



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE BABACO
DESHIDRATADO HACIA HOLANDA 2016.”**

AUTORA:

TRUJILLO GOYES DIANA KATERINE

DIRECTOR:

ING. BASANTES GARCES PABLO EMILIO

QUITO – ECUADOR

2016

RESPONSABILIDAD

El contenido total del presente Trabajo de Titulación es responsabilidad de su autor.



DIANA KATERINE TRUJILLO GOYES

C.I 040172337-4

CERTIFICACIÓN

Certifico que le presente Trabajo de Titulación ha sido desarrollado en su totalidad por
DIANA KATERINE TRUJILLO GOYES, bajo mi Dirección.



PABLO EMILIO BASANTES GARCÉS

DIRECTOR

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico:

En primera instancia a Dios quien ha sido la luz que ha iluminado mi camino, dándome fuerzas para no desmayar y alcanzar mis objetivos.

A mis padres por estar junto a mí en todo momento, brindándome su apoyo y amor incondicional, por sus enseñanzas y valores inculcados.

A mi hermano Gabriel por ser mi ejemplo y mi guía en todo momento.

Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber.

Albert Einstein.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis padres y a mi familia quienes han sido el pilar fundamental que me impulsó a lograr mis objetivos demostrándoles siempre responsabilidad, esfuerzo y perseverancia.

Mis más sinceros agradecimientos a mi director de tesis Ing. Pablo Basantes y a mis evaluadores: Ing. Fausto Núñez e Ing. Jaime Figueroa por todo el apoyo, tiempo y excelentes conocimientos que me han brindado para el desarrollo del presente plan de negocios.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial y a todos los docentes quienes la integran por haber aportado día a día con su sabiduría y experiencia para que pueda terminar mi carrera sin ningún inconveniente.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, TRUJILLO GOYES DIANA KATERINE, CI: 040172337-4 autora del proyecto titulado Plan de negocios para la exportación de babaco deshidratado hacia Holanda 2016 previo a la obtención del título de Ingeniería 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 SENECYT 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, Mayo del 2016

f:



TRUJILLO GOYES DIANA KATERINE

CI: 040172337-4

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOTECARIO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040172337-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	Trujillo Goyes Diana Katerine
DIRECCIÓN:	Av. Alonso de Mercadillo y 10 de Agosto
EMAIL:	stndiany@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	2543866
TELÉFONO MÓVIL:	0999278867

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Plan de negocios para la exportación de babaco deshidratado hacia Holanda 2016.
AUTOR O AUTORES:	Trujillo Goyes Diana Katerine
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Mayo del 2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Ing. Pablo Basantes Garcés
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Comercio Exterior, Integración y Aduanas.

<p>RESUMEN:</p>	<p>El presente plan de negocios consta de cuatro capítulos, el mismo que se trata de una exportación de babaco deshidratado con destino a Holanda en el año 2016.</p> <p>En el primer capítulo se encuentra la introducción en donde se detalla el problema a investigar, el objetivo general y específico del proyecto, también cuenta con el marco teórico en el que describe brevemente lo que se refiere a dicho plan de exportación, indicando que pretende beneficiar a varios sectores empezando con la empresa creada “Exotisch Fruit” que se encargará de toda la comercialización de dicho producto, contando y beneficiando a la empresa proveedora “Delifrut”, la misma que garantiza la calidad del producto a entregar y la producción, por medio de ella se beneficia al sector agrícola quienes son los productores del babaco deshidratado. Posteriormente se habla sobre la metodología general y específica aplicada. En cuanto a la estructuración del plan de negocios para la exportación de babaco deshidratado se realiza un estudio determinando el tamaño de mercado, la participación de mercado esperada y la oferta exportable, se realiza un estudio técnico, también se determina la logística para dicha exportación y por último se realiza una evaluación económica y financiera para saber si el proyecto es factible o no.</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>El Ecuador es un país competitivo en el sector agrícola ya que posee una gran diversidad de</p>

	<p>especies gracias a sus condiciones óptimas climáticas y de suelos.</p> <p>El problema a investigar es un inexistente plan de negocios para la exportación de babaco deshidratado hacia Holanda en el que se buscó desarrollar la estructura del mismo con la finalidad de aumentar las exportaciones y generar ingresos al país. Se utilizó como metodología general un estudio descriptivo mediante una investigación de campo y documental. Como metodología de investigación se empleó el método inductivo- deductivo.</p> <p>Mediante encuestas se determinó que el proyecto es factible ya que Holanda es considerado un país consumidor de frutas deshidratadas, se logra cubrir un 0,012% de la demanda de babaco deshidratado llegando a exportar un total de 3 toneladas del producto anualmente en 4 envíos cada 3 meses por vía marítima (FOB). Se utilizó un canal de distribución directo ya que el comprador es la cadena de supermercados Albert Heijn, también se realizó una evaluación económica y financiera en donde se determinó claramente que el proyecto es viable y rentable.</p>
--	---

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	V
CAPÍTULO 1.....	1
INTRODUCCIÓN.....	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	5
1.1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.1.7 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.1.8 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.1.9 JUSTIFICACIONES	6
1.2 MARCO REFERENCIAL	7
1.2.1 Marco Teórico	7
1.2.1.1 Plan de negocios para exportar.....	7
1.2.1.1 ECUADOR.....	9
1.2.1.2.1 EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FRUTAS DESHIDRATADAS.....	9
1.2.1.3 Babaco.....	11
1.2.1.3 Holanda	14
1.2.1.3.1 MERCADO HOLANÉS	16
1.2.1.3.1 Producción de frutas deshidratadas en Holanda.....	16
1.2.1.3.2 Principales proveedores de Holanda	17
3.4.5 Exportaciones de frutas deshidratadas (2010- 2014).....	17

CAPÍTULO 2.....	19
MÉTODO.....	19
2.1 METODOLOGÍA GENERAL.....	19
2.1.1 Nivel de estudio.....	19
2.1.2 Modalidad de investigación.....	19
2.1.3 Métodos de investigación.....	19
2.1.4 Población y muestra.....	20
2.1.5 Selección de instrumentos de investigación.....	20
2.1.6 Procesamiento de datos.....	21
2.2 METODOLOGÍA ESPECÍFICA.....	21
2.2.1 Metodología para objetivo específico #1: Determinar el tamaño de mercado, la participación esperada y oferta exportable de babaco deshidratado a Holanda en el 2016.....	21
2.2.2 Metodología para objetivo específico #2: Realizar un estudio técnico para la exportación de babaco deshidratado a Holanda en el 2016.....	21
2.2.3 Metodología para objetivo específico #3: Definir cuál será la logística para la exportación de babaco deshidratado a Holanda.....	22
2.2.4 Metodología para objetivo específico #4: Proponer una estrategia de marketing mix para introducir el babaco deshidratado a Holanda en el 2016.....	23
2.2.5 Metodología para objetivo específico # 5: Realizar una evaluación económica y financiera del proyecto.....	23
CAPÍTULO 3.....	26
RESULTADOS.....	26
RESULTADO OBJETIVO N. 1:.....	26
3.1 DETERMINAR EL TAMAÑO DE MERCADO, LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO ESPERADA Y OFERTA EXPORTABLE DE BABACO DESHIDRATADO A HOLANDA EN EL 2016.....	26
3.1.1 OBJETIVO.....	26
3.1.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
3.1.3 ENCUESTA, RESULTADOS E INTERPRETACIÓN.....	27

3.1.4 DEMANDA.....	32
3.1.4.1 TENDENCIA DE IMPORTACIONES	34
3.1.5 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y OFERTA EXPORTABLE	34
RESULTADO OBJETIVO N. 2	36
3.2 REALIZAR UN ESTUDIO TÉCNICO PARA LA EXPORTACIÓN DE BABACO DESHIDRATADO A HOLANDA EN EL 2016.....	36
3.2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	36
3.2.1.1 Demanda	37
3.2.1.2 Suministros de insumos	37
3.2.1.3 Transporte Interno (UIO-GYE).....	37
3.2.2 LOCALIZACIÓN	38
3.2.2.1 Macro localización.....	38
3.2.2.2 Micro localización.....	38
3.2.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	39
3.2.4 CREACIÓN DE LA EMPRESA.....	40
3.2.4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	41
3.2.5 REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO DEL EXPORTADOR.....	43
RESULTADO OBJETIVO N. 3	44
3.3 DEFINIR CUÁL SERÍA LA LOGÍSTICA PARA LA EXPORTACIÓN DE BABACO DESHIDRATADO A HOLANDA.	44
3.3.1 LOGÍSTICA	44
3.3.1.1 TIPO DE CARGA.....	44
3.3.2 EMPAQUE	44
3.3.3 ETIQUETADO	46
3.3.3.1 Factores del Medio Ambiente, Sostenibles y de Comercio Justo.	46
3.3.4 EMBALAJE.....	47
3.3.5 DOCUMENTACIÓN	48
3.3.6 UNITARIZACIÓN	49

3.3.7 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL PALLET	50
3.3.8 CUBICAJE	50
3.3.9 PUERTO MARÍTIMO DE EMBARQUE Y DESEMBARQUE	52
3.3.10 TRANSPORTE INTERNACIONAL	52
3.3.11 TRANSPORTE INTERNO EN EL PAÍS DESTINO.	53
3.3.12 ADUANAS	53
3.3.13 INCOTERM	54
3.3.14 RÉGIMEN ADUANERO	55
3.3.15 FORMA DE PAGO	55
RESULTADO OBJETIVO N. 4	57
3.4 PROPONER UNA ESTRATEGIA DE MARKETING MIX PARA INTRODUCIR EL BABACO DESHIDRATADO A HOLANDA EN EL 2016.	57
3.4.1 MARKETING MIX.	57
3.4.2 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO.....	57
3.4.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	58
3.4.4 ESTRATEGIA DE PRECIO	59
3.4.4.1 Competencia.....	60
3.4.5 PROMOCIÓN	60
RESULTADO OBJETIVO N. 5	61
3.5.1 INVERSIÓN	61
3.5.2 INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	61
3.5.2.1 Activo Fijo Tangible	62
3.5.2.2 Activo Fijo Intangible.....	62
3.5.2.3 Capital de Trabajo	63
3.5.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	63
3.5.4 GASTOS FINANCIEROS	64
3.5.5 PLAN DE INVERSIONES	65
3.5.6 COSTOS, GASTOS E INGRESOS	65

3.5.7 MERCANCÍA	65
3.5.8 EMBALAJE	66
3.5.9 MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	67
3.5.10 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.....	67
3.5.11 SUELDOS Y SALARIOS.....	69
3.5.12 SERVICIOS BÁSICOS.....	70
3.5.13 SUMINISTROS DE OFICINA	70
3.5.14 ARRIENDO	71
3.5.15 GASTOS ADMINISTRATIVOS.	71
3.5.16 COSTOS DE EXPORTACIÓN	73
3.5.17 VOLUMEN DE VENTAS	74
3.5.18 COSTO DE OPERACIÓN	74
3.5.19 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	75
3.5.20 INGRESOS DEL PROYECTO.....	75
3.5.21 EVALUACIÓN FINANCIERA	76
3.5.22 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	76
3.5.23 ESTADO DE RESULTADOS	77
3.5.24 FLUJO DE CAJA.....	77
3.5.25 COSTO DE OPORTUNIDAD	78
3.5.26 VALOR ACTUAL NETO	79
3.5.27 TASA INTERNA DE RETORNO	80
3.5.28 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.	81
3.5.29 PUNTO DE EQUILIBRIO (P.E)	82
3.5.29.1 Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades	83
3.5.29.2 Cálculo del Punto de Equilibrio en Ventas	83
3.5.30 ÍNDICES FINANCIEROS.....	84
3.5.31 ÍNDICE SOBRE LA INVERSIÓN TOTAL.....	84
3.5.32 ÍNDICE SOBRE EL RECURSO PROPIO.	84
3.5.33 ÍNDICE DE APALANCAMIENTO	84

3.5.34 ÍNDICE DE COBERTURA	85
3.5.35 ÍNDICE DE RENTABILIDAD EN RELACIÓN A LAS VENTAS	85
CAPÍTULO 4.....	86
DISCUSIÓN.....	86
CONCLUSIONES.....	86
RECOMENDACIONES.....	88
BIBLIOGRAFÍA	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Exportaciones ecuatorianas de frutas deshidratadas.....	10
Tabla 1.2 Principales destinos de fruta deshidratada.....	10
Tabla 1.3. Principales proveedores de Holanda (Partida 08.13.40)	17
Tabla 1.4 Exportaciones de frutas deshidratadas 2010- 2014).....	18
Tabla 3.1 ¿Conoce usted el babaco (Fruta)?.....	27
Tabla 3.2 ¿Estaría dispuesto a comprar babaco deshidratado?	28
Tabla 3.3 ¿Qué cantidad a la semana está dispuesto a consumir de babaco deshidratado? .	29
Tabla 3.4 ¿Consume frutas deshidratadas?.....	30
Tabla 3.5 ¿Qué cantidad a la semana de frutas deshidratadas consume a la semana?	31
Tabla 3. 6 Población y segmentación de Holanda.....	32
Tabla 3. 7 Cálculo del consumo de frutas deshidratadas en Países Bajos.....	32
Tabla 3. 8 Cálculo de cuál sería el consumo de babaco deshidratado en Países Bajos.	33
Tabla 3.9 Importaciones de frutas deshidratadas.....	34
Tabla 3.10 Oferta de crecimiento Anual	35
Tabla 3.11 Proceso de Producción	36
Tabla 3.12 Ficha Técnica.....	44
Tabla 3.13 Tiempos de Nacionalización	54
Tabla 3. 14 Costos de transporte y manipuleo	55
Tabla 3.15 Detalle del precio.....	60
Tabla 3.16 Determinación de la Inversión del proyecto.....	61
Tabla 3.17 Cálculo Activos Fijos Tangibles	62
Tabla 3.18 Cálculo Activos Fijos Intangibles	63
Tabla 3.19 Cálculo Capital de Trabajo.....	63
Tabla 3.20 Cuadro de Fuentes y Usos	64
Tabla 3.21 Cálculo de la Amortización Anual	64
Tabla 3.22 Plan de inversión	65
Tabla 3.23 Cuadro Mercancía	66
Tabla 3.24 Cuadro embalaje.....	66
Tabla 3.25 Cuadro costo anual embalaje.....	66

Tabla 3.26 Cuadro Mantenimiento y Reparación.....	67
Tabla 3.27 Cálculo de la depreciación y amortización.....	68
Tabla 3.28 Cuadro de Análisis Salarial	69
Tabla 3.29 Cuadro de Servicios Básicos	70
Tabla 3.30 Cuadro de Suministros de Oficina.....	70
Tabla 3.31 Cuadro de Arriendo	71
Tabla 3.32 Cuadro de Gastos Administrativos.....	72
Tabla 3.33 Cuadro de costos de exportación.....	73
Tabla 3.34 Cuadro de volumen de ventas.....	74
Tabla 3.35 Cuadro de costos de operación.....	74
Tabla 3.36 Cuadro de Resumen de Costos y Gastos.....	75
Tabla 3.37 Cuadro de Ingresos del Proyecto.....	75
Tabla 3.38 Estado de Situación Inicial	76
Tabla 3.39 Estado de Resultados.....	77
Tabla 3.40 Cuadro de Flujo de Caja.....	77
Tabla 3.41 Cuadro de Costo de Oportunidad	78
Tabla 3.42 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN).....	79
Tabla 3.43 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	80
Tabla 3.44 Periodo de Recuperación de la inversión.	81
Tabla 3.45 Cálculo de los Costos fijos y variables.....	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Pasos para un plan de exportación.	8
Figura 1.2 Principales destinos de frutas deshidratados (08.13.40)	11
Figura 1.3 Carica pentágona.	11
Figura 1.4 Partida arancelaria correspondiente al babaco deshidratado es la 08.13.40	12
Figura 1.5 Holanda Geografía	14
Figura 2.1 Estructura del Estado de Resultados	23
Figura 2.2 Estructura del Flujo de caja.....	24
Figura 3.1 ¿Conoce usted el babaco (fruta)?	27
Figura 3.2 ¿Estaría dispuesto a comprar babaco deshidratado?	28
Figura 3.3 ¿Qué cantidad a la semana está dispuesto a consumir de babaco deshidratado?	29
Figura 3.4 ¿Consume frutas deshidratadas?	30
Figura 3.5 ¿Qué cantidad a la semana de frutas deshidratadas consume a la semana?.....	31
Figura 3.6 Macro localización. Ecuador – Sierra – Pichincha.	38
Figura 3.7 Micro Localización. Mapa Ecuador – Pichincha – Quito	39
Figura 3.8 Proceso de la compra del producto y su posterior exportación.....	40
Figura 3.9 Constitución de la empresa	42
Figura 3.10 Constitución de la empresa y funciones.....	42
Figura 3.11 Registro del Exportador	43
Figura 3.12 Empaque Primario.....	45
Figura 3.13 Etiqueta y Marcado de la Caja Individual.....	47
Figura 3.14 Etiqueta de Manipulación de la carga	47
Figura 3.15 Ficha Técnica Pallet	50
Figura 3.16 Dimensiones de la caja.....	51
Figura 3.17 Cubicaje y Contenerización	51
Figura 3.18 Ruta Guayaquil – Rotterdam.....	52
Figura 3.19 Costos Fijos y Variables	82
Figura 3.20 Gráfica Punto de Equilibrio	83

RESUMEN

Para estructurar un plan de negocios de babaco deshidratado hacia Holanda, se establece el tamaño de mercado aplicando una estrategia de muestreo tomando como universo a la población económicamente activa de Holanda del año 2016, en la que se tendrá una participación de mercado del 0,012% de la demanda de babaco deshidratado, la misma que se determinó mediante encuestas y obteniendo una oferta exportable de 3 toneladas anuales de dicho producto.

El proyecto se encuentra ubicado en la ciudad de Quito disminuyendo así tiempos y costos al encontrarse cerca de la empresa proveedora “Delifrut”. Se realizarán 4 envíos de 750 gramos cada uno, un total de 60.000 bolsas de babaco deshidratado anuales.

Se trata de una carga general (LCL) negociada en términos FOB ya que utiliza un medio de transporte marítimo que va desde el puerto de Guayaquil- Ecuador al puerto de destino Rotterdam en Holanda y posteriormente se interna al país vía terrestre.

Dentro del marketing mix se utiliza un canal de distribución directo vendiendo a minoristas como es la cadena de supermercados Albert Heijn, utiliza también una estrategia de precio que esté sobre el costo total obteniendo un margen de utilidad del 45% y dentro de la estrategia de promoción se realiza venta directa entregando muestras al minorista, entre otras.

Posteriormente se realiza una evaluación económica y financiera para saber si el proyecto es factible o no, obteniendo un Valor actual neto positivo de \$10.189,69, Tasa Interna de Retorno (TIR) del 33%, recuperando la inversión en el quinto año.

Palabras Clave: **Albert Heijn.-** Distribuidor en el exterior.

Delifrut.- Empresa ecuatoriana.

LCL.- Less than Container Load.

SUMMARY

To structure a business plan of dehydrated babaco to Holland, market size is set by applying a sampling strategy taking as a universe to the economically active population of Holland in 2016, it will have a market share of 0.012% about the demand of dehydrated babaco, which was determined by surveys and having an exportable offer of 3 tons of the product annually.

The project is located in Quito, thus decreasing time and costs because it's near the supplier "Delifrut". 4 shipments of 750 grams will be made, a total of 60,000 bags of dehydrated babaco for year.

It's a general cargo (LCL) negotiated in FOB terms because it uses a sea transport that begins at the port of Guayaquil- Ecuador until Rotterdam- Holland, which is the destination, after it is internal to the country by land.

The marketing mix is a direct distribution channel selling to retailers such as "Albert Heijn" supermarket, also uses a pricing strategy that is over the total cost, getting a profit margin of 45% and also the promotion strategy is realized a direct selling, delivering samples to the retailers, among other.

Subsequently an economic and financial evaluation was performed obtaining that the project is feasible, it has a positive net present value of \$ 10,189.69, Internal Rate of Return (IRR) of 33%, recouping investment in the fifth year.

Keywords: Albert Heijn.- Distributor abroad.

Delifrut.- Ecuadorian company.

LCL.- Less than Container Load.

CAPÍTULO 1.

INTRODUCCIÓN

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Problema a Investigar

Inexistente plan de negocios para la exportación de babaco deshidratado hacia Holanda para el año 2016.

1.1.2 Objeto de estudio teórico

Plan de negocios para la exportación

1.1.3 Objeto de estudio práctico

- Exportación de babaco deshidratado.
- Destino – Holanda.

1.1.4 Planteamiento del problema

Diagnóstico

Una de las causas más significativas de la inexistencia de un plan de exportación de frutas deshidratadas hacia Holanda es que este se encuentra dentro de los 10 principales países proveedores de frutas deshidratadas a nivel mundial. Un informe de (PRO ECUADOR, 2015) indica que Holanda posee un total exportado de 45' 055.000 dólares, detalla que al ser uno de los principales proveedores de frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este capítulo dentro de las listas mundiales, según el valor total exportado de frutos secos 2006-2010, tiene un porcentaje de participación del 2%, por ésta razón no se ha querido exportar dicho producto en grandes cantidades.

Por otro lado existe una gran competencia de países proveedores de frutas deshidratadas hacia Europa, de acuerdo a un informe de (PRO ECUADOR, 2015) detalla que los países que exportan frutas deshidratadas hacia Europa son: Chile, Estados Unidos, España, Sudáfrica,

Turquía, entre otros.

Otra causa para la inexistencia de un plan de negocios para la exportación de babaco deshidratado es que Ecuador no ha querido diversificar productos hacia grandes mercados y en éste caso hacia el mercado holandés.

Existe una inestabilidad de decisión para negociar un acuerdo definitivo con la Unión Europea ya que el acuerdo existente SGP+, se ha ido renovando constantemente, según un reporte de (Economía y Finanzas Internacionales, 2014) informa que el 85% de las exportaciones del Ecuador se benefician de dicho acuerdo al momento de entrar a Europa, el mismo que Ecuador continuaría gozando de sus beneficios arancelarios para el ingreso de sus productos a ese bloque hasta Diciembre del 2016 según datos de un artículo publicado en (EL UNIVERSO, 2014)

Pronóstico

Holanda es un país exportador de frutos deshidratados pero en menor proporción de lo que importa, por dicha razón es un país al que se puede acceder utilizando un buen mix de marketing para introducirlo al mercado destino y así evitar la probabilidad de que dicho producto ecuatoriano no sea aceptado.

El no brindar un producto atractivo y que no cumpla con las expectativas del consumidor puede producir que elija otro de la competencia ya que existen varios proveedores de frutas deshidratadas a Holanda, es decir el objetivo sería brindar un producto con un valor agregado fuera de lo común que supere las expectativas del mercado ya que no se cuenta con canales de distribución fuertemente establecidos.

Ecuador perdería principalmente ingresos de divisas y con ello se perdería también la oportunidad de generar fuentes de trabajo, incentivos que se generan para las empresas exportadoras y beneficios para los productores de babaco y demás trabajadores que intervienen en el proceso para obtener el producto final como es babaco deshidratado.

En cuanto a los convenios comerciales existentes entre Ecuador y Holanda existe el riesgo de que haya una ruptura de los flujos comerciales, cuando se termine la vigencia del SGP Plus que por lo pronto estará en vigor hasta Diciembre del 2016 y si no se negocia este acuerdo por más tiempo se perderá beneficios arancelarios y el producto será costoso en el país de destino, lo que puede ocasionar una pérdida de competitividad y por ende Holanda pierde un buen proveedor como lo es Ecuador.

La Unión Europea por medio del Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP) ha otorgado a Ecuador algunos beneficios para partidas con la exoneración o disminución del arancel en cuanto a las importaciones de productos agrícolas e industrializados. Este acuerdo tiene como fin beneficiar y ayudar a países en vías de desarrollo y así erradicar la pobreza.

