



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Campus Arturo Ruiz Mora
Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

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

Tesis previa la obtención del título de:
INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD CON FINES DE EXPORTACION DE CACAO
FINO DE AROMA A NUEVA YORK-EE.UU, PARA EL COMERCIAL
HERMANOS ZAMBRANO, en el RECINTO EL PARAISO LA 14, 2010**

Estudiante:
ZAMBRANO ZAMBRANO GLADYS VANESSA

Director de tesis
ING. PATRICIO ANALUISA

Santo Domingo – Ecuador

Octubre, 2011

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD CON FINES DE EXPORTACION DE CACAO
FINO DE AROMA A NUEVA YORK-EE.UU, PARA EL COMERCIAL
HERMANOS ZAMBRANO, en el RECINTO EL PARAISO LA 14, 2010**

Ing. Patricio Analuisa
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Eco. Raúl Luna
PRESIDENTE DE TRIBUNAL

Ing. Jorge Tapia
MIEMBRO DE TRIBUNAL

Ing. Carlos Lizano
MIEMBRO DE TRIBUNAL

Santo Domingo, ____ de _____ del 200__

Nombre: Gladys Vanessa Zambrano Zambrano.

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Título del proyecto: “Estudio de factibilidad con fines de exportación de cacao fino de aroma a Nueva York-EE.UU, para el Comercial Hermanos Zambrano, en el recinto El Paraíso la 14, 2010”.

Fecha: Octubre, 2011

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza la autora

GLADYS VANESSA ZAMBRANO ZAMBRANO.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Campus Arturo Ruiz Mora
Santo Domingo

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing. Patricio Analuisa, en calidad de Director de Tesis del tema “Estudio de factibilidad con fines de exportación de cacao fino de aroma a Nueva York-EE.UU, para el Comercial Hermanos Zambrano, en el recinto El Paraíso la 14, 2010”, realizado por la Sra. Gladys Vanessa Zambrano Zambrano, para optar por el título de Ingeniera en Comercio Exterior Integración y Aduana, doy fe que el presente trabajo de investigación ha sido dirigido y revisado en todas sus partes, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Santo Domingo.....de.....del 2011

Atentamente,

Ing. Patricio Analuisa
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis padres que me enseñaron con su amor que todo es posible, que con esfuerzo y dedicación se llega muy lejos, a mi padre Antonio Zambrano que desde niña siempre me enseñó el valor del trabajo. Trabajar por un mejor futuro para sus hijos, quien es mi ejemplo, mi maestro y mi amigo.

Dedico también este trabajo a mis Papitos porque son ellos quienes con su esfuerzo y dedicación formaron a la mujer que soy, en especial a mi madrecita Graciela Solórzano quien es mi fortaleza, me enseñó a tener seguridad en cada paso que daba.

Al gran hombre que Dios puso en mi camino para ser mi compañero, mi esposo Eduardo, quien desde que conocí ha sido un soporte importante en mi vida y por el inmenso amor que ha demostrado y la paciencia día con día y hoy mi felicidad, junto a los hijos que tendremos quienes desde ya son un motivo para la culminación de este proyecto. Anhelando algún día ser su guía y verles llegar muy lejos.

A mis hermanos para que comprendan que nada es fácil ni imposible que todo es constancia y esfuerzo, es caer y levantar y nunca dejarse vencer por las adversidades, que por más solos siempre hay una mano o un porque para luchar, una luz al final del camino, a mi hermanita preciosa Valeria por ser siempre mi mejor regalo, amiga y compañera fiel.

Gracias a toda mi familia

La unión hace la fuerza y la educación el sendero.

Gladys Vanessa Zambrano Zambrano.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida por ser el anfitrión de mis logros, por las bendiciones y el amor que me ha brindado a través de mi familia, mi hogar y mis amigos, por el pedacito de cielo que llevé en mi vientre y por ser una fuerza enorme en cada momento de mi vida. Gracias mi Señor por los grandiosos padres que me distes quienes me enseñaron a valorar la vida con intensidad.

A mis papitos por acogerme en sus brazos como una hija mas, por su ferviente amor y cuidados en cada etapa de mi vida y su paciencia constante para encaminarme siempre en el buen camino. A mi esposo por su apoyo moral y emocional para la culminación del proyecto, a mi pedacito de cielo que siempre lo llevare en mi corazón, quien fue mi motor para no parar y no darme por vencido, una familia es el lazo más importante en los momentos más difíciles los amo. Este logro es para ustedes.

Agradezco a las personas que fueron parte de mi proyecto a mi padre, mi director Patricio Analuisa por guiarme con sus conocimientos y experiencias para el desarrollo de este proyecto, también a mi asesora en proyecto por su apoyo incondicional, así como a la Universidad Tecnológica Equinoccial y sus docentes.

A mis padrinos; Charito y Tarquino por ser un apoyo en momentos importantes.

A mi papito Ramón por su amor y ejemplo de padre en el transcurso de mi vida.

A mi mami Gladys por darme la vida y sus cuidados.

A todos gracias.

Gladys Vanessa Zambrano Zambrano.

TABLA DE CONTENIDOS

	Pág.
PORTADA	i
TEMA	ii
RESPONSABILIDAD DEL AUTOR.	iii
INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
TABLA DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
INDICE DE FOTOS	xix
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xx
EXECUTIVE SUMMARY	xxiii
CAPITULO I	
1. Planteamiento del problema.	1
1.1. Diagnóstico.	1
1.2. Pronóstico.	2
1.3. Control del Pronóstico:	2
1.4. Formulación:	2
1.5. Sistematización del problema:	3
1.6. Objetivo General:	3
1.6.1. Objetivos Específicos:	4
1.7.1. Justificación Teórica:	4
1.7.2. Justificación Metodológica:	4
1.7.3. Justificación Práctica:	5
1.8. Marco Teórico	5
1.8.1. Marco Conceptual	9
1.8.1.1. Definición de Términos Conceptuales	9
1.8.1.2. Definición De Términos Operacionales	11

1.9.	Idea a Defender:	11
1.10.	Identificación De Variables	12
1.10.1.	Variable Independiente.	12
1.10.2.	Variables Dependientes	12
1.11.	METODOLOGÍA	12
1.11.1.	Diseño descriptivo y correccional:	12
1.11.2.	Unidad De Análisis	12
1.11.3.	Tipo de Investigación	13
1.11.3.1.	Investigación Descriptiva	13
1.11.4.	Métodos de Investigación	13
1.11.4.1.	Método de observación	13
1.11.4.2.	Método Deductivo.	13
1.11.4.3.	Método histórico – lógico	13
1.11.4.4.	Método de estadística	14
1.11.4.5.	Método descriptivo	14
1.11.4.6.	Método Analítico	14
1.11.5.	Fuentes, técnicas y tratamiento de datos	14
1.11.5.1.	Fuentes Primarias	14
1.11.5.2.	Fuentes Secundarias	15
1.11.5.3.	Técnicas	15
1.11.6.	Tratamiento de la información.	16
	CAPITULO II	17
2.1.	Antecedentes historicos.	17
2.2.	Características del sector.	23
2.3.	Característica del producto	25
	CAPÍTULO III	27
3.1.	Objetivos del Estudio de mercado	27
3.1.1.	Objetivo General	27
3.1.2.	Objetivo Especifico	27
3.2.	Metodología para la Cuantificación de la Demanda.	28
3.2.1.	Método Exploratorio.	28
3.2.2.	Método Estadístico.	28

3.2.3.	Método Experimental	29
3.2.4.	Método Deductivo	29
3.2.5.	Método Inductivo	29
3.2.6.	Método de Observación.	30
3.3.	Recolección de la Información.	30
3.4.	Procesamiento de la información	30
3.4.1.	Análisis del mercado de Nueva York- Estados Unidos	31
3.5.	Demanda potencial	34
3.4.1.1	Tasa de Crecimiento Promedio Anual.	35
3.4.1.2.	Método de regresión lineal	38
3.4.1.3.	Comparación Tendencias de Crecimiento.	40
3.4.1.4.	Cuantificación de la Demanda	41
3.4.1.5.	Cuantificación de la Oferta.	42
3.5.1.	Oferta internacional	43
3.5.1.1.	Producción Mundial	43
3.5.1.2.	Principales Países Productores	44
3.5.1.3.	Principales Países Exportadores	45
3.5.2.	Determinación de la Oferta de Materia Prima.	47
3.5.3.	Población y Muestra para el cálculo de la oferta de materia prima	47
3.5.4.	El Cuestionario	48
3.5.5.	Tabulación e interpretación del total de encuestas.	49
3.4.5.1.	Resumen de las Encuestas	56
3.4.5.2.	Oferta del proyecto	56
3.6.	Plan de Marketing Internacional.	57
3.6.1.	Análisis Geográfico, Político, Económico y Jurídico de la New York	57
3.6.1.1.	Ubicación Geográfica.	57
3.6.1.2.	Clima.	59
3.6.1.3.	Sistema Político.	60
3.6.1.4.	Sistema Económico.	60
3.6.1.5.	Análisis Socioeconómico	61
3.6.2.	Desarrollo del Plan de Marketing Internacional.	61
3.6.2.1.	Carpeta Empresarial.	61

3.6.2.2.	Mezcla Promocional.	65
3.6.2.3.	Fijación de precio	71
3.6.2.4.	Términos de pago	72
3.6.2.5.	Métodos de Pago.	72
CAPÍTULO IV		73
4.1.	Objetivos del Estudio Técnico.	73
4.1.1.	Objetivo General.	73
4.1.2.	Objetivos Específicos.	73
4.2.	Tamaño del Proyecto.	73
4.2.1.	Factores determinantes del tamaño	73
4.2.1.1.	Mercado	74
4.2.1.2.	Disponibilidad de Recursos Financieros.	74
4.2.1.3.	Disponibilidad de Mano de Obra	74
4.2.1.4.	Disponibilidad de Materia Prima	75
4.3.	Localización del Proyecto.	76
4.3.1.	Macro Localización	76
4.3.2.	Micro Localización	77
4.3.3.	Factores de localización	78
4.3.3.1.	Medios y costo de transporte	78
4.3.3.2.	Cercanía de las fuentes de abastecimiento	78
4.3.3.3.	Cercanía del Puerto	79
4.3.3.4.	Factores Ambientales	79
4.3.3.5.	Disponibilidad de servicios básicos	79
4.3.3.6.	Posibilidad de eliminación de desechos	80
4.4.	Ingeniería del Proyecto.	80
4.4.1.	Proceso de Producción.	80
4.4.1.1.	Fermentación.	82
4.4.1.2.	SECADO.	83
4.4.1.3.	SECADO NATURAL	83
4.4.1.4.	SECADO ARTIFICIAL	84
4.4.1.4.1.	SECADORA GAS	84
4.4.1.5.	SELECCIÓN, CLASIFICACIÓN, ALMACENADO Y ENCOST.	85

4.4.1.6.	PROCESO DE ALMACENAJE	85
4.4.1.7.	PROCESO DE PESAJE Y SELLADO DEL EMBALAJE	85
4.4.1.8.	PROCESO EMBARQUE	86
4.5.	Proceso de exportación	86
4.5.2.	REQUISITOS Y TRÁMITES PARA EXPORTAR	91
4.5.3.	Personas y entidades que intervienen en el Proceso de Exportación.	92
4.5.4.	Cubicación	97
4.5.4.1.	Documentación Requerida para Exportar.	98
4.5.5.	Distribución Física Interna de la Compañía	100
4.5.6.	Constitución de la Compañía.	101
4.5.6.1.	Base Legal	102
4.6.	Organización Administrativa.	105
4.6.1.	Misión	106
4.6.2.	Visión	106
4.6.3.	Valores Corporativos	107
4.6.4.	Objetivos Corporativos	107
4.6.5.	Políticas generales.	107
4.6.6.	Estructura Orgánica.	108
4.6.7.	Organigrama Funcional.	109
4.6.7.1.	Manual de Funciones.	109
	CAPITULO V	112
5.1.	INVERSION	112
5.1.1.	Activos fijos	113
5.1.2.	Inversión diferida	114
5.1.3.	Capital de trabajo	115
5.1.4.	El Financiamiento	116
5.1.4.1.	Financiamiento Interno	116
5.1.4.2.	Financiamiento Externo	117
5.1.5.	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	117
5.1.6.	Estado de origen y fondos	118
5.1.6.1.	Financiamiento	118

CAPITULO VI

6.1.	COSTOS	120
6.1.1.	COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION	120
6.1.1.1.	Materia prima	120
6.1.1.2.	Materiales Directos.	121
6.1.1.3.	Mano de Obra Directa.	122
6.1.2.	Costos Indirectos (Gastos de fabricación).	122
6.1.2.1.	Mano de Obra Indirecta.	123
6.1.2.2.	Suministros.	123
6.1.2.3.	Reparación y Mantenimiento.	124
6.1.2.4.	Combustibles	125
6.1.2.5.	Imprevistos.	125
6.1.3.	Costos de Exportación.	126
6.2.	Gastos Administrativos.	127
6.2.1.	Sueldos Administrativos y de ventas	127
6.2.2.	Suministros de oficina	128
6.2.3.	Útiles de limpieza	128
6.2.4.	Depreciaciones.	129
6.2.6.	Gastos de Ventas.	130
6.3.	Gastos Financieros.	131
6.4.	Proyección de los Costos.	132
6.6.	Ingresos del Proyecto.	134

CAPITULO VII

7.1.	Evaluación Económica y Financiera del Proyecto.	136
7.1.1.	Estado de Situación Inicial	136
7.1.2.	Estado de Resultados.	138
7.1.3.	Flujo de Caja.	139
7.1.4.	Balance General Proyectado.	140
7.2.	Indicadores de Evaluación	141
7.2.1.	Costo Promedio Ponderado de Capital.	142
7.2.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR).	143

7.2.3.	Valor Actual Neto (VAN).	144
7.2.4.	Razón Beneficio / Costo.	145
7.2.5.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).	146
7.2.6.	Punto de Equilibrio.	147
7.2.7.	Índices Financieros.	151
	CAPITULO VIII	156
	CONCLUSIONES	156
	RECOMENDACIONES	157
	BIBLIOGRAFÍA	159
	GLOSARIO	163

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No.1	ENCUESTAS	165
Anexo No.2	PROFORMA	167
Anexo No. 3	FACTURA	168
Anexo No. 4	FACTURA CONTECON	169
Anexo No. 5	FACTURA MIPRO	170
Anexo No. 6	CERTIFICADO DE ORIGEN (MIPRO)	171
Anexo No. 7	CERTIFICADO DE CALIDAD (AGROCALIDAD)	172
Anexo No. 8	CERTIFICADO FITOSANITARIO (AGROCALIDAD)	173
Anexo No. 9	ORDEN DE EMBARQUE	174
Anexo No. 10	BILL OF LADING	175
Anexo No. 11	DAU- A (Régimen 40)	176
Anexo No. 12	NOTA DE PEDIDO	178
Anexo No. 13	LISTA DE EMPAQUE	179
Anexo No. 14	POLIZA DE SEGURO	180
Anexo No. 15	ACTIVOS FIJOS	181
Anexo No. 16	INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	183
Anexo No. 17	COSTOS DE EXPORTACION	184
Anexo No. 18	GASTOS ADMINISTRATIVOS	185
Anexo No. 19	ROL DE PAGO	187
Anexo No. 20	ROL DE PAGO	188
Anexo No. 21	ROL DE PAGO.	189

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°1	Provincias cacaoteras del Ecuador	19
CUADRO N°2	Exportaciones de la Partida Arancelaria Común Nandina	21
CUADRO N°3	Exportaciones de Ecuador de Cacao en pepa	22
CUADRO N°4	Principales fabricantes de chocolates	32
CUADRO N°5	Importadores de cacao en grano en Estados Unidos New York	35
CUADRO N°6	Proyección de la demanda de cacao	37
CUADRO N°7	Proyección de la demanda de cacao EE.UU	39
CUADRO N°8	Comparación tendencias de crecimiento	41
CUADRO N°9	Cuantificación de la Demanda	42
CUADRO N°10	Población de la oferta de materia prima	47
CUADRO N°11	Cultivo de cacao	49
CUADRO N°12	N° de hectáreas	50
CUADRO N°13	Frecuencia de cosecha	51
CUADRO N°14	Quintales producidos	52
CUADRO N°15	Meses de producción	53
CUADRO N°16	Forma de venta	54
CUADRO N°17	Posibilidades de venta	55
CUADRO N°18	Oferta del proyecto	57
CUADRO N°19	Reporte diario de Precios del cacao	72
CUADRO N°20	Requerimiento neto de materia prima	75
CUADRO N°21	Flujo grama de producción de Cacao para Exportar	81
CUADRO N°22	Partida arancelaria	96
CUADRO N°23	Cubicación semanal	97
CUADRO N°24	Cubicación mensual	97
CUADRO N°25	Cubicación anual	97
CUADRO N°26	Extracto de la Escritura Pública de Constitución	103
CUADRO N°27	Inversiones y Financiamiento del Proyecto	112
CUADRO N°28	Activos fijos	113
CUADRO N°29	Inversión diferida	114
CUADRO N° 30	Capital de trabajo	115

CUADRO N° 31 Capital de trabajo	116
CUADRO N° 32 Financiamiento Interno	117
CUADRO N° 33 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	117
CUADRO N° 34 Estado de origen y fondos	118
CUADRO N° 35 Materia prima	121
CUADRO N° 36 Materiales Directos.	121
CUADRO N° 37 Mano de Obra Directa	122
CUADRO N° 38 Mano de Obra Indirecta.	123
CUADRO N° 39 Suministros	124
CUADRO N° 40 Reparación y Mantenimiento.	124
CUADRO N° 41 Combustibles	125
CUADRO N° 42 Costos de Exportación	126
CUADRO N° 43 Sueldos Administrativos y de ventas	127
CUADRO N° 44 Suministros de oficina	128
CUADRO N° 45 Útiles de limpieza	128
CUADRO N° 46 Depreciaciones	129
CUADRO N° 47 Amortizaciones.	130
CUADRO N° 48 Gastos de Ventas.	131
CUADRO N° 49 Gastos Financieros	132
CUADRO N° 50 Proyección de los Costos	133
CUADRO N° 51 Costo Unitario de Producción	134
CUADRO N° 52 Ingresos del Proyecto	135
CUADRO N° 53 Estado De Situacion Inicial	141
CUADRO N° 54 Estado De Resultados	142
CUADRO N° 55 Flujo de Caja.	140
CUADRO N° 56 Balance General Proyectado	141
CUADRO N° 57 Costo Promedio Ponderado de Capital.	142
CUADRO N° 58 Tasa Interna de Retorno (TIR).	143
CUADRO N° 59 Valor Actual Neto (VAN).	144
CUADRO N° 60 Razón Beneficio / Costo	146
CUADRO N° 61 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).	147
CUADRO N° 62 Punto de Equilibrio.	149

CUADRO N° 63 Liquidez corriente	. 151
CUADRO N° 64 Rotación de activos fijos	151
CUADRO N° 65 Rotación de activos totales	152
CUADRO N° 66 Razón de endeudamiento a largo plazo	152
CUADRO N° 67 Razón de financiamiento propio	153
CUADRO N° 68 Rendimiento de activo total	153
CUADRO N° 69 Rentabilidad del Patrimonio	154
CUADRO N° 70 Margen de utilidad bruta	154
CUADRO N° 71 Margen de utilidad neta	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Puerto de New York	33
GRÁFICO N° 2 Industria del cacao en EE.UU.	34
GRÁFICO N° 3 Proyección de la demanda en toneladas de cacao EE.UU.	38
GRÁFICO N° 4 Proyección de demanda de cacao EE.UU.	40
GRÁFICO N° 5 Proyección de demanda de cacao EE.UU.	44
GRÁFICO N° 6 Producción Mundial	45
GRÁFICO N° 7 Principales Productores	46
GRÁFICO N° 8 Principales Países Exportadores	50
GRÁFICO N° 9 Cultivo de cacao	50
GRÁFICO N° 10 N° de hectáreas	52
GRÁFICO N° 11 Frecuencia de cosecha	53
GRÁFICO N° 12 Quintales producidos	54
GRÁFICO N° 13 Meses de producción	55
GRÁFICO N° 14 Forma de venta	56
GRÁFICO N° 15 Posibilidades de venta	58
GRÁFICO N° 16 Ubicación Geográfica de New York.	59
GRÁFICO N° 17 Logotipo	63
GRÁFICO N° 18 Envase del cacao fino de aroma	65
GRÁFICO N° 19 Publicidad.	66
GRÁFICO N° 20 Diseño página Web	67
GRÁFICO N° 21 Tarjeta de presentación	67
GRÁFICO N° 22 Canales de distribución	71
GRÁFICO N° 23 Localización de la empresa	77
GRÁFICO N° 24 Micro Localización	78
GRÁFICO N° 25 Flujo grama de producción de Cacao para Exportar	100
GRÁFICO N° 26 Distribución Física Interna de la Compañía	109
GRÁFICO N° 27 Financiamiento	119
GRÁFICO N° 28 Punto De Equilibrio	150

ÍNDICE DE FOTOS

FOTO N° 1 Producto cacao en pepa	64
FOTO N° 2 Transporte marítimo	69
FOTO N° 3 Contenedor	70
FOTO N° 4 Fermentación de cacao	82
FOTO N° 5 Secado natural	83
FOTO N° 6 Secadora a gas	84

RESUMEN EJECUTIVO

El cacao, componente fundamental del chocolate, es un cultivo originario de América. El primer europeo en descubrir los granos de cacao fue Cristóbal Colón, durante su cuarto viaje a nuestro continente. Estos granos eran usados por los nativos como moneda, además de ser empleados para preparar una deliciosa bebida. Un tiempo después, al establecerse el proceso de colonización de los españoles en América Central y América del Sur, los primeros granos de cacao son llevados a Europa.

La domesticación, cultivo y consumo del cacao fueron realizados por los indígenas Toltecas, Aztecas y Mayas más de un milenio antes del descubrimiento de América. Cuando Hernán Cortéz llegó a México observó que su gente consumía una bebida llamada XOCOALT, pero por su sabor amargo no les llamó la atención y su uso por los españoles demoró casi un siglo, hasta cuando unas muestras de semillas llevadas a España, unas religiosas desarrollaron en 1550 la primera receta del actual Chocolate añadiendo dulce y vainilla.

La bebida al inicio fue usada por la corte y la realeza y luego de poco tiempo pasó a ser de consumo abierto. En la segunda parte del siglo XVI, fue rentable el negocio del cacao dominado por España, que atrajo el interés de promover el cultivo en la Costa ecuatoriana por empresarios guayaquileños, pese a las prohibiciones de la Corona. El cacao ecuatoriano tenía una fama especial por su calidad y aroma la cual era dada por provenir de una variedad autóctona llamada “Nacional”, conocido hasta la actualidad en el mercado internacional.

Finalizado el siglo 19, los suizos logran, luego de varios años de experimentación, producir el primer chocolate de leche, dando comienzo a una industria que se extenderá a escala mundial.

El Ecuador es conocido a nivel mundial por ser una de los países con mayor exportación de cacao nacional o fino de aroma, la cual la llamamos la pepa de oro.

Los exportadores compran el cacao casi seco, cuando supera 8 grados de humedad proceden a un secado adicional en tendales de cemento y a veces cuando el clima no le permite o cuando hay demasiado cacao secan artificialmente con secadoras a gas.

Después se clasifica el cacao con una calificadoras con cinco salidas: cacao ASE, ASS, ASSS, ASSPS y la basura.

En Ecuador el 20% de la producción de cacao en grano se procesa. Los productos industrializados se exportan bajo los siguientes tipos. Manteca (34% en 1999), Licor (28%), Torta (21%), Polvo (17%). Los países hacia donde el Ecuador exporta más cacao procesado son el continente americano y especialmente América del Sur. Las otras regiones del mundo no representan una cantidad muy importante porque procesan ellas mismas el cacao en grano que reciben.

El control de calidad interviene 48 horas antes de la fecha de exportación para el cacao en grano. Una vez realizada el análisis, la Agencia Ecuatoriana de Sanidad y Calidad Agropecuaria, enviando vía fax el informe del inspector designado, AGROCALIDAD emite la respectiva inspección de calidad dando certeza que está dentro de la norma INEN 176.

La empresa “Comercial Hermanos Zambrano” está ubicada en la vía Quevedo km. 48 recinto el Paraíso La 14; actualmente compran a los agricultores de la zona y pequeños comerciantes siendo intermediarios directos de los grandes exportadores.

Esta empresa se avizora comprar para exportar al mercado de EE.UU; observando este mercado, como gran comprador de cacao y con el beneficio de estar en el continente americano.

NUEVA YORK -EE.UU, es un mercado muy importante para la exportación de cacao ya que ha venido siendo uno de los principales importadores de este producto en Ecuador.

EXECUTIVE SUMMARY

Cocoa, chocolate key component is a crop native to America. The first European to discover cocoa beans was Cristóbal Colón during his fourth trip ours continent. These grains were used by the natives as currency, as well as being used to prepare a delicious drink. Sometime after the settlement of the colonization process of the Spanish in Central America and South America, the first cocoa beans are taken to Europe.

Domestication, cultivation and consumption of cocoa were performed by indigenous Toltecs, Aztecs and Maya over a thousand years before the discovery of America. When Hernan Cortez arrived in Mexico noted that his people consumed a drink called XOCOALT, but no bitter taste their attention and their use by the Spanish took almost a century, until samples of seeds taken to Spain, a developed religious in 1550 the first actual recipe sweet chocolate and vanilla added.

The drink at the beginning was used by the royal court and a short time and then became open consumption. In the second part of the sixteenth century the business was profitable cocoa dominated by Spain, which attracted the interest of promoting culture in the Ecuador by Guayaquil entrepreneurs, despite the prohibitions of the Crown. Ecuadorian Cocoa had a special reputation for its quality and aroma which was given for coming from a local variety called "National", known to date in the international market.

After the 19 century, the Swiss achieved after several years of experimentation, produce the first milk chocolate, ushering in an industry that will extend worldwide. Ecuador is known worldwide as one of the countries with national or export of fine cocoa aroma, which we call the gold nugget.

Cocoa exporters buy almost dry when moisture exceeds 8 degrees proceed to additional drying cement awnings and sometimes when the weather permitted or when there is too artificially dried cocoa gas dryers.

After the cocoa is classified with a rating of five outputs: cocoa ASE, ASS, ASSS, ASSPs and garbage.

In Ecuador, 20% of the production of cocoa beans are processed. Industrial products are exported under the following types. Manteca (34% in 1999), Liquor (28%), cake (21%), Powder (17%). The countries to which the processed cocoa exports over Ecuador are the American continent, especially South America. Other regions of the world do not represent a very significant amount for themselves processed cocoa beans they receive.

The quality control involved 48 hours prior to export for cocoa beans. Once the analysis, the Agency for Health and Quality Ecuadorian Agricultural faxed appointed the inspector's report, issued by the respective AGROCALIDAD quality inspection attesting that the standard is within INEN 176.

The company "Brothers Commercial Zambrano" is located on the road Quevedo km. The enclosure 48 Paradise 14, now buy from local farmers and small traders acting as intermediaries direct the big exporters.

This company is looming to buy for export to the U.S. market, looking at this market as a major buyer of cocoa and the benefit of being in the Americas.

NEW YORK, USA, is a very important market for exports of cocoa as it has become one of the leading importers of this product in Ecuador.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema.

La empresa Comercial Hermanos Zambrano tiene como fundamental objetivo alcanzar nuevas metas empresariales; como ser una empresa exportadora de cacao en pepa ya que tiene los recursos necesarios para la transformación, conoce del mercado y del producto teniendo años en esta cadena, y entendiendo el desaprovechado recurso que tienen se han enfocado en la necesidad de obtener un estudio de factibilidad para crear una empresa exportadora de cacao en base a su historial de oferta y demanda.

1.1.Diagnóstico.

La empresa COMERCIAL HERMANOS ZAMBRANO es una empresa que se dedica a la comercialización de productos como; maracuyá tagua maíz y su producto estrella cacao en pepa por más de 20 años. Hoy en día el volumen de compra de cacao oscilan los 1000 quintales mensuales, los mismos que son comercializados a nivel nacional, sin embargo la empresa se perfila a comercializar el cacao nacional en pepa a los mercados internacionales en especial EE.UU.

Al analizar esta ventaja empresarial es preciso estudiar la factibilidad de crear una empresa de exportación de cacao en pepa a EE.UU

El cacao es un producto que aporta en gran proporción a la economía del Ecuador siendo uno de los principales productos de exportación. Como bien sabemos Ecuador es reconocido por producir cacao fino de aroma, lo que nos ubica en un sitio de privilegio en la región; por esta razón la demanda mundial de cacao de aroma se ha incrementado, lo que ha hecho que la producción vaya en crecimiento y encontramos que agricultores han sembrado cacao en mayores cantidades por lo que se avizora un crecimiento sustancial en la oferta del producto.

1.2. Pronóstico.

Es importante estudiar la factibilidad con fines de exportación de cacao para el Comercial Hermanos Zambrano, Al no analizar esta situación la empresa dejara de crecer como tal y estará sometida a los precios del mercado nacional.

No logrando su visión empresarial de crecer en el mercado nacional e internacional y ser líder en la comercialización, sus perspectivas comerciales y financieras se verán truncadas afectando gravemente en sus planes empresariales.

1.3. Control del Pronóstico:

Al hacer el estudio de factibilidad con fines de explotación de cacao para el comercial hermanos Zambrano en el Recinto el Paraíso la Catorce; se hará un análisis detallado de los pasos y requerimientos con una ayuda técnica del proceso de exportación de cacao, la empresa tendrá una mayor visión de futuro en las exportaciones, tomando una decisión conexas a sus propósitos de ampliar su mercado de comercialización, alcanzar los mejores precios y beneficiar a los agricultores de la zona de Quevedo y del país en general. Contribuyendo en el fortalecimiento de la economía Ecuatoriana, mejorando la balanza de pagos y el nivel de vida de la zona de Quevedo.

1.4. Formulación:

¿Cómo influye El estudio de factibilidad con fines de exportación de cacao, para el “Comercial Hermanos Zambrano”?

- CAUSA: Estudio de factibilidad con fines de exportación de cacao a NUEVA YORK- EE.UU para el comercial Hermanos Zambrano.
UNIDAD DE ANÁLISIS: Comercial Hermanos Zambrano.
EFECTO: El crecimiento empresarial del “Comercial Hnos. Zambrano”

1.5. Sistematización del problema:

- ¿Existirán empresas importadoras de cacao en pepa en NUEVA YORK-EE.UU.?
- ¿Cuáles son las empresas nacionales que exportan cacao en pepa?
- ¿Es factible realizar un plan de marketing internacional para conocer la aceptación del producto?
- ¿Qué pasos se deberá seguir para estar en la potestad de exportar el cacao en pepa a NUEVA YORK, EE.UU?
- ¿Será necesario tomar una medida que de mayor credibilidad al mercado internacional?
- ¿Cuáles serán las fuentes de financiamiento para el proyecto?
- ¿Será necesario analizar los índices financieros del proyecto
- ¿Cuáles son los reglamentos expedidos por la cámara de comercio internacional?
- ¿Cuáles serán las barreras de entrada del cacao en pepa a NUEVA YORK-EE.UU?
- ¿Será necesario estudiar las salvaguardias y los certificados correspondientes al cacao en pepa?
- ¿Será necesario tener una estadística de los últimos años de exportaciones de cacao en pepa?
- ¿Será necesario estudiar la demanda y oferta de la empresa Comercial Hermanos Zambrano?
- ¿Será necesario estudiar los países que más importan el cacao en pepa?

1.6. Objetivo General:

“Elaborar un Estudio de Factibilidad con fines de exportación de cacao A NUEVA YORK -EE.UU, para el Comercial Hermanos Zambrano, con el propósito de mejorar su rentabilidad y expandir su mercado nacional, ofreciendo un producto de calidad y que los inversionistas alcancen una rentabilidad razonable”

1.6.1. Objetivos Específicos:

- Determinar la demanda potencial en NUEVA YORK, EE.UU.
- Establecer la oferta interna y externa de cacao en pepa.
- Desarrollar un plan de Marketing Internacional.
- Determinar las condiciones técnicas para la exportación del producto.
- Establecer la estructura organizacional y legal para el funcionamiento del proyecto.
- Determinar la inversión y las fuentes de financiamiento.
- Efectuar la evaluación económica y financiera del proyecto.

1.7. Justificación:

1.7.1. Justificación Teórica:

El presente estudio busca, ayudar con un análisis profundo de los procesos, requerimientos y formulación de la compra venta o demanda oferta del cacao para obtener una eficiente toma de decisiones en cuanto al futuro de la empresa Comercial Hermanos Zambrano, incrementando fuentes de trabajo y creando un fortalecido desarrollo empresarial. La competitividad internacional representa un desafío para la nueva generación agroexportadora del país, obligándonos a rediseñar los objetivos y formas de trabajo para hacerle frente a la competencia mundial, así también a los cambios en cuanto a normas y requisitos de calidad que estos mercados demandan.

1.7.2. Justificación Metodológica:

El estudio de factibilidad con fines de exportación de cacao para la empresa Comercial Hermanos Zambrano en el recinto el Paraíso La Catorce, genera un conocimiento no solo sobre el entorno mundial y nacional que rodea al producto sino que detectamos las fortalezas y debilidades del mismo. Así también planteamos estrategias orientadas a provechar las oportunidades que nos brindan los mercados internacionales.

Este estudio no solo ayudara a implementar nuevas fuentes de trabajo si no realizar los procesos de manera más eficiente enfocadas a la competitividad nacional e internacional ayudando también al desarrollo agroexportador y sus futuras proyecciones y a la economía del país. Este plan se lo debe realizar mediante una investigación profunda de campo y aplicar las técnicas y teorías en cuestión a la logística para llegar al mercado de Estados Unidos, con datos exactos y costos reales logrando así obtener datos confiables que permitan la eficiente exportación de cacao.

1.7.3. Justificación Práctica:

Este proyecto, facilitará la oportunidad de que crear una empresa exportadora de cacao en El Paraíso La Catorce para la empresa COMERCIAL HERMANOS ZAMBRANO, permitiendo expandir su mercado y reconocimiento a nivel mundial, mejorando así su nivel económico y financiero obteniendo un incremento en sus utilidades.

1.8. Marco Teórico

Para realizar la investigación, es importante el empleo y revisión de material bibliográfico de acuerdo al tema a desarrollar, para lo cual se plantea las siguientes teorías:

El comercio internacional según el libro de elementos de comercio exterior “ Es la actividad mercantil que trasciende las fronteras de un país y por lo mismo queda sujeta a legislaciones, normas, usos y costumbres de los países que involucre, así como a los medios de transporte que utilice , a las fuentes de financiamientos que aproveche a las instituciones y convenios internacionales en cuyo campo quede incluida”.¹

El comercio internacional es una actividad de compra y venta de bienes y servicios que se da entre naciones y/o particulares que se comercializan en un país o distintos

¹ “Elementos De Comercio Exterior” Por García C, Pag.16.

países. Los elementos operativos como transporte, seguros internacionales, formas de pagos aduaneros, son tan importantes, como aquellos que intervienen en el marketing internacional.

El marketing internacional se utiliza en el proceso de comercializar productos y servicios en diferentes países, tal es así que el marketing internacional es un proceso multinacional que implica planear y ejecutar la concepción, precio, promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales.

Los elementos controlables de las decisiones bajo las que opera el marketing internacional son: producto, precio, promoción, y distribución; en cambio dentro del marco de los elementos incontrolables del mercado tenemos: competencia, políticas, leyes, comportamiento del consumidor, nivel de tecnología y demás

Así mismo es de considerarse que toda actividad de marketing se realiza sobre un modelo base, donde se establece el medio en el que se comercializa el bien, originando así a quien intervenga ciertos elementos en la actividad planeada de acuerdo al ámbito local. Estos elementos influyen sobre las estrategias y el desarrollo del comercio en el ámbito internacional y son:

- Fuerzas políticas y legales
- Fuerzas económicas
- Fuerzas competitivas
- Nivel de tecnología
- Estructura de distribución
- Geografía e infraestructura
- Fuerzas culturales

Los mercados el concepto de mercados “Mercados es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrán estar dispuestos a

satisfacerlas, a través del intercambio de otros elementos de valor”². El mercado no es nada más que el lugar en donde los oferentes y demandantes se reúnen para intercambiar bienes y servicios.

