor de 54 millones de tallos (MAGAP, 2014).

Inaexpo cuenta con una asociación de más de 202 integrados de palmito que sirven como respaldo en el caso de que se necesite mayor producción de palmito que la misma empresa no pueda abastecer.

El año 2015 exporto alrededor de 1100 contenedores a diferentes países.

La actividad comercial de Inaexpo según (Paulina, 2016) se basa en la exportación de palmito procesado, utilizando el 93% de su producción. El 7% restante es comercializado a nivel nacional sin tener rentabilidad representativa por el bajo precio en que se lo expende y el bajo consumo de este vegetal en nuestro país.

La oferta que posee Inaexpo para proveernos de tallos de palmito es el 7% de su producción, el cual representa alrededor de 504 hectáreas y de 3.880.000 tallos de palmito al año.

El determinar a esta empresa como proveedor nos asegura contar con un producto de calidad, ya que cuentan con rigurosas normas de sanidad donde los tallos de palmito de sus propios cultivos y, con más razón, los de la asociación de integrados de palmito pasan un proceso detallado de clasificación y selección de productos óptimos a exportar.

La compra del palmito en tallos pelados se lo realiza con el fin de evitar costos de cultivo de este vegetal y también reducir los tiempos para obtener los mismos.

Los tallos pelados de palmito serán trasladados a nuestra empresa para continuar con el proceso productivo correspondiente. El costo de producción referencial aproximadamente del tallo de palmito es de 0.18 a 0.23 centavos por unidad (La Hora, 2014)

El costo por tallo para nuestra empresa será de 0,30 ctv por tallo.

Etapa 8. Capacidad productiva

La capacidad productiva de Coexpalm, está definida por la capacidad de materia prima que dispone el proveedor Inaexpo y la cantidad de materia prima que se usará para la creación del palmito marinado.

La empresa Coexpalm se dispone a usar en el primer año el 7% de la producción que el proveedor tiene a su disposición, al segundo año el 9% y del tercer año en adelante el 10%.

Tabla 4. Capacidad productiva en tallos

Año	Oferta del proveedor (Tallos)	Porcentaje a utilizar	Tallos a utilizar
2016	3.880.000	7%	259.200
2017	3.880.000	9%	324.000
2018	3.880.000	10%	388.800
2019	3.880.000	10%	388.800
2020	3.880.000	10%	388.800
2021	3.880.000	10%	388.800
2022	3.880.000	10%	388.800
2023	3.880.000	10%	388.800
2024	3.880.000	10%	388.800
2025	3.880.000	10%	388.800

Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

Para determinar la capacidad productiva en toneladas debemos tomar en cuenta dos variables importantes: la lata a exportar tiene un peso neto de 400 gramos y en cada lata se utilizarán exactamente 2 tallos de palmito.

Para obtener las toneladas a exportar se realizarán las siguientes operaciones.

- Latas a exportar: Tallos a utilizar * 2 (tallos que se utilizan en una lata)
- Toneladas a exportar: Latas a exportar * 400 gr (Peso neto de cada lata)

Tabla 5. Capacidad productiva en toneladas

Año	Tallos a utilizar	Latas a exportar	Toneladas a exportar
2016	259.200	129.600	51,84
2017	324.000	162.000	64,80
2018	388.800	194.400	77,76
2019	388.800	194.400	77,76
2020	388.800	194.400	77,76
2021	388.800	194.400	77,76
2022	388.800	194.400	77,76

2023	388.800	194.400	77,76
2024	388.800	194.400	77,76
2025	388.800	194.400	77,76

Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

La capacidad productiva en el primer año será de 129.600 latas, utilizando 259.200 tallos de palmito, con una producción mensual de 10.800 latas donde el proveedor nos entregará 21.600 tallos de palmito mensuales.

La cifra fue establecida para la exportación de 4 contenedores con un crecimiento de un contenedor anual hasta el tercer año. Los datos exactos del cubicaje se detallarán en los resultados del objetivo 4.

Etapa 9. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado. (Universidad Santo Tomas, 2015)

Tabla 6. Tamaño del proyecto

Tamaño de proyecto		
Año	Toneladas a exportar	Latas a exportar
2016	51,84	129.600
2017	64,80	162.000
2018	77,76	194.400
2019	77,76	194.400
2020	77,76	194.400
2021	77,76	194.400
2022	77,76	194.400
2023	77,76	194.400
2024	77,76	194.400
2025	77,76	194.400

Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

Se ha determinado una capacidad de exportación al primer año de 51.84 toneladas o 129.600 latas de palmito marinado con un crecimiento del 25% al segundo año, obteniendo

64.80 toneladas y 162.0000 latas, y un crecimiento del 20% determinando 77.76 toneladas y 194.400 latas a exportar, cantidades que se mantendrán hasta el año décimo o 2025.

Dicho tamaño de proyecto ha sido determinado por el cumplimiento de variables tales como la capacidad productiva de nuestro proveedor de tallos de palmito, maquinaria, tecnología, y la capacidad de financiamiento que se utilizará.

3.1.3 Resultados de objetivo 3: Determinar cuál es el adecuado estudio de mercado y marketing mix para exportar palmito marinado a Francia.

Los resultados que se presentarán a continuación reflejarán un estudio de mercado completo donde podremos determinar con precisión el mercado meta al que nos vamos a dirigir, oferta, demanda y sus respectivas proyecciones, además del marketing mix que incluirá detalles del producto, plaza, promoción y precio.

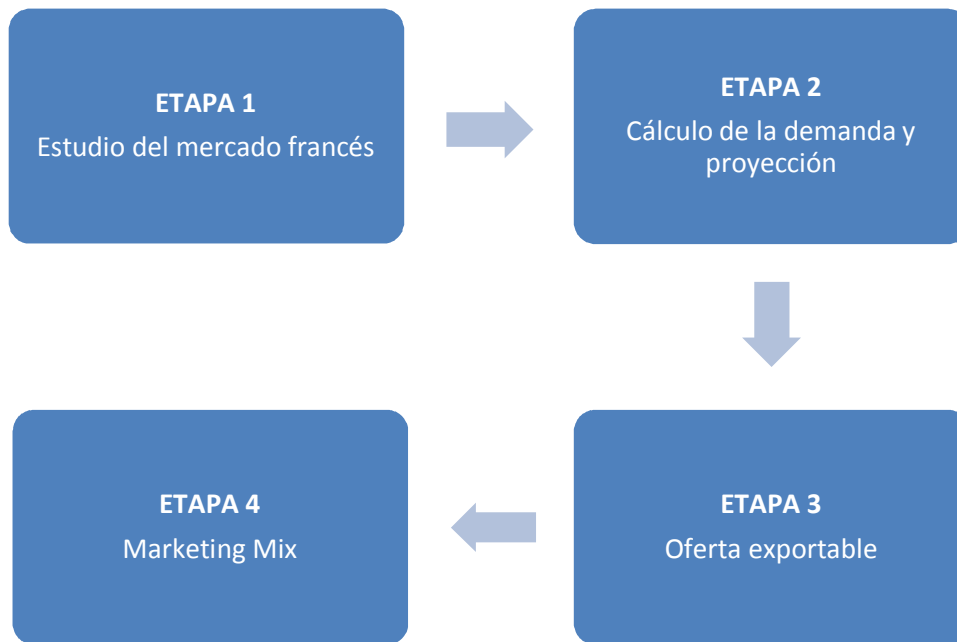


Figura 12. Etapas (Estudio de mercado y marketing mix)
Elaborado por: Autor

Etapa 1. Estudio del mercado francés.

La determinación específica del mercado meta al que nos dirigiremos se basará en aspectos que permitan destacar el consumo de palmito en Francia. Estos detalles nos permitirán conocer el consumo real de sus habitantes, sabiendo que nuestro producto mantiene la forma común de palmito en conserva y únicamente presentaremos una variedad en sabor y aroma se pretenderá tener la misma o mayor aceptación que el producto base.

A continuación detallamos información del mercado en general, datos que nos servirán para conocer su situación actual como también para un cálculo correcto de la demanda.

Datos generales

Tabla 7. Datos generales Francia.

Población	66' 553,766 (Julio 2015)
Crecimiento poblacional	0.43% (2015)
Fuerza Laboral	29' 790,000
Capital	París
PIB	2.18 billones (Euros) (2015)
Moneda oficial	Euro
Tasa de cambio	0.89 Euros por USD (2015)
Tasa de Inflación	-0.191 % (Febrero 2016)

Fuente: (CIA, 2016)

Elaborado por: Autor

En cuanto a las organizaciones o comunidades de las que Francia es miembro podemos destacar las principales:

- Unión Europea
- Organización Mundial de Comercio
- Organización del Tratado del Atlántico Norte
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos

Francia ofrece incentivos comerciales en cuanto a acuerdos que favorecen a la exportación de productos de muchos países entre los que destacan los que se encuentran en vías de desarrollo.

Como consecuencia de sus numerosos acuerdos preferenciales y su esquema del Sistema General de Preferencias y el régimen íntegramente NMF de la UE los países en vías de desarrollo se benefician de franquicias de derechos de aduana o de aranceles reducidos sobre sus exportaciones al mercado comunitario que se aplica a 7,200 productos. El esquema del SGP de la UE tiene como principal objetivo contribuir a la reducción de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible y la gobernanza.

Actualmente, los productos ecuatorianos como el palmito se benefician del SGP+, renovable indefinidamente, con un beneficio del 100% donde el palmito ingresa a la Unión Europea con un arancel de 0%. (Pro Ecuador, 2013)

La aceptación de nuestro palmito en el mercado Francés se reflejan en los siguientes dos gráficos, donde se muestra que el mayor proveedor de palmito de Francia es Ecuador, y las mayores exportaciones de palmito desde Ecuador son para el mercado francés.

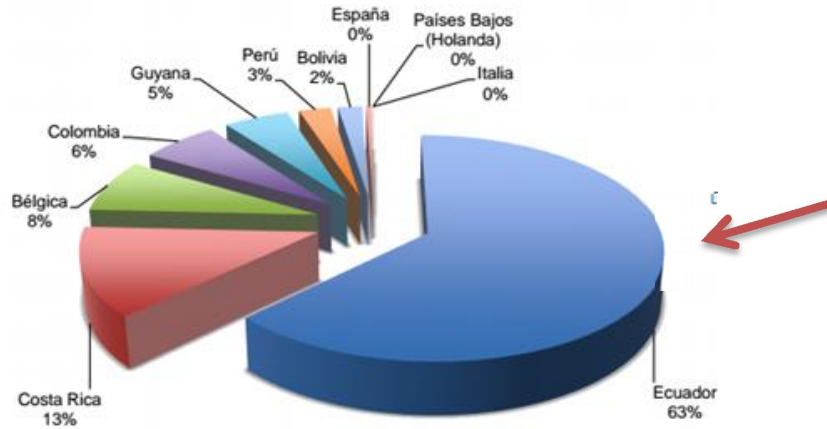


Figura 13. Principales proveedores de palmito a Francia
Elaborado por: (Pro Ecuador, 2014)

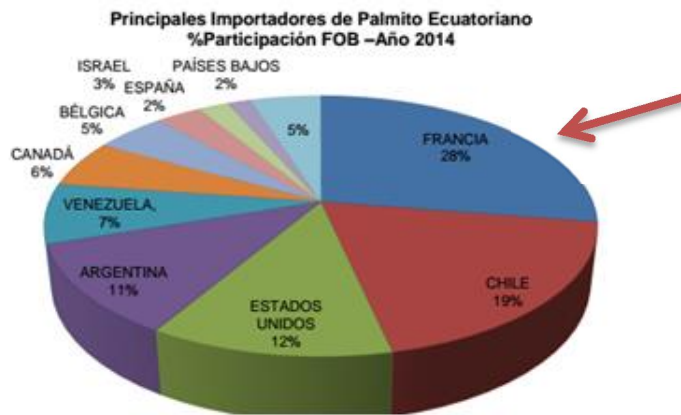


Figura 14. Exportación de palmito desde Ecuador
Elaborado por: (Pro Ecuador, 2014)

Refiriéndonos al tema específico las exportaciones de palmito ecuatoriano han incrementado en general cada año hasta el 2014, teniendo un decrecimiento en el año 2015. Con respecto al mercado francés se ha presentado una constante disminución en la exportación de palmito en los últimos 5 años.

En la siguiente tabla se presentan datos obtenidos de (Trade Map, 2016), página web relacionada con datos comerciales reales entre países, los cuales se refieren a las exportaciones de palmito en conserva desde Ecuador al mundo en general y a Francia específicamente.

Tabla 8. Exportaciones de palmito desde Ecuador.

	2011	2012	2013	2014	2015
Importadores	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	31.761	30.914	31.567	35.254	30.767
Francia	10.331	8.859	8.994	8.184	7.910
Importadores	Tasa de crecimiento en cantidades exportaciones entre 2010-2011, %	Tasa de crecimiento en cantidades exportaciones entre 2011-2012, %	Tasa de crecimiento en cantidades exportaciones entre 2012-2013, %	Tasa de crecimiento en cantidades exportaciones entre 2013-2014, %	Tasa de crecimiento en cantidades exportaciones entre 2014-2015, %
Mundo	15%	-3%	2%	13%	-13%
Francia	29%	-14%	2%	-9%	-2%

Elaborado por: Autor.

Fuente: (Trade Map, 2016)

El valor agregado que pretendemos añadir al palmito en conserva puede ser una buena opción para alcanzar cifras como las del 2011 donde las exportaciones de palmito hacia Francia fueron las mejores desde el 2010 hasta el 2015.

Etapa 2. Cálculo de la demanda.

Los datos que se utilizarán estarán relacionados con el consumo del palmito en conserva que importa el mercado francés.

Nuestro producto al ser nuevo en el mercado no cuenta con datos comerciales ni de consumo que sean específicos pero al ser una innovación donde se conserva la naturaleza del producto y se le añade un valor agregado en aroma y sabor utilizaremos e interpretaremos los datos del palmito en conserva.

Con respecto al mercado nos enfocaremos en la población total de Francia ya que al ser un vegetal no restringe su consumo en edades, sexo, ubicación, etc.

Para el análisis de la demanda utilizaremos el método del consumo nacional aparente donde se obtendrá resultados sobre la escases o abundancia de nuestro producto en el mercado francés.

La fórmula para el CNA es:

CNA: Producción Nacional + Importaciones ó Exportaciones.





Producción Nacional de palmito en Francia

Si bien Francia es el principal consumidor de palmito en el mundo la producción de este vegetal en su propio territorio es nula ya que el clima no es el adecuado pero ha logrado cubrir su demanda únicamente con las importaciones, además de otros factores como los altos sueldos que representaría pagar solo a agricultores. (Businesscol, 2014)

Importaciones de palmito en Francia.

En cuanto a importaciones totales de palmito en Francia podemos observar en la tabla 6 que ha sufrido una disminución considerable a partir del año 2012 hasta el año 2015.

Tabla 9. Importaciones totales de palmito en Francia.

Importaciones de palmito en Francia			
Año	Toneladas	Variación Porcentual Anual	Variación Porcentual del 2012 al 2015
2012	13.774		 -13,7%
2013	13.448	 -2,37%	
2014	12.942	 -3,76%	
2015	11.888	 -8,14%	

Fuente: (Trade Map, 2014)

Elaborado por: Autor

Proyección de importaciones.

En este caso se proyecta las importaciones en base a la técnica de mínimos cuadrados en función de las siguientes ecuaciones:

$$S_{XY} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i y_i - \bar{X}\bar{Y}$$

$$S_X^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i^2 - \bar{X}^2$$

$$b = \frac{S_{XY}}{S_X^2}; \quad a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

Fuente: (Amat, 2011, pág. 26)

Donde;

SXY= Covarianza

S²X = Varianza Marginal de X

b= Corte del eje de las y

a= Corte del eje de las x

Su desarrollo se describe a continuación:

Tabla 10. Cálculo proyección de las importaciones

Año	X	Importaciones (y)	X ²	Y ²	XY
2013	1	13.448	1	180.848.704	13.448
2014	2	12.942	4	167.495.364	25.884
2015	3	11.888	9	141.324.544	35.664
Suma	6	38.278	14	489.668.612	74.996
Promedio	2,00	12.759,33	4,7	163.222.871	24.999

SXY	(520,00)
S²X	0,666666667
b	-780
a	14.319,33

Elaborado por: Autor

Aplicando la ecuación

$$Q = Q + Q \cdot Q$$

$$Q = 14.319,33 + (-780)x$$

Para los siguientes años, se obtiene la proyección de la demanda. A continuación los resultados:

Tabla 11. Proyección de las importaciones

Año	Importaciones
2016	11.199
2017	10.419
2018	9.639
2019	8.859
2020	8.079
2021	7.299
2022	6.519
2023	5.739
2024	4.959
2025	4.179




Elaborado por: Autor

Las importaciones presentan una disminución considerable hasta el año 2025 con un decrecimiento del 60% en los 10 años. Si bien se presenta esta disminución, el consumo de palmito en Francia sigue siendo alto y esto permite poder ofertar nuestro producto.

Exportaciones de palmito en Francia.

En cuanto a exportaciones totales de palmito en Francia podemos observar en la tabla 9 que, si bien son mínimas, se han incrementado con respecto a la variación porcentual del 2013 al 2015.

Tabla 12. Exportaciones totales de palmito en Francia.

Exportaciones de palmito en Francia			
Año	Exportaciones	Variación Porcentual Anual	Variación Porcentual del 2013 al 2015
2013	184		 3,3%
2014	177	 -3,80%	
2015	190	 7,34%	

Fuente: (Trade Map, 2014)

Elaborado por: Autor

Proyección de exportaciones.

En este caso se proyecta las importaciones en base a la técnica de mínimos cuadrados en función de las siguientes ecuaciones:

$$S_{XY} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i y_i - \bar{X}\bar{Y}$$

$$S_X^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i^2 - \bar{X}^2$$

$$b = \frac{S_{XY}}{S_X^2} ; a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

Fuente: (Amat, 2011, pág. 26)

Donde;

SXY= Covarianza

S²X = Varianza Marginal de X

b= Corte del eje de las y

a= Corte del eje de las x

Su desarrollo se describe a continuación:

Tabla 13. Cálculo proyección de la demanda

Año	X	Exportaciones (y)	X ²	Y ²	XY
2013	1	184	1	33.856	184
2014	2	177	4	31.329	354
2015	3	190	9	36.100	570
Suma	6	551	14	101.285	1.108
Promedio	2,00	183,67	4,7	33.762	369

SXY	2,00
S²X	0,666666667
B	3
A	177,67

Elaborado por: Autor

Aplicando la ecuación

$$y = a + bx$$

$$y = 177.67 + 3x$$

Para los siguientes años, se obtiene la proyección de la demanda. A continuación los resultados:

Tabla 14. Proyección de las exportaciones

Año	Exportaciones
2016	190
2017	193
2018	196
2019	199
2020	202
2021	205
2022	208
2023	211
2024	214
2025	217

Elaborado por: Autor

Las exportaciones de palmito en Francia, si bien son muy bajas, tienden a un crecimiento en los próximos 10 años con un incremento del 14%.

Población Económicamente Activa de Francia.

Tabla 15. Población Económicamente Activa de Francia.

Año	Población
2013	30.030.773
2014	30.052.580
2015	30.075.950

Fuente: (Datos Macro, 2016)

Elaborado por: Autor

Proyección de la población económicamente activa.

Se aplicó el mismo método de mínimos cuadrados para obtener la proyección de la población.

Tabla 16. Proyección de la población económicamente activa

Año	Población
2016	30.098.278
2017	30.120.867
2018	30.143.455
2019	30.166.044
2020	30.188.632
2021	30.211.221
2022	30.233.809
2023	30.256.398
2024	30.278.986
2025	30.301.575

Elaborado por: Autor

Consumo aparente.

Este método nos permitirá obtener la cantidad real de palmito que posee Francia para el consumo de su población.