Control del Pronóstico

La clave es ofrecer un producto que se adapte a las exigencias del mercado de destino para así lograr dinamizar la oferta exportable ecuatoriana generando ingresos de divisas y ayudando a la economía del país, al mismo tiempo permitir el desarrollo y crecimiento de las empresas exportadoras.

La fruta deshidratada ésta marcada por tres tendencias mundiales: salud, conveniencia y sentido, está considerada como un alimento saludable que no necesita cocción para poder ser consumido en cualquier momento del día. Siendo la Unión Europea un importante importador de frutas deshidratadas ofrece la oportunidad a los proveedores de países que se encuentran en desarrollo. (Castro L. , 2011)

Se logrará que dicho producto sea totalmente aceptado en el mercado holandés ya que las frutas deshidratadas tienen un sin número de ventajas como se menciona en un informe de (Zambrano Barrera, 2013) poseen una vida útil prolongada sin riesgos de descomposición, conservación de las características organolépticas y nutricionales propias de la fruta, disminución de costos de transporte y almacenamiento puesto que su contenido de humedad es muy bajo y no requiere refrigeración, disponibilidad del producto en periodos de escasez, 100% natural, practicidad de uso y consumo.

Exportar hacia Holanda ofrece muchas facilidades y ventajas una de ellas es que posee uno de los puertos más importantes del mundo que es Rotterdam, el cual está ubicado estratégicamente para distribuir a toda Europa el producto, en caso de que se quiera que dicho producto vaya más allá de ser comercializado y distribuido en Holanda. (Holanda Latina, 2015).

Ecuador posee una gran variedad de frutas no tradicionales dentro de su oferta exportable, debido a la estratégica posición geográfica en la que se encuentra ubicado el país y a la existencia de microclimas que favorecen a la producción de ciertos cultivos para obtener finalmente frutas de excelente calidad. (PRO ECUADOR, 2012, pág. 1)

En cuanto el sector productor de babaco y todos quienes participen para obtener el producto final, se garantiza que su producción será comprada para la elaboración del producto. De igual manera según el Art. 5 del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión (COPCI), el estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva mediante políticas e incentivos fomentando al crecimiento de productividad e innovación. (Aduana del Ecuador, 2010, pág. 4)

Fortalecer los acuerdos con la Unión Europea será muy beneficioso ya que según información de (PRO ECUADOR, 2015), el ingreso de ese producto al mercado de Holanda tiene un arancel del 0% debido al arancelario preferencial para los países beneficiarios del régimen especial de estímulo para el desarrollo sostenible SGP+. Este tratado establece un mecanismo de reciprocidad al acceso al mercado y trato nacional para lograr el ingreso inmediato de productos al mercado Europeo.

El Ecuador es miembro de la OMC por lo que goza de un trato de la nación más favorecida (NMF) que es el principio de la no discriminación y ayuda a países en desarrollo. Un informe de (Unión Europea, 2015), indica que Ecuador es un socio importante en América Latina. Una de las prioridades de la cooperación UE-Ecuador es reforzar la competitividad y el acceso al mercado de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas.

El SGP se aplica en ciclos de diez años, por lo tanto se debe asegurar y negociar la prolongación del acuerdo para poder gozar por más tiempo de los beneficios que goza el Ecuador. Para obtener beneficios del SGP el producto debe ser producido en el país que requiera

la preferencia (Ecuador) y dicho producto deberá ser embarcado directamente del país demandante, son exigencias que el babaco deshidratado a exportar hacia Holanda debe cumplir.

1.1.5 Formulación del problema

¿Cómo estructurar un plan de negocios para la exportación de babaco deshidratado hacia Holanda en el 2016?

1.1.6 Sistematización del problema

- ✓ ¿Cuál será el tamaño de mercado, la participación de mercado esperada y la oferta exportable de babaco deshidratado a Holanda en el 2016?
- ✓ ¿Cuál será el estudio técnico para la exportación de babaco deshidratado a Holanda en el 2016?
- ✓ ¿Cuál será la logística para la exportación de babaco deshidratado a Holanda?
- ✓ ¿Cuál será la estrategia de marketing mix para introducir babaco deshidratado a Holanda en el 2016?
- ✓ ¿Cuál será la evaluación económica y financiera del proyecto?

1.1.7 Objetivo General

Desarrollar la estructura de un plan de negocios para la exportación de babaco deshidratado a Holanda en el 2016 con la finalidad de aumentar las exportaciones y generar ingresos al país.

1.1.8 Objetivos Específicos

1. Determinar el tamaño de mercado, la participación de mercado esperada y oferta exportable de babaco deshidratado a Holanda en el 2016.

2. Realizar un estudio técnico para la exportación de babaco deshidratado a Holanda en el 2016.
3. Definir cuál sería la logística para la exportación de babaco deshidratado a Holanda.
4. Proponer una estrategia de marketing mix para introducir el babaco deshidratado a Holanda en el 2016.
5. Realizar una evaluación económica y financiera del proyecto.

1.1.9 Justificaciones

Con el presente plan los productores de babaco se beneficiarán por ser los proveedores de una buena cantidad de fruta para la elaboración de éste producto con valor agregado para su posterior de exportación; es decir se crean varias fuentes de trabajo ya que se necesita mano de obra dentro del proceso, donde también se verán beneficiadas las zonas donde se da dicha producción.

La elaboración de éste plan logrará posicionar al Ecuador como un potencial exportador y contribuir con la balanza comercial del país, es decir favorecerá a la economía del país, mencionando también que puede ser reconocido en grandes países por sus productos que ahora no se han quedado en simples materias primas sino que también se ha convertido en un país que exporta productos con un plus o un valor agregado colaborando con la matriz productiva.

Ecuador al ser un país en vías de desarrollo obtendrá a través de éste proyecto beneficios y ventajas significativas tanto en expandir su línea de productos al ofrecer un elemento nuevo como es el babaco deshidratado y extenderse a nivel mundial; así como también ayudará principalmente a la matriz productiva y por ende a la economía del país por medio del ingreso de divisas al mismo por la exportación de babaco deshidratado.

Cabe recalcar que debido a que el babaco deshidratado es un producto nuevo no existen datos y valores correspondientes al mismo, se ha tomado como referencia a la partida 08.13.40 perteneciente a las demás frutas u otros frutos secos, en donde también se encuentra el babaco deshidratado. Es necesario aclarar que el estudio de mercado se efectuará sobre encuestas a 100 personas en el mercado holandés.

1.2 Marco Referencial

1.2.1 Marco Teórico

1.2.1.1 Plan de negocios para exportar

Un plan de negocios es un documento fundamental para las empresas y representa una herramienta de trabajo para ellos, con esto se puede realizar una evaluación para identificar que tan factible y viable puede ser el proyecto para poder corregir errores y saber qué es lo que necesita implementar para lograr el crecimiento del negocio dentro del mercado internacional. El plan de negocios a su vez ayuda en la toma de decisiones. Logrando una planificación adecuada y así obtener beneficios a largo plazo. (Comercio y Aduanas, 2015)

Si el plan de negocios de exportación basado en la evaluación y el plan de marketing posterior son útiles, deben reflejar tus ideas y esfuerzos. De esa manera, puedes estar listo para "comenzar a ejecutarlos". Una planificación adecuada permite que tu esfuerzo exportador refleje la realidad, no conjeturas. Partir de una evaluación honesta y continuar con un plan realista son los primeros pasos importantes. (Comercio y Aduanas, 2015, párr. 7)

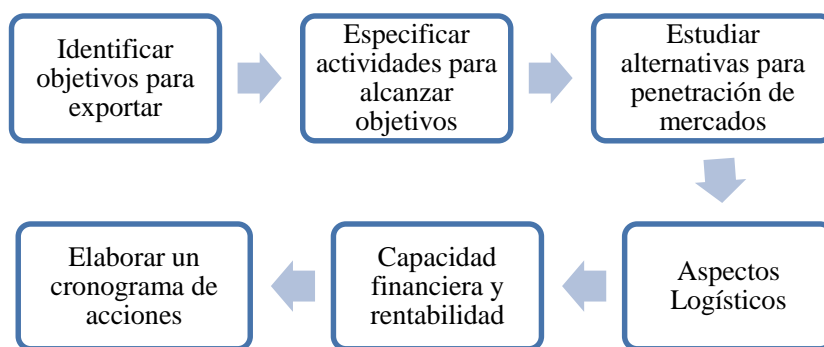
Explorar como exportar un producto puede llevar a la expansión del negocio aumentando las ventas y el plan de negocios representa una guía para hacer negocios a nivel internacional guiando la futura dirección de la empresa y poder tomar decisiones adecuadas. La planificación ayuda a detectar lo que puede pasar en un futuro con el negocio para asegurar el crecimiento y estar preparados, por ende conocer mejor a la empresa. (Comercio y Aduanas, 2015)

Lograr una planificación adecuada ayuda a aumentar el grado de compromiso con el negocio, evaluar qué tan factible es integrar ese producto dentro del mercado global, representa un punto de partida eficaz para la gestión de las operaciones de negocios internacionales, cuando se tenga ya el plan de negocios y el plan de marketing para dicha exportación se obtiene material suficiente para comunicar las ideas del negocio a socios, inversores y otros. Es decir el plan de negocios proporciona una guía para exportar. (Comercio y Aduanas, 2015)

Tomando en cuenta que un plan de negocios es un documento en el que se plasma las fases de la creación o desarrollo de un negocio o proyecto, sus objetivos y las vías para poder

llegar a ellos con el fin de obtener una opinión realista de la situación actual, objetivos y posible éxito. Dentro de la estructura de este plan de negocios está. El resumen ejecutivo, descripción del producto a exportar, mercado potencial, competencia, modelo de negocio y plan financiero, organización, estado de desarrollo, alianzas estratégicas, estrategias de marketing y ventas, principales riesgos y estrategias de salida. (Universidad Internacional de la rioja , 2015)

Figura 1.1 Pasos para un plan de exportación.



Fuente: (Rodríguez, 2012)

Elaborado: (Trujillo Goyes, 2015)

En cuanto a la oferta exportable tiene que ver con la capacidad económica y financiera, capacidad productiva y capacidad de gestión de exportadores. Es muy importante realizar también un estudio de mercado identificando, características de los consumidores, convertir las necesidades de ese mercado en un producto y realizar una segmentación ubicando el tamaño de mercado, característica de demanda, exigencia de consumidores, canales comerciales, diferencias culturales y sociales. (Rodríguez, 2012)

En los canales de exportación se debe identificar varios aspectos entre ellos si es una exportación directa o indirecta, representantes o brokers, punto de venta propio, elegir basándose en una estrategia de comercialización y de mercado, normas técnicas y certificaciones y otros requisitos. Los costos y precios para exportación constituyen un asunto vital para la elaboración del Plan de negocios para exportar. (Rodríguez, 2012)

Para llevar a cabo un plan de negocios para exportación es muy importante conocer sobre indicadores de gestión, los mismos que permiten tomar decisiones con resultados positivos. Para elegir los indicadores de gestión es mejor limitarse a un determinado grupo de indicadores

basándose en aspectos más relevantes del negocio, tienen que ver con el modelo de empresa que sea, se debe también elegir indicadores generales. Para tener una visión amplia sobre el negocio se necesita también un cuadro de mando para poder desarrollar el negocio y saber cómo van marchando las cosas, el mismo que debe estar orientado a los objetivos, ser fiable y preciso, medir evoluciones y demás. (Crear mi empresa, 2013)

Según información de (Galán, 2013) en cuanto a los indicadores del negocio primero se debe fijar en los objetivos para una estrategia comercial antes de los indicadores financieros, centrarse en los clientes y en la demanda del producto. También indica que es fundamental controlar el dinero y gastos ya que en muchas ocasiones los emprendedores abandonan el negocio pues se han quedado sin financiación, lo que se debe hacer es invertir cada centavo en el desarrollo de un producto con valor agregado.

1.2.1.1 Ecuador

1.2.1.2.1 Exportaciones ecuatorianas de frutas deshidratadas.

Como ya se ha mencionado, el babaco deshidratado se encuentra comprendido en la partida 08.13.40 perteneciente a las demás u otros frutos secos. De acuerdo con la información del siguiente cuadro se puede notar que las exportaciones ecuatorianas de la partida 08.13.40 se han incrementado, lo que conduce a resultados con cifras positivas, lo que indica que el mercado para las exportaciones de babaco deshidratado tiene una buena acogida y buen futuro. (UN Comtrade, 2015)

Tabla 1.1 Exportaciones ecuatorianas de frutas deshidratadas.

Exportaciones ecuatorianas de frutas deshidratadas		
Año	Toneladas métricas	FOB (Miles de US\$)
2010	104	1060
2011	355	2523
2012	229	1628
2013	129	952
2014	165	1994
Total	982	8156

Fuente: (UN Comtrade, 2015)

Elaborado por: Trujillo Diana

1.2.1.2.2 Principales mercados de frutas deshidratadas ecuatorianas

Los principales mercados de frutas deshidratadas ecuatorianas en el periodo (2010 – 2014), han sido Estados Unidos, Reino Unido, Holanda (Países Bajos), Japón, Suiza, Hong Kong, Francia, Australia, Alemania, Chile y España.

Se encuentra a Estados Unidos como el mayor importador de frutas deshidratadas ecuatorianas con un total de 90 toneladas métricas, seguido de Reino Unido y Holanda que importa un total de 10 tn, el cual indica que el mercado holandés también es un destino muy prometedor para las exportaciones de dicho producto.

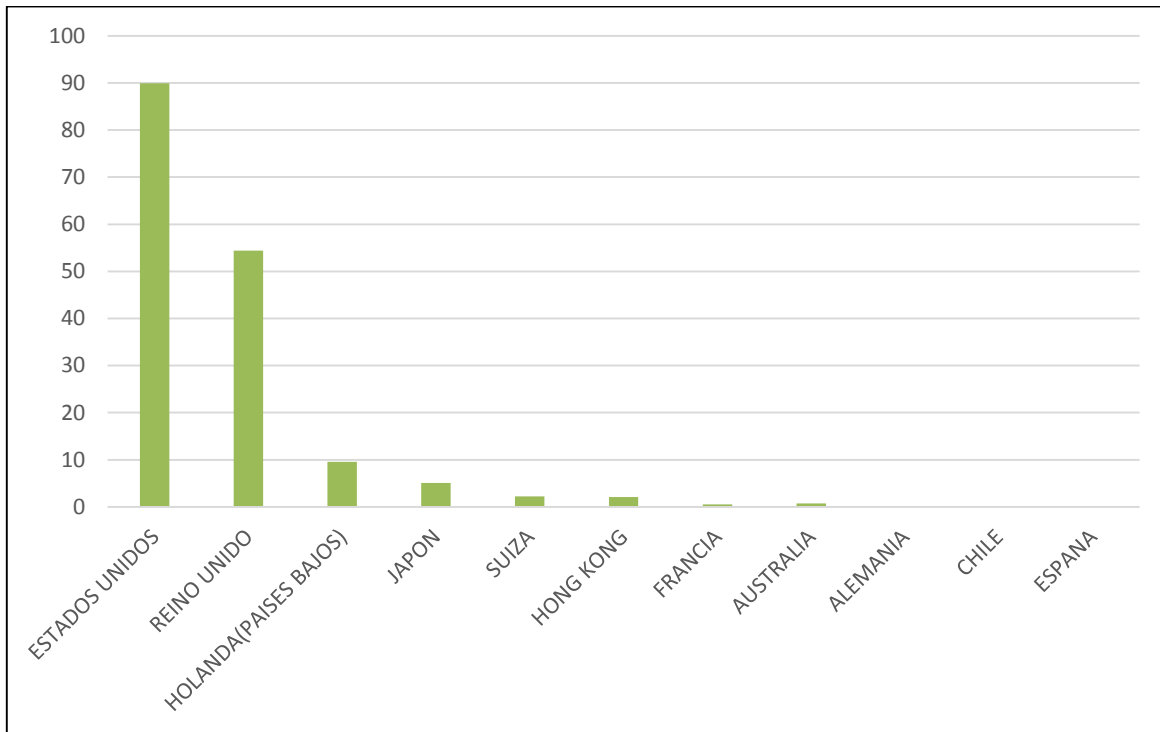
Tabla 1.2 Principales destinos de fruta deshidratada

País	Toneladas métricas	FOB (Miles US\$)
ESTADOS UNIDOS	90	1113
REINO UNIDO	54	618
HOLANDA(PAISES BAJOS)	10	115
JAPON	5	58
SUIZA	2	34
HONG KONG	2	28
FRANCIA	1	13
AUSTRALIA	1	11

Fuente: (TRADE MAP, 2015)

Elaborado Por: Trujillo Diana

Figura 1.2 Principales destinos de frutas deshidratados (08.13.40)

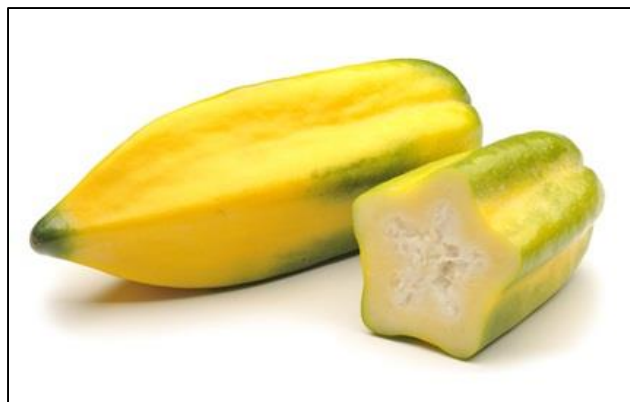


Fuente: (TRADE MAP, 2015)

Elaborado Por: Trujillo Diana

1.2.1.3 Babaco

Figura 1.3 Carica pentágona.



Fuente: (Nature's Pride, 2015)

El nombre científico del babaco es *Carica pentágona* Heilb, perteneciente a la familia Caricáceas junto con el chamburo, toronche, jogacho y siglalón. Dentro de su clasificación

taxonómica pertenece al reino plantae, es de clase angiospermae, cuya subclase es dycotiledonae, de orden parietales, familia caricáceas, género carica y de especie pentágona. (Asociación de Agrónomos Indígenas de Cañar, 2003)

Según un artículo de (Rifruco, 2015) informa que cada planta puede producir anualmente de 25 a 30 frutos y cada uno de ellos puede ser de 20cm de largo por 6cm de diámetro y puede pesar de 300 a 1200g. El babaco es una fruta que se da en las zonas andinas del Ecuador, el mismo que ofrece un agradable olor, sabor y color, es una mezcla de piña, frutilla y papaya además de complementos nutricionales que ayudan a la dieta alimenticia del ser humano. Ésta se ha convertido en una de las frutas tradicionales consumidas mayormente en la sierra del país, originaria de las zonas altas del Ecuador. (Rifruco, 2015)

En cuanto a las propiedades posee un alto contenido de vitamina c y papaína, también es rico en fibra y carbohidratos, por lo tanto ayuda a la protección del sistema digestivo, contiene cantidades mínimas de azúcar y sodio. Es muy rica en pectina y papaína. En un artículo del diario (Ultimas Noticias, 2013 febrero 22) indica que el babaco es una fruta antioxidante, pariente de la papaya y contiene vitaminas A, C, E y minerales esenciales para el cuerpo humano que pueden ayudar a la digestión e incluso a mantenerse joven, también a disminuir enfermedades cardiovasculares y degenerativas.

Figura 1.4 Partida arancelaria correspondiente al babaco deshidratado es la 08.13.40

Sección II :	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 08 :	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
Partida Sist. Armonizado 0813 :	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo
SubPartidaSist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 08134000 :	- Las demás frutas u otros frutos

Fuente: (SENAE, 2015)

Ecuador posee de varios sectores para el cultivo de babaco, las cuales cumplen con las condiciones climáticas y de suelos requeridas para que se de dicha producción. Las provincias que tienen mayor cultivo son: Pichincha, Cotopaxi, Azuay y Tungurahua, muchas de estas zonas no tienen las mejores condiciones de fertilidad de suelo, esto puede ocasionar bajos niveles de producción. (Iniap, 2004)

En el Ecuador hay 180 hectáreas sembradas con esta fruta bajo invernadero y a cielo abierto, según Jorge Fabara, técnico frutícola. Tungurahua ocupa el primer lugar con el 60% de la producción nacional, la parroquia El Triunfo, del cantón Patate, es considerada como la meca del babaco. Modesto Iglesias, de 60 años, cultiva esta fruta desde hace 10 años. Tiene 1.500 plantas en alrededor de 3 000 m² de terreno. Cada semana saca al mercado 20 cajones con babaco. “Es una planta generosa, pero se debe cuidar y fertilizar para que produzca durante los 18 meses de su ciclo”. (El Comercio, 2011, párr. 4)

La deshidratación es una forma de procesar alimentos eliminando la mayor parte de humedad de los alimentos para que no se arruinen. Este proceso permite alargar la vida útil de las frutas, mantener su valor nutritivo original, y poder llegar a mercados más lejanos, conservarlas de esta manera va a permitir tener acceso a frutas que no se producen en todas las épocas, generando así productos con valor agregado y mejores precios. Dicho proceso requiere de calor para eliminar el agua mediante la evaporación, lo que ayuda eliminando bacterias que no viven en un medio seco. (infoAgro, 2009)

Para la preparación de las frutas a deshidratar se tiene que lavar y desinfectar con mucho cuidado las frutas en éste caso el babaco y se retira la cáscara, posteriormente se corta en rodajas en tamaños especiales para mejorar la deshidratación y presentación del producto ya que dicha deshidratación depende del contacto de la fruta con el calor del horno por lo que no pueden ser rodajas muy gruesas. Se puede observar cambios de color, tamaño y hasta forma como resultados del proceso. (infoAgro, 2009)

El método del proceso se basa en una deshidratación aplicando una corriente de aire caliente al producto de manera que se conservan con su color original, bajan su nivel de acidez, mejoran el sabor y ayuda a alargar la vida útil o en anaquel debido a los azúcares que preservan la fruta. Garantizando así un producto de calidad para la industria alimenticia. (Castro L. , 2011)

Al deshidratar las frutas se concentran todos los nutrientes que posee la fruta como son las vitaminas, proteínas, hidratos de carbono, fibras y sales minerales, por ende ayudan a aumentar la carga calórica, repone sodio y potasio. Ya que mediante el proceso de deshidratación se le quitó el agua son ideales para una dieta sana y recomendados para personas

con insuficiencia renal o cardiaca y también para personas con falta de apetito y hasta anorexia ya que poseen muchos nutrientes. (Directo al paladar, 2015)

1.2.1.3 Holanda

Figura 1.5 Holanda Geografía



Fuente: (Café y tren, 2015)

El nombre del país, Nederlanden («Tierras bajas»), se debe a que una parte del norte y oeste del territorio del país se encuentra por debajo del nivel del mar. Al sureste del país se extienden los llamados Países altos superiores, que se elevan un poco por encima del nivel del mar. Un complejo sistema de drenaje de agua, cuya construcción se inició en la época medieval, ha permitido incrementar la superficie del país en más de un 20%. Sin un drenaje constante la mitad de los Países Bajos sería inundada por el mar y por los numerosos ríos que cruzan su territorio, como es el caso del Rin que desemboca en Róterdam, lo que ha hecho de esta ciudad el puerto de mayor tráfico de Europa. (Embajada de Holanda, 2015, párr. 1)

Destacando aspectos generales sobre Holanda su ubicación: Europa Occidental, Mar del Norte, frontera con Alemania y Bélgica, posee un clima marítimo templado, la temperatura a media en julio es de 17° C y la temperatura media en enero 3°C. Tiene 3 grandes ríos que son el Rin, Mosa, Escalda. Los idiomas que se hablan son holandés y frisón dentro de la provincia de Frisia, su moneda es el Euro. (Holland, 2015)

Dentro de la economía de Holanda se puede destacar que es un mercado muy bueno por estar ubicado estratégicamente dentro de Europa, y también posee uno de los puertos más importantes del mundo, esto hace que las empresas extranjeras quieran establecer sus negocios en los Países Bajos. La estructura económica del país se basa en un mercado abierto dependiente en gran parte del comercio internacional. Holanda es considerado como un país líder para atraer inversiones extranjeras. La economía holandesa cada vez va creciendo más gracias a la exportación de productos manufacturados, industria química, metal, productos de ingeniería eléctrica y demás. (Embajada del Ecuador en los Países Bajos, 2015)

La población de Holanda en el 2014 según información de (Datosmacro, 2015) fue de 16.864.000 personas en donde se incrementó 34.711 habitantes ya que en el año 2013 contaban con 16'829.289 personas, donde el 50.48% pertenece a mujeres y el 49.52% a hombres. Holanda es el país con la mayor densidad de población por km² en la Unión Europea y es uno de los países que posee una alta densidad poblacional en todo el mundo con 406 habitantes por kilómetro cuadrado.