Esta actividad se ha incrementado y ha crecido de tal forma que hoy en día se habla de mercados globales, en donde los consumidores de todos los rincones del mundo han sido unificados por la comunicación vía fax, satélite, Internet, teléfono y otros avances tecnológicos antes inexistentes, que han estimulado este crecimiento y al mismo tiempo han dado la pauta a que se permita una mayor accesibilidad a la gama de productos, los cuales han originado el aumento del nivel de exigencias de los consumidores globales.

El surgimiento de la economía global fue posible gracias a la apertura de mercados antes protegidos, en la cual eliminaron o redujeron las barreras arancelarias, permitiendo así obtener mayores oportunidades en el mercado y enfrentarse a una competencia internacional.

Obstáculos al comercio exterior, el libre comercio es un intercambio internacional no obstaculizado por medidas gubernamentales, sin embargo los gobiernos muy a menudo infieren en el movimiento comercial recurriendo a medidas proteccionistas con el fin de alcanzar ciertos objetivos nacionales. Los principales obstáculos al comercio son:

Los aranceles, son derechos o impuestos grabados a artículos transportados de la aduana de un país a la aduana de otro. “El objetivo fundamental de un arancel es elevar el precio de la mercadería que se comercializa, reduciendo así la posibilidad de competir con las mercaderías que se producen dentro de un país”³

Los aranceles no son fijos, al contrario pueden cambiar con frecuencia, en relación con

² “plan de exportación” por Morales C. Pág.50.

³“Marketing internacional” por trigo G, Pág.36.

la política comercial que diseña el país, existen diferentes tipos de aranceles:

- **Arancel específico.-** Se determina como una cantidad monetaria por unidad cuantitativa de material, independientemente del valor facturado de la mercancía.
- **Arancel ad-valoren.-** Se lo calcula sobre el porcentaje determinado del valor facturado de la mercancía.
- **Arancel compuesto o mixto.-** Es una combinación del anterior.
- **Arancel cuota.-** Es específico o ad- valoren que se aplica sobre una cuota o volumen determinado de mercancías.
- **Arancel de una columna.-** Fija solo una tasa de impuesto para cada mercadería por lo general lo utilizan los países que tienen un régimen arancelario común para todas las naciones del mundo.
- **Arancel de varias columnas.-** Fija varias tasas de impuestos para diferentes mercaderías dependiendo de los acuerdos comerciales suscritos en otros países.

La planificación estratégica tiene dos connotaciones relativamente diferentes; realizar un "mapa" de las probables decisiones futuras de una organización (Empresa privada, Org. o Institución pública) o diseñar una ruta de acción personal para el futuro. En ambos casos nos enfrenta a la incertidumbre de qué pasará en el futuro y cómo actuaremos de manera conveniente para cumplir nuestros propósitos fundamentales.

Al final las dimensiones personal y organizacional se entretajan en tanto el rumbo que elegimos para nuestras organizaciones influirá en las personas y viceversa. La planificación estratégica nos permite predecir rutas alternativas y elegir la que a nuestro criterio resulte la más probable.

De aquí en adelante con este mapa teórico del futuro nos tocará navegar manejando con flexibilidad las desviaciones que la práctica nos imponga. Un buen plan es aquel que logra elaborar un excelente análisis de situación y en consecuencia permite que la ruta elegida sea lo suficientemente precisa para evitar serios desvíos a los cuales nos enfrenta la realidad en la práctica, por lo que el diseño de planes de contingencia,

sistemas de monitoreo y estructura organizacional descentralizadas y flexibles complementan un exitoso proceso de planeación estratégica.

Planificar significa anticipar el curso de acción que ha de tomarse con la finalidad de alcanzar una situación deseada. Tanto la definición de la situación deseada como la selección y el curso de acción forman parte de una secuencia de decisiones y actos que realizados de manera sistemática y ordenada constituyen lo que se denomina el proceso de planificación"⁴Qué es Planeación Estratégica Incluye la aplicación de la intuición y el análisis para determinar las posiciones futuras que la organización o empresa debe alcanzar.

La planificación estratégica va más allá de pronosticar actuales productos y mercados presentes, formula sobre asuntos más fundamentales; negocio adecuado, objetivos básicos, tiempo de obsolescencia de productos actuales, aumento o disminución de mercados, etc.

No representa una programación del futuro, ni tampoco el desarrollo de una serie de planes que sirvan de molde para usarse diariamente sin cambiarlos en el futuro lejano.

1.8.1.Marco Conceptual

1.8.1.1.Definición de Términos Conceptuales

- **Mercado:** En un sentido general, el mercado es el lugar físico o virtual (como el caso del internet) donde se encuentran dos fuerzas que generan procesos de intercambio: 1) La "oferta" y 2) la "demanda". Ivan Tomson.
- **Investigación de mercados:** es un conjunto de procedimientos con que se recaba y se analiza información nueva para ayudarles a tomar decisiones

⁴www.geocities.com/svg88/plan.htm

- **Estudio De Mercado:** Es una herramienta del marketing que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra manera serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultado una buena aceptación o por el contrario y sus complicaciones de un producto dentro de un mercado.
- **Comercialización:** Es una herramienta de apoyo hacia las acciones de venta de la empresa, que se basa en el trabajo sobre el producto, el mercado, el precio, la publicidad y promoción, colocación estratégica en los puntos de venta y distribución.
- **Precio:** Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo.
- **Demanda:** La cantidad de demanda en un mercado de cualquier bienes la cantidad total que todos los compradores del mercado decidirán adquirir a un determinado precio.
- **Oferta:** oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.
- **Empresa:** La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes o servicios que, al ser vendidos, producirán una rentabilidad.
- **Aplicación:** Poner en marcha o ejecución alguna cosa u objeto para conseguir un fin, adjudicando un bien u efecto.
- **Calidad:** La calidad es una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua, satisfaciendo plenamente las necesidades del cliente.
- **Dirección Estratégica:** Es el procedimiento a través del cual las organizaciones analizan y aprenden de sus entornos internos y externos, dictan la dirección estratégica, crean estrategias destinadas a la consecución de objetivos establecidos y ejecutan dichas estrategias.
- **Planificación Estratégica:** La planeación estratégica es un proceso que mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategia

1.8.1.2. Definición De Términos Operacionales

- **Exportación:** Salida de cualquier mercadería legítima de un territorio aduanero para el consumo en el extranjero, donde se pone de por medio los intereses de dos partes.
- **Aranceles:** Lista oficial de mercancías, en la cual aquéllas (mercancías) están estructuradas en forma ordenada y aparecen los derechos arancelarios (ad-valorem y/o específico) frente a cada producto que puede ser objeto de una operación de carácter comercial, las tarifas aduaneras suponen un obstáculo a la importancia de bienes extranjeros, con ánimo de proteger la economía nacional.
- **Impuestos:** Además de los aranceles, existen otros tipos de impuestos a la importación para una serie de productos, el objetivo de estos impuestos es la protección por parte del gobierno del país importador de un sector que en condiciones de libre mercado no sería competitivo.
- **Incoterms:** International Commercial Terms (Términos de Comercio Internacional) Son una serie de términos de venta empleados en el comercio internacional, cuya finalidad es reducir algunas de las dificultades que encuentran exportadores e importadores al contratar.
- **SGP:** Sistema Generalizado de Preferencias que la Unión Europea tiene con otros bloques económicos.
- **Fletes:** Precio de alquiler de una nave o avión, que se transporta de un lugar a otro para ser comercializada.
- **Logística:** La logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficaces y efectivos de bienes y servicios.

1.9. Idea a Defender:

“Estudio de Factibilidad con fines de exportación de cacao para el Comercial Hermano Zambrano, Sto. Dgo. 2011”, será técnicamente factible y financieramente rentable de ejecutar.

1.10. Identificación De Variables

1.10.1. Variable Independiente.

- Oferta-Demanda nacionales
- Política de comercio internacional
- Crisis Global

1.10.2. Variables Dependientes

- Expansión del mercado
- Rentabilidad.
- Productividad.
- Cantidad de países consumidores
- TIR (Tasa Interna de Retorno)

1.11. METODOLOGÍA

1.11.1. Diseño descriptivo y correccional:

El estudio antes planteado es de carácter descriptivo y correccional; pues, se describen los procesos para la comercialización internacional de cacao en pepa, al mismo tiempo que se correlacionan las diferentes variables, para la obtención de los resultados esperados.

1.11.2. Unidad De Análisis

- Creación de una empresa exportadora.
- Empresa nacional “Comercial Hermanos Zambrano”.

1.11.3. Tipo de Investigación

1.11.3.1. Investigación Descriptiva

La aplicación de esta técnica de investigación, persiguen ofrecer las características, que busca comprender de mejor manera los comportamientos sociales y formas de actuar de los productores agroindustriales de la zona eminentemente agrícola del Recinto El Paraíso la catorce (QUEVEDO) con el objetivo que los mismos puedan iniciar con la actividad del comercio exterior.

1.11.4. Métodos de Investigación

1.11.4.1. Método de observación

Mediante este método identificaremos cada una de las características tanto cuantitativas y cualitativas existente en el objeto de estudio.

1.11.4.2. Método Deductivo.

Este método permitirá determinar aspectos generales como las exportaciones, los medios de pago, logística y las estrategias para lograr una correcta comercialización de cacao nacional en pepa al mercado exterior.

1.11.4.3. Método histórico – lógico

Mediante este método podemos conocer antecedentes y situación actual del cacao nacional en pepa en el Ecuador y en Quevedo para establecer una proyección efectiva que servirá como base para el desarrollo del proyecto.

1.11.4.4. Método de estadística

Mediante el cual tendremos un manejo de la información cuantificable obtenida en los demás procesos de investigación a realizarse y poder tener una proyección a futuro de las exportaciones de cacao fino de aroma en pepa.

1.11.4.5. Método descriptivo

La aplicación de estas variables y características de problemas, busca la comprensión de los distintos comportamientos, económicos políticos de las exportaciones de cacao fino de aroma en pepa y el desarrollo que influye al país.

1.11.4.6. Método Analítico

Para el desarrollo de cada uno de los temas del proyecto, con este método se logra un análisis completo del estudio que servirá para establecer la rentabilidad del mismo.

1.11.5. Fuentes, técnicas y tratamiento de datos

1.11.5.1. Fuentes Primarias

- Entrevistas
- Observación
- Cuestionarios
- Consultas

1.11.5.2. Fuentes Secundarias

- Internet
- Estudio de ANECACAO
- Estudio de AGROCALIDAD
- Estudio del MIPRO
- Ley orgánica de aduanas (LOA)
- Investigación en la CORPEI
- Revistas
- Tesis
- Textos
- Prensa

1.11.5.3. Técnicas

- **Exploración Bibliográfica.-** Es un sustento bibliográfico de la investigación basada en textos, diccionarios, enciclopedias e internet
- **Entrevistas.-** Permite obtener información de campo ya que se necesita entrevistas a los socios de la empresa nacional “Comercial Hermanos Zambrano” para obtener el historial de la oferta y demanda del cacao.
- **Observación.-** Se obtendrá información a través de informes que nos proporcionen la empresa Comercial Hermanos Zambrano, visitando sus instalaciones para un apoyo en el objeto a investigar.
- **Consultas.-** A expertos para conocer la exportación de cacao como a exportadores de cacao.
- **Revisión de estadísticas.-** Para analizar volúmenes de las exportaciones de cacao en los últimos años y los países de mayor demanda y oferta del producto.

1.11.6. Tratamiento de la información.

Entrevistar a los socios fundadores de la empresa nacional Comercial Hermano Zambrano para determinar la oferta y demanda del producto en los tres últimos años y tener toda la información necesaria, como la organización administrativa y organizacional para fortalecer el objetivo; con los datos obtenidos hacer el estudio de factibilidad para crear una empresa exportadora de cacao.

Determinar los procesos y técnicas para la creación de la empresa exportadora de cacao y los pasos para la exportación del mismo a través de la oferta y demanda de la empresa Comercial Hermanos Zambrano, después analizar los datos obtenidos y examinar los cinco últimos años de exportación y las empresa exportadora de cacao que existe en el Ecuador.

La información obtenida a través de todos los procesos de investigación será analizada clasificada y valorada de forma cuantitativa, la cual nos permita su representación en graficas estadísticas para su mayor utilización y análisis del objetivo. Al trabajar en la investigación de los procesos y técnicas de exportación de cacao podemos tener un resultado conexo en cuanto a la futura exportación del mismo, para la empresa Comercial Hermanos Zambrano. La información obtenida con dichas estadísticas y gráficos ayudaran al presente proyecto, los métodos que se emplearan en el estudio serán:

- Métodos de carácter subjetivo.
- Métodos casuales.
- Análisis de la rentabilidad.

La presentación de los resultados será en forma escrita y oral .Para el texto escrito se utilizara los programas Word y Excel; y para la defensa oral se presentara en Power Point.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

2.1. Antecedentes históricos.

El nombre científico del árbol del cacao es Theobroma, que significa en griego “alimento de los dioses”. Este es un cultivo originario de América central. Cristóbal Colón fue el primer europeo en descubrir los granos de cacao en su cuarto viaje al llegar a lo que hoy es Nicaragua. Las culturas Toltecas, Mayas y Aztecas ya lo cultivaban antes del descubrimiento de América usando el cacao como moneda y para preparar una bebida deliciosa, el XOCOLAT, pero por su sabor amargo, tardó casi un siglo en ser introducido en Europa y empleado para hacer una bebida.

Hernán Cortez un conquistador Español, fue quien llevo esta receta a su país, pero como tenía un sabor amargo las monjas de un convento en España agregaron a esta receta azúcar y su sabor fue apetecida por los reyes de España, creando de esta manera el consumo de cacao y mayor producción en América del sur. Este cacao tenía una fama especial por su calidad y aroma floral típico, proveniente de la variedad autóctona que hoy llamamos “Nacional” o “Arriba”.

En las primeras décadas del siglo XIX, más del 50% de la producción de cacao se encontraba en Venezuela. En la década de 1820, los portugueses introducen la pepa de oro en Ghana y otros países del centro de África. En ese entonces, la tercera parte de la producción mundial de cacao era consumida por los españoles. Durante el mismo siglo, se empieza a extender el cultivo en Brasil, los suizos fueron los primeros en producir chocolate con leche a finales del siglo XIX, dando origen a la industria que conocemos hoy en día.

En el Ecuador desde 1830, muchas familias Ecuatorianas adineradas dedicaron sus tierras a la siembra de este producto, en haciendas denominadas “Grandes Cacaos”. Ubicadas preferentemente en Vinces y otros cantones de Los Ríos.

El cacao aparece en tierras ecuatorianas desde el año 1780, duplicando la producción en los años de 1880 en 15.000 TM y después se triplica en los años 20's (40.000 TM) llegando a ser el mayor exportador mundial de cacao en la década de 1890, esto dio el inicio a los primeros bancos del país creando un motor económico nacional.

A nivel de país el cacao es cultivado en diferentes provincias de las regiones costa sierra y oriente, destacándose la mayor producción en la costa ecuatoriana. En el Cuadro No.1, se presenta las principales provincias productoras de cacao en Ecuador.

CUADRO N° 1
Provincias cacaoteras del Ecuador

	Cultivo solo	Part. Prov.	Cultivo asoc.	Part. Prov.
Total nacional	243,059	100%	190,919	100%
Costa	205,414	84.5%	144,728	75.8%
Manabí	52,577	21.6%	48,423	25.4%
Los Ríos	58,572	24.1%	42,134	22.1%
Guayas	51,227	21.1%	21,084	11.0%
Esmeraldas	24,527	10.1%	30,460	16.0%
El Oro	18,511	7.6%	2,627	1.4%
Sierra	19,067	7.8%	36,865	19.3%
Bolívar	3,396	1.4%	14,588	7.6%
Pichincha	5,768	2.4%	11,177	5.9%
Cotopaxi	3,179	1.3%	8,953	4.7%
Chimborazo	---	---	884	0.5%
Azuay	2,577	1.1%	708	0.4%
Cañar	4,017	1.7%	403	0.2%
Loja	130	0.1%	152	0.1%
Región Amazónica	9,374	3.9%	6,339	3.3%
Sucumbíos	2,304	1.0%	1,883	1.0%
Napo	2,930	1.2%	1,317	0.7%
Orellana	2,346	1.0%	1,219	0.6%
Zamora Chinchipe	459	0.2%	747	0.4%
Morona Santiago	876	0.4%	633	0.3%
Pastaza	459	0.2%	540	0.3%
Zonas delimitadas no	9,204	3.79%	2,987	1.56%

Fuente.- Censo Nacional Agropecuario 2005
Proyecto SICA-BIRF/MAG-Ecuador (www.sica.gov.ec)

Elaborado por: Vanessa Zambrano/2011

Según los datos del último censo Agropecuario realizado en el 2005 existen 243,059 hectáreas de cacao, como cultivo solo y 190,919 hectáreas de cultivo asociado, cuando hablamos de cultivo asociados son los acopios grandes de asociaciones de productores que exportan como una asociación, en cambio al hablar de cultivo solo son los pequeños productores que siguen una cadena de producción como puede ser a pequeños acopios y estos a empresas como Nestlé.

La región en la que existe una mayor producción es la costa obteniendo el 84,5% de producción y entre sus provincias Manabí abarca el 21,6%, Los Ríos el 24,1% y Guayas el 21,1%, en tanto que la provincia de Esmeraldas y El Oro participan con el 10,09% y 7,60%, respectivamente; la diferencia se encuentra en el resto de provincias del callejón interandino y la Amazonía. En lo referente al cultivo asociado, casi de manera similar, alrededor del 75,80% agregando una gran diferencia en el resto de provincias.

La partida arancelaria para ingresar el cacao a Estados Unidos del cacao en grano es 1801.00 esta partida se da a través de la decisión 570 Actualización de la Nomenclatura Común, NANDINA o Sistema armonizado

1801.00.00 00 Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted . . . kg Free Free

1801.00.00 00 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. . . kg. . . . Gratis

Partida arancelaria de la República del Ecuador 1801.00.19.00 CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, TOSTADO.

En el Cuadro No. 1, se muestra las exportaciones de la Partida Arancelaria Común Nandina 1801.00.19.00 en miles de dólares FOB por años a Estados Unidos, según la base de datos del Banco Central del Ecuador.

CUADRO N° 2

Exportaciones de la Partida Arancelaria Común Nandina 1801.00.19.00a EE.UU CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, TOSTADO.

AÑOS DATOS EN MILES		
AÑO	TONELADAS	FOB – DÓLAR
2000	12194,42	8785,54
2001	20290,79	19159,66
2002	19183,13	29198,65
2003	24888,67	41606,31
2004	27371,25	38937,89
2005	27801,58	39642,05
2006	-	-
2007	260,13	536,17
2008	175,06	429,5
TOTAL	132165,03	178295,77

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Vanessa Zambrano /2010

El Cuadro No. 2, muestra la estadística de comercio exterior extraída del Banco Central del Ecuador, podemos analizar que las exportaciones con destino a Estados Unidos desde el 2000 al 2008, en el 2005 fue el año de mayor exportación con 27801,58 toneladas y el de menor exportación fue en el 2008 con 175,06. En el Ecuador La población económicamente activa dedicada a las actividades del cacao es de aproximadamente el 12% de la PEA agrícola y el 4% aproximadamente de la PEA total del país según datos de ANECACAO. En el año 1997 la población activa dedicada a la producción de cacao era de 141.777 trabajadores. En cuanto al producto interno bruto (PIB), durante la década de los años noventa el promedio de la producción de cacao ha representado el 4,6% del PIB agrícola y el 0,6% del PIB total.

LA CORPORACION MAG-UDENOR, CORPEI-GTZ investigaron la producción del Ecuador y según las investigaciones del 2007 se presentan los siguientes resultados:

- El cacao es cultivado en más de 100.000 fincas (familias)
- 1000 acopiadores , 30 exportadores y 7 empresas productora de derivados de chocolates

En el cuadro No. 3 se presentan las exportaciones que Ecuador ha realizado a los siguientes países del 2004 al 2008.

CUADRO N° 3

Exportaciones de Ecuador de Cacao en pepa 1801.00.19.00. 2004-2008

PAISES DE DESTINO	2004		2005		2006		2007		2008		TOTAL TM.
	TM.	FOB - DOLAR	TM.	FOB - DOLAR	TM.	FOB - DOLAR	TM.	FOB - DOLAR	TM.	FOB - DOLAR	
EE.UU.	27,371.25	38,937.89	27,801.58	39,642.05			260.13	536.17	175.06	429.50	55.608,02
ALEMANIA	13,369.62	19,989.71	10,471.22	15,625.82					225.08	648.99	24.065,92
HOLANDA(P.B)	7,527.06	11,263.04	10,385.50	15,541.23			74.11	164.36			17986.67
JAPON	5,445.55	8,363.56	5,479.71	8,275.78	25.05	39.10					10950.31
ITALIA	3,491.70	5,256.80	2,873.08	4,435.58			24.84	51.19			6389.62
FRANCIA	4,408.11	6,941.81	2,433.08	3,694.28	25.05	36.64			24.98	58.70	6891.22
COLOMBIA	3,749.46	5,459.92	5,461.70	7,887.76	2,514.30	3,518.09					11725.46
BELGICA	75.08	122.94	300.08	416.12					150.08	411.92	525.24
MEXICO	2,514.30	3,518.09	2,001.42	3,006.74					100.05	282.33	4615.77
ESPAÑA	1,188.28	1,782.94	2,084.09	3,028.32							3272.37
REINO UNIDO			525.30	796.76							525.3
SUIZA	0.58	0.91	75.27	114.05							75.85
TOTAL	69.141,00	101.638,00	69892,00	102.464,00	2.564,40	3.593,80	359,08	751,72	4.193,34	1.831,44	501335,99

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Vanessa Zambrano/2011

En el cuadro No. 3, Las exportaciones de cacao en pepa demuestran que el país al que mayormente exportamos es a Estados Unidos siendo nuestro principal país importador de cacao en pepa seguido por Alemania y Holanda, desde el 2004 al 2008 el año de mayor exportación a EE.UU fue el año 2005 dando a conocer que nuestro cacao Ecuatoriano es muy demandado por los Americanos.

2.2. Características del sector.

El cacao es mayormente producido en las tierras de clima tropical- humedo, en Ecuador se encuentra en mayores cantidades en la provincia de los Rios, Guayas, Esmeraldas, Manabí y en la zona Oriental, en algunas regiones, la recolección del cacao se lleva a cabo durante todo el año, aunque sobre todo entre los meses de mayo a diciembre. Entre las plagas que mayor problema ha causado a este producto y a afectado la producción es la “Escoba de Bruja⁵” y la “Monilla⁶”. Los Organismos que controlan la producción y exportación de cacao es El Ministerio de Comercio Exterior Industrialización y Pesca, La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, como también ANECACAO juntos trabajan para el desarrollo sostenible y la competitividad del mismo.

Entre los principales exportadores de cacao a los Estados Unidos hasta el 2009 tenemos más de 25 exportadores de cacao en pepa y entre los que se destacan AcmansaC.A., Agro Manobanda Hnos. S.A., Agroxven S. A., Cofina S.A. QUEVEXPORT S.A. Según datos de ANECACAO 2009 Estados Unidos del 100% de las importaciones de cacao en pepa dedican a la manteca de cacao el 80%

El cacao es un producto importante para el desarrollo de nuestro país por lo cual el gobierno ha impulsado la siembra del mismo con apoyo financiero a través de los bancos públicos y privados y con la ayuda de ANECACAO que brinda asesoramiento con el cultivo desde la siembra hasta el corte y con semillas para su mayor producción y últimamente AGROCALIDAD “Agencia Ecuatoriana del Aseguramiento de la Calidad del Agro”, bajo la dirección del MAGAP como entidad encargada de hacer cumplir la política agraria del Ecuador.

⁵ La escoba de bruja es un hongo que vive dentro del árbol de cacao y causa que el árbol produzca brotes deformes que se parecen a escobas.

⁶ La monilla se parece a un moho semejante a algodón que cubre las vainas del árbol que producen las semillas.

Algunos países ayudan económicamente al sector cacaotero del Ecuador para el cultivo del cacao fino de aroma, un ejemplo es Venezuela que aportó en marzo del 2010 con crédito no reembolsable por 980.000 dólares a catorce asociaciones agrícolas dedicadas al sembrío de cacao fino de aroma.

El embalaje propicio para exportar cacao en pepa es en saco de cabuya, que deberán estar almacenados sobre pallets ayudando con la protección del producto contra la acción de agentes externos que puedan alterar sus características químicas y físicas a proteger, la entidad más importante de regularización de cacao en el Ecuador es la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO), la cual es una asociación sin fines de lucro con personería jurídica constituido mediante Acuerdo Ministerial N° 477 en julio 27 de 1987, con sede en la ciudad de Guayaquil, sus actividades tienen cobertura nacional, es quien vela por el bienestar y desarrollo del sector productor y exportador del cacao.

AGROCALIDAD.- La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro que en concordancia con el nuevo direccionamiento estratégico liderado por el Gobierno Nacional es el encargado de las labores de capacitación, inspección y certificación de las normas sanitarias y de inocuidad, quien establecerá un sistema de auditoría permanente para garantizar la idoneidad, transparencia e independencia de las labores de inspección y certificación. Ejecutado en amparo al decreto ejecutivo dado en la ciudad de Manta, provincia de Manabí el día 22 de noviembre del 2008.

La corporación financiera nacional es una institución que brinda apoyo al desarrollo de los pequeños y grandes productores de distintos sectores agropecuario del país, siendo el cacao uno de los productos más exportados del Ecuador, tiene mucha ayuda de esta corporación ofreciendo préstamos a través del Banco de Fomento de hasta \$300.000 dólares con una tasa de interés del 16.28% a 10 años plazo y hasta 3 años de gracia, los bancos restantes también aportan con crédito para el área agrícola pero su tiempo y tasa es mayor por lo cual el principal ente que aporta con crédito es el banco del fomento.

Los agricultores al cosechar el cacao le sacan la baba que tiene y lo llevan a un acopio cercano donde lo compran y le dan un mejor secado para venderlo a una empresa exportadora o a fábricas como ejemplo Nestlé.

Variedades de cacao:

- **Cacao criollo o nativo:** fue bautizado así por los españoles al llegar a México, pero en Ecuador es conocido como el cacao nacional o fino de aroma. Es un cacao reconocido por su gran calidad, reservado para la fabricación de los chocolates más finos.

- **Cacao forastero:** originario de la alta Amazonía. Se trata de un cacao normal, con el tanino más elevado. Es el más cultivado y proviene normalmente de África. El grano tiene una cáscara gruesa, es resistente y poco aromático. Para neutralizar sus imperfecciones, requiere un intenso tueste, de donde proceden el sabor y el aroma a quemado de la mayoría de los chocolates.

- **Cacao híbridos,** entre los que destaca el trinitario: es un cruce entre el criollo y el forastero, aunque su calidad es más próxima al del segundo. Como su nombre sugiere, es originario de Trinidad donde, después de un terrible huracán que en 1727 destruyó prácticamente todas las plantaciones de la Isla, surgió como resultado de un proceso de cruce.

2.3. Característica del producto

Las principales características que posee el cacao son:

- Es un cultivo tropical que se produce durante todo el año y en áreas no mayores a 20 grados.
- Este árbol demora de cuatro a cinco años para producir fruto y de 8 a 10 años en

lograr su máxima producción.

- La pepa de cacao está rodeada de una pulpa dulzona.
- Tiene una capa de color blancuzca
- Los derivados del cacao, son una importantísima fuente de energía, especialmente por su alto contenido en hidratos de carbono y grasas.
- También son una fuente de minerales, ya que son ricos en hierro, fósforo, magnesio.
- Además, el cacao es rico en antioxidantes que contribuyen a evitar la oxidación del colesterol.
- El chocolate es beneficioso para el corazón. Estudios realizados por la universidad de Harvard, en Estados Unidos, demuestran que al igual que el vino, contiene fenoles antioxidantes que protegen al organismo de enfermedades cardiovasculares.

Cuando el cacao está maduro se corta del árbol y se saca las pepas que trae por dentro de la mazorca, después se saca una parte del cacao llamado maguey y se separa la monilla para obtener una mayor calidad en el producto y de tal manera mejor precio, después se lo tiende en una pista a la luz del sol para que salga la baba que tiene, por unos tres días de intenso sol. Entre mayor secado tenga, tendrá una merma pero su valor se incrementa.

Valores nutricionales del cacao:

- 54% manteca de cacao
- 11.5% proteínas
- 9% celulosa
- 7.5% almidón y pentosanos
- 6% taninos
- 0,4 grasas

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permite determinar las necesidades de un lugar, país o región específico con el fin de analizar la viabilidad de un proyecto a ejecutar y su futura toma de decisiones según los resultados, por lo cual “el resultado del estudio de mercado constituye una de las primeras pruebas de viabilidad para la ejecución de un proyecto”⁷

3.1. Objetivos del Estudio de mercado

3.1.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de exportación de cacao fino de aroma desde el Comercial Hermanos Zambrano a Nueva York- Estados Unidos.

3.1.2. Objetivo Especifico

- Determinar la demanda potencial en NUEVA YORK, EE.UU.
- Identificar los principales importadores del cacao fino de aroma en Nueva York-EE.UU
- Analizar la oferta externa del cacao fino de aroma a Nueva York-EE.UU
- Establecer la oferta interna del cacao fino de aroma en pepa
- Determinar la frecuencia de las exportaciones.

⁷Méndez, López, Raúl, (2001), Evaluación de Proyectos, Pág. 144

3.2. Metodología para la Cuantificación de la Demanda.

En este proceso de investigación para la exportación de cacao fino de aroma a Nueva York-EE.UU, se utilizara los siguientes métodos de investigación tales como: método exploratorio, estadístico, experimental, deductivo, inductivo y de observación. Estos métodos permitirán obtener información con la que se obtendrán respuestas que serán utilizados con el cumplimiento de los objetivos específicos del estudio de mercado.

3.2.1. Método Exploratorio.

Este método "tiene como objetivo primordial proporcionar conocimiento y comprensión del fenómeno que existe"⁸, este método se empleará para obtener información de la base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC), del Banco Central del Ecuador (BCE) y de la base de datos de ANECACAO Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, quien es el encargado de velar por el desarrollo e investigación de la producción de cacao; Para la obtención de datos de Estados Unidos se utilizará la página de trademap, la página de estadísticas y censos de Estados Unidos Census. La información que se obtendrá permitirá determinar la demanda potencial y la oferta exportable del cacao fino de aroma a Nueva York-EE.UU.

3.2.2. Método Estadístico.

Es un método cuantitativo que consiste en conjuntos de números obtenidos al contar o medir elementos, con lo cual se realizará un análisis completo de los datos para transformarlos en información y obtener resultados que servirán para determinar las conclusiones y recomendaciones de esta investigación. En este método se emplearan datos históricos sobre las exportaciones que realiza el Ecuador a Nueva York- EE.UU, así como también se empleara la base de datos históricas de las importaciones que realiza Estados Unidos del cacao fino de aroma del mundo para efectuar las

⁸Naresh K. Malhotra (2001) Investigación de Mercados, Pág. 75

proyecciones y estimar su comportamiento durante los años de vida útil que tendrá el proyecto.

3.2.3. Método Experimental

Este método será empleado para garantizar la calidad del cacao fino de aroma en pepa exportable, es decir que cumpla con las condiciones técnicas para que ingrese a Nueva York este análisis permitirá medir el nivel de humedad en la pepa y se lo realizará una persona de AGROCALIDAD (La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro)

3.2.4. Método Deductivo

“Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”⁹. Se empleará este método para hacer un análisis de la información que se obtendrá de las instituciones públicas y privadas, con lo que se determinará la demanda potencial, la oferta exportable, la producción interna de cacao fino de aroma y otros aspectos de interés para la factibilidad del proyecto.

3.2.5. Método Inductivo

“Es aquel argumento que se sustenta en la generalización de propiedades comunes a casos ya observados”¹⁰. Este método se empleará para obtener información a través de las encuestas de campo que se realizará a los productores de cacao fino de aroma de las zonas productivas que serán considerados como objeto de estudio y con esta información se podrá determinar la capacidad que los productores podrán ofrecer al proyecto.

⁹Bernal, Torres, César, Augusto (2006) Metodología de Investigación pág. 56

¹⁰Méndez, López, Raúl, (2001), Evaluación de Proyectos, Pág. 144

3.2.6. Método de Observación.

La observación científica como procedimiento de investigación puede entenderse como “el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad”¹¹. Este método será aplicado en todo el proceso de la investigación de campo que q dará sustento al proyecto; siendo de vital importancia la observación en las pasantías que realizare en la compañía exportadora de cacao que tiene 10 años en el comercio internacional QUEVEXPORT S.A.

3.3. Recolección de la Información.

En primera instancia se procederá a obtener información de la base de datos de instituciones públicas y privadas de Estados Unidos sobre la demanda del cacao fino de aroma en este país, además para determinar los importadores existentes en Nueva York.

En segunda instancia se realizará una investigación de campo dirigida a los productores del cacao fino de aroma en el Ecuador, que son campesinos que se dedican a esta producción y están ubicados en ciertas zonas que serán consideradas para la investigación. Por lo tanto la información que se obtendrá será de fuentes primarias a así como de fuentes secundarias.

3.4. Procesamiento de la información

Al contar con la información proveniente de la base de datos de instituciones públicas y privadas tales como U.S. Census Bureau el mismo que es el departamento de censos de Estados Unidos referente tanto a la demanda histórica como a la oferta del cacao fino de aroma, permitirá a través de la aplicación de método de proyección determinar tanto la demanda potencial como la oferta potencial. A demás de la aplicación de formato de

¹¹ Méndez, López, Raúl, (2001), Evaluación de Proyectos, Pág. 143

encuestas dirigidas a los productores del cacao fino de aroma en el Ecuador a través de la información de campo que se obtendrá información relevante para el proyecto la misma que será tabulada y representada gráficamente para facilitar el análisis que permitirá cumplir con los objetivos del estudio de mercado.

3.4.1. Análisis del mercado de Nueva York- Estados Unidos

Actualmente Estados Unidos es una potencia a nivel mundial, este es un motivo importante por lo que la mayoría de los países se interesan en participar de las ventajas y beneficios ofrecidos por el mercado más potente, En la actualidad la población Norteamericana asciende a casi 308.745,538 habitantes y se estima que crecerá en 50% en los próximos 50 años estos datos son tomados del U.S. Census Bureau.

Otro aspecto importante de Estados Unidos son los tratados internacionales que mantiene con diversos bloques a nivel mundial y con nuestro país “la ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Lucha contra las Drogas (Atpda)” que no se ha renovado el tratado pero q en un tiempo no muy lejano se espera reanudar.

➤ Nueva York

Es el Estado de mayor población de Estados Unidos, cuenta con 19.541,453 habitantes, además de ser por más de un siglo la capital económica del mundo debido a que se encuentran los principales centros de negocios a nivel mundial. En un documento de la Corporación de Promoción de Exportación e Inversión (CORPEI) se manifiesta que New York es una ciudad donde el cacao y su industria han sido importantes ya que ha generado puestos de trabajo.

En Estados Unidos el nivel de consumo de cacao es de aproximadamente del 35% (dato extraído por la CORPEI) y el restante lo exportan a otros países ya elaborados en sus distintas presentaciones, es importante recalcar que estos elaborados están en

lugares estratégicos como supermercados y tiendas que son de fácil obtención para los consumidores, ayudando al incremento de sus venta en EE.UU como a nivel internacional.