Tabla 17. Consumo Aparente

Año	Producción Nacional (Francia)	Importaciones	Exportaciones	CNA
2016	0	11.199	190	11.010
2017	0	10.419	193	10.227
2018	0	9.639	196	9.444
2019	0	8.859	199	8.661
2020	0	8.079	202	7.878
2021	0	7.299	205	7.095
2022	0	6.519	208	6.312
2023	0	5.739	211	5.529
2024	0	4.959	214	4.746
2025	0	4.179	217	3.963

Elaborado por: Autor

Consumo per cápita de palmito.

Mediante el consumo per cápita podremos obtener el consumo anual de palmito por habitante en Francia. Este indicador se obtiene a través de la siguiente fórmula: Consumo per cápita = Consumo Aparente/Población

Tabla 18. Consumo per cápita de palmito.

Años	Consumo Aparente (TN)	Población	Consumo per cápita (kg/año)
2016	11.010	30.098.278	0,37
2017	10.227	30.120.867	0,34
2018	9.444	30.143.455	0,31
2019	8.661	30.166.044	0,29
2020	7.878	30.188.632	0,26
2021	7.095	30.211.221	0,23
2022	6.312	30.233.809	0,21
2023	5.529	30.256.398	0,18
2024	4.746	30.278.986	0,16
2025	3.963	30.301.575	0,13

Elaborado por: Autor

Demanda potencial.

Demanda Potencial= Consumo recomendado (kg/hab.) ó Consumo per cápita (kg/año)

La demanda potencial es la máxima demanda posible que estima se podría alcanzar a través del tiempo en el mercado. (Rubira, 2013).

La nutricionista (Calazans, 2014) en una publicación de la fundación Odebrech aclara que la porción de 100 gr de palmito presenta los siguientes valores nutricionales: 23 Kcal, 4,3g de carbohidratos, 1,8 g de proteínas y 3,2 g de fibra alimenticia, de los cuales, mediante una entrevista, el nutricionista (Lascano, 2016) establece que nuestro producto al estar en forma de conserva puede ocupar el 6% de la porción descrita, es decir 6 gr diarios por persona o 2.16 Kg anuales por persona.

Tabla 19. Demanda Potencial.

Años	Consumo aparente (TM)	Población	Consumo per cápita (Kg/año)	Consumo recomendado (Kg/hab.)	Déficit per cápita (Kg)	(TM)
2016	11.010	30.098.278	0,37	2,16	1,79	52.002,61
2017	10.227	30.120.867	0,34	2,16	1,82	52.834,40
2018	9.444	30.143.455	0,31	2,16	1,85	53.666,20
2019	8.661	30.166.044	0,29	2,16	1,87	54.497,99
2020	7.878	30.188.632	0,26	2,16	1,90	55.329,78
2021	7.095	30.211.221	0,23	2,16	1,93	56.161,57
2022	6.312	30.233.809	0,21	2,16	1,95	56.993,36
2023	5.529	30.256.398	0,18	2,16	1,98	57.825,15
2024	4.746	30.278.986	0,16	2,16	2,00	58.656,94
2025	3.963	30.301.575	0,13	2,16	2,03	59.488,73

Elaborado por: Autor

Mediante esta tabla se establece que existe una demanda potencial considerable de palmito en Francia que seguirá aumentando cada año. En el primer año o 2016 existe una demanda potencial de 52.002,61 toneladas de palmito y en el décimo año o año 2025 existirá una demanda potencial de 59.488,73

Etapa 3. Oferta exportable de la empresa.

Se establece la exportación de 51.84 toneladas cubriendo aproximadamente el 0,10% de la demanda potencial con un crecimiento en toneladas del 25% para el segundo año, 20% para el tercer año y manteniendo la cifra hasta el décimo año.

Cobertura de mercado.

Tabla 20. Cobertura de mercado

Año	Oferta Exportable (Tn)	Demanda Potencial (Tn)	Representación porcentual
2016	51,84	52.002,61	0,10%
2017	64,80	52.834,40	0,12%
2018	77,76	53.666,20	0,14%
2019	77,76	54.497,99	0,14%
2020	77,76	55.329,78	0,14%
2021	77,76	56.161,57	0,14%
2022	77,76	56.993,36	0,14%
2023	77,76	57.825,15	0,13%
2024	77,76	58.656,94	0,13%
2025	77,76	59.488,73	0,13%

Elaborado por: Autor

La cobertura inicial del mercado francés que se tendrá será del 0.10% con un incremento progresivo hasta el tercer año teniendo como una máxima cobertura de 0.14%. Los próximos años disminuyen ya que la oferta exportable se mantiene con el fin de mitigar riesgos, ya que como se pudo observar en la proyección de las importaciones, si bien estas no llegan a cero, sufren de una disminución considerable.

Etapa 4. Marketing Mix.

En esta etapa nos enfocaremos en la determinación de las 4 P (Precio, Producto, Plaza y Promoción) aspecto que identificados de buena manera incrementarán la posibilidad del posicionamiento de nuestro producto en el mercado destino.

Producto.

El producto en general se define como palmito en conserva marinado con albahaca.

El añadir albahaca a un producto tradicional de exportaciones como es el palmito en conserva se da por el hecho de que esta hierba posee características que modificarán tanto en aroma, sabor y valor nutricional al producto.

La albahaca al ser una hierba aromática y una especie usada en la gastronomía dota al nuestro producto de un olor y sabor diferente al común, además de eso está hierba aporta con valor nutricional importante ya que la cantidad de fibra que contiene es similar al perejil y su consumo contribuye a cubrir las necesidades del organismo. Entre los minerales que aporta se destaca el hierro, calcio y el potasio, necesario para la contracción cardíaca. Su aporte en vitamina C es bueno pues sirve para cubrir las recomendaciones diarias. (Tibaldi, 2016)



Figura 15. Palmito más albahaca
Elaborado por: (INAEXPO, 2015)

La unión de estos productos da como resultado a un producto nuevo en el mercado que tendrá como características principales su innovación en aroma y sabor, y el aumento del valor nutricional.

Especificaciones técnicas:

La presentación de nuestro producto será en corazones de palmito, se colocarán 6 trozos en una lata de 400gr y se formarán cajas de cartón de 12 latas.



Figura 16. Corazones de palmito.
Elaborado por: (Tropical Foods, 2016)

A continuación se detalla datos y cantidades específicas de nuestro producto:

Tabla 21. Especificaciones técnicas.

Descripción	Palmito Marinado
Presentación del palmito	Corazones de palmito
Marinado con	Albahaca
Envase	Lata de aluminio
Empaque	Caja de cartón
Peso de lata	400gr (220 Peso drenado)
Unidades por caja	12

Elaborado por: Autor

Marca.

Es un título, signo o diseño para identificar de forma exclusiva al producto. El nombre que identifica a nuestra empresa es Coexpal, Comercializadora y exportadora de palmito, y el nombre de nuestro producto es Corazones de palmito marinado en albahaca; en francés Cò urs de palmier marinés au basilic.

Etiqueta.

El idioma de la etiqueta será el francés por facilidad a sus consumidores.



Figura 17. Etiqueta del producto
Elaborado por: Autor

Precio.

El precio de venta al mercado francés será establecido mediante un estudio financiero completo. En la tabla (56) podemos observar nuestro precio de venta.

Además se analizarán datos históricos del precio que se ha impuesto a las exportaciones de palmito hacia Francia.

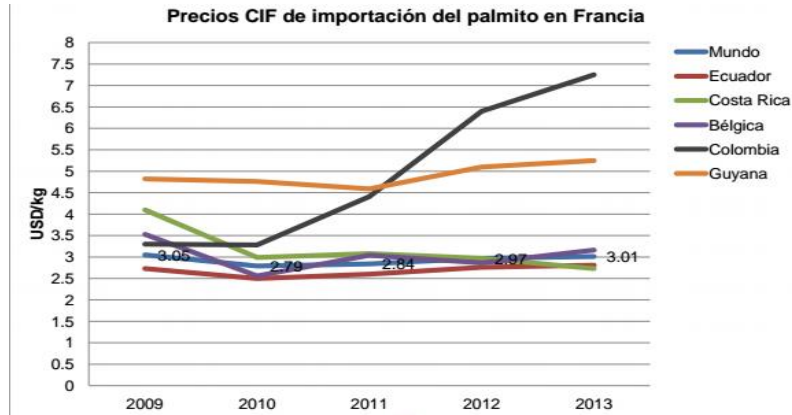


Figura 18. Precio de palmito en Francia.
Elaborado por: (Businesscol, 2014)

En las próximas etapas del proyecto se determinarán los canales de distribución, aspectos que alteraran el precio dependiendo de su elección.

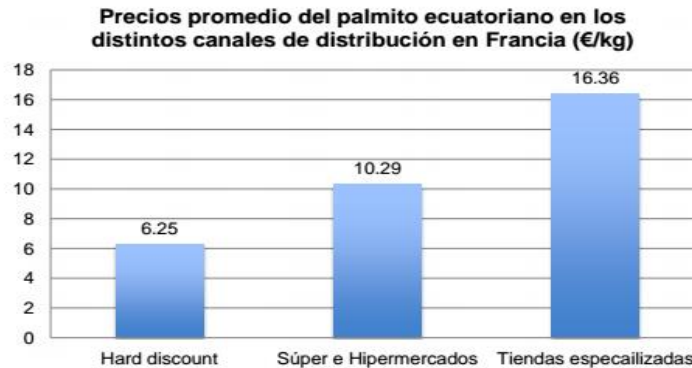


Figura 19. Precio de palmito en Francia por distribuidores.
Elaborado por: (Businesscol, 2014)

Plaza

La determinación del canal de distribución y venta en el país de destino es un aspecto muy importante ya que influye mucho en cuanto al precio de venta al público, lo cual puede ser un factor negativo en el caso de ser muy elevado o mal establecido.

Las importaciones de palmito tienen el siguiente diagrama de canales de distribución para su ingreso a Francia:



Figura 20. Canales de distribución.
Elaborado por: Autor.

Francia posee empresas líderes en la fabricación y distribución de palmito como son Géant Vert y Rochefontaine así también centrales de compras de las grandes cadenas de supermercados como Carrefour, Leclerc, Casino, Intermarché, Auchan, Magasins U, etc.

Otro dato importante es que el 83% de las conservas vegetales es adquirido directamente por los hogares franceses y el 17% por HORECA (HOSpelería, REstauración y CAtering). (Businesscol, 2014)

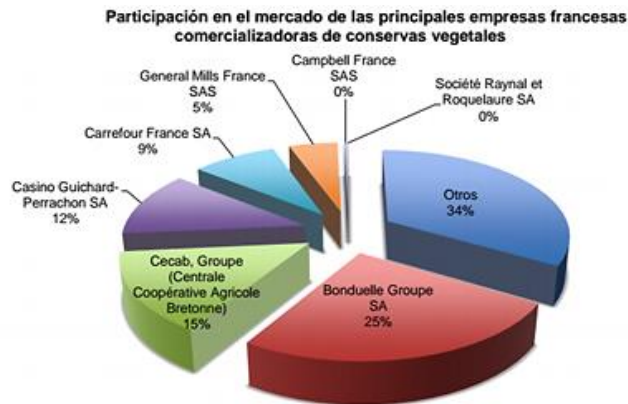


Figura 21. Participación empresas de vegetales en Francia.
Elaborado por: (Businesscol, 2014)

La opción más óptima sobre canales de distribución es enviar los productos con canales de compra sólidos, opción también escogida por la mayoría de las empresas ecuatorianas al momento de exportar palmito al mercado francés.

Es por eso que hemos escogido a la empresa Carrefour, una cadena multinacional de distribución, como nuestro cliente y distribuidor en Francia.

Dicha decisión se basa en la gran capacidad de la empresa distribuidora como también de los costos, ya que al poseer un canal de distribución corto con un solo intermediario nuestro producto no sufrirá de elevados incrementos de precios lo cual es beneficioso para una mayor posibilidad de aceptación en el mercado.

Para empezar la relación comercial con Carrefour, se utilizará de nexo a nuestro proveedor Inaexpo, ya que entre estas empresas poseen un amplio historial comercial.

Utilizaremos a Inaexpo, ya que esta empresa posee oficinas en Francia y nos permitirá tener un contacto directo con nuestro cliente en destino y acudir a cualquier requerimiento del mismo.



Figura 22. Principales empresas de vegetales en Francia.
Elaborado por: (Businesscol, 2014).

Promoción

La estrategia de promoción será a través de ferias internacionales, pues son uno de los elementos de mayor futuro en el fomento de los intercambios internacionales. En ellas se dan cita los principales empresarios de cada sector y son un marco insustituible para el establecimiento de contactos, lanzamiento de proyectos y difusión de información.

En dichas ferias nuestro producto se enfocará en resaltar las características nuevas del mismo. Se presentará en todo momento los beneficios que resultan de la combinación del palmito y la albaca, además de su aroma y olor distintivos.

3.1.4 Resultados de objetivo 4: Establecer cómo es la logística de exportación de palmito marinado a Francia.

El desarrollo y cumplimiento de este objetivo tiene gran importancia ya que representa la parte medular del proyecto donde se detallará toda la logística de exportación desde el proceso de carga de la mercancía en el país de origen hasta la entrega de responsabilidades a nuestro cliente dependiendo del INCOTERM a determinar.

Para el correcto cumplimiento de este objetivo detallaremos las siguientes etapas:

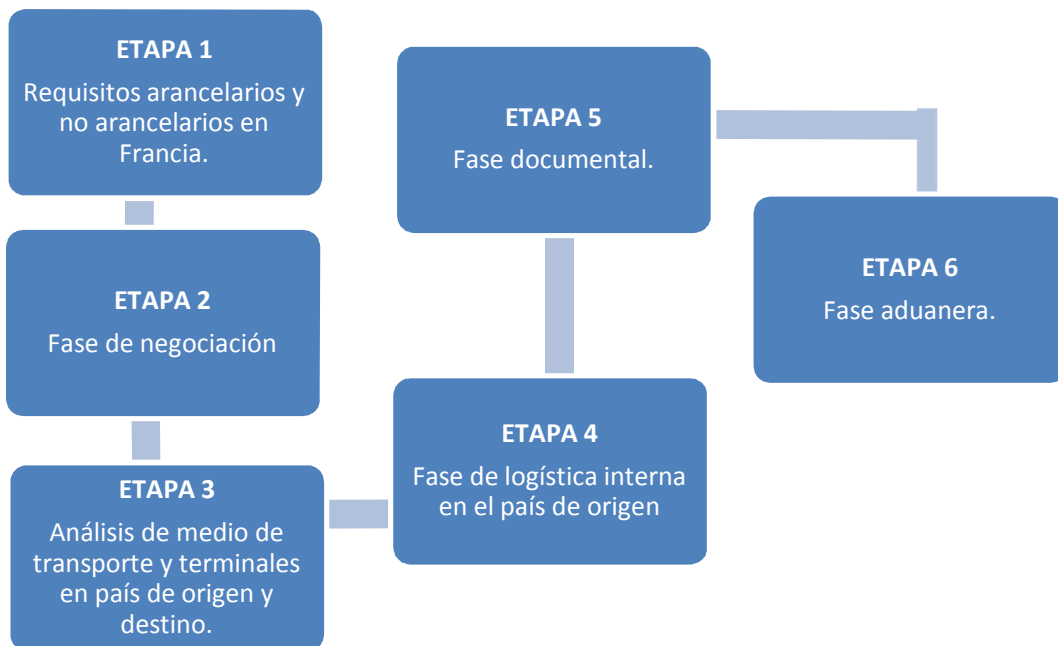


Figura 23. Etapas (Logística de exportación)
Elaborado por: Autor

Etapas 1. Requisitos arancelarios y no arancelarios en Francia.

Requisitos arancelarios.

El palmito se encuentra clasificado en la partida 20.08.91.00 del arancel de importaciones de la NANDINA. (Decisión 766 CAN)

El Ecuador por encontrarse dentro de la categoría de los Países de Menor desarrollo Relativo (PMDER), se ha hecho beneficiario de las preferencias arancelarias que da la

Unión Europea a esta categoría de países, con la finalidad de ayudar al crecimiento económico de estos países.

A través del SGP la Unión Europea otorga preferencias arancelarias especiales a favor de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú con el objetivo de impulsar el desarrollo alternativo de las actividades productivas.

Las Preferencias Arancelarias establecidas por la Unión Europea a favor de los productos de exportación de los países Andinos, asegura el libre ingreso, sin pago de aranceles y libre de restricciones cuantitativas para un número considerable de productos de los sectores industrial, textil, pesquero y agrícola. (Calderón Vargas, 2015, pág. 4)

Requisitos Para Arancelarios

Los requisitos generales de ingreso para todas las mercancías a la Unión Europea son: la factura comercial, documento de transporte, lista de carga, declaración del valor en aduana, seguro de transporte y documento Único Administrativo o DUA.

La legislación aduanera europea evoluciona paralelamente a la economía y a las presiones que ejercen algunos sectores. Además de las medidas clásicas en este momento destacan los siguientes temas:

Propiedad intelectual: los funcionarios de aduana pueden impedir la entrada de las mercancías si sospechan que estas violan de alguna forma los derechos de propiedad intelectual.

Especies amenazadas de fauna y de flora: éstas se encuentran incluidas en una lista que autoriza a las autoridades aduaneras a intervenir.

Lucha contra el terrorismo: con el apoyo de nuevas tecnologías las aduanas europeas incrementan el control sobre mercancías que puedan ser utilizadas para atentar contra la seguridad. (Pro Ecuador, 2014)

Certificaciones

Como requisitos extras del comprador junto con el sector privado en Europa se establece mucho cuidado con respecto a la cadena de suministro para evitar cualquier tipo de riesgo e impacto que podría afectar de alguna manera a sus ventas o al consumidor. La gestión de la cadena de suministro exige el seguimiento completo, la trazabilidad y la transparencia, de toda su cadena desde el proveedor hasta el mayorista, minorista o consumidor final.

Algunas de estas certificaciones son:

- EUREP utiliza GAP como estándar de producción para la certificación de la buena práctica agrícola en la agroindustria.
- Certificación europea orgánica.
- Certificación francesa orgánica.
- Certificación orgánica para textiles.
- Certificación de calidad superior dentro de una determinada categoría.
- La certificación NF (Norma Francesa)

Requisitos generales para la exportación de vegetales a la Unión Europea

Las exportaciones de vegetales y productos vegetales a la UE deben:

- Ir acompañados de un certificado fitosanitario expedido por las autoridades competentes del país exportador
- Pasar las inspecciones aduaneras en el punto de entrada de la UE
- Ser importadas en la UE por un importador inscrito en el registro oficial de un país de la UE
- Ser notificadas a las aduanas antes de su llegada al punto de entrada. (European Commission, 2016)

Con respecto a la exportación de palmito marinado a Francia tenemos los siguientes requisitos específicos:

Requisitos específicos para 20089100

The image shows a web interface for 'Mi exportación' (My export) under the 'TRADE Export Helpdesk' header. The form contains the following fields:

- Teclear código de producto (10 dígitos): 2008910000
- Elegir país de origen: Ecuador
- Elegir país de destino: Francia
- Elegir fecha de simulación (DD/MM/YYYY): 24/02/2016

A blue 'Buscar' button is located below the form.

Figura 24. Simulación de exportación para requisitos legales.
Elaborado por: (Export Help, 2015)

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos

Con el fin de garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores, las importaciones en la Unión Europea de productos alimenticios deben cumplir con la legislación de la UE diseñado para asegurar que los alimentos puestos en el mercado es seguro para comer y no contiene contaminantes a niveles que podrían amenazar humana salud. (Export Help, 2015)

- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal

Las normas de higiene pertinentes de los alimentos que se deben respetar los operadores de empresas alimentarias de terceros países están contenidas en el Reglamento N° 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo:

- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos.
- Etiquetado de productos alimenticios.