Los principales sectores: Servicios de transporte, distribución, logística y áreas financieras como la banca y seguros representan las tres cuartas partes de la renta nacional, por otro lado está la actividad industrial como es la metalurgia, refinación de petróleo, productos químicos, industrias para el procesamiento de alimentos, en cuanto a la agricultura y el sector pesquero abarcan una pequeña parte. (Embajada del Ecuador en los Países Bajos, 2015)

Holanda es el tercer productor y exportador de gas natural en Europa. En el sector de servicios financieros siendo Holanda un centro financiero regional con carácter internacional, también cuenta con un régimen de fiscalidad estable y favorable para inversiones extranjeras en el sector financiero. También cuenta con agricultura y horticultura siendo éste uno de los sectores más importantes de Holanda. Por último y también importante el sector de tecnologías de información y comunicaciones. (Embajada del Ecuador en los Países Bajos, 2015)

En cuando a su comercio internacional según un documento de (Hans, 2014) indica que ocupa el segundo lugar en cuanto a eficiencia logística e infraestructura portuaria. Holanda es un punto logístico clave conectando a mercados del mundo, lo que hace que sea un líder europeo en transporte y logística ya que tiene el puerto de Rotterdam que es el más grande de Europa,

Aeropuerto Schiphol Ámsterdam, centros de distribución y ofrece servicios de valor añadido. Holanda es una puerta de enlace a Europa utilizando una alineación de infraestructura de vanguardia y la calidad de servicios que ofrece.

Todas las puertas holandesas están atendidas por compañías especializándose en almacenamiento, transbordo, procesamiento industrial y servicios auxiliares, así como transporte, embalaje, depósito y distribución. Desde el Puerto de Rotterdam, se puede llegar a todos los mayores centros industriales y económicos del Oeste de Europa en menos de 24 horas. Países Bajos es una de las naciones líderes en transporte vial y el más grande embarcador hacia el interior. La Ruta de Betuwe, un dedicado ferrocarril de doble vía, permite el transporte rápido de contenedores y bienes de Rotterdam a Europa. (Hans, 2014, pág. 7)

Holanda está desarrollando una plataforma de Información de Logística Neutra (NLIP) que ayudara en el sector de la industria. El sector de navegación interior es reconocido porque posee la flota más larga, innovadora y diferenciada de Europa, la misma que es confiable y rentable dentro de las cadenas de transporte marítimas para importación o exportación de Europa. Por otro lado usan una iniciativa de Carga inteligente para Europa con el fin de convertir a Ámsterdam en el centro multimodal más rápido y confiable. (Hans, 2014)

1.2.1.3.1 Mercado holandés

Para poder realizar una exportación es necesario conocer el mercado al que vamos a ingresar, es decir sus costumbres, población, datos económicos para llevar a cabo la transacción económica.

Es importante recalcar que el producto, babaco deshidratado, no posee una partida específica por tanto se ha utilizado la partida arancelaria 08.13.40 perteneciente a las demás u otras frutas secas en donde se encuentra incluido el babaco deshidratado.

1.2.1.3.1 Producción de frutas deshidratadas en Holanda.

El mercado holandés es uno de los mayores importadores de la Unión Europea de frutas deshidratadas provenientes de varios países en desarrollo principalmente de Asia y América Latina, tomando en cuenta que el clima de dicho país no le permite la producción de varias frutas, en éste caso de babaco.

Holanda (Rotterdam) se ha establecido como un puerto a nivel internacional de productos alimenticios orgánicos tanto secos como frescos, incluso grandes cantidades de estos productos son reexportados y distribuidos a otros países europeos. Holanda es un país que mantiene un buen consumo de frutas, en especial el consumo de frutas deshidratadas ha ido aumentando con rapidez por ser un producto saludable. (Ecomercados, 2005, pág. 14)

1.2.1.3.2 Principales proveedores de Holanda

Para conocer los principales competidores del proyecto es necesario analizar los datos que se detallan en la siguiente tabla con información presentada por Trade Map.

Al analizar la información se puede conocer que los principales países competidores en dicho mercado son: en primer lugar China, seguido de Turquía, Alemania, Colombia, Sudáfrica, entre otros que se encargan de proveer frutas deshidratadas a Holanda, se puede mencionar que frente a éstos tenemos una ventaja, ya que el babaco deshidratado es una fruta autóctona Ecuatoriana que no se encuentra en todos los países proveedores.

Tabla 1.3. Principales proveedores de Holanda (Partida 08.13.40)

País	2010 (Miles de US\$)	2011 (Miles de US\$)	2012 (Miles de US\$)	2013 (Miles de US\$)	2014 (Miles de US\$)
China	1309	521	1441	4927	16403
Turquía	77	47	230	1120	4233
Alemania	1047	2347	1594	2745	4157
Colombia	0	1392	43	215	1982
Sudáfrica	217	573	1036	993	1408
Reino Unido	212	1741	1466	1106	1222
Italia	304	174	197	1.467	921
Dinamarca	172	302	503	895	905
Francia	965	1189	1182	306	901

Fuente: (TRADE MAP, 2016)

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.4.5 Exportaciones de frutas deshidratadas (2010- 2014)

Holanda se encuentra como uno de los principales países exportadores de frutas deshidratadas, especialmente de peras secas en el 2014 se registra un valor exportado de 18.092

(miles de US\$) en dicho producto; debido a las situación climática y las 4 estaciones que posee Holanda le es difícil el cultivo de babaco ya que es una fruta que se da en climas templado, seco y húmedo.

Tabla 1.4 Exportaciones de frutas deshidratadas (2010- 2014)

Exportaciones de Frutas deshidratadas		
Año	Valor (Miles de US\$)	Toneladas métricas
2010	10612	7.301
2011	14186	8.559
2012	14449	3.826
2013	26722	9.089
2014	42752	25.295
Total	108721	54.068

Fuente: (UN COMTRADE, 2016)

Elaborado por: Trujillo Diana

CAPÍTULO 2.

MÉTODO

2.1 Metodología General

2.1.1 Nivel de estudio

Los tipos de investigación de acuerdo al nivel de estudio que se utilizarán son:

Estudio descriptivo

Ya que se describe y explica a detalle el plan de exportación de babaco deshidratado con todos los requerimientos importantes y la forma de aplicarlo para que llegue al país de destino que es Holanda, especificando también aspectos del mercado holandés.

2.1.2 Modalidad de investigación.

Modalidad Documental.

Utilizando fuentes bibliográficas de documentos de estudio como libros, revistas, internet y otros, todo lo relacionado con la exportación de babaco deshidratado, su proceso y también para conocer el mercado holandés.

De campo

Realizando entrevistas a expertos y agricultores de babaco, contactando a empresas encargadas de la deshidratación y encuestas on-line a personas que viven en Holanda.

2.1.3 Métodos de investigación

Método inductivo – Deductivo

Por medio de los resultados de las encuestas se proyectará la demanda potencial y se realiza una búsqueda de la información sobre la oportunidad que se tiene dentro del mercado holandés para obtener diferentes conclusiones. La teoría del plan de exportación de babaco

deshidratado servirá como base deductiva para llegar a la particularidad de la oportunidad en Holanda.

2.1.4 Población y muestra

Se tomará en cuenta a la población económicamente activa (PEA) del año 2016, la misma que comprende a las personas mayor a 15 años y menor a 65 años que aportan trabajo por lo que se realizará encuestas y la tabulación de resultados de las mismas.

La muestra será tomada en base a la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= muestra

N= universo o población

e= error

P= probabilidad favorable

Q= probabilidad no favorable

Z= Nivel de confianza

2.1.5 Selección de instrumentos de investigación

Entrevistas

Mediante éste instrumento se recolecta datos que ayudarán con información importante sobre el proceso para obtener el babaco deshidratado, proveedores y también sobre el mercado holandés y sus exigencias.

Análisis de fuentes.

Información de fuentes tanto primarias como secundarias que servirán para la investigación utilizando estadísticas tanto de Holanda como Ecuador, también otras fuentes bibliográficas que faciliten todo tipo de dato que se necesita para hacer realidad éste proyecto.

2.1.6 Procesamiento de datos

Los datos obtenidos de la investigación se procesarán por medio de cálculos en Microsoft Excel, Microsoft Word, y la presentación y defensa final se utilizará el programa Power Point.

2.2 Metodología específica

2.2.1 Metodología para objetivo específico #1: Determinar el tamaño de mercado, la participación esperada y oferta exportable de babaco deshidratado a Holanda en el 2016

Por medio de fuentes primarias y secundarias se realizará un estudio de mercado con la recolección, análisis e interpretación de los datos e información obtenida mediante encuestas que ayudarán a la toma de decisiones. Dentro de éste se encuentra un análisis de consumidores para saber hábitos de compra, preferencias, entre otros que ayuden a proponer técnicas de compra para la venta del nuevo producto y las estrategias a utilizar para obtener una ventaja en costos frente a la competencia y plantear un diseño, imagen atractivos para el mercado de destino realizando una segmentación en base a variables demográficas, geográficas, etc.

Mediante encuestas al mercado destino se determinará la tasa de consumo, también se realizará un análisis de la oferta analizando la capacidad de producción y cuantificando la capacidad instalada, los mismos que ayudan a estimar una oferta futura.

2.2.2 Metodología para objetivo específico #2: Realizar un estudio técnico para la exportación de babaco deshidratado a Holanda en el 2016.

Dentro del estudio técnico se determinará el tamaño del proyecto en el que se encuentra la capacidad instalada y utilizada del mismo, se determina la macro y micro localización, también interviene la ingeniería del proyecto que encierra instalación, tecnología, procesos de producción y por último para el estudio técnico se tendrá que hacer un análisis administrativo en donde está la constitución jurídica, personal y planificación estratégica.

En el mismo se incluirá la tabla de producción en la que se observa la cantidad de fruta fresca (babaco) que se necesitará para llegar a obtener una cierta cantidad de babaco deshidratado.

Es decir para el estudio técnico se realizará:

1. Tamaño del proyecto: Capacidad máxima, real e instalada)
2. Localización del proyecto: Macro localización y Micro localización.
3. Ingeniería del proyecto: Cómo se produce, proceso logístico u operacional para ser comercializado.
4. Estructura Organizacional.

2.2.3 Metodología para objetivo específico #3: Definir cuál será la logística para la exportación de babaco deshidratado a Holanda.

Utilizando fuentes primarias como entrevistas a profundidad y también fuentes secundarias como son revisiones documentales. Se determinará:

- ✓ **Tipo de carga**
- ✓ **Envase, empaque y embalaje:** Se utilizará protección plástica como envase, se coloca dentro de una caja con determinada medida para asegurar su protección.
- ✓ **Etiquetado**
- ✓ **Costos Logísticos y Documentación**
- ✓ **Plan de estiba:** La técnica con la que se acomoda el producto dentro del contenedor estándar de 20' de una manera óptima, utilizando el volumen y peso en metros cúbicos.
- ✓ **Unitarización:** La unitización del producto se realiza por medio de pallets.
- ✓ **Paletización:** Se utilizan pallets de madera para facilitar manipuleo, almacenaje y transporte.
- ✓ **Cubicaje:** La operación para acomodar la carga dentro del contenedor utilizando el peso y volumen de la carga en función de las medidas del envase y embalaje con el fin de identificar tamaño y peso cargable.
- ✓ **Puerto de embarque y desembarque**
- ✓ **Transporte:** Elegir el medio de transporte más indicado y con menor costo para llegar al destino final mediante cotización de tarifas, en éste caso se utilizará transporte marítimo.
- ✓ **Aduanas**
- ✓ **Incoterm y Régimen aduanero**
- ✓ **Forma de Pago**

2.2.4 Metodología para objetivo específico #4: Proponer una estrategia de marketing mix para introducir el babaco deshidratado a Holanda en el 2016.

Dentro del marketing mix utilizado para introducir dicho producto al mercado de destino se utilizará una estrategia basada en la entrega de valor agregado en donde se incluirá:

- ✓ Producto
- ✓ Precio
- ✓ Plaza
- ✓ Promoción

2.2.5 Metodología para objetivo específico # 5: Realizar una evaluación económica y financiera del proyecto.

Para determinar la evaluación económica y financiera del proyecto se realizará:

- ✓ Estado de Situación
- ✓ Estado de pérdidas y ganancias

Figura 2.1 Estructura del Estado de Resultados

Ingresos
(-) Costo de Venta
(=) Utilidad Bruta
(-) Gasto Administrativo
(=) Utilidad Operacional
(-) Gasto Financiero
(=) Utilidad antes del reparto
(-) 15% de Reparto Trabajador
(=) Utilidad antes del Impuesto
(-) 22% Impuesto a la Renta
(=) Utilidad Neta

Fuente: Autor

- ✓ **Flujo de Caja:** Es un factor muy importante para llegar a saber la rentabilidad del proyecto.

Figura 2.2 Estructura del Flujo de caja

Utilidad/ Pérdida del ejercicio
(+) Depreciación
(+) Amortización
Recuperación del Capital de Trabajo
Recuperación de Activos Fijos
(-) Inversión
(+) Crédito
(-) Pago Deuda
(=) Flujo de Caja Generada

Fuente: Autor

✓ **Indicadores**

Valor Actual Neto: Permitirá saber qué tan conveniente puede ser el proyecto se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = I_0 + \frac{FCN_n}{(1+i)^1} + \frac{FCN_2}{(1+i)^2} + \dots$$

I_0 = Inversión inicial

i = Tasa de descuento

n = Períodos

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Rentabilidad sostenida de la inversión durante el ciclo de vida del proyecto. Es la tasa de descuento que le hace o el VAN, se calcula con una metodología de interpretación.

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

$$TIR (\%) = \text{Inversión Inicial} + \text{Flujo efectivo total}$$

Periodo de Recuperación de la inversión (PRI): Permite saber en qué año se recupera la inversión.

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

Punto de Equilibrio: Determina la cantidad mínima requerida en volumen de producción en cuanto a unidades o volumen de ventas (dólares) de manera que no exista una pérdida.

$$PE = \frac{\text{Costos y Gastos Fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos de venta totales}}{\text{Ventas}}}$$

CAPÍTULO 3.

RESULTADOS

RESULTADO OBJETIVO N. 1:

3.1 Determinar el tamaño de mercado, la participación de mercado esperada y oferta exportable de babaco deshidratado a Holanda en el 2016.

3.1.1 Objetivo

Determinar el consumo de frutas deshidratadas del mercado holandés para establecer la oferta exportable de babaco deshidratado mediante encuestas.

3.1.1.1 Perfil

La encuesta se realizó mediante internet vía redes sociales como Facebook a un grupo de 100 personas originarias de Holanda dicho número de encuestas a realizar se lo obtuvo mediante un muestreo utilizando como universo la población económicamente activa del año 2016 de Holanda en donde se obtuvo una muestra de 96 personas.

La creación de dicha encuesta se utilizó la página de internet onlineencuesta.com cuyo el link generado para responder las preguntas es <https://www.onlineencuesta.com/s/cdb4826>, la misma que está elaborada en holandés ya que es el idioma oficial de Holanda. Dicha encuesta servirá como una herramienta para obtener información necesaria e importante para el desarrollo del presente objetivo.

3.1.2 Población y muestra

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

Donde:

N= universo o población

n= muestra

e= error

P = probabilidad favorable

Q = probabilidad no favorable

Z = Nivel de confianza

Reemplazando valores:

$$n = \frac{9086627 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2(9086627 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5} = 96,04$$

Se tendrá una muestra de 96 personas.

3.1.3 Encuesta, Resultados e Interpretación

3.1.3.1 Pregunta 1.

Tabla 3.1 ¿Conoce usted el babaco (Fruta)?

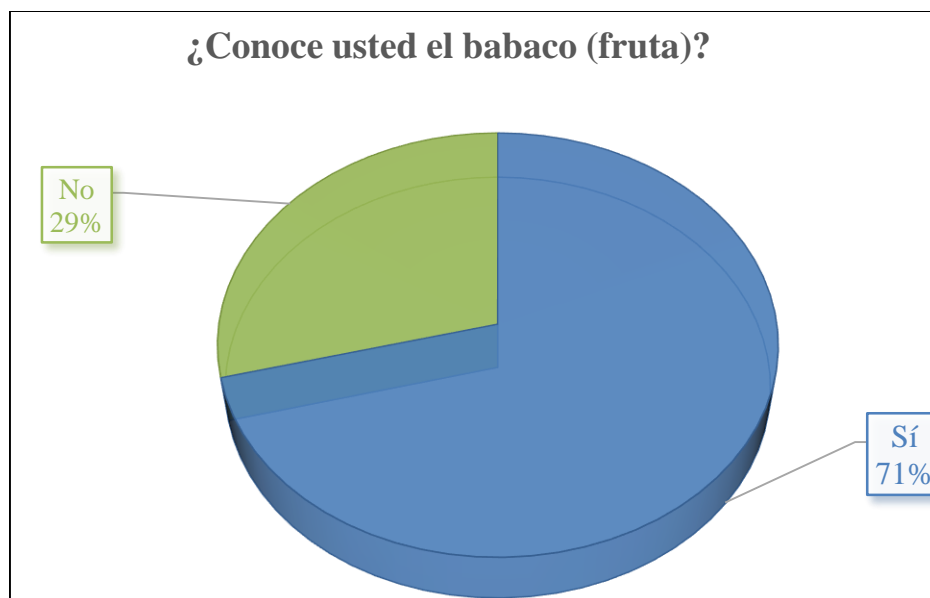
	N°	Porcentaje
Sí	71	71%
No	29	29%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

Nota: Cada una de las preguntas se realizaron por internet a 100 personas de Holanda en su respectivo idioma, el link de la encuesta es <https://www.onlineencuesta.com/s/cdb4826>

Figura 3.1 ¿Conoce usted el babaco (fruta)?



Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

Interpretación: Del 100% de personas encuestadas, el 71% conoce el babaco y el 29% de los encuestados respondieron no conocen dicha fruta.

3.1.3.2 Pregunta 2.

Tabla 3.2 ¿Estaría dispuesto a comprar babaco deshidratado?

	N°	Porcentaje
Sí	83	83%
No	17	17%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

Figura 3.2 ¿Estaría dispuesto a comprar babaco deshidratado?



Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

Interpretación: De las 100 personas encuestadas, el 83% respondieron que estarían dispuestas a comprar babaco deshidratado y tan sólo el 17% respondieron que no estarían dispuestos a comprar el producto a ofrecer, lo cual demuestra que dicho producto será aceptado en el mercado destino.

3.1.3.3 Pregunta 3.

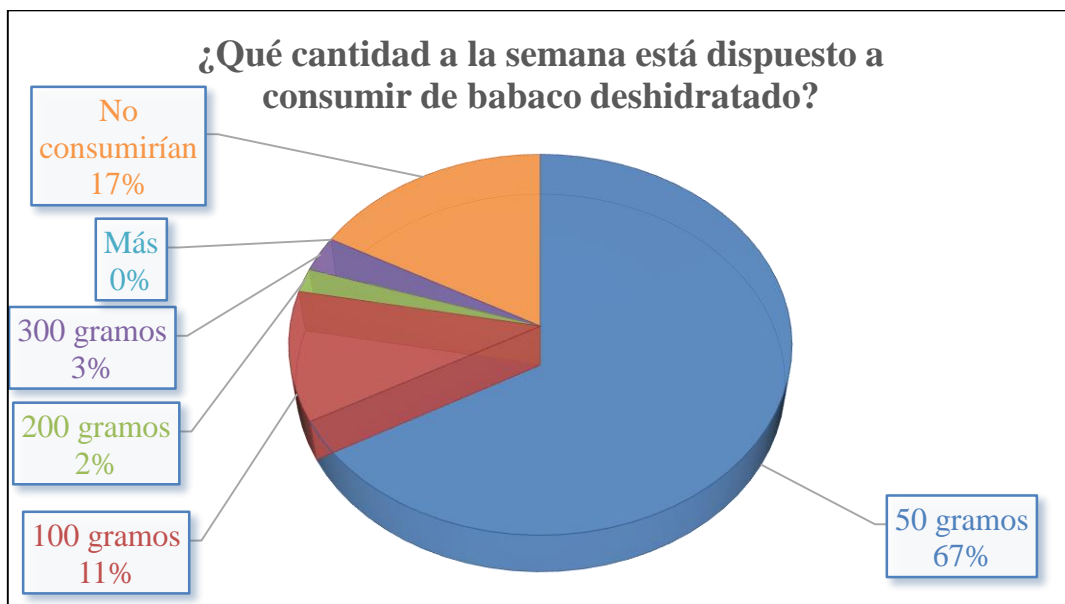
Tabla 3.3 ¿Qué cantidad a la semana está dispuesto a consumir de babaco deshidratado?

	N°	Porcentaje
50 gramos	67	67%
100 gramos	11	11%
200 gramos	2	2%
300 gramos	3	3%
Más	0	0%
No consumirían	17	17%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

Figura 3.3 ¿Qué cantidad a la semana está dispuesto a consumir de babaco deshidratado?



Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

Interpretación: Dentro de las 100 encuestas realizadas se pudo determinar que la frecuencia de consumo de babaco deshidratado podrá ser en su mayoría de 50 gramos a la semana con un porcentaje de 67%, el 11% consumirían 100 gramos a la semana, el 2% contestaron que consumirían 200 gramos, el 3% 300 gramos a la semana, mientras que el 17% de los encuestados contestaron que no consumirían babaco deshidratado.

3.1.3.4. Pregunta 4

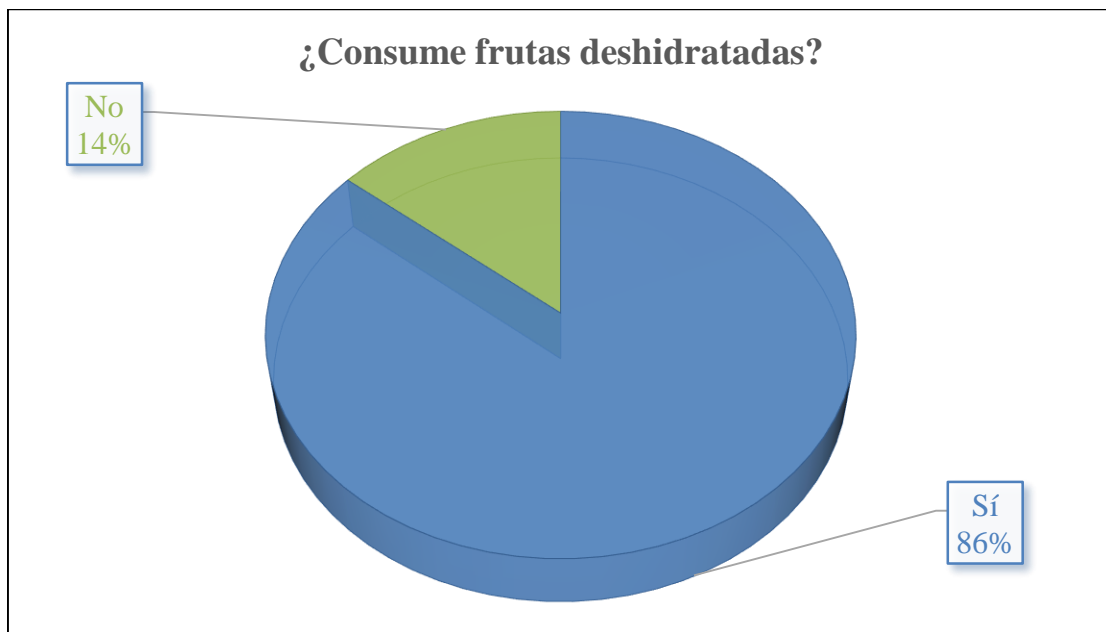
Tabla 3.4 ¿Consume frutas deshidratadas?