➤ **Fabricantes**

Nueva York como antes se mencionaba es un área metropolitana de comercio y finanzas donde se encuentran algunas fábricas chocolateras tales como las que se puede ver en el cuadro N° 4

CUADRO N° 4
PRINCIPALES FABRICANTES DE CHOCOLATES

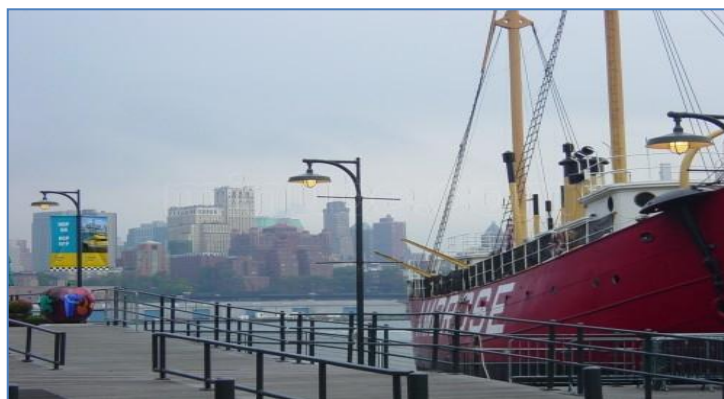
EMPRESA	DIRECCIÓN	CONTACTO
The Factory of chocolate	5-49 49th Ave., Queens, NY 11101 Vernon Blvd	718-482-7069
Bon Bons Chocolatier	319 Main Street Huntington, NY 11743	(631)549-2537 contact@bonbonschocolatier.com
Chocolate Factory	Clinton Hill 275 Park Ave Brooklyn, NY 11205	(718) 237-25222.
Andrew & Allan's Bakery and Chocolate Factory	Neighborhoods: Oakwood, New Dorp 5 reviews 61 New Dorp Plaza Staten Island, NY 10306	(718) 667-9696
Rocky Mountain Chocolate Factory	Neighborhoods: Civic Center, TriBeCa 125 Chambers St New York, NY 10007	(908) 820-92027
Chocolate Factory 1 Condo Association	319 Barrow St Jersey City, NJ 07302	(201) 946-18976.
Jacques Torres Chocolate Haven	Neighborhood: South Village 195 reviews 350 Hudson St New York, NY 10014	(212) 414-2462

Fuente: www.yelp.com

Elaborado por: Vanessa Zambrano/2011

También tomando en consideración que se localiza un puerto marítimo que nos ayuda con la manipulación y transporte de la mercadería (Gráfico N°1)

GRÁFICO N° 1 PUERTO DE NEW YORK



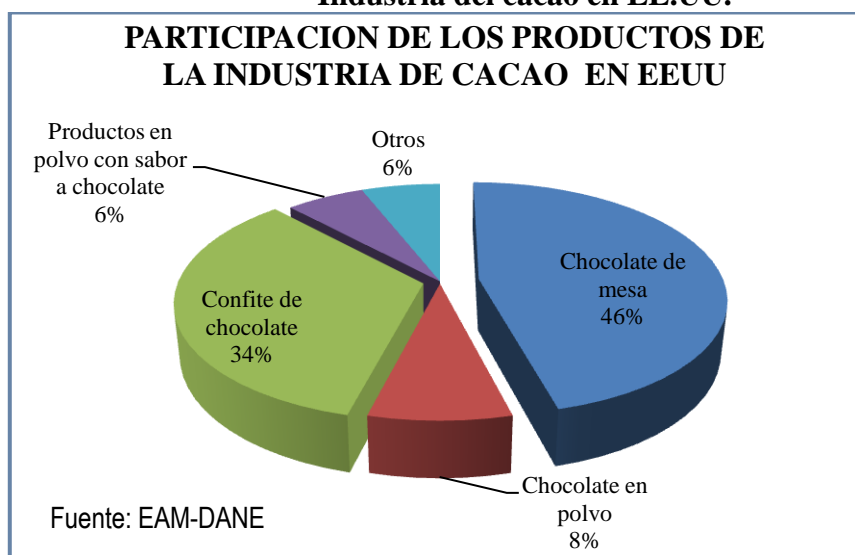
Fuente: www.yelp.com

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Por todo lo mencionado anteriormente se escogió exportar a Nueva York – EE.UU, debido a las diversas ventajas que posee el mercado de Nueva York para la industria del chocolate.

La participación de productos de la industria del Cacao en Estados Unidos según estudios realizados por la EAM-DANE es la siguiente: Producto en Polvo con sabor a chocolate 6%, Chocolate de mesa 46%, confites de chocolate 34%, Chocolate en polvo 8% y otros 6%.

GRÁFICO N° 2
Industria del cacao en EE.UU.



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Importadores**

Persona natural o jurídica que realiza el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país pretendido para su uso o consumo en el interior de otro país.

3.5.Demanda potencial

“Es la demanda potencial la que hace referencia a la demanda que se lograría si se cumpliera ciertas condiciones, que actualmente no se presentan en el mercado”.¹² Al determinar la demanda potencial para el cacao, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda del cacao fino de aroma en Nueva York o nivel de ventas de la empresa, en un tiempo futuro. Para determinar la demanda potencial se sustentará en la base de datos de las páginas web: www.trademap.org, www.infoaserca.gob. Las mismas que poseen información que nos permitirán realizar las proyecciones para los próximos cinco años.

¹²Guillermo, Grajales, V. Estudio de Mercado y Comercialización pág. 5

CUADRO N° 5
Importadores de cacao en grano en Estados Unidos New York

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCION	PAIS
Blommer Chocolate	600 West Kinzie San Chicago, IL 60654 Chicago, IL 60654 1-800-621-1606 1-800-621-1606	EE.UU.
Transmar Comodity Group www.transmarusa.com	Dirección: 200 South Street, 4 th Floor 200 South Street, 4 ^o piso Morristown, New Jersey 07960 USA Morristown, New Jersey 07960 EE.UU. Phone: Fax:Teléfono: Fax: (973) 359-4040 (973) 359-4058 (973) 359-4040 (973) 359-4058 Email: Correo electrónico: info@TransmarUSA.com info@TransmarUSA.com	EE.UU. new yersi
Itochu International	ITOCHU International Inc., 335 Madison Avenue Nueva York, NY 10017 TEL 212.818.8000 FAX 212.818.8282 TEL 212.818.8000 Fax 212.818.8282	EE.UU.

Fuente: ANECACAO

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

3.4.1. Métodos para realizar las Proyecciones

Con los datos históricos obtenidos en la base de datos de www.trademap.org, durante el año 2002 hasta el año 2009, se realizará la proyección de estas variables, de las cuales se realizará el caculo según dos método de proyección, para posteriormente seleccionar y aplicar los datos que se ajusten a los requerimientos del proyecto, datos que serán tomados en cuenta durante los cinco años de vida útil que tendrá el proyecto de exportación.

3.4.1.1 Tasa de Crecimiento Promedio Anual.

El método de tasa de crecimiento anual “se basa en un supuesto de permanencia de las condiciones que influyeron en el comportamiento pasado es decir se estima la

proyección con el promedio de los antecedentes históricos”¹³, en el método de la tasa crecimiento promedio anual primero se determina el consumo histórico, para determinar el promedio de crecimiento de la demanda y luego con esta tasa proyectar para los siguientes años. La fórmula para calcular la tasa de crecimiento es la siguiente:

- a. Fórmula para calcular la tasa anual de crecimiento.

$$i = \frac{M}{c} - 1$$

- b. Fórmula para la proyección de los datos

$$M = c (1 + i)^n$$

En el cuadro No. 5 se muestra los datos históricos del consumo de cacao además de la proyección del mismo durante los 5 primeros años de vida del proyecto.

¹³Nassir, Sapag, Chain, (2001) Preparación y Evaluación de Proyectos. Pág. 75

CUADRO N° 6
Proyección de la demanda de cacao
Método Crecimiento Promedio Anual

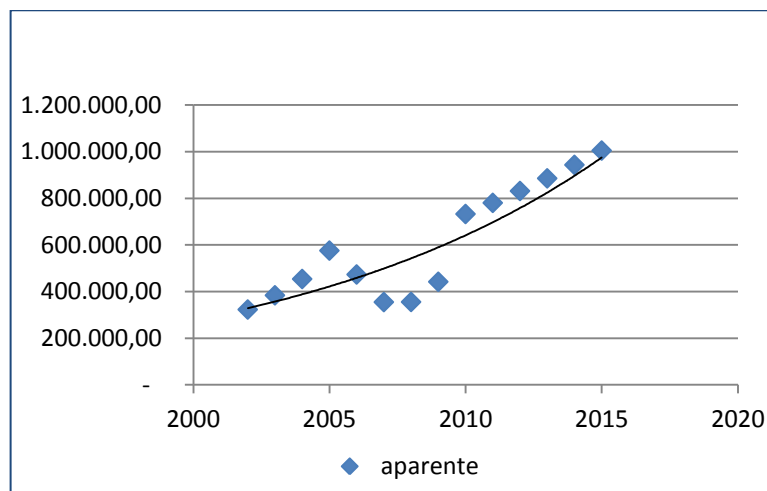
Años	Demanda de cacao en TM.	Proyección
2002	323.257,00	
2003	384.217,00	18,86%
2004	454.344,00	18,25%
2005	576.167,00	26,81%
2006	473.645,00	-17,79%
2007	355.135,00	-25,02%
2008	355.751,00	0,17%
2009	442.374,00	24,35%
	total	45,63%
	TCPA	6,52%
2010*	733.157,44	
2011*	780.949,95	
2012*	831.857,93	
2013*	886.084,45	
2014*	943.845,86	
2015*	1.005.372,57	
coeficiente de correlación		0,884699028
Datos proyectados		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

En el cuadro anterior se muestra que el crecimiento anual promedio del consumo de cacao es de 6.52%, esto quiere decir que se proyectara con esta tasa para obtener los datos futuros; luego de realizar la proyección se muestra que para el primer año existirá una demanda de 733.157.44 toneladas y para el último año se incrementara a 1.005.372.57 toneladas. Además podemos decir que la correlación que existe es del 88.46% por lo que la diferencia de este porcentaje; 11.53% no tiene explicación en el pronóstico dado. En el siguiente gráfico se observa el comportamiento de la demanda de cacao.

GRÁFICO N° 3
Proyección de la demanda en toneladas de cacao EE.UU.
Método Crecimiento Promedio Anual



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Como podemos observar existe una tendencia de crecimiento de la importación de Estados Unidos de cacao para los próximos años.

3.4.1.2. Método de regresión lineal

El método de regresión lineal forma parte de los modelos causales de proyección de datos el mismo que “intenta proyectar el mercado sobre la base de antecedentes cuantitativos históricos”¹⁴, para realizar la proyección con este método se debe tomar en cuenta que los factores condicionantes del comportamiento histórico de alguna o de todas las variables del mercado permanecerán constantes.

¹⁴Nassir, Sapag, Chain, (2001) Preparación y Evaluación de Proyectos. Pág. 79

Para realizar la proyección con el método de regresión lineal se utilizar las siguientes formulas:

FORMULAS:

$$b = \frac{\sum XY - n \bar{X} \bar{Y}}{\sum X^2 - n \bar{X}^2} \quad y = a + bx \quad a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

CUADRO N° 7
Proyección de la demanda de cacao E.E.U.U.
MÉTODO DE REGRESIÓN LINEAL

MODELO DE REGRESION LINEAL SIMPLE (MINIMO CUADRADOS)			
AÑOS	DEMANDA (y)	X	DEMANDA PROYECTADA
2010*	436.218,75	8	878.592,75
2011*	439.687,08	9	1.318.279,83
2012*	443.155,42	10	1.761.435,25
2013*	446.623,75	11	2.208.059,00
2014*	450.092,08	12	2.658.151,08
2015*	453.560,42	13	3.111.711,50
COEF. DE CORRELACION		0,873820494	CALC. EXCEL
*DATOS PROYECTADOS			

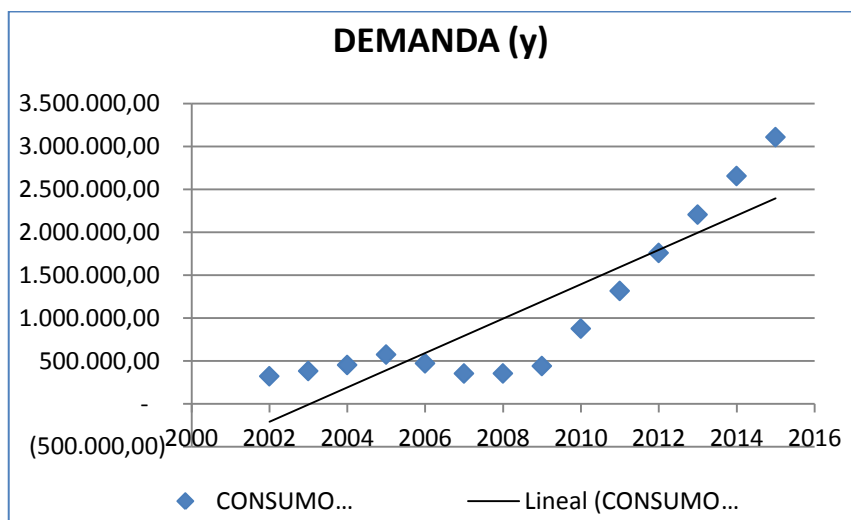
Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Vanessa Zambrano/ 2011

Con el método de regresión lineal en base a los últimos 8 años, es decir desde el año 2002 hasta el año 2009. Se proyecta que se demandara en el año 2010 la cantidad de 878.592,75 toneladas y en el año 2015 se demandara 3.111.711,50 toneladas, teniendo un coeficiente de correlación de 0.8738.

En el Gráfico No.4, se presenta la proyección de demanda de cacao de Estados Unidos por el método de la regresión lineal de los datos históricos.

GRÁFICO N° 4
Proyección de demanda de cacao EE.UU.
Método De Regresión Lineal



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Se observa que existe una demanda creciente según los datos históricos obtenidos desde el año 2002 al 2009 tomando en consideración que el coeficiente es de 0.8738

3.4.1.3. Comparación Tendencias de Crecimiento.

Después de haber obtenido los datos proyectados que se realizaron con los dos métodos de proyección y tomando en cuenta que la correlación es directamente proporcional con la aceptación o la veracidad de las proyecciones es decir mientras más alta sea la correlación; más aceptable es el método. Entonces se determina que el método de crecimiento promedio anual (TCPA) tiene mayor porcentaje por lo que se escogerá para la realización de las estimaciones de la demanda futura para el presente proyecto. En el cuadro No.8 se puede observar las comparaciones en las tendencias de crecimiento basados en los datos históricos.

CUADRO N° 8

Comparación tendencias de crecimiento

AÑOS	PEOYECCION TCPA	REGRESION SIMPLE
2010*	733.157,44	436.218,75
2011*	780.949,95	439.687,08
2012*	831.857,93	443.155,42
2013*	886.084,45	446.623,75
2014*	943.845,86	450.092,08
2015*	1.005.372,57	453.560,42
C. COERR.	0,884699028	0,873817993
*DATOS PROYECTADOS		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Luego de estas comparaciones entre los métodos de proyección realizados se seleccionaran los datos de proyección obtenidos con el método de la tasa de crecimiento promedio anual, cuyo coeficiente de correlación corresponde al 88.47%, con esta información se determinará la demanda potencial, la demanda insatisfecha y la oferta del proyecto.

3.4.1.4. Cuantificación de la Demanda

Con el análisis de la demanda se pretende cuantificar el volumen de toneladas de cacao que las empresas importadoras en el puerto de New York podrían adquirir que es lo que se pretende proyectar con este proyecto, por tanto:

$$\text{Demanda} = \text{Capacidad} + \text{Disposición a Comprar}$$

La demanda se asocia a distintos niveles de precio, condiciones de venta, etc., y se proyecta en el tiempo, independizando claramente la demanda deseada de la esperada.

La Industria de derivados de cacao en Estados Unidos posee una gran participación en

el mercado, según estudios realizados por la Oficina del Censo de Estados Unidos CENSUS por el departamento EAM-DANE, el mercado de New York demanda el 46% del consumo total de cacao de Estados Unidos, lo que quiere decir que el mercado de New York demanda gran cantidad del producto. En el Cuadro No. 9, se determina la demanda potencial del proyecto.

CUADRO N° 9
Cuantificación de la Demanda

AÑOS	PROYECCION TCPA Toneladas	Tendencia de consumo	Demanda Potencial Toneladas
2010*	733.157,44	46%	337252
2011*	780.949,95	46%	359237
2012*	831.857,93	46%	382655
2013*	886.084,45	46%	407599
2014*	943.845,86	46%	434169
2015*	1.005.372,57	46%	462471
* Datos	proyectados		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Para determinar la demanda potencial del cacao por el mercado de New York se tomó como base la tendencia de crecimiento por el método TCPA, luego se toma en consideración la tendencia de consumo de Cacao en las industrias de New York la cual según estudios realizados es el 46% de la importación total de Estados Unidos. Por lo que se proyecta que el consumo de cacao para el 2015 es de 462.471 Toneladas.

3.4.1.5. Cuantificación de la Oferta.

Según Baca Urbina en su libro “Evaluación de Proyectos” dice que la oferta es aquella cantidad de bienes o servicios que los oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue con el análisis de la oferta actual es determinar las cantidades y las condiciones en que una economía puede poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Además la oferta tiene un propósito de determinar las fortalezas y debilidades de los oferentes que actualmente pueden estar ofreciendo cacao al mercado que pretendemos ingresar.

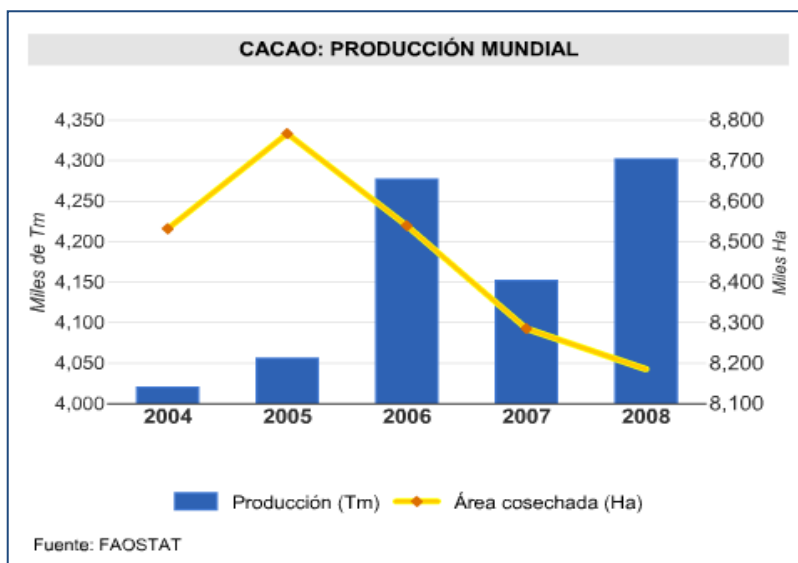
3.5.1. Oferta internacional

3.5.1.1. Producción Mundial

Según datos de la Organización para la Agricultura y la Alimentación FAO, la extensión mundial cosechada de cacao se estima en unos 8.2 millones de hectáreas, con un rendimiento anual de unos 525 kilos por hectárea.

Como se puede apreciar en el gráfico, en los último cinco años la producción en el mundo se ha incrementado a un ritmo de 1.8% anual.

GRÁFICO N° 5
Producción Mundial



Fuente: MAGAP

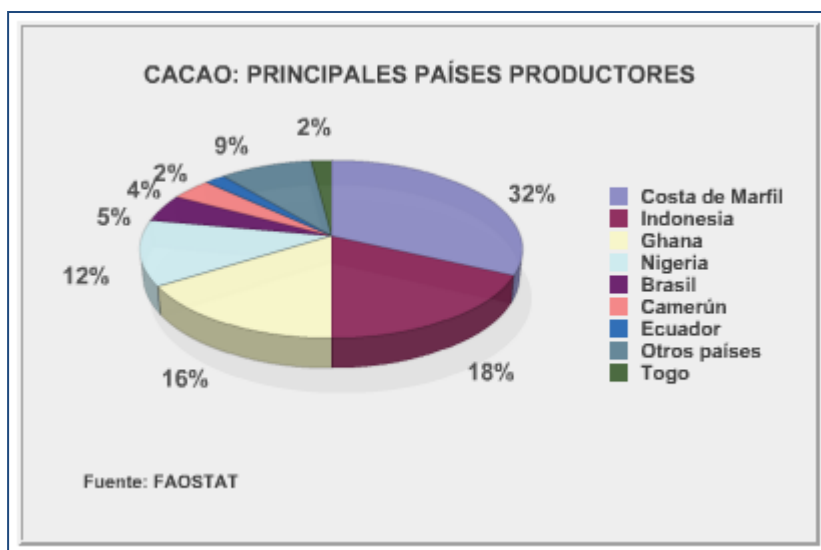
Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

3.5.1.2. Principales Países Productores

Hay cultivos de cacao en unos 50 países, la producción mundial de cacao se cultiva principalmente en África del Oeste, Centro y Sudamérica y Asia. Los principales países productores de cacao son: Costa de Marfil, Indonesia, Ghana, Nigeria, Brasil, Camerún, Ecuador, Togo que representan en conjunto el 91% de la producción de cacao en grano a nivel mundial. Nuestro país ocupa actualmente el 7mo lugar como productor mundial del grano.

GRÁFICO N° 6

Principales Productores



Fuente: MAGAP

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

3.5.1.3. Principales Países Exportadores

La estructura de los mayores países productores de granos de cacao coincide casi totalmente con aquel ranking de mejores exportadores de la “pepa de oro”, ya que normalmente los países productores no poseen una gran industria de molienda y elaboración de productos terminados como chocolates.

En el siguiente gráfico podemos ver los principales países exportadores de cacao en pepa:

GRÁFICO N° 7

Principales Países Exportadores



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2010

Según el informe de la FAO Explica que Holanda y Bélgica son importantes exportadores de grano, sin ser productores de cacao, esto se da ya que estos países son reconocidas fuentes de cacao de primera calidad, es decir, estos recolectan, segmentan y seleccionan los granos provenientes de varias partes del mundo para luego ser reexportados según su calidad y características especiales.

En cuanto a otro producto importante de la cadena como es la manteca de cacao, los principales exportadores mundiales se registran en Holanda con 35%, Malasia 17%, Francia 13%, y Costa de Marfil con 10% de las exportaciones mundiales. Nuestro país ocupa el puesto número 20 en el listado de principales productores de manteca de cacao a nivel internacional.

3.5.2. Determinación de la Oferta de Materia Prima.

Para determinar la oferta de la materia prima para el proyecto se extraerán del historial de todos los proveedores de la empresa Comercial Hermanos Zambrano. Para realizar la cuantificación de la oferta de materia prima se procedió a obtener un listado de todos los productores de cada una de las zonas, tales como: Quinindé, Los Ángeles, El Paraíso la 14 y Bramadora.

3.5.3. Población y Muestra para el cálculo de la oferta de materia prima

La población para el presente proyecto está dada por 190 productores de las zonas en que la empresa Comercial Hermanos Zambrano se encuentra ubicada. Después de realizar la recopilación de los datos otorgados por el comercial se pudo observar que los productores se encuentran en distintas zonas por lo que se utilizará el método de muestreo aleatorio. El cuál se lo realizará en referencia a la base de datos con el que cuenta la empresa, en el cuadro se muestra la población del proyecto en las distintas zonas.

CUADRO N° 10
Población de la oferta de materia prima

ZONAS	PRODUCTORES
Quinindé	60
Paraíso la 14	70
Los Ángeles	30
Bramadora	30
TOTAL	190

Fuente: Comercial Hermanos Zambrano
Elaborado por: Vanessa Zambrano /2011

Para el cálculo de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= tamaño de la población 190 productores de Cacao Fino de Aroma

n= tamaño de la muestra 81 productores de Cacao Fino de Aroma

P= probabilidad de Éxito 36,84%

Q= probabilidad de fracaso 63,16%

Z= referencia estandarizada del nivel de confianza 1.96

E= nivel de error 8%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.37 * 0.63 * 190}{0.08^2 * (190 - 1) + 1.96^2 * 0.37 * 0.63}$$

n = 81 encuestas

Al haber aplicado la fórmula del método de muestreo aleatorio simple se debe aplicar 81 encuestas, para obtener información de datos tales como número de hectáreas, tiempos y frecuencia de producción, entre otras preguntas.

3.5.4. El Cuestionario

“El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa”. Se encuestó a 81 productores de las zonas antes

descritas para determinar la disponibilidad de materia prima que existe en Quinindé, La Bramadora, La Catorce y Los Ángeles.

3.5.5. Tabulación e interpretación del total de encuestas realizadas a los productores de cacao fino de aroma en pepa de los productores de las zonas de Quinindé, La Bramadora, La Catorce y Los Ángeles.

En las zonas de Quinindé, La Bramadora, La Catorce y Los Ángeles se encuestaron a 81 productores distribuidos proporcionalmente de acuerdo al muestreo aleatorio, el formato de la encuesta (ver Anexo No. 1), a continuación se muestra un análisis de los datos recopilados en la investigación de campo.

1.- ¿Cultiva usted cacao fino de aroma o nacional?

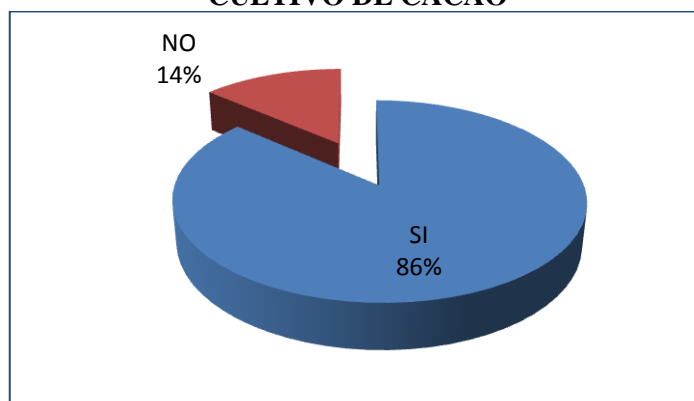
CUADRO N° 11
Cultivo de cacao

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	70	86%
NO	11	14%
TOTAL	81	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/2011

**GRÁFICO N° 8
CULTIVO DE CACAO**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Entre las zonas donde se encuentra el Comercial Zambrano comprando actualmente: Quinindé, Los Ángeles, Paraíso la Catorce y Bramadora el 86% de los encuestados tienen cacao fino de aroma mientras que el 14% tienen otra variedad de cacao.

2.- ¿Cuántas hectáreas de cacao fino de aroma posee?

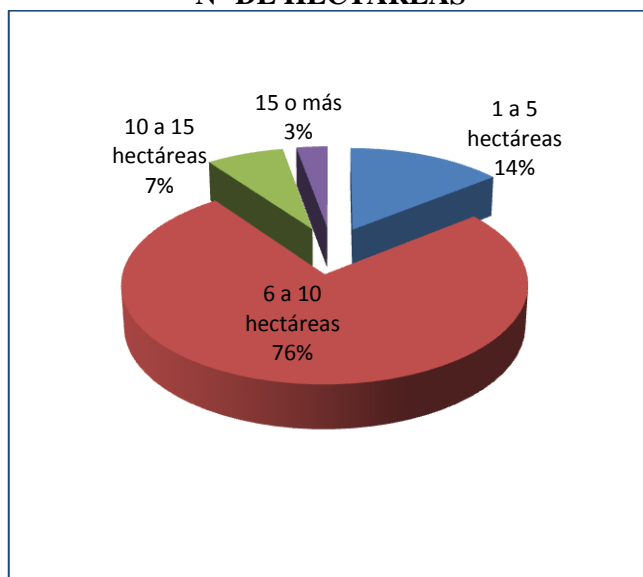
**CUADRO N° 12
N° de hectáreas**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 hectáreas	10	14%
6 a 10 hectáreas	53	76%
10 a 15 hectáreas	5	7%
15 o más	2	3%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

GRÁFICO N° 9

N° DE HECTÁREAS



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

De las encuestas realizadas a los productores de Comercial Zambrano se pudo obtener que el 76% tengan propiedades de entre 6 a 10 hectáreas, seguido de un 14% con propiedades de entre 1 a 5 hectáreas, el 7% tienen de 10 a 15 hectáreas y un 3% posee de 15 a más hectáreas

3.- ¿Con que frecuencia cosecha el cacao fino de aroma?

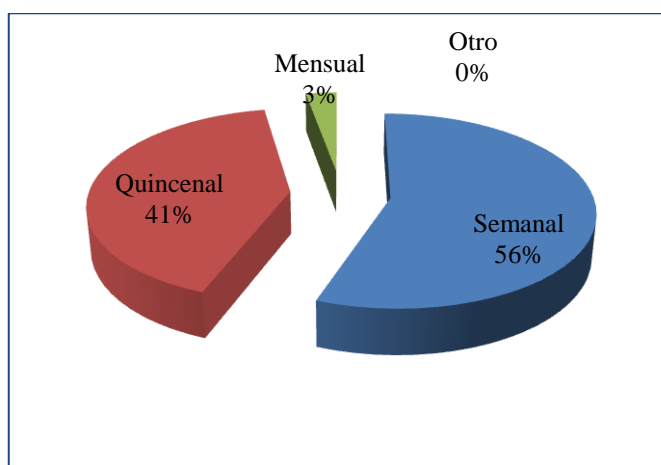
CUADRO N° 13
Frecuencia de cosecha

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	39	56%
Quincenal	29	41%
Mensual	2	3%
Otro	0	0%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

**GRÁFICO N° 10
FRECUENCIA DE COSECHA**



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

El 56% de los encuestados dijeron que la frecuencia de cosecha es semanal, el 41% de los productores lo hacen entregas quincenales y el 3% lo hace mensual.

4.- ¿Cuántos quintales de cacao fino de aroma cosechar por hectáreas?

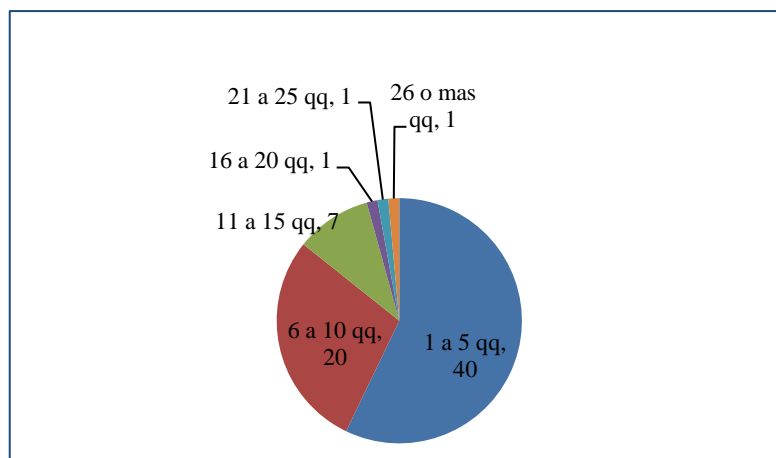
**CUADRO N° 14
Quintales producidos**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 qq	40	57%
6 a 10 qq	20	29%
11 a 15 qq	7	10%
16 a 20 qq	1	1%
21 a 25 qq	1	1%
26 o más qq	1	1%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

GRÁFICO N° 11
QUINTALES PRODUCIDOS



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

De 1 a 5 quintales es el mayor porcentaje de entrega de los productores debido a que la mayoría cuenta de 6 a 10 hectáreas, luego el 29% ocupa la entrega de 6 a 10 quintales, el 10% ocupa la entrega de 11 a 15 quintales y por último los que entregan más de 15 quintales.

5.- ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

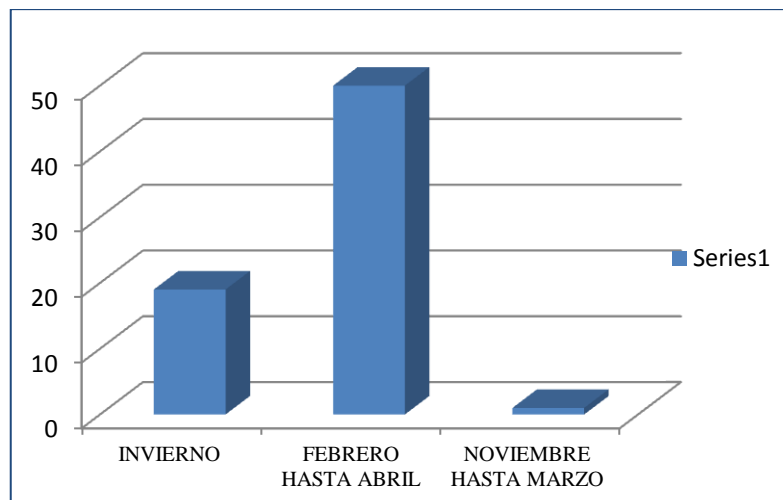
CUADRO N° 15
Meses de producción

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INVIERNO	19	27%
FEBRERO HASTA ABRIL	50	71%
NOVIEMBRE HASTA MARZO	1	1%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

GRÁFICO N° 12
Meses de producción



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Las fechas de mayor producción de cacao es la temporada de invierno que comprende los meses de noviembre hasta el mes de marzo donde la mayor concentración está entre los meses de febrero, marzo y abril.

6.- ¿Cómo venden su producción?

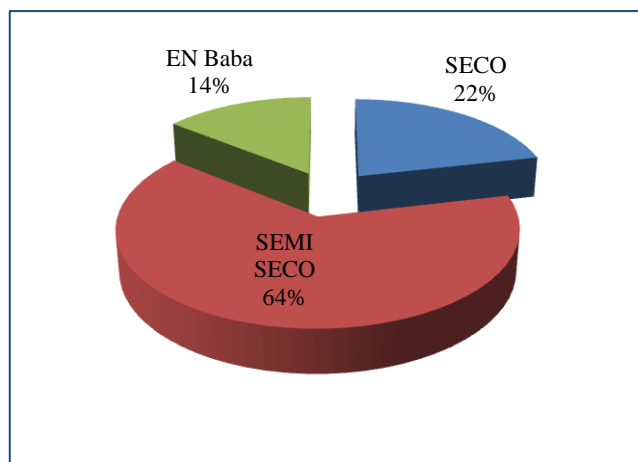
CUADRO N° 16
Forma de venta

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SECO	15	21%
SEMI SECO	45	64%
EN Baba	10	14%
TOTAL	70	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

GRÁFICO N° 13
FORMA DE VENTA DEL CACAO



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

La forma más común de la venta de cacao es Semiseco el cual representa el 64% seguido por el 22% por el cacao seco, y un 14% por el cacao en baba.

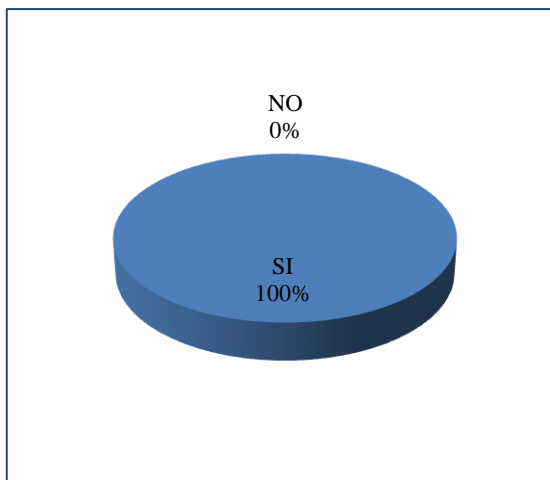
7.- ¿Estaría dispuesto a venderle a una nueva exportadora de cacao?

CUADRO N° 17
Posibilidades de venta

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	71	100%
NO	0	0%
TOTAL	71	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

GRÁFICO N° 14
POSIBILIDADES DE VENTA DE CACAO



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El 100% de los encuestados está dispuesto vender cacao a una exportadora nueva de cacao.

3.4.5.1. Resumen de las Encuestas

Después de haber realizado las encuestas, se puede determinar la capacidad de materia prima que el proyecto puede abastecer; un dato importante que se obtuvo es que el 86% de los productores de cacao de la zona poseen cacao fino de aroma, con un porcentaje de hectáreas entre seis a diez, un numero optimo ya que la frecuencia de cosecha de mayor porcentaje fue semanal y quincenal produciéndose en mayor cantidad en la zona de Quinindé, cabe tomar en cuenta que la mayor producción se la realiza en temporada de invierno, estos datos permitieron realizar un análisis de la situación actual de la producción de cacao fino de aroma.

3.4.5.2. Oferta del proyecto

Después de haber analizado la disponibilidad de materia prima de la zona y tomando en consideración la capacidad de compra de Comercial Hermanos Zambrano se procese de

a realizar la oferta del proyecto. En el cuadro No.18 se muestra la capacidad de compra durante los 5 años de vida del proyecto esto se lo estimo en función a los recursos disponibles en la empresa.