Los productos comercializados en la UE deben respetar los requisitos de etiquetado de la UE, los cuales son:

- Se indicará la cantidad, el nombre del producto, lista de ingredientes, tiempo límite para el consumo, fabricante, Origen, valor nutritivo, declaración de propiedades nutritivas y saludables.
- Determinada información es obligatoria. Esta incluye la denominación del alimento, la lista de ingredientes, la cantidad neta, la fecha de caducidad, el modo de empleo en caso necesario, el nombre y la dirección del operador y la información nutricional.
- La cantidad neta de los alimentos y líquidos se expresará en litros, centilitros, mililitros, kilogramos o gramos.
- Determinados alimentos están exentos de la información nutricional obligatoria, tales como las plantas y especias, los aromas y las infusiones.
- La información alimentaria no deberá inducir al error, en particular, sugiriendo que posee unas características o efectos especiales de los que carece. Tendrá que ser precisa, clara y fácil de comprender para el consumidor. (Export Help, 2015)

Con respecto al palmito es frecuente encontrar en perchas algunos tipos como el Sauvage que es más saludable y utiliza menos químicos, el tendre que es regular en esas condiciones y también el orgánico.



Figura 25. Tipo de certificaciones palmito
Elaborado por: (Businesscol, 2014)

En cuanto al impuesto al valor agregado (IVA) que se paga en Francia el palmito tiene una tarifa de 5,5% (Export Help, 2015)

Etapa 2. Fase de negociación

Incoterm

El Incoterm que usaremos para nuestra exportación de palmito marinado será CIF, término usado exclusivamente en transporte marítimo, donde nuestra empresa pagará los costos, el flete y el seguro necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido.

El vendedor cumple con sus responsabilidades hasta que la mercancía haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Se diferencia del FOB en que el vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Y se diferencia del CFR en que el vendedor está obligado a contratar un seguro durante el transporte principal donde sea beneficiario el comprador.

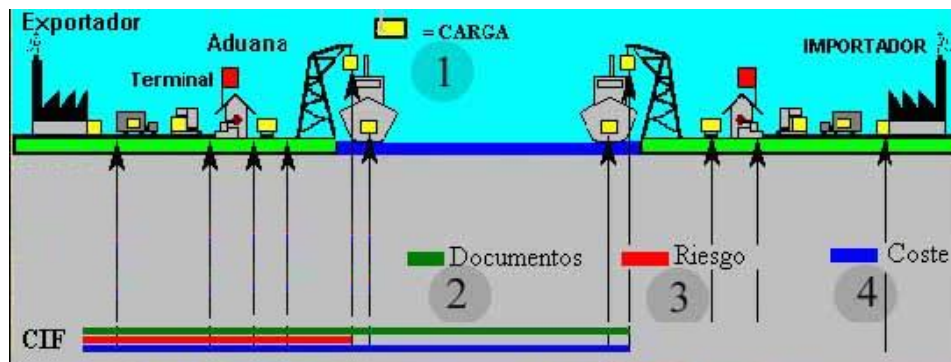


Figura 26. Incoterm CIF
Elaborado por: (Businesscol, 2014)

Condiciones de compra

Con respecto a las condiciones y detalles de compra nos referimos directamente a los supermercados donde el proceso de compra empieza con un primer contacto y con una evaluación sobre la empresa exportadora para verificar si tiene el producto que están buscando y si puede cumplir con sus exigencias como son los requisitos técnicos, volumen suficiente y calidad. En el caso de que se cumpla con los parámetros el supermercado requerirá envío de muestras, intercambio de información, visitas técnicas a las fábricas o

plantas, pruebas y revisión de empaque. Algunos de los supermercados piden además trabajar con marca de distribuidor o marca blanca donde el empaque será del supermercado. Este proceso puede tomar entre 6 meses y 2 años. El cumplimiento de los requisitos y compromisos incrementará la posibilidad de algún acuerdo en el futuro. (ProEcuador, 2015)

Envío de muestras

Al momento de realizar el envío de muestras sin valor comercial, se debe presentar la factura especificando el valor y declarando que el envío es gratuito, es decir con valor comercial declarando que ninguna transferencia de divisas está implicada para el pago. La aduana decidirá si es necesario obtener del Ministerio de Comercio una licencia de importación sin divisas en compensación. (ProEcuador, 2015)

Los requisitos principales que deben cumplir los envíos de muestra son los siguientes:

- Las muestras deben especificar que son sin valor comercial.
- Los materiales de carácter publicitario tales como catálogos, listas de precios, instrucciones de uso o folletos comerciales deben ser destinados para su distribución gratuita.
- Los bienes para exposiciones o ferias comerciales que sean pequeñas muestras representativas de mercancías que sean utilizadas o consumidas durante el evento.
- Tratándose de muestras de productos alimenticios y bebidas no condicionados en la forma indicada anteriormente, se deben consumir en el transcurso de la exposición. (ProEcuador, 2015)

Condiciones de pago

En el comercio internacional existen varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías. Entre estas se encuentran: el cheque, giro bancario, orden de pago cobranza internacional y la más utilizada la carta de crédito. Para el caso de la exportación de palmito marinado se recurrirá a la Carta de Crédito

Esta carta de crédito es, sin duda, la forma de pago más recomendada para el exportador que recién se inicia, ya que al contar con entidades bancarias comprometidas en la operación, la carta de crédito se transforma en una orden de pago, razón por la cual es el mecanismo que mejor garantiza el pago al exportador.

Otorga la seguridad de que las mercancías serán pagadas una vez enviadas y tan pronto el exportador cumpla las condiciones previamente establecidas. En términos simples, la forma de pago con carta de crédito consiste en que el importador ordena a su banco comercial ubicado en el país de importación o banco emisor, pagar a un tercero o al exportador por intermedio de un banco comercial en Ecuador o banco receptor. Este pago se efectúa una vez que el exportador cumple con lo estipulado. (Browne Agencia de Aduanas, 2016). Los costos estimados se detallan en el (Anexo 4)

La carta de crédito documentaria será irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.

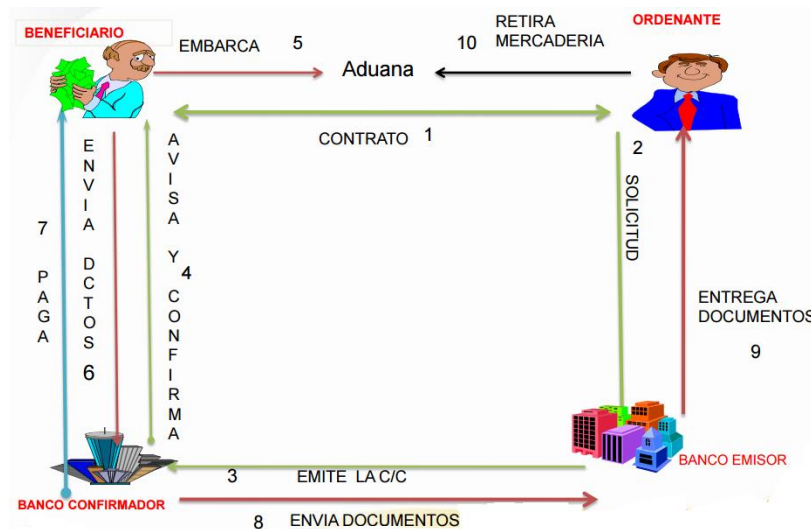


Figura 27. Carta de crédito. Procedimiento
Elaborado por: (Banco Central del Ecuador, 2013)

Etapa 3. Análisis de medio de transporte y terminales en país de origen y destino.

El transporte es el factor de mayor costo en el canal de mercadeo. El método de transporte para nuestro producto es similar a las frutas y hortalizas que actualmente se maneja, está determinada por la distancia y perecibilidad, que son regulados por el tiempo,

en este caso al encontrarse el producto en conserva, hace que no tenga el nivel de perecibilidad como el resto de alimentos, por tal virtud el método de transporte serán: terrestre para el transporte local y marítimo para el transporte internacional.

Una vez alcanzadas las condiciones de conservación requeridas estas deben mantenerse constantes, en particular lo referente a la temperatura, humedad relativa y la circulación de aire.

Transporte Marítimo Francia

En lo que respecta a las comunicaciones por vía marítima con Francia, este país cuenta con 14,932 km de vías fluviales que atraviesan este país incluyendo el Canal del Mediodía que conecta el mar Mediterráneo con el océano Atlántico por el río Garona, además de excelentes puertos marítimos en su extenso litoral, los principales puertos son Marsella, Le Havre, Dunkerque, Bordeaux, Calais, Nantes, París y Rouen. (Pro Ecuador, 2014)

Puerto Le Havre

Primer puerto francés para el tráfico de contenedores, Le Havre se sitúa en segundo lugar detrás del puerto de Marsella, por el volumen total de sus mercancías.

Complementando con esto Francia cuenta con una desarrollada red de comunicaciones ferroviarias internas que conecta a los países vecinos. La red ferroviaria está formada por líneas de alta velocidad que comunican las grandes ciudades francesas y europeas y por una red local que une las principales ciudades y núcleos urbanos más pequeños. (Pro Ecuador, 2014)

Modalidades de transporte Ecuador ó Francia.

La gran mayoría de los productos se transportan por vía marítima, con dos grandes excepciones que son las flores y la pesca blanca, que por razones de conservación imponen la necesidad del transporte aéreo.

Todas las exportaciones se hacen desde el puerto de Guayaquil hasta Le Havre, con un aproximado de + - 23 días de tránsito. Este puerto se encuentra ubicado en la costa

occidental, es el segundo más importante del país y está integrado por una importante zona comercial e industrial, además de tener conexiones con las principales ciudades de Francia por vía férrea y carretera. Le Havre es líder en Francia en el manejo de tráfico por contenedores, con más del 60% de la administración que se realiza en los puertos de Francia por este concepto. Entre algunas de las operadoras de servicios logísticos que operan a este destino se encuentran Transavisa, Agencia Marítima Transoceánica, Evergreen y Hamburg Sud. (Pro Ecuador, 2014)

Tabla 22. Datos de exportación

Datos de exportación	
Producto	Palmito marinado
Subpartida	2008.91.00
Transporte interno	Terrestre
Transporte internacional	Marítimo
Tipo de carga	Contenerizada 40 Hc. FCL.
Puerto de embarque	Guayaquil - Ecuador
Puerto de desembarque	Le Havre ó Francia

Elaborado por: Autor

Según la empresa AOC logistics para la exportación vía marítima hacia Francia desde Ecuador, estos son los costos y los tiempos que se requieren cumplir.

Guayaquil- Le Havre con servicio semanal, + - 23 días de tránsito.

Tabla 23. Costos de transporte - flete

Flete:	USD 1900 Por contenedor
CSF:	USD 11,00 Por contenedor
THCO:	USD 150,00 Por contenedor
CDD:	USD 25,00 Por B/L
THCD:	USD 185,00 Por contenedor
Tax Collection Service:	USD 129,92 Por contenedor
B/L:	USD 61,60 Por B/L
EECHO:	USD 31,36 Por B/L
Seal:	USD 15,68 Por contenedor
Porteo:	USD 135,00 Por contenedor
Total:	USD 2644,56

Elaborado por: Autor

Fuente: AOC Logistics.

Etapa 4. Fase de logística interna en el país de origen.

Embalaje

Para proteger el producto en el trayecto, serán colocadas 12 latas de palmito en cada cajas de cartón sellado, el peso de cada cartón será de 4.8 kg cada una.

Medidas de lata

- Alto: 11.40 cm
- Diámetro: 10.20 cm
- Peso Neto: 400 gr
- Peso Lata vacía: 56 gr
- Peso Bruto: 456 gr

Medidas de caja

- Largo. 41 cm
- Ancho. 31 cm
- Altura. 11.5 cm
- Peso Caja vacía: 45 gr.
- Peso Bruto por caja: $(456 \text{ gr} * 12) + 45 \text{ gr.}$
- Peso Bruto por caja: 5.5 Kg. (con 12 latas)

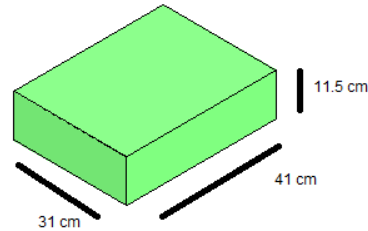


Figura 28. Dimensiones caja
Elaborado por: Autor

Paletización

Con las cantidades obtenidas a exportar se ha determinado la mejor opción para la paletización de las cajas.

Se usará el pallet Europeo con medidas de 120 cm. largo * 80 cm. ancho* 14.5 cm. Alto

Mediante el programa Quick Pallet Maker se ha paletizado las cajas optimizando los espacios, donde se colocarán 56 cajas en cada pallet determinando las siguientes dimensiones de la carga por pallet:

- Longitud: 120 cm
- Ancho: 80 cm
- Alto: 118 cm
- Peso Palet Vacío: 27 kg
- Peso Bruto por palet: $(5.5 \text{ kg} * 56) + 27 \text{ kg}$
- Peso Bruto por palet: 335 kg.
- Volumen de la carga: 1.13 m³

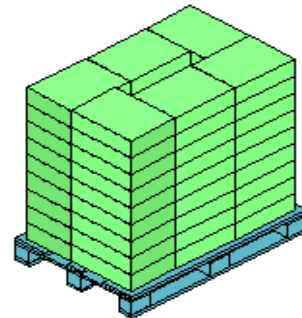


Figura 29. Paletización
Elaborado por: (Quick Pallet Maker, 2016)

Cubicaje y Contenerización

Se realizó una simulación en un contenedor de 40'HC mediante un programa de cubicaje llamado Quick Pallet Maker como se observa en las siguientes imágenes:

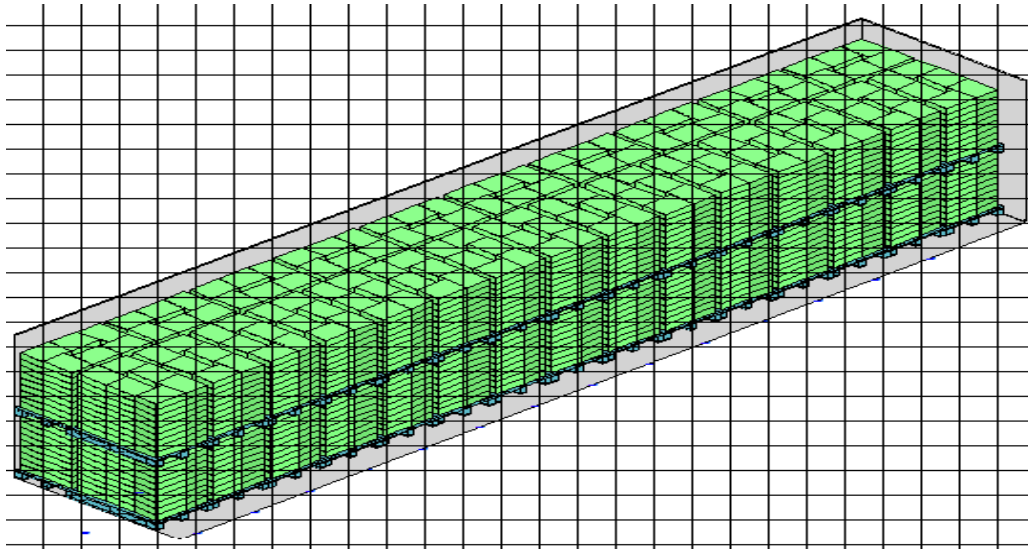


Figura 30. Cubicaje
Elaborado por: (Quick Pallet Maker, 2016)

Determinando mejor opción para optimizar la capacidad en peso y volumen del contenedor los datos obtenidos son los siguientes:

- Numero de pallets: 50
- Numero de cajas: 2.700
- Numero de latas: 32.400
- Altura de la carga: 2.360 cm
- Peso Bruto: 16.750 Kg
- Peso Neto: 12.960 Kg
- Volumen de la carga: 56.64 m³

Con las operaciones anteriores se ha determinado la exportación de 1 contenedor por cada 3 meses el primer año o 4 contenedores; el segundo año se exportarán 5 contenedores y a partir del tercer año se exportarán 6 contenedores.

En la siguiente tabla se detallan las cantidades y pesos reales anuales de exportación:

Tabla 24. Resultados de contenerización.

Año	Contenedores	Cajas	Latas	Tasa de crecimiento	Peso (gr.)	Peso (Toneladas)
		1	12		400	
	1	2.700,00	32.400		12.960.000,00	12,96
2016	4	10.800,00	129.600	-	51.840.000,00	51,84
2017	5	13.500,00	162.000	25%	64.800.000,00	64,80
2018	6	16.200,00	194.400	20%	77.760.000,00	77,76
2019	6	16.200,00	194.400	0%	77.760.000,00	77,76
2020	6	16.200,00	194.400	0%	77.760.000,00	77,76
2021	6	16.200,00	194.400	0%	77.760.000,00	77,76
2022	6	16.200,00	194.400	0%	77.760.000,00	77,76
2023	6	16.200,00	194.400	0%	77.760.000,00	77,76
2024	6	16.200,00	194.400	0%	77.760.000,00	77,76
2025	6	16.200,00	194.400	0%	77.760.000,00	77,76

Elaborado por: Autor

La exportación de palmito marinado tendrá un crecimiento constante los primeros 3 años, incrementando un contenedor por año. Los siguientes 7 años se mantiene la última oferta de contenedores teniendo como máximo de exportación 6 contenedores, 194.400 latas de palmito marinado con un peso total de 77.76 toneladas.

Transporte interno.

La empresa AOC logistics coordinará el envío de las mercancías hacia el puerto.

Su tarifa es de: Santo Domingo ó GYE: USD 400.00

Tiempo de movilización: 8 horas

Envío de documentos

Nuestra empresa realizará y enviará los documentos al nuestro cliente en Francia para que pueda realizar los procesos de aduanas y demás en su país.

El costo de esta operación será de USD 45.00 por envío en Courier.

Etapa 5. Fase documental.

La normativa legal vigente nos permite realizar en forma directa la exportación, sin participación del agente de aduana.

a) Realizar la reserva o booking. Revisar itinerarios:

Para realizar este procedimiento se debe revisar los itinerarios de las navieras para que las fechas de zarpe permitan a nuestra empresa realizar las actividades anteriores y que el contenedor pueda ingresar al puerto a tiempo.

Cuando la naviera envíe la confirmación o el booking confirmation de la reserva podemos continuar con el proceso de exportación.

b) Factura comercial.

Se crea una factura proforma con el fin de detallar las cantidades y valores, los cuales pueden ser editados al momento de realizar la factura de cierre. Este documento se adjuntará a la Dae.

c) Packing List.

En este documento se detallan los pesos, dimensiones y volúmenes específicos de los productos que son parte de los ítems de la factura.

d) Certificado de origen.

En el ECUAPASS, menú ventanilla única, la opción elaboración de CO, el exportador deberá llenar el formulario en línea luego debe retirarlo en el MIPRO.

En el caso de que el exportado escogiera FEDEXPOR o las cámaras, deberá ingresar al sistema desde el sitio web respectivo y llenar el formulario para posteriormente retirar el certificado físico.

El costo del certificado de origen es de USD 10.00 y el tiempo para obtenerlo es de 24 horas.

DJO (declaración juramentada de origen): tiene como objetivo determinar de forma sistematizada si el producto cumple con los requisitos para gozar de origen ecuatoriano, su vigencia es de 2 años.

Existen varios tipos de especies o certificados de origen, estos difieren según el país de destino al que se emita; existen certificados de origen para los diferentes bloques económicos como MERCOSUR, CAN, ALADI, Europa (SGP) y Terceros países

Los emisores son Fedexpor, las Cámaras, el MIPRO entre otros. (Comunidad de Comercio Exterior en Ecuador, 2014)

e) Declaración Aduanera de Exportación DAE.

Para todas las exportaciones que se realicen en territorio ecuatoriano debe presentarse la Declaración Aduanera de Exportación, esta se transmite electrónicamente en el portal del ECUAPASS para iniciar el proceso de exportación.