	N°	Porcentaje
Sí	86	86%
No	14	14%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

Figura 3.4 ¿Consume frutas deshidratadas?



Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

Interpretación: De las 100 personas encuestadas el 86% contestaron que sí consumen frutas deshidratadas, mientras que el 14% contestaron que no consumen.

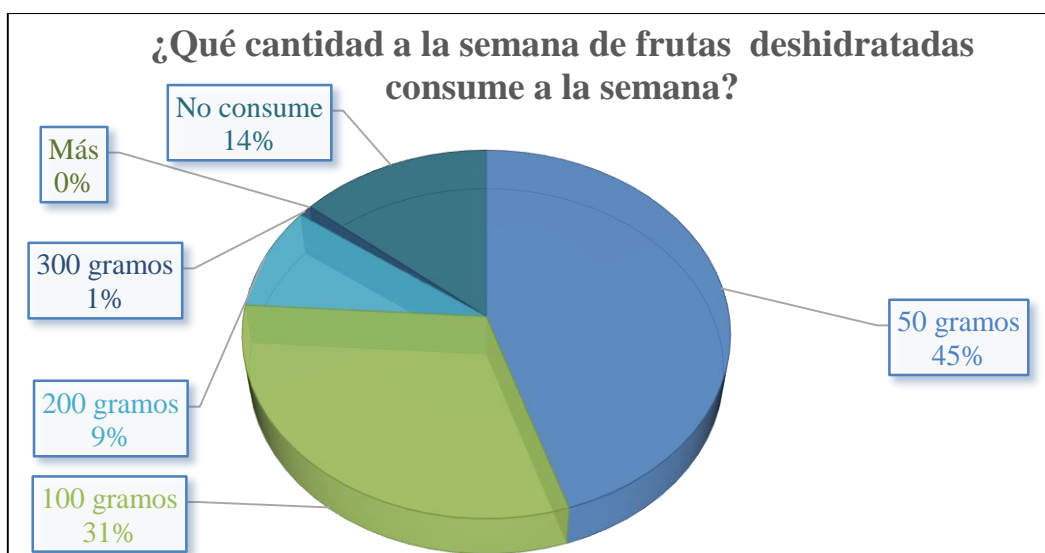
3.1.3.5 Pregunta 5.

Tabla 3.5 ¿Qué cantidad a la semana de frutas deshidratadas consume a la semana?

	Nº	Porcentaje
50 gramos	45	45%
100 gramos	31	31%
200 gramos	9	9%
300 gramos	1	1%
más	0	0%
No consume	14	14%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta realizada
Elaborado Por: Trujillo Diana

Figura 3.5 ¿Qué cantidad a la semana de frutas deshidratadas consume a la semana?



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado Por: Trujillo Diana

Interpretación: Analizando las 100 encuestas realizadas se determinó que la frecuencia de consumo de frutas deshidratadas semanal es alta ya que el 45% consume 50 gramos, el 31% consume 100 gramos, el 9% de los encuestado consumen 200 gramos y el 1% consumen 300 gramos de frutas deshidratadas a la semana, lo cual demuestra que el mercado meta es un potencial consumidor de frutas deshidratadas por lo que el producto a ofertar tendría buena acogida.

3.1.4 Demanda

Tabla 3. 6 Población y segmentación de Holanda.

Año	Población Holanda	Segmentación PEA
2010	16.615.394	8.869.037
2011	16.693.074	8.891.504
2012	16.754.962	8.998.065
2013	16.804.432	8.998.325
2014	16.854.183	9.013.510
2015	16.914.415	9.049.994
2016	16.974.861	9.086.627
2017	17.035.524	9.123.407
2018	17.096.404	9.160.336
2019	17.157.501	9.197.415

Fuente: (Banco Mundial, 2016)

Elaborado Por: Trujillo Diana

Tabla 3. 7 Cálculo del consumo de frutas deshidratadas en Países Bajos

Gramos que se consumen semanalmente	N°	Porcentaje
50 gramos	45	45%
100 gramos	31	31%
200 gramos	9	9%
300 gramos	1	1%
Más	0	0%
No consume	14	14%

PEA 2016	Porcentaje de participación	Consumidores (Personas)	Gramos por persona (semanal)	Gramos que consumen semanalmente
9.086.627	45%	4.088.982	50	204.449.100
9.086.627	31%	2.816.854	100	281.685.426
9.086.627	9%	817.796	200	163.559.280
9.086.627	1%	90.866	300	27.259.880
9.086.627	14%	1.272.128	No consume	-
TOTAL (gramos)				676.953.685
TOTAL (Consumo de frutas deshidratadas en toneladas métricas semanalmente)				677
TOTAL (Consumo anual de frutas deshidratadas en toneladas métricas)				32.494

Fuente: (Banco Mundial, 2016)

Elaborado Por: Trujillo Diana

Tabla 3. 8 Cálculo de cuál sería el consumo de babaco deshidratado en Países Bajos.

	Nº	Porcentaje
50 gramos	67	67%
100 gramos	11	11%
200 gramos	2	2%
300 gramos	3	3%
Más	0	0%
No consumirían	17	17%
Total	100	100%

PEA 2016	Porcentaje de participación	Consumidores (Personas)	Gramos por persona (semanal)	Gramos que consumen semanalmente
9.086.627	67%	6.088.040	50	304.401.993
9.086.627	11%	999.529	100	99.952.893
9.086.627	2%	181.733	200	36.346.507
9.086.627	3%	272.599	300	81.779.640
9.086.627	17%	1.544.727	No consume	-
TOTAL (gramos)				522.481.032
TOTAL (Consumo de babaco deshidratado en toneladas métricas semanalmente)				522
TOTAL (Consumo anual de babaco deshidratado en toneladas métricas)				25.079

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.1.4.1 Tendencia de Importaciones

Para satisfacer la demanda de productos que se incluyen en la partida 08.13.40.00 Holanda tiene que importar frutas deshidratadas.

De acuerdo con datos publicados en UM COMTRADE las importaciones de Holanda sobre este rubro cada año van aumentando, lo que nos demuestra que es buen mercado para el producto que se ofrece.

Tabla 3.9 Importaciones de frutas deshidratadas.

Importaciones de Frutas deshidratadas		
Año	Valor en miles de US\$	Toneladas Métricas
2010	9.527	3.228
2011	11.394	1.713
2012	8.889	1.680
2013	15.354	4.028
2014	34.790	4.920
Total	79.954,00	15.569

Fuente: (UN COMTRADE, 2016)

Elaborado por: Trujillo Diana

Tasa de Crecimiento= 0,2214

Las importaciones en toneladas métricas tienden a aumentar en 22,14% cada año desde el 2010 hasta el 2014.

3.1.5 Participación en el mercado y oferta exportable

El total de consumo de frutas deshidratadas en Holanda por semana se determinó por medio de las 100 encuestas realizadas, obteniendo que el consumo semanal es de 677 toneladas métricas y anual 32.494 tn, mientras que la cantidad de babaco deshidratado que están dispuestos a consumir también determinado por medio de la encuesta son 25.079 toneladas métricas, de dicha cantidad se logrará cubrir un 0,012% enviando cada 3 meses una carga de 0,75 tn de babaco deshidratado (250 cajas), es decir se enviarán 3 toneladas métricas anuales, dicha cantidad se determina por pedido del comprador Albert Heijn en el país destino y se espera que cada año la exportación de dicho producto suba en un 3%.

Tomando en cuenta que en las encuestas realizadas se observó que el mercado destino está interesado en la compra y consumo del producto a exportar que es babaco deshidratado, es decir se tendrá una buena acogida en el mercado holandés ya que su población es considerada como potenciales consumidores de frutos secos o deshidratados.

Tabla 3.10 Oferta de crecimiento Anual

Años	Crecimiento	Unidades Anuales a Exportar (Bolsas de 50 gramos)
2016	3%	60.000
2017	3%	61.800
2018	3%	63.654
2019	3%	65.564
2020	3%	67.531

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado Por: Trujillo Diana

RESULTADO OBJETIVO N. 2

3.2 Realizar un estudio técnico para la exportación de babaco deshidratado a Holanda en el 2016.

El estudio técnico ayuda a responder interrogantes importantes: cómo, dónde, cuánto y cuándo producir los bienes y servicios requeridos por el mercado, además de proveer información para el estudio financiero (Barreno, 2005)

3.2.1 Tamaño del Proyecto

Para llegar a determinar el tamaño del proyecto es esencial analizar la demanda del producto a exportar, ya que se toma en cuenta la demanda insatisfecha y la capacidad de producción local. El tamaño del proyecto se encuentra expresado en unidades dentro de un periodo de tiempo y se enviará en contenedores secos siendo el tipo de carga LCL.

Tabla 3.11 Tamaño del proyecto

Descripción de la Mercadería	Cantidad (Anual)
Babaco deshidratado	3 toneladas métricas (60.000 Unidades)

Fuente: Propia

Elaborado Por: Trujillo Diana

Para el almacenamiento del producto se necesitará una bodega de 40 metros cúbicos.

Tabla 3.11 Proceso de Producción

Fruta	Proceso de fruta fresca	Cantidad fruta fresca	Tiempo de picado	Grosor de corte	Tiempo de secado	Tiempo de retirado	Peso fruta seca
Babaco	10,5 kg	14 babacos	30 min/ 3p	3 mm.	10 horas	30 min/ 1p	876 gr.

Fuente: (Vaca, 2016)

Elaborado Por: Trujillo Diana

El proceso de deshidratación se realizó en la empresa Delifrut, la misma que se dedica a la deshidratación de diferentes frutas y especias, dicha empresa será la proveedora del producto a exportar dentro del proyecto garantizando entregar un producto de calidad.

La empresa Delifrut se encuentra localizada en la ciudad de Quito, cuyo dueño Ing. Michelet Vaca facilitó el presente cuadro como resultado del proceso de producción para saber cuántos gramos de fruta deshidratada se puede obtener de una cierta cantidad muestra de fruta

fresca, en dicho proceso se necesitaron 14 babacos a deshidratar con un tiempo de picado de 30 minutos y un grosor de 3 milímetros, el tiempo de secado fue de 10 horas para obtener un total de 876 gramos de babaco deshidratado.

3.2.1.1 Demanda

Una vez determinado que en Holanda están dispuestos a consumir anualmente 25.079 toneladas métricas de babaco deshidratado, lo cual indica que es un país consumidor de frutas deshidratadas, en donde se encuentra un mercado que demanda gran cantidad de ellos, la cantidad anual que se cubrirá de la demanda es el 0,012%, es decir 3 toneladas métricas de babaco deshidratado.

3.2.1.2 Suministros de insumos

El proveedor de babaco deshidratado como tal es la empresa Delifrut, ubicada en Quito, la misma que proporcionará la cantidad y calidad deseada para la exportación, obteniendo así un producto con valor agregado y buen diseño para que agrade al consumidor final.

El centro de acopio, en éste caso la empresa “Exotich fruit” ubicada en la ciudad de Quito, será el lugar donde se recibirá y verificará la calidad y presentación del producto proporcionado por la empresa proveedora, los mismos que se encargan de obtener materias primas como es el babaco como fruta fresca en condiciones adecuadas de finqueros e invernaderos para realizar el proceso de deshidratación.

3.2.1.3 Transporte Interno (UIO-GYE)

Para el transporte interno desde la bodega del exportador ubicada en la ciudad de Quito hasta el puerto de Guayaquil para cumplir con el término de negociación FOB se realizará el traslado contratando transporte vía terrestre ya que solamente se harán 4 envíos cada 3 meses, lo cual no representa que la empresa tenga su propio medio de transporte.

3.2.2 Localización

La localización óptima de un proyecto es la que en conjunto con los costos y utilidades brinda una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital ayudando a reducir costos y brindar eficiencia en el servicio. (Urbina, 1990)

3.2.2.1 Macro localización

Éste parte desde el continente, región, provincia, cantón y zona donde estará localizado el proyecto. Para el desarrollo del mismo, el centro de acopio estará localizado en Ecuador, en la provincia de Pichincha lo cual ayudará a reducir costos de transporte ya que es en donde se encuentra la empresa proveedora de babaco deshidratado “Delifrut”.

Figura 3.6 Macro localización. Ecuador – Sierra – Pichincha.



Fuente: (BBC News, 2006)

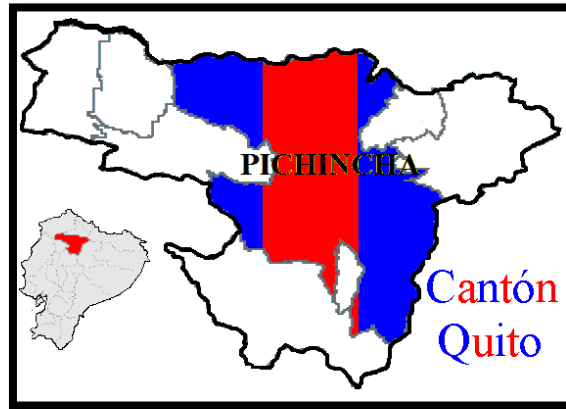
3.2.2.2 Micro localización

Se especifica la zona, sector y lugar específico en el que se va a instalar la planta o centro de almacenamiento con el fin de obtener una alta rentabilidad a menores costos. Para ello es necesario analizar varios factores como: clima, seguridad, acceso de mano de obra, servicios básicos, entre otros. (Martínez J. , Macro y Micro localización)

Para el desarrollo del proyecto se localizará en el cantón Quito ya que es en donde se encuentran principalmente la empresa “Delifrut”, proveedora del producto a ofertar y las

entidades para realizar trámites de exportación y así obtener todos los documentos necesarios en menor tiempo posible y disminuyendo costos.

Figura 3.7 Micro Localización. Mapa Ecuador – Pichincha – Quito

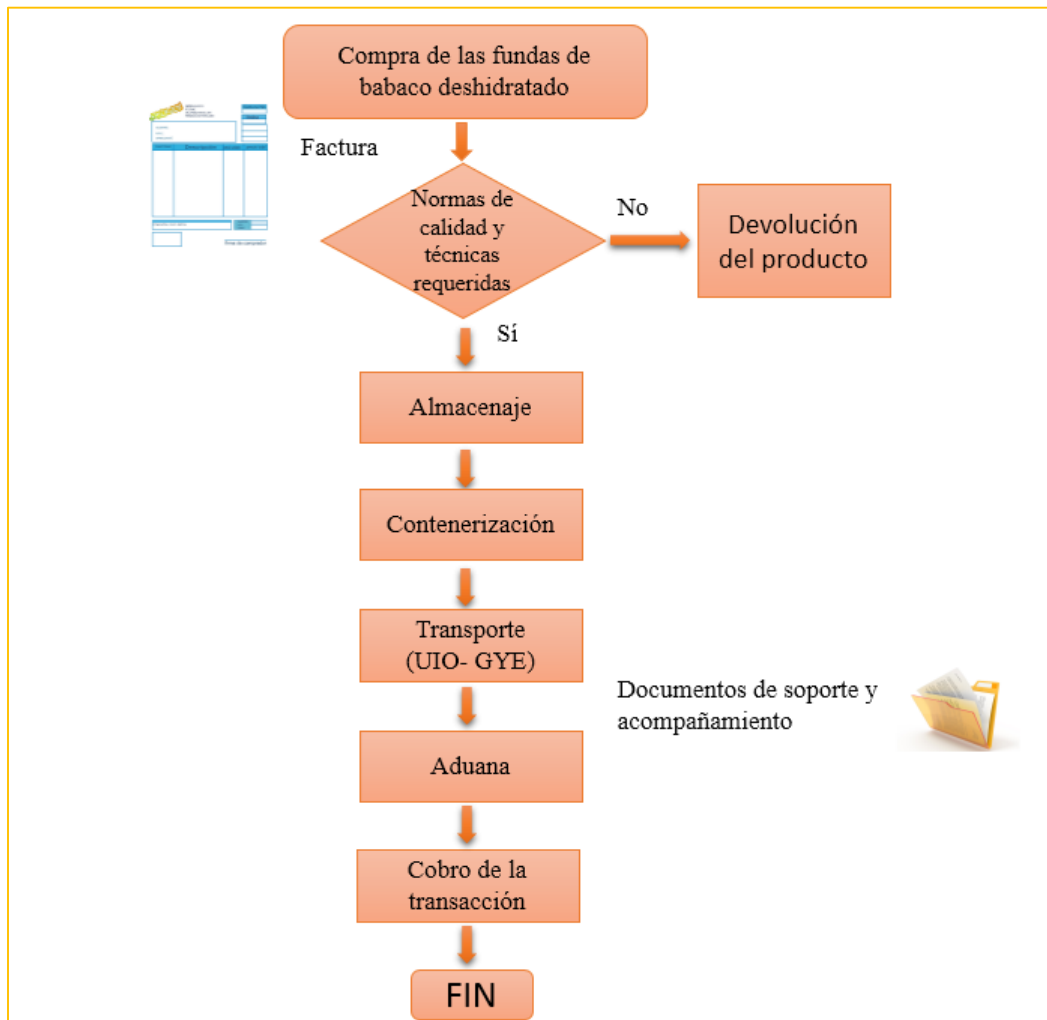


Fuente: (Wikipedia, 2015)

3.2.3 Ingeniería del Proyecto

Dentro del proceso de exportación para poder obtener el babaco deshidratado desde ser entregado por el proveedor hasta la parte de exportación se encuentran los siguientes pasos expresados dentro de un flujo grama.

Figura 3.8 Proceso de la compra del producto y su posterior exportación



Elaborado Por: Trujillo Diana

3.2.4 Creación de la empresa

La empresa a crear en el proyecto como una microempresa, ya que tiene entre 1 a 9 trabajadores y se estima que tenga un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil dólares de los Estados Unidos de América. (Ministerio de Industrias y productividad, 2015)

Para lograr que la empresa esté constituida legalmente hay pasos, requisitos y otros permisos (uso de suelo, permiso de bomberos, etc) impuestos por la Superintendencia de Compañías:

- **Nombre a la empresa:** el mismo que se tendrá que reservar en la Superintendencia de Compañías y abrir una cuenta con un capital mínimo de 200 dólares, en éste caso la marca se llamará “Exotisch fruit”
- **Escritura de la constitución de Compañías.-** Se lo realiza con ayuda de un abogado y suscrito en una notaría.
- **Registro Mercantil.-** una vez aprobada la constitución de la compañía debe ser registrada en la Superintendencia de Compañías, una vez aprobada debe pasar al Registro Mercantil con una carta en donde se especifique el nombre del representante legal de dicha empresa.
- **Súper de Compañías.-** después de que haya sido inscrita la constitución de la compañía, los papeles tendrán que regresar a la Superintendencia de Compañías para que la inscriban en el libro de registro.
- **Crear RUC de la Empresa.-** tramitado en el Servicio de Rentas Internas (SRI). (El Emprendedor, 2012)

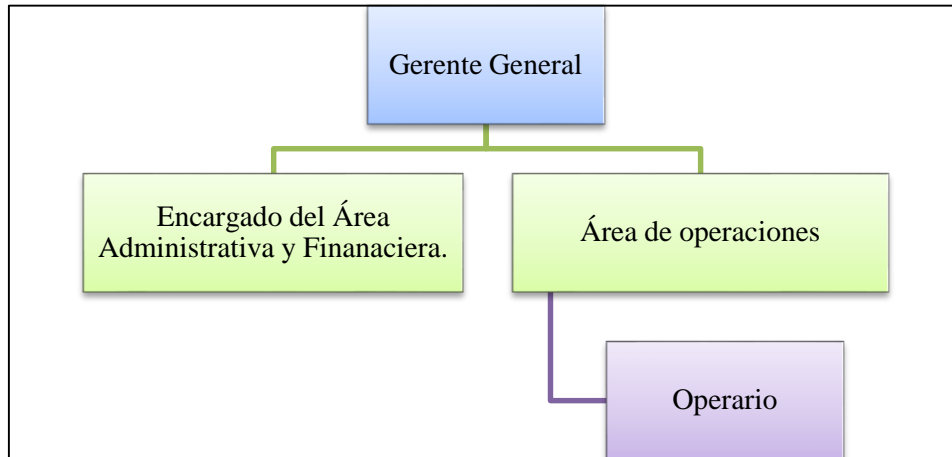
De acuerdo con la Superintendencia de Compañías se puede acceder a su portal web www.supercias.gob.ec en el cual se podrá acceder al formulario de solicitud de constitución de compañías que permite reservar una denominación, constituir una compañía y consultar los trámites iniciados, en dicho portal se debe registrar a los socios o accionistas, datos de la compañía, cuadro de suscripciones y pago de capital, representantes legales y subir documentos adjuntos, esto ayuda a iniciar el trámite, de una manera ágil y disminuyendo tiempo. (Delgado, 2015)

Creación de la empresa	\$ 600
------------------------	--------

3.2.4 Organigrama de la empresa

El objetivo es contar con una buena estructura organizacional que posea un personal capacitado y con experiencia para lograr mayores estándares de calidad en el producto, brindando también una buena atención al cliente llegando a ofrecer un excelente producto de exportación con valor agregado para que sea aceptado de la mejor manera en el mercado meta.

Figura 3.9 Constitución de la empresa



Fuente: (Rodríguez, 2009)

Autor: Trujillo Diana

Figura 3.10 Constitución de la empresa y funciones

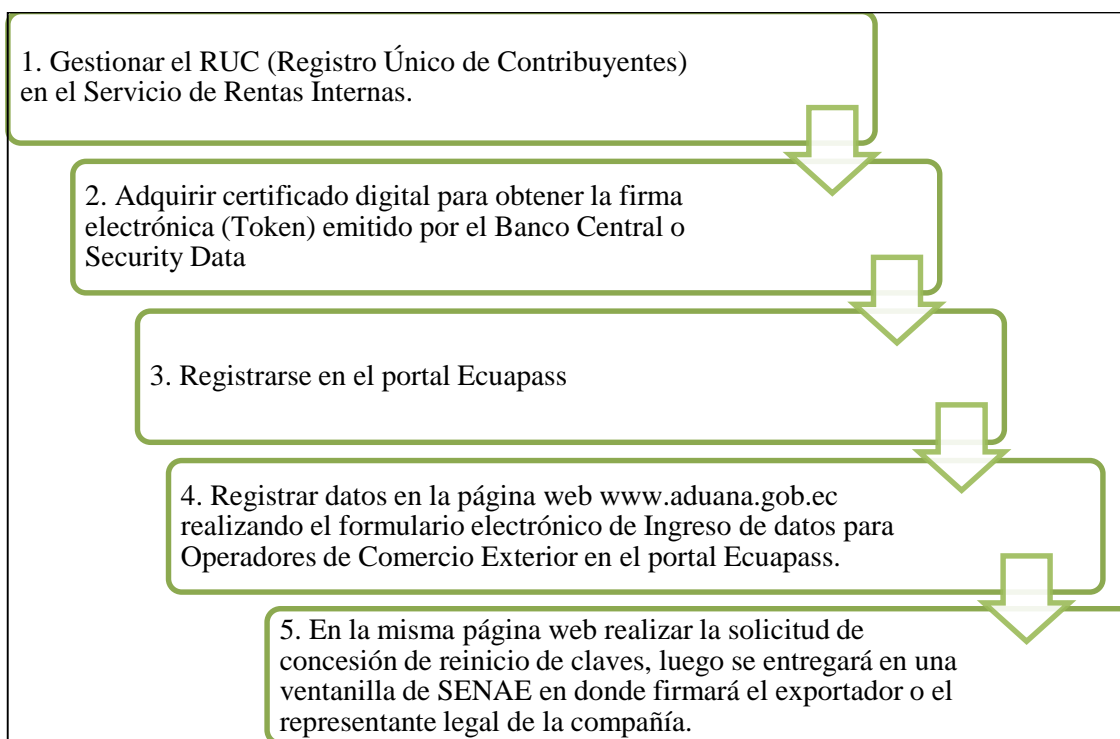
Gerente General	Área Administrativa y Financiera	Área de Operaciones	Operario
<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de realizar las ventas, todos los trámites de comercio exterior como las exportaciones, cotizaciones de fletes, negociación, logística, distribuidores, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de las compras, contratos y distribuir de una manera óptima los recursos financieros de la empresa en todas las áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de ordenar y evaluar el desempeño de las demás áreas y sus funciones por ejemplo: control de calidad, tiempos, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de los inventarios, stocks y despacho de cantidades.