CUADRO N° 18
Oferta del proyecto

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sacos Semanal	500	650	845	1098,5	1428,05
Mensual	2000	2600	3380	4394	5712,2
Anual	24000	31200	40560	52728	68546,4

Fuente: Comercial Hermanos Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

La cantidad de compra semanal es de 500 sacos de cacao cada uno de 100 libras, mensualmente el primer año se puede ofertar 2000 sacos, hasta llegar a 24000 sacos al año.

3.6.Plan de Marketing Internacional.

Para poder acceder a los mercados internacionales la empresa debe planificar su comunicación para poder potenciar los objetivos comerciales, corporativos, institucionales de la empresa. En el desarrollo de este plan se planificará los mensajes y los procedimientos de contacto con la exportadora a nivel internacional

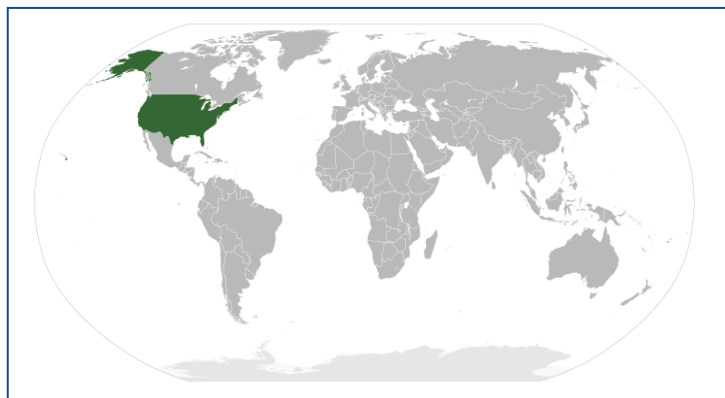
3.6.1. Análisis Geográfico, Político, Económico y Jurídico de la New York

3.6.1.1.Ubicación Geográfica.

Estados Unidos está ubicado en la parte norte del continente americano, entre Canadá y México. Tiene fronteras con los océanos Atlántico y Pacífico. Es un país de enorme

extensión geográfica, abarca un total de 9.629.091¹⁵ km² y posee 4 diferentes husos horarios.

GRÁFICO N° 15
Ubicación Geográfica de Estados Unidos



Fuente: <http://neuroc99.sld.cu/usa.htm>

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Nueva York es una ciudad de más de diez millones de habitantes, cuenta con una extensión de 785 kilómetros cuadrados y es ciudad homónima que da nombre al estado de Nueva York, cuya capital es Albany la cual se ubica 251 kilómetros al norte. Localizada en la costa este, Nueva York, está a 380 Km. de la capital de Estados Unidos, Washington D.C., y en la misma latitud que Madrid y Roma. La ciudad posee tres aeropuertos internacionales. A su vez, está compuesta por cinco distritos: Manhattan, el Bronx, Queens, Brooklyn y Staten Island.

¹⁵ U.S. Census Bureau

GRÁFICO N° 16
Ubicación Geográfica de New York.



Fuente: <http://neuroc99.sld.cu/usa.htm>

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Posee más de 10,5 millones de habitantes en éste área de 785 kilómetros cuadrados, lo cual la convierte en la ciudad más densamente poblada de todo el Continente Americano. Oficialmente se la conoce como The City of New York, a su vez es la ciudad más poblada de los Estados Unidos de América, lo que la convierte en centro financiero a nivel mundial.

3.6.1.2.Clima.

Nueva York tiene un clima subtropical húmedo y goza de una media de 234 días de sol al año. El clima de la ciudad es descrito cómo templado, pero es una evidencia que en Enero la temperatura media es de 0 ° C, mientras en Julio las calles están húmedas y bochornosas con una temperatura media de 25 ° C. Las temperaturas superan los 32 ° C en media cada 16-19 días de verano.

Sobre Nueva York caen aproximadamente 1260 mm de lluvia al año, que son bastante bien distribuidas a lo largo de todo el año. Caen en media 62 centímetros de nieve al año, sin embargo esto varía considerablemente de un año al otro y la nieve sólo resiste en la ciudad por breves períodos.

3.6.1.3. Sistema Político.

Desde su consolidación en 1898, la ciudad de Nueva York ha sido una municipalidad metropolitana, con un sistema de gobierno liderado por un Alcalde y un Concejo de la ciudad. El gobierno es más centralizado que los de la mayoría de los demás estados de EE.UU. Es el responsable de la educación pública, instituciones correccionales, bibliotecas, seguridad pública, espacios de ocio, sanidad, abastecimiento de agua y servicios sociales. El Alcalde y el Concejo son elegidos cada cuatro años, reelegibles una vez. El Concejo de Nueva York es un cuerpo unicameral que consiste en 51 miembros cuyos distritos están definidos por límites geográficos de población.¹⁶

3.6.1.4.Sistema Económico.

La ciudad de Nueva York es un enlace global para el comercio y los negocios internacionales, y es uno de los centros neurálgicos de la economía mundial (junto con París, Londres y Tokio).¹⁷ La ciudad es uno de los principales centros de finanzas, aseguradoras, bienes raíces, medios de comunicación y artes de los Estados Unidos. Su área metropolitana tiene un Producto Metropolitano Bruto (un índice similar al PIB pero localizado en un área urbana) de \$952,6 mil millones en 2005, la economía regional más grande de EE. UU.¹⁸ La economía de la ciudad cuenta con la mayor parte de la actividad económica de los estados de Nueva York y Nueva Jersey.

¹⁶New York City Council (ed.): «About the Council».

¹⁷Sassen, Saskia (2001). Princeton University Press. ed. The Global City: New York, London, Tokyo

¹⁸ The United States Conference of Mayors (ed.): «The role of metro areas in the U.S. economy» (PDF) (13 de enero de 2006).

3.6.1.5. Análisis Socioeconómico

➤ Educación.

El sistema de escuelas públicas es dependiente del Departamento de Educación de la Ciudad de Nueva York, y es el más grande de EE. UU. En la ciudad hay alrededor de 1,1 millones de estudiantes esparcidos por más de 1.200 escuelas primarias y secundarias.¹⁹ Existen otras 900 entidades educativas privadas tanto laicas como religiosas, además de algunas de las más prestigiosas escuelas privadas del país.¹⁰⁶ Los sistemas de bibliotecas públicas de la Ciudad de Nueva York son la Biblioteca Pública de Nueva York, la Biblioteca Pública de Queens, y la Biblioteca Pública de Brooklyn.

3.6.2. Desarrollo del Plan de Marketing Internacional.

3.6.2.1. Carpeta Empresarial.

La carpeta empresarial se trata de elaborar un plan que muestre los contactos y el producto que se va a ofrecer a los diferentes clientes de la empresa. El punto de partida de este plan es, identificar a la compañía luego crear un logotipo que se asocie con el producto y la empresa, y luego una identificación de los contactos para las negociaciones. Además es conveniente realizar una auditoría de imagen que nos permita conocer los valores y la cultura corporativa.

¹⁹ New York City Department of City Planning (ed.): «School Enrollment by Level of School and Type of School for Population 3 Years and Over» (MS Excel) (2000).

➤ **Antecedentes**

Comercial Hermanos Zambrano es una empresa familiar fundada desde el año 1991 por el Sr. Antonio Zambrano, luego se asoció su hermano el Sr. Ulvino Zambrano; la actividad económica a la que se dedica la empresa es la compra y venta de productos agrícolas, tales como: cacao maracuyá maíz tagua entre otras.

Su ubicación inicialmente fue en Palizada- El Carmen, luego se ubicó en el Paraíso la Catorce, por las buenas prácticas comerciales tales como el pago oportuno el buen peso y precio del producto además del don de gente y la amabilidad que se le brindaba a los clientes y la estrecha amistad que con el tiempo se dio, son factores que han creado fidelidad en los productores hasta la actualidad, la empresa ha crecido, es así que ahora otros miembros de la Familia Zambrano han aprendido del negocio y se han expandido hacia otras zonas como Quinindé, Bramadora, Los Ángeles. A lo largo del tiempo de vida de la empresa ha creado fuentes de empleo ayudando de esta manera al crecimiento de las zonas donde se ha posesionado.

➤ **Identificación de la empresa**

El nombre comercial es un factor importante para el éxito o fracaso de la empresa, el mismo que debe ser adecuado para el mercado que le interesa, ser breve, fácil de recordar y lo suficientemente original como para distinguirlo de sus competidores.

➤ **Nombre de la Compañía.**

La compañía se llamará Zamagrox que significa Zambrano Agroexportadora que identifican el apellido de los propietarios y la actividad comercial la cual se pretende realizar como es la exportación agrícola con su producto estrella el cacao fino de aroma.

➤ **Logotipo.**

“Es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logotipos suelen incluir símbolos normalmente lingüísticos claramente asociados a quienes representan”²⁰ El diseño del logotipo se realizó en base a la actividad económica, con los colores que simbolizan la agricultura y en especial la producción de cacao que son el café y el verde, el mismo que es presentado en el Gráfico No. 17

GRÁFICO N° 17
LOGOTIPO



Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Eslogan**

“Es un elemento verbal que se utiliza en la gran mayoría de formatos publicitarios. Se trata de un aforismo, sentencia o máxima referida al producto o la marca.”²¹ El objetivo del eslogan en la empresa Zamagrox es proporcionar un enlace en la memoria de las personas y provocar una asociación entre la marca y su producto; El eslogan de la compañía exportadora es “**Brindamos lo mejor de nuestra tierra**” se determinó este eslogan por las características que tiene la producción del cacao en nuestro país.

²⁰ Wikipedía

²¹<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque5/pag3.html>

➤ **El Producto.**

El producto que exportará Zamagrox es el cacao fino de aroma. Ya que más del 70% de este se encuentra en nuestras tierras²². El cacao del Ecuador es uno de los más apreciados a nivel internacional y es por eso que es un símbolo del país. En el siguiente gráfico se puede observar el producto que la empresa exportará.

FOTO N° 1
Producto



Fuente: Anecacao

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Las zonas de producción del cacao para comercializarlo son las zonas donde se encuentra situado el Comercial Hnos. Zambrano, cabe recalcar que la matriz estará ubicada en Paraíso la Catorce.

➤ **Características del Producto Exportable.**

Para poder ser exportado el cacao debe cumplir ciertas normas debido a que no se puede perder la aceptación con la que se cuenta actualmente en mercados extranjeros es por esto que se realizan controles de calidad los mismos que son:

- Buen grado de fermentación, el mismo que debe ser menor a 7%
- Excelente peso del lote
- Excelente grado de humedad.

²²http://www.anecacao.com/cacao_index.html

De esta manera se cumplirá con la norma INEN 176 y 177. Si se cumplen estas normas AGROCALIDAD emitirá un certificado el cual avala la calidad del producto.

Esto se realiza para garantizar y certificar que es producción nacional.

➤ **Empaque.**

El empaque del cacao fino de aroma que se exportara serán costales de yute los cuales sirven como envases cómodos y flexibles fabricados en fibras 100% naturales, de esta manera contribuir con el cuidado del medio ambiente. En el siguiente grafico se muestra los costales de yute los mismos que contendrán el nombre de la empresa, el eslogan y el peso bruto, el peso neto, datos del contacto y el número de lote.

GRÁFICO N° 18
Envase del cacao fino de aroma



Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Medidas Comunes: 11x25 cm / 18x30 cm / 20x33 cm / 25x45 cm / 42x60 cm / 50x80 cm / 60x100 cm / 70x105 cm.

3.6.2.2.Mezcla Promocional.

La mezcla promocional o también conocida como la estrategia del Marketing Mix que

defina para el proyecto “deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales que influyen en la composición del flujo de caja. Tales decisiones se refieren al producto, el precio, la promoción, y la distribución”²³ como es una propuesta de Comercio Exterior se debe utilizar los medios tecnológicos para realizar el plan de Marketing.

➤ **Publicidad.**

Para hacer conocer los productos que Zambrano Agroexportadora ofrece para mercados internacionales en especial al mercado objetivo que es New York. Zamagrox creara una página web en la que se podrá encontrar, contactos para las negociaciones, una guía de los productos con los que la empresa cuenta; la página web que se creara se la actualizará permanentemente para que los posibles clientes estén al tanto de la producción de la compañía.

En el siguiente cuadro se muestra el nombre de la página y dirección electrónica para contactos.

GRÁFICO N° 19
Publicidad.

<p>www.zamagrox.com contacto@zamagrox.com</p>
--

Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

²³ Fundamentos de Marketing Pág. 73

GRÁFICO N° 20 Diseño página Web



Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ Relaciones Públicas.

Las relaciones publicas estará a cargo del gerente de la empresa la misma que mantendrá contacto con personas de interés para la Compañía ya sea nacional o internacional por lo que se necesitara una tarjeta de presentación. En el grafico No 21 se muestra la tarjeta de presentación.

GRÁFICO N° 21 Tarjeta de presentación



Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Distribución desde el Origen hasta el Destino.

El cacao será exportado vía marítima debido a que es un producto que no necesita rápido traslado, por lo tanto ira en un contenedor de 20 high cube desde el puerto de Guayaquil-Ecuador hasta New York -EE UU (puerto de Nueva York y Nueva Jersey). Puerto Elizabeth.

Selección de Puerto.

El puerto que se selecciono es el puerto de Guayaquil, por la cercanía de la Compañía y además porque la mayoría de líneas navieras trabajan con estos puertos y las frecuencias de buques son más constantes comparado con los demás puertos del país.

Puerto de Origen

El puerto de origen será, el de Guayaquil concesionada a la empresa (CONTECON), debido a que es el más grande del País, y presta todos los servicios para realizar una exportación como son: la estiba de contenedores, transferencia de carga general, transferencia de contenedores vacíos, pesaje de vehículos, conexión y energía de contenedores refrigerados, operaciones de aforo/inspección, porteo de carga general, recepción/despacho de contenedores, montacargas, cuadrilla, etc.

Puerto de destino.

El puerto de destino son las instalaciones portuarias de Nueva Jersey, el cual “es el mayor punto de importación de petróleo y el segundo mayor puerto de contenedores del puerto de la nación”²⁴. Se escogió este puerto debido que el producto se quedara en New york para poder ser procesado o a volver a exportarse.

²⁴<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2539522>

Selección de Modalidad.

Como modalidad de transporte se escogió el transporte marítimo debido a que se puede transportar grandes cantidades y además tiene bajos costos. Una buena planificación en el transporte en el comercio internacional muestra la eficacia de la negociación.

FOTO N° 2
Transporte marítimo



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

“Un contenedor se define como un elemento de transporte de carácter permanente y lo suficientemente resistente para permitir su uso repetido. Su diseño facilita el transporte de mercancías, evita operaciones intermedias de carga y descarga, y permite su traslado por diferentes medios de transporte.”²⁵

Para la exportación del cacao nuestra empresa utilizará un contenedor de 20 high cube reefer. Que será embarcado en Maersk, desde el puerto de Guayaquil al puerto de New York y se estima 8 días de navegación más 2 días de imprevistos.

²⁵²⁵<http://www.iica.int/Esp/organizacion>

FOTO N° 3 Contenedor



Fuente: <http://www.images.google.com.ec>

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Documentación Requerida para Negociar.**

Para realizar la exportación se debe tomar en cuenta si la empresa importadora está legalmente constituida y está en Paca y otras organizaciones como el FEDA etc. Paca es una calificación que tienen los importadores que no han tenido problemas y están legalmente constituidos. Una vez comprobada la existencia del importador se le realizará un contrato de compra-venta internacional y una nota de pedido.

➤ **Contrato de compra y venta internacional.**

En el contrato constara de un preámbulo en los que se especifican los objetivos de aprobación y terminación del contrato además de datos generales de las partes además de condiciones de entrega, puerto de embarque y desembarque, la empresa de vapor que necesiten, Incoterms, consecuencias si existiera incumplimiento de las partes, descripción del producto, especificándose el peso, embalaje, calidad, cantidad, precio unitario, total, y condiciones de pago.

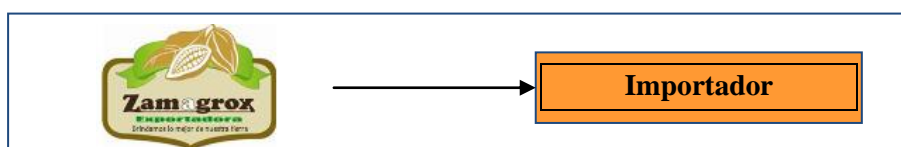
➤ **Nota de Pedido**

La nota de pedido lo hará el importador especificando la cantidad de producción que requiera para de esta manera la compañía se abastezca de materia prima

➤ **Canales de Distribución.**

Zamagrox se encargara de establecer los contactos con las empresas importadoras para realizar la venta del producto. En el siguiente grafico se mostrara el canal de distribución que realizaremos.

GRÁFICO N° 22
Canales de distribución



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

3.6.2.3.Fijación de precio

Según Méndez Morales José en su libro Economía y la empresa, dice que el precio se lo define como “termino con lo cual se indica el valor del bien y servicio expresado en moneda”.

La fijación de precio es muy variable, lo impone la bolsa de valores de NEW YORK y los países competidores. Para esto también hay también páginas web que nos ayuda con precios referenciales que nos facilita establecer los precios con los productores y con los importadores como son **www.aserca.gov**, **www.anecacao.gov**

CUADRO N° 19
Reporte diario de Precios de Contado de Cacao en diversos Mercados Internacionales.

Tipo de producto	Lugar de entrega	Último precio
Cacao de grano, Republica Dominicana	Nueva York	3,642.00
Cacao de grano Costa de Ivoire	Nueva York	3,842.00
Cacao de grano, cosecha principal de Ghana	Nueva York	3,955.00
Cacao de grano de Ecuador	Nueva York	3,742.00
Manteca de cacao tipo africano, de Ecuador	Nueva York	5,058.00
Cacao bien fermentado de Nigeria	Noroeste de Europa	3,029.62

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

3.6.2.4. Términos de pago

Se negociará en termino FOB (free on board) “Significa que el vendedor entrega el producto en el buque. Nuestra responsabilidad se terminara una vez que el contenedor haya subido al buque.

3.6.2.5. Métodos de Pago.

➤ Giro a la vista

El método de pago con la que se negociara es giro a la vista, esto significa que el importador pagara el 70% del valor total de la mercancía una vez realizada la nota de pedido y el 30% una vez que el importador obtenga el producto en la Aduana de destino. Este método es aconsejable ya que el importador debe de cancelar el saldo para poder obtener los documentos aduaneros y liberar el B/L para des aduanizar la mercadería.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

En el libro de “Elaboración de Proyectos” de Edilberto Meneses, pág. 75 dice que el estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la empresa, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

4.1. Objetivos del Estudio Técnico.

4.1.1. Objetivo General.

Determinar la función óptima de la producción con la finalidad de establecer las condiciones ideales que permitan que la nueva empresa sea más eficiente.

4.1.2. Objetivos Específicos.

- Establecer la utilización y distribución de los recursos necesarios para la Implementación del proyecto.
- Definir el tamaño y localización óptima de la planta con el fin de optimizar Los recursos.
- Fijar los procesos de producción que requiere el proyecto.
- Determinar la estructura organizacional, administrativa y legal.

4.2. Tamaño del Proyecto.

4.2.1. Factores determinantes del tamaño

4.2.1.1. Mercado

La demanda de cacao nacional en el mercado de Estados Unidos, presenta un camino viable para la creación de la empresa, puesto que la producción nacional es bastante apetecida en mercados internacionales, el proyecto puede ofrecer la exportación de cacao establecida en la oferta del proyecto. La misma que va a ser igual a la obtenida por Comercial Hermanos Zambrano.

El mercado es atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó que Estados Unidos, New York requieren la compra de cacao, ya que se encuentran ubicada una cantidad considerable de industrias procesadoras de cacao.

4.2.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros.

El proyecto que se desea implementar será financiado el 40% con recursos propios que los socios pretenden aportar, y el 60% restante mediante un crédito bancario en el Banco Pichincha con una tasa de interés del 16.28%

4.2.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra

En lo que se refiere a la mano de obra, el proyecto no requiere de personal especializado, que tenga conocimientos sobre producción mas no es el caso de la parte administrativa ya que se necesitará personal especializado en el proceso de exportación, administración y negociación.

De acuerdo al tamaño del proyecto, es importante que la nueva empresa, se asegure que el personal que labore en sus instalaciones, sea suficiente y el adecuado para cada una de las actividades que se realizarán en la misma.

4.2.1.4. Disponibilidad de Materia Prima

En lo que se refiere a la materia prima e insumos necesarios para obtener el producto exportable, es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará para cumplir con los requerimientos de los clientes.

La empresa se debe asegurar que el abastecimiento de la materia prima que requiere para la exportación de cacao, sea eficiente y suficiente para cubrir la producción que se va a realizar.

El cacao como materia prima está conformado por cáscara y pulpa. Se va a utilizar la pulpa, la misma que debe pasar por varios procesos para ser considerado un producto exportable entre uno de ellos es el de secado en el cual la pulpa pierde peso alrededor de un 35% del peso en baba dato a considerar en la cantidad requerida para cubrir la oferta del proyecto. La compra del cacao se la realizará en baba y secado.

En el Cuadro siguiente se muestra la cantidad requerida de la materia prima realizando todas las mermas.

CUADRO N° 20
Requerimiento neto de materia prima (Kg.)

PRODUCTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Sacos Semanal	500,00	650	845	1.099	1.428
Peso por saco	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Total	22.500,00	29.250,00	38.025,00	49.432,50	64.262,25
Mensual	90.000,00	117.000,00	152.100,00	197.730,00	257.049,00
Anual	1.080.000,00	1.404.000,00	1.825.200,00	2.372.760,00	3.084.588,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Los principales proveedores de insumos como material de empaque se encuentran ubicados en Guayaquil y Quevedo, siendo esto una ventaja para la empresa, puesto que

la distancia y el tiempo, para la compra de estos materiales serán mínimos.

Por otro lado, los proveedores de insumos cuentan con una amplia experiencia en el mercado local, ya que son distribuidores reconocidos por la calidad de sus productos y precios bajos.

4.3. Localización del Proyecto.

4.3.1. Macro Localización

La producción y comercialización de cacao se desarrollará en la provincia de los Ríos, sector El Paraíso la Catorce, debido a la facilidad de acceso a la materia prima. La ubicación de la nueva empresa fue escogida por las siguientes razones:

- El sector se encuentra una infraestructura de 7000 m², la cual se comprara para la puesta en marcha del proyecto; la misma que tiene un costo de \$120.000 esta dispone de los servicios básicos como necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- Facilidad en la obtención de materia prima y mano de obra necesarias para el desarrollo del proyecto.
- Fácil manipulación del envío del producto.

GRÁFICO N° 23 Localización de la empresa



Fuente: wikipedia

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

4.3.2. Micro Localización

Para el desarrollo de este proyecto se contará con un espacio de aproximadamente **7000** m², el mismo que cuenta con los servicios básicos como son energía eléctrica, agua potable, alcantarillado e internet, con adecuadas vías de acceso. En el siguiente grafico se muestra la Micro localización del proyecto el mismo que se encuentra a 50 km. de Santo Domingo en el sector de Paraíso la catorce.

En el siguiente grafico se puede ver donde estará situada la empresa Exportadora.

GRÁFICO N° 24
Micro Localización



Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

4.3.3. Factores de localización

4.3.3.1. Medios y costo de transporte

Con el crecimiento acelerado de las ciudades, se ha incrementado las vías, carreteras y vehículos de transporte que permiten que los habitantes puedan trasladarse. En el presente proyecto se toma en consideración para el micro localización la disponibilidad de materia prima, además de la disponibilidad del espacio físico de los inversionistas y la cercanía del puerto marítimo de Guayaquil CONTECON.

4.3.3.2. Cercanía de las fuentes de abastecimiento

La materia prima serán adquiridas entre las zonas de Bramadora, Los Ángeles, Quinindé y El Paraíso la 14. Mientras que los materiales indirectos como son los sacos de yute será en Quevedo y Guayaquil.

4.3.3.3. Cercanía del Puerto

La exportadora se encuentra con una ventaja ya que estará ubicada en una distancia corta entre el Puerto y su lugar de actividades, como se muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 21
CUADRO COMPARATIVO DISTANCIAS

Puerto	Distancia
	Tiempo
El Paraíso la 14 a Esmeraldas	5 horas
El Paraíso la 14 a Guayaquil	4 horas
El Paraíso la 14 a Manta	5 horas 30 minutos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

Después de haber realizado este el análisis de las distancias, se determina que la mejor opción es el puerto de Guayaquil el cual tienen un tiempo relativo de recorrido de 4 horas desde el punto de partida.

4.3.3.4. Factores Ambientales

El proyecto que se desea implementar se encuentra ubicado dentro de la clasificación de proyectos como Neutro, es decir, que no afecta al medio ambiente, ya que los desechos son incorporados como materia prima al suelo, sin poner en riesgo el entorno en el cual se desarrollará la nueva empresa, evitando y minimizando los impactos que pueden resultar de la ejecución de éste tipo de plan.

4.3.3.5. Disponibilidad de servicios básicos

La empresa, estará ubicada en un sector que cuenta con todos los servicios básicos, indispensables para el desarrollo del mismo.

4.3.3.6. Posibilidad de eliminación de desechos

El sector de influencia cuenta con sistema de recolección de basura y residuos, permitiendo que los desechos sean eliminados adecuadamente, pero en esta producción los desechos son mínimos, ya que pueden ser utilizados como incorporación de materia orgánica al suelo.

4.4. Ingeniería del Proyecto.

La ingeniería del proyecto tiene como destino “determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción de un bien o un servicio”²⁶. Por lo que se debe realizar un análisis de las posibilidades de combinar y aprovechar los factores que intervienen en el proyecto.

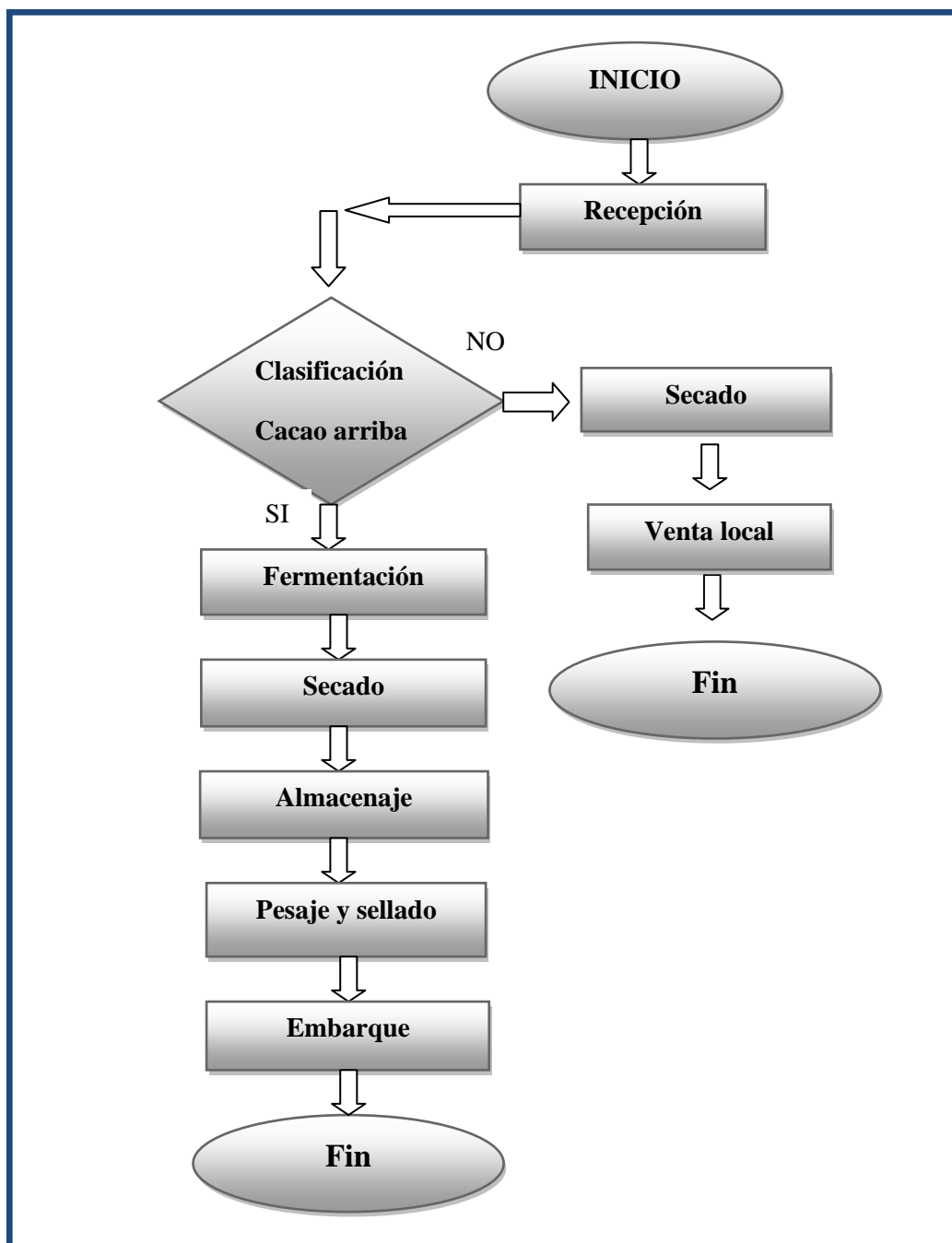
4.4.1. Proceso de Producción.

El proceso de producción es la actividad profesional que mediante el uso de métodos, transforma de manera económica y óptima los recursos²⁷. Zamagrox para satisfacer los requerimientos de sus clientes, presenta a continuación un detalle de los procesos que se realizarán, para obtener un producto de calidad:

²⁶SAPAG, Chain Nassir y Sapag, Chain Reinaldo, (2003), Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 99

²⁷ VILLAVICENCIO CH. Jorge, Evaluación de proyectos Pág. 103

CUADRO N° 21
Flujo grama de producción de Cacao para Exportar



Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

4.4.1.1. Fermentación.

FOTO N° 4
Fermentación



Fuente: Ecuador exporta

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

La fermentación conocida también como cura, preparación, cocinado, etc. Es el proceso a que se somete las almendras frescas, que mata el embrión y permite a las almendras adquirir su particular calidad, dando como resultado un producto con el sabor precursor del chocolate. Para ello se precisa de lugares acondicionados y bien ventilados. Cuando las almendras no fermentan este proceso se realiza mal o en forma deficiente, se produce el llamado cacao corriente. Una vez realizada la compra, se procede a la fermentación del cacao, esto consiste en introducir el producto en cajas fermentadoras de madera aproximadamente de 3 a 5 días, el mismo que debe permanecer cubierto con hojas de plátano hasta que destile la baba del cacao.²⁸

²⁸ Ecuador Exporta, Folleto Perfil del cacao Fino de aroma.

4.4.1.2. SECADO

El secado del cacao, es el proceso durante el cual las almendras terminan de perder el exceso de humedad que contienen y están listas para ser vendidas; en el caso del cacao fermentado completan este proceso. Se consigue pasar de almendras con un 55% de humedad hasta almendras con un 6 - 8 %. Una vez realizada la fermentación, este cacao está listo para pasar al proceso de secado. Existen dos tipos de secado: Secado al Natural y Secado Artificial.

4.4.1.3. SECADO NATURAL

Una vez que el cacao se ha fermentado y ha destilado la mayor parte de la baba, se lo extiende en los tendales para la destilación total y secado con el sol. El tiempo del secado al natural varía de acuerdo a la situación climática, se lo debe exponer al sol por lo menos 3 días.

FOTO N° 5
SECADO NATURAL



Fuente: Ecuador exporta

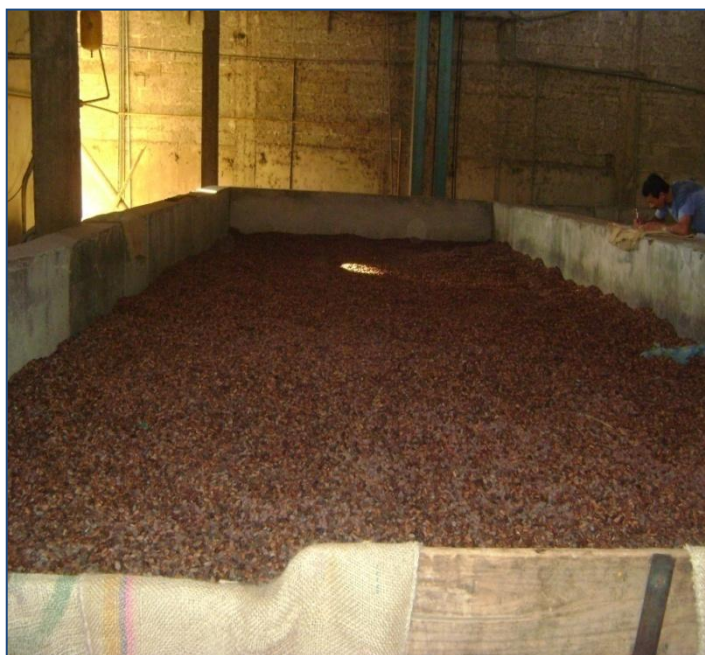
Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

4.4.1.4. SECADO ARTIFICIAL

Se lo utiliza como método alternativo para zonas lluviosas y nubladas, ó para acelerar el proceso de secado. Este proceso puede reducirse de 3 a 1 día, introduciendo el cacao en túneles llamados secadoras. Estas secadoras están formadas por un túnel de cemento de 2m. de ancho por 5m. de largo, la dimensión de las secadoras varían según la cantidad de quintales que se necesite secar el cual se conecta con secadoras metálicas a gas, previamente diseñadas como en las imágenes que veremos a continuación:

4.4.1.4.1. SECADORA GAS

FOTO N° 6
Secadora Gas



Fuente: Ecuador Exporta

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

4.4.1.5. SELECCIÓN, CLASIFICACIÓN, ALMACENADO Y ENCOSTALADO.

A través de la norma técnica Ecuatoriana NTE INEN 176 exige los siguientes requisitos: Los granos secos se deben seleccionar, para eliminarla tierra, las partículas sueltas de la cáscara de la semilla y los granos quebrados, para ello se emplean una serie de mallas dispuestas en serie y los granos pasan a través de ellas, unas corrientes de aire caliente eliminan las impurezas.

El cacao se clasifica cuando baja por la zaranda, se realiza este proceso separando los granos negros, aplastados, vacíos, picados ó con moho (polvo blanco alrededor del grano) A medida que se clasifica el cacao, se realiza el envasado en sacos de yute para 150 libras.

4.4.1.6. PROCESO DE ALMACENAJE

Una vez envasado en los sacos, el cacao puede ser almacenado con el saco abierto de uno a dos días hasta que este sea negociado al mejor precio. Para el almacenaje los sacos de cacao deben caber en una bodega amplia de hormigón armado, donde el producto se encuentre libre de impurezas, con ventilación suficiente y lejos de zonas húmedas.

4.4.1.7. PROCESO DE PESAJE Y SELLADO DEL EMBALAJE

Antes de ser embarcado para su comercialización es recién ahí cuando se realiza el sellado, no sin antes pesar los sacos. Este proceso se lo realiza momentos antes del embarque por que el cacao dentro de los sacos suelen perder peso cuando es almacenado. Para el sellado se utilizan agujetas y piola para coser los saquillos.

4.4.1.8. PROCESO EMBARQUE

Una vez cumplido estrictamente todo el proceso, procedemos al embarque en el respectivo transporte para su venta. Cabe recalcar que tanto en los patios de la empresa exportadora y al llegar al lugar de comercialización, el cacao es tomado muestras para su calificación; donde se verifica la calidad del producto. Este puede ser penalizado o bonificado. La organización que es el encargado del análisis correspondiente y posteriormente dar el certificado de calidad es **AGROCALIDAD**.