En este documento legal irán detallados los siguientes ítems:

- Datos personales del exportador o declarante.
- Descripción de la mercancía de la factura
- Datos del consignante o persona que envía la mercancía.
- Destino de la carga.
- Cantidades.
- Peso y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos que deberán digitalizarse en el portal ECUAPASS y acompañar a la DAE serán:

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

Cuando la DAE es aceptada, la mercancía ingresa a la Zona Primaria del Distrito en el puerto de embarque, el depósito temporal registra la cantidad a ser exportada y procede a almacenarla hasta ser exportada. Luego la mercadería pasa por un aforo.

f) Guía de remisión para el transportista.

Este documento es realizado por la empresa exportadora y se lo entrega al transportista que retira la carga. La función de este documento es autorizar al transportista de movilizar la carga.

g) Realizar el AISV en el terminal.

La autorización para el ingreso y salida de vehículos realiza el exportador por medio de la página del terminal al que va a ingresar la carga. En este documento se colocarán datos específicos acerca de la carga, destino, exportador, importador, sellos, entre los principales.

h) Realizar proforma de BL

El Bill of Lading se lo realizará directamente con la naviera. Se realiza un borrador de un BL en la página Intra, sistema para reservas y creación de Bl, donde se colocarán los siguientes datos:

- Datos del exportador
- Datos del importador
- Datos del notify.
- Sellos
- Número de contenedor
- Nombre del buque designado
- Origen
- Destino
- Tipo de contenedor
- Número de bultos
- Número de DAE
- Número de factura
- Partida arancelaria del producto
- Peso Neto
- Peso Bruto
- Condición de pago del flete

Se recibirá un BL borrador en el correo donde se revisarán detalladamente que todos los datos sean correctos.

i) Aprobación de BL

Si al momento de revisar el borrador de BL no encontramos ningún error podemos aprobar este documento con la naviera mediante un correo.

j) Fitosanitario

Este documento permite garantizar que nuestro producto se encuentre libre de cualquier agente extraño luego de haber realizado un análisis al producto agrícola y certifica que puede ser enviado al exterior. Este certificado es emitido por la Agencia ecuatoriana de aseguramiento de la calidad del agro o Agrocalidad que forma parte del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca o MAGAP y se utiliza un certificado por cada embarque realizado y está sujeta a las exigencias del país destino. (Comunidad Todo Comercio Exterior, 2015)

Su costo es de USD 35.00 por certificado.

k) Póliza de Seguro.

La póliza de seguro será obtenida a través de la empresa Seguros Equinoccial. La cobertura de la póliza será todo riesgo y el seguro será el 0,60% del valor CFR.

l) Factura de cierre.

Este documento es similar a la factura comercial pero en esta se añade el número de contenedor y sellos con el fin de subir el documento en el sistema de Ecuapass para regularizar la DAE.

Etapa. 6 Fase aduanera

En esta fase se definirá y se establecerán los costos de dos procesos que son aleatorios en una exportación. La designación de cualquiera de estos dos procesos depende del sistema de operación que maneje la empresa, de su antigüedad y de los datos del perfil de riesgos.

Aforo

El aforo es el acto administrativo, mediante el cual el distrito aduanero procede a la revisión documental o al reconocimiento físico de las mercancías para establecer su naturaleza, cantidad, valor, y clasificación arancelaria.

El aforo puede ser:

Automático: Mediante este se valida la información electrónica de la DAE.

Físico: Es la revisión física de la mercadería para corroborar que consten las cantidades detalladas en la documentación.

Documental: Consiste en la revisión de los documentos presentados, se verifica si lo declarado tiene consistencia con la documentación de la exportación. (Ley Organica de Aduanas., 2003)

Inspección Antinarcoóticos.

La inspección antinarcoóticos es un proceso que realiza la aduana junto con la policía antinarcoóticos.

La selección de la carga para este proceso es aleatorio y en el caso de que la carga sea seleccionada el puerto enviará una notificación de inspección antinarcoóticos junto con una solicitud de servicio a la empresa exportadora donde esta deberá llenar dicha solicitud con información sobre el tipo de carga, tipo de packing y si esta lleva pallets para el uso de montacargas. Esta hoja deberá llevar la persona representate de la empresa exportadora que estará presente en la inspección.

El costo de esta operación es de USD 480.00

3.1.5 Resultados de objetivo 5: Proponer como debería estructurarse un análisis financiero para demostrar la rentabilidad o no de la exportación de palmito marinado hacia Francia.

Inversión

Las inversiones del proyecto están constituidas por activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y capital de trabajo, es decir corresponden a una detallada descripción de los requerimientos de capital que van a ser necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 25. Inversiones

CONCEPTO	TOTAL
Activos Fijos Tangibles	\$ 239.900,33
Activos Fijos Intangibles	\$ 3.723,00
Capital de Trabajo	\$ 57.015,90
Inversión Total	\$ 300.639,23

Elaborado por: Autor

Para que el proyecto se realice se necesita una inversión en activos tangibles de USD 239.900, 33, en activos intangibles de USD 3.723 y de capital de trabajo de USD 57.015,90 con una inversión total de USD 300.639,23

Activos Fijos Tangibles.

Representan propiedades físicamente tangibles, es decir que se las puede tocar y medir, que han de utilizarse por un período largo en las operaciones regulares del negocio y que normalmente no se destinan a la venta. (Ecured, 2014)

Tabla 26. Activos Fijos Tangibles

Descripción	Valor Total
Terreno	\$ 57.283,20
Edificaciones	\$ 82.421,10
Vehículo	\$ 33.150,00
Maquinaria y Equipo	\$ 49.317,00
Equipo de oficina	\$ 395,25
Equipo de Computo	\$ 3.977,90
Muebles y Enseres	\$ 6.547,38
Otros activos	\$ 6.808,50
TOTAL	\$ 239.900,33

Elaborado por: Autor

El total de inversión en activos fijos tangibles es de 239.900,00 donde se ha incluido en cada uno de los activos un imprevisto del 2%. El monto más alto se refiere a las edificaciones con USD 82.421,10.

Tabla 27. Terreno

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Terreno	m ²	702	80,00	56.160,00
			Subtotal	56.160,00
			Imprevistos 2%	1.123,20
			Total	57.283,20

Elaborado por: Autor

Tabla 28. Vehículo

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Camioneta Chevrolet DIMAX 2016	Unidad	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00	\$ 32.500,00
			Subtotal	\$ 32.500,00
			Imprevistos 2%	\$ 650,00
			Total	\$ 33.150,00

Elaborado por: Autor

Tabla 29. Edificaciones

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Área Administrativa	m2	100	\$ 225,00	22.500,00
Área de industrialización	m2	150	\$ 200,00	30.000,00
Lockers y SSHH para personal de planta	m2	22	\$ 300,00	6.600,00
Bodega de ingreso	m2	30	\$ 150,00	4.500,00
Patio de carga, descarga y estacionamientos	m2	225	\$ 50,00	11.250,00
Guardianía	m2	9	\$ 150,00	1.350,00
Área verde	m2	27	\$ 125,00	3.375,00
Cuarto para planta eléctrica de emergencia	m2	8,2	\$ 150	1.230,00
		571,2	Subtotal	80.805,00
			Imprevistos 2%	1.616,10
			Total	82.421,10

Elaborado por: Autor

Tabla 30. Maquinaria

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Maquina llenadora - selladora	Unidad	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Autoclave	Unidad	1	\$ 22.550,00	\$ 22.550,00
Balanza digital	Unidad	1	\$ 800,00	\$ 800,00
			Subtotal	\$ 48.350,00
			Imprevistos 2%	\$ 967,00
			Total	\$ 49.317,00

Elaborado por: Autor

Tabla 31. Equipo de oficina

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Teléfono Panasonic	Unidad	7	\$ 42,50	\$ 297,50
Telefax Cannon 11	Unidad	1	\$ 90,00	\$ 90,00
			Subtotal	\$ 387,50
			Imprevistos 2%	\$ 7,75
			Total	\$ 395,25

Elaborado por: Autor

Tabla 32. Equipo de computación

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Computador Dual Core	Unidad	7	\$ 339,99	\$ 2.379,93
Impresora Epson L365	Unidad	3	\$ 309,99	\$ 929,97
Proyector Epson	Unidad	1	\$ 590,00	\$ 590,00
			Subtotal	\$ 3.899,90
			Imprevistos 2%	\$ 78,00
			Total	\$ 3.977,90

Elaborado por: Autor

Tabla 33. Muebles y encerres

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Estación de trabajo	Unidad	7	\$ 450,00	\$ 3.150,00
Archivador de 4 cajones	Unidad	7	\$ 260,00	\$ 1.820,00
Mesa de reuniones para 12 p.	Unidad	1	\$ 799,00	\$ 799,00
Silla Ejecutiva	Unidad	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Sillas Pailot	Unidad	7	\$ 80,00	\$ 560,00
			Subtotal	\$ 6.419,00
			Imprevistos 2%	\$ 128,38
			Total	\$ 6.547,38

Elaborado por: Autor

Tabla 34. Otros activos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Plante de energía eléctrica	Unidad	1	\$ 6.675,00	\$ 6.675,00
			Subtotal	\$ 6.675,00
			Imprevistos 2%	\$ 133,50
			Total	\$ 6.808,50

Elaborado por: Autor

Activos Fijos Intangibles.

Un activo intangible es definido por su propio nombre, es decir no es tangible, no puede ser percibido físicamente, es decir no se lo puede tocar ni medir. El activo intangible es, por tanto, de naturaleza inmaterial. (Ecured, 2014)

Tabla 35. Activos Fijos Intangibles

Descripción	Valor Total
Estudios y diseños definitivos	\$ 1.200,00
Registro de exportadores	\$ 150,00
Licencias de Software	\$ 1.100,00
Gastos de constitución	\$ 1.200,00
Subtotal	\$ 3.650,00
Imprevistos 2%	73,00
Total	\$ 3.723,00

Elaborado por: Autor

La inversión en activos intangibles será de 3723,00 incluyendo el imprevisto del 2%.

Capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. (Gerencie, 2015)

Tabla 36. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Descripción	Valor Total Anual	Bimensual
Mano de Obra directa	\$ 23.240,70	\$ 3.873,45
Materia Prima	\$ 87.246,72	\$ 14.541,12
Materiales directos	\$ 32.228,41	\$ 5.371,40
Materiales indirectos	\$ 36.895,44	\$ 6.149,24
Mano de Obra indirecta	\$ 16.595,20	\$ 2.765,87
Mantenimiento y Reparación	\$ 5.859,43	\$ 976,57
Insumos	\$ 2.896,80	\$ 482,80
Seguros	\$ 6.877,40	\$ 1.146,23
Gastos Administrativos y Generales	\$ 109.001,89	\$ 18.166,98
Gasto Exportación	\$ 21.253,40	\$ 3.542,23
Total	\$ 342.095,39	\$ 57.015,90

Elaborado por: Autor

El capital de trabajo anual es de USD 342.095.39 y se ha determinado un capital de trabajo bimensual de USD 57.015,90 por el giro del negocio y el tiempo de transito de exportación hacia Francia.

Costos y Gastos.

Mano de obra directa.

Tabla 37. Mano de obra directo

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Año 1	Valor Total Año 2
Trabajadores de planta	3	\$ 632,92	\$ 632,92	\$ 22.785,00	25.035,00
Subtotal				\$ 22.785,00	\$ 25.035,00
Imprevistos 2%				\$ 455,70	\$ 500,70
Total				\$ 23.240,70	\$ 25.535,70

Elaborado por: Autor

Se ha calculado el valor total del año 2 considerando que en el análisis salarial que se muestra en el (Anexo 3) para el cálculo del segundo año, además de los valores considerados para el cálculo de primer año, se considera también la sumatoria del valor de fondos de reserva y el valor de las vacaciones.

Materia prima

Tabla 38. Materia prima

La cantidad de materia prima que se utilizarán serán 2 tallos de palmito por lata. También se le aumento un 10% de desperdicio por ser un producto vegetal perecible.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Tallos de palmito	Unidad	285.120,00	\$ 0,30	\$ 85.536,00
			Subtotal	\$ 85.536,00
			Imprevistos 2%	\$ 1.710,72
Elaborado por: Autor			Total	\$ 87.246,72

Insumos

Tabla 39. Insumos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Combustibles (camioneta)	Galones	500,00	\$ 2,02	\$ 1.010,00
Lubricantes	Galones	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Energía eléctrica	kw/hora	7000	\$ 0,12	\$ 840,00
Consumo Agua Potable	m ³	4600	\$ 0,20	\$ 920,00
			Subtotal	\$ 2.840,00
			Imprevistos 2%	\$ 56,80
Elaborado por: Autor			Total	\$ 2.896,80

Los insumos están determinados de acuerdo a la capacidad productiva y necesaria del palmito marinado. El valor total anual es de USD 2896.80

Mano de obra indirecta

Tabla 40. Mano de obra indirecta

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Año 1	Valor Total Año 2
Encargado de producción	Profesional	1	1.355,82	\$ 16.269,80	\$ 17.919,80
			Subtotal	\$ 16.269,80	\$ 17.919,80
			Imprevistos 2%	\$ 325,40	\$ 358,40
Elaborado por: Autor			Total	\$ 16.595,20	\$ 18.278,20

Para el cálculo de valor total del año 2 se ha tomado los valores obtenidos del análisis salarial (anexo 3) donde además de los valores considerados para el cálculo de primer año, se considera también la sumatoria del valor de fondos de reserva y el valor de las vacaciones.

Materiales Directos

Tabla 41. Materiales Directos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Albahaca	kilogramos	5.184,00	\$ 4,22	\$ 21.876,48
Salmuera	Litros	12.960,00	\$ 0,75	\$ 9.720,00
			Subtotal	\$ 31.596,48
			Imprevistos 2%	\$ 631,93
			Total	\$ 32.228,41

Elaborado por: Autor

Los materiales directos en la lata de palmito marinado son la albahaca y la salmuera. Se ha determinado la cantidad de cada uno de estos productos de acuerdo a la producción de latas establecidas considerando que se coloca 0.40 gr de albaca y 250 ml de salmuera en cada una.

Materiales Indirectos

Tabla 42. Materiales Indirectos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Lata	Unidad	129.600,00	\$ 0,22	\$ 28.512,00
Caja de cartón para empaque	Unidad	10.800,00	\$ 0,09	\$ 972,00
Etiquetas para lata	Unidad	129.600,00	\$ 0,03	\$ 3.888,00
Pallets	Unidad	200,00	\$ 12,00	\$ 2.400,00
Zunchos	Rollos	10,00	\$ 40,00	\$ 400,00
			Subtotal	\$ 36.172,00
			Imprevistos 2%	\$ 723,44
			Total	\$ 36.895,44

Elaborado por: Autor

La cantidad de los materiales indirectos están relacionados con la oferta exportable de latas de palmito marinado y el cubicaje establecido en el objetivo anterior. Su valor total anual es de USD 36.895,44

Gastos indirectos de fabricación

Mantenimiento y reparación

Son valores establecidos para mantener el buen funcionamiento y estado los bienes tangibles y para repararlos a futuro si fuese necesario. (Economicas, 2013)

Tabla 43. Mantenimiento y reparación

Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Edificaciones	\$ 82.421,10	0,03	\$ 2.472,63	\$ 206,05	\$ 2.472,63
Vehículo	\$ 33.150,00	0,04	\$ 1.326,00	\$ 110,50	\$ 1.326,00
Maquinaria y Equipo	\$ 49.317,00	0,03	\$ 1.479,51	\$ 123,29	\$ 1.479,51
Equipo de oficina	\$ 395,25	0,03	\$ 11,86	\$ 0,99	\$ 11,86
Equipo de Computo	\$ 3.977,90	0,03	\$ 119,34	\$ 9,94	\$ 119,34
Muebles y Enseres	\$ 6.547,38	0,02	\$ 130,95	\$ 10,91	\$ 130,95
Otros activos	\$ 6.808,50	0,03	\$ 204,26	\$ 17,02	\$ 204,26
				Subtotal	\$ 5.744,54
				Imprevistos 2%	\$ 114,89
				Total	\$ 5.859,43

Elaborado por: Autor

Seguros

Es el valor que la empresa cancela por proteger sus activos tangibles contra cualquier siniestro que pueda suceder. Los porcentajes están dados por las empresas aseguradoras. (Grupo Finanzas, 2015)

Tabla 44. Seguros

Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Edificaciones	\$ 82.421,10	3%	\$ 2.472,63	\$ 206,05	\$ 2.472,63
Vehículo	\$ 33.150,00	5%	\$ 1.657,50	\$ 138,13	\$ 1.657,50
Maquinaria y Equipo	\$ 49.317,00	4%	\$ 1.972,68	\$ 164,39	\$ 1.972,68
Equipo de oficina	\$ 395,25	3%	\$ 11,86	\$ 0,99	\$ 11,86
Equipo de Computo	\$ 3.977,90	4%	\$ 159,12	\$ 13,26	\$ 159,12
Muebles y Enseres	\$ 6.547,38	3%	\$ 196,42	\$ 16,37	\$ 196,42
Otros activos	\$ 6.808,50	4%	\$ 272,34	\$ 22,70	\$ 272,34
				Subtotal	6.742,55
				Imprevistos 2%	134,85
				Total	6.877,40

Elaborado por: Autor

Gastos Administrativos

Se refieren a los valores destinados a los gastos generales del área administrativa, además se han colocado los sueldos y salarios mensuales totales del personal administrativo. (Enciclopedia Financiera, 2016)

Tabla 45. Gastos Administrativos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Año 1	Valor Total Año 2
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Director General	Profesionales	1	\$ 1.837,75	\$ 1.837,75	\$ 22.053,00	\$ 24.303,00
Encargado de Marketing	Profesionales	1	\$ 1.355,82	\$ 1.355,82	\$ 16.269,80	\$ 17.919,80
Encargado de Exportaciones	Profesionales	1	\$ 1.355,82	\$ 1.355,82	\$ 16.269,80	\$ 17.919,80
Encargado de Recursos Humanos	Profesionales	1	\$ 1.235,33	\$ 1.235,33	\$ 14.824,00	\$ 16.324,00
Contador	Profesionales	1	\$ 1.235,33	\$ 1.235,33	\$ 14.824,00	\$ 16.324,00
Encargado de Logística.	Profesionales	1	\$ 1.235,33	\$ 1.235,33	\$ 14.824,00	\$ 16.324,00
Subtotal			\$ 8.255,4	\$ 8.255,4	\$ 99.064,6	109.114,6
GASTOS GENERALES						
Consumo de Energia Electrica	Kw/h	600	\$ 0,12	\$ 72,00	\$ 864,00	\$ 864,00
Consumo de Telefono	Minutos	2100	\$ 0,08	\$ 168,00	\$ 2.016,00	\$ 2.016,00
Internet	Paquete	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Utiles de oficina	Kit	7	\$ 50,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
		Subtotal	\$ 110,2	\$ 650,0	\$ 7.800,0	7.800,0
				Subtotal	106.864,60	116.914,60
				Imprevistos 2%	2.137,29	2.338,29
				Total	109.001,89	119.252,89

Elaborado por: Autor

En esta tabla se ha colocado también el valor total año 2 ya que como se muestra en el análisis salarial (Anexo 3) se incluye en los sueldos y salarios del año dos los fondos de reserva y el valor de vacaciones.

Gastos de exportación

Tabla 46. Gastos de exportación

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Transporte Interno Sto. Domingo - Guayaquil	Por contenedor	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Envío de documentos	Por exportación	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Porteo	Por contenedor	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Certificado de Origen	Por exportación	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Fitosanitario	Por exportación	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Inspección Antinarcóticos	Por exportación	4	\$ 480,00	\$ 1.920,00
Flete Total	Por contenedor	4	\$ 2.644,56	\$ 10.578,24
Seguro	Por contenedor	4	\$ 660,79	\$ 2.643,14
Gasto Bancario	Por exportación	4	\$ 853,82	\$ 3.415,29
		Subtotal	\$ 5.209,17	20.836,67
			Imprevistos 2%	416,73
			Total	21.253,40

Elaborado por: Autor

Depreciaciones y Amortizaciones.