Fuente: (Rodríguez, 2009)

Autor: Trujillo Diana

3.2.5 Requisitos para obtener el registro del exportador

Figura 3.11 Registro del Exportador



Fuente: (Export & Import, 2012)

Elaborado Por: Trujillo Diana

RESULTADO OBJETIVO N. 3

3.3 Definir cuál sería la logística para la exportación de babaco deshidratado a Holanda.

3.3.1 Logística

En la logística de exportación se detalla todos los costos directos e indirectos que intervienen en la misma tomando en cuenta que los costos de la materia prima, mano de obra, gastos administrativos y suministros se encuentran detallados en el estudio financiero.

3.3.1.1 Tipo de Carga

Se trata de una carga general unitarizada ya que es una carga compuesta por artículos individuales agrupados en unidades, se transporta en embalaje cuya forma, peso y dimensión se ajusta a las características propias de la misma, se utilizará un contenedor 20 pies standard para el traslado de la mercancía hasta el destino final. La carga se manejará con el sistema LCL (Less than Container Load) ya que no se llena un contenedor en su totalidad. (Cóndor, 2013)

Tabla 3.12 Ficha Técnica

Producto	Babaco deshidratado
Subpartida arancelaria	0813.40.00.00
País exportador	Ecuador
País importador	Holanda
Vía de transporte	Marítimo
Puerto de Origen	Guayaquil
Puerto de Destino	Rotterdam

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.3.2 Empaque

Es importante tener en cuenta la normatividad aplicable a los empaques y embalajes existen las normas ISO27.

- ✓ La Norma ISO 3394 que establece las dimensiones de los empaques secundarios y terciarios.
- ✓ La Norma ISO 780 que especifica algunos símbolos gráficos para identificación de productos y sus características.

- ✓ La Norma ISO 7000 que determina las especificaciones del producto y la información que debe contener el empaque.
- ✓ La reglamentación No. 87 que pone pautas para la venta de productos en unidades y los contenidos del empaque. (Martínez J. , Clases de empaque y su papel determinante, 2015)
- ✓ Reglamento (CE) No. 1272/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, sobre clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas, y por el que se modifican y derogan las Directivas 67/548/CEE y 1999/45/CE y se modifica el Reglamento (CE) No. 1907/2006.
- ✓ Norma NIMF 15 del 2003 diseñada por la Secretaría de la Convención Internacional para la Protección Fitosanitaria de las Naciones Unidas para la agricultura y alimentación. (PROECUADOR, 2014)

El empaque primario serán bolsas de polietileno que se encuentran en contacto directo con el producto, cada bolsa tendrá un peso de 50 gramos, con dimensiones 17 x 13cm, mientras que el empaque secundario serán cajas de cartón con medidas 50 x 36 x 20, las mismas que contienen 60 bolsas de producto, para facilitar su traslado y asegurar la protección del mismo tomando las precauciones necesarias para que el producto pueda llegar al consumidor en buenas condiciones.

Figura 3.12 Empaque Primario



Elaborado Por: Trujillo Diana

3.3.3 Etiquetado

El etiquetado es la impresión de información que contiene datos esenciales del producto, fabricante, métodos de almacenamiento y advertencia de manejo la carga, en las cajas cuyo objetivo es garantizar que los consumidores reciban toda la información principal para tomar una decisión al comprar sus productos alimenticios.

Entre las exigencias que el mercado europeo necesita para que los productos puedan ingresar a su territorio incluye al etiquetado de productos alimenticios con su control fitosanitario voluntario – Productos de producción ecológica, además la etiqueta deberá estar en idioma holandés. (PROECUADOR, 2015)

Para el etiquetamiento de los productos alimenticios y de salud la Unión Europea se basa en el Reglamento 1924/2006 que establece el uso de frases que expliquen las propiedades saludables, tales como "Bajo en grasa" o "alto contenido de vitamina C" o en temas de salud frases como "ayuda a bajar el colesterol" etc. El reglamento se aplica a cualquier producto alimenticio o bebida producida para el consumo humano que se comercializados en el mercado de la UE. (Guía comercial de Países Bajos, 2015, pág. 29)

La etiqueta deberá contener el nombre del producto alimenticio, cantidad, lista de ingredientes, fecha mínima de duración, condiciones de almacenamiento, país de origen, lote marcado, grado alcohólico si lo tuviese, declaración nutricional, entre otros. (Exporthelp, 2015)

3.3.3.1 Factores del Medio Ambiente, Sostenibles y de Comercio Justo.

El consumidor en Europa tiende a comprar productos que se adapten a estándares de responsabilidad social y se preocupen del planeta, es así que los productos a promocionar en los Países Bajos deberán cumplir con el etiquetado basado en el comercio justo, sostenible y ecológico. (Guía comercial de Países Bajos, 2015)

Figura 3.13 Etiqueta y Marcado de la Caja Individual

Ontwaterd babaco	
Exportador:	Exotisch Fruit
Dirección	Av. Marianas Calderón
Telefono:	(02) 2543866
Importador:	Mr. Pim Bijtel
Dirección:	Vrieschgroenstraat 5 1503 MC (Zaandam)
Teléfono:	+31 75 659 9111
Tipo de carga:	Babaco deshidratado
País de Origen:	Ecuador
País de Destino:	Holanda
Peso Neto:	3 Kg
Peso Bruto:	4,4 kg

Nutrition Facts	
Serving Size 1 jar (140g)	
Amount Per Serving	
Calories 110	Calories from Fat 0
Total Fat 0g	
Saturated Fat 0g	
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	
Sodium 10mg	
Total Carbohydrate 27g	
Dietary Fiber 4g	
Sugars 0g	
Protein 0g	
% Daily Value	
Protein 0%	Vitamin A 6%
Vitamin C 45%	Calcium 2%
Iron 2%	

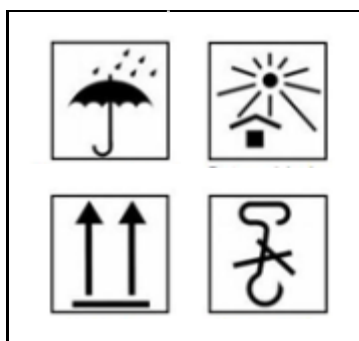




Fuente: (International Trade Centre, 2012)

Elaborado Por: Trujillo Diana

Figura 3.14 Etiqueta de Manipulación de la carga



Fuente: (Profundización Internacional, 2012)

3.3.4 Embalaje

Debido a la gran importancia de proteger las especies del país contra posibles plagas, La Unión Europea aplica la norma fitosanitaria NIMF-15 desde el 1 de marzo de 2005, con la cual se establecen “directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional”, especialmente la madera de estiba. (Depósitos de Documentos FAO, 2002)

En esta norma está consignada la prohibición de que ninguna estiba podrá ser fabricada con madera que tenga corteza. Además, deben traer un sello “DB” a continuación del tratamiento efectuado. Estas normas fitosanitarias deben ser cumplidas tanto por el que las fabrica como por el exportador, ya que éste último debe almacenar las estibas en condiciones adecuadas para evitar una reinfestación. (Depósitos de Documentos FAO, 2002)

3.3.5 Documentación

- **Factura Comercial.-** Documento que contiene la información básica de la transacción entre el importador, debe presentarse una original y al menos una copia.
- **Declaración del valor en Aduana.-** Debe presentarse a las autoridades aduaneras si el valor de las mercancías importadas a Holanda supera los 10000 Euros, ésta deberá ser redactada con el Modelo DV1 y deberá ser presentada con el Documento Único Administrativo DUA. Se realiza con el fin de determinar el valor de la transacción para establecer el valor en aduana (valor de las mercancías incluido todos los costos) y aplicar derechos arancelarios. (European Commission, 2016)
Se enviará el producto bajo Régimen 40 (Exportación Definitiva), para ello se enviará la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) vía electrónica, por el sistema ECUAPASS junto con los documentos de soporte y de acompañamiento.
Los Documentos que acompañan a la DAE en el sistema ECUAPASS son: Factura comercial, Documento de transporte, Certificado de origen, Lista de empaque.
- **Factura Proforma.-** Documento elaborado por el vendedor en donde se encuentran datos de la mercancía, exportador, importador, entre otros.
- **Conocimiento de Embarque B/L.-** El conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading), es un documento de transporte marítimo, el mismo que contiene datos de las partes contratantes, mercancía, buque y puerto de destino. Sirve de acuse de recibo de las mercancías por parte del transportista, el mismo que queda obligado a entregar las mercancías al destinatario. (European Commission, 2016)
- **Packing List.-** Elaborado por el vendedor, es considerado un inventario de la mercancía y debe presentarse acompañado de la factura comercial y documentos de transporte. Obligatorio para la transmisión a la plataforma Ecuapass.

- **Certificado de Origen.**- Presentado para la exportación de productos, emitido por el MIPRO o FEDEXPOR, en éste caso se lo tramita por medio del MIPRO, éste certificado permite acceder a preferencias arancelarias, conocido como forma “A” para el Sistema Generalizado SGP+.

Es necesario el certificado de origen para gozar de preferencias arancelarias, ya que el Ecuador mantiene un acuerdo con la Unión Europea, se trata del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias en el que se otorga un arancel cero o reducido para países que mantengan dicho acuerdo.

- **Certificado de inspección (sanitaria y fitosanitaria).**- Los países de La Unión Europea aplican la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF 15) para reducir el riesgo de plagas por la utilización de embalajes de madera: pallets, estibas, bloques, cajas y otros empaques de madera, y de utilizar éste tipo de embalajes se debe conseguir autorización NIMF 15. (Proexport, 2008, pág. 84)

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia (ARCSA), emite el certificado de calidad, el mismo que asegura que los productos a exportar cumplen con normas internacionales de higiene y garantizan que son aptos para el consumo humano.

El certificado fitosanitario es emitido por Agrocalidad (Agencia ecuatoriana de aseguramiento de la calidad del agro), dicho certificado se emite inmediatamente después de realizar la verificación física y documental del producto a exportar.

- **Póliza de seguro.**- Al ser un embarque en términos FOB se asegura la carga sobre riesgos desde la bodega del proveedor hasta su destino, dependiendo si el tipo de seguro es todo riesgo o cobertura L.A.P.

Documentación	\$ 55
----------------------	--------------

3.3.6 Unitarización

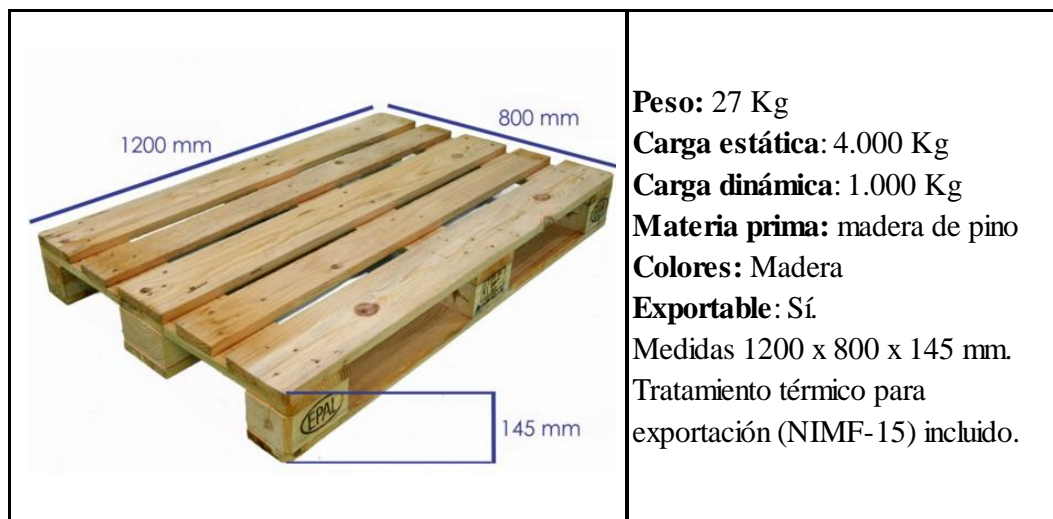
Se realizará la unitarización con el fin de facilitar la carga, descarga y manipulación de la mercancía para que sea trasladada desde las bodegas del proveedor hasta su destino final. La paletización y contenerización son modalidades más comunes de unitarización de la carga, para el proyecto se utilizará la paletización.

La Regulación Europea de empaque se basa en la Norma EU Directiva 94/62/EC que establece las normas de empaque, las cajas deben ir en pallets de 80 x 120, Euro Pallet /100x120 o Drum Pallet 110 x110. (Comercio Exterior, 2016)

Es importante aclarar que ya que la negociación está dada en términos FOB tanto la paletización y conterización (cubicaje), como el contrato de la consolidadora son costos que estarán a cargo del importador.

3.3.7 Especificaciones técnicas del pallet

Figura 3.15 Ficha Técnica Pallet



Fuente: (Europalet, 2016)
Elaborado Por: Trujillo Diana

3.3.8 Cubicaje

Es necesario saber las dimensiones de la caja para saber cuántas entran en un pallet:

Medidas de caja (Box)

- Largo: 50 cm
- Ancho: 36 cm
- Alto: 20 cm

Peso

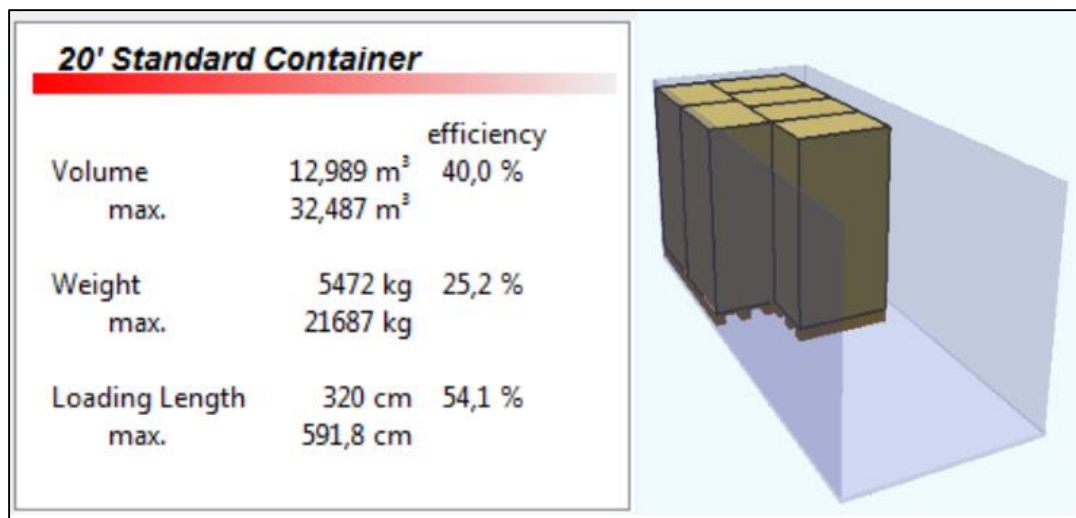
- Caja de cartón: 1,4 kg
- Babaco deshidratado: 50 gramos (cada funda)
- Peso Neto: 3 kg
- Peso Bruto: 4,4 kg

Figura 3.16 Dimensiones de la caja



Fuente: (Embalaje, 2015)

Figura 3.17 Cubicaje y Contenerización



Elaborado Por: Daubnet

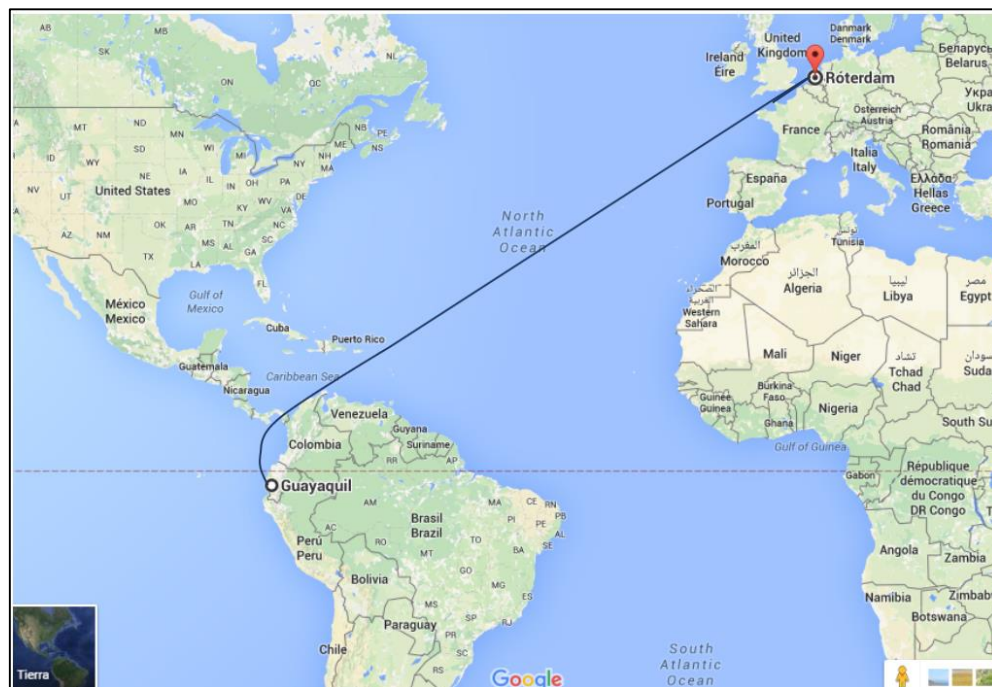
El cubicaje depende del agente de carga con el que el importador vaya a trabajar, debido a que es negociado en términos FOB.

3.3.9 Puerto marítimo de embarque y desembarque

Como puerto marítimo de embarque se utilizará el Terminal portuario de Guayaquil ya que cuenta con la infraestructura necesaria y maquinaria para realizar actividades de comercio internacional.

El puerto marítimo de desembarque será el puerto de Rotterdam, el mismo que está ubicado al suroeste de los Países bajos y es considerado el más grande de Europa con más de 40 km de longitud, mueve más de 400 millones de toneladas de mercancías anualmente de las cuales la mayoría solo están de paso, para internar o distribuir la mercancía a Europa hay varias opciones como por carreteras, ferroviaria, etc. (Perfil Logístico de Países Bajos, 2013)

Figura 3.18 Ruta Guayaquil – Rotterdam



Fuente: (Google Maps, 2015)

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.3.10 Transporte Internacional

Holanda es uno de los países de Europa que posee grandes facilidades de transporte, ya sea por su ubicación, infraestructura y la cantidad de servicios aéreos y marítimos, gracias a ellos se ha convertido en la puerta de entrada a Europa con la llegada, transbordo y distribución a la región. (Proexport, 2008, pág. 82)

Para llegar a dicho puerto se utilizará transporte marítimo utilizando los servicios de Hamburg Sud, el tiempo de tránsito de Ecuador hacia Holanda es de aproximadamente 18 días y el costo del flete en dólares es de 2400 para un contenedor seco. (Perfil Logístico de Países Bajos, 2013)

Considerando que las cajas de embalaje a enviar serán 250 cajas cada 3 meses con un contenido de 750 kilogramos por carga, se entregará a la consolidadora Aoc Logistics ya que la cantidad a exportar no es suficiente para llenar un contenedor, la misma que se encargará de llenar con varias cargas el contenedor con el mismo destino, dichos costos (Consolidadora y naviera) son asumidos por el comprador ya que se trata de una negociación en términos FOB.

3.3.11 Transporte interno en el país destino.

En éste caso se utilizará vía terrestre para internar la mercancía hasta Ámsterdam y otras ciudades ya que posee una red de carreteras que se consideran una de las más seguras de Europa uniendo a ciudades de todo el país principalmente: Ámsterdam, Rotterdam, Utrech, etc. (Perfil Logístico de Países Bajos, 2013)

3.3.12 Aduanas

La Aduana de Holanda aplica tratos preferenciales a los productos de acuerdo al uso que se les destina, con la exención de pago de aranceles. Utilizando principales regímenes como son: Depósito Aduanero, Perfeccionamiento Activo, Importación temporal, Suspensión arancelaria, Exención arancelaria. (Guía comercial de Países Bajos, 2015)

La aduana holandesa se acoge a las disposiciones de la Unión Europea en donde utilizan una base de datos en la cual se recogen todas las descripciones de la nomenclatura, hasta nivel de código TARIC y los aranceles aduaneros y es accesible en línea a través de Internet para todo el público. Esta base de datos se denomina TARIC, el mismo que garantiza una aplicación uniforme de aranceles y medidas que deben tomarse para la importación o exportación de mercancías. (Guías Online, 2012)

Tabla 3.13 Tiempos de Nacionalización

Procedimiento para Exportar	Tiempo/ Días	Costo
Preparación de documentos	3	\$ 130
Trámite de aduana y control teórico	1	\$ 90
Manejo portuario y de terminal	1	\$ 260
Transporte interno	1	\$ 415
Total	6	\$ 895
Procedimiento para Importar	Tiempo/ Días	Costo
Preparación de documentos	3	\$ 220
Trámite de aduana y control técnico	1	\$ 90
Manejo portuario y de terminal	1	\$ 250
Transporte interno	1	\$ 415
Total	6	\$ 975

Fuente: Pro Ecuador (Perfil Logístico de Países Bajos, 2013, pág. 12)

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.3.13 Incoterm

Las reglas sobre el uso de normas nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, las mismas que se encargan de facilitar las negociaciones y definen obligaciones y derechos tanto del comprador como del vendedor, se describen tareas, costos y riesgos de cada una de las partes según el término negociado y deberá ser expresado en el contrato de compraventa. (PROECUADOR, 2016)

Para la negociación del proyecto, el Incoterm a utilizar será el término FOB (Free On Board – Libre a bordo del buque), en la cual el vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. (Businesscol.com, 2015)

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un

punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado. (Businesscol.com, 2015)

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa. (Businesscol.com, 2015)

Tabla 3. 14 Costos de transporte y manipuleo

EX WORK (Quito)	\$ 1,74
Unitarización	\$ 0,01
Documentos de exportación (Factura comercial, Packing List, Certificado de Origen)	\$ 40
Transporte Interno	\$ 0,03
FAS	\$ 1,78
Manipuleo (estiba - desestiba)	\$ 0,01
Agente de Aduana	\$ 0,02
Documentos de embarque	\$ 60
FOB	\$ 1,81

Fuente: (Perfil Logístico de Países Bajos, 2013)

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.3.14 Régimen aduanero

Régimen de Exportación Definitiva (Régimen 40)

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente. (Art. 158 del Reglamento al COPCI)

3.3.15 Forma de pago

Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia.