4.5. Proceso de exportación

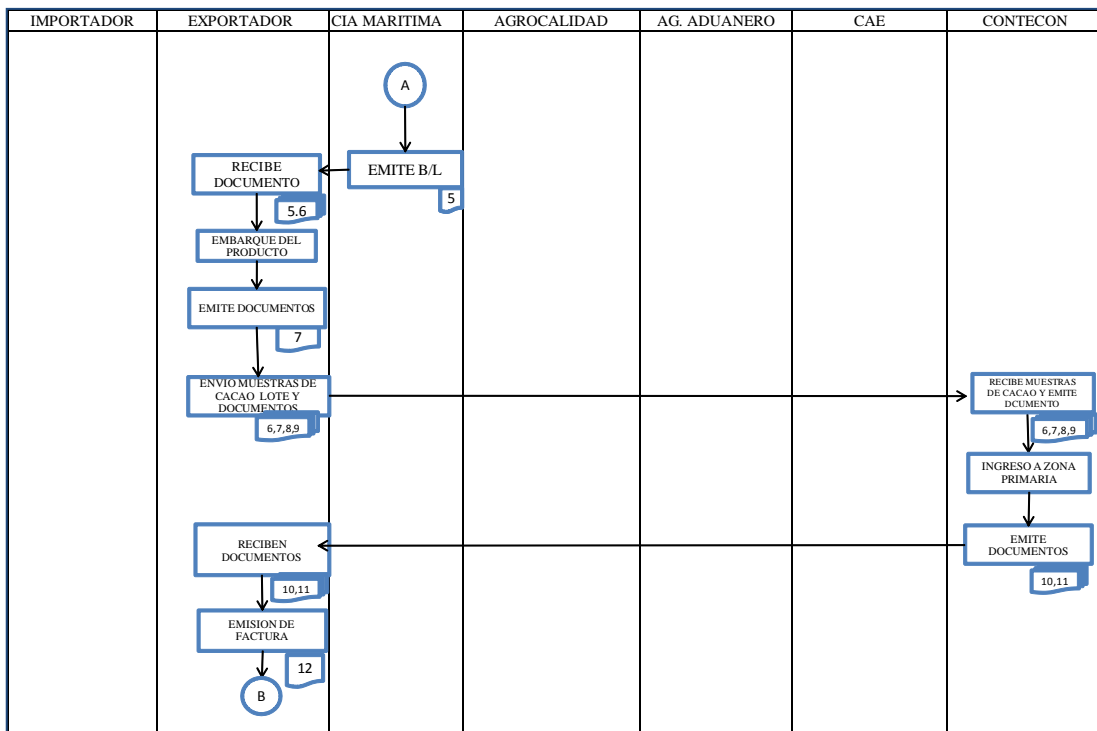
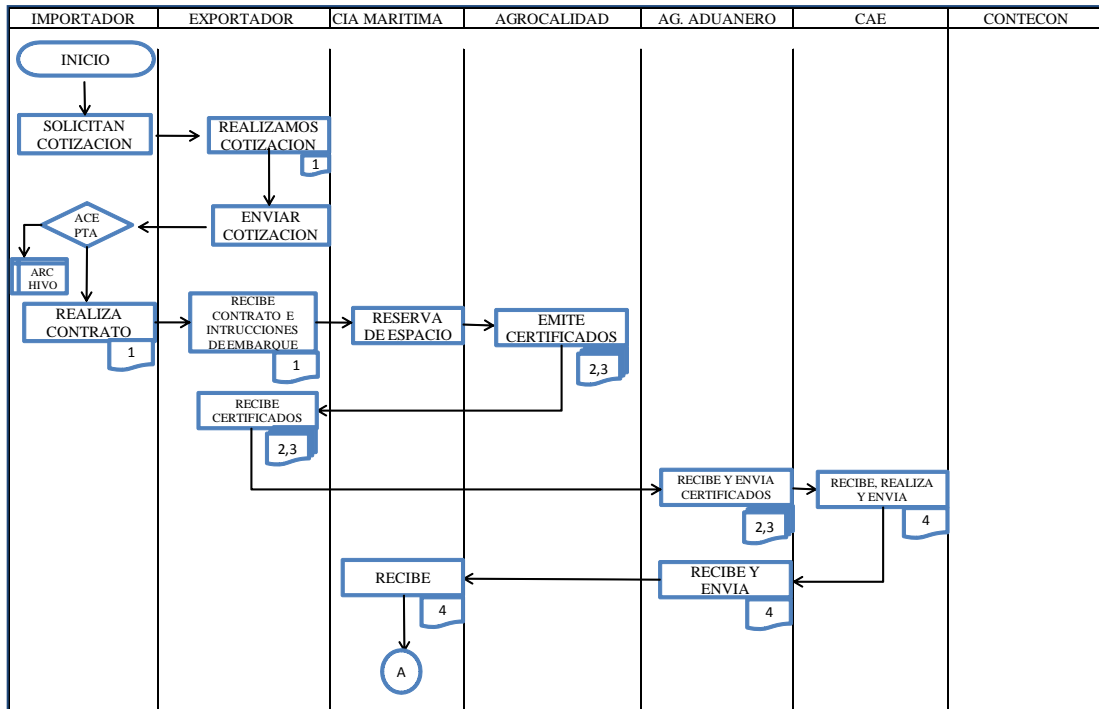
El proceso de exportación son todos los procesos y documentos que se deben de llevar a cabo para poder realizar la exportación del cacao fino de aroma o también llamado cacao arriba.

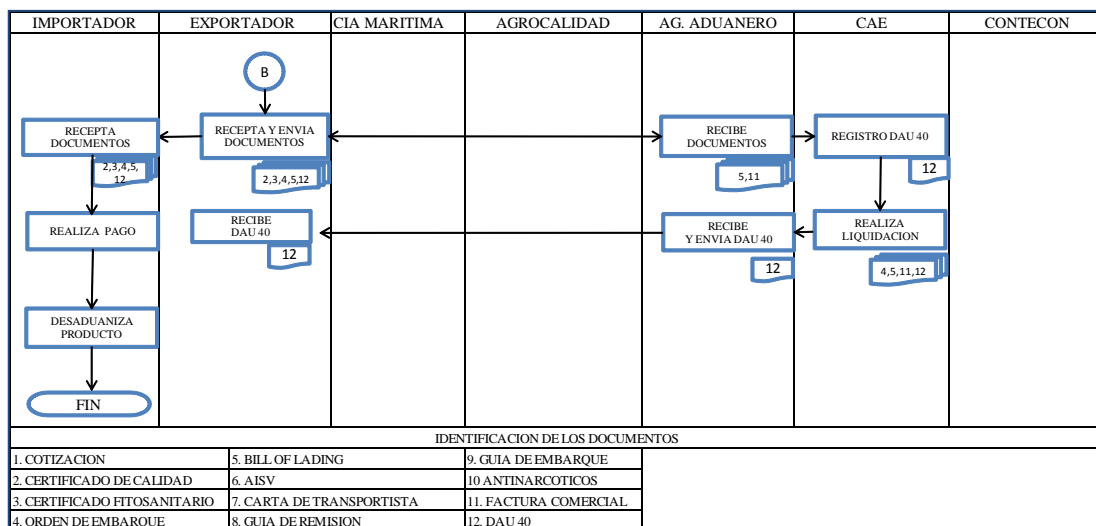
4.5.1. Entre los principales pasos que tenemos que recalcar son:

Fase de negociación.- este proceso es importante porque se determina el método de negociación internacional con el cual se va a comercializar el producto, con el cual se fija el Incoterms, el método de pago y la forma de envío.

Embarque de Mercaderías Puerto de Origen.- la negociación en este proyecto es Fob (free on Board) / franco a bordo, que quiere decir que el exportador tendrá que entregar la mercadería en puerto de origen y colocada sobre el barco, teniendo en cuenta que hasta aquí termina el grado de responsabilidad del exportador, según lo acordado en la negociación.

Proceso de exportación





Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

Toda exportación tiene tres fases o pasos que son los siguientes:

- **Pre-embarque:** Es donde ejecuta los procesos de documentación antes del embarque de los productos o artículos

Después de haber realizado la debida negociación, donde se fijan cantidades precios y condiciones de pago entre el importador y exportador. El importador envía el respectivo contrato e instrucciones de embarque correspondiente a la exportación; el exportador contrata los servicios de una compañía marítima y hace la respectiva reservación según lo acordado en el contrato y además contrata un agente afianzado para que le ayude en los tramites de exportación donde le solicitará la orden de embarque (código 15) Documento que informa la intención de exportar al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, enviando primero el reporte o certificado de calidad emitido por AGROCALIDAD.

En la orden de embarque se describirá.

- datos del exportador,
 - descripción de mercancía, marquilla correspondiente, cantidad, calidad y peso
 - factura provisional.
- **Embarque.-** Es todo el proceso de documentación que se ejecuta para su ingreso al puerto del exportador

A través de la orden de embarque la compañía marítima emite el B/L. que será entregado al exportador.

Una vez que el transporte llega al lugar de embarque el exportador o persona indicada entrega al chofer responsable del traslado hasta el puerto de origen los siguientes documentos:

Muestras correspondientes del cacao en pepa para el respectivo análisis fitosanitario. Posteriormente de haber ingresado a la página de CONTECON y haber obtenido el AISV donde se ingresó la carga a consolidar. En la cual figurará lo siguiente:

- Ingreso del Booking (numero de reservación)
- # de bultos : 600 sacos
- # del embarque

Emitir los siguientes documentos para que el carro con la mercadería pueda ingresar al puerto:

- Guía de remisión (SRI)
- 3 copias del AISV
- Guía de embarque
- Pre- factura

Formular cartas a las distintas instituciones para que desempeñen su labor dentro del puerto, como también las cartas de los choferes para el ingreso al puerto con sus ayudantes y copias de cédulas de los que ingresaran adjuntando Ruc, cédula, papeleta de votación del gerente de la empresa.

- Unidad Canina de Antinarcóticos
CONTECON
- Agro Calidad Puerto Marítimo
 - Para que emitan el C. Fitosanitario
- **Post-embarque.-** Paso donde se culmina con los últimos documentos para la exportación.

La compañía marítima al entregar al exportador el Bill of Lading (guía marítima). El exportador receipta todos los documentos para el envío de los mismos al Agente de Aduanas para que realice la DAU régimen 40, que es la declaración aduanera de la exportación y después de haber obtenido la DAU el Agente Aduanero procederá a finalizar la exportación cumpliendo con la liquidación, presentando al departamento de exportaciones de la aduana de Guayaquil los siguientes documentos:

- Orden de embarque (15).
- Factura comercial
- Conocimiento de embarque (Bill of lading)
- Declaración aduanera Única (orden 40).

El exportador al haber receiptado todos los documentos que el importador necesitará para la des aduanización y los que él por escrito hubiere pedido en el documento de instrucciones de embarque; el exportador enviara para el respectivo pago y con esto se finaliza la negociación entre ambas partes.

4.5.2. REQUISITOS Y TRÁMITES PARA EXPORTAR

Antes de empezar en el proceso de exportación se debe tomar en cuenta algunos factores como son: Si es de prohibida exportación, nomenclatura arancel, Permisos, Convenios, Tratados, etc.

Al momento de realizar una exportación desde el Ecuador la persona natural o jurídica deberá estar previamente registrada en el SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior), por medio de la página web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE). Los requisitos para registrarse como exportador (persona natural) son los siguientes

- 1.-Tener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- 2.- Registrarse como Exportador en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)
- 3.-Llenar dos formularios y registro de firmas de acuerdo a la solicitud de la aduana; la misma que después de aprobada emitirá una clave para ingresar al SICE con lo cual se convierte en Operador de Comercio Exterior como Exportador.

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se especifica el llenado y el respectivo trámite para la exportación.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

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

- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.

4.5.3. Personas y entidades que intervienen en el Proceso de Exportación.

➤ Exportador

El exportador será la empresa Zamagrox la cual exportara cacao en grano la misma que debe cumplir con todos los requisitos del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

➤ Agrocalidad

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la calidad del Agro. Dado en la ciudad de Manabí el 22 noviembre del 2008; según acuerdo ministerial del gobierno del presidente Rafael Correa, el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA), se transformo en Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro. AGROCALIDAD es quien emite el Certificado de Calidad de cacao. Este Certificado contendrá los números de contrato, calidad, peso, custodia y otros que se requieran para este concepto.

Esta es una entidad que dará fe de la calidad del producto a exportar dando el certificado de calidad y el fitosanitario en este caso del cacao.

➤ Agente Aduanero

El Agente Aduanero es la persona autorizada por la CAE para servir a los exportadores e importadores en los trámites aduaneros.

Es necesario contratar un agente afianzado de aduanas para la Empresa Zamagrox ya que la exportación supera a los \$ 2000 dólares americanos y por ser la primera vez que la empresa exporta. El agente afianzado está encargado de realizar todos los trámites respectivos en la aduana tanto físicos como electrónicos para exportar la mercadería hacia su destino.

➤ **MIPRO**

Ministerio de Industria y Productividad, es el encargado de impulsar la producción a nivel nacional con proyectos especializados en cada área productiva, incentivando la producción de bienes y servicios con responsabilidad y calidad. Además el MIPRO es quien emite el certificado de origen para los países de Europa y EE.UU. por tal motivo es de vital importancia en nuestro proyecto.

➤ **PUERTO MARITIMO**

Lugar donde ingresa o sale una mercadería por vía marítima para su respectiva exportación o importación. En este proyecto se realizara por el puerto de Guayaquil (CONTECON)

➤ **Compañía Marítima**

Son todas las navieras o empresas logísticas marítimas que se encargan del transporte de las mercancías desde su punto de origen hacia su destino por medio de la vía marítima. Dichas empresas entregan el Bill of Lading al exportador o su agente afianzado para el cierre de la exportación.

Entre las que nombraremos las principales en Ecuador.

- MAERSK S.A
 - CSAV (Compañía Sud Americana De Vapores)
 - TRANSOCEÁNICA S.A
 - MSC (Mediterranean Shipping Company)
-
- **CAE**

“El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una persona jurídica de derecho público, de duración indefinida, con autonomía técnica, administrativa, financiera y presupuestaria, domiciliada en la ciudad de Guayaquil y con competencia en todo el territorio nacional”.

Es un organismo al que se le atribuye en virtud de este Código, las competencias técnico-administrativas, necesarias para llevar adelante la planificación y ejecución de la política aduanera del país y para ejercer, en forma reglada, las facultades tributarias de determinación, de resolución, de sanción y reglamentaria en materia aduanera, de conformidad con este Código y sus reglamentos.”²⁹

Corporación Aduanera Ecuatoriana, es la institución que se encarga del control y el servicio aduanero con los más altos valores corporativos en su labor.

- **Régimen aduanero.**

Exportación a Consumo: “La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.”³⁰

²⁹http://www.aduana.gov.ec/archivos/S351_20101229.pdf

³⁰<http://www.aduana.gov.ec/contenido/loa.html>

El comprador contrata el transporte principal, a través de un transitario o un consignatario, por cuenta del comprador. El vendedor también realiza los trámites aduaneros necesarios para la exportación.

➤ **Embalaje**

El embalaje sirve para proteger la mercadería desde el momento que sale de la bodega de la exportadora Zamagrox, en el transcurso del viaje, ya que pueden existir daños y finalmente hasta que llega a la bodega de la Importadora, para garantizar el arribo de las mercaderías, por lo cual Exportadora Zamagrox utilizará sacos conocidos como saquillos para transporte de la mercaderías.

El objetivo del embalaje es:

- Proteger la carga
- Permitir que la carga se pueda apilar
- Permitir que la carga se pueda levantar, mover y asegurar
- Proporcionar, posiblemente, información sobre la carga y su maniobrabilidad.

Partida arancelaria: Para el caso de cacao en grano la partida arancelaria es: 18010000 que corresponde a cacao entero o partido. El cual veremos en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 22
Partida arancelaria

CODIGO EE.UU:	18010000
DESCRIPCIÓN:	Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted.
ARANCEL BASE:	
Sub Partida Sist. Armonizado. 180100 :	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.
Sub Partida Regional 18010000 :	
Código Producto Comunitario (ARIAN) 1801001900-0000	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS
Código Producto Nacional (TNAN) 1801001900-0000-0000 :	

ARANCEL BASE	0 %
Unidad de Medida	Kilogramo Bruto (KG)
Observaciones	N.M.F.
Es Producto Perecible	NO

Fuente: www.usitc.gov

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

El cacao Ecuatoriano ingresa al EE.UU de América con cero arancel a través del compromiso suscrito en el Marco de la Organización Mundial del Comercio “OMC” y el Tratamiento de Nación Mas Favorecida “NMF”. Dato investigado en la página “Harmonized tariff Schedule of the United States” (HTSUS)

/

4.5.4. Cubicación

Esto se realiza para calcular cuántos contenedores vamos ocupar para enviar la mercadería hacia su destino y cuantos quintales entran en un contenedor, según esto se aplica el valor del flete basados en la cotización de FARLETZA. En los cuadros siguientes se detalla la cantidad semanal, mensual y anual a exportar.

CUADRO N° 23
Cubicación semanal

	Sacos	Peso	Volumen	Toneladas
Producto	Cantidad	Kg/sacos	kg	Sacos/Total
Cacao	500	22500	45	22,5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

CUADRO N° 24
Cubicación mensual

	Sacos	Peso	Volumen	Toneladas
Producto	Cantidad	Kg/sacos	kg	Sacos/Total
Cacao	2000	90000	45	90

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

CUADRO N° 25
Cubicación anual

	Sacos	Peso	Volumen	Toneladas
Producto	Cantidad	Kg/sacos	kg	Sacos/Total
Cacao	24000	1080000	45	1080

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

4.5.4.1. Documentación Requerida para Exportar.

Documentos importantes para la futura exportación de cacao en pepa a Estados Unidos - New York, son los siguientes.

1. **Cotización.-** Documento con el cual las empresas comunican los artículos o productos que tienen con el precio, calidad y cantidad que desean vender o comprar en un tiempo determinado.

2. **Factura Comercial.-**“Es el documento que describe las mercancías materia de un contrato de compra-venta”.³¹ La empresa Zamagrox S.A emitirá una factura a nombre de la empresa importadora, con los productos requeridos.

3. **Certificado de origen.-** “Es el documento que garantiza el origen de la mercadería. Estos son exigido por los países en razón de los derechos preferenciales que existen según convenios bilaterales y multilaterales. Y además, es un documento por el cual se certifica que la mercancía es producida o fabricada en el país del exportador”³². Es importante porque es un resguardo del acto comercial, quien emite este certificado para países de Latino América es FEDEXPOR (Federación Ecuatoriana de Exportadores) y para países como Estados Unidos es MIPRO adjuntadas las facturas (SRI)

4. **Certificado de Calidad por AGROCALIDAD.-**“Certificado de conformidad de producto o certificado de inspección, Valido por el lote de Producto o productos consignados en un embarque a importarse que cumpla con el RTE INEN 013”³³. Este certificado es emitido a través de una inspección en el lugar de embarque. lo cual se lo analiza por lote a exportar y se paga según el precio referencial del cacao que se encuentra en Anecacao de miércoles a miércoles.

³¹EXPORTAR ES EL RETO, ING. RAUL ESTRADA A. ING. PATRICIO ESTRADA, PAG. 99

³²EXPORTAR ES EL RETO, ING. RAUL ESTRADA A. ING. PATRICIO ESTRADA, PAG. 99

³³http://www.inen.gov.ec/images/pdf/instructivos/procedimientoformulario_inen1.pdf

Para el cacao en grano se basa en las cuatro normas INEN 176. Es importante mencionar que aunque la norma INEN tiene siete clasificaciones, apenas se utilizan cuatro: ASE, ASS, ASSS, ASSPS. Tres empresas verificadoras contratadas por AGROCALIDAD, efectúan la inspección del cacao en los patios del exportador, tomando muestras de los lotes para luego elaborar un informe de acuerdo a análisis realizado en los laboratorios y lo entregan a AGROCALIDAD donde se lo califica como " dentro de norma "o "fuera de norma".

5. **Certificado Fitosanitario.-** Este certificado lo emite AGROCALIDAD certificando que este producto a exportar se ha inspeccionado y ha sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos adecuados y se considera que están libres de plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora. Y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes y con las plagas no cuarentenarias.

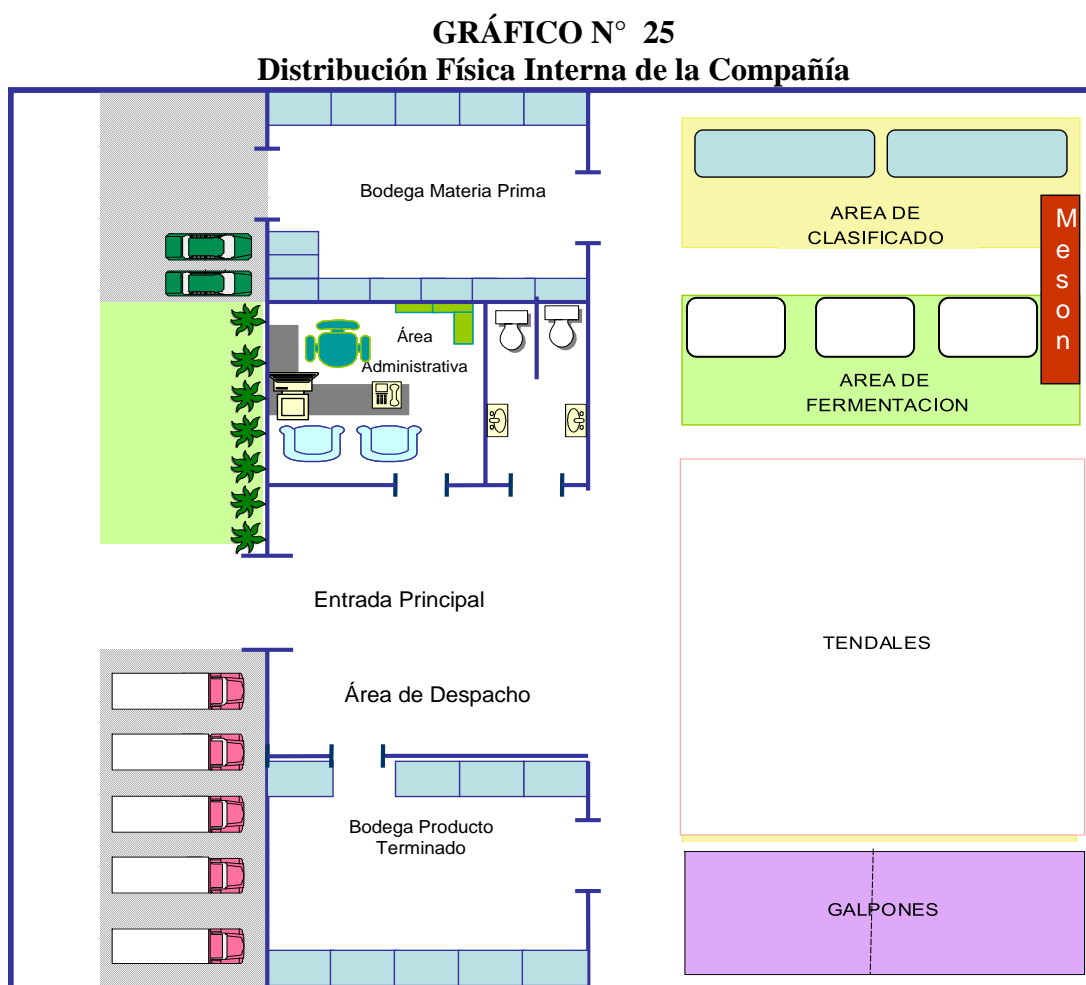
 6. **Autorización de ingreso y Salida de Vehículos (AISV).-** Para obtener este documento se ingresa a la página del puerto escogido para exportar en el cual se ingresa la carga a consolidar; en el mismo que ingresará los siguientes datos:
 - Ingreso del Booking (número de reservación)
 - Número de bultos
 - Número del embarque
 - Impresión del formulario.

 7. **Orden de embarque.-** Este documento se lo solicita al agente afianzado enviándole el reporte de AGROCALIDAD y luego con esto nos envía la orden de embarque para que naviera emita el Bill of Lading.
- Regularización Dau-e 40.-** con este documento se finaliza la exportación y pagos de tributos en el país de origen.

8. **Guía Marítima (Bill of Lading).** - Es el documento a través del cual la nave certifica que ha recibido las mercancías para su transporte hasta el lugar de destino, sin este documento no puede retirar el importador la mercancía. De acuerdo al medio de transporte toma el nombre específico, guía marítima, Bill of lading, vía marítima.(Ver documento en anexo)

4.5.5. Distribución Física Interna de la Compañía

En el grafico se presentará la distribución física de la compañía con sus respectivas áreas funcionales, las mismas que estarán diseñadas en función de las actividades administrativas, productivas, y de exportación de la compañía.



Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Áreas Estratégicas de la Compañía**

La empresa cuenta con áreas necesarias para la puesta en marcha del negocio es así que esta tiene áreas de fermentación, tendales, el espacio físico para el almacenaje, el proceso de secado, de envasado, también existiendo dos áreas de vital importancia para el buen funcionamiento de la empresa como son: Área administrativa y área operativa.

➤ **Área Administrativa**

El área administrativa será la responsable del correcto funcionamiento; como la organización, planificación, dirección y control de los diferentes procesos administrativos de la empresa, como también de los contactos internacionales y nacionales, los pagos a proveedores, contratación del personal, pago de servicios básicos, tramites con el agente afianzado, entre otros.

➤ **Área Operativa**

El área operativa será responsable de la calidad del producto de exportación por lo que se encargaran del proceso productivo del producto exportable esto se refiere al proceso de fermentado, secado, almacenado, pesado y embarque.

4.5.6. Constitución de la Compañía.

Para la legalización de la empresa que se creará con el objetivo de exportar productos agrícolas se requiere constituir la o clasificarla, existen varios tipos o clases de compañías dependiendo de las necesidades de los capitales y de acuerdo a los requisitos que exigen cada caso. En Ecuador existen cinco tipos o clases de compañías las cuales son:

- Compañía en Nombre Colectivo
- Compañía en comandita simple dividida por acciones
- Compañía Anónima
- Compañía de Economía Mixta
- Compañía Limitada.

4.5.6.1. Base Legal

Según la Ley de Compañías del Ecuador, para la constitución legal de una sociedad se aplicará según lo dispuesto en el Art. 143 hasta el Art. 300, a través de esta base legal se determina la empresa Zamagrox en una Compañía Anónima, aquella cuyos titulares participaran su capital en títulos o acciones en un valor nominal negociables. Los accionistas no responderán con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta la cantidad máxima del capital aportado. Quedando como **ZAMAGROX S.A.**

Según el Art.161 de la ley de compañía indica que el capital suscrito de las aportaciones puede ser en dinero o no, es decir en bienes muebles o inmuebles que correspondan al género de comercio de la compañía.

Art. 164, La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado. La emisión que viole esta norma será nula.³⁴

³⁴Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999. De la ley de Compañía del Ecuador, pág. 32

CUADRO N° 26
Extracto de la Escritura Pública de Constitución



EXTRACTO

**DE LA ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN
DE LA COMPAÑÍA ZAMAGROX S.A.**

La compañía " **ZAMAGROX S.A.**", se constituyó por escritura pública ante el Notario Cuarto del cantón Santo Domingo, el 20 de abril del 2011, fue aprobada por la Superintendencia de Compañías, mediante resolución No.09.S.IJ.0002360

- 1. DOMICILIO:** Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.
- 2. DURACIÓN:** 40 años, desde su inscripción en el registro mercantil.
- 3. CAPITAL:** Suscrito US\$ **329.045,70** USD. Número de participaciones 32.904,57 Valor \$ 10,00 USD.
- 4. OBJETO SOCIAL:** El objeto de la compañía es: Exportación de productos agrícolas.
- 5. ADMINISTRACIÓN:** El gobierno y administración de la compañía se la ejerce por medio de la Junta General de Socios y el Gerente General. El representante es el Gerente General. Para este cargo se designa a Antonio Zambrano Vélez.

Santo Domingo, 30 de octubre del 2011.

Dr. Miguel Fernández Torres
Subdirector del Departamento Jurídico de Compañías

NOTA: Este extracto deberá publicarse en un periódico de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía.

Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

4.5.6.2. Entidades relacionadas.

Las entidades que se relacionan con este tipo de negociación que es la exportación de cacao a New York, deben continuamente controlar y emitir los respectivos permisos y autorizaciones para poder operar legalmente en el ámbito comercial local e internacional y estas son: Las Notarías, Las Instituciones Financieras como Los Bancos, La Superintendencia de Compañías, El Registro Mercantil, La Cámara de Comercio, El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, Agentes de Aduanas, El Servicio de Rentas Internas, El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, Compañías de Seguros y Compañía de Transporte Terrestre.

Para poner en marcha el proyecto a continuación se detalla las instituciones que están relacionadas directamente con la importación y comercialización de los productos:

➤ **Servicio de rentas internas (SRI).**

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma encargada de la administración y recaudación de los impuestos que están bajo su ámbito de acción.

➤ **Superintendencia de compañías.**

La Superintendencia de compañías es una entidad autónoma, proactiva y sólida que ayuda con mecanismos eficaces y modernos de control, supervisión y apoyo fortaleciendo la actividad productiva. La Superintendencia vigila la estructura de las personas y el funcionamiento de la empresa.

➤ **Superintendencia de Bancos y Seguros.**

“La **Superintendencia de Bancos y Seguros**, o **SUPERBAN**, es el organismo que se encarga de controlar los múltiples temas relacionados con el desarrollo de las

actividades bancarias del Ecuador. El Estado provee de leyes y reglamentos especiales para que esta entidad realice sus operaciones en efecto.”³⁵

La Superintendencia de Bancos regula los movimientos económicos de las empresas internamente como externamente para poder realizar de una manera lícita las respectivas transacciones de dinero de actividades comerciales económicas.

➤ **Las Notarías.**

“Notario: Funcionario público que autoriza y da fe al contenido de determinados documentos (contratos de compraventa, hipotecas, etc.)”³⁶

Las notarías sirven para garantizar que los documentos son emitidos de una forma lícita y legal las cuales dan fe que la operación comercial y documentos son originales y correctos.

➤ **Leyes Conexas.**

Las leyes que guardan estrecha relación son: La Ley de Compañías, La Ley Orgánica de Aduanas, El Código Tributario, El Código de Comercio, El Código de Trabajo.

4.6. Organización Administrativa.

La organización administrativa de Zamagrox cumplirá con las etapas del proceso administrativo para cumplir con los objetivos de la organización. Por lo tanto la organización estará dirigida o tendrá un direccionamiento a largo plazo y estará definida por la misión, visión, valores, y objetivos corporativos.

³⁵http://es.wikipedia.org/wiki/Superintendencia_de_Bancos_del_Ecuador

³⁶<http://www.uci.es/glosario.asp?p1=guia&p2=glosario&pc=nada>

4.6.1. Misión

Son las actividades que realiza la empresa actualmente por medio del cumplimiento de ciertos objetivos, para esto se verán los elementos de la misión:

- “Naturaleza del Negocio: Exportación de cacao fino de aroma
- Razón para existir: Satisfacer las necesidades del mercado internacional
- Mercado al que sirve: Industria
- Características generales del Servicio: fresca y calidad
- Posición deseada en el mercado: Decisiva
- Principios y valores: Unión

Somos una empresa exportadora de cacao fino de aroma para satisfacer las necesidades del mercado internacional a través de fresca y calidad en nuestro producto involucrada con el desempeño de las más grandes industrias.

4.6.2. Visión

Es una imagen de lo que queremos que la empresa sea o llegue a ser para esto se tomarán en cuenta los elementos de la visión:

- “Posición en el Mercado: Líder
- Tiempo: 5 años
- Ámbito del Mercado: Paraíso La Catorce
- Producto: Exportación de Cacao fino de aroma
- Valores: Lealtad, excelencia y responsabilidad

Ser los líderes en la Exportación de Cacao fino de aroma y posicionarnos como pioneros en la comercialización, con lealtad, excelencia y responsabilidad en beneficio a nuestros clientes.

4.6.3. Valores Corporativos

Dentro de los valores corporativos de la empresa tendremos compromisos, calidad, excelencia del servicio, responsabilidad social, e innovación.

4.6.4. Objetivos Corporativos

Zamagrox cumplirá con los siguientes objetivos corporativos.

- Posesionar nuestro producto en el mercado internacional
- Cumplir con las normas de calidad internacional con el producto exportable
- Incrementar progresivamente la oferta para aumentar la rentabilidad
- Tratar de penetrar otro tipo de productos que sean beneficiosos para la empresa
- Producir una marca ecuatoriana de reconocimiento por la calidad de producción.
- Crear fuentes de ingreso al país por medio del trabajo que ofreceremos.

4.6.5. Políticas generales.

- Exportar a mercados internacionales con referencia a los precios que estén vigentes en ese momento, esta política permite al gerente de comercialización desarrollar planes sin consultar en forma continua a la alta dirección y no obstante ubicarse dentro de la norma de control.
- No se aceptará devoluciones del producto, a menos que, se haya detectado una falla al momento de entrega.
- La empresa podrá contratar profesionales universitarios y técnicos químico-biólogos.
- Los empleados de la empresa están capacitados para dar sugerencias de cómo llevar la empresa de mejor manera, mediante un foro que se realizará cada mes.
- Ningún funcionario o trabajador podrá trabajar en otra empresa que esté

relacionada con esta actividad, pues se quiere evitar que exista cualquier acto de deslealtad.

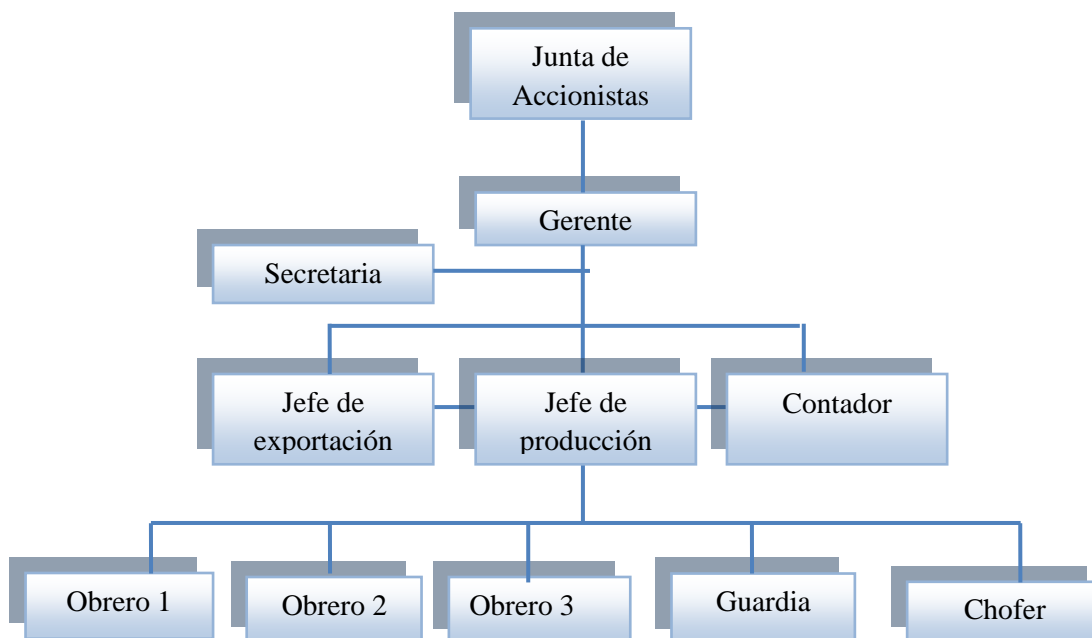
- Al fin de cada mes se presentará un informe económico.
- La inasistencia al lugar de trabajo a menos que haya sufrido algún accidente personal, se descontará del salario mensual.
- Nuestra empresa distribuirá directamente, es decir, no necesitará de intermediarios o comercializadores.

4.6.6. Estructura Orgánica.

La estructura orgánica de la empresa nos permitirá conocer los niveles jerárquicos y los deberes y obligaciones que tendrán los miembros de la organización.

4.6.7. Organigrama Funcional.

GRÁFICO N° 26
Organigrama Funcional.



Fuente: Vanessa Zambrano

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

4.6.7.1. Manual de Funciones.

En el manual de funciones se describe las funciones generales que corresponden a los miembros de la organización. A continuación se describen las funciones que tienen los diferentes miembros de la empresa.

➤ Gerente General.

1. Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa
2. Realizar los diferentes planes estratégicos para cumplir con los objetivos
3. Responsable de la administración de la empresa
4. Contratar, escoger, mover al personal
5. Manejar la parte financiera de la organización

➤ **Secretaria.**

1. Realizar las actividades encomendadas por gerencia
2. Manejar y controla los archivos de la organización
3. Manejar toda la información de la organización
4. Atender, recibir, realizar llamadas telefónicas
5. Atender a los proveedores en caso de ausencia de gerencia
6. Facturar y facilitar la información a contabilidad.