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable (Gerencie, 2015)

Tabla 47. Depreciaciones y Amortizaciones

Depreciación Línea Recta				
Concepto	Inversión	Vida Útil	%	Valor Total Anual
Edificaciones	\$ 82.421,10	20	5%	\$ 4.121,06
Vehículo	\$ 33.150,00	5	20%	\$ 6.630,00
Maquinaria y Equipo	\$ 49.317,00	10	10%	\$ 4.931,70
Equipo de oficina	\$ 395,25	5	20%	\$ 79,05
Equipo de Computo	\$ 3.977,90	3	33%	\$ 1.325,97
Muebles y Enseres	\$ 6.547,38	10	10%	\$ 654,74
Otros activos	\$ 6.808,50	10	10%	\$ 680,85
Total Depreciación				\$ 18.423,36
Amortización				
Activos Diferidos	\$ 3.723,00	5	20%	\$ 744,60
Total				\$ 19.167,96

Elaborado por: Autor

Resumen de Depreciaciones

Tabla 48. Resumen de depreciaciones

Años	Edificaciones	Vehículo	Maquinaria y Equipo	Equipo de oficina	Equipo de Computo	Muebles y Enseres	Otros activos	Total
2016	\$ 4.121,06	\$ 6.630,00	\$ 4.931,70	\$ 79,05	\$ 1.325,97	\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 18.423,36
2017	\$ 4.121,06	\$ 6.630,00	\$ 4.931,70	\$ 79,05	\$ 1.325,97	\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 18.423,36
2018	\$ 4.121,06	\$ 6.630,00	\$ 4.931,70	\$ 79,05	\$ 1.325,97	\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 18.423,36
2019	\$ 4.121,06	\$ 6.630,00	\$ 4.931,70	\$ 79,05		\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 17.097,39
2020	\$ 4.121,06	\$ 6.630,00	\$ 4.931,70	\$ 79,05		\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 17.097,39
2021	\$ 4.121,06		\$ 4.931,70			\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 10.388,34
2022	\$ 4.121,06		\$ 4.931,70			\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 10.388,34
2023	\$ 4.121,06		\$ 4.931,70			\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 10.388,34
2024	\$ 4.121,06		\$ 4.931,70			\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 10.388,34
2025	\$ 4.121,06		\$ 4.931,70			\$ 654,74	\$ 680,85	\$ 10.388,34

Elaborado por: Autor

Resumen Seguros

Tabla 49. Resumen Seguros

AÑOS	Edificaciones	Vehículo	Maquinaria y Equipo	Equipo de oficina	Equipo de Computo	Muebles y Enseres	Otros activos	Total
1	\$ 2.472,63	\$ 1.657,50	\$ 1.972,68	\$ 11,86	\$ 159,12	\$ 196,42	\$ 272,34	\$ 6.742,55
2	\$ 2.349,00	\$ 1.326,00	\$ 1.775,41	\$ 9,49	\$ 106,08	\$ 176,78	\$ 245,11	\$ 5.987,86
3	\$ 2.225,37	\$ 994,50	\$ 1.578,14	\$ 7,11	\$ 53,04	\$ 157,14	\$ 217,87	\$ 5.233,18
4	\$ 2.101,74	\$ 663,00	\$ 1.380,88	\$ 4,74		\$ 137,49	\$ 190,64	\$ 4.478,49
5	\$ 1.978,11	\$ 331,50	\$ 1.183,61	\$ 2,37		\$ 117,85	\$ 163,40	\$ 3.776,84
6	\$ 1.854,47		\$ 986,34			\$ 98,21	\$ 136,17	\$ 3.075,20
7	\$ 1.730,84		\$ 789,07			\$ 78,57	\$ 108,94	\$ 2.707,42
8	\$ 1.607,21		\$ 591,80			\$ 58,93	\$ 81,70	\$ 2.339,64
9	\$ 1.483,58		\$ 394,54			\$ 39,28	\$ 54,47	\$ 1.971,87
10	\$ 1.359,95		\$ 197,27			\$ 19,64	\$ 27,23	\$ 1.604,09

Elaborado por: Autor

La tabla de resumen de seguros nos muestra los rubros que se deberá pagar por concepto de seguros relacionados con la depreciación de cada activo fijo tangible.

Financiamiento del proyecto

El Financiamiento del plan de exportación de palmito marinado se basa en la inversión total de la compañía, que es de \$300.639,23 dólares, constituido por, el 40% capital propio y el 60% financiado por terceros.

El financiamiento se tramitará a través de la Corporación Financiera Nacional, obteniendo un crédito directo de 60% para proyectos nuevos con una tasa de interés del 9,75% a ser pagados en 5 años con pagos semestrales.

Tabla 50. Fuentes y usos

Concepto	Valor	Préstamo		Recursos Propios	
		%	Valor	%	Valor
Terreno	\$ 57.283,20	50%	\$ 28.641,60	50%	\$ 28.641,60
Edificaciones	\$ 82.421,10	100%	\$ 82.421,10	0	\$ -
Vehículo	\$ 33.150,00	80%	\$ 26.520,00	20%	\$ 6.630,00
Maquinaria y Equipo	\$ 49.317,00	0%	\$ -	100%	\$ 49.317,00
Equipo de oficina	\$ 395,25	100%	\$ 395,25	0%	\$ -
Equipo de Computo	\$ 3.977,90	100%	\$ 3.977,90	0	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 6.547,38	50%	\$ 3.273,69	50%	\$ 3.273,69
Otros activos	\$ 6.808,50	100%	\$ 6.808,50	0	\$ -
Activos Fijos Intangibles	\$ 3.723,00	0	\$ -	100%	\$ 3.723,00
Capital de Trabajo	\$ 57.015,90	50%	\$ 28.507,95	50%	\$ 28.507,95
Total	\$ 300.639,23	60%	\$ 180.545,99	40%	\$ 120.093,24

Elaborado por: Autor

Esta tabla detalla el uso que tendrán las fuentes de financiamiento, para crédito de la CFN será del 60% o \$180.545,99 dólares y del 40% o \$120.093,24 dólares de capital propio.

Gasto Financiero

Son considerados gastos financieros las contraprestaciones pagadas por el cesionario al cedente por el uso de capitales ajenos. (Enciclopedia Financiera, 2016)

La tabla de amortización anual es la extinción de una deuda mediante un conjunto de pagos de igual valor en intervalos regulares de tiempo.

CONDICIONES PRESTAMO CFN

- **MONTO** \$ 178.291,84
- **PLAZO** 5 años
- **TASA DE INTERÉS** 9,75% anual 4,88% Semestral
- **PAGOS** Semestrales

Tabla 51. Amortización Anual

Periodo	Pagos Periódicos	Interés	Amortización	Saldo Insoluto	Pago Anual Interés	Amortización Anual
Semestre						
\$ 180.545,99						
1	\$ 166.107,80	\$ 23.239,81	\$ 8.801,62	\$ 14.438,19	\$ 166.107,80	
2	\$ 150.965,74	\$ 23.239,81	\$ 8.097,76	\$ 15.142,05	\$ 150.965,74	\$ 16.899,37
3	\$ 135.085,51	\$ 23.239,81	\$ 7.359,58	\$ 15.880,23	\$ 135.085,51	
4	\$ 118.431,12	\$ 23.239,81	\$ 6.585,42	\$ 16.654,39	\$ 118.431,12	\$ 13.945,00
5	\$ 100.964,83	\$ 23.239,81	\$ 5.773,52	\$ 17.466,29	\$ 100.964,83	
6	\$ 82.647,06	\$ 23.239,81	\$ 4.922,04	\$ 18.317,77	\$ 82.647,06	\$ 10.695,55
7	\$ 63.436,29	\$ 23.239,81	\$ 4.029,04	\$ 19.210,76	\$ 63.436,29	
8	\$ 43.289,00	\$ 23.239,81	\$ 3.092,52	\$ 20.147,29	\$ 43.289,00	\$ 7.121,56
9	\$ 22.159,53	\$ 23.239,81	\$ 2.110,34	\$ 21.129,47	\$ 22.159,53	
10	\$ 0,00	\$ 23.239,81	\$ 1.080,28	\$ 22.159,53	\$ 0,00	\$ 3.190,62
						\$ 43.289,00

Elaborado por: Autor

Costos totales del proyecto

Los costos totales del proyecto serán presentados sin inflación y con inflación. En la tabla 52 e presentan sin inflación pero con una tasa de crecimiento de las exportaciones, la cual al segundo año es del 25%, al tercer año es del 20% y los demás años sin crecimiento.

Los costos totales con inflación se presentarán en la tabla 53 donde los datos obtenidos serán resultado tanto de la tasa de crecimiento de las exportaciones como de la tasa de inflación del Ecuador de diciembre del 2015 del 3.38%

Costos totales del proyecto sin inflación

Tabla 52. Costos totales del proyecto sin inflación

Tasa de crecimiento exportaciones	1,25	1,20	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
COSTOS DIRECTOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Mano de obra directa	\$ 23.240,70	\$ 31.919,63	\$ 38.303,55	\$ 38.303,55	\$ 38.303,55	\$ 38.303,55	\$ 38.303,55	\$ 38.303,55	\$ 38.303,55	\$ 38.303,55
Materia Prima	\$ 87.246,72	\$ 109.058,40	\$ 130.870,08	\$ 130.870,08	\$ 130.870,08	\$ 130.870,08	\$ 130.870,08	\$ 130.870,08	\$ 130.870,08	\$ 130.870,08
Materiales directos	\$ 32.228,41	\$ 40.285,51	\$ 48.342,61	\$ 48.342,61	\$ 48.342,61	\$ 48.342,61	\$ 48.342,61	\$ 48.342,61	\$ 48.342,61	\$ 48.342,61
Mano de obra indirecta	\$ 16.595,20	\$ 18.278,20	\$ 18.278,20	\$ 18.278,20	\$ 18.278,20	\$ 18.278,20	\$ 18.278,20	\$ 18.278,20	\$ 18.278,20	\$ 18.278,20
Materiales Indirectos	\$ 36.895,44	\$ 46.119,30	\$ 55.343,16	\$ 55.343,16	\$ 55.343,16	\$ 55.343,16	\$ 55.343,16	\$ 55.343,16	\$ 55.343,16	\$ 55.343,16
Insumos	\$ 2.896,80	\$ 3.621,00	\$ 4.345,20	\$ 4.345,20	\$ 4.345,20	\$ 4.345,20	\$ 4.345,20	\$ 4.345,20	\$ 4.345,20	\$ 4.345,20
Mantenimiento y Reparación	\$ 5.859,43	\$ 5.918,03	\$ 6.036,39	\$ 6.217,48	\$ 6.466,18	\$ 6.789,49	\$ 7.196,85	\$ 7.700,63	\$ 8.316,68	\$ 9.065,19
Seguros	\$ 6.742,55	\$ 5.987,86	\$ 5.233,18	\$ 4.478,49	\$ 3.776,84	\$ 3.075,20	\$ 2.707,42	\$ 2.339,64	\$ 1.971,87	\$ 1.604,09
Depreciaciones	\$ 18.423,36	\$ 18.423,36	\$ 18.423,36	\$ 17.097,39	\$ 17.097,39	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34
Amortizaciones	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60					
Total costos producción	\$ 230.873,20	\$ 280.355,88	\$ 325.920,32	\$ 324.020,76	\$ 323.567,81	\$ 315.735,82	\$ 315.775,42	\$ 315.911,42	\$ 316.159,70	\$ 316.540,42
Gastos Administrativos	\$ 109.001,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89
Gastos Exportación	\$ 21.253,40	\$ 26.566,75	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11
Gastos Financieros	\$ 16.899,37	\$ 13.945,00	\$ 10.695,55	\$ 7.121,56	\$ 3.190,62	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 378.027,87	\$ 440.120,52	\$ 487.748,87	\$ 482.275,32	\$ 477.891,43	\$ 466.868,82	\$ 466.908,41	\$ 467.044,42	\$ 467.292,69	\$ 467.673,42

Elaborado por: Autor

Costos totales del proyecto con inflación

Tabla 53. Costos totales con inflación

Tasa de inflación del Ecuador		3,38%		dic-15						
		1,034	1,069	1,105	1,142	1,181	1,221	1,262	1,305	1,349
COSTOS DIRECTOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Mano de obra directa	\$ 23.240,70	\$ 32.998,51	\$ 40.936,63	\$ 42.320,29	\$ 43.750,71	\$ 45.229,49	\$ 46.758,24	\$ 48.338,67	\$ 49.972,52	\$ 51.661,59
Materia Prima	\$ 87.246,72	\$ 112.744,57	\$ 139.866,41	\$ 144.593,89	\$ 149.481,17	\$ 154.533,63	\$ 159.756,87	\$ 165.156,65	\$ 170.738,94	\$ 176.509,92
Mano de obra indirecta	\$ 16.595,20	\$ 18.896,00	\$ 19.534,68	\$ 20.194,96	\$ 20.877,55	\$ 21.583,21	\$ 22.312,72	\$ 23.066,89	\$ 23.846,55	\$ 24.652,56
Materiales directos	\$ 32.228,41	\$ 41.647,16	\$ 51.665,80	\$ 53.412,11	\$ 55.217,44	\$ 57.083,79	\$ 59.013,22	\$ 61.007,87	\$ 63.069,93	\$ 65.201,69
Materiales Indirectos	\$ 36.895,44	\$ 47.678,13	\$ 59.147,58	\$ 61.146,77	\$ 63.213,53	\$ 65.350,15	\$ 67.558,99	\$ 69.842,48	\$ 72.203,16	\$ 74.643,62
Insumos	\$ 2.896,80	\$ 3.743,39	\$ 4.643,90	\$ 4.800,86	\$ 4.963,13	\$ 5.130,89	\$ 5.304,31	\$ 5.483,60	\$ 5.668,94	\$ 5.860,55
Mantenimiento y Reparación	\$ 5.859,43	\$ 6.118,05	\$ 6.240,42	\$ 6.427,63	\$ 6.684,73	\$ 7.018,97	\$ 7.440,11	\$ 7.960,92	\$ 8.597,79	\$ 9.371,59
Seguros	\$ 6.742,55	\$ 5.987,86	\$ 5.233,18	\$ 4.478,49	\$ 3.776,84	\$ 3.075,20	\$ 2.707,42	\$ 2.339,64	\$ 1.971,87	\$ 1.604,09
Depreciaciones	\$ 18.423,36	\$ 18.423,36	\$ 18.423,36	\$ 17.097,39	\$ 17.097,39	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34
Amortizaciones	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costos producción	\$ 230.873,20	\$ 288.981,64	\$ 346.436,56	\$ 355.216,99	\$ 365.807,10	\$ 369.393,66	\$ 381.240,22	\$ 393.585,05	\$ 406.458,04	\$ 419.893,97
Gastos Administrativos	\$ 109.001,89	\$ 123.283,64	\$ 127.450,63	\$ 131.758,46	\$ 136.211,89	\$ 140.815,86	\$ 145.575,43	\$ 150.495,88	\$ 155.582,64	\$ 160.841,34
Gastos Exportación	\$ 21.253,40	\$ 27.464,71	\$ 34.071,62	\$ 35.223,24	\$ 36.413,79	\$ 37.644,57	\$ 38.916,96	\$ 40.232,35	\$ 41.592,21	\$ 42.998,02
Gastos Financieros	\$ 16.899,37	\$ 13.945,00	\$ 10.695,55	\$ 7.121,56	\$ 3.190,62	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 378.027,87	\$ 453.674,99	\$ 518.654,36	\$ 529.320,25	\$ 541.623,39	\$ 547.854,09	\$ 565.732,61	\$ 584.313,29	\$ 603.632,89	\$ 623.733,33
Costo unitario por lata	\$ 2,92	\$ 2,80	\$ 2,67	\$ 2,72	\$ 2,79	\$ 2,82	\$ 2,91	\$ 3,01	\$ 3,11	\$ 3,21
Ex Word	\$ 356.774,47	\$ 426.210,28	\$ 484.582,74	\$ 494.097,01	\$ 505.209,61	\$ 510.209,51	\$ 526.815,65	\$ 544.080,94	\$ 562.040,68	\$ 580.735,30

Elaborado por: Autor

Clasificación de costos**Tabla 54. Clasificación de costos**

COSTOS FIJOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Mano de obra indirecta	\$ 16.595,20	\$ 18.896,00	\$ 19.534,68	\$ 20.194,96	\$ 20.877,55	\$ 21.583,21	\$ 22.312,72	\$ 23.066,89	\$ 23.846,55	\$ 24.652,56
Seguros	\$ 6.742,55	\$ 5.987,86	\$ 5.233,18	\$ 4.478,49	\$ 3.776,84	\$ 3.075,20	\$ 2.707,42	\$ 2.339,64	\$ 1.971,87	\$ 1.604,09
Depreciaciones	\$ 18.423,36	\$ 18.423,36	\$ 18.423,36	\$ 17.097,39	\$ 17.097,39	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34	\$ 10.388,34
Amortizaciones	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60	\$ 744,60					
Gastos Administrativos	\$ 109.001,89	\$ 123.283,64	\$ 127.450,63	\$ 131.758,46	\$ 136.211,89	\$ 140.815,86	\$ 145.575,43	\$ 150.495,88	\$ 155.582,64	\$ 160.841,34
Gastos Financieros	\$ 16.899,37	\$ 13.945,00	\$ 10.695,55	\$ 7.121,56	\$ 3.190,62					
Mantenimiento y Reparación	\$ 5.859,43	\$ 6.118,05	\$ 6.240,42	\$ 6.427,63	\$ 6.684,73	\$ 7.018,97	\$ 7.440,11	\$ 7.960,92	\$ 8.597,79	\$ 9.371,59
TOTAL FIJOS	\$ 174.266,40	\$ 187.398,51	\$ 188.322,41	\$ 187.823,09	\$ 188.583,62	\$ 182.881,57	\$ 188.424,02	\$ 194.251,67	\$ 200.387,19	\$ 206.857,92
COSTOS VARIABLES										
Mano de obra directa	\$ 23.240,70	\$ 32.998,51	\$ 40.936,63	\$ 42.320,29	\$ 43.750,71	\$ 45.229,49	\$ 46.758,24	\$ 48.338,67	\$ 49.972,52	\$ 51.661,59
Materia Prima	\$ 87.246,72	\$ 112.744,57	\$ 139.866,41	\$ 144.593,89	\$ 149.481,17	\$ 154.533,63	\$ 159.756,87	\$ 165.156,65	\$ 170.738,94	\$ 176.509,92
Materiales directos	\$ 32.228,41	\$ 41.647,16	\$ 51.665,80	\$ 53.412,11	\$ 55.217,44	\$ 57.083,79	\$ 59.013,22	\$ 61.007,87	\$ 63.069,93	\$ 65.201,69
Materiales Indirectos	\$ 36.895,44	\$ 47.678,13	\$ 59.147,58	\$ 61.146,77	\$ 63.213,53	\$ 65.350,15	\$ 67.558,99	\$ 69.842,48	\$ 72.203,16	\$ 74.643,62
Gastos Exportación	\$ 21.253,40	\$ 27.464,71	\$ 34.071,62	\$ 35.223,24	\$ 36.413,79	\$ 37.644,57	\$ 38.916,96	\$ 40.232,35	\$ 41.592,21	\$ 42.998,02
Insumos	\$ 2.896,80	\$ 3.743,39	\$ 4.643,90	\$ 4.800,86	\$ 4.963,13	\$ 5.130,89	\$ 5.304,31	\$ 5.483,60	\$ 5.668,94	\$ 5.860,55
TOTAL VARIABLES	\$ 203.761,47	\$ 266.276,48	\$ 330.331,95	\$ 341.497,17	\$ 353.039,77	\$ 364.972,51	\$ 377.308,59	\$ 390.061,62	\$ 403.245,70	\$ 416.875,40
COSTO TOTAL	\$ 378.027,87	\$ 453.674,99	\$ 518.654,36	\$ 529.320,25	\$ 541.623,39	\$ 547.854,09	\$ 565.732,61	\$ 584.313,29	\$ 603.632,89	\$ 623.733,33