PAGO DIRECTO

Se utilizará el pago directo ya que el pago es al contado, en cuenta corriente o a consignación y representa mayor seguridad y ventaja para el comprador, ya que el vendedor debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que éstas hayan llegado a su destino. En esta modalidad no existen garantías; la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente. (TODO COMERCIO EXTERIOR, 2015)

RESULTADO OBJETIVO N. 4

3.4 Proponer una estrategia de marketing mix para introducir el babaco deshidratado a Holanda en el 2016.

3.4.1 Marketing Mix.

El mix de marketing se define como el conjunto de herramientas de mercadotecnia que son utilizadas por las empresas para lograr una respuesta esperada en el mercado destino, es decir es todo lo que se puede hacer para influir en la demanda del producto a ofrecer. El aplicar una buena mezcla de marketing puede ayudar a la empresa a actuar de una manera eficiente para satisfacer las necesidades del consumidor y superar expectativas. (Kotler & Armstrong, 2003)

3.4.2 Estrategia del producto

El producto que se ofrecerá al mercado es babaco deshidratado en bolsas de 50 gramos de contenido, tendrán las siguientes características:

- ✓ **Marca:** “Exotisch Fruit”
- ✓ Registro Sanitario
- ✓ Tiempo de caducidad
- ✓ Tabla nutricional
- ✓ Normas de calidad exigidas por Holanda.
- ✓ **Slogan:** 100% Natuurlijke

Figura 3. 18 Presentación del producto



Fuente: Trujillo Diana

3.4.3 Estrategia de Distribución

Es necesario que el producto esté disponible para el consumidor en el momento y lugar adecuado, eligiendo el medio de transporte y canal de distribución más eficientes logrando el método “Just in Time” (Justo a tiempo).

El canal de distribución es una estructura de negocios y organizaciones interdependientes que va desde el punto de origen hasta el consumidor. En el proyecto se realizará una exportación directa hacia minoristas ya que permite mantener una representación en el mercado, posibilitan el desarrollo de ventas, aportan con experiencia y conocimientos sobre el mercado destino y la competencia.



La preferencia de los holandeses por comprar en supermercados ha ido incrementando debido a la practicidad que ofrecen los mismos. De acuerdo a un estudio del 2003 en promedio

un consumidor visita 2.6 veces un supermercado y gasta aproximadamente 67 euros por visita, esto demuestra que enviar el producto directamente a supermercados resulta totalmente factible.

Para el desarrollo del proyecto se pretende exportar a la cadena de Albert Heijn AH (Minorista), ya que tiene supermercados y tiendas pequeñas llamadas “to go”, que se extienden en todo Ámsterdam y Holanda, AH “con 837 tiendas y 30% del mercado holandés, con ventas de 32 millones de euros en el 2013. Pertenece al grupo Ahold, que es también dueño de Ahold en República Checa, Etos y Gail and Gail de Holanda, Stop and Shop and Giant Carlsile en Estados Unidos, entre otros.” (ProEcuador, 2015)

Figura 3.19 Albert Heijn Importadora



Fuente: (Albert Heijn, 2015)
Elaborado Por: Trujillo Diana

3.4.4 Estrategia de Precio

El precio del producto ha sido fijado en base a la competencia en el mercado destino que esté por encima del costo total para obtener beneficios o utilidad, es decir principalmente será calculado de acuerdo a la estrategia de precio de exportación tomando en cuenta los costos de producción, logística y la utilidad esperada, tomando en cuenta el tipo de cambio de dólares americanos a la moneda local (Euros).

Para el proyecto se ha establecido un precio por cada funda de 50 gramos de babaco deshidratado de \$1,81 tomando en cuenta precio FOB en el primer año ya que dicho precio se incrementará cada año de acuerdo a la inflación del país y a la aceptación del mercado holandés,

en el precio de venta se obtendrá un margen de utilidad el 43% y se verá detallado en el capítulo 5.

Tabla 3.15 Detalle del precio

Costo (Proveedor)	\$	0,99
Margen de Utilidad 43%	\$	0,75
EX WORK (Quito)	\$	1,74
FAS	\$	1,78
FOB	\$	1,81

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.4.4.1 Competencia

En el mercado holandés la principal competencia en frutas deshidratadas son las marcas: Biologisch, ah, Lucy, System Frugt.

3.4.5 Promoción

Diseñar actividades de publicidad para dar a conocer el producto en el mercado holandés y orientar a los consumidores para que lo compre. Para la promoción de dicho producto se utilizarán varias estrategias, una de ellas es la venta directa, al entregar muestras al minorista con el que se va a trabajar que es la cadena de supermercados Albert Heijn AH.

Ésta estrategia contará con diferentes actividades como: ventas por internet al contar con una página web para que conozcan más sobre el producto y especialmente participar en ferias internacionales.

RESULTADO OBJETIVO N. 5

3.5 Realizar una evaluación económica y financiera del proyecto.

3.5.1 Inversión

La inversión consiste en asignar un capital a una actividad que ayude a alcanzar objetivos propuestos y que genere emprendimiento. Existen aspectos cuantitativos que se deben tomar en cuenta para la inversión como es: el riesgo, el rendimiento (cuánto se espera ganar) y el plazo (en cuánto tiempo se va a recuperar la inversión y se va a recibir ganancia). (Ministerio de Educación, 2015, pág. 21)

Tabla 3.16 Determinación de la Inversión del proyecto

Inversión	
Detalle	Monto
Activos Tangibles	\$ 1.684,02
Muebles, enseres y equipos de oficina	\$ 536,52
Equipos de Cómputo	\$ 1.147,50
Otros Activos	\$ 798,66
Capital de trabajo	\$ 26.422,02
Total Inversión	\$ 28.904,70

Elaborado Por: Trujillo Diana

La inversión del proyecto que se necesita para ponerlo en marcha será de \$ 28.904,70; dicho valor comprende activos tangibles \$1.684,02, otros activos \$798,66 y el capital de trabajo \$26.422,02.

3.5.2 Inversión de activos Fijos

Son inversiones que se realizan sobre activos que no tendrán fines de negociación, tienen una vida útil mayor a un año y ayudan a generar ingresos. (Ministerio de Educación, 2015, pág. 58)

3.5.2.1 Activo Fijo Tangible

Se considera activos fijos tangibles a todos los bienes de propiedad de la empresa que se pueden ver y tocar, como por ejemplo: terreno, dinero, maquinaria, etc.

Tabla 3.17 Cálculo Activos Fijos Tangibles

Inversión Activo Tangible				
Muebles y Enseres				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor	Total
Escritorios	Unidad	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Teléfono (Doble base)	Unidad	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Fax	Unidad	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Sillas giratorias	Unidad	2	\$ 33,00	\$ 66,00
Archivadores	Unidad	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Sillas visitas	Unidad	2	\$ 25,00	\$ 50,00
			Subtotal	\$ 526,00
			2% Imprevistos	\$ 10,52
			Total	\$ 536,52
Equipo de Cómputo				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor	Total
Computadora de Escritorio	Unidad	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora Scanner	Unidad	1	\$ 125,00	\$ 125,00
			Subtotal	\$ 1.125,00
			2% de Imprevistos	\$ 22,50
			Total	\$ 1.147,50

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor de la inversión de los activos fijos tangibles para llevar a cabo el proyecto es de \$1.684,02.

3.5.2.2 Activo Fijo Intangible

Los activos fijos intangibles son aquellos bienes de propiedad de la empresa que tiene una naturaleza inmaterial, es decir que no se pueden ver físicamente, tocar ni medir, y producen beneficios. (Tu Guía Contable, 2008)

Tabla 3.18 Cálculo Activos Fijos Intangibles

Activos Intangibles				
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Total
Permisos Legales	Unidad	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Garantía de Arriendo	Unidad	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Servicio Internet	Unidad	1	\$ 23,00	\$ 23,00
Adecuación de la Bodega	Unidad	1	\$ 130,00	\$ 130,00
			Subtotal	\$ 783,00
			2% de imprevistos	\$ 15,66
			Total	\$ 798,66

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor de la inversión en activos fijos intangibles para llevar a cabo el proyecto de exportación es de \$798,66

3.5.2.3 Capital de Trabajo

Es el fondo económico que utiliza la empresa para seguir con la operación del negocio, reinvertir y obtener utilidades, es denominado también capital circulante o capital de rotación. Para que una empresa siga en marcha necesita recursos para cubrir insumos, pago de mano de obra, pago de gastos, etc. (Grupo Editorial Selecta, 2015, pág. 75)

Tabla 3.19 Cálculo Capital de Trabajo

Capital de Trabajo		
Descripción	Total Anual	Por Envío
Gasto de Operación	\$ 60.858,50	\$ 15.214,63
Gasto Administrativo	\$ 40.341,56	\$ 10.085,39
Gasto Exportación	\$ 4.488,00	\$ 1.122,00
Total	\$ 105.688,07	\$ 26.422,02

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor necesario del capital de trabajo para llevar a cabo el proyecto de exportación es \$ 105.688,07 (Valor anual) y de \$ 26.422,02 (Valor por envío).

3.5.3 Financiamiento del Proyecto

El financiamiento empresarial se refiere a la consecución de recursos para llevar a cabo un proyecto y ponerlo en marcha, el plan de exportación de babaco deshidratado se financiará

de la siguiente manera: el 50% de capital propio y el 50% de un crédito de instituciones financieras.

Tabla 3.20 Cuadro de Fuentes y Usos

Fuentes y Usos			
Detalle	Valor	Crédito (50%)	Recurso Propio (50%)
Activo Fijo	\$ 1.684,02	\$ -	\$ 1.684,02
Otros Activos	\$ 798,66	\$ -	\$ 798,66
Capital de trabajo	\$ 26.422,02	\$ 14.452,35	\$ 11.969,67
Total	\$ 28.904,70	\$ 14.452,35	\$ 14.452,35

Elaborado Por: Trujillo Diana

En la información del cuadro se encuentra el uso que tendrá cada fuente de financiamiento como es el crédito de la Corporación Financiera Nacional (CFN) el 50% que corresponde al valor de \$14.452,35 y el otro 50% corresponde a un capital propio de \$14.452,35.

3.5.4 Gastos Financieros

Los gastos financieros “son todos los desembolsos que se originan en la obtención de recursos monetarios o créditos ajenos, por ejemplo: sueldos a cobradores, comisiones de cobranzas, préstamos bancarios.” (Grupo Editorial Selecta, 2015, pág. 69)

Tabla 3.21 Cálculo de la Amortización Anual

Pago Periodo	Interés 9,15 (Anual)	Pago Acumulado	Capital	Capital Acumulado	Dividendo	Interés Anual	Capital Anual
	\$ 2.808,78				\$14.452,35		
1	\$ 2.808,78	\$ 661,19	\$ 2.147,59	\$ 2.147,59	\$12.304,76		
2	\$ 2.808,78	\$ 562,94	\$ 1.224,14	\$ 2.245,84	\$ 4.393,43	\$10.058,92	\$ 1.224,14
3	\$ 2.808,78	\$ 460,20	\$ 1.684,33	\$ 2.348,59	\$ 6.742,01	\$ 7.710,34	
4	\$ 2.808,78	\$ 352,75	\$ 2.037,08	\$ 2.456,03	\$ 9.198,05	\$ 5.254,30	\$ 2.037,08
5	\$ 2.808,78	\$ 240,38	\$ 2.277,47	\$ 2.568,40	\$ 11.766,45	\$ 2.685,90	
6	\$ 2.808,78	\$ 122,88	\$ 2.400,35	\$ 2.685,90	\$ 14.452,35	\$ -	\$ 2.400,35

Elaborado Por: Trujillo Diana

El presente cuadro de amortización de la deuda que es un monto de \$14.452,35, se detalla el dividendo de ésta que se debe pagar cada 6 meses en un plazo de 3 años y con una tasa de interés anual del 9,15%.

3.5.5 Plan de Inversiones

Son pasos sistemáticos a seguir que guían a las inversiones ya sean futuras o actuales por el mejor camino, ayudando a reducir riesgos, costos e invertir el dinero de la mejor manera. Dicho plan deberá estar bien detallado especificando plazos y planes de acción. (La Enciclopedia de las inversiones, 2016)

Tabla 3.22 Plan de inversión

Determinación de la Inversión	Monto	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Activos Tangibles	\$ 1.684,02				\$ 1.147,50			\$ 1.147,50			\$ 1.147,50
Muebles, enseres y equipos de oficina	\$ 536,52										
Equipos de Cómputo	\$ 1.147,50				\$ 1.147,50			\$ 1.147,50			\$ 1.147,50
Activo Fijo Diferido	\$ 798,66										
Capital de Trabajo	\$ 26.422,02										
Total Inversión	\$ 28.904,70										

Elaborado Por: Trujillo Diana

La planificación de inversiones de activos fijos será en 10 años del plan de exportación de babaco deshidratado hacia Holanda.

3.5.6 Costos, Gastos e ingresos

El plan de presente proyecto no cuenta con costos directos de fabricación ya que no se trata de una empresa que se encargue de la producción o elaboración del producto final sino de una comercialización por lo cual solamente posee costos indirectos.

3.5.7 Mercancía

El costo de la mercancía es fijado por el proveedor del producto tomando en cuenta todos los costos que incurren el obtener el producto para la comercialización.

Tabla 3.23 Cuadro Mercancía

Mercadería			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Babaco Deshidratado	60.000	\$ 0,99	\$ 59.400,00
		Subtotal	\$ 59.400,00
		2% Imprevistos	\$ 1.188,00
		Total	\$ 60.588,00

Elaborado Por: Trujillo Diana

El precio de la mercancía es de \$0,99 por unidad, se exportará una cantidad de 60.000 fundas de babaco deshidratado anualmente.

3.5.8 Embalaje

El embalaje a utilizar son cajas de cartón, posteriormente se detalla el valor del embalaje en una proyección de 5 años, tomando en cuenta la inflación de 3,38% obtenida en el Banco Central del Ecuador.

Tabla 3.24 Cuadro embalaje

Embalaje			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Caja de cartón	1	\$ 0,26	\$ 0,26
		Subtotal	\$ 0,26
		2% imprevistos	\$ 0,01
		Total	\$ 0,27

Elaborado Por: Trujillo Diana

Tabla 3.25 Cuadro costo anual embalaje

Costo Embalaje			
Año	Costo Unidad	Costo Anual	
2016	\$ 0,27	\$ 265,20	
2017	\$ 0,27	\$ 282,39	
2018	\$ 0,28	\$ 300,69	
2019	\$ 0,29	\$ 320,18	
2020	\$ 0,30	\$ 340,93	

Elaborado Por: Trujillo Diana

El costo del embalaje secundario que son cajas de cartón es de \$0,27 como valor unitario anual, el primer año el costo total anual será de \$265,20, es importante aclarar que se espera que

las exportaciones aumenten por año en un 3% por ende el costo anual del embalaje cada año aumentará debido a la cantidad.

3.5.9 Mantenimiento y Reparación

Son gastos que ayudan a mantener los activos en buenas condiciones para que trabaje de la mejor manera.

Tabla 3.26 Cuadro Mantenimiento y Reparación

Mantenimiento y Reparación			
Detalle	Valor	%	Valor Anual
Muebles, enseres y equipos de oficina	\$ 536,52	2%	\$ 10,73
Equipos de Cómputo	\$ 1.147,50	2%	\$ 22,95
		Subtotal	\$ 33,68
		2%	\$ 0,67
		Imprevistos	
		Total	\$ 34,35

Elaborado Por: Trujillo Diana

En cuanto al mantenimiento y reparación de los activos fijos que posee la empresa es de \$34,35.

3.5.10 Depreciación y Amortización

La depreciación es la pérdida del valor de los activos fijos por su desgaste u obsolescencia y la amortización es la cuota fija que se determina por periodo contable como resultado de inversiones o gastos anticipados. La diferencia entre depreciación y amortización está en que la depreciación se debe al desgaste físico por el uso de activos fijos refiriéndose a bienes tangibles, en cambio el uso de las amortizaciones no es muy tangible. (Sarmiento, 2000, pág. 249)

Tabla 3.27 Cálculo de la depreciación y amortización.

Activos							
Detalle	Monto	Vida Útil	Depreciación	Residual	Monto	Gasto	Valor Residual
Muebles, enseres y equipos de oficina	\$ 536,52	10	10%	\$ 53,65	\$ 482,87	\$ 48,29	\$ 434,58
Equipos de Cómputo	\$ 1.147,50	3	33%	\$ -	\$ 1.147,50	\$ 382,46	\$ 765,04
Total Depreciación				\$ 53,65		\$ 430,75	\$ 1.199,62
Amortización							
Otros Activos	\$ 798,66	1	100%	\$ 798,66			
Total				\$ 798,66			

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.5.11 Sueldos y Salarios

Reconoce el trabajo realizado por los operarios que contribuyen al proceso productivo y desarrollo del negocio. (Grupo Editorial Selecta, 2015, pág. 64)

Tabla 3.28 Cuadro de Análisis Salarial

Detalle	Cant	Sueldo	Sueldo Anual	13er Sueldo	14to Sueldo	IESS 11,15%	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total 1 año	Total 2 años
Gerente Propietario	1	\$ 950,00	\$ 11.400,00	\$ 950,00	\$ 366,00	\$ 1.271,10	\$ 950,00	\$ 475,00	\$ 13.987,10	\$ 15.412,10
Encargado del Área Administrativa y Financiera	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 366,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 6.818,10	\$ 7.493,10
Encargado del Área Operativa	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 366,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 6.818,10	\$ 7.493,10
Operario	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 489,71	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 5.613,71	\$ 6.162,71
Total	4	\$ 2.216,00	\$ 26.592,00	\$ 2.216,00	\$ 1.464,00	\$ 2.965,01	\$ 2.216,00	\$ 1.108,00	\$ 33.237,01	\$ 36.561,01

Elaborado Por: Trujillo Diana

El total de sueldos por año del proyecto correspondientes al gerente propietario, encargado del área administrativa y un operario es de \$33.237,01.

3.5.12 Servicios Básicos

Son considerados como servicios básicos a la luz, agua, teléfono e internet que intervienen de manera indirecta en el proyecto, para el desarrollo de las actividades.

Tabla 3.29 Cuadro de Servicios Básicos

Servicios Básicos		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Luz	\$ 18,00	\$ 216,00
Agua	\$ 12,00	\$ 144,00
Teléfono e Internet	\$ 23,00	\$ 276,00
	Subtotal	\$ 636,00
	2% Imprevistos	\$ 12,72
	Total	\$ 648,72

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor total de servicios básicos del proyecto de exportación de babaco deshidratado es de \$648,72 (Valor Anual).

3.5.13 Suministros de Oficina

Son materiales necesarios para procesos que intervienen en la exportación, los mismos que tendrán que adquirir dos veces al año.

Tabla 3.30 Cuadro de Suministros de Oficina

Suministros de Oficina				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Semestral	Valor Anual
Caja de Esferográficos	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 12,00
Calculadoras Manuales	2	\$ 11,50	\$ 23,00	\$ 46,00
Carpetas Archivadoras	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 18,00
Grapadora	2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 28,00
Perforadora	2	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 24,00
Repuestos de Grapas	2	\$ 0,40	\$ 0,80	\$ 1,60
Cuadernos de Contabilidad	2	\$ 2,20	\$ 4,40	\$ 8,80
			Subtotal	\$ 138,40
			2% Imprevistos	\$ 2,77
			Total	\$ 141,17

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor total de suministros de oficina para el proyecto de exportación de babaco deshidratado es de \$141,17 (Valor Anual).

3.5.14 Arriendo

Es el gasto por el uso de la instalación donde va a funcionar la empresa en éste caso es de un local de 40 metros cuadrados.

Tabla 3.31 Cuadro de Arriendo

Mensual	Anual
\$ 350,00	\$ 4.200,00
Subtotal	\$ 4.200,00
2% Imprevistos	\$ 84,00
Total	\$ 4.284,00

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor anual de arriendo para el plan de exportación de babaco deshidratado es \$4.284,00.

3.5.15 Gastos Administrativos.

Son desembolsos necesarios para la administración como están los útiles de oficina, impuestos, sueldos, depreciaciones, arriendo de locales, servicios básicos. (Grupo Editorial Selecta, 2015, pág. 69)

Tabla 3.32 Cuadro de Gastos Administrativos

Detalle	1	2	3	4	5
Mantenimiento y Reparación	\$ 34,35	\$ 35,52	\$ 36,72	\$ 37,96	\$ 39,24
Servicios Básicos	\$ 648,72	\$ 670,65	\$ 693,31	\$ 716,75	\$ 740,97
Sueldos y Salarios	\$ 33.237,01	\$ 34.360,42	\$ 35.521,80	\$ 36.722,44	\$ 37.963,66
Suministros de Oficina	\$ 141,17	\$ 145,94	\$ 150,87	\$ 155,97	\$ 161,24
Arriendo	\$ 4.284,00	\$ 4.428,80	\$ 4.578,49	\$ 4.733,25	\$ 4.893,23
Parcial	\$ 38.345,25	\$ 39.641,32	\$ 40.981,20	\$ 42.366,36	\$ 43.798,34
2% Imprevistos	\$ 766,91	\$ 792,83	\$ 819,62	\$ 847,33	\$ 875,97
Subtotal	\$ 39.112,16	\$ 40.434,15	\$ 41.800,82	\$ 43.213,69	\$ 44.674,31
Depreciación	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75
Amortización	\$ 798,66				
Total	\$ 40.341,56	\$ 40.864,89	\$ 42.231,57	\$ 43.644,44	\$ 45.105,06

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor total correspondiente a gastos administrativos para el plan de exportación de babaco deshidratado es de \$40.341,56 en el primer año. Valores que se han calculado utilizando la inflación anual de 3,38%, información obtenida en el Banco Central del Ecuador.

3.5.16 Costos de Exportación

Son todos los valores que intervienen para la exportación hasta el valor FOB (Free On Board) que es el término negociado y hasta donde llega la responsabilidad del exportador. Los mismos que se recuperan con la venta del producto, ya que sus componentes deben estar incluidos en el precio de venta. (Grupo Editorial Selecta, 2015, pág. 69)

Tabla 3.33 Cuadro de costos de exportación.

Descripción	Costo Total Envíos	Costo por Envío	Costo por Caja	Costo por Bolsa
	43%			
Costo Total	\$ 59.400,00	\$ 14.850,00	\$ 59,40	\$ 0,99
Margen de Utilidad	\$ 45.144,00	\$ 11.286,00	\$ 45,14	\$ 0,75
43%				
EXW (Quito)	\$ 104.544,00	\$ 26.136,00	\$ 104,54	\$ 1,74
Unitarización	\$ 600,00	\$ 150,00	\$ 0,60	\$ 0,01
Documentos de Exportación (Fact. Comercial, Packing List, Cert. Origen)	\$ 160,00	\$ 40,00		
Transporte Interno	\$ 1.800,00	\$ 450,00	\$ 1,80	\$ 0,03
FAS	\$ 107.104,00	\$ 26.776,00	\$ 106,94	\$ 1,78
Manipuleo (Estiba - Desestiba, Inspección antinarcóticos)	\$ 600,00	\$ 150,00	\$ 0,60	\$ 0,01
Agente de Aduanas	\$ 1.000,00	\$ 250,00	\$ 1,00	\$ 0,02
Documentos de Embarque (B/L)	\$ 240,00	\$ 60,00		
FOB	\$ 108.944,00	\$ 27.236,00	\$ 108,54	\$ 1,81
Precio de Venta	\$ 108.944,00	\$ 27.236,00	\$ 108,54	\$ 1,81
Costo de Exportación	\$ 4.488,00			
Subtotal	\$ 4.400,00			
2% Imprevistos	\$ 88,00			

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor anual correspondiente a los costos de exportación para el plan de exportación de babaco deshidratado es de \$ 4.488,00.

3.5.17 Volumen de Ventas

Para el volumen de ventas se toma en cuenta la oferta, la misma que es de 60.000 fundas de babaco deshidratado de 50 gramos anualmente, esperando un crecimiento anual del 3% en cantidades a exportar, en el costo interviene también la inflación que corresponde al 3,38%.

Tabla 3.34 Cuadro de volumen de ventas.

Volumen de Ventas				
Año	Volumen	Costo por Unidad		Costo Total
1	60.000	\$	0,99	\$ 59.400
2	61.800	\$	1,02	\$ 63.250
3	63.654	\$	1,06	\$ 67.349
4	65.564	\$	1,09	\$ 71.715
5	67.531	\$	1,13	\$ 76.363

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.5.18 Costo de Operación

Son todos los costos que se generan en el proceso para el funcionamiento normal de la empresa. (Maldonado, 2012, pág. 48)

Tabla 3.35 Cuadro de costos de operación.

Costo de Operación Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos Directos					
Mercancía	59.400	63.250	67.349	71.715	76.363
Embalaje	\$ 265,20	\$ 282,39	\$ 300,69	\$ 320,18	\$ 340,93
Costos Indirectos	\$ 59.665,20	\$ 63.532,34	\$ 67.650,13	\$ 72.035,22	\$ 76.704,20
Mano de Obra Indirecta					
Parcial	\$ 59.665,20	\$ 63.532,34	\$ 67.650,13	\$ 72.035,22	\$ 76.704,20
2% Imprevistos	\$ 1.193,30	\$ 1.270,65	\$ 1.353,00	\$ 1.440,70	\$ 1.534,08
Total	\$ 60.858,50	\$ 64.802,99	\$ 69.003,13	\$ 73.475,92	\$ 78.238,28

Elaborado Por: Trujillo Diana

El valor anual correspondiente a Costos de Operación para el plan de exportación de babaco deshidratado es de \$60.858,50 durante el primer año, para el cálculo y proyección de los 5 años se utiliza la inflación anual del 3,38%.

3.5.19 Resumen de Costos y Gastos

Para el Resumen de Costos y Gastos se tomarán en cuenta los gastos Administrativos, financieros y costos operacionales, el mismo que se encuentra proyectado a 5 años y serán detallados posteriormente.

Tabla 3.36 Cuadro de Resumen de Costos y Gastos.

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Gasto Administrativo	\$ 40.341,56	\$ 40.864,89	\$ 42.231,57	\$ 43.644,44	\$ 45.105,06
Gasto Financiero	\$ 1.224,14	\$ 2.037,08	\$ 2.400,35		
Costos Operacionales	\$ 60.858,50	\$ 64.802,99	\$ 69.003,13	\$ 73.475,92	\$ 78.238,28
Total	\$102.424,21	\$107.704,96	\$ 113.635,04	\$117.120,36	\$123.343,34

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.5.20 Ingresos del Proyecto

Para calcular el ingreso del proyecto intervienen valores de costos operacionales, volumen de ventas, costo unitario y el precio de venta, tomando en cuenta la inflación del 3,38%.

Tabla 3.37 Cuadro de Ingresos del Proyecto

Año	1	2	3	4	5
Costos Operacionales	\$ 60.858,50	\$ 64.802,99	\$ 69.003,13	\$ 73.475,92	\$ 78.238,28
Volumen de Ventas	60.000	61.800	63.654	65.564	67.531
Costo Unitario	\$ 0,99	\$ 1,02	\$ 1,06	\$ 1,09	\$ 1,13
Precio de Venta	\$ 1,81	\$ 1,87	\$ 1,93	\$ 2,00	\$ 2,07
Ingreso Anual	\$ 108.544,00	\$ 115.579,17	\$ 123.070,32	\$ 131.047,76	\$ 139.541,66

Elaborado Por: Trujillo Diana

El plan de exportación de babaco deshidratado hacia Holanda tendrá un ingreso de dicho proyecto de \$108.544 en el primer año, el mismo que irá aumentando cada año debido al 3% de incremento en la cantidad exportada anualmente.

3.5.21 Evaluación Financiera

La evaluación financiera es “el proceso mediante el cual una vez definido la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación permite determinar la rentabilidad de un proyecto”. (Gestiopolis, 2015)

3.5.22 Estado de Situación Inicial

Es el que muestra de manera sintetizada la situación económica financiera en la que se encuentra la empresa. (Sarmiento, 2000, pág. 286)

Tabla 3.38 Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial			
2015			
Activos		Pasivos	
Activos Corrientes		Préstamo Largo Plazo	\$ 14.452,35
Caja - Bancos	\$ 26.422,02	Total Pasivo	\$ 14.452,35
Activo Fijo		Capital	\$ 14.452,35
Muebles, enseres y equipos de oficina	\$ 536,52	Total Patrimonio	\$ 14.452,35
Equipos de Cómputo	\$ 1.147,50		
Activo Diferido	\$ 798,66		
Total Activos	\$ 28.904,70	Patr + Pasivo	\$ 28.904,70

Elaborado Por: Trujillo Diana

El Estado de Situación Inicial se divide en activos y pasivos, en activos se toma en cuenta los activos corrientes en los que intervienen caja – bancos, los activos fijos y otros activos, dando como resultado en activos \$28.904,70. En los pasivos se encuentra el préstamo a largo plazo a la CFN que corresponde al 50% de la inversión inicial que es 14.452,35, y en el patrimonio se encuentra el otro 50% de la inversión correspondiente a un capital propio de 14.452,35. El resultado del estado de situación inicial incluyendo activos, pasivos y patrimonio es \$28.904,70.

3.5.23 Estado de Resultados

Es el detalle de todas las cuentas de ingresos y gastos que determinan la utilidad o pérdida del ejercicio, midiendo el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa. (Sarmiento, 2000, pág. 285)

Tabla 3.39 Estado de Resultados

Detalle	1	2	3	4	5
Ingresos	\$108.544,00	\$ 115.579,17	\$ 123.070,32	\$ 131.047,76	\$ 139.541,66
(-) Costo de Venta	\$ 60.858,50	\$ 64.802,99	\$ 69.003,13	\$ 73.475,92	\$ 78.238,28
(=) Utilidad Bruta	\$ 47.685,50	\$ 50.776,19	\$ 54.067,19	\$ 57.571,84	\$ 61.303,37
(-) Gasto Administrativo	\$ 40.341,56	\$ 40.864,89	\$ 42.231,57	\$ 43.644,44	\$ 45.105,06
(=) Utilidad Operacional	\$ 7.343,93	\$ 9.911,29	\$ 11.835,63	\$ 13.927,40	\$ 16.198,31
(-) Gasto Financiero	\$ 1.224,14	\$ 2.037,08	\$ 2.400,35		
(=) Utilidad antes del reparto	\$ 6.119,80	\$ 7.874,21	\$ 9.435,28	\$ 13.927,40	\$ 16.198,31
(-) 15% de Reparto Trabajador	\$ 917,97	\$ 1.181,13	\$ 1.415,29	\$ 2.089,11	\$ 2.429,75
(=) Utilidad antes del Impuesto	\$ 5.201,83	\$ 6.693,08	\$ 8.019,99	\$ 11.838,29	\$ 13.768,57
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 1.144,40	\$ 1.472,48	\$ 1.764,40	\$ 2.604,42	\$ 3.029,08
(=) Utilidad Neta	\$ 4.057,43	\$ 5.220,60	\$ 6.255,59	\$ 9.233,87	\$ 10.739,48

Elaborado Por: Trujillo Diana

En el estado de resultados se observa una utilidad neta positiva tanto en el primer año de \$ 4.057,43 como también en los años proyectados.

3.5.24 Flujo de Caja

Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, el objetivo es detallar información sobre ingresos y egresos de efectivo de una empresa. Es un estado financiero dinámico y acumulativo. (Maldonado, 2012, pág. 99)

Tabla 3.40 Cuadro de Flujo de Caja

Años	0	1	2	3	4	5
Utilidad/ Pérdida del ejercicio	\$ 4.057,43	\$ 5.220,60	\$ 6.255,59	\$ 9.233,87	\$ 10.739,48	
(+) Depreciación	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75
(+) Amortización	\$ 798,66					
Recuperación del Capital de Trabajo						\$ 26.422,02

Recuperación de Activos Fijos						\$ 1.147,50
(-) Inversión	\$ (28.904,70)					\$ 1.147,50
(+) Crédito	\$ 14.452,35					
(-) Pago Deuda		\$ 4.393,43	\$ 4.804,62	\$ 5.254,30		
(=) Flujo de Caja Generada	\$ (14.452,35)	\$ 893,41	\$ 846,73	\$ 1.432,04	\$ 10.812,12	\$ 38.739,75

Elaborado Por: Trujillo Diana

3.5.25 Costo de Oportunidad

Es una manera de medir lo que nos cuesta algo, es el costo que incurre el tomar una decisión y no otra, el valor que se sacrifica al elegir una alternativa y depreciar otra, es decir se renuncia al beneficio percibido por el camino no elegido. (Enciclopedia Financiera, 2016)

Tabla 3.41 Cuadro de Costo de Oportunidad

Costo de Oportunidad	
Recursos Propios	50%
Tasa pasiva Referencial	5,95%
% Recurso Ajeno (RA)	50%
Tasa Activa Referencial (TAR)	8,86%
Tasa de Descuento (T)	0,337
Tasa Libre de Riesgo	12,32%
COP	18,23%

Elaborado Por: Trujillo Diana

El costo de oportunidad del proyecto es el 18,23%. La fórmula utilizada para el cálculo del Costo de Oportunidad es: $COP = (\% RP * TPR) + \% RA * TAR * (1-T) + TLR + \text{Inflación}$.

3.5.26 Valor Actual Neto

Es una herramienta o un indicador financiero que permite evaluar la rentabilidad proyecto midiendo los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto para saber si después de la inversión hay utilidad o ganancia, si el resultado es positivo el proyecto es viable. (Crece Negocios, 2016)

Tabla 3.42 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Años	VAN					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad/ Pérdida del ejercicio		\$ 4.057,43	\$ 5.220,60	\$ 6.255,59	\$ 9.233,87	\$ 10.739,48
(+) Depreciación		\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75
(+) Amortización		\$ 798,66				
Recuperación del Capital de Trabajo						\$ 26.422,02
Recuperación de Activos Fijos						\$ 1.147,50
(-) Inversión	\$ (28.904,70)				\$ 1.147,50	
(+) Crédito	\$ 14.452,35					
(-) Pago Deuda		\$ 4.393,43	\$ 4.804,62	\$ 5.254,30		
(=) Flujo de Caja Generada	\$ (14.452,35)	\$ 893,41	\$ 846,73	\$ 1.432,04	\$ 10.812,12	\$ 38.739,75
FSA	\$ 1,00	\$ 0,85	\$ 0,72	\$ 0,61	\$ 0,51	\$ 0,43
Flujos Analizados	\$ (14.452,35)	\$ 755,64	\$ 605,72	\$ 866,46	\$ 5.533,11	\$ 16.767,95
VAN	\$ 10.076,53					

Elaborado Por: Trujillo Diana

$$FSA = ((1)/(1+\text{Costo de oportunidad})^0,1,2,3\dots)$$

El VAN (Valor actual neto) calculado es \$ 10.076,53, es decir es mayor a 0, lo que demuestra que el proyecto es factible.

3.5.27 Tasa Interna de Retorno

Es considerado como una tasa de descuento que puede tener el proyecto para que pueda ser rentable para ello se necesita el tamaño de la inversión y el flujo de caja neto proyectado. (Crece Negocios, 2016)

Tabla 3.43 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa Interna de Retorno						
Utilidad/ Pérdida del ejercicio		\$ 4.057,43	\$ 5.220,60	\$ 6.255,59	\$ 9.233,87	\$ 10.739,48
(+) Depreciación		\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75	\$ 430,75
(+) Amortización		\$ 798,66				
Recuperación del Capital de Trabajo						\$ 26.422,02
Recuperación de Activos Fijos						\$ 1.147,50
(-) Inversión	\$ (28.904,70)				\$ 1.147,50	
(+) Crédito	\$ 14.452,35					
(-) Pago Deuda		\$ 4.393,43	\$ 4.804,62	\$ 5.254,30		
(=) Flujo de Caja Generada	\$ (14.452,35)	\$ 893,41	\$ 846,73	\$ 1.432,04	\$ 10.812,12	\$ 38.739,75
FSA	\$ 1,00	\$ 0,85	\$ 0,72	\$ 0,61	\$ 0,51	\$ 0,43
Flujos Analizados	\$ (14.452,35)	\$ 755,64	\$ 605,72	\$ 866,46	\$ 5.533,11	\$ 16.767,95
TIR		33%				

Elaborado Por: Trujillo Diana

Después de haber obtenido una Tasa Interna de Retorno (TIR) el 33% se concluye que el proyecto es factible ya que ésta es mayor al Costo de Oportunidad anteriormente calculado que es del 18,23%.

3.5.28 Periodo de recuperación de la inversión.

Es un método o indicador que sirve para evaluar el proyecto de inversión, mide la liquidez del proyecto, el riesgo y también permite optimizar el proceso de toma de decisiones, es decir este indicador mide el plazo de tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial. (Vaquiro, 2010)

Tabla 3.44 Periodo de Recuperación de la inversión.

Periodo de Recuperación de la Inversión						
Años	0	1	2	3	4	5
(=) Flujo de Caja Generada	\$ (14.452,35)	\$ 893,41	\$ 846,73	\$ 1.432,04	\$ 10.812,12	\$ 38.739,75
FSA	\$ 1,00	\$ 0,85	\$ 0,72	\$ 0,61	\$ 0,51	\$ 0,43
Flujos Analizados	\$ (14.452,35)	\$ 755,64	\$ 605,72	\$ 866,46	\$ 5.533,11	\$ 16.767,95
VAN	\$ 10.076,53					
Flujos Acumulados PRI		\$ (13.696,71)	\$ (13.090,99)	\$ (12.224,53)	\$ (6.691,42)	\$ 10.076,53

Elaborado Por: Trujillo Diana

La inversión se recuperará en el quinto año.

3.5.29 Punto de Equilibrio (P.E)

El punto de equilibrio es la cantidad de ventas mínimas diarias con las que se cubren al menos todos los gastos fijos y variables del negocio, y llegar a una situación donde no se gane ni se pierda, es decir donde la Utilidad neta sea igual a 0. (Maldonado, 2012)

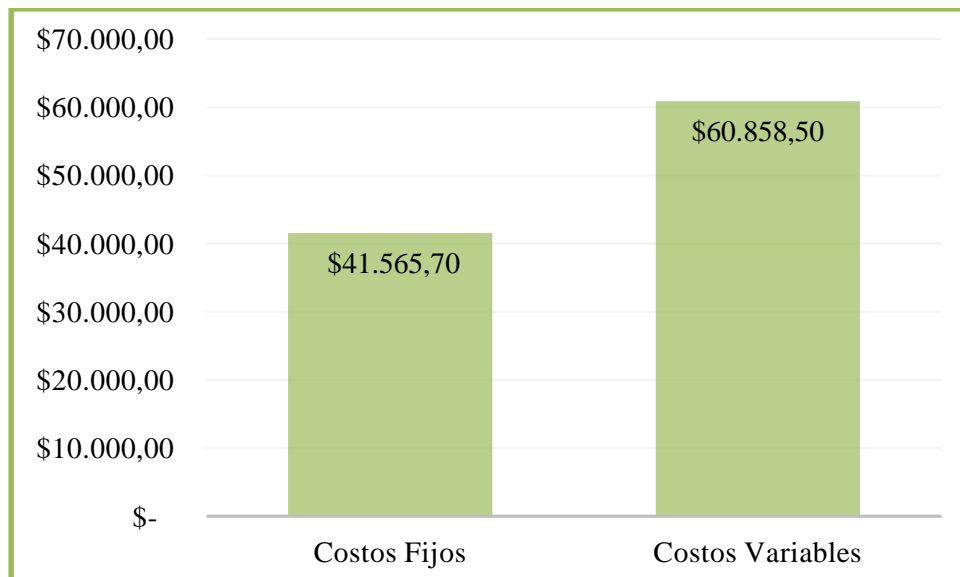
Para calcular el punto de Equilibrio intervienen los costos fijos y costos variables.

Tabla 3.45 Cálculo de los Costos fijos y variables.

Costo Fijo USD	
Detalles	
Gastos Administrativos	\$ 40.341,56
Gastos Financieros	\$ 1.224,14
Total	\$ 41.565,70
Costos Variables	
Detalle	
Mercancía + Embalaje	\$ 60.858,50
Total	\$ 60.858,50

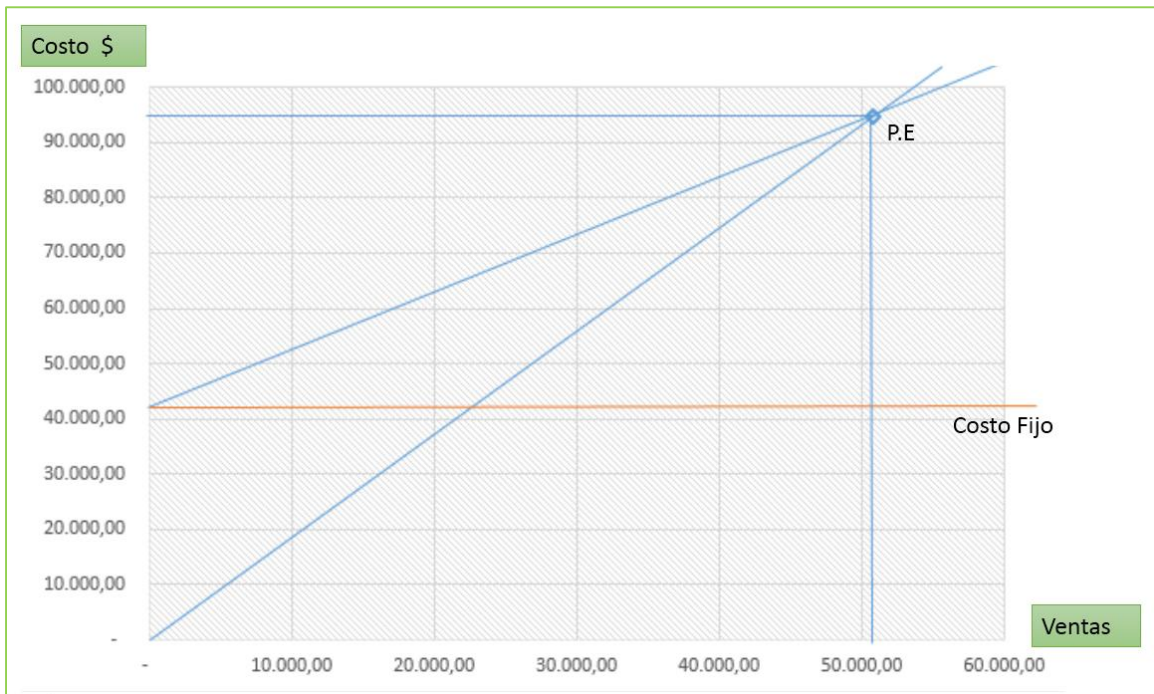
Elaborado Por: Trujillo Diana

Figura 3.19 Costos Fijos y Variables



Elaborado Por: Trujillo Diana

Figura 3.20 Gráfica Punto de Equilibrio



Elaborado Por: Trujillo Diana

3.5.29.1 Cálculo del Punto de Equilibrio en Unidades

$$P. E \text{ (Unidades)} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta unitario} + \text{Costo variable unitario}} = 50.747,64$$

La cantidad de unidades que se debe producir para llegar al punto de equilibrio es decir, que no haya ni pérdidas ni ganancias es de 50.747 bolsas de babaco deshidratado de 50 gramos.

3.5.29.2 Cálculo del Punto de Equilibrio en Ventas

$$P. E \text{ (Ventas)} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables totales}}{\text{Ventas totales}}} = \$ 94.613,83$$

El valor en ventas que se debe obtener para llegar al punto de equilibrio para que la empresa no tenga pérdidas ni ganancias es de \$ 94.613,83.

3.5.30 Índices Financieros

3.5.31 Índice sobre la Inversión Total

$$Ri = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión total}} \times 100$$

$$Ri = \frac{\$ 4.057,43}{\$ 28.904,70} \times 100 = 14,04\%$$

La relación entre la utilidad neta y la inversión en activos totales del primer año es de 14,04%.

3.5.32 Índice sobre el recurso propio.

$$RP = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Recurso propio}} \times 100$$

$$RP = \frac{4.057,43}{14.452,35} \times 100 = 28,07\%$$

Por cada dólar invertido en el recurso propio se obtendrá \$1,2807 ya que el índice sobre el recurso propio calculado es del 28,07%.

3.5.33 Índice de Apalancamiento

$$A = \frac{\text{Deuda total}}{\text{Activo total}} \times 100$$

$$A = \frac{14.452,35}{28.904,70} \times 100 = 50\%$$

El índice de apalancamiento o endeudamiento con relación del activo total es del 50%.

3.5.34 Índice de Cobertura

$$IC = \frac{\text{Utilidad Operacional (Gastos Administrativos)}}{\text{Pago de Intereses (Gastos Financieros)}}$$

$$IC = \frac{40.341,56}{1.224,14} = 32,96$$

La empresa tiene una capacidad de 32,96 veces para cubrir el costo financiero.

3.5.35 Índice de Rentabilidad en relación a las ventas

$$Rv = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas totales}} \times 100$$

$$Rv = \frac{4.057,43}{59.400} \times 100 = 6,83\%$$

En cuanto al primer año resultará un 6,83% de rentabilidad en relación a las ventas.

CAPÍTULO 4.

DISCUSIÓN

CONCLUSIONES

- Mediante encuestas se pudo observar que la exportación de babaco deshidratado hacia Holanda es factible ya que es un país considerado como un potencial consumidor de frutas deshidratadas, manteniendo un consumo semanal de 677 toneladas métricas de frutas deshidratadas, se cubrirá el 0,012% de la demanda de babaco deshidratado enviando cada 3 meses una carga de 250 cajas y una cantidad anual de 3 toneladas métricas, las mismas que aumentarán en un 3% cada año.
- El proyecto contribuye con la matriz productiva al incentivar a las exportaciones beneficiando tanto a varios sectores del país.
- El proyecto se encuentra localizado en la provincia de Pichincha, en el cantón Quito con el fin de obtener alta rentabilidad disminuyendo tiempos y costos debido a dicha localización estratégica ya que se encuentra cerca al proveedor “Delifrut”.
- Se encuentra negociada en términos FOB (Libre a bordo), el cual estará bajo la responsabilidad de la empresa “Exotisch Fruit” hasta que la carga se encuentre en el muelle del puerto de Guayaquil en el terminal Contecom ya que se trata de una carga LCL debido a que no completa un contenedor y el transporte utilizado es marítimo desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Rotterdam en Holanda por ser considerado uno de los más importantes y automatizados de Europa, posteriormente se interna al país por vía terrestre.
- Se obtiene preferencias arancelarias debido a que Ecuador mantiene el Sistema General de Preferencias Arancelarias SGP Plus, el mismo que ayuda a ingresar el

producto con el 0% de arancel, abaratando costos de exportación y por ende logrando un precio competitivo en el país destino.

- El proyecto se realiza mediante un canal de distribución directo ya que se vende a minoristas, es decir a la cadena de supermercados Albert Heijn considerado como una de las más grandes extendiéndose por todo Ámsterdam y Europa. Se utiliza una estrategia de precio que se encuentre por encima del costo total obteniendo un margen del 43% de utilidad, la misma que aumentará cada año de acuerdo a la aceptación del producto y a la inflación del país.
- En la promoción se utiliza una estrategia de venta directa entregando muestras al minorista con el que se va a trabajar y apoyada de otras estrategias como son las ventas por internet contando con una página web, entre otras.
- En la evaluación económica y financiera del proyecto se determinó que el mismo es totalmente factible y económicamente rentable, dicha conclusión está demostrada por los indicadores: Valor actual neto (VAN) positivo de \$ 10.076,53; Tasa Interna de Retorno (TIR) del 33% y Periodo de Recuperación de la inversión (PRI) en el que se recupera la inversión en el quinto año, mediante un costo de Oportunidad del 18,23%.

RECOMENDACIONES

- Se debería aprovechar la investigación de Holanda que es un país que aprecia lo orgánico y es un buen mercado para lo que es frutas y sus preparaciones, fomentando las exportaciones hacia dicho destino y que fortalezca la economía de nuestro país.
- El proyecto se debe llevarse a cabo ya que contribuye a la matriz productiva fomentando a las exportaciones y ayudando a los agricultores, generando empleo y ayudando a la balanza comercial del país con el ingreso de divisas.
- Es necesario el análisis o respuesta a preguntas: cómo, dónde, cuánto y cuando producir los bienes o servicios requeridos, dicha información ayudará a determinar el tamaño del proyecto, la localización de la empresa tomando en cuenta la ubicación de la empresa proveedora o la cercanía al puerto de salida para disminuir costos y tiempos.
- Es muy importante negociar un incoterm que nos beneficie como exportadores y conseguir varias cotizaciones sobre líneas navieras, aerolíneas u otros medios de transporte con el fin de poder elegir la que más convenga para disminuir tiempos y costos y con ello lograr ser más competitivos en el país destino.
- Cuando se trate de un mercado al que no se conoce sus costumbres o cultura, es muy necesario contar con un distribuidor en el país destino, ya que ellos conocen los factores del país, la competencia en el mercado, los hábitos de compra de su gente y pueden ayudar a comercializar de mejor manera el producto a exportar, al contar con su experiencia en el mercado se logrará realizar mayores ventas y utilidades.
- Es necesario que PROECUADOR realice las gestiones necesarias para dar a conocer los productos ecuatorianos en el exterior mediante la búsqueda de nuevos mercados,

siempre fomentando a que los productos a exportar tengan valor agregado y que cumplan con exigencias de mercados internacionales, esto se lo puede lograr organizando un mayor número de participación en ferias internacionales para incrementar la venta de productos ecuatorianos.

Bibliografía

- Banco Central del Ecuador. (2012). www.bce.fin.ec. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/ComunicacionMedios/Actividades/Comunicacion0107092012.pdf>
- ADGNITIO. (2013). Conceptos. Obtenido de <http://www.definicion-de.es/>
- Aduana del Ecuador. (29 de 12 de 2010). Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_may_2015_COPCI.pdf
- Albert Heijn. (03 de 2015). Obtenido de <http://www.ah.nl/producten>
- Arreaga, L. (2012). Programas de Fomento y Desarrollo a las exportaciones. Recuperado el 18 de 12 de 2013, de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCKQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdocs.universidadecotec.edu.ec%2Fareas%2F2013E%2FADM403%2Falum%2F2013540333_4011_2013E_ADM403_DEBER_6_PROGRAMAS_DE_FOMENTO_Y_DESARROLLO_A_LAS_EXPORTACIONES.do
- Asociación de Agrónomos Indígenas de Cañar. (12 de 2003). Obtenido de <https://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/11197/El%20cultivo%20de%20babaco%20en%20invernadero.pdf?sequence=1>
- Banco Mundial. (20 de 02 de 2016). Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?page=1>
- Barreno, L. (2005). Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Quito: Primera Edición.
- BBC News. (07 de 09 de 2006). Obtenido de <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/5319818.stm>
- Businesscol.com. (16 de Mayo de 2015). Businesscol.com. Obtenido de <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Café y tren. (13 de 06 de 2015). Obtenido de <http://www.cafeytren.com/europa/holanda/mapas.php>
- Calderón, G., & Fayos, G. (2010). ANALISIS DE LA RELACION ENTRE EL COMPROMISO DE LAS EMPRESAS Y SU INTERNACIONALIZACION. Obtenido de Investigaciones Europeas: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v10/102201.pdf>
- Calderón, H., & Fayos, T. (2002). Boletín ICE económico. Obtenido de La medición de los resultados de la promoción de las exportaciones, dificultad y necesidad: http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/11202/7_BICE_2746_35-41__EB6C8A0FF446423FE0F4EF0352DBAE7E.pdf?sequence=1

- CAPEIPI. (2013). Recuperado el 18 de 12 de 2013, de <http://www.capeipi.org.ec/blog-noticias/158-itienes-un-proyectoproducto-en-marcha-iesta-listo-para-emprender-participe-en-el-programa-emprendefe-2013#.UqJOL9Lullc>
- CAPEIPI. (2013). Camara de la Pequeña y Mediana Industria de Pichincha. Recuperado el 18 de 12 de 2013, de <http://www.capeipi.org.ec/corporativa/quienes-somos#.UriWHPuP0dU>
- CAPEIPI. (2014). Capeipi. Recuperado el 01 de 05 de 2014, de <http://www.capeipi.org.ec/>
- Castro, L. (03 de 2011). Obtenido de <http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/88/1/T72491.pdf>
- Castro, L. (03 de 2011). Obtenido de <http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/88/1/T72491.pdf>
- Castro, L., & Saslavsky, D. (2009). Cazadores de mercado. Comercio y Promocion de exportaciones. En L. Castro, & D. Saslavsky, Cazadores de mercado. Comercio y Promocion de exportaciones (pág. 145). Buenos Aires, Argentina: CIPPEC.
- Censo Nacional Económico CENEC. (2010). Obtenido de http://www.inec.gob.ec/cenec/?TB_iframe=true&height=530&width=1100
- Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones . (2009). Teorias de las Relaciones Internacionales . Recuperado el 10 de 10 de 2014, de <http://diplomacia-uide.blogspot.com/2009/05/centro-internacional-de-arreglo-de.html>
- Código Orgánico de la Producción, C. e. (22 de 12 de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. pág. 100.
- Comercio Exterior. (01 de 2016). Obtenido de http://www.comercioexterior.ub.edu/correccion/05-06/italia/normas_comex.htm
- Comercio y Aduanas. (12 de 06 de 2015). Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/comoexportarunproducto/420-plan-de-negocios-para-exportaciones>
- Comunidad Andina Biblioteca Digital. (2013). Biblioteca Digital Andina. Recuperado el 16 de 12 de 2013, de <http://www.comunidadandina.org/bda/docs/VE-INT-0001.pdf>
- Cóndor, E. (19 de 05 de 2013). todocomercioexterior. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/tipos-de-carga>
- Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración, CLADEA. (2011). Promoción de exPortaciones en el ámbito Público. Revista Latinoamericana de Administracion, 2-17.
- Crear mi empresa. (22 de 05 de 2013). Obtenido de <http://crearmiempresa.es/article-indicadores-de-gestion-117969649.html>

Crece Negocios. (03 de 2016). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

Datosmacro. (08 de 06 de 2015). Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/holanda>

Delgado, F. (Ed.). (2015). SMS Auditores Externos. Obtenido de <http://www.smsecuador.ec/como-constituir-una-compania-en-ecuador/>

Depósitos de Documentos FAO. (03 de 2002). Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/007/y4838s/y4838s00.htm>

Directo al paladar. (26 de 02 de 2015). Obtenido de <http://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/todo-sobre-las-frutas-deshidratadas-o-desechadas-y-su-ayuda-para-comer-mas-sano>

Ecomercados. (09 de 2005). Obtenido de <http://orgprints.org/24486/1/garibay-richter-2005--mercado-organico-comercio-justo.pdf>

Economía y Finanzas Internacionales. (05 de 11 de 2014). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/198-acuerdo-comercial-ecuador-union-europea>

El Emprendedor. (31 de 01 de 2012). Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

El Mundo Economía & Negocios. (03 de 2016). Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>

EL UNIVERSO. (02 de 10 de 2014). Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/10/02/nota/4056536/beneficios-ue-se-ampliaran-2016>

Embajada de Holanda. (07 de 06 de 2015). Obtenido de http://www.embajadadeholanda.org/pages/geografia.php#.VXfBY89_Okp

Embajada del Ecuador en los Países Bajos. (09 de 06 de 2015). Obtenido de <http://www.embassyecuador.eu/site/images/descargas/studio-oportunidades-comerciales-ecuador-paises-bajos.pdf>

Embalaje. (2015). Obtenido de <http://www.cajacartonembalaje.com/canal-sencillo/cajas-de-carton-de-53x32x34-cm-en-canal-sencillo.html>

Enciclopedia de Economía . (2012). polos de desarrollo. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/polos-de-desarrollo/polos-de-desarrollo.htm>

- Enciclopedia Financiera. (20 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/teoriaeconomica/microeconomia/costo-de-oportunidad.htm>
- Espinoza, A. P. (2013). Muanual de Promociòn de exportaciones . Recuperado el 20 de 09 de 2014, de Manual de Promociòn de Exportaciones : <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/libros/administ/manual.shtml>
- Europalet. (07 de 01 de 2016). Obtenido de <http://www.palets.com.es/index.php/es/palets/palets-1200-x-800/europalet-homologado-nuevo-medidas>
- European Commission. (11 de 01 de 2016). Obtenido de http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2frt_DocumentosParaElDespachoDeAduana.html&docType=main&languageId=es
- Export & Import. (27 de 04 de 2012). Obtenido de http://importexportecuador.blogspot.com/2012_04_01_archive.html
- Exporthelp. (2015). Obtenido de http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu16_01v001/eu/main_es/req_lblfood_eu_010_0612_es.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_nl16_01v001/nl/main_es/req_lblfood_nl_010_0612_es.htm
- FEDEXPOR. (2013). Aciertos y desafíos del Comercio Exterior del Ecuador. Quito: Ediecuatorial.
- FEDEXPOR. (2013). Fedexpor. Recuperado el 18 de 12 de 2013, de <http://www.fedexpor.com/>
- FEDEXPOR. (2013). FEDEXPOR. Quito: Ediecuatorial. Recuperado el 18 de 12 de 2013, de <http://www.fedexpor.com/afiliese>
- Fedexpor. (2014). Fedexpor. Recuperado el 01 de 05 de 2014, de <http://www.fedexpor.com/>
- Fonseca, P. (2011). Ecuador tiene nuevo organismo para promover exportaciones e inversiones. Revista Virtual de Investigación Económica., 1.
- Galán, R. (27 de 05 de 2013). Emprendedores. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/claves-para-lanzar-una-startup/tus-indicadores-de-negocio>
- Galeón. (2012). Galeon. Recuperado el 16 de Diciembre de 2013, de <http://frutalcol.galeon.com/mar.htm>
- García, J. (2013). Economía Internacional. Obtenido de www.gestionpolis.com: <http://economaiinternacionaluvm.wikispaces.com/file/view/3.+Principales+teor%C3%ADas+del+comercio+internacional.pdf>

Gerencie . (2013). Política Fiscal . Obtenido de <http://www.gerencie.com/politica-fiscal.html>

Gestiopolis. (2015). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-proyectos-proyeccion-precios-corrientes-constantes/>

Google Maps. (2015). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/dir/Guayaquil/R%C3%B3terdam,+Pa%C3%ADses+Bajos/@20.0874446,-75.995848,3z/data=!3m1!4b1!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x902d13cbe855805f:0x8015a492f4fca473!2m2!1d-79.9223592!2d-2.1709979!1m5!1m1!1s0x47c5b7605f54c47d:0x5229bbac955e4b85!>

Grupo Editorial Selecta. (2015). Módulo Gestión y Emprendimiento. Guayaquil: Selecta.

Guía comercial de Países Bajos. (2015). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-paises-bajos-2015/>

Guías Online. (09 de 11 de 2012). Obtenido de http://www.camaras.org/guias/arancel/guia_arancel_doc_010.html

Hans, B. (30 de 09 de 2014). Comisión Portuaria Nacional Guatemala. Obtenido de <http://cpn.gob.gt/ix-congreso-maritimo-portuario/docs/Presentaciones/2/8.%20La%20Competitividad%20Log%EDstica%20de%20Holanda,%20con%20%E9nfasis%20en%20la%20Actividad%20Portuaria%20-%20Hans%20Burhs.pdf>

Hernán, R. (2009). Dipres. Recuperado el 16 de 12 de 2013, de http://www.dipres.gob.cl/574/articles-49625_doc_pdf.pdf

Holanda Latina. (05 de 06 de 2015). Obtenido de <http://www.holandalatina.com/puerto-rotterdam-europoort.htm>

Holland. (10 de 06 de 2015). Obtenido de <http://www.holland.com/es/prensa/article/datos-practicos-de-holanda.htm>

I amsterdam. (02 de 2014). Obtenido de <http://www.iamsterdam.com/es/media-centre/hechos-y-cifras>

IndexMundi. (01 de 01 de 2015). Obtenido de <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=24&c=nl&l=es>

infoAgro. (16 de 02 de 2009). Obtenido de http://www.infoagro.com/frutas/deshidratacion_frutas.htm

- Iniap. (2004). Obtenido de
http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/GUIA_%20DETERMINACION_DEFICIENCIAS_BABACO.pdf
- Instituto de Promocion de Exportaciones e Inverciones . (11 de 09 de 2012).
www.proecuador.gob.ec. Obtenido de
<http://www.proecuador.gob.ec/2012/09/11/ecuador-cuadruplico-sus-exportaciones-de-2002-a-2011/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2013).
- International Trade Centre. (2012). Packaging for Organic Foods. Obtenido de
<file:///C:/Users/Diana/Downloads/Packaging%20for%20Organic%20Foods%20for%20web.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación.
- La Enciclopedia de las inversiones. (21 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.inversiones.com/plan-de-inversiones.html>
- Lysiak, E. (2000). Teorías y política sobre las exportaciones en Argentina. Obtenido de
<http://www.econlink.com.ar/economia/exportaciones/exportaciones.shtml>
- Macias, F. (2010). Experiencia Ecuatoriana en la Promocion de Exportaciones. Obtenido de
www.aladi.gob.ec:
<https://www.google.com.ec/search?newwindow=1&site=&source=hp&q=PONENCIA+DEL+EMBAJADOR+FERNANDO+FLORES+MAC%3%8DAS%2C+DIRECTOR+GENERAL+DE+PROMOCION+DE+EXPORTACIONES+E+INVERSIONES%2C+MINISTERIO+DE+RELACIONES+EXTERIORES++DEL+ECUADOR&oq=PONENCIA+DEL+EMBA>
- Maldonado, N. (2012). Emprendimiento y Gestión. Quito: Educate+.
- Martínez, J. (2015). Clases de empaque y su papel determinante. Obtenido de
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2004/1018416106-2010.pdf?sequence=1>
- Martínez, J. (s.f.). Macro y Micro localización.
- Martínez, P. (2012). Influencia de la promoción de exportaciones en el proceso de desarrollo exportador de las pymes. Obtenido de
http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/23/1_Influencia%20de%20promocion.pdf
- Mayorga, J. (18 de marzo de 2008). El nuevo comercio Internacional. pág. 14.
- Ministerio de Educación. (2015). Emprendimiento y Gestión. Quito: Ediciones Maya.

Ministerio de Industrias y productividad. (08 de 03 de 2015). Recuperado el 10 de 07 de 2014, de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Coyuntura_Julio_2012.pdf

Ministerio de Industrias y Productividad. (08 de 03 de 2015). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/b107-subsecretaria-de-mipymes-y-artesantias-fortalecera-procesos-de-desarrollo-productivo/>

Nature's Pride. (01 de 07 de 2015). Obtenido de <http://www.naturespride.eu/our-products/product-detail/babaco/>

Orellana, M. S. (s,f). Las exportaciones no tradicionales del Ecuador y el Desarrollo Nacional. Obtenido de <http://www.slideshare.net/SolOrellana1/exportaciones-no-tradicionales-del-ecuador>

Palacios, G. (2013). Programa de fomento y desarrollo a las exportaciones en Ecuador. Quito: BOLETIN N° 1074.

Peña, R. (2007). Estudio para evaluar la viabilidad de exportación. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/5146/12002004.pdf?sequence=1>

Perfil Logístico de Países Bajos. (2013). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-paises-bajos-2013/>

Pontificia Universidad Catolica de Chile . (2012). Economias de escala . Obtenido de <http://web.ing.puc.cl/~power/alumno12/smallbeautiful/economias.html>

PRO ECUADOR. (03 de 2012). Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf

PRO ECUADOR. (18 de 12 de 2013). PRO ECUADOR . Recuperado el 18 de 12 de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/objetivos-estrategicos/>

PRO ECUADOR. (18 de 12 de 2013). Proecuador. Recuperado el 18 de 12 de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>

PRO ECUADOR. (25 de 05 de 2015). Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/12/P-1111-FRUTAS_DESHIDRATADAS-MUNDO.pdf

PRO ECUADOR. (30 de 05 de 2015). Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/12/P-1111-FRUTAS_DESHIDRATADAS-MUNDO.pdf

PRO ECUADOR. (2015). Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_GC2014_HOLANDA.pdf

- PROECUADOR. (2014). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/12/PERFIL-LOG%C3%8DSTICO-ALEMANIA-2012.pdf>
- Proecuador. (2014). ProEcuador . Recuperado el 01 de 05 de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- ProEcuador. (05 de 02 de 2015). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/2015/02/05/supermercados-albert-heijn-con-la-mirada-puesta-en-ecuador/>
- PROECUADOR. (15 de 12 de 2015). Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/12/P-1111-FRUTAS_DESHIDRATADAS-MUNDO.pdf
- PROECUADOR. (01 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Proexport. (12 de 2008). Obtenido de <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4045DocumentNo3423.PDF>
- Profundización Internacional. (14 de 07 de 2012). Obtenido de <https://prointer123.wordpress.com/page/12/>
- Prom Perú. (2010). Prom Perú. Recuperado el 2014, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2013-1-LOGISTICA-Distribuci%C3%B3n%20F%C3%ADsica%20Internacional%20para%20Ferias%20Internacionales.pdf>
- Quito, C. d. (2013). Camara de Comercio de Quito. Recuperado el 18 de 12 de 2013, de <http://www.lacamaradequito.com/>
- Quito, C. d. (2014). CCQ. Recuperado el 01 de 05 de 2014, de <http://www.capeipi.org.ec/>
- Rifruco. (02 de 06 de 2015). Obtenido de <http://rifruco.blogspot.com/p/informacion-de-la-fruta.html>
- Rodríguez, A. (07 de 2009). tnegociacion. Obtenido de <http://tnegociacion.pbworks.com/w/page/10547173/Trabajo%20Final%20Temas%20-%20AlfredoRodriguez%20-%20Hualtibamba%20Robert>
- Rodriguez, G. (24 de 09 de 2012). Plan de negocios para exportar. Obtenido de http://es.slideshare.net/Gustavo_Rodriguez/plan-de-negocios-para-exportar
- Sarmiento, R. (2000). Contabilidad General. Quito: Industria Gráfica PUBLINGRAF.

Secretaría Nacional de Comunicación. (2013). Secretaría Nacional de Comunicación. Recuperado el 10 de 07 de 2014, de <http://www.comunicacion.gob.ec/exportaciones-no-petroleras-empleo-y-productividad-crecieron-en-los-ultimos-6-anos/>

Sector de Integración y Comercio, Banco Interamericano de Desarrollo . (30 de Septiembre de 2009). Curso de política Comercial . Obtenido de <http://www.iadb.org/research/books/idb-bk-100/ppt/montevideo.pdf>

SEGOB Secretaría Nacional de Gobiernos. (2013). Diario Oficial de la Federación. Recuperado el 16 de 12 de 2013, de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013

SENAE. (30 de 05 de 2015). PRO ECUADOR. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/12/P-1111-FRUTAS_DESHIDRATADAS-MUNDO.pdf

Sistema de Información sobre Comercio Exterior . (1997). LEXI. Recuperado el 2014, de http://www.sice.oas.org/investment/NatLeg/Ecu/Ec1297_s.asp

Stanton-Etzel-Walker. (2010). Fundamentos de Marketing de MC Graw Hill. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2012/01/21/marketing-mix-o-mezcla-de-mercadotecnia/>

TODO COMERCIO EXTERIOR. (05 de 11 de 2015). Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/formas-de-pago-en-comercio-exterior>

Trade Map. (17 de 12 de 2015). Obtenido de http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx

TRADE MAP. (15 de 12 de 2015). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Map.aspx?nvpm=3|218|||081340||6|1|1|2|1|1|2|1|1

TRADE MAP. (15 de 12 de 2015). Obtenido de http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3|218||528||TOTAL||2|1|1|2|2|1|1|1

TRADE MAP. (15 de 12 de 2015). Obtenido de http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx

TRADE MAP. (17 de 12 de 2015). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3|||081340||6|1|1|1|2|1|2|1|1

TRADE MAP. (17 de 12 de 2015). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3|||081340||6|1|1|1|1|1|1|2|1|1

TRADE MAP. (17 de 12 de 2015). Obtenido de
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx

TRADE MAP. (03 de 01 de 2016). Obtenido de
[http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|528|||081340
|||6|1|1|1|2|1|2|1|1](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|528|||081340|||6|1|1|1|2|1|2|1|1)

Trujillo Goyes, D. K. (12 de 06 de 2015). Paso para elaborar un plan de exportación. Quito.

Tu Guía Contable. (28 de 11 de 2008). Obtenido de
<http://www.tuguiacontable.com/2012/11/activos-intangibles.html>

Ultimas Noticias. (22 de 03 de 2013). Obtenido de [http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/14077-
el-babaco-te-mantiene-joven-y-cuida-tu-pancita.html](http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/14077-el-babaco-te-mantiene-joven-y-cuida-tu-pancita.html)

UN Comtrade. (23 de 12 de 2015). Obtenido de <http://comtrade.un.org/data/>

UN COMTRADE. (03 de 01 de 2016). Obtenido de <http://comtrade.un.org/data/>

UN COMTRADE. (03 de 01 de 2016). Obtenido de <http://comtrade.un.org/data/>

Unión Europea. (25 de 05 de 2015). Obtenido de http://eeas.europa.eu/ecuador/index_es.htm

Universidad Autónoma de Madrid. (2009). USO DE LAS HERRAMIENTAS DE LA WEB 2.0 EN LA EMPRESA: SITUACIÓN ACTUAL Y TENDENCIAS . Recuperado el 10 de 10 de 2014, de <http://arantxa.ii.uam.es/~jms/pfcsteleco/lecturas/20091105ElenaLopez.pdf>

Universidad del Norte. (5 de Mayo de 2013). Obtenido de
http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/23/1_Influencia%20de%20promocion.pdf

Universidad Internacional de la rioja . (12 de 06 de 2015). Obtenido de
<http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-negocio/>

Universidad Nacional de la Plata . (marzo de 2012). Competitividad: Causas y Efectos del Comercio Internacional . Recuperado el 10 de 10 de 2014, de
<http://www.depeco.econo.unlp.edu.ar/trabdoce/docen14.pdf>

Urbina, G. (1990). Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill.

Vaca, M. (2016). Proceso de Producción. Quito.

Vaquiro, J. (23 de 02 de 2010). Pymes Futuro. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

Vargas, H. (Junio de 2010). Instituto de Investigaciones Economicas y Empresariales . Obtenido de Efecto de la Promocion de Exportaciones en las Pymes :
<http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/jspui/bitstream/123456789/6070/1/EFECTOD>

ELAPROMOCIONALASEXPORTACIONESENLASPYMESEXPOSTADORASDELOSMUNICIPIOSMO
RELIAYURUAPANDELESTADODEMICHOCAN.pdf

Wikipedia. (25 de 09 de 2015). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Patate

Zambrano Barrera, C. (21 de 11 de 2013). Obtenido de <https://prezi.com/xcwmvnb23c-y/exportacion-de-fruta-deshidratada-a-holanda/>