➤ **Contador.**

1. Controlar la contabilidad de Zamagrox, de acuerdo con los principios de la contabilidad
2. Realizar las declaraciones de la empresa
3. Realizar las liquidaciones y roles de pago
4. Presentar los estados financieros y otros informes
5. Firmar los balances y declaraciones de la empresa

➤ **Jefe de comercio exterior**

1. Realizar los trámites de Exportación
2. Estar comunicada con el agente de aduana
3. Estar pendiente de las últimas leyes de exportación
4. Almacenar los registros de exportación
5. Estar al tanto del mercado internacional.

➤ **Jefe de Producción.**

1. Asegurar que la bodega cuente con el material necesario de la producción
2. Monitorear y optimizar la producción

3. Vigilar y cuidar las instalaciones de la empresa
4. Llevar el registro del personal que labora ocasionalmente
5. Llevar el registro de la mercancía que ingresa
6. Atender los requerimientos y consultas de los colaboradores.

➤ **Obreros.**

1. Cumplir con las normas de seguridad industrial.
2. Emplear en forma óptima los materiales de la organización.
3. Cumplir con las obligaciones encomendadas por el jefe de producción.
4. Estibar el producto para su exportación.
5. Empacar el producto según las normas establecidas.

➤ **Guardia**

1. Cumplir con las normas de la empresa
2. Salvaguardar los activos fijos de la empresa
3. Realizar recorridos y monitoreo de las instalaciones

➤ **Chofer**

1. Cumplir con las normas y reglamentos de la empresa
2. Trasladar la materia prima hasta la empresa
3. Realizar los mantenimientos debidos al vehículo.

Nota: Los operarios no trabajaran en forma fija, sino que prestaran sus servicios cada vez que haya una exportación, tanto las personas que se encargan del secado del producto, como los que seleccionan y califican.

CAPÍTULO V

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El estudio de las inversiones y financiamiento tiene como finalidad el determinar las características económicas y necesidades financieras del proyecto.

5.1.INVERSION

Las inversiones del proyecto involucran los requerimientos que deben realizarse en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo permanente³⁷.

CUADRO N° 27
Inversiones y Financiamiento del Proyecto

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSIONES	DÓLARES	PORCENTAJE
a. Activos fijos		
Terreno	120.000,00	14,59%
Adecuaciones	77.000,00	9,36%
Maquinaria y Equipo	28.000,00	3,40%
Muebles y Enseres	675,00	0,08%
Equipos de oficina	205,00	0,02%
Equipos de computación	1.690,00	0,21%
Vehículos	260.000,00	31,61%
Accesorios de servicios	240,00	0,03%
Total	487.810,00	59,30%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudio de prefatibilidad	1.500,00	0,18%
Constitución de la Compañía	800,00	0,10%
Total	2.300,00	0,28%
CAPITAL DE TRABAJO	332.504,25	40,42%
TOTAL DE INVERSION	822.614,25	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

³⁷Meneses, Álvarez, Edilberto, (2004), Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 140.

La inversión total para el proyecto es de \$ 822.614,25 distribuidos de la siguiente manera 59,30% para activos fijos, el 0,28% para activos diferidos y el 40,42% para capital de trabajo.

5.1.1. Activos fijos

“Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.”(Miranda, Gestión de Proyectos, 2002)

Los activos fijos, constituyen aquellos bienes permanentes y derechos exclusivos que la empresa utiliza sin restricciones, en el desarrollo de sus actividades productivas y deberán cumplir con las siguientes características.

CUADRO N° 28
Activos fijos

CONCEPTO	VALOR
Terreno	120.000,00
Adecuaciones	77.000,00
Maquinaria y Equipo	28.000,00
Muebles y Enseres	675,00
Equipos de oficina	205,00
Equipos de computación	1.690,00
Vehículos	260.000,00
Accesorios de servicios	240,00
Total	487.810,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/2011

La inversión fija del proyecto contempla la inversión en terreno, las adecuaciones que se deben realizar en el terreno, la maquinaria y equipo, los muebles y enseres necesarios, equipo de oficina, equipo de computación, vehículos, y accesorios de servicios todo esto para su inicio de operación.

5.1.2. Inversión diferida

Los activos diferidos son también llamados activos intangibles ya que no significan bienes reales que se incorporan al conjunto instrumental del proyecto, pero sí es necesario incurrir en ellos para dotarlo de capacidad productiva. Generalmente se presentan como servicios y no como bienes³⁸

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Además Integran el activo diferido los gastos de constitución, que corresponden a los gastos legales que implica la conformación jurídica de la empresa (gastos notariales y de registro), y los gastos de instalación que son todos aquellos que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de la empresa agroexportadora.

CUADRO N° 29
Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Estudio de prefactibilidad	1.500,00
Constitución de la Compañía	800,00
Total	2.300,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Zamagrox contempla una inversión en activos diferidos de USD 2300,00 en los que se toma en consideración el Estudio de pre factibilidad y la constitución de la compañía.

³⁸CANELOS, Ramiro; Formulación y Evaluación de Proyectos, 1° edición, Quito 2003, Pág. 220

5.1.3. Capital de trabajo

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.”³⁹ Para la determinación del Capital de Trabajo se toma en cuenta el “método del capital de trabajo bruto, el mismo que consiste en cuantificar la inversión requerida en cada uno de los rubros del activo corriente, considerando que parte de estos activos pueden financiarse con pasivos de corto plazo o corrientes, y el segundo método es del ciclo productivo, que consiste en la adquisición de la materia prima y termina con la venta de los insumos transformados en productos terminados y se percibe el producto de la venta disponible para nuevas compras de materias primas.”⁴⁰

CUADRO N° 30
Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN	3.857.318,50	321.443,21
COSTOS DE EXPORTACIÓN	85814,78	7.151,23
Gastos Administrativos	44.163,66	3.680,31
Gastos de Venta	2.754,00	229,50
Total	3.990.050,94	332.504,25

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

Para la empresa Zamagrox los costos y gastos durante el primer año de vida del proyecto ascienden a \$ 3.990.050,94 se ha considerado para su cálculo, que la duración del ciclo productivo corresponde a 30 días; El cálculo de la inversión del Capital de Trabajo, se determinó de la siguiente manera, aplicando la fórmula que se observa a continuación:

³⁹ MENESES, Edilberto; Preparación y Evaluación de Proyectos, Quality Print, Quito. Ecuador, 2001, Pág. 86, 87

⁴⁰ SAPAG CHAIN, Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición, 2000, Pág. 245

$$ICT = \frac{Ca}{360} * n_d$$

Donde:

Ca = Costo Anual

Nd = Duración en días del ciclo de vida productivo

$$ICT = \frac{3.990.050,94}{360} 30$$

$$ICT = 332.504,25$$

La empresa estima una inversión en el capital de trabajo que se muestra a continuación:

CUADRO N° 31
Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	Porcentaje
COSTOS DE PRODUCCIÓN	321.443,21	96,67%
COSTOS DE EXPORTACION	7.151,23	2,15%
Gastos Administrativos	3.680,31	1,11%
Gastos de Venta	229,50	0,07%
Total	332.504,25	100,00%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

5.1.4. El Financiamiento

5.1.4.1. Financiamiento Interno

Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios.

CUADRO N° 32
Financiamiento Interno

SOCIO	Capital Suscrito	Capital Pagado	Participaciones Porcentaje
SOCIO 1	164.522,85	16452	50%
SOCIO 2	65.809,14	6581	20%
SOCIO 3	32.904,57	3290	10%
SOCIO 4	32.904,57	3290	10%
SOCIO 5	32.904,57	3290	10%
TOTAL	329.045,70	32.905	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

5.1.4.2. Financiamiento Externo

Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, mediante el Banco Pichincha por un valor 493.568,55 valor que corresponde al 60% del total de la inversión; con una tasa de interés efectiva de 16.28% y a un plazo de 5 años

5.1.5. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

La estructura de financiamiento para la puesta en marcha del proyecto es la siguiente

CUADRO N° 33
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

DETALLE	VALOR	%	COSTO	CPCC
Capital propio	329.045,70	40,00%	4,60%	1,84%
Préstamo bancario	493.568,55	60,00%	16,28%	9,77%
TOTAL	822.614,25	100,00%	20,88%	11,61%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

En el Cuadro N° 33 se observa que la estructura de financiamiento está formada de la siguiente manera 40% con capital propio; recurso que es el aporte de los socios, y el 60% de la inversión inicial se la realiza a través de terceros.

5.1.6. Estado de origen y fondos

El estado de origen y aplicación de fondos muestra, desde el punto de vista financiero, de donde provienen los fondos y su utilización. Es importante por cuanto permite evaluar la capacidad para generar recursos financieros que le permitan cumplir con sus obligaciones. Estos estados de orígenes de fondos se los puede apreciar a continuación en el cuadro No. 34.

CUADRO N° 34
Estado de origen y fondos

RUBROS DE INVERSIÓN	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS PROPIOS	BANCO
ACTIVOS FIJOS	487.810,00	195.124,00	292.686,00
ACTIVOS DIFERIDOS	2.300,00	920,00	1.380,00
CAPITAL DE TRABAJO	332.504,25	133.001,70	199.502,55
TOTAL INVERSIÓN	822.614,25	329.045,70	493.568,55

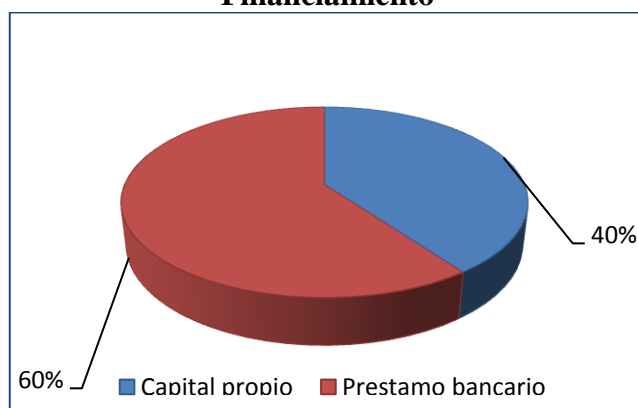
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

5.1.6.1. Financiamiento

Es necesario el aporte del 40% del capital requerido para la puesta en marcha del proyecto por parte de los socios, que corresponde a \$ 329.045,70 mientras que para el 60% restante se recurrirá a la financiación externa a través del Banco Pichincha por un valor de \$ 493.568,55 El esquema de financiamiento a continuación.

GRÁFICO N° 27
Financiamiento



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Al momento de tomar en cuenta en que banco se trabajaría en este proyecto. Se hizo un análisis detallado de la tasa de interés y el tiempo conveniente para el curso del propósito, como también las facilidades de pago y la rapidez del préstamo. Estos fueron los motivos que llevaron para escoger el Banco Pichincha.

CAPÍTULO VI

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

6.1. COSTOS

Costo es el sacrificio, o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo. Los objetivos son aquellos de tipo operativos, como por ejemplo: pagar los sueldos al personal de producción, comprar materiales, fabricar un producto, vender un producto, prestar un servicio, obtener fondos para financiamiento, administrar la empresa, entre otros.

6.1.1. COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION

“El costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuado en el pasado, en el presente y en el futuro o en forma virtual”⁴¹ Los costos directos aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa.

6.1.1.1. Materia prima

En el caso del proyecto la materia prima está representada por el cacao fino de aroma que se pretende exportar. El mismo que está representado en quintales, se incrementa anualmente en un 30% puesto que según datos de Comercial Hermanos Zambrano el crecimiento del cacao es bastante considerable.

⁴¹ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Tercera Edición 1995, Mc Graw Hill pág. 134

CUADRO N° 35
Materia prima

AÑO	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DESCRIPCION	QUINTALES	QUINTALES	QUINTALES	QUINTALES	QUINTALES
Cacao	24.000	31.200	40.560	52.728	68.546
Precio	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Costo Cacao	3.600.000,00	4.680.000,00	6.084.000	7.909.200,00	10.281.960,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2010

El costo de la materia prima se da de la siguiente manera el primer año tiene un valor de 3.600.000,00 esto es porque se debe comprar 24.000 quintales para poder cubrir con la oferta del proyecto, el mismo que tiene un precio de compra de \$150,00 el cual es tomado como máximo referencial.

6.1.1.2. Materiales Directos.

Los materiales directos son los que intervienen directamente con el producto en este caso son los sacos donde se envía el producto los mismos que son de materiales reciclables.

CUADRO N° 36
Materiales Directos.

AÑO	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DESCRIPCION	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES
Empaque	24.000	31.200	40.560	52.728	68.546
Precio	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
Costo Empaque	30.000	39.000	50.700	65.910	85.683

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El costo del material para el primer año es de 30.000,00 esto se debe a que existe una

relación directa entre la cantidad exportada y los materiales indirectos, debido a que se necesita la misma cantidad de sacos como quintales se van a exportar.

6.1.1.3. Mano de Obra Directa.

La mano de obra directa para el proyecto se encuentra determinada por el requerimiento del personal que participa directamente en el proceso de producción de los materiales importados, para lo cual serán necesarios tres obreros de producción para cumplir con los requerimientos de los clientes. En el siguiente cuadro se muestra el cuadro de la mano de obra directa.

CUADRO N° 37
Mano de Obra Directa

PERSONAL	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Individual 9.35%	Sueldo Mensual	Total Anual mas Provisión
Obrero de producción	1	300.00	28.05	392.90	4,714.80
Obrero de producción	1	300.00	28.05	392.90	4,714.80
Obrero de producción	1	300.00	28.05	392.90	4,714.80
Total	3	900.00	84.15	1,178.70	14,144.40

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

6.1.2. Costos Indirectos (Gastos de fabricación).

Los costos indirectos son los egresos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa en el proyecto los costos indirectos están representados por mano de obra, suministros, reparación y mantenimiento y el combustible.

6.1.2.1. Mano de Obra Indirecta.

La mano de obra indirecta se encuentra dentro de los costos indirectos debido a que es la fuerza laboral que no se encuentra en contacto directo con el proceso de la actividad operacional de la empresa.

CUADRO N° 38
Mano de Obra Indirecta.

PERSONAL	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Individual 9.35%	Sueldo Mensual	Total Anual mas Provisión
Jefe de producción	1	600	56.10	763.80	9,165.60
Chofer	1	300.00	28.05	392.90	4,714.80
Guardia	1	500.00	46.75	640.17	7,682.00
Total	3.00	1,400.00	130.90	1,796.87	21,562.40

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

El importe del total de la mano de obra directa para el proyecto esta designado en \$21.562,40 que comprende los costos de sueldos del Jefe de Producción, un chofer y un guardia adicionado las provisiones respectivas.

6.1.2.2. Suministros.

En el proyecto son indispensables los insumos para apoyar los procesos de comercialización entre los que encontramos agua, luz, teléfono e internet.

CUADRO N° 39
Suministros.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	m ³	500,00	0,10	50,00	600,00
Luz	Kw / hr	100,00	0,04	120,00	1.440,00
Teléfono	min	1.000,00	0,01	60,00	720,00
Internet		1,00	23,00	23,00	276,00
SUBTOTAL				253,00	3.036,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Dentro de los costos indirectos se encuentran los suministros los que alcanzan el primer año \$ 3.036,00 costos importantes para el proceso operacional.

6.1.2.3.Reparación y Mantenimiento.

Debe de estipularse cierta cantidad de dinero para el mantenimiento y reparación de los equipos a utilizarse en la empresa para que se mantengan en buenas condiciones para el funcionamiento y el trabajo adecuado.

CUADRO N° 40
Reparación y Mantenimiento.

CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	%	VALOR ANUAL
Adecuaciones	77000	1,00%	770,00
Maquinaria y Equipo	28000	1,00%	280,00
Muebles y Enseres	675	1,00%	6,75
Equipos de oficina	205	1,00%	2,05
Equipos de computación	1690	1,00%	16,90
Accesorios de servicios	240	1,00%	2,40
TOTAL			1.058,80

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El cálculo de mantenimiento y reparaciones se lo realizara anualmente en un porcentaje del 1% de los activos fijos. Para el primer año del proyecto el costo de mantenimiento y reparaciones es de \$ 1058,80 el cual servirá para mantener en buen estado los activos fijos.

6.1.2.4. Combustibles

Dentro de la inversión inicial se encuentran los vehículos los cuales necesitan combustibles se ha realizado una estimación anual de gasolina cuadro que se muestra a continuación:

CUADRO N° 41
Combustibles

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasolina	Galones	2.392,34	2,09	5.000,00	60.000,00
TOTAL				5.000,00	60.000,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El costo de gasolina es de \$ 60.000, rubro necesario para realizar el traslado de la materia prima y así se pueda cumplir con la proyección de comercialización de la empresa.

6.1.2.5. Imprevistos.

Un imprevisto es una eventualidad no prevista, en los costos de producción para los cuales no hay crédito habilitado y distinto.⁴² Se determinó una tasa del 2% por cualquier eventualidad dentro de los rubros que forman parte de los costos directos.

⁴²Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.

Costos de Exportación.

Los costos de exportación son rubros que se realizan para poder sacar la mercadería del país y que lleguen a su lugar de destino. Se lo considera como costo debido a que son reembolsables ya que inciden en el precio del producto final. Entre los costos de exportación tenemos: Transporte Interno, Seguro Interno, Agente de Carga, Guía Marítima, Certificado Origen, Certificado fitosanitario. En el cuadro No 43, se presentan los costos de exportación a realizar en el primer año del proyecto por contenedor.

CUADRO N° 42
Costos de Exportación
PUERTO DE GUAYAQUIL (CONTECON)

CONCEPTO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Visto Bueno x B/L	67,20	268,80	3.225,60
Administración x B/L	50,40	201,60	2.419,20
Porteo x contenedores THC	44,12	176,47	2.117,61
Recepción y desp. de conte	37,81	151,25	1.814,94
Certificado fitosanitario	4,00	16,00	192,00
AISV	80,14	320,56	3.846,72
Antinarcóticos	10,00	40,00	480,00
Naviera B/L sellos	22,40	89,60	1.075,20
Tramitador	150,00	600,00	7.200,00
Agente de Aduana	120,00	480,00	5.760,00
Certificado de Origen	20,00	80,00	960,00
Certificado de Calidad	194,99	779,96	9.359,52
Flete	300,00	1.200,00	14.400,00
Póliza de seguro	651,69	2.606,78	31.281,35
Total	1.752,75	7.011,01	84.132,14

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El valor de los gastos de exportación para el primer año será de \$ **84.132,14** valor de vital importancia en el proceso de actividades de la empresa debido a que si no se realiza este gasto no existe capacidad comercial en la empresa.

6.2.Gastos Administrativos.

Dentro del rubro de los gastos administrativos se encuentran los sueldos administrativos y de venta, suministros de oficina, útiles de limpieza, depreciaciones, amortizaciones, gastos de publicidad, etc. Para estos gastos la empresa realizara incrementos cada año considerando la inflación actual que es de 3.57% en la mayoría de los rubros. Además las proyecciones de depreciaciones y amortizaciones se las realizan de acuerdo a lo establecido por la ley.

6.2.1. Sueldos Administrativos y de ventas

Los honorarios que tendrán el personal de estas áreas están sujetas a la legislación laboral y la proyección de los sueldos se realizará con un incremento del 3.57% anual. A esta remuneración se le sumara los respectivos beneficios de ley En el cuadro N° 43 se muestra el requerimiento del personal administrativo y de ventas y el gastos de sueldos del personal administrativos y de ventas.

CUADRO N° 43
Sueldos Administrativos y de ventas

PERSONAL	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Individual 9.35%	Sueldo Mensual	Total Anual mas Provisión
Jefe de producción	1	600.00	56.10	763.80	9,165.60
Chofer	1	300.00	28.05	392.90	4,714.80
Guardia	1	500.00	46.75	640.17	7,682.00
Total	3.00	1,400.00	130.90	1,796.87	21,562.40

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El total que asciende los sueldos administrativos y de ventas mensuales es de 1.796,87, ya adicionado las provisiones en las que constan de vacaciones, decimos tercero, décimo cuarto, entre otras.

6.2.2. Suministros de oficina

El gasto de suministro de oficina para el primer año será de \$347.04 incrementándose cada año con una razón de crecimiento establecida por la tasa inflacionaria. El detalle de los gastos de suministros de oficina de la empresa se muestra en el cuadro No.44

CUADRO N° 44
Suministros de oficina

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Tinta para impresora	Unidad	1,00	21,00	21,00	252,00
Resmas de papel bond INEN	Unidad	1,00	3,50	3,50	42,00
Esferos	Unidad	6,00	0,17	1,02	12,24
Caja de clips	Unidad	1,00	0,60	0,60	7,20
Caja de grapas	Unidad	1,00	1,20	1,20	14,40
Lápices	Unidad	6,00	0,20	1,20	14,40
Borradores	Unidad	1,00	0,40	0,40	4,80
SUBTOTAL				28,92	347,04

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

6.2.3. Útiles de limpieza

Los útiles de limpieza que se utilizará para la empresa se muestran en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 45
Útiles de limpieza

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Jabón de tocador	Caja	5,00	1,00	5,00	60,00
Papel higiénico	Paquete	5,00	1,73	8,67	104,00
Desinfectante	Unidad	2,00	1,33	2,66	31,92
SUBTOTAL				16,33	195,92

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El gasto en suministros de limpieza es de 195.92 dólares implementos necesarios para que haga uso el personal.

6.2.4. Depreciaciones.

“Es el proceso para asignar de forma sistemática y racional el coste de un bien de capital a lo largo de su periodo de vida”⁴³

Es un valor económico que se le da a un activo ya que ha sufrido un desgaste por su utilización en un tiempo determinado.

CUADRO N° 46
Depreciaciones.

ACTIVO	VALOR	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN
Adecuaciones	77000	7.700,00	10	6.930,00
Maquinaria y Equipo	28000	2.800,00	5	5.040,00
Muebles y Enseres	675	67,50	5	121,50
Equipos de oficina	205	20,50	5	36,90
Equipos de computación	1690	169,00	3	507,00
Vehículos	260000	26.000,00	5	46.800,00
Accesorios de servicios	240	24,00	5	43,20
Total		36.781,00		59.478,60

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Para las depreciaciones de los activos, se utilizó el Método de Línea Recta el mismo que asciende a \$59.478.60.

⁴³ENCICLOPEDIA ENCARTA 2007: “Depreciación”

6.2.5. Amortizaciones.

La amortización representa el “cargo anual que se hace para recuperar la inversión”⁴⁴.

Además la amortización consiste en dar de baja el activo diferido de acuerdo a la norma de contabilidad.

CUADRO N° 47
Amortizaciones.

ACTIVO	VALOR	% AMORT.	AMORTIZACIÓN
Estudio de prefactibilidad	1500,00	20,00%	300,00
Constitución de la Compañía	800,00	20,00%	160,00
TOTAL	2.300,00		460,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El gasto de depreciación de los activos diferidos es de \$ 460,00 valor devengado anualmente hasta el quinto año.

6.2.6. Gastos de Ventas.

Son todos los que se incurren en el proceso de marketing de la empresa hasta poder vender la materia prima a los consumidores en el lugar de destino. Este gasto es necesario de realizar para dar a conocer a la empresa y al producto que vamos ofertar en el mercado.

⁴⁴ Baca, Urbina, Gabriel, (2001), Evaluación de Proyectos, Pág. 166.

CUADRO N° 48
Gastos de Ventas.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Tarjetas de presentación	Paquete	5.000,00	0,08	400,00	1.200,00
Página web					1.500,00
TOTAL					2.700,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Dentro de los gastos de ventas de la empresa tenemos las tarjetas de presentación que son necesarias para dar a conocer la empresa además de una página web donde se encontrara los productos que se oferta además de noticias de interés

6.3.Gastos Financieros.

Son los correspondientes a la obtención de fondos de terceros aplicados al negocio. Es el pago tanto de capital como interés del dinero realizado de un préstamo bancario en el Banco Pichincha con una tasa de interés del 16.28% a un periodo de 5 años. A continuación se muestra el detalle de los gastos financieros.

CUADRO N° 49
Gastos Financieros.

DATOS:					
PRÉSTAMO	493.568,55				
TASA	16,28%				
Años	5				
AÑOS	DEUDA	INTERES VENCIDO	CAPITAL PAGADO	CUOTA DE PAGO	SALDO
1	493.568,55	80.352,96	71.373,26	151.726,22	422.195,29
2	422.195,29	68.733,39	82.992,82	151.726,22	339.202,47
3	339.202,47	55.222,16	96.504,05	151.726,22	242.698,42
4	242.698,42	39.511,30	112.214,91	151.726,22	130.483,50
5	130.483,50	21.242,71	130.483,50	151.726,22	0,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

El total del crédito es de 493.568,55 el mismo que genera un interés de \$ 265.062,53 con cuotas anuales de 151.726,22 pagaderas a 5 años.

6.4. Proyección de los Costos.

La proyección de costos y gastos es el detalle de lo que van a incurrir en el proyecto durante los 5 años de operación.

CUADRO N° 50
Proyección de los Costos. (Tasa de Crecimiento 3.57%)

CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia prima directa	3.600.000,00	4.680.000,00	6.084.000,00	7.909.200,00	10.281.960,00
Mano de obra directa	14.144,40	14.649,36	14.649,36	14.649,36	14.649,36
Materia prima indirecta	30.000,00	39.000,00	50.700,00	65.910,00	85.683,00
Servicios Básicos	3.036,00	3.144,39	3.256,64	3.372,90	3.493,31
Mano de obra indirecta	21.562,40	22.332,18	23.129,44	23.955,16	24.810,36
Depreciación	51.883,20	51.883,20	51.883,20	51.883,20	51.883,20
Mantenimiento y reparaciones	1.058,80	1.096,60	1.135,75	1.176,29	1.218,29
Combustible	60.000,00	61.500,00	63.037,50	64.613,44	66.228,77
Imprevisto 2%	75.633,70	97.472,11	125.835,84	162.695,21	210.598,53
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	3.857.318,50	4.971.077,83	6.417.627,72	8.297.455,55	10.740.524,81
COSTOS DE EXPORTACIÓN					
Visto Bueno x B/L	3.225,60	3.225,60	3.225,60	3.225,60	3.225,60
Administración xB/L	2.419,20	2.419,20	2.419,20	2.419,20	2.419,20
Porteo x contenedor THC	2.117,61	2.117,61	2.117,61	2.117,61	2.117,61
Recepción y desp. contenedores.	1.814,94	1.814,94	1.814,94	1.814,94	1.814,94
Certificado fitosanitario	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
AISV	3.846,72	3.846,72	3.846,72	3.846,72	3.846,72
Antinarcotico	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Naviera B/L sellos	1.075,20	1.075,20	1.075,20	1.075,20	1.075,20
Tramitador	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Agente de Aduanas	5.760,00	5.760,00	5.760,00	5.760,00	5.760,00
Certificado de Origen	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Certificado de Calidad	9.359,52	9.359,52	9.359,52	9.359,52	9.359,52
Flete	14.400,00	18.720,00	24.336,00	31.636,80	41.127,84
Póliza de Seguro	31.281,35	40.225,99	51.843,32	66.940,35	86.560,83
Imprevisto 2%	1.682,64	1.947,94	2.292,60	2.740,56	3.322,79
TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN	85.814,78	99.344,71	116.922,70	139.768,49	169.462,24
TOTAL COSTOS	3.943.133,28	5.070.422,54	6.534.550,42	8.437.224,04	10.909.987,05
GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Gastos Administrativos	52.219,06	53.789,95	55.416,93	57.101,98	58.847,19
Sueldos administrativos	42.596,80	44.117,51	45.692,50	47.323,72	49.013,18
Suministros de oficina	347,04	359,43	372,26	385,55	399,31
Utiles de limpieza administracion	195,92	202,91	210,16	217,66	225,43
Depreciación administracion	7.595,40	7.595,40	7.595,40	7.595,40	7.595,40
Amortización	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00
Imprevisto 2%	1.023,90	1.054,70	1.086,61	1.119,65	1.153,87
Gastos de Venta	2.754,00	1.267,70	1.312,95	1.359,83	1.408,37
Publicidad	2.700,00	1.242,84	1.287,21	1.333,16	1.380,76
Imprevisto 2%	54,00	24,86	25,74	26,66	27,62
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	54.973,06	55.057,65	56.729,88	58.461,81	60.255,56
GASTOS FINANCIEROS					
Gastos Financieros	80.352,96	68.733,39	55.222,16	39.511,30	21.242,71
TOTAL COSTOS Y GASTOS	4.078.459,30	5.194.213,58	6.646.502,46	8.535.197,15	10.991.485,33

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

Los egresos que “Zamagrox S.A.”, durante la vida útil del proyecto, están basados en rubros como: costos de producción, costos de exportación, gastos administrativos, gastos de venta, gastos de exportación y gastos financieros todos necesarios para el funcionamiento del proyecto.

Durante el primer año de operación del proyecto, el valor total de costos y gastos será de \$ 4.078.459,30 USD. A partir del segundo año, hasta el quinto año de proyección, los costos y gastos, se han incrementado en función al índice de inflación estimado por el Banco Central que es del 3,57%.

6.5. Costo Unitario de Producción

El costo unitario es el resultado que existe entre la división del total de costos y gastos para la unidades que se pretende exportar. Los cálculos se realizaron con la proporción correspondiente a cada uno de los productos.

CUADRO N° 51
Costo Unitario de Producción

CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
TOTAL COSTOS Y GASTOS	4.076.776,66	5.192.265,65	6.644.209,86	8.532.456,59	10.988.162,54
Materia prima qq	24.000,00	31.200,00	40.560,00	52.728,00	68.546,40
Costo de qqde cacao	169,87	166,42	163,81	161,82	160,30
10% Margen de utilidad	16,99	16,64	16,38	16,18	16,03
Precio de venta	186,85	183,06	180,19	178,00	176,33

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

En el cuadro se muestra que el costo unitario para el primer año es de 169.87 a esto se le adiciona un margen de utilidad para poder llegar al precio de venta. El porcentaje de margen de utilidad en el 10% considerado como el mínimo establecido.

6.6. Ingresos del Proyecto.

Los ingresos del proyecto se encuentran dado por las ventas de la materia prima desde el primer año hasta el quinto año.

CUADRO N° 52
Ingresos del Proyecto

INGRESO POR VENTAS TOTALES					
AÑO/ INGRESO PROMEDIO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Cantidad Requerida	24.000,00	31.200,00	40.560,00	52.728,00	68.546,40
Costo qq.	186,85	188,72	190,61	192,51	194,44
Total Ingresos	4.484.454,32	5.888.088,53	7.731.060,23	10.150.882,09	13.328.108,18

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Los ingresos del proyecto están dados por la cantidad requerida en quintales por el precio de venta que es el valor unitario más el porcentaje de utilidad, aumentando 1% en el costo por motivo de variación de precio en cada año. En el primer año el total del ingreso es de \$4.484.454,32 y para el quinto año alcanza a \$13.328.108,18

CAPÍTULO VII

EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1.Evaluación Económica y Financiera del Proyecto.

El objetivo de la evaluación del proyecto desde el punto de vista del inversionista consiste en establecer y comprobar los beneficios que establece el proyecto tomando en cuenta sus costos, gastos, ingresos y egresos para de esta manera obtener rentabilidad y percibir altas utilidades el cual arroje ventajas y tenga el crecimiento necesario para poder seguir operando, el cual se debe de analizar los riesgos que se incurre en un proyecto nuevo.

La evaluación desde el punto de vista financiero para el proyecto, “considera una serie de herramientas de aplicación para observar el rendimiento y el riesgo de una inversión y tomar la decisión de ejecutar o no el proyecto”⁴⁵. Es decir según la factibilidad y viabilidad del proyecto se decidirá si se conforma la empresa y se invierte el capital en un nuevo proyecto.

Para la evaluación del proyecto se toma en cuenta los siguientes aspectos que son necesarios para el análisis y rendimiento del capital a invertir.

7.1.1. Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicia representa el estado de situación financiera, o dicho en otras palabras, la situación de los activos y pasivos de la empresa en una fecha determinada”⁴⁶ También denominado Balance General en el cual se registra los activos

⁴⁵ Fierro, Martínez, Ángel, María, (2004), Planeación y Evaluación Financiera, Pág. 103.

⁴⁶ J BERNARD.JR, HARGADON.MÚNERA CARDENAS Armando. Principios de Economía,

que son prioridades a favor de la institución y pasivos que son las deudas a corto, mediano o largo plazo.

CUADRO N° 53
Estado de situación inicial

	0
ACTIVO	
Activo corriente	332.504,25
Caja	332.504,25
Activo Fijo	487.810,00
Terreno	120000,00
Adecuaciones	77000,00
Maquinaria y Equipo	28000,00
Muebles y Enseres	675,00
Equipos de oficina	205,00
Equipos de computación	1690,00
Vehículos	260000,00
Accesorios de servicios	240,00
Total	487810,00
(Depreciaciones acumuladas)	
Activo Diferido	2300,00
Estudio de prefactibilidad	1.500,00
Constitución de la Compañía	800,00
(amortización acumulada)	
TOTAL ACTIVO	822.614,25
PASIVO	493.568,55
Pasivo corto plazo	
Bancos y financieras	71.373,26
Pasivo a largo plazo	
Bancos y financieras	422.195,29
PATRIMONIO	329.045,70
Capital Social	329.045,70
Reserva Legal Acumulada	
Resultado Ejercicios Anteriores	
Utilidad (Pérdida del Ejercicio)	
Total Pasivo y Patrimonio	822.614,25

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El estado de situación inicial está conformado por los activos que ascienden a un total de 822.614,25 de los cuales se cuenta con un pasivo a largo plazo de 422.195,29 y un capital propio de 329.045,70

7.1.2. Estado de Resultados.

“Es el estado que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado, se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa”.⁴⁷

Este Estado Financiero presenta los ingresos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa ZAMAGROX durante un periodo de tiempo determinado.

A continuación se puede observar que la utilidad es de \$ 405.995,02 dólares en el año 1 y \$ 1340.637,36 dólares en el año 5.

CUADRO N° 54
Estado De Resultados.

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ventas	4.484.454,32	5.888.088,53	7.731.060,23	10.150.882,09	13.328.108,18
(-) Costo de Producción	3.943.133,28	5.070.422,54	6.534.550,42	8.437.224,04	10.909.987,05
(=) Utilidad Bruta en Ventas	541.321,05	817.665,99	1.196.509,82	1.713.658,05	2.418.121,13
(-) Gasto Administrativo y de ventas	54.973,06	55.057,65	56.729,88	58.461,81	60.255,56
(=) Utilidad Operacional	486.347,98	762.608,33	1.139.779,94	1.655.196,24	2.357.865,56
(-) Gasto Financiero	80.352,96	68.733,39	55.222,16	39.511,30	21.242,71
Pago de intereses	80.352,96	68.733,39	55.222,16	39.511,30	21.242,71
(=) Utilidad Antes de Reparto	405.995,02	693.874,94	1.084.557,77	1.615.684,94	2.336.622,85
(-) 15% reparto utilidades		104.081,24	162.683,67	242.352,74	350.493,43
(=) Utilidad/ Pérdida Después de Participaciones	405.995,02	589.793,70	921.874,11	1.373.332,20	1.986.129,42
(-) 25% Impuesto a la Renta		147.448,42	230.468,53	343.333,05	496.532,36
(=) Utilidad/Pérdida Neta	405.995,02	442.345,27	691.405,58	1.029.999,15	1.489.597,07
(-) Reserva legal 10%		44.234,53	69.140,56	102.999,91	148.959,71
(=) Utilidad/Pérdida Retenida	405.995,02	398.110,75	622.265,02	926.999,23	1.340.637,36

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

⁴⁷ZAPATA Pedro. Contabilidad General, Editorial Norma, Pág. 247

7.1.3. Flujo de Caja.

“El flujo de caja depende de la información que se desee obtener: medir rentabilidad del proyecto, la rentabilidad de los recursos propios en él o la capacidad de pago de un eventual préstamo para financiar la inversión”.⁴⁸

En este cuadro, se detalla las entradas de efectivo que financiaran el proyecto y por otro lado, los usos que se dará al efectivo desde el año 1 hasta el año 5 en la empresa agroexportadora.