Elaborado por: Autor

Precio CIF**Tabla 55. Precio CIF**

Margen de utilidad 10%										
PRECIO CIF										
Costo total	\$ 356.774,47	\$ 426.210,28	\$ 484.582,74	\$ 494.097,01	\$ 505.209,61	\$ 510.209,51	\$ 526.815,65	\$ 544.080,94	\$ 562.040,68	\$ 580.735,30
Margen de utilidad 10%	\$ 35.677,45	\$ 42.621,03	\$ 48.458,27	\$ 49.409,70	\$ 50.520,96	\$ 51.020,95	\$ 52.681,56	\$ 54.408,09	\$ 56.204,07	\$ 58.073,53
Precio de venta	\$ 392.451,91	\$ 468.831,31	\$ 533.041,01	\$ 543.506,71	\$ 555.730,57	\$ 561.230,46	\$ 579.497,21	\$ 598.489,03	\$ 618.244,75	\$ 638.808,83
<u>EXW</u>	\$ 392.451,91	\$ 468.831,31	\$ 533.041,01	\$ 543.506,71	\$ 555.730,57	\$ 561.230,46	\$ 579.497,21	\$ 598.489,03	\$ 618.244,75	\$ 638.808,83
Transporte Interno Sto. Domingo - Guayaquil	\$ 1.600,00	\$ 1.654,08	\$ 1.767,79	\$ 1.953,17	\$ 2.230,93	\$ 2.634,32	\$ 3.215,79	\$ 4.058,29	\$ 5.294,62	\$ 7.141,08
Certificado de origen	\$ 40,00	\$ 41,35	\$ 42,75	\$ 44,19	\$ 45,69	\$ 47,23	\$ 48,83	\$ 50,48	\$ 52,19	\$ 53,95
Fitosanitario	\$ 140,00	\$ 144,73	\$ 149,62	\$ 154,68	\$ 159,91	\$ 165,31	\$ 170,90	\$ 176,68	\$ 182,65	\$ 188,82
<u>FAS</u>	\$ 394.231,91	\$ 470.671,47	\$ 535.001,17	\$ 545.658,76	\$ 558.167,09	\$ 564.077,33	\$ 582.932,73	\$ 602.774,47	\$ 623.774,21	\$ 646.192,68
Porteo	\$ 320,00	\$ 330,82	\$ 342,00	\$ 353,56	\$ 365,51	\$ 377,86	\$ 390,63	\$ 403,84	\$ 417,49	\$ 431,60
Gasto Bancario	\$ 3.415,29	\$ 3.530,73	\$ 3.650,07	\$ 3.773,44	\$ 3.900,98	\$ 4.032,83	\$ 4.169,14	\$ 4.310,06	\$ 4.455,74	\$ 4.606,34
Envío de documentos	\$ 180,00	\$ 186,08	\$ 192,37	\$ 198,88	\$ 205,60	\$ 212,55	\$ 219,73	\$ 227,16	\$ 234,84	\$ 242,77
<u>FOB</u>	\$ 398.147,20	\$ 474.719,10	\$ 539.185,61	\$ 549.984,63	\$ 562.639,18	\$ 568.700,57	\$ 587.712,24	\$ 607.715,53	\$ 628.882,27	\$ 651.473,40
Inspección Antinarcoóticos	\$ 1.920,00	\$ 1.984,90	\$ 2.051,99	\$ 2.121,34	\$ 2.193,04	\$ 2.267,17	\$ 2.343,80	\$ 2.423,02	\$ 2.504,92	\$ 2.589,58
Flete Guayaquil ó Francia	\$ 10.578,24	\$ 10.935,78	\$ 11.305,41	\$ 11.687,54	\$ 12.082,58	\$ 12.490,97	\$ 12.913,16	\$ 13.349,63	\$ 13.800,84	\$ 14.267,31
<u>CFR</u>	\$ 410.645,44	\$ 487.639,78	\$ 552.543,01	\$ 563.793,51	\$ 576.914,80	\$ 583.458,70	\$ 602.969,20	\$ 623.488,17	\$ 645.188,03	\$ 668.330,29
Seguro	\$ 2.463,87	\$ 2.925,84	\$ 3.315,26	\$ 3.382,76	\$ 3.461,49	\$ 3.500,75	\$ 3.617,82	\$ 3.740,93	\$ 3.871,13	\$ 4.009,98
<u>CIF</u>	\$ 413.109,32	\$ 490.565,62	\$ 555.858,27	\$ 567.176,27	\$ 580.376,29	\$ 586.959,46	\$ 606.587,01	\$ 627.229,10	\$ 649.059,16	\$ 672.340,28
PRECIO UNITARIO	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

DE VENTA CIF	3,19	3,03	2,86	2,92	2,99	3,02	3,12	3,23	3,34	3,46
---------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Elaborado por: Autor

Para obtener el precio unitario de venta CIF en la tabla 56 se colocó al inicio el valor del costo total menos el costo de las exportaciones, a lo cual se le sumo un margen de utilidad del 10% obteniendo el costo total EXW o Ex Work.

Se procedió a colocar los costos de exportación de acuerdo a los incoterms y se obtuvo como resultado el precio unitario CIF. Cabe señalar que el seguro fue establecido del 0.60% del valor CFR.

Ingresos

Los ingresos representan la cantidad de dinero recibido por la empresa, como consecuencia de la venta del producto, en este caso de las latas de palmito marinado, durante un periodo determinado, y se lo obtiene, multiplicando el número de productos a ofertar por el precio de venta al consumidor o el precio CIF obteniendo previamente.

El precio CIF es proyectado para los posteriores años de acuerdo con la tasa de inflación de Francia, la cual en Diciembre del 2015 fue del 0.180%

Tabla 56. Ingresos

Tasa de inflación de Francia 0,180% dic-15

		1,0018	1,0036	1,0054	1,0072	1,0090	1,0108	1,0127	1,0145	1,0163
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
COSTOS TOTALES	\$ 378.027,87	\$ 453.674,99	\$ 518.654,36	\$ 529.320,25	\$ 541.623,39	\$ 547.854,09	\$ 565.732,61	\$ 584.313,29	\$ 603.632,89	\$ 623.733,33
Palmito marinado	\$ 129.600,00	\$ 162.000,00	\$ 194.400,00	\$ 194.400,00	\$ 194.400,00	\$ 194.400,00	\$ 194.400,00	\$ 194.400,00	\$ 194.400,00	\$ 194.400,00
Costo Unitario	\$ 2,92	\$ 2,80	\$ 2,67	\$ 2,72	\$ 2,79	\$ 2,82	\$ 2,91	\$ 3,01	\$ 3,11	\$ 3,21
Precio Venta	\$ 3,19	\$ 3,19	\$ 3,20	\$ 3,22	\$ 3,25	\$ 3,27	\$ 3,31	\$ 3,35	\$ 3,40	\$ 3,46
Ingresos Anuales	\$ 413.109,32	\$ 517.316,14	\$ 623.016,19	\$ 626.386,53	\$ 630.908,71	\$ 636.607,37	\$ 643.513,74	\$ 651.665,93	\$ 661.109,25	\$ 671.896,66

Elaborado por: Autor

Evaluación Económica Financiera

Balance de situación inicial

Nos indica el activo, pasivo y patrimonio de la empresa en forma global al inicio de la implementación del proyecto.

- Los activos son el conjunto de dinero en efectivo y bienes que posee la empresa.
- Los pasivos son las deudas y/u obligaciones que la empresa debe cancelar a terceros.
- El patrimonio son las aportaciones de los socios y representa el capital neto con el que dispone la empresa. (Gabilos, 2015)

Tabla 57. Balance de situación inicial

ACTIVOS			PASIVOS		
Activo Corriente			Pasivos a Largo Plazo		
Caja/Bancos	\$ 57.015,90		Préstamo Largo Plazo		\$ 180.545,99
Total Activo Corriente		\$ 57.015,90	Total Pasivo Largo Plazo		\$ 180.545,99
Activo Fijo			PATRIMONIO		
Terreno	\$ 57.283,20		Total Patrimonio		\$ 120.093,24
Edificaciones	\$ 82.421,10				
Vehículo	\$ 33.150,00				
Maquinaria y Equipo	\$ 49.317,00				
Equipo de oficina	\$ 395,25				
Equipo de Computo	\$ 3.977,90				
Muebles y Enseres	\$ 6.547,38				
Otros activos	\$ 6.808,50				
Total Activo Fijo		\$ 239.900,33			
Activos Diferidos		\$ 3.723,00			
TOTAL ACTIVOS		\$ 300.639,23	TOTAL PAS. + PATRIM.		\$ 300.639,23

Elaborado por: Autor

Estado de resultados del proyecto

Es el documento contable que refleja la utilidad neta de la compañía, es decir, la utilidad real que perciben los inversionistas. Se lo obtiene utilizando los ingresos totales y a este se le resta el costo de venta correspondiente, los diferentes gastos, reparto de utilidades a trabajadores, y el impuesto a la renta, todo esto durante un periodo determinado. (Crece Negocios, 2015)

Tabla 58. Estado de resultados

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS	\$ 413.109,32	\$ 517.316,14	\$ 623.016,19	\$ 626.386,53	\$ 630.908,71	\$ 636.607,37	\$ 643.513,74	\$ 651.665,93	\$ 661.109,25	\$ 671.896,66
COSTO DE PRODUCCION	\$ 230.873,20	\$ 280.355,88	\$ 325.920,32	\$ 324.020,76	\$ 323.567,81	\$ 315.735,82	\$ 315.775,42	\$ 315.911,42	\$ 316.159,70	\$ 316.540,42
UTILIDAD BRUTA	\$ 182.236,11	\$ 236.960,26	\$ 297.095,87	\$ 302.365,77	\$ 307.340,90	\$ 320.871,54	\$ 327.738,32	\$ 335.754,51	\$ 344.949,55	\$ 355.356,23
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 109.001,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89	\$ 119.252,89
GASTO DE EXPORTACION	\$ 21.253,40	\$ 26.566,75	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11	\$ 31.880,11
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 51.980,82	\$ 91.140,62	\$ 145.962,87	\$ 151.232,78	\$ 156.207,90	\$ 169.738,54	\$ 176.605,32	\$ 184.621,51	\$ 193.816,56	\$ 204.223,24
GASTO FINANCIERO	\$ 16.899,37	\$ 13.945,00	\$ 10.695,55	\$ 7.121,56	\$ 3.190,62	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	\$ 35.081,45	\$ 77.195,62	\$ 135.267,32	\$ 144.111,21	\$ 153.017,28	\$ 169.738,54	\$ 176.605,32	\$ 184.621,51	\$ 193.816,56	\$ 204.223,24
15% REPARTO TRABAJADOR	\$ 5.262,22	\$ 11.579,34	\$ 20.290,10	\$ 21.616,68	\$ 22.952,59	\$ 25.460,78	\$ 26.490,80	\$ 27.693,23	\$ 29.072,48	\$ 30.633,49
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	\$ 29.819,23	\$ 65.616,28	\$ 114.977,22	\$ 122.494,53	\$ 130.064,69	\$ 144.277,76	\$ 150.114,53	\$ 156.928,28	\$ 164.744,07	\$ 173.589,75
22% DE IMPUESTO RENTA	\$ 6.560,23	\$ 14.435,58	\$ 25.294,99	\$ 26.948,80	\$ 28.614,23	\$ 31.741,11	\$ 33.025,20	\$ 34.524,22	\$ 36.243,70	\$ 38.189,75
UTILIDAD NETA	\$ 23.259,00	\$ 51.180,69	\$ 89.682,23	\$ 95.545,73	\$ 101.450,46	\$ 112.536,65	\$ 117.089,33	\$ 122.404,06	\$ 128.500,38	\$ 135.400,01

Elaborado por: Autor

El estado de resultado está proyectado a 10 años. Se obtiene utilidad desde el primer año, con el crecimiento más notorio 115% al segundo año y con el 60% de crecimiento al tercero. Estableciendo una tasa de crecimiento total de los 10 años de 582% en utilidad.

Flujo de caja

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. (Crece Negocios, 2015)

Tabla 59. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA								
AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRE Y AMOR	V.RESIDUAL	C.TRABAJO	INV.INICIAL	PRESTAMO	AMORTIZACION	FNC
0					\$ 300.639,23	\$ 180.545,99		\$ (120.093,24)
2016	\$ 23.259,00	\$ 19.167,96					\$ 29.580,25	\$ 12.846,71
2017	\$ 51.180,69	\$ 19.167,96					\$ 32.534,62	\$ 37.814,03
2018	\$ 89.682,23	\$ 19.167,96					\$ 35.784,07	\$ 73.066,12
2019	\$ 95.545,73	\$ 17.841,99			\$ 3.977,90		\$ 39.358,05	\$ 70.051,77
2020	\$ 101.450,46	\$ 17.841,99					\$ 43.289,00	\$ 76.003,45
2021	\$ 112.536,65	\$ 10.388,34			\$ 395,25			\$ 122.529,75
2022	\$ 117.089,33	\$ 10.388,34			\$ 3.977,90			\$ 123.499,77
2023	\$ 122.404,06	\$ 10.388,34						\$ 132.792,40
2024	\$ 128.500,38	\$ 10.388,34						\$ 138.888,72
2025	\$ 135.400,01	\$ 10.388,34	\$ 101.145,68	\$ 57.015,90	\$ 3.977,90			\$ 299.972,03
Valor Residual								
Terreno		\$ 57.283,20						
Edificaciones		\$ 41.210,55						
Equipo Computo		\$ 2.651,93						
Total		\$ 101.145,68						

Elaborado por: Autor

Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado. (Gerencie, 2015)

La fórmula para obtener el costo de oportunidad es:

$$COP = (\%RP * TPR) + (\%RA * TAR * (1-T)) + TLR + INFLACIÓN$$

Tabla 60. Costo de Oportunidad

Tasa Pasiva Referencial	Tasa Activa Referencial	Tasa de descuento	Tasa Libre de Riesgo	Inflación	Recursos Propios	Recursos Ajenos
5,62%	9,75%	0,337	10,00%	3,38%	40%	60%
Costo Oportunidad		17.60%				

Elaborado por: Autor

Valor Actual Neto VAN

Es una herramienta que nos permite establecer la valoración del proyecto durante todo el periodo que dure este, determinado mediante la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros que se percibirán por el proyecto y todos los gastos actualizados que se efectuarían a causa del mismo. (Enciclopedia Financiera, 2015)

Tabla 61. VAN

PERIODO	FNC	FNCA
0	-120093	-120093
1	12847	10924
2	37814	27343
3	73066	44928
4	70052	36628
5	76003	33793
6	122530	46327
7	123500	39707
8	132792	36305
9	138889	32289
10	299972	59303
VAN		\$ 247.454,84

Elaborado por: Autor

El VAN calculado es > 0 (USD 247.454,84) por lo que el proyecto es factible.

Tasa Interna de Retorno TIR

Es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje. (Enciclopedia Financiera, 2015)

Tabla 62. TIR

AÑOS	FNC	TASA 43,94%	TASA 45,94%
0	-120093	-120093	-120093
1	12847	8925	8803
2	37814	18251	17754
3	73066	24500	23507
4	70052	16319	15443
5	76003	12301	11481
6	122530	13777	12682
7	123500	9647	8759
8	132792	7207	6453
9	138889	5236	4625
10	299972	7857	6845
		3927,5866	-3741,983
TIR	44,94%		

Elaborado por: Autor

El proyecto es factible. TIR \times (44.94%) al costo de oportunidad que es de 17,60%.

Periodo de Recuperación de la Inversión PRI

Es un indicador que nos permite conocer del período de tiempo en el cual se recuperaría la inversión inicial. Es decir nos indica en cuanto tiempo los ingresos futuros generados por el proyecto pueden cubrir la inversión inicial del mismo. (Gestiopolis, 2015)

Tabla 63. PRI

PERIODO	FNC	FNCA	FNCAA
0	-120093	-120093	-120093
1	12847	10924	-109169
2	37814	27343	-81826
3	73066	44928	-36898
4	70052	36628	-270
5	76003	33793	33524
6	122530	46327	79851
7	123500	39707	119557
8	132792	36305	155863
9	138889	32289	188152
10	299972	59303	247455

Elaborado por: Autor

Dónde:

FNC = flujo neto de caja.

FNCA = flujo neto de caja actualizado, y

FNCAA = flujo neto de caja actualizado acumulado.

El presente proyecto recuperaría la inversión al quinto año, porque el flujo neto de caja acumulado se vuelve positivo en este período, y eso quiere decir que la inversión inicial fue cubierta en este año.

Índices Financieros.

Rentabilidad sobre la Inversión Total

Es aquel que mide la utilidad neta obtenida durante el período en relación con la inversión en activos totales. (Super Cias, 2015)

Utilidad Neta / Inversión Total

$$(23.259.00 / 300.639.23) * 100 = \quad \quad \quad \mathbf{7.7\%}$$

La utilidad neta obtenida durante el primer año con relación a la inversión en activos totales corresponde a 7.7%.

Rentabilidad sobre los recursos propios.

Ratio que mide la rentabilidad que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad, es decir la capacidad de la empresa de remunerar a sus accionistas. (Super Cias, 2015)

Utilidad Neta / Recurso Propio

$$(23.259.00 / 120.093,24) * 100 = \quad \quad \quad \mathbf{19.37\%}$$

El índice sobre recurso propio es 19.37% lo que nos indica que por cada dólar invertido en el recurso propio se podrá obtener 1,1937 dólares.

Rentabilidad sobre ventas

Este índice nos indica la utilidad con respecto a las ventas.

Utilidad Neta / Ventas Totales

$$(23.259,00 / 413.109,32) * 100 = \quad \mathbf{5.63\%}$$

El primer año se obtendrá el 5.63% de rentabilidad sobre las ventas.

Índice de apalancamiento

El índice de apalancamiento, muestra la participación de terceros en el capital de la empresa; es decir compara el financiamiento originado por tercero con los recursos de los accionistas, socios o dueños, para establecer cuál de las dos partes corre mayor riesgo. (Super Cias, 2015)

Deuda Total Terceros / Activo Total

$$(180.545,99 / 300.639,23) = \quad \mathbf{60.05\%}$$

El índice de apalancamiento representa el 60.05 % de la proporción de la inversión de los activos totales que son financiados con recursos ajenos o prestados.

Índice de Cobertura

El índice de cobertura de deuda da una idea de la capacidad de una persona o empresa para cumplir con un determinado nivel de deuda. (Super Cias, 2015)

Utilidad Operacional / Gasto Financiero

$$(51.980,82 / 16.899,37) = \quad \mathbf{3.1 \text{ veces}}$$

La compañía tiene una capacidad de 3.1 veces para cubrir el costo financiero. Si la relación es superior a 1,0, las ganancias de la empresa deben ser suficientes para absorber ese nivel de endeudamiento.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa la cantidad de unidades físicas que es necesaria vender a fin de no producir ni beneficios ni pérdidas en el plan de exportación. (Super Cias, 2015)

Tabla 64. Punto de Equilibrio

Descripción/Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Costo fijo	\$ 174.266,40	\$ 187.398,51	\$ 188.322,41	\$ 187.823,09	\$ 188.583,62	\$ 182.881,57	\$ 188.424,02	\$ 194.251,67	\$ 200.387,19	\$ 206.857,92
Costo variable	\$ 203.761,47	\$ 266.276,48	\$ 330.331,95	\$ 341.497,17	\$ 353.039,77	\$ 364.972,51	\$ 377.308,59	\$ 390.061,62	\$ 403.245,70	\$ 416.875,40
Costo total	\$ 378.027,87	\$ 453.674,99	\$ 518.654,36	\$ 529.320,25	\$ 541.623,39	\$ 547.854,09	\$ 565.732,61	\$ 584.313,29	\$ 603.632,89	\$ 623.733,33
Ingresos	\$ 413.109,32	\$ 517.316,14	\$ 623.016,19	\$ 626.386,53	\$ 630.908,71	\$ 636.607,37	\$ 643.513,74	\$ 651.665,93	\$ 661.109,25	\$ 671.896,66
Punto de equilibrio \$	\$ 343.882,56	\$ 386.171,15	\$ 400.868,57	\$ 412.966,81	\$ 428.184,06	\$ 428.603,90	\$ 455.488,73	\$ 483.888,04	\$ 513.751,66	\$ 545.002,21
Unidades	129600,0	162000,0	194400,0	194400,0	194400,0	194400,0	194400,0	194400,0	194400,0	194400,0
Costo variable unitario	\$ 1,57	\$ 1,64	\$ 1,70	\$ 1,76	\$ 1,82	\$ 1,88	\$ 1,94	\$ 2,01	\$ 2,07	\$ 2,14
Precio de venta unitario	\$ 3,19	\$ 3,19	\$ 3,20	\$ 3,22	\$ 3,25	\$ 3,27	\$ 3,31	\$ 3,35	\$ 3,40	\$ 3,46
Punto equilibrio unidades	107.882,3	120.931,3	125.083,2	128.164,9	131.935,1	130.882,2	137.599,3	144.349,8	151.069,3	157.685,6

Elaborado por: Autor

Obtenemos dos puntos de equilibrios, el primero se refiere al punto de equilibrio en unidades que se obtiene de la siguiente manera:

- Costos Fijos / Precios de Venta Unitario ó Costos Variable unitario

El segundo punto de equilibrio se refiere a las ventas y se obtiene de la siguiente manera:

- Costos Fijos / 1-(Costos variables totales / Ventas Totales)

El número que debe producirse el primer año en el plan de exportación para no tener ni pérdidas ni ganancias es de 106.945 unidades de latas de palmito marinado.

El resultado del punto de equilibrio en ventas del primer año es de \$ 316.001,16dólares, cantidad necesaria para que la compañía no tenga perdida ni ganancia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Objetivo 1.

- Los requisitos legales para conformación de una empresa exportadora no cumplen con un grado de dificultad alto puesto que el fomento de las exportaciones en Ecuador es un punto a favor donde se crean facilidades para la creación de las mismas.

Objetivo 2.

- El proyecto se ejecutará en la provincia de Sto. Domingo por la cercanía al proveedor de tallos de palmito.
- Se establece la capacidad productiva de acuerdo a la cantidad de materia prima que Inaexpo, como empresa proveedora, nos entregará. El primer año requerimos el 7% o 259.200 tallos de palmito de toda la producción que esta empresa puede proveernos, estableciendo un crecimiento al segundo año con el 9% y desde el tercero al décimo el 10%.
- Partiendo del número de tallos de palmito que se utiliza en una lata y del peso neto de la misma, se determina el tamaño del proyecto inicial con la exportación de 51.84 toneladas o 129.600 latas de palmito marinado con un crecimiento del 25% al segundo año, obteniendo 64.80 toneladas y 162.000 latas, y un crecimiento del 20% determinando 77.76 toneladas y 194.400 latas a exportar, cantidades que se mantendrán hasta el año décimo o 2025.

Objetivo 3.

- Se establece la exportación del producto palmito marinado con albahaca con el fin de crear una característica diferenciadora de los productos tradicionales como es el palmito en conserva

- Se determina la existencia de una demanda potencial en el mercado francés con respecto al consumo de palmito. En el primer año existe una demanda potencial de 52.002,61 toneladas de palmito y en el décimo año o año 2025 existirá una demanda potencial de 59.488,73
- Se establece una oferta exportable con una cobertura inicial de mercado del 0,10% de la demanda potencial que se refiere a la exportación de 51.84 toneladas, además se determina un crecimiento en toneladas del 25% para el segundo año y 20% para el tercer año estableciendo una cobertura máxima del 0,14%. Los próximos años disminuyen ya que la oferta exportable se mantiene con el fin de mitigar riesgos, ya que como se pudo observar en la proyección de las importaciones, si bien estas no llegan a cero, sufren de una disminución considerable.

Objetivo 4.

- La exportación de nuestro palmito a Francia se beneficia del Sistema General de Preferencias, logrando así pagar el 0% de arancel en lugar del 10% en caso de no ser beneficiario (Anexo 2). Los requisitos para arancelarios tampoco representan un problema considerable para la exportación de nuestro producto ya que con el cumplimiento de normas sanitarias y la presentación de documentos obligatorios el ingreso de palmito marinado a Francia no tendrá inconvenientes.
- El término CIF será ejecutado bajo responsabilidad del exportador hasta que la mercancía se encuentre sobre la borda del buque, cubriendo los costos de exportación hasta el flete internacional y el seguro.
- Las operaciones de comercio exterior tanto en origen, documentales y aduaneras serán ejecutadas por personal de la empresa, sin un agente de aduana externo, con el fin de controlar en su totalidad todas las operaciones y reduciendo un costo innecesario.
- Se establece como transporte de la mercancía el marítimo en condiciones Full Container Load, para evitar excesivos manipuleos de la mercancía, y en contenedor de 40øHC aprovechando su capacidad de carga.

- Se determinó, mediante el cubicaje, la exportación de 4 contenedores el primer año, 5 contenedores el segundo año y a partir del tercer año 6 contenedores.

Objetivo 5.

- La evaluación financiera del proyecto determina que es económicamente rentable y viable, lo cual demuestran los indicadores VAN, TIR y PRI con estos resultados: Valor Actual Neto (VAN) de USD 247.454,84; Tasa interna de retorno (TIR) de 44.94% y en Periodo de recuperación de la inversión (PRI) muestra que en el quinto año se recupera la inversión, teniendo en cuenta el costo de oportunidad que es el 17.60%.

Recomendaciones.

- Se debe aprovechar la demanda potencial obtenida con exportación de palmito con diferentes valores agregados que permita a este producto tener mayor probabilidad de aceptación en el mercado.
- Se debe aprovechar los beneficios de los requisitos arancelarios para la exportación de nuevos productos que ingresan sin tarifa arancelaria a la Unión Europea.
- Con el posible término del SGP y la pérdida de los beneficios arancelarios para nuestros productos, se deben considerar acciones como la reducción de costos y personal para evitar, en gran parte, el impacto económico.
- Investigar y determinar ingredientes que se produzcan en países o posibles mercados de exportación, que puedan ser usados para el proceso de marinado
- Se recomienda buscar mercados con un consumo representativo como Chile donde el ingreso de nuestro producto con valor añadido y su estudio de mercado sea más sencillo.
- Posteriormente se recomienda analizar la posibilidad de crear oficinas y o representantes directos en los países a exportar con el fin de controlar directamente la cadena de logística y distribución en los países de destino.
- Crear asociaciones con integraos de palmito con el fin de tener reservas de producción en el caso que nuestro proveedor no pueda cubrir nuestra demanda.

- Realizar las operaciones comerciales de una forma ordenada y programada con la finalidad de crear un buen perfil de riesgo evitando operaciones aduaneras como los aforos físicos o inspecciones antinarcoóticos que ocasionan retrasos e incremento de costos para la entrega de los productos.
- Se recomienda que las operaciones comerciales se realicen sin la necesidad de un agente de aduanas externo con el fin de minimizar errores y riesgos teniendo como resultado un mayor control y conocimiento de los procesos operacionales.

Bibliografía

- European Commission. (15 de Diciembre de 2015). *www.exporthelp.europa.eu*. Obtenido de http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu16_01v001/eu/main_es/req_heanahc_eu_010_0612_es.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=FR&file2=ehir_fr16_01v001/fr/main_es/req_heanahc_fr_010_0612_es.htm&rep
- 123 Test. (02 de Enero de 2013). *www.123test.es*. Obtenido de <https://www.123test.es/profesiones/profesion-gerente-de-logistica/>
- abc. (17 de Octubre de 2007). *abc*. Obtenido de [www.abc.com.py](http://www.abc.com.py/edicion-impresia/suplementos/abc-rural/cultivo-del-palmito-1017159.html): <http://www.abc.com.py/edicion-impresia/suplementos/abc-rural/cultivo-del-palmito-1017159.html>
- Agroecuador. (15 de Enero de 2013). *Agroecuador*. Obtenido de [www.agroecuador.com](http://www.agroecuador.com/HTML/Noticias%20del%20dia/2013/15012012/1-%20TABLA%20SECTORIAL%20-%20AGRICULTURA-Y-PLANTACIONES%202013.pdf): <http://www.agroecuador.com/HTML/Noticias%20del%20dia/2013/15012012/1-%20TABLA%20SECTORIAL%20-%20AGRICULTURA-Y-PLANTACIONES%202013.pdf>
- Amat, O. (2011). *Estadística Descriptiva*. México DF-México: Prentice Hall.
- Banco Central del Ecuador. (01 de Agosto de 2013). *www.bce.fin.ec*. Obtenido de [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec/documents/pdf/servicios_bancarios/tallerCCREDITO.pdf): http://www.bce.fin.ec/documents/pdf/servicios_bancarios/tallerCCREDITO.pdf
- Botánica. (Diciembre de 2015). *www.botanical-online.com*. Obtenido de [http://www.botanical-online.com](http://www.botanical-online.com/acai_palmitos_valor_nutricional.htm): http://www.botanical-online.com/acai_palmitos_valor_nutricional.htm
- Browne Agencia de Aduanas. (06 de Enero de 2016). *www.browne.c*. Obtenido de [www.browne.c](https://www.browne.cl/inf_practica/exportar/exportar2.html): https://www.browne.cl/inf_practica/exportar/exportar2.html
- Bullón, P. (09 de Junio de 2015). *www.promperu.com*. Obtenido de [www.promperu.com](http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=2AD7197E-B980-4E30-AC6B-D96EB179ADE7.PDF): <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=2AD7197E-B980-4E30-AC6B-D96EB179ADE7.PDF>
- Businesscol. (01 de Septiembre de 2014). *www.businesscol.com*. Obtenido de [www.businesscol.com](http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm): <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Calazans, A. (10 de Julio de 2014). <http://www.ve.odebrecht.com>. Obtenido de <http://www.ve.odebrecht.com/es/sugerencia-de-la-fundacion-odebrecht-el-palmito-de-pejibaye-contribuye-a-una-alimentacion-saludable>
- Calderón Vargas, G. (01 de Enero de 2015). *www.repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de [www.repositorio.ug.edu.ec](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7000/1/%E2%80%99DEL%20COMERCIO%20EXTERNO%20ENTRE%20ECUADOR%20Y%20LA%20COMUNIDAD%20EUROPEA.pdf): <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7000/1/%E2%80%99DEL%20COMERCIO%20EXTERNO%20ENTRE%20ECUADOR%20Y%20LA%20COMUNIDAD%20EUROPEA.pdf>
- Calderos y Afines. (2016). Obtenido de <http://www.equaboiler.com.ec/autoclaves.htm>

Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia.

Camejo, J. (19 de Enero de 2012). *www.grandespymes.com.ar*. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2012/12/10/definicion-y-caracteristicas-de-los-indicadores-de-gestion-empresarial/>

Centrex. (06 de Junio de 2015). *www.centrex.gob.sv*. Obtenido de https://www.centrex.gob.sv/scx_html/SGP.html

Cevallos Cruzati, C. M. (17 de Enero de 2013). *www.prezi.com*. Obtenido de <https://prezi.com/hkavfp1e5u5n/exportacion-del-palmito-ecuatoriano/>

CIA. (15 de Febrero de 2016). *www.cia.gov*. Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/fr.html>

Cocinista. (22 de Diciembre de 2015). *www.cocinista.es*. Obtenido de <http://www.cocinista.es/web/es/enciclopedia-cocinista/ingredientes-del-mundo/palmito.html>

Comunidad de Comercio Exterior en Ecuador. (08 de Junio de 2014). *www.comunidad.todocomercioexterior.com.ec*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen-1>

Comunidad Todo Comercio Exterior. (25 de Enero de 2015). *www.comunidad.todocomercioexterior.com.ec*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/registro-como-operador-de-exportacion-en-agrocalidad-y-obtencion>

Condusef. (09 de Junio de 2015). *www.condusef.gob.mx*. Obtenido de <http://www.condusef.gob.mx/index.php/empresario-pyme-como-usuarios-de-servicios-financieros/119-plan-de-negocios-y-como-hacerlo>

Connectamericas. (04 de Enero de 2014). *www.connectamericas.com*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportacion>

Contador Contado. (15 de Noviembre de 2015). *www.contadorcontado.com*. Obtenido de <http://contadorcontado.com/2014/05/19/que-es-la-contabilidad-y-las-funciones-del-contador/>

Cookissime. (15 de Enero de 2014). *www.cookissime.fr*. Obtenido de <http://www.cookissime.fr/contents/1120>

Corral, R. A. (01 de Junio de 2011). <http://bibdigital.epn.edu.ec/>. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/3897/1/CD-3677.pdf>

Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia.

Crece Negocios. (01 de Diciembre de 2015). *www.crecenegocios.com*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>

Datos Macro. (04 de Abril de 2016). *www.datosmacro.com*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/francia>

Datosmacro. (04 de Noviembre de 2014). *www.datosmacro.com*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/francia>

Definicion. (29 de Mayo de 2000). *www.definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/plan-de-negocios/>

E How. (23 de Febreo de 2015). *www.ehowenespanol.com*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/responsabilidades-del-gerente-produccion-lista_457441/

Economicas. (14 de Enero de 2013). *www.economicas-online.com*. Obtenido de <http://www.economicas-online.com/bienesde6.htm>

Ecuadorinmediato. (04 de Octubre de 2014). *Ecuadorinmediato*. Obtenido de www.ecuatorinmediato.com:
http://ecuatorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818770860&umt=presidente_fedexpor_era_logico_que_por_acuerdo_entre_ecuador_y_u_e_se_iba_a_buscar_dar_continuacion_a_sgp_plus_al_pais

Ecured. (2014). *www.ecured.cu*. Obtenido de http://www.ecured.cu/Activos_Fijos_Tangibles

El emprendedor. (03 de Septiembre de 2015). *www.elemprendedor.ec*. Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

El Telégrafo. (25 de Mayo de 2015). *El Telégrafo*. Obtenido de [www.telegrafo.com.ec](http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/incentivos-representan-un-alivio-para-exportadores.html):
<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/incentivos-representan-un-alivio-para-exportadores.html>

Enciclopedia Financiera. (01 de Diciembre de 2015). *www.encyclopediainanciera.com*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/valor-presente-neto.htm>

Enciclopedia Financiera. (01 de Diciembre de 2015). *www.encyclopediainanciera.com*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>

Enciclopedia Financiera. (27 de Abril de 2016). *www.encyclopediainanciera.com*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>

Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia.

Europa Eu. (22 de Diciembre de 2015). *www.europa.eu*. Obtenido de http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/france/index_es.htm

European Commission. (11 de Enero de 2016). *www.exporthelp.europa.eu*. Obtenido de http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt_RequisitosSanitariosYFito-sanitarios.html&docType=main&languageId=es

Explored. (10 de Junio de 2015). *www.explored.com.ec*. Obtenido de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/palmito-consolida-ventas-324495.html>

Export Help. (18 de Diciembre de 2015). *www.exporthelp.europa.eu*. Obtenido de <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/form/output?action=tariff&prodLine=80&mode=specificRequirements&status=null&simDate=20160224&languageId=es&cmd=chap&taricCode=2008910000&partnerId=EC&reporterId=FR&simulationDate=24%2F02%2F2016&submit=Buscar>

Fao . (2013). <http://www.fao.org/>. Obtenido de <http://www.fao.org/>

Frusso. (2015). *www.frusso.com*. Obtenido de http://frusso.com/subsitios/productos/detalle_producto.php?id_producto=25

Gabilos. (2015 de Diciembre de 2015). *www.gabilos.com*. Obtenido de http://www.gabilos.com/cursos/curso_de_contabilidad/curso_contabilidad.html?4_balancede_inicial.html

Gabriela, C. P. (21 de Febrero de 2012). *www.repositorio.ute.edu.ec/*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8136/1/46254_1.pdf

Gerencie. (01 de Diciembre de 2015). *www.gerencie.com*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>

Gestiopolis. (01 de Enero de 2015). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/calculo-del-periodo-de-recuperacion-de-la-inversion-o-payback/>

Gilces Guerrero, R. I. (01 de Enero de 2014). *www.dspace.unl.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6023/1/Roque%20Ivan%20Gilces%20Guerrero.pdf>

Grupo Finanzas. (2015). *www.gnp.com.mx*. Obtenido de <https://www.gnp.com.mx/wps/portal/portalesgnp/anexos/temas-interes/poliza-seguro/costos-de-seguros>

Hernandez, Y. (14 de Junio de 2013). *es.scribd.com*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/161963699/Cadena-Productiva-Palmito-de-Pejibaye#scribd>

Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia.

INAEXPO. (04 de Septiembre de 2015). *www.inaexpo.com*. Obtenido de <http://www.inaexpo.com/webinaexpo/principal.jsp?arb=1177>

Infojardín. (06 de Marzo de 2006). *www.infojardin.com*. Obtenido de <http://foroantiguo.infojardin.com/showthread.php?t=177700>

Ingenioquality. (21 de Enero de 2015). *www.ngenioquality.com*. Obtenido de <http://ingenioquality.com/portfolio/bpm/>

Institución Universitaria de Envigado. (09 de Junio de 2015). *www.iue.edu.co*. Obtenido de <http://www.iue.edu.co/documents/emp/comoGerenciar.pdf>

IPM. (21 de Febrero de 2016). *www.ipm.ucdavis.edu*. Obtenido de <http://www.ipm.ucdavis.edu/QT/biocontrolsp.html>

Irqa. (12 de Febrero de 2016). *www.Irqa.es*. Obtenido de <http://www.Irqa.es/certificaciones/iso-22000-norma-seguridad-alimentaria/>

La Hora. (15 de Agosto de 2012). *www.lahora.com.ec*. Obtenido de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101407928/-1/Un_d%C3%ADa_al_interior_de_INAEXPO.html#.VvnI9OLhCUk

La Hora. (12 de Junio de 2014). *www.lahora.com.ec*. Obtenido de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000326449/-1/Palmito_se_exporta_desde_Puerto_Quito.html#.Vh_3pn4veUk

Lascano, M. (01 de Mayo de 2016). Consumo Recomendado de Palmito. (B. Solòzano, Entrevistador)

Ley de Compañías. (1999). Sección V, Disposiciones Generales. Obtenido de 25 Ley de Compañías, Sección V, Disposiciones Generales, Artículos 93 y 94.

Ley Organica de Aduanas. (01 de Enero de 2003). *www.oas.org*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-mla-law-customs.html

MAGAP. (18 de Agosto de 2014). *www.agricultura.gob.ec*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/feria-agrodiversa-una-alternativa-que-visibiliza-al-productor-2/>

Murillo, O. M. (15 de Febreto de 2015). <http://www.cnp.go.cr/>. Obtenido de http://www.cnp.go.cr/biblioteca/fichas/Palmito_FTP.pdf

Normalización INEN. (01 de Diciembre de 2014). *www.normalizacion.gob.ec*. Obtenido de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/NORMAS_2014/ACO/17122014/nte-inen-2736.pdf

Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia.