Es así, que para cada año consideramos como ingresos únicamente las ventas; mientras que los egresos comprenden: gastos de mantenimiento activos fijos, gastos de administración, gastos de promoción y publicidad, sin considerar la depreciación de activos fijos y los gastos financieros. A continuación, se presenta los flujos de caja de vida útil del proyecto.

⁴⁸ SAPAG, Nassir. *Proyectos de Inversión*, Primera Edición 2007. Editorial Pearson Prentice Hall, México, pág. 213.

CUADRO N° 55
Flujo de Caja.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS	822.614	4.484.454	5.888.089	7.731.060	10.150.882	13.328.108
VENTAS		4.484.454,32	5.888.088,53	7.731.060,23	10.150.882,09	13.328.108,18
Préstamo a largo plazo	493.569					
Capital social	329.046					
2. EGRESOS	490.110	4.089.894	5.468.797	7.076.220	9.173.159	11.909.056
Activos fijos	487.810					
Activos diferidos	2.300					
Materia prima directa		3600000,00	4680000,00	6084000,00	7909200,00	10281960,00
Mano de obra directa		14144,40	14649,36	14649,36	14649,36	14649,36
Materia prima indirecta		30000,00	39000,00	50700,00	65910,00	85683,00
Servicios Básicos		3036,00	3144,39	3256,64	3372,90	3493,31
Mano de obra indirecta		21562,40	22332,18	23129,44	23955,16	24810,36
Mantenimiento y reparaciones		1058,80	1096,60	1135,75	1176,29	1218,29
Combustible		60000,00	61500,00	63037,50	64613,44	66228,77
Visto Bueno x B/L		3225,60	3225,60	3225,60	3225,60	3225,60
Administración xB/L		2419,20	2419,20	2419,20	2419,20	2419,20
Porteo x contenedor THC		2117,61	2117,61	2117,61	2117,61	2117,61
Recepción y desp. contenedores.		1814,94	1814,94	1814,94	1814,94	1814,94
Certificado fitosanitario		192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
AISV		3846,72	3846,72	3846,72	3846,72	3846,72
Antinarcoctico		480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Naviera B/L sellos		1075,20	1075,20	1075,20	1075,20	1075,20
Tramitador		7200,00	7200,00	7200,00	7200,00	7200,00
Agente de Aduanas		5760,00	5760,00	5760,00	5760,00	5760,00
Certificado de Origen		960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Certificado de Calidad		9359,52	9359,52	9359,52	9359,52	9359,52
Flete		14400,00	18720,00	24336,00	31636,80	41127,84
Póliza de Seguro		31281,35	40225,99	51843,32	66940,35	86560,83
Sueldos administrativos		42596,80	44117,51	45692,50	47323,72	49013,18
Suministros de oficina		347,04	359,43	372,26	385,55	399,31
Útiles de limpieza administracion		195,92	202,91	210,16	217,66	225,43
Publicidad		2700,00	1242,84	1287,21	1333,16	1380,76
Pago intereses		80352,96	68733,39	55222,16	39511,30	21242,71
2% Imprevistos		78394,24	100499,61	129240,79	166582,08	215102,80
15% Reparto Utilidades		-	104.081,24	162.683,67	242.352,74	350.493,43
25% Impuesto a la Renta		-	147.448,42	230.468,53	343.333,05	496.532,36
Pago de Capital de Prestamo		71.373,26	82.992,82	96.504,05	112.214,91	130.483,50
3. FLUJO NETO (1- 2)	332.504	394.560,37	419.291,05	654.840,13	977.722,83	1.419.052,16
4. SALDO INICIAL EN CAJA		332.504,25	727.064,61	1.146.355,66	1.801.195,79	2.778.918,63
5 SALDO FINAL EN CAJA	332.504	727.064,61	1.146.355,66	1.801.195,79	2.778.918,63	4.197.970,79

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El flujo neto de caja obtenido en el último año de vida del proyecto es de \$1419.052, 16 más el saldo anterior de caja de \$ 2.778.918,63; dan un saldo final de caja de \$4.197.970,79

7.1.4. Balance General Proyectado.

Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico¹⁸. Estado financiero que muestra la situación económica y capacidad de pago de una empresa a una fecha determinada.

¹⁸ SARMIENTO, Rubén. Contabilidad General. PUBLINGRAF. Quito-Ecuador. Páginas 249.250

CUADRO N° 56
Balance General Projectado.

	0	1	2	3	4	5
ACTIVO						
Activo corriente	332.504,25	727.064,61	1.146.355,66	1.801.195,79	2.778.918,63	4.197.970,79
Caja	332.504,25	727.064,61	1.146.355,66	1.801.195,79	2.778.918,63	4.197.970,79
Activo Fijo	487.810,00	428.331,40	368.852,80	309.374,20	249.895,60	190.417,00
Terreno	120000,00	120000,00	120000,00	120000,00	120000,00	120000,00
Adecuaciones	77000,00	77000,00	77000,00	77000,00	77000,00	77000,00
Maquinaria y Equipo	28000,00	28000,00	28000,00	28000,00	28000,00	28000,00
Muebles y Enseres	675,00	675,00	675,00	675,00	675,00	675,00
Equipos de oficina	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00
Equipos de computación	1690,00	1690,00	1690,00	1690,00	1690,00	1690,00
Vehículos	260000,00	260000,00	260000,00	260000,00	260000,00	260000,00
Accesorios de servicios	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Total	487810,00	487810,00	487810,00	487810,00	487810,00	487810,00
(Depreciaciones acumuladas)		59478,60	118957,20	178435,80	237914,40	297393,00
Activo Diferido	2300,00	1840,00	1380,00	920,00	460,00	0,00
Estudio de prefatibilidad	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Constitución de la Compañía	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
(amortización acumulada)		460,00	920,00	1.380,00	1.840,00	2.300,00
TOTAL ACTIVO	822.614,25	1.157.236,01	1.516.588,46	2.111.489,99	3.029.274,23	4.388.387,79
PASIVO	493.568,55	422.195,29	339.202,47	242.698,42	130.483,50	-
Pasivo corto plazo						
Bancos y financieras	71.373,26	82.992,82	96.504,05	112.214,91	130.483,50	
Pasivo a largo plazo						
Bancos y financieras	422.195,29	339.202,47	242.698,42	130.483,50	0,00	
PATRIMONIO	329.045,70	735.040,72	1.177.386,00	1.868.791,58	2.898.790,72	4.388.387,79
Capital Social	329.045,70	329.045,70	329.045,70	329.045,70	329.045,70	329.045,70
Reserva Legal Acumulada		-	44.234,53	113.375,09	216.375,00	365.334,71
Resultado Ejercicios Anteriores		-	405.995,02	804.105,77	1.426.370,79	2.353.370,03
Utilidad (Pérdida del Ejercicio)		405.995,02	398.110,75	622.265,02	926.999,23	1.340.637,36
Total Pasivo y Patrimonio	822.614,25	1.157.236,01	1.516.588,46	2.111.489,99	3.029.274,23	4.388.387,79

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El anterior cuadro muestra el balance general de la ZAMAGROX para los 5 primeros años; el mismo que contiene información de vital importancia para el inversionista.

En el balance general, se ha determinado que para el año 1, el valor total de los activos será de \$1, 157,236.01; mientras que el valor de los pasivos es de \$422,195.29 y del patrimonio de \$735,040.72 Los mismos que se han elaborado con las bases de tasas de inflación antes mencionadas para los otros años.

7.2.Indicadores de Evaluación

Para evaluar los flujos de efectivo y determinar la viabilidad de este proyecto, se procede a calcular la Tasa Interna de Retorno, el Valor Actual Neto, la Relación Beneficio - Costo y Periodo de Recuperación de la Inversión.

7.2.1. Costo Promedio Ponderado de Capital.

El costo promedio ponderado de capital, es la “tasa de descuento que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja del proyecto, tasa que corresponderá a la rentabilidad que el inversionista exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de esos recursos, en proyectos con niveles de riesgos similares”⁴⁹.

Para actualizar los flujos de caja proyectados, fue necesario determinar primero la tasa de descuento; para lo cual se calculó la tasa mínima aceptable de rendimiento de capital y el costo ponderado de capital.

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) o tasa de descuento, es el mínimo rendimiento que el proyecto debe ofrecer para satisfacer los requerimientos de los inversionistas. En el cuadro siguiente se presenta detallada la tasa mínima.

CUADRO N° 57
Costo Promedio Ponderado de Capital.

DETALLE	VALOR	%	COSTO	Costo de Capital
Capital propio	329.045,70	40,00%	4,60%	1,84%
Prestamo bancario	493.568,55	60,00%	16,28%	9,77%
TOTAL	822.614,25	100,00%	20,88%	11,61%
	CPC	11,61%		
	Riesgo Sectorial	17,56%		
	Tasa de descuento	29,17%		

Fuente: Investigación de Campo/ 2011

Elaborado por: Vanessa Zambrano

La tasa mínima aceptable de rendimiento de capital sumó: la tasa pasiva referencial además de la tasa efectiva esto por cada uno de los porcentajes de aportación más el premio al riesgo sectorial del proyecto. Obteniendo así, una tasa de 29.17%.

⁴⁹ Barreno, Luís, (2005), Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Pág. 113.

7.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).

“TIR es la tasa de descuento por la cual el valor neto de la inversión es igual a cero”⁵⁰ También se la define como “la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea igual a cero: es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada”⁵¹.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

CUADRO N° 58
Tasa Interna de Retorno (TIR).

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN Menor	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		85,67%		29,17%	
0	-822.614,25		-822.614,25		-822.614,25
1	580.218,16	0,5385991	312.505,01	0,7741856	449.196,52
2	618.478,78	0,2900890	179.413,91	0,5993633	370.693,47
3	871.605,84	0,1562417	136.181,19	0,4640184	404.441,14
4	1.217.334,34	0,0841517	102.440,69	0,3592363	437.310,73
5	2.031.449,67	0,0453240	92.073,44	0,2781156	564.977,81
			-		1.404.005,42

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

La tasa interna de retorno es del 85.67%, es una tasa superior al 29.17% que es el costo promedio ponderado del capital. Al ser la TIR superior a la tasa mínima aceptable requerida, garantiza que el proyecto genera mayor rentabilidad, por lo tanto el proyecto es viable desde el punto de vista de este indicador.

⁵⁰ ZAMBRANO MORA Armando, Matemática Financiera. Editorial Mc Graw Hill, México 2002

⁵¹ Meneses, Álvarez, Edilberto, (2004), Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 185.

7.2.3. Valor Actual Neto (VAN).

El valor actual neto es la diferencia entre los ingresos y los egresos. Este indicador de evaluación sugiere que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero. Para el cálculo del VAN se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FE1}{1+i} + \frac{FE2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+i)^n}$$

Existen dos criterios de decisión para el Valor Actual Neto los cuales son:

1. Si el VAN es menor a cero, el proyecto no se acepta
2. Si el VAN es mayor a cero, el proyecto se acepta

A continuación se especifica el cuadro.

CUADRO N° 59
Valor Actual Neto (VAN).

AÑOS	FLUJO NETO ACTUAL	FACTOR ACTUAL.	FLUJO ACTUALIZADO
		29,17%	
0	-822.614,25	1,00000000	-822.614,25
1	580.218,16	1,29168000	449.196,52
2	618.478,78	1,66843722	370.693,47
3	871.605,84	2,15508699	404.441,14
4	1.217.334,34	2,78368277	437.310,73
5	2.031.449,67	3,59562735	564.977,81
			1.404.005,42

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

$$\text{VAN} = \frac{F_0}{(1+i)^0} + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \frac{F_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = \frac{-822.614,25}{(1,28)^0} + \frac{580.218,16}{1,28)^1} + \frac{618.478,78}{(1,28)^2} + \frac{871.605,84}{(1,28)^3} + \frac{1.217.334,34}{(1,28)^4} + \frac{2.031.449,67}{1,87)^5}$$

$$\text{VAN} = \frac{-822.614,25}{1} + \frac{580.218,16}{1,29168} + \frac{618.478,78}{1,668437222} + \frac{871.605,84}{2,155086991} + \frac{1.217.334,34}{2,783682765} + \frac{2.031.449,67}{3,595627354}$$

$$\text{VAN} = -822.614,25 + 449.196,52 + 370.693,47 + 404.441,14 + 437.310,73 + 564.977,81$$

$$\text{VAN} = 1.404.005,42$$

Con la tasa de descuento obtenida anteriormente, se procedió a calcular el valor actual neto del proyecto; el mismo que fue de \$ 1404.005,42 y representa el rendimiento mínimo esperado por la empresa. Dado que el VAN es positivo, se determina que el proyecto es rentable en términos financieros.

7.2.4. Razón Beneficio / Costo.

Éste índice permite conocer cuál es el beneficio que va a obtener el proyecto por los recursos invertidos. Existen tres condicionantes:

- **RBC > 1.** Si el índice es mayor que 1 se acepta el proyecto.
- **RCB < 1.** Si el índice es menor que 1 se rechaza el proyecto.
- **RCB = 1.** Si el índice es igual a 1 es indiferente el proyecto

CUADRO N° 60
Razón Beneficio / Costo

AÑOS	Flujo de caja	Inversiones	Flujos Actualizados
0		822.614	
1	580.218		449.197
2	618.479		370.693
3	871.606		404.441
4	1.217.334		437.311
5	2.031.450		564.978
			2.226.620

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

$$\text{RBC} = \frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSION INICIAL}}$$

$$\text{RBC} = \frac{2.226.619,668}{822.614,245}$$

$$\text{RBC} = 2,71$$

La razón beneficio/costo es 2,71; lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá \$ 2,71 USD, en los cinco años que se evaluó el proyecto.

7.2.5. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).

Esto se refiere a los periodos o años en los que se va a recuperar exactamente la inversión realizada en el proyecto. En el siguiente cuadro se detalla el periodo de recuperación de la inversión.

El período de recuperación se calcula con la siguiente fórmula:

$$PRC = X + \frac{X1 - Y}{Z}$$

X = número primario cuya sumatoria no cubre la inversión inicial

X1 = inversión inicial

Y = valor de la sumatoria de los flujos antes de cubrir la inversión inicial

Z = Flujo de la sumatoria de los años que supera la inversión inicial

CUADRO N° 61
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).

	Inversión	822.614,25	
Años	Flujo de caja	Flujos de caja actualizados	Flujos de caja acumulados
1	580.218,16	449.196,52	449.196,52
2	618.478,78	370.693,47	819.889,99
3	871.605,84	404.441,14	1.224.331,13
4	1.217.334,34	437.310,73	1.661.641,86
5	2.031.449,67	564.977,81	2.226.619,67
PRI	2,007349083		
Años	2,007349083	0,007349083	2
Meses	2,645670003	0,645670003	2
Días	19,37010009	0,37010009	19
2 años, 2 meses, 19 días			

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

El cuadro anterior muestra que el periodo de recuperación del capital con las condiciones expuestas anteriormente es de 2 años 2 meses y 19 días.

7.2.6. Punto de Equilibrio.

Punto de Equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son

exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables.⁵² Constituye el punto de recuperación de todos los costos totales, es decir, donde los ingresos son iguales a los costos y la utilidad es cero.

Para determinar el Punto de Equilibrio la fórmula es:

➤ **Punto de equilibrio en unidades**

$$PEU = \frac{CF}{\text{Márgen / Contrib.}}$$

➤ **Punto de equilibrio en unidades monetarias**

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Y}}$$

⁵²BACA, Gabriel; Evaluación de Proyectos, Mc Graw-Hill, 4º edición, 2000, Pág. 246

CUADRO N° 62
Punto de Equilibrio.

Costos Variables	
Materia prima directa	3600000,00
Mano de obra directa	14144,40
Materia prima indirecta	30000,00
Servicios Básicos	3036,00
Mano de obra indirecta	21562,40
Flete	14400,00
Póliza de Seguro	31281,35
TOTAL COSTOS VARIABLES	3714424,15
Costos Fijos	
Sueldos administrativos	42596,80
Suministros de oficina	347,04
Utiles de limpieza administracion	195,92
Depreciación administracion	7595,40
Amortización	460,00
Gastos de Venta	2754,00
Publicidad	2700,00
Visto Bueno x B/L	3225,60
Administración xB/L	2419,20
Porteo x contenedor THC	2117,61
Recepción y desp. contenedores.	1814,94
Certificado fitosanitario	192,00
AISV	3846,72
Antinarcotico	480,00
Naviera B/L sellos	1075,20
Tramitador	7200,00
Agente de Aduanas	5760,00
Certificado de Origen	960,00
Certificado de Calidad	9359,52
2% Imprevistos	78394,24
Gastos Financieros	80352,96
TOTAL COSTOS FIJOS	253847,15
DATOS	
CANTIDAD DE SACOS	24000,00
PRECIO UNITARIO	186,85
INGRESOS	4484454,32
COSTO VARIABLE UNITARIO	154,77

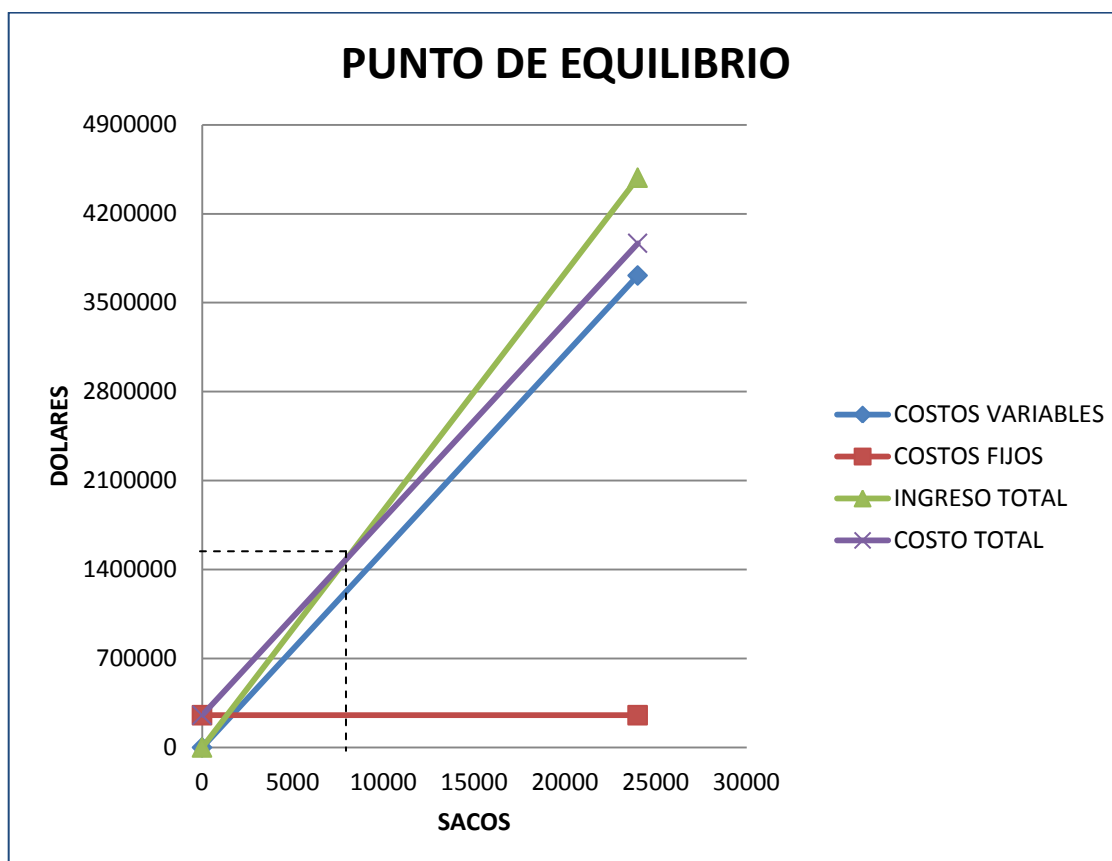
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Para calcular el punto de equilibrio se sumaron los costos fijos y los costos variables, en la siguiente tabla se refleja dichos costos para cada año, estos costos se tomaron del cuadro de costos y gastos del proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	1.478.339,39
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	7.911,81

GRÁFICO N° 28
Punto De Equilibrio



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

En el grafico se muestra el punto de equilibrio que alcanza en el primer año. El cual se da cuando los ingresos alcancen \$1.478.339,39 y 7.911,81 quintales exportables.

7.2.7. Índices Financieros.

Existen una gran cantidad de índices financieros pero para la evaluación apropiada del siguiente proyecto se tomaran en consideración indicadores de liquidez, de Actividad, de endeudamiento y de rentabilidad.

➤ **Liquidez corriente**

La liquidez corriente muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo.

CUADRO N° 63
Liquidez corriente

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LIQUIDEZ	<u>Activo corriente</u>						
1. Liquidez corriente	Pasivo Corriente	dólares	10,19	13,81	18,66	24,76	32,17

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Rotación de activos fijos**

La rotación de activos fijos mide la efectividad con que la empresa usa su planta y su equipo, es la razón de las ventas a los activos fijos netos.

CUADRO N° 64
Rotación de activos fijos

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2. Rotación activo Fijo	<u>Ventas</u>	veces	10,47	15,96	24,99	40,62	69,99
	Total Activo fijo promedio						

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Rotación de Activos Totales**

La rotación de activos totales mide la rotación de todos los activos de la empresa y se calcula dividiendo las ventas entre los activos totales.

CUADRO N° 65

Rotación de Activos Totales

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3. Rotación activo total	<u>Ventas</u>	veces	3,88	3,88	3,66	3,35	3,04
	Activo total promedio						

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Razón de endeudamiento a largo plazo.**

La razón de endeudamiento a largo plazo mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa.

CUADRO N° 66

Razón de endeudamiento a largo plazo.

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ENDEUDAMIENTO	Pasivo largo plazo						
4. Endeudamiento largo plazo	Activo total		60,00%	36,48%	22,37%	11,49%	4,31%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Razón de financiamiento propio**

La razón de financiamiento propio mide la capacidad de la empresa para utilizar sus cargos fijos financieros, para incrementar los efectos de cambios en utilidades ante de intereses e impuestos sobre las ganancias por acciones de la empresa.

CUADRO N° 67
Razón de financiamiento propio

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5. Financiamiento propio	Patrimonio total	40,00%	63,52%	77,63%	88,51%	95,69%
	Activo Total					

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano / 2011

➤ **Rendimiento de activo total**

El rendimiento de activo total informa de la actividad de la Entidad. Nos relaciona los ingresos corrientes con el total activo inicial. Un porcentaje elevado nos indicaría que disponemos de una masa activa reducida, en relación con los ingresos corrientes que es capaz de generar la Entidad.

CUADRO N° 68
Rendimiento de activo total

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RENTABILIDAD	Utilidad neta					
6. Rendimiento Activo Total	Activo Promedio	49,35%	38,22%	45,59%	48,78%	49,17%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Rentabilidad del Patrimonio**

La rentabilidad del patrimonio mide la rentabilidad de los recursos propios de la Entidad.

CUADRO N° 69
Rentabilidad del Patrimonio

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
7. Rendimiento del Patrimonio	Utilidad neta	60,18%	58,72%	55,12%	51,39%	60,18%
	Patrimonio promedio					

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Margen de utilidad bruta**

El margen de utilidad bruta mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que la empresa pagó sus productos.

CUADRO N° 70
Margen de utilidad bruta

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
8. Margen Utilidad Bruta	Ventas - Costo de Ventas	12,07%	13,89%	15,48%	16,88%	18,14%
	Ventas					

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

➤ **Margen de utilidad neta**

El margen de utilidad neta calcula el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos, incluyendo los intereses e impuestos.

CUADRO N° 71
Margen de utilidad neta

INDICADOR	FORMULA DE CALCULO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Utilidad neta					
9. Margen Utilidad neta.	Ventas	9,05%	7,51%	8,94%	10,15%	11,18%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Zambrano/ 2011

Se usa comúnmente para medir el éxito de la empresa en relación con las utilidades sobre las ventas. Cuanto mayor sea, mejor.

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES

El proyecto de Elaborar un Estudio de Factibilidad con fines de exportación de cacao A NUEVA YORK -EE.UU, para el Comercial Hermanos Zambrano, después de haber realizado los estudios necesarios para llevar a cabo los objetivos mencionados en el capítulo I se ha obtenido las siguientes conclusiones:

- Los precios del cacao en grano al productor, durante los últimos siete años se han ido incrementando en forma creciente hasta la actualidad.
- En el estudio de mercado se determinó que la participación de productos de la industria del Cacao en Estados Unidos, el cacao fino de aroma tiene gran aceptación para hacer productos como: Manteca de cacao, producto en polvo con sabor a chocolate, Chocolate de mesa, confites de chocolate, Chocolate en polvo y otros.
- Las zonas donde realizara la adquisición de Materia prima son las zonas de Los Ángeles, Paraíso la Catorce, Bramadora y Quinindé, siendo esta ultima la zona de mayor producción, además se conoce que el 86% del cacao de estas zonas son cacao fino de aroma o también llamado nacional.
- El proceso de exportación que pretende utilizar la empresa Zamagrox S.A. se encuentran las fases de pre embarque, embarque y post embarque.
- Para la puesta en marcha del proyecto es necesaria una inversión de \$ 822.614,25 de los cuales el 40% pertenece a la inversión fija y el 60% de esta inversión que estará financiada mediante un préstamo al Banco Pichincha.

RECOMENDACIONES

- Crear la empresa Zamagrox en una Sociedad Anónima para la exportación de productos agrícolas con su producto estrella el cacao en pepa.
- Exportar a EE.UU – Nueva York por ser un mercado importante para nuestro país y principalmente por la gran demanda del cacao Ecuatoriano.
- Ejecutar cada uno de los pasos, requisitos y trámites para el proceso de exportación de cacao a EE.UU-Nueva York.
- Utilizar las normas de calidad en todos los procesos del cacao en pepa para su exportación; principalmente por la exigida por AGROCALIDAD.
- Brindar un producto con calidad, a un precio accesible en el mercado internacional, son dos puntos importantes a la hora de exportar.
- Proyectar una imagen corporativa seria en todos sus aspectos para futuros clientes y expansión de la misma.
- Formar una empresa a base de valores tanto en sus empleados como en las autoridades de Zamagrox S.A., para un futuro empresarial lleno de logros.
- Aprovechar esta tesis para el análisis financiero y las aperturas de crédito.
- Financiar la creación de la compañía Zamagrox S.A., ya que a través de esta tesis se ha demostrado la factibilidad técnica, económica, financiera y social, que garantiza la rentabilidad y el retorno de la inversión en un año y once meses aproximadamente, aflorando un futuro beneficioso para sus socios.

- La evaluación financiera tiene resultados óptimos la cual determina que el proyecto es factible ya que el Valor Actual Neto es de \$ 1404.005,42 la relación costo beneficio es de 2.71 y la Tasa Interna de Retorno es de 85,67%

BIBLIOGRAFÍA

1. Baca, Urbina, Gabriel. (2001), Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Mc Graw- Hill, México, Págs. 383.
2. Barreno, Luís, (2005), Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Primera Edición, Quito-Ecuador.
3. Canelos, Salazar, Ramiro. (2003), Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios, Quito-Ecuador.
4. Cateora, Philip y Graham, John. (2001), Marketing Internacional, Décima Edición, Mc Graw-Hill, México.
6. Chiriboga Rosales, Alberto. (2005), Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano, Quito-Ecuador, Págs. 160.
7. Estrada, Raúl, y Estrada, Patricio, (2007), Exportar es el Reto, Quito Ecuador, Págs.174.
8. Fierro, Martínez, Ángel, María, (2004), Planeación y Evaluación Financiera, Segunda Edición, Bogotá-Colombia.
9. Hall, Robert, y Lieberman, Marc. (2003), Economía Principios y Aplicaciones, Segunda Edición, España.
10. Harrison J., y Caron J. (2002), Fundamentos de la Dirección Estratégica, Segunda Edición, Madrid-España.

11. Jeffrey, Harrison y Caron, John, (2002) Fundamentos de la Dirección Estratégica, Segunda Edición, Editorial Thomson, Pág. 208.
12. Kotler Philip y Gary Armstrong, (2004), Marketing, Décima Edición, Prentice-Hall, España.
13. Corporación de Estudios y Publicaciones, (2009), Ley Orgánica de Aduanas Reglamento, Págs. 96.
13. Mankin Gregory. (2004), Principios de Economía, Tercera Edición, McGraw-Hill, España.
14. McCarthy, E. Jerome y Perreault, William. (2001), Marketing un Enfoque Global, 13ª Edición, McGraw-Hill, México pag. 181
15. Méndez, José, (2002), Economía y la Empresa, Segunda Edición, Mc Graw- Hill, México, Págs. 389.
16. Meneses Álvarez, Edilberto. (2004), Preparación y Evaluación de Proyectos, Quito-Ecuador.
17. Mochón, Morcillo, Francisco. (2001), Principios de Economía, Segunda Edición, McGraw-Hill, España.
18. Mokate, Karen Marie. (2004), Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, Segunda Edición, Colombia.
19. Molina, Antonio, (2007), Contabilidad de Costos Teoría y Ejercicios, Cuarta Edición, Quito-Ecuador, Págs. 332.

20. Robles, José y Robles, Washington, (2003), Elementos de Economía, Cuarta Edición, Quito-Ecuador, Págs. 184.
21. Romo, Loyola, John. (2003), Manual de Derecho Empresarial, Quito-Ecuador.
22. Sapag Chain Nassir y Sapag Chain Reinaldo, (2003), Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, McGraw-Hill, México.
23. Sapag Chain Nassir, (2007), Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Prentice-Hall, México. Págs. 486.
24. Santemas, Mestre, Miguel, Marketing: Conceptos y Estrategias, Tercera Edición, Editorial Pirámide, Madrid España
25. Zapata Sánchez, Pedro. (2002), Contabilidad General, Cuarta Edición, McGraw-Hill, Colombia.
26. Zapata, Sánchez, Pedro, (2005), Contabilidad General, Quinta Edición, McGraw-Hill, Colombia, Págs. 448.

Páginas Web.

- http://www.todocomercioexterior.com.ec/documentos-de-comercio-exterior/index.asp?area_var=exportaciones&documento_var=ORDEN_DE_EM BARQUE_DAU_A
- <http://www.sri.gov.ec>
- <http://www.supercias.gov.ec>
- http://www.wikilearning.com/el_proceso_de_servicio-wkccp-15124-6.htm
- http://www.segsocial.es/Internet_1/Trabajadores/Afiliacion/RegimenesQuienesl os10548/RegimenGeneraldeLaS10562/QuienIncRG2009/index.htm
- <http://www.e-salinasc.com/incoterms4.htm>
- <http://www.tt.mtin.es/periodico/seguridadsocial/200903/AFILIADOS%20EXTR AN>
- <http://www.agrocalidad.gov.ec/cacao/cacao.php>
- http://www.flordebaba.com/NORMA_T%C3%89CNICA_ECUATORIANA_N TE_INEN_176_y_177.pdf
- http://www.csav.com/index_sp.htm
- <http://avaluos1.blogspot.com/2009/01/incoterms-fob.html>
- www.cgsa.com.ec
- <http://www.agrocalidad.gov.ec/cacao/manuales/Manual-Centros-Acopio-06-06-2011.pdf>
- <http://www.agrocalidad.gov.ec/cacao/cacao.php>
- http://www.csav.com/index_sp.htm
- http://www.flordebaba.com/NORMA_T%C3%89CNICA_ECUATORIANA_N TE_INEN_176_y_177.pdf
- <http://www.awbeditor.com/?gclid=CNvQ66rzxKoCFesRNAodJygrg>
- www.plancameral.org
- www.usitc.gov
- www.sice.oas.org/trade/cafta/CAFTADR/anexo3-3-US.pdf

GLOSARIO

Cacao: es el nombre científico que recibe el árbol del cacao o cacaotero. Theobroma. El nombre científico en griego significa 'alimento de los dioses'; pero cacao viene del maya Ka'kaw

Contrato: Es un documento legal escrito en lenguaje formal, es obligatorio y por escrito, rígido y formal.

Exportación. Es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero.

Flujo del Inversionista: Es una opción de evaluación que implica el apalancamiento de los proyectos para mejorar la rentabilidad de los dueños, siempre que el costo del dinero, sea inferior a la rentabilidad del proyecto.

Inversionista: Persona natural o jurídica que decide en base a su capital y/o préstamo, colocarlos en actividades productivas con fines de lucro.

NANDINA. Es la "Nomenclatura Arancelaria Común de los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena" (Comunidad Andina), basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA).

Partida Arancelaria. Es un documento internacional utilizado por todos los países del mundo que se denomina sistema armonizado de designación y decodificación de mercancías.

ANEXOS



Anexo No.1
Encuestas
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Ingeniería de Comercio Exterior Integración y Aduanas
Campus Santo Domingo

Encuesta para determinar la oferta interna de cacao fino de aroma en pepa de los productores de las zonas de Quinindé, La Bramadora, La Catorce y Los Ángeles.

Objetivo:

Determinar la oferta del cacao fino de aroma de los productores

Datos:

Nombre:

Teléfono:.....

Dirección:.....

Subraye con una X el cuadro que corresponda con su respuesta.

1. ¿Cultiva usted cacao fino de aroma o nacional?

SI NO

2. ¿Cuántas hectáreas del cacao fino de aroma posee?

De 1 a 5 hectáreas

De 6 a 10 hectáreas

De 10 a 15 hectáreas

De 15 o más

Especifique la cantidad de hectáreas

.....

3. ¿Con que frecuencia cosecha el cacao fino de aroma?

Semanal

Quincenal

Mensual

Otro

Cuál.....

4. ¿Cuántos quintales de cacao fino de aroma cosecha por hectáreas?

1 a 5 qq.

- | | |
|--------------|--------------------------|
| 6 a 10 qq. | <input type="checkbox"/> |
| 11 a 15 qq. | <input type="checkbox"/> |
| 16 a 20 qq. | <input type="checkbox"/> |
| 21 a 25 qq. | <input type="checkbox"/> |
| 26 o más qq. | <input type="checkbox"/> |

Especifique la cantidad

.....
5. ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

.....
6. ¿Cómo venden su producción?

- | | |
|-----------|--------------------------|
| Seco | <input type="checkbox"/> |
| Semi seco | <input type="checkbox"/> |
| En baba | <input type="checkbox"/> |

.....
7. ¿Estaría dispuesto a venderle a una nueva exportadora de cacao?

- SI NO

Anexo No. 3 FACTURA

FACTURA 001-001-049987

AUT. N° 1109927259

EMPRESA: ZAMAGROX S.A.
Sector de Paraiso la catorce
FAX: 02-3709-765 STO DGO - ECUADOR
SRI / RUC No. 1715948319001
DEL No. DT 40.001 AL No. DT 50.000 AUTORIZA



CLIENTE:	
BLOMMER CHOCOLATE	
600 West Kinzie San, Chicago IL 60654	
E.E.U.U - NEW YORK	
TELF: 1800 621.1606	

FECHA:	23/10/2011
VÍA EMBAR:	MARÍTIMA

EMB. ESTIMADO:	25/10/2011
----------------	------------

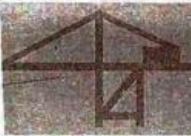
PAÍS DE ORIGEN:	ECUADOR
PRODUCTO:	CACAO EN GRANO 1801001900

DESDE:	ECUADOR-GUAYAQUIL
DESTINO:	NUEVA JERSEY
FORMA DE PAGO:	GIRO A LAVISTA

CONDICIÓN DE COMPRA:
FOB

MARCA	CANT. CONT.	DESCRIPCIÓN	CANT. SACOS	PRECIO UNIT. FOB USD	PRECIO TOTAL FOB USD
		REF. PEDIDO N°	173-032-329		
ZAMAGROX S.A.					
HNOS. ZAMBRANO					
CACAO FINO DE AROMA	1	Cacao en grano	500	187.39	93695.00
PRODUCTO ECUATORIANO		"A.S.E."			
45 KN 45.5 KB					
22.500.00 KN					
22.750.00 KB					
	PESO BRUTO TOTAL:		22750 KILOS		
	PESO NETO TOTAL:		22500 KILOS		
	TOTAL SACOS:		500		
	VALOR TOTAL FOB:				93695.00


**Anexo No. 4
FACTURA CONTECON**

 <p>Contecon Guayaquil S.A. CGSA</p> <p><i>An ICTSI Group Company</i></p> <p>Via al Puerto Marítimo Av. de La Marina s/n PBX: (593) 4 606300 (593) 4 3501700 Sucursal: Cda. Kennedy Norte Solar 4 Guayaquil - Ecuador</p>		<p>FACTURA N° 002-005-00 0122170</p> <p>EMISION: 24 10 2011 VENCIMIENTO: 24 10 2011</p>									
		<p>CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución No. 870 de 03 Septiembre 2007</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>R.U.C. 0992506717001</td> </tr> <tr> <td>AUT. SRI. 1109396586</td> </tr> </table>		R.U.C. 0992506717001	AUT. SRI. 1109396586						
R.U.C. 0992506717001											
AUT. SRI. 1109396586											
<p>RAZÓN SOCIAL: ZAMAGROX S.A. V: EL PARAISO LA 14, QUEVEDO -ECUADOR 1715948319001</p>		<p>renOV: Los Rios CASILLA: 5385</p>									
<p>UBIENSC ELOISE # VIAJE: 41A ZAMAGROX S.A. PUERTO: ELIZABETH- NUEVA JERSEY</p>		<p>FECHA PREVISTA LLEGADA: MERCADERIA: Nº CONTENEDOR:</p>									
SERVICIOS EJECUTADOS											
D	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI. VALOR TOTAL								
00	RECEPCION / DESPACHO DE CONTENEDORES	1	33,76 33,76								
00	PORTEO DE CONTENEDORES (THC)	1	39,39 39,39								
<p>RECIBI INCONDICIONALMENTE A LA ORDEN DE CONTECON GUAYAQUIL S.A., EN EL LUGAR Y FECHA RECONVENGA EL VALOR TOTAL EXPRESADO EN ESTE DOCUMENTO MAS LOS IMPUESTOS SPECTIVOS, Y EL MAXIMO INTERES LEGAL POR MORA AUTORIZADO POR LA JUNTA BANCARIA S E INSTITUCIONES FINANCIERAS, SIN PROTESTO, EXIMEME DE PRESENTACION PARA EL PAGO ASI SO POR FALTA DE ESTE HECHO.</p> <p>OMICILIO Y ME SOMETO A LOS JUECES COMPETENTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y AL CUTIVO O VERBAL SUMARIO A ELECCION DEL BENEFICIARIO O SUS CESIONARIOS, ASI TAMBIEN BAJO RESPONSABILIDAD SOLIDARIA EN LA ACEPTACION A ESTE DOCUMENTO COMO O DE COBRO, ACEPTO QUE EL BENEFICIARIO CEDA Y TRANSFIERA EN CUALQUIER MOMENTO LOS IJE EMANAN DEL PRESENTE DOCUMENTO SIN QUE SEA NECESARIA NOTIFICACION ALGUNANA NI TACION DE MI PARTE. SE ACLARA QUE EL BENEFICIARIO ES LA PERSONA A QUIENVO A CUYA EFECTUAR EL PAGO.</p>			<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>SUBTOTAL</td> <td align="right">73,15</td> </tr> <tr> <td>I.V.A. 0%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>I.V.A. 12%</td> <td align="right">8,78</td> </tr> <tr> <td>TOTAL US\$</td> <td align="right">81,93</td> </tr> </table>	SUBTOTAL	73,15	I.V.A. 0%		I.V.A. 12%	8,78	TOTAL US\$	81,93
SUBTOTAL	73,15										
I.V.A. 0%											
I.V.A. 12%	8,78										
TOTAL US\$	81,93										
<p>RECIBI CONFORME</p>		<p>FIRMA AUTORIZADA ADQUIRIENTE</p>									

**Anexo No. 5
FACTURA MIPRO**

SUBSECRETARIA REGIONAL DEL MIPRO EN EL LITORAL		FACTURA	
R.U.C. 0968541370001 Kennedy Norte Av. Francisco de Orellana y Justino Comejo Edif. Gobierno del Litoral 6to. piso PBX: 2684 535 Fax: 2684536 Apartado Postal: 09-01-7005 Guayaquil - Ecuador		No. 001-001-00 0028509 AUT. S.R.I. 1109335093	
Fecha:	24/10/2011		
Cliente:	ZAMAGROX S.A.		
RUC/C.I.:	1715948319001		
Dirección:	EL PARAISO LA 14, QUEVEDO -ECUADOR		
Telf.:		G. Remisión:	
CANT.	CONCEPTO	V. UNIT	TOTAL
1	Certificado de origen SGP Sec. D379879H	10,00	10,00
1	Certificado de Origen ATPDEA USA Sec. D44149h Pago en Depósito Fecha: 23/10/2011 BANCO: Guayaquil Deposito No: 66315 Cacao	10,00	10,00
Veinte dólares con 00/100 Son: _____ Dólares		SUB-TOTAL \$	20,00
CANCELADO TESORERIA RECIBÍ CONFORME _____ FIRMA AUTORIZADA		DESCUENTO	0,00
		L.V.A. 0 % \$	0,00
		L.V.A. 12% \$	0,00
		V. TOTAL \$	20,00
Salas García Gustavo Guillermo R.U.C. 091733132400 AUT. 5353 • 100 B. 50x4 del 27351 al 32350 • Etab. 3/Marzo/2011 Cad. 03/03/2012 No: 28509			

**Anexo No. 6
CERTIFICADO DE ORIGEN (MIPRO)**

Consigned from (exporter's business name, address, country) ZAMAGROX S.A. EL PARAISO LA 14 QUEVEDO - LOS RIOS - ECUADOR		Reference No ANº 377377			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country) BLOMMER CHOCOLATE, 600 WEST KINZIE SAN, CHICAGO IL 60654, EE.UU. - NUEVA JERSEY		GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A Issued in <u>ECUADOR</u> (country) See notes overleaf			
3. Means of transport and route (as far as known) VIA MARITIMA		4. For official use			
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
	ZAMAGROX S.A. HNOS. ZAMBRANO CACAO FINO DE AROMA PRODUCTO ECUATORIANO 45 KN 45.5 KB LOTE # 01	500 SACOS DE CACAO EN GRANO TIPO "ASE" ESPACIO EN BLANCO	"P"	22.500,00 KN 22.750,00 KB	OCTUBRE 22-2011 FACT. # 49987
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.  SUBSECRETARIA REGIONAL DEL SUR DEL ECUADOR EN EL LITORAL Loja, Com. Maria Lorena de la Cruz Jefe de Comercio e Inversión			12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were ECUADOR produced in _____ (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to, EE.UU - NUEVA JESEY _____ (country) GUAYAQUIL, OCTUBRE 23-2011 ANTONIO ZAMBRANO 171594851-9 Place and date, signature of authorized signatory		

Anexo No. 7
CERTIFICADO DE CALIDAD (AGROCALIDAD)



Av. Eloy Alfaro y Amazonas
Edif. MAGAP, piso 9 Telf: (593) 2 2567 23
www.agrocalidad.gov.ec
direccion@agrocalidad.gov.ec

REPUBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUICULTURA Y PESCA.
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA
CALIDAD DEL AGRO – AGROCALIDAD.

CERTIFICADO DE CALIDAD PARA EXPORTACIÓN DE CACAO FINO DE AROMA
QUALY CERTIFICATE FOR ECUADORIAN COCOA BEANS

Este certificado ha sido elaborado bajo condiciones establecidas por un sistema de Gestión de Calidad que satisface los requerimientos de la norma ISO 9001 2000, el cual ha sido verificado independientemente por Bureau Veritas Certificación. Certificate BR226618.

Vendedor/lot / SELLER/LOT:	ZAMAGROX S.A.
Cantidad / QUANTITY:	500 SACOS 22.500,00 KN. KB. 22.750,00
Calidad / QUALITY:	CACAO EN GRANO –ASE- LOTE 01
Compradores / BUYERS:	BLOMMER CHOCOLATE
Destino / DESTINATION:	EE.UU – NUEVA JERSEY
Fecha de carga / LOADING DATE:	23/10/2011
Puerto de embarque / LOADING PORT:	GUAYAQUIL
Embarcación / VESSEL:	APL LIMA

Resultados Obtenidos en base a muestras representativas y homogenizadas tomadas en las instalaciones del exportador / **CUT FINDINGS ARE BASED ON REPRESENTATIVE AND HOMOGENIZED SAMPLE TAKEN AT SELLERS FACILITIES, WITH FOLLOWING RESULTS**

Pesc de cien granos (gramos)	WEIGHT PER HUNDRED BEANS (GRAMMES):	110,5
Número de granos en 100 G	NUMBER OF BEANS IN 100G:-	90
Granos bien fermentados	WELL FERMENTED BEANS:	57
Granos parcialmente fermentados	PARTIAL FERMENTED BEANS:	16
WF total	TOTAL WF + PF:	73
Granos violeta	VIOLET BEANS:	6
Granos pizarrosos	SLATY BEANS:	17
Granos Mohosos	MOLDY BEANS:	4
Granos defectuosos	FAULTY BEANS:	2,00
Impurezas (por peso)	COCOA IMPURITIES (BY WT):	0,80
Materiales extraños (por peso)	FORIEGN MATTERS (BY WT):	0,00
Contenido humedad	HUMIDITY:	6,80

No. Factura comercial / COMERCIAL INVOICE Nro.:	49987
Inspectores / INSPECTORS:	COTECNA
Fecha de emisión / DATA EMISSION:	23/10/2011
Fecha de recepción / DATA RECEIVED:	21/10/2011

Expira luego de 15 dias de su emisión / **IT EXPIRES THEN OF 15 DAYS OF ITS EMISSION.**




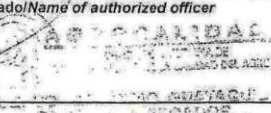
SELLO AGROCALIDAD



FIRMA AUTORIZADA

Ecuador Exporta Calidad. Primer Productor de Cacao Fino de Aroma en el Mundo

Anexo No. 8 CERTIFICADO FITOSANITARIO (AGROCALIDAD)

		REPÚBLICA DEL ECUADOR MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA		 AGROCALIDAD <small>AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO</small>
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD				
CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR EXPORT				No. 1010084
Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection organization of Ecuador			A: Organización (es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization (s) of EE.UU.	
I. Descripción del Envío / Description of Consignment				
1. Nombre y dirección del exportador <i>Name and address of exporter</i> ZAMAGROX S.A. EL PARAISO LA 14 QUEVEDO - ECUADOR			2. Nombre y dirección declarados del destinatario <i>Declared name and address of consignee</i> BLOMMER CHOCOLATE, 600 West Kinzie San, Chicago IL 60654	
3. Lugar de origen / <i>Place of origin</i> QUEVEDO - LOS RIOS - ECUADOR			4. Medios de transporte declarados / <i>Declared means of conveyance</i> VIA MARITIMA	
5. Punto de entrada declarado / <i>Declared point of entry</i> EE.UU. NUEVA JERSEY			6. Marcas distintivas / <i>Distinguishing marks</i> ZAMAGROX S.A/ HNOS ZAMBRANO/CACAO FINO DE AROMA/ PRODUCTO ECUATORIANO/45 KN 45.5 KB	
7. Número y descripción de los bultos <i>Number and description of packages</i> 500 SACOS			8. Cantidad declarada y nombre del producto <i>Name of produce and quantity declared</i> 22.500 KN. Y 22.750 KB. CACAO EN GRANO TIPO A.S.E.	
9. Nombre botánico de las plantas <i>Botanical name of plants</i> Theobroma cacao L.				
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p><i>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</i></p>				
II. Declaración Adicional / Additional Declaration				
EL MATERIAL ESTÁ LIBRE DE IMPUREZAS O MATERIAL EXTRAÑO PERMISO DE IMPORTACION N° SV.19099-11				
III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment				
10. Fecha / <i>Date</i> 15/10/2011			11. Tratamiento / <i>Treatment</i> FUMIGACION	
12. Producto químico (ingrediente activo) <i>Chemical (active ingredient)</i> FOSFURO DE ALUMINIO			13. Duración y temperatura <i>Duration and temperature</i> 72 HORAS	14. Concentración <i>Concentration</i> 56%
15. Información adicional / <i>Additional information</i> NINGUNO			Nombre y Funcionario Autorizado / <i>Name of authorized officer</i>  Firma / <i>Signature</i> Ing. Marcelo Martínez INSPECTOR FITOSANITARIO	
Lugar de expedición <i>Place of issue</i> PUERTO MARITIMO GUAYAQUIL				
Fecha / <i>Date</i> 25 OCTUBRE DEL 2011				



Anexo No. 10 BILL OF LADING

NAVECUADOR S.A. <small>SHIPPER (Principal or seller license and address including ZIP Code)</small>		BILL OF LADING		
ZAMAGROX S.A. EL PARAISO LA 14 QUEVEDO - LOS RIOS - ECUADOR RUC: 1715948319001		5. DOCUMENT NUMBER 149MSCEC27511	6. B/L NUMBER NECGYE20110745	
		6. EXPORT REFERENCES S/I		
3. CONSIGNEE TO BLOMMER CHOCOLATE S.A. 600WEST KINZIE, CHICAGO IL 60654 EE.UU - NUEVA YERSEY APARTADO AEREO 717 TEL: (04) 9416150		7. FORWARDING AGENT (NAME AND ADDRESS - REFERENCES) -		
		8. POINT (STATE) OF ORIGIN OR FTZ NUMBER		
4. NOTIFY PARTY / INTERMEDIATE CONSIGNEE (NAME AND ADDRESS) BLOMMER CHOCOLATE S.A. 600WEST KINZIE, CHICAGO IL 60654 EE.UU - NUEVA YERSEY APARTADO AEREO 717 TEL: (04) 9416150		9. DOMESTIC ROUTING / EXPORT INSTRUCTIONS		
		NON NEGOTIABLE		
12. PRE-CARRIAGE BY	13. PLACE OF RECEIPT BY PRE-CARRIER GUAYAQUIL	10. LOADING PIER/TERMINAL		
14. VESSEL / VOYAGE MSC ELOISE/45R	15. PORT OF LOADING/EXPORT GUAYAQUIL-ECUADOR			
16. FOREIGN PORT OF UNLOADING (Vessel and air only) EE.UU - NUEVA YERSEY	17. PLACE OF DELIVERY BY SHIP-CARRIER NUEVA YERSEY	11. TYPE OF MOVE LCL/FCL	11a. CONTAINERIZED (Vessel only) YES NO	
INMOS AND NUMBERS (16)	NUMBER OF PACKAGES (19)	DESCRIPTION OF COMMODITIES (20)	GROSS WEIGHT (21)	MEASUREMENT (22)
MSCU5652815 SEAL FM12564 ZAMAGROX S.A. HNOS. ZAMBRANO CACAO FINO DE AROMA PRODUCTO ECUATORIANO 45 KN 45.5 KB 22.500.00 KN 22.750.00 KB NUEVA JERSEY LOTE # 01	1	X 20 Dry; 500 BAGS 500 BAGS OF COCOA BEANS TYPE "A.S.E." FACTURA #0049987 CONTRATO: P12085/001 NCM:18010019 TOTAL PESO NETO: 22500.00 KGS TOTAL PESO BRUTO: 22750.00 KGS FREIGHT COLLECT ... MODITIES, TECHNOLOGY OF SOFTWARE WERE EXPORT FROM THE US IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATION, DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED	22500.00 KN KGS 22750.00 KB KGS	
<small>Carrier has a policy against payment, solicitation, or receipt of any rebates, discounts or inducements, which would be unlawful under the United States Shipping Act, 1994 as amended. READ CLAUSE 29 HEREOF CONCERNING EXTRA FREIGHT AND CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY.</small>				
FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS				
SUBJECT TO CORRECTION	PREPAID	COLLECT	Received by the Carrier for shipment by ocean vessel between port of loading and port of discharge, and for arrangement or procurement of pre-carriage from place of receipt and on-carriage to place of delivery, where stated above, the goods as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated. The goods to be delivered at the above mentioned port of discharge or place of delivery, whichever is applicable, subject always to the exceptions, limitations, conditions and liberties set out on the reverse side hereof, to which the Shipper and/or Consignee agree to accepting this Bill of Lading. IN WITNESS WHEREOF three (3) original Bills of Lading have been signed, not otherwise stated above, one of which being accomplished the others shall be void.	
THCO OCEAN FREIGHT/CONSOLIDACION				
GRAND TOTAL: USD			0.00	0.00
			DATED AT <u>GUAYAQUIL</u> BY <u>NAVECUADOR S.A.</u> AGENT FOR THE CARRIER 18 <u>23</u> 2011.00 MO. <u>DAY</u> YEAR B/L No. NECGYE20110745	

**Anexo No. 11
DAU- A (Régimen 40)**

ADUANA REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA										1777774 A					
A. ADUANA / BANCO										B. REFRENDO					
01 N° ORDEN 101361	02 AÑO 2011	03 ADUANA Guayaquil-Marítimo	04 CÓDIGO 028	05 RÉGIMEN Exporación a consumo	06 CÓDIGO 40	07 FECHA/HORA TX 25/10/2011 15:14	09 NÚMERO 028-11-40-044470-2-01								
08 #VTO BNO		09 BANCO OTROS BANCOS	10 CIUDAD Guayaquil	11 OFICINA PRINCIPA	12 FECHA EMISION 22-10-2011	13 TIPO DE DESPACHO		FECHA RECEP 25/10/2011 15:14							
C. CONTRIBUYENTE / AGENTE										HORA 15:14					
14 IMPORTADOR / EXPORTADOR ZAMAGROX S.A.				15 TIPO V°N° DOC ID 171994831-9		16 CIUDAD GUAYAQUIL		AFORO DOCUMENTAL							
17 DIRECCION EL PARAISO LA 14, QUEVEDO- ECUADOR				18 TELEFONO		19 NIVEL COMERCIAL		T. DECLARADO USD (IMPORTE EXP-FOR) 93695,00							
20 DECLARANTE / AGENTE YINFORME RODRIGUEZ LUIS FAUSTO				21 CÓDIGO 9191		22 SECTOR 21		23 CIU		24					
D. RÉGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO															
25 RÉGIMEN PRECEDENTE AÑO 15 046473		26 SERIE 3011	27 ADUANA RÉGIMEN 028	28 FECHA ACEPT. 24/10/2011	29 FECHA VENCIM. 24/11/2011	30 DEPÓSITO		31 CÓDIGO	32 N° DESP PAR	33					
E. CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN															
34 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO BLOMMER CHOCOLATE				35 DIRECCION 600 WEST KINZIE SAN, CHICAGO IL 60654		36 BENEFICIARIO DEL GIRO BLOMMER CHOCOLATE		37 PAIS PROCED/DESTINO EE.UU.							
38 NATURALEZA TRANSACCION		39 FORMA DE PAGO 21 GIRO A LA VISTA		40 EX CIE	41 C.ORG	42 DT EX	43 MT VL	44 ALMACEN	45 CÓDIGO ALMACEN NO CONSIGNA(X): 8800						
46 TIPO DE TRATAMIENTO NORMAL			47 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO 0		48 Cód de Prod Adog Desp Urgente		49 CÓDIGO DE ENDOSO								
F. TRANSPORTE															
50 VIA DE TRANSPORTE MARITIMO		51 CÓDIGO	52 FECHA EMBARQU 25/10/2011	53 FECHA LLEGADA	54 CARGA	55 COD	56 BANDERA U.S.A	57 COD	58 LINEA TRANSPORTE MEDITERRANEAN	59 COD 8390					
60 MANIFIESTO AÑO 028 2011		61 TIPO MANIF. 04	62 # MANIFIESTO 001311	63 AG CARGA / TRANSP. MEDITERRANEAN SHIPPING		64 COD. 8012	65 NAVE AEROMAT.VEH misc elctric		66 #CONOC.G/AEREAIC PORTE NECCYY120110745						
67 NOM NAVEMATRIC VEH misc elctric		68 ADUANA SALIDA	69 VIA SALIDA	70 ADUANA DESTINO	71 TIPO DESTINO En el extranjero		72 PAIS DESTINO ESTADOS UNIDOS		73 TRAT						
G. DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE															
74 CONCEPTO		75 MONEDA	76 T. GAMB USD	77 TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN		78 TOTAL EN DÓLARES USD		79 TOTAL EN MONEDA NACIONAL							
80 FOB		USD	1.000000	93695,00				93695,00							
81 FLETE			1.000000	0,00				0,00							
82 SEGURO			0.000000	0,00				0,00							
83 VALOR ADUANA								93695,00							
84 TOTAL SERIES PARTIDAS		85 PESO NETO (kilos) 22500,00	86 PESO BRUTO (kilos) 22750,00	87 TOTAL BULTOS 500	88 TOTAL CONTENEDORES 1	89 TOTAL U FÍSICAS 22750,00	90 TOTAL U COM 500								
H. DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO															
91 NÚMERO		92 TIPO	93 EMISOR		94 PAÍS	95 FECHA	96 VIGENCIA DESDE HASTA		97 # SRC	98 PARTIDA NANDINA	99 MONEDA	100 MONTO USD.			
70 0010153		10	ZAMAGROX S.A.			23/10/2011			1						
71 NCCYY120110745		11	NAVECUADOR			25/10/2011			1						
72 0007823		23	AGROCALIDAD			23/10/2011			1						
73 046473		26	SENAE			20/10/2011			1						
I. DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA															
101 N° SERIE		102 TIPO SUFJO	103 SUBPARTIDA NACIONAL	104 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA	105 S	106 BULTOS CL CANT		107 U. FÍSICAS TP CANT		108 U. COM. TP CANT		109 PESO (Kgs) NETO BRUTO		110 MARCAS Y NÚMEROS	111 T M
1 0000		1801001900-1		CACAO EN GRANO	I SC	500		22750,00		5A 500		22500,00 22750,00			
112 TPCI		113 TPNG	114 TPNE	115 PAÍS DE ORIGEN	116 CÓDIGO	117 FOB USD		118 FLETE USD		119 DEMORA USD		120 VALOR USD		121	122
				Ecuador	EC	93695,00				0,00		93695,00			
J. OBSERVACIONES											123	124			
125 SECUENCIA		126 TIPO OBS	127 OBSERVACIONES									128	129		
			Luis J. Confesme Rodriguez Agente Aduanero de Aduana RUC: 005541858801 Telf: 2-301412 Código: 9191												
K. FIRMAS Y SELLOS											130	131			
132 FIRMA CONTRIBUYENTE				133 FIRMA DEL DECLARANTE				134 OBSERVACIONES		135 Cód. Y FIRMA AFORADOR					

ADUANA REPUBLICA DEL ECUADOR				REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA				DETALLE DE BULTOS O CONTENEDORES					
A. ADUANA / BANCO								B. REFRENDO					
01	N° ORDEN 004501	WO 2011	02	ADUANA Guayaquil-Marítimo	CÓDIGO 028	03	RÉGIMEN Exportación a consumo	CÓDIGO 40	04	FECHA/HORA TX 25/10/2011 15:14	05	NÚMERO 028-11-40-044470-2-01	
C. CONTRIBUYENTE / AGENTE								FECHA RECEP 25/10/2011					
06	IMPORTADOR / EXPORTADOR ZAMAGROX S.A.				07	TIPO y N° DOC ID 1715948319		08	CIUDAD GUAYAQUIL		HORA 15:14		
09	DIRECCION EL PARAISO LA 14 QUEVEDO - ECUADOR				10	TELEFONO		11	NIVEL COMERCIAL		AFORO AFORO DOCUMENTAL		
12	DECLARANTE / AGENTE CONFORME RODRIGUEZ LUIS FAUSTO			CÓDIGO 9191	13			ALMACEN / DEPÓSITO ALMACEN NO CONSIGNADO		CÓDIGO 8000			
D. TOTAL DE CARGA DECLARADA													
14	TOTAL SERIES / PARTIDAS 1	15	PESO NETO (Kilos) 22500.00	16	PESO BRUTO (Kilos) 22750.00	17	TOTAL BULTOS 500	18	TOTAL CONTENEDORES 1	19	TOTAL U. FISICAS 22750.00	20	TOTAL U. COM 500
E. DOCUMENTOS DE TRANSPORTE / BULTOS O CONTENEDORES													
21	NÚMERO DE DOC. TRANSPORTE	CÓDIGO CONT. / MARCAS BLT.	TIPO CNT/BLT	COND CNT	DT As	MARCA O SELLO 1	MARCA O SELLO 2	MARCA O SELLO 3	MARCA O SELLO 4	ALMACÉN O DEPÓSITO (Cod.) NOMBRE			
	NECGYE20111020	MSCU5652815	23	5		FM12565							
F. FIRMAS Y SELLOS													
<i>Luis J. Conforme Rodríguez</i> Agente Afianzado de Aduana RUC: 0905541850001 Telf: +301612 * Código: 9191													
FIRMA DECLARANTE				OBSERVACIONES				CÓD. Y FIRMA AFORADOR		FIRMA JEFE AFORO			

**Anexo No. 12
NOTA DE PEDIDO**

NOTA DE PEDIDO



**PEDIDO
Nº 173-032-329**

FECHA: 15-oct-11
DE: JORGE MIRANDA
PARA: ZAMAGROX
PAGO: GIRO A LA VISTA
ORIGEN: ECUADOR
PTO. EMBARQUE: GUAYAQUIL
DESTINO: E.E.U.U.
PTO. DESEMBARQUE: NUEVA JERSEY
SEGURO: CONTRATADO POR IMPORTADOR
EMPRESA: BLOMMER CHOCOLATE
PARTIDA ARANCELARIA: 1801001900 Cacao entero o partido.
Dirección: 600 West Kinzie San, Chicago IL 60654

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD SACOS	V/U	TOTAL USD
1	Sacos de Cacao en grano	500		
	TOTAL FOB USD			0.00
	FLETE MARÍTIMO			
	TOTAL GUAYAQUIL-ECUADOR			

Phone: 1800 621 1606

email: blommerchocolateusa@hotmailcom

**Anexo No. 13
LISTA DE EMPAQUE**



LISTA DE EMPAQUE

CONSIGNATARIO: **BLOMMER CHOCOLATE**
600 West Kinzie San, Chicago IL 60654
E.E.U.U - NEW YORK
TELF: 1800 621 1606
LOTE # 1

DESCRIPCIÓN: **SACOS DE CACAO:**
ZAMAGROX S.A.
HNOS. ZAMBRANO
COCOA BEANS
TIPO A.S.E.
PRODUCT OF ECUADOR

CANTIDAD DE BULTOS: 500 SACOS DE 45 KG C/U

PESO BRUTO: 22750.00 KILOS
PESO NETO: 22500.00 KILOS

PUERTO DE EMBARQUE: GUAYAQUIL - ECUADOR

EMBARQUE VÍA: MARÍTIMO

SANTO DOMINGO, OCTUBRE 2011

Dirección: EL PARAISO LA 14 - ECUADOR
Teléfono: 02-3709-765
Correo: contacto@zamagrox.com

Anexo No. 14 POLIZA DE SEGURO

Transportes y ha sido aprobado por la Superintendencia Bancos y Seguro, con resolución N° 6928-S de 16 de Junio de 1969	CIGNA Worldwide Insurance Company SECCIÓN TRANSPORTES	N° APLICACIÓN N° 4000 - 1																								
PÓLIZA N° La siguiente mercadería se declara en aplicación a la PÓLIZA FLOTANTE N° 4000 emitida a favor de ZAMAGROX S.A. para el viaje desde GUAYAQUIL -ECUADOR hasta NUEVA YORK - ESTADOS UNIDOS sobre el BARCO de APL DEL ECUADOR anunciada para el día 10/05/2012 consignada a BLOMMER CHOCOLATE Lugar y Fecha STO DGO 08/05/2012																										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">Marca</th> <th style="width: 10%;">Bultos N°</th> <th style="width: 10%;">Peso bruto kgs</th> <th style="width: 10%;">Cantidad bultos</th> <th style="width: 10%;">CONTENIDO</th> <th style="width: 10%;">Valor Asegurado S/</th> <th style="width: 10%;">%</th> <th style="width: 10%;">Prima S/</th> <th style="width: 10%;">Observaciones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">1./24000</td> <td style="text-align: center;">0,00</td> <td style="text-align: center;">24000</td> <td style="text-align: center;">CACAO</td> <td style="text-align: center;">0,00</td> <td style="text-align: center;">0,80%</td> <td style="text-align: center;">0,00</td> <td style="text-align: center;">Cobertura sobre todo riesgo</td> </tr> </tbody> </table>									Marca	Bultos N°	Peso bruto kgs	Cantidad bultos	CONTENIDO	Valor Asegurado S/	%	Prima S/	Observaciones		1./24000	0,00	24000	CACAO	0,00	0,80%	0,00	Cobertura sobre todo riesgo
Marca	Bultos N°	Peso bruto kgs	Cantidad bultos	CONTENIDO	Valor Asegurado S/	%	Prima S/	Observaciones																		
	1./24000	0,00	24000	CACAO	0,00	0,80%	0,00	Cobertura sobre todo riesgo																		
Embarcado por FARLETTA S.A. Nota: De conformidad con las disposiciones, de la Póliza, los asegurados o sus Embarcadores, llenan este formulario en duplicado y lo remitirán a CIGNA WORLDWIDE INSURANCE COMPANY en QUITO o a sus agentes autorizados antes de efectuado el embarque o despacho La compañía o el agente devolverá el duplicado debidamente sellado y firmado			EL ASEGURADO _____	Aceptada por la Compañía _____																						

Anexo No. 15
ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR
Terreno	120.000,00
Adecuaciones	77.000,00
Maquinaria y Equipo	28.000,00
Muebles y Enseres	675,00
Equipos de oficina	205,00
Equipos de computación	1.690,00
Vehículos	260.000,00
Accesorios de servicios	240,00
Subtotal	487.810,00
Imprevistos 2%	9.756,20
Total	497.566,20

TERRENO				
DESCRIPCION		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TERRENO Y EDIFICACIÓN	m ²	7000	17,1	120.000,00
Total				120.000,00

ADECUACIONES				
DESCRIPCION		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Área administrativa	m ²	40	50,0	2.000,0
Área de Clasificación y Secado	m ²	255		50.000,0
Área de Bodega:	m ²	200		25.000,0
Total		495		77.000,0

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Fermentadora	1	1000	1.000,00
Clasificadora	1	2000	2.000,00
Secadora de 300 qq	2	9000	18.000,00
Transformador	1	7000	7.000,00
Total	5		28.000,00

MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estación de trabajo	1	300,00	300,00
Silla giratoria	3	65,00	195,00
Sillas grafiti	6	30,00	180,00
Total			675,00

EQUIPOS DE OFICINA			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Grabadora LG	1	90,00	90,00
Teléfonos	1	60,00	60,00
Telefax	1	55,00	55,00
Total			205,00

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora Pentium 4	2	800,00	1.600,00
Impresora Multifunción	1	90,00	90,00
Total			1.690,00

ACCESORIOS DE SERVICIOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Rastrillos	6	20	120,00
Paletas	6	20	120,00
Total			240,00

VEHICULOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta	1	35000	35.000,00
Camiones	3	75000	225.000,00
Total			260.000,00

Anexo No. 16
Inversiones en Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
CONCEPTO	VALOR TOTAL
Estudio de prefactibilidad	1.500,00
Constitución de la Compañía	800,00
Total	2.300,00

Anexo No. 17
COSTOS DE EXPORTACION

Visto Bueno x B/L	60	Certificado fitosanitario	4
Iva 12%	7.2	IVA 12%	
Total	67.2	Total	4
Administración xB/L	45	AISV	80.14
IVA 12%	5.4	IVA 12%	
Total	50.4	Total	80.14
Porteo x contenedor THC	39.39	Naviera B/L sellos	20
IVA 12%	4.7268	IVA 12%	2.4
Total	44.117	Total	22.4
Recepción y desp. Contenedores.	33.76		
Iva 12%	4.0512		
Total	37.811		

ANEXO No. 18
GASTOS ADMINISTRATIVOS

Suministros de oficina

3,6% 3,6% 3,6% 3,6%

CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Tinta para impresora	252,00	261,00	270,31	279,96	289,96
Resmas de papel bond INEN	42,00	43,50	45,05	46,66	48,33
Esferos	12,24	12,68	13,13	13,60	14,08
Caja de clips	7,20	7,46	7,72	8,00	8,28
Caja de grapas	14,40	14,91	15,45	16,00	16,57
Lápices	14,40	14,91	15,45	16,00	16,57
Borradores	4,80	4,97	5,15	5,33	5,52
SUBTOTAL	347,04	359,43	372,26	385,55	399,31
2% IMPREVISTOS	6,94	7,19	7,45	7,71	7,99
TOTAL	353,98	366,62	379,71	393,26	407,30

ÚTILES DE LIMPIEZA

3,6% 3,6% 3,6% 3,6%

CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Jabón de tocador	60,00	62,14	64,36	66,66	69,04
Papel higiénico	104,00	107,71	111,56	115,54	119,67
Desinfectante	31,92	33,06	34,24	35,46	36,73
SUBTOTAL	195,92	202,91	210,16	217,66	225,43
2% IMPREVISTOS	3,92	4,06	4,20	4,35	4,51
TOTAL	199,84	206,97	214,36	222,01	229,94

DEPRECIACIÓN

ACTIVO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Adecuaciones	6.930,00	6.930,00	6.930,00	6.930,00	6.930,00
Maquinaria y Equipo	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00
Muebles y Enseres	121,50	121,50	121,50	121,50	121,50
Equipos de oficina	36,90	36,90	36,90	36,90	36,90
Equipos de computación	507,00	507,00	507,00	507,00	507,00
Vehículos	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00	46.800,00
Accesorios de servicios	43,20	43,20	43,20	43,20	43,20
	59.478,60	59.478,60	59.478,60	59.478,60	59.478,60

Gastos de venta

CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
		3,6%	3,6%	3,6%	3,6%
Tarjetas de presentación	1.200,00	1.242,84	1.287,21	1.333,16	1.380,76
Página web	1.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	2.700,00	1.242,84	1.287,21	1.333,16	1.380,76

AMORTIZACIÓN

ACTIVO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Estudio de prefactibilidad	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Constitución de la Compañía	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00

Anexo No. 19
Rol de Pago

CARGO	SALARIO BASICO UNIFICADO	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE IECE 0,50%	APORTE CNCF 0,50%	FONDO DE RESERVA	COSTO TRABAJADOR	IESS 9,35%	TOTAL ANUAL
Gerente	1200,00	100,00	22,00	50,00	133,8	6	6	100,00	1617,80	112,20	18067,2
Jefe de Comercio Exte	700,00	58,33	22,00	29,17	78,05	3,5	3,5	58,33	952,88	65,45	10649,2
Secretaria	300,00	25,00	22,00	12,50	33,45	1,5	1,5	25,00	420,95	28,05	4714,8
Contador	600,00	50,00	22,00	25,00	66,9	3	3	50,00	819,90	56,10	9165,6
Total	2800,00	233,33	88,00	116,67	312,2	14	14	233,33	3811,53	261,80	42596,8

Anexo No. 20
Rol de Pago

CARGO	SALARIO BASICO UNIFICADO	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE IECE 0,50%	APORTE CNCF 0,50%	FONDO DE RESERVA	COSTO TRABAJADOR	IESS 9,35%	TOTAL ANUAL
Obrero de producción	300,00	25,00	22,00	12,50	33,45	1,5	1,5	25,00	420,95	28,05	4714,8
Obrero de producción	300,00	25,00	22,00	12,50	33,45	1,5	1,5	25,00	420,95	28,05	4714,8
Obrero de producción	300,00	25,00	22,00	12,50	33,45	1,5	1,5	25,00	420,95	28,05	4714,8
Total	900,00	75,00	66,00	37,50	100,35	4,5	4,5	75,00	1262,85	84,15	14144,4

Anexo No. 21
Rol de Pago.

CARGO	SALARIO BASICO UNIFICADO	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11.15%	APORTE IECE 0.50%	APORTE CNCF 0.50%	FONDO DE RESERVA	COSTO TRABAJADOR	IESS 9,35%	TOTAL ANUAL
Jefe de produccion	600,00	50,00	22,00	25,00	66,9	3	3	50,00	819,90	56,10	9165,6
Chofer	300,00	25,00	22,00	12,50	33,45	1,5	1,5	25,00	420,95	28,05	4714,8
Guardia	500,00	41,67	22,00	20,83	55,75	2,5	2,5	41,67	686,92	46,75	7682
Total	1400,00	116,67	66,00	58,33	156,1	7	7	116,67	1927,77	130,90	21562,4