Paulina, R. (24 de Mayo de 2016). Exportación de palmito procesado de Inaexpo. (B. Solorzano, Entrevistador)

Pleyades. (07 de Marzo de 2013). *www.bibliotecapleyades.net*. Obtenido de http://www.bibliotecapleyades.net/ciencia/ciencia_industryhealthiermedica144.htm

Pro Ecuador. (12 de Diciembre de 2013). *www.proecuador.gob.e*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Ficha-Comercial-de-Francia-Junio-2013.pdf>

Pro Ecuador. (12 de Diciembre de 2013). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Ficha-Comercial-de-Francia-Junio-2013.pdf>

Pro Ecuador. (01 de Enero de 2014). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/X-1401-FIGURAS_DE_MADERA_DE-BALSA-FRANCIA-R01086.pdf

Pro Ecuador. (01 de Enero de 2014). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/10/PERFIL-LOG%C3%8DSTICO-FRANCIA-2014.pdf>

ProEcuador. (12 de Noviembre de 2014). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/GuiaExportador.pdf>

Proecuador. (26 de Mayo de 2015). *Proecuador*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-palmito-en-francia-2014/>

Proecuador. (10 de Junio de 2015). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/alimentos-procesados/>

ProEcuador. (01 de Enero de 2015). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-palmito-2015/>

ProEcuador. (12 de Junio de 2015). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/PROEC_GC2015_FRANCIA1.pdf

Promexico. (24 de Septiembre de 2007). *www.promexico.gob.mx*. Obtenido de <http://www.promexico.gob.mx/es/mx/planes-negocios-exportacion>

Promperu. (16 de Julio de 2014). *www.promperu.com*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=2AD7197E-B980-4E30-AC6B-D96EB179ADE7.PDF>

Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia.

- Pyme. (14 de Noviembre de 2015). *www.pyme.lavoztx.com*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/funciones-de-un-gerente-de-marketing-4424.html>
- Pymerang. (12 de Junio de 2011). *www.pymerang.com*. Obtenido de <http://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/funciones-del-director-general/270-la-direccion-general>
- Quick Pallet Maker. (15 de Marzo de 2016). *www.go.easy-cargo.cz*. Obtenido de <http://go.easy-cargo.cz/#5966>
- Riofrío, C. (12 de Abril de 2016). Consumo recomendado de palmito. (B. Solórzano, Entrevistador)
- Rueda, M. E. (2011). *Norma mundial de seguridad alimentaria IFS (International Food Standard), Volumen 5*. México: Innovación y Cualificación, S.L.
- Saenz, F. C. (25 de Abril de 2003). *www.drcalderonlabs.com*. Obtenido de http://www.drcalderonlabs.com/Cultivos/Palmito/Palmito_Cap_1.htm
- Santander. (01 de Mayo de 2015). *es.santandertrade.com*. Obtenido de <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/francia/politica-y-economia>
- SRI. (30 de Diciembre de 2015). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/inscripcion>
- Super Cias. (2015). *www.supercias.gob.ec*. Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf
- The World Factbook. (01 de Diciembre de 2015). *www.cia.gov*. Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/fr.html>
- Tibaldi. (04 de Febrero de 2016). *www.tibaldi.com.ar*. Obtenido de <http://www.tibaldi.com.ar/albahaca.php>
- Trade Map. (30 de Diciembre de 2014). *www.trademap.org*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3|||||200891|||6|1|1|2|2|1|2|1|1
- Trade Map. (15 de Febrero de 2016). *www.trademap.org*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx
- Tropical Foods. (04 de Febrero de 2016). *www.tropicalfoods.com.ec*. Obtenido de <http://www.tropicalfoods.com.ec/#>
- Union Europea. (21 de Abril de 2015). *www.europa.eu*. Obtenido de http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/france/index_es.htm

Plan de negocios para la exportación de palmito marinado a Francia.

Universidad Santo Tomas. (15 de Diciembre de 2015). *www.soda.ustadistancia.edu.co*. Obtenido de
[http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20\(Segundo%20Momento\)/tamao_del_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/tamao_del_proyecto.html)

Verde Despertar. (19 de Marzo de 2013). *www.bcampdera.wordpress.com*. Obtenido de
<https://bcampdera.wordpress.com/2013/03/19/propiedades-nutricionales-del-palmito/>

Anexos

1) Proceso de producción desde la plantación.



Planta de palmito



Tallos de palmitos



Corte de capas externas



Pelado de palmitos



Cortado de tallos de palmitos en tacos



Lavado de palmitos



Envasado de palmitos



Latas de palmitos



Selladora de latas

2) Arancel de exportación de palmito a Francia sin SGP.

Aranceles aplicados por Francia

Producto: 2008910000 -

Socio: Ecuador

Fuente de datos: ITC (MAcMap)

Año: 2015

Nomenclatura: HS Rev.2012

Metodología: EAV. EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)

[Nueva búsqueda](#)

[Modificar búsqueda](#)

Régimen arancelario	Arancel aplicado (como reportado)	Arancel aplicado (convertido)	Arancel equivalente ad valorem total
MFN duties (Applied)	10.00%	10.00%	10.00%
Preferential tariff for Ecuador	0%	0%	0%

Tamaño de la página: 50

Página 1 de 1, elementos 1 a 2 de 2.

3) Análisis Salarial.

ANALISIS SALARIAL												
DETALLE	N. EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL AÑO 1 POR PERSONA	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2 POR PERSONA	TOTAL AÑO 2
Sueldos y Salarios Produccion										138.119,40		152.069,40
Mano de Obra Directa - MOD										39.054,80		42.954,80
Trabajadores de planta	3	\$ 500,00	6.000,00	729,00	\$ 500,00	366	\$ 500,00	250	7.595,00	22.785,00	8.345,00	25.035,00
Mano de Obra Indirecta - MOI					\$ -							-
Encargado de producción	1	\$ 1.100,00	13.200,00	1.603,80	\$ 1.100,00	366	\$ 1.100,00	550	16.269,80	16.269,80	17.919,80	17.919,80
Sueldos y Salarios Administrativo					\$ -					99.064,60		109.114,60
Director General	1	\$ 1.500,00	18.000,00	2.187,00	\$ 1.500,00	366	\$ 1.500,00	750	22.053,00	22.053,00	24.303,00	24.303,00
Encargado de Marketing	1	\$ 1.100,00	13.200,00	1.603,80	\$ 1.100,00	366	\$ 1.100,00	550	16.269,80	16.269,80	17.919,80	17.919,80
Encargado de Exportaciones	1	\$ 1.100,00	13.200,00	1.603,80	\$ 1.100,00	366	\$ 1.100,00	550	16.269,80	16.269,80	17.919,80	17.919,80
Encargado de Recursos Humanos	1	\$ 1.000,00	12.000,00	1.458,00	\$ 1.000,00	366	\$ 1.000,00	500	14.824,00	14.824,00	16.324,00	16.324,00
Contador	1	\$ 1.000,00	12.000,00	1.458,00	\$ 1.000,00	366	\$ 1.000,00	500	14.824,00	14.824,00	16.324,00	16.324,00
Encargado de Logística.	1	\$ 1.000,00	12.000,00	1.458,00	\$ 1.000,00	366	\$ 1.000,00	500	14.824,00	14.824,00	16.324,00	16.324,00
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS										138.119,40		152.069,40

4) Costos estimados carta de crédito.

¿CUANTO LE CUESTA LA CARTA DE CREDITO A UN EXPORTADOR?

1.- COMISION BANCARIA POR RECEPCION CARTA DE CREDITO

Tomando en cuenta una carta de credito por US\$ 231,000, veamos las comisiones que cobra el banco por recepcionar el credito documentario

Comision de aviso (monto fijo) ----- US\$ 55.00
Comision, de Confirmacion/nominacion 0.25% ----- US\$ 577.50
TOTAL: US\$ 632.50

2.- COMISION BANCARIA POR REMESA DE DOCUMENTOS

Cuando el exportador envia por su banco los documentos de embarque paga estas comisiones

Comision de discrepancia US\$ 50.00 (se paga si los documentos no coinciden con los terminos de la carta de credito)
Comision de modificacion US\$ 50.00 (se paga si el importador decide modificar algun (os) terminos de la carta de credito)
Comision de utilizacion US\$ 577.50 (0.25% de importe carta de credito)
Comision de aceptacion US\$ 577.50 (0.25% de importe carta de credito)
Comision de gestion Swift US\$ 25.00 (monto fijo)
Com gestion portes US\$ 10.00 (monto fijo)
TOTAL COMISIONES: USD 1,290.00

en este caso los documentos se enviaron con discrepancias y el importador modifico la carta de credito

3.- COMISION BANCARIA POR RECEPCION DE FONDOS

Una vez que el importador envia autoriza el pago de la carta de credito, el exportador asume estas comisiones por cobrar su factura

Abono en cta US\$ 231,000.00
Gastos del corresponsal US\$ 170.00
Total US\$ 170.00

El total de comisiones bancarias que paga el exportador se obtiene de la suma

(1) 632.50
(2) 1,290.00
(3) 170.00
= 2,092.50 es la comision bancaria total que paga el exportador

5) Cotización de maquinaria selladora y llenadora de latas

Quotation 0220-12



Triblock llenadora y cerradora automática de latas - Sistema Lineal



Descripción del producto

Características generales: Máquina enjuagadora, llenadora y cerradora de latas de 350cc a 900 cc para cerveza y bebidas gasificadas.

Cuenta con:

- Sistema de llenado lineal con seis válvulas de llenado continuo de tipo isobárico.
- Sistema de cerrado rotativo continuo de dos cabezales.

Funcionamiento: Un operario o una máquina alimentadora de latas (despaletizador) ingresan las latas invertidas en el extremo izquierdo. En el primer sector recibe una inyección de agua para el enjuague interior. En caída libre se escurren y se posicionan al llegar a la cinta transportadora de llenado. Un sin fin le da el paso de avance, las ingresa y posiciona para luego ser llenadas. Posteriormente son transferidas a la cinta de cerrado donde las recoge un sin fin, las detiene para depositarle la tapa y luego las ingresa a una estrella que realiza la entrada de las latas para su posterior cerrado. La salida de las mismas se produce mediante la estrella de salida que las posiciona finalmente en el tramo de la cinta de salida.




Precio.	Modelo
USD 14.700	Triblock

Código	Modelo	Capacidad Unidades/hora	Válvulas llenado Cantidad	Cabezales de cerrado Cantidad	Alto mm	Ancho mm	Largo máquina mm	Peso Kg
B70	Isobárica	1.500	6	2	1.950	700	2.200	650

- Todo lo descrito es de carácter informativo para que el interesado pueda evaluar.
- La empresa se reserva el derecho de modificar y mejorar características descriptas.
- La producción horaria está expresada en agua

Frusso
Los Naranjos N32-15 y Av. De Los Granados. Quito-Ecuador
Telf: 593-2-3826-400 Ext. 1348

6) Certificado de Origen con datos de exportación reales

<p>1. Goods consigned from (exporter's business name, address, COEYPALM S.A. BY PASO VACHOMEY AV. DE LOS COLOMOS SANTO DOMINGO - ECUADOR PHONE 022678862 RUC: 17260021001</p>		<p>Reference No A 169284820160000454P  GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A ISSUED in ECUADOR (country) See notes overleaf</p>			
<p>2. Goods consigned to (consignee's name, address, country) CARREFOUR IMPORT SAS (CARREFOUR GLOBAL SOURCING) 11 AVENUE DU QUEBEC 91978 COURTABOEUF CEDEX, FRANCE FRANCE</p>		<p>3. Means of transport and route (as far as known) SEAFREIGHT (MARITIME) GUAYAQUIL PORT, ECUADOR - LE HAVRE, FRANCE</p>		<p>4. For official use</p>	
<p>5. Item number</p>	<p>6. Marks and numbers of packages</p>	<p>7. Number and kind of packages; description of goods</p>	<p>8. Origin criterion (see notes overleaf)</p>	<p>9. Gross weight or other quantity</p>	<p>10. Number and date of invoices</p>
<p>1</p>	<p>2599 BOXES CARREFOUR/ BOX</p>	<p>PALMITO / HEARTS OF PALM CARREFOUR BRAND</p>	<p>"P"</p>	<p>22500.00 KG</p>	<p>001-106-0000999 9 - 2016-06-01</p>
<p>11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.</p> <p> MINISTERIO DE INDUSTRIA Y PROMOCION COMERCIAL ECUADOR SERVICIO NACIONAL DE REGISTRO Y CONTROL DE EXPORTACIONES QUITO - 2016-06-09 Place and date, signature and stamp of certifying authority</p>		<p>12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in ECUADOR (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to FRANCE (importing country) QUITO - 2016-06-09 Place and date, signature of authorized signatory</p> <p> INAEXPO Industria Agrícola Exportadora C.A. RUC: 1791242491001 QUITO - ECUADOR</p>			

7) Factura comercial con datos de exportación reales



FACTURA - INVOICE

RUC. 1725002115001

NUMBER: 0010091

DATE: JULY 29TH. 2016

CONSIGNED TO:

SHIPPING WAY: MARITIME
CMA CGM (CAP TRAFALGAR)

CARREFOUR IMPORT SAS
(CARREFOUR GLOBAL SOURCING)
18 AVENUE DU QUEBEC 91978
COURTABOEUF CEDEX,
FRANCE

SAILING ON:
AUGUST 09TH. 2016

PHONE: 33.1.69.93.36.05

FROM: GUAYAQUIL PORT
ECUADOR

GOODS ORIGIN: ECUADOR
PRODUIT PAR: COEXPALM S.A


TO: LE HAVRE-PORT
FRANCE

PAYMENT TERMS: CREDIT CARD

AGREEMENT NUMBER: 10366-92 (Reg. San)

MARKS & NUMBERS	QUANTITY	DESCRIPTION	UNIT PRICE PER CARTON US\$	TOTAL PRICE US\$
SALES TERMS: FOB GUAYAQUIL, ECUADOR SHIPMENTS OF GOOD: FOOD				
TGHU 161215-8 SEAL: CMACGMD3422648	32.400 CANS	1 X 20' CONTAINER CY COEURS DE PALMIER EN TIERS 400 ML EACH BOX CONTAINS 12 CANS OF 400 GR. NET AND 250 GRs. DRAINED. "CARREFOUR" BRAND.	3,19	103.356,00
TOTAL UNITS: 32.400 CANS				
TOTAL GROSS WEIGHT: 16.750 KG. TOTAL NET WEIGHT: 12.960 KG.				
TOTAL AMOUNT CIF LE HAVRE, FRANCE			US. \$.	<u>103.356,00</u>
ONE HUNDRED THREE THOUSAND THREE HUNDRED FIFTY SIX 00/100 U.S. DOLLARS				
FREIGHT PREPAID. CLEAN ON BOARD.				
INGREDIENTES: HEARTS OF PALM, WATER, CITRIC ACID AND SALT.				
CERTIFICATE OF ORIGIN ISSUED BY: MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO)				

8) BL con datos de exportación reales

SHIPPER		DRAFT BILL OF LADING		VOYAGE NUMBER	
COEXPALM S.A. BYPASS VÍA CHONE Y AV. DE LOS COLONOS SANTO DOMINGO É ECUADOR PHONE: 022678852 RUC: 172500211001				WV572N	
CONSIGNEE		EXPORT REFERENCES		BILL OF LADING NUMBER	
CARREFOUR IMPORT SAS (CARREFOUR GLOBAL SOURCING) 18 AVENUE DU QUEBEC 91978 COURTABOEUF CEDEX, FRANCE PHONE:33169933605				EC1275571	
NOTIFY PARTY, Carrier not to be responsible for failure to notify CARREFOUR IMPORT SAS (CARREFOUR GLOBAL SOURCING) 18 AVENUE DU QUEBEC 91978 COURTABOEUF CEDEX, FRANCE PHONE:33169933605				CARRIER: CMA CGM - Société Anonyme au capital de 175 000 000 euros Head Office: 4, quai d'Arenc - 13002 Marseille - France Tel: (33) 4 88 91 90 00 - Fax: (33) 4 88 91 90 95 - Telex: 401 887 F B 582 024 422 R.C.S. Marseille	
PRE CARRIAGE BY*	PLACE OF RECEIPT*	FREIGHT TO BE PAID AT	NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING		
		LE HAVRE	THREE (3)		
OCEAN VESSEL	PORT OF LOADING	PORT OF DISCHARGE	FINAL PLACE OF DELIVERY*		
CAP TRAFALGAR	GUAYAQUIL	LE HAVRE			
MARKS AND NOS	NO AND KIND	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS AS STATED BY SHIPPER	GROSS WEIGHT	TARE	MEASUREMENT
CONTAINER AND SEALS	OF PACKAGES	SHIPPER'S LOAD STOW AND COUNT SAID TO CONTAIN	CARGO		
			KG/L	KG/L	CBM
TORU1612158	1 x 20FT	2,700 BOXES	16,750 KG	2230	31.000
SEAL CMACMD3422648					
SEAL ABC4094					
SEAL F3C13054					
		2,700 BOXES WITH HEARTS OF PALM D.A.E. No. 028-2014-40-00524177 P.O. 14AL114PRCA0001 P.A: 2008.91 F/10091 GROSS WEIGHT: 16,750 KG NET WEIGHT: 12,980 KG FREIGHT COLLECT			
		Shipped on Board CAP TRAFALGAR 08-AUG-2014 CMA CGM Ecuador S.A. As agents for the Carrier			
Weight in Kgs Total: 1 CONTAINER(S)		Sheet 1 of 1	22194.000	2230	31.000
ABOVE PARTICULARS DECLARED BY SHIPPER. CARRIER NOT RESPONSIBLE.					
ADDITIONAL CLAUSES					
4. Cargo at port is at receiver risk, expense and responsibility		the terms and conditions of this bill of lading and expressly confirms his unconditional and irrevocable consent to the possible carriage of the goods on the deck of any vessel.			
5. FCL		274. The Merchant is responsible for returning any empty container, with interior clean at the designated place, and within 60 days following to the date of release, filling which the container shall be construed as lost. The Merchant shall be liable to indemnify the Carrier for any loss or expense whatsoever arising out of the foregoing, including but not limited to isolated damages equivalent to the sound market value or the depreciated value due by the Carrier to a container lessee. The Carrier is entitled to collect a deposit from the Merchant at the time of release of the container which shall be refunded as security for payment of any sums due to the Carrier, in particular for payment of all detention and demurrage and/or container indemnity as referred above.			
77. THIC at destination payable by consignee as per Inland tariff					
194. For the purpose of the present carriage, clause 14(2) shall exclude the application of the York/Antwerp rules, 2004.					
202. Demurrage and detention payable by the Merchant as per CMA CGM tariff available on the web site www.cma-cgm.com, or in any of CMA CGM agency					
216. Mis-declaration of cargo weight endangers crew, port workers and vessels' safety. Your cargo may be weighed at any place and time of carriage and any mis-declaration will expose you to claims for all losses, expenses or damages whatsoever resulting therefrom and be subject to freight surcharge.					
225. The shipper acknowledges that the Carrier may carry the goods identified in this bill of lading on the deck of any vessel and in taking remittance of this bill of lading the Merchant (including the shipper, the consignee and the holder of the bill of lading, as the case may be) confirms his express acceptance of all					
RECEIVED by the carrier from the shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated above stated by the shipper to comprise the cargo specified above for transportation subject to all the terms hereof (including the terms on page one) from the place of receipt or the port of loading, whichever is applicable, to the port of discharge or the place of delivery, whichever is applicable. Delivery of the Goods will only be made on payment of all Freight and charges. On presentation of this document (duly endorsed) to the Carrier, by or on behalf of the holder, the rights and liabilities arising in accordance with the terms hereof shall (without prejudice to any rule of common law or statutes rendering them binding upon the shipper, holder or carrier) become binding in all respects between the Carrier and Holder as though the contract contained herein or evidenced hereby had been made between them.					
All claims and actions arising between the Carrier and the Merchant in relation with the contract of Carriage evidenced by this Bill of Lading shall exclusively be brought before the Tribunal de Commerce de Marseille and no other Court shall have jurisdiction with regards to any such claim or action. Notwithstanding the above, the Carrier is also entitled to bring the claim or action before the Court of the place where the defendant has its registered office.					
In witness whereof three (3) original Bills of Lading, unless otherwise stated above, have been issued, one of which being accomplished, the others to be void.					
(OTHER TERMS AND CONDITIONS OF THE CONTRACT ON PAGE ONE)					
PLACE AND DATE OF ISSUE	GUAYAQUIL	08 AUG 2014	SIGNED FOR THE CARRIER CMA CGM S.A. BY CMA CGM Ecuador S.A. as agents for the carrier CMA CGM S. A.		
SIGNED FOR THE SHIPPER					
*APPLICABLE ONLY WHEN THIS DOCUMENT IS USED AS A COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING					