



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Extensión Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y
ADUANAS

Tesis previa a la obtención de título de
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ
ROBUSTA TOSTADO Y MOLIDO AL MERCADO ALEMÁN”

Estudiante
MILTON EDUARDO GRIJALVA MENDIETA

Director de tesis
ECO. MARCO CANELOS

Santo Domingo – Ecuador
Abril, 2013

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ROBUSTA TOSTADO Y MOLIDO AL MERCADO ALEMÁN”.

Eco. Marco Canelos
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Eco. Raúl Luna
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. César Miñaca
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Luly Tapia
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Santo Domingo de los Tsáchilas,.....de.....2013

Autor: MILTON EDUARDO GRIJALVA MENDIETA

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Título de Tesis: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ROBUSTA TOSTADO Y MOLIDO AL MERCADO ALEMÁN"

Fecha: ABRIL, 2013

El contenido del presente trabajo es de exclusiva responsabilidad de su autor.

MILTON EDUARDO GRIJALVA MENDIETA

172235496-4

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Extensión Arturo Ruiz Mora

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Econ. Raúl Luna Benavides

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE
INGENIERÍA COMERCIO EXTERIOR**

Estimado Economista

Yo, Eco. Marco Canelos, en calidad de Director de Tesis del tema **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ROBUSTA TOSTADO Y MOLIDO AL MERCADO ALEMÁN”**. , para optar por el título de Ingeniero en Comercio Exterior Integración y Aduanas, 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 2013

Atentamente,

Eco. Marco Canelos

DIRECTOR DE TESIS

Agradecimiento

Agradezco a Dios por la dicha de tenerme con vida y así poder culminar mi tesis.

Gracias a mis padres y familiares cercanos, especialmente a mi tía, a pesar de las diferencias presentadas en cierta etapa de la vida este tesis se la dedico, la misma que me sirve para demostrar que las metas propuestas en la vida se las puede cumplir.

Gracias a todas las personas que me apoyaron involucradas y así poder culminar mis estudios universitarios, el cual es actualmente necesario para contribuir al desarrollo personal, familiar y social por medio del conocimiento y valores sembrados a lo largo de la vida por tal motivo uno de mis sueños se está cumpliendo al obtener el título de Ing. Comercio Exterior Integración y Aduanas.

Milton Grijalva

Dedicatoria

Quiero dedicar esta tesis a todas las personas que estuvieron junto a mí en una de las etapas más importantes de mi vida, los cuales me brindaron impulso y ánimos para seguir y alcanzar este sueño importante en mi vida.

Quiero dedicar esta tesis a una persona muy especial, mi Padre que ha sido mi mejor amigo y mi principal soporte con su apoyo incondicional dedicándome su tiempo y consideración para seguir triunfando en la vida.

Este triunfo también va dedicado a las personas que confiaron en mi capacidad, dándome fuerza y valor para no desmayar ni desistir en esta larga carrera de resistencia.

Con afecto

Milton Grijalva

Portada.....	i
Hoja de sustentación y aprobación de los integrantes del Tribunal	ii
Responsabilidad del Autor.....	iii
Informe del Director de Tesis.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de cuadros.....	xv
Índice de gráficos.....	xviii
Índice de fotos.....	xix
Resumen ejecutivo.....	xx
Executive summary.....	xxi

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1. Diagnóstico.....	1
1.1.2. Pronóstico.....	1
1.1.3. Control del Pronóstico.....	1
1.2. Formulación del Problema.....	2
1.2.1. Sistematización del Problema.....	2
1.3. Objetivos.	2
1.3.1. Objetivo General.....	2
1.3.2. Objetivos Específicos.	2
1.4. Justificación.	3
1.4.1. Justificación Teórica.....	3
1.4.2. Justificación Metodológica.	3
1.4.3. Justificación Práctica.....	3
1.4.4. Justificación Económica.....	4
1.5. Idea a Defender.	4

1.6.	Identificación de Variables	4
1.6.1.	Variable Independiente.....	4
1.6.2.	Variabes Dependientes.....	4
1.6.3.	Indicadores.	5
1.6.4.	Instrumentos.	5
1.7.	Marco de Referencia.	5
1.7.1.	Marco Teórico.....	6
1.8.	Marco Conceptual.....	8
1.8.1.	Definición de Términos Conceptuales.....	8
1.8.2.	Definición de Términos Operacionales.....	10
1.8.3.	Marco Legal.	11
1.9.	Metodología	11
1.9.1.	Unidad de Análisis.	11
1.10.	Tipo de Investigación.	12
1.10.1.	Investigación Descriptiva.	12
1.10.2.	Investigación Predictiva.	12
1.10.3.	Métodos de investigación.	12
1.10.3.1.	Método de Observación.....	12
1.10.3.2.	Método Inductivo.	12
1.10.3.3.	Método Deductivo.	12
1.10.3.4.	Método de Análisis.	13
1.10.3.5.	Método de Síntesis.	13
1.10.3.6.	Método Estadístico.	13

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

2.1.	Historia del Café.	14
2.2.	El Café Robusta a Nivel Mundial.....	15
2.2.1.	Requerimientos Climáticos del Café Robusta.	16
2.2.2.	El Café en el Ecuador.....	17

2.2.3. Beneficios del Café en la Actualidad.....	17
2.2.4. Formas y Usos del Café.....	18
2.3. Producción y Consumo.....	19
2.3.1. Países Productores.....	20
2.3.2. Países Consumidores.....	21

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Objetivos del Estudio de Mercado.....	22
3.1.1. Objetivo General.....	22
3.1.2. Objetivos Específicos.....	22
3.2. Balanza Comercial entre Ecuador y Alemania.....	23
3.3. Características del Mercado Alemán.....	24
3.3.1. Características Económicas.	25
3.3.2. Características Político Legal.....	26
3.3.3 Perfil y Comportamiento del Consumidor Alemán.....	27
3.4. Principales Lugares Donde se Cultiva Café en Ecuador.....	28
3.4.1. La Competencia.....	29
3.4.1.1. Principales Empresas Productoras y Exportadoras de Café en Ecuador.....	29
3.4.1.2. Empresas Productoras y Exportadoras de Café en Santo Domingo.....	30
3.5. Cálculo de la Muestra.....	31
3.6. Oferta.....	32
3.6.1. Oferta de Café Ecuatoriano en Alemania.....	33
3.6.1.1. Proyección de la Oferta de Café Ecuatoriano a Alemania.....	34
3.7. Demanda.....	35
3.7.1. Demanda de Café en Alemania a Nivel Mundial.....	35
3.7.2. Demanda de Café Ecuatoriano en Alemania.....	37
3.7.3. Demanda Potencial.....	37
3.8. Proyección de la Producción, Importación y Re-exportación de Café y sus Derivados en Alemania.....	38

3.8.1. Proyección de Producción de Café en Alemania.....	38
3.8.2. Proyección de las Importaciones de Café y sus Derivados a Alemania.....	38
3.8.3. Proyección de las Re-exportaciones de Café de Alemania.....	39
3.8.4. Consumo Aparente de Alemania.....	40
3.9. Demanda Insatisfecha.	41
3.9.1. Demanda Insatisfecha del Mercado Alemán.....	41

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE LA EMPRESA

4.1. Objetivo General.....	42
4.2. Objetivos Específicos.....	42
4.3. Creación de la Empresa.....	42
4.3.1. Creación de la Compañía SANTO CAFÉ S.A.....	42
4.3.1.1. Objetivos.	42
4.3.2. Constitución de la Compañía.	43
4.3.2.1. Acta de Constitución Legal de la Compañía.....	43
4.4. Base Legal y Entidades Relacionadas.....	45
4.4.1. Las Notarías.....	46
4.4.2. Servicio de Rentas Internas (SRI).....	46
4.4.3. Superintendencia de Compañías.....	48
4.4.4. Superintendencia de Bancos.....	48
4.4.5. COFENAC.....	48
4.4.6. ANECAFE.....	48
4.4.7. Ministerio de Industrias Y Productividad (MIC).....	49
4.4.8. Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR).....	49
4.4.9. Cámara de Industrias y Comercio ECUATORIANO – ALEMANA.....	50
4.4.10. Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).....	50
4.5. Leyes Conexas.....	50
4.6. Localización del Proyecto.....	50
4.6.1. Macro-localización.....	51

4.6.2. Micro-localización.....	52
4.7. Definición del Posicionamiento.....	55
4.7.1. Nombre y Logotipo de la Empresa.....	55
4.7.2. Eslogan de la Empresa.....	56
4.8. Objeto Corporativo.	57
4.8.1. Valores Corporativos.	57
4.8.2. La Misión.....	58
4.8.3. La Visión.....	58
4.9. La Organización.....	59
4.9.1. Estructura Organizacional.....	59
4.9.2. Organigrama Funcional.....	60
4.10. Distribución de la Planta.....	65
4.10.1. Capacidad Instalada.....	65
4.10.2. Infraestructura y Especificaciones.....	67
4.11. Tamaño del Proyecto..	68
4.11.1. Inventario de Producción de SANTO CAFÉ S.A.	69
4.11.2. Adquisición de los Suministros y Equipos.....	70
4.11.3. Financiamiento.....	71
4.12. Flujograma del Proceso de Producción.	71
4.13. Plan de Marketing Mix.	72
4.13.1. Producto.	72
4.13.2. Precio.	73
4.13.3. Plaza.	73
4.13.3.1. Canales de Distribución.	73
4.13.4. Promoción.	74
4.13.5. Control Post-Venta.	77
4.14. Estrategias de Crecimiento.	77
4.15. Estrategia de Competencia.	77
4.16. Consumidores o Clientes potenciales.	77
4.17. Flujograma del Proceso de Venta.	78

CAPÍTULO V

COMERCIO EXTERIOR

5.1. Objetivo.	81
5.2. Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA).	81
5.2.1. Arancel Nacional.	81
5.2.1.1. Partida Arancelaria del Café Tostado y Molido.....	82
5.3. Requisitos para Exportar.....	83
5.3.1. Requisitos para Calificarse como Exportador.....	83
5.3.1.1. Registro en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).....	83
5.3.1.2. Registro Como Exportador de Café.....	85
5.3.1.3. Requisitos para Exportar.....	85
5.4. Regulación a las Importaciones.....	91
5.4.1. Requisitos Arancelarios.....	91
5.4.2. Requisitos no arancelarios.	92
5.5. Trámites.	94
5.6. Incoterms.	96
5.7. Logística de Exportación desde Ecuador.	101
5.7.1. Selección del medio de transporte.	101
5.7.2. Puerto de Origen.	101
5.7.3. Puerto de Destino.	102
5.7.4. Agente de Aduana.	103
5.7.5. Envase, Etiqueta y Embalaje.	103
5.7.5.1. Cubicación.	105
5.8. Negociación Realizada Bajo Término FOB.	106
5.9. Forma de Pago.	111
5.10. Flujograma.	113
5.10.1. Flujograma de Exportación.	113

CAPÍTULO VI
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

6.1. Inversión Fija.	115
6.2. Activos Fijos Tangibles.	116
6.3. Activos Diferidos.	123
6.4. Capital de Trabajo.	124
6.5. Financiamiento.	125
6.5.1. Fuentes de Financiamiento.	125
6.5.1.1. Fuentes Propias.	125
6.5.1.2. Fuentes Externas.	126
6.5.1.2.1. Tabla de Amortización del Préstamo.	126

CAPÍTULO VII
COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

7.1. Costos.	128
7.1.1. Costos Directos de Producción.	128
7.1.1.1. Materia Prima.	129
7.1.1.2. Materiales Directos.	129
7.1.1.3. Mano de Obra Directa.	130
7.1.2. Costos Indirectos (Gastos de fabricación).	131
7.1.2.1. Mano de Obra Indirecta.	132
7.1.2.2. Insumos.	133
7.1.2.3. Mantenimiento y Reparación.	133
7.1.2.4. Combustible.	134
7.1.3. Costos de Exportación.	135
7.2. Gastos Administrativos.	136
7.2.1. Sueldos Administrativos.	136
7.2.2. Suministros de Oficina.	138
7.2.3. Útiles de Limpieza.	138

7.2.4. Gasto en Ventas.	139
7.2.5. Depreciación.	139
7.3. Proyección de los Costos y Gastos.	140
7.4. Costo Unitario de Producción.	143
7.5. Ingresos del Proyecto.	144
7.5.1. Proyección del Presupuesto de Ingresos y Egresos.....	144

CAPÍTULO VIII

EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1. Evaluación Económica y Financiera del Proyecto.....	145
8.1.1. Instrumentos de Evaluación.....	146
8.1.1.1. Balance de Situación Inicial.	147
8.1.1.2. Estado de Resultados.....	149
8.1.1.3. Balance General.....	150
8.1.1.4. Flujo de caja.	150
8.2. Indicadores de Evaluación.....	150
8.2.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.	151
8.2.2. Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)	151
8.2.3. Valor Actual Neto (VAN)	152
8.2.4. Razón Beneficio / Costo.....	152
8.2.5. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	153
8.2.6. Punto de Equilibrio.....	154
8.2.7. Análisis de Razones Financieras.....	156

CAPÍTULO IX

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1. Conclusiones.....	159
9.2. Recomendaciones.	161
BIBLIOGRAFÍA.....	162
ANEXOS.....	167

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Principales países productores de café.....	20
CUADRO N° 2 Principales importadores de café.....	21
CUADRO N° 3 Balanza Comercial de Ecuador con Alemania (Miles USD FOB)...	23
CUADRO N° 4 Principales Productores y Exportadores de Café en Ecuador.....	30
CUADRO N° 5 Productoras y Exportadoras de Café en Santo Domingo.....	31
CUADRO N° 6 Deducción de la fórmula.....	31
CUADRO N° 7 Detalle de la fórmula.....	32
CUADRO N° 8 Exportaciones de Café Ecuatoriano y sus Derivados a Alemania (Valor FOB).....	33
CUADRO N° 9 Exportaciones de Café Ecuatoriano y sus Derivados a Alemania (Kilogramos).....	34
CUADRO N° 10 Proyecciones de la Oferta de Café Ecuatoriano y sus Derivados a Alemania (Valor FOB).....	34
CUADRO N° 11 Proyecciones de la Oferta de Café Ecuatoriano y sus Derivados a Alemania (Kilogramos).....	35
CUADRO N° 12 Importaciones de Café y sus Derivados de Alemania a Nivel Mundial (Valor FOB).....	36
CUADRO N° 13 Importaciones de Café y sus Derivados de Alemania a Nivel Mundial (Toneladas).	36
CUADRO N° 14 Consumo Promedio de Café en Alemania (Kilogramos).....	36
CUADRO N° 15 Consumo de Café Ecuatoriano y sus Derivados en Alemania (Kilogramos).....	37
CUADRO N° 16 Proyección de las Importaciones de Café y sus Derivados en Alemania a Nivel Mundial (Valor FOB)	38
CUADRO N° 17 Proyección de las Importaciones de Café y sus Derivados en Alemania a Nivel Mundial (Toneladas).	38
CUADRO N° 18 Proyección del Consumo Promedio de Café en Alemania (Kilogramos).....	39

CUADRO N° 19 Re-exportaciones de Café Procesado de Alemania (Toneladas)...	39
CUADRO N° 20 Proyección de las Re-exportaciones de Café Procesado de Alemania (Toneladas).....	40
CUADRO N° 21 Consumo Aparente de Café en Alemania (Toneladas).....	40
CUADRO N° 22 Demanda Insatisfecha de Café en Alemania (Toneladas).....	41
CUADRO N° 23 Macro-Localización.....	51
CUADRO N° 24 Capacidad Instalada.....	67
CUADRO N° 25 Inventario (Toneladas).....	69
CUADRO N° 26 Inventario de Bolsas de Café Robusta de 500 gr.....	69
CUADRO N° 27 Suministros y Equipos.	70
CUADRO N° 28 Publicidad.....	75
CUADRO N° 29 Agentes / Importadores Potenciales Establecidos en Alemania....	78
CUADRO N° 30 Aranceles Cobrados por los Diferentes Países Importadores.....	83
CUADRO N° 31 Incoterms 2010.....	100
CUADRO N° 32 Número de Bolsas de Café Molido por Cartón.....	106
CUADRO N° 33 Cubicación Mensual (1 TEU).....	106
CUADRO N° 34 Cubicación Anual.....	106
CUADRO N° 35 Inversión del Proyecto.....	116
CUADRO N° 36 Activos Fijos Tangibles.....	117
CUADRO N° 37 Terreno.....	117
CUADRO N° 38 Construcciones.....	119
CUADRO N° 39 Maquinaria y Equipo.....	120
CUADRO N° 40 Muebles y Enseres.....	121
CUADRO N° 41 Equipos de Oficina.....	121
CUADRO N° 42 Equipos de Cómputo.....	122
CUADRO N° 43 Accesorios.....	122
CUADRO N° 44 Vehículo.....	123
CUADRO N° 45 Activos Fijos Intangibles.....	124
CUADRO N° 46 Capital de Trabajo.....	125
CUADRO N° 47 Recursos Económicos.....	126
CUADRO N° 48 Datos Préstamo.....	126

CUADRO N° 49 Tabla de Amortización.....	127
CUADRO N° 50 Materia Prima.....	129
CUADRO N° 51 Materiales Directos.....	130
CUADRO N° 52 Mano de Obra Directa.....	131
CUADRO N° 53 Mano de Obra Indirecta.....	132
CUADRO N° 54 Insumos.....	133
CUADRO N° 55 Mantenimiento y Reparación.....	134
CUADRO N° 56 Combustible.....	134
CUADRO N° 57 Costos de Exportación.....	135
CUADRO N° 58 Sueldos Administrativos.....	137
CUADRO N° 59 Suministros de Oficina.....	138
CUADRO N° 60 Útiles de Limpieza.....	138
CUADRO N° 61 Gasto en Publicidad de Ventas.....	139
CUADRO N° 62 Depreciación.....	140
CUADRO N° 63 Proyección de los Costos.....	141
CUADRO N° 64 Costo Unitario de Producción.....	143
CUADRO N° 65 Ingresos del Proyecto.....	144
CUADRO N° 66 Proyección de Ingresos y Egresos.....	144
CUADRO N° 67 Balance de Situación Inicial.....	146
CUADRO N° 68 Estado de Resultados.....	148
CUADRO N° 69 Balance General Proyectado.....	149
CUADRO N° 70 Flujo de Caja.....	150
CUADRO N° 71 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	151
CUADRO N° 72 Tasa Interna de Retorno.....	151
CUADRO N° 73 Valor Actual Neto.....	152
CUADRO N° 74 Razón Beneficio / Costo.....	153
CUADRO N° 75 Periodo de Recuperación de la Inversión	154
CUADRO N° 76 Punto de Equilibrio.....	155
CUADRO N° 77 Razones Financieras.....	157

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICOS N° 1 Productores de Café.....	20
GRÁFICOS N° 2 Macro-Localización.	52
GRÁFICOS N° 3 Micro-localización.	53
GRÁFICOS N° 4 Especificaciones Micro-localización.	53
GRÁFICOS N° 5 Nombre y Logotipo.....	55
GRÁFICOS N° 6 Rótulo.....	56
GRÁFICOS N° 7 Eslogan.....	56
GRÁFICOS N° 8 Estructura Organizacional.	59
GRÁFICOS N° 9 Planta de Procesamiento de Café.....	66
GRÁFICOS N° 10 Proceso de producción de Café Tostado y Molido SANTO CAFÉ S.A.....	71
GRÁFICOS N° 11 Canal de Distribución.....	74
GRÁFICOS N° 12 Carpeta de Presentación Internacional.....	75
GRÁFICOS N° 13 Tarjetas de Presentación.....	76
GRÁFICOS N° 14 Banner.....	76
GRÁFICOS N° 15 Flujograma del Proceso de Venta.....	79
GRÁFICOS N° 16 Sección, Capítulo y Partida Arancelaria del Café Tostado y Molido.....	82
GRÁFICOS N° 17 FOB: Franco A Bordo.....	111
GRÁFICOS N° 18 Flujo de Operación de Carta de Crédito.....	113
GRÁFICOS N° 19 Flujograma del Proceso de Exportación.....	114
GRÁFICOS N° 20 Punto de Equilibrio Año 1.....	156

ÍNDICE DE FOTOS

FOTO N° 1 CAFÉ ROBUSTA MOLIDO.....	72
FOTO N° 2 Puerto de Guayaquil – Ecuador.....	102
FOTO N° 3 Puerto de Hamburgo – Alemania.....	103
FOTO N° 4 Envase café tostado y molido.....	104
FOTO N° 5 Cartón Corrugado Reforzado.....	105

RESUMEN EJECUTIVO

El Ecuador posee su ventaja competitiva de acuerdo a la posición geográfica, por este motivo son muy cotizados sus productos a nivel mundial; el presente proyecto busca por medio de las exportaciones incentivar la inversión y producción de café robusta para industrializarlo y de esta manera poder abrir nuevos nichos de mercado como un producto terminado. Aprovechando al máximo su aroma, calidad, color y textura para satisfacer la demanda mundial.

La empresa SANTO CAFÉ S.A. busca a más de abastecer el mercado Alemán, extender sus exportaciones, Debido al eficiente proceso productivo, el café robusta tostado y molido mantendrá un alta calidad a precios realmente competitivos. Para lo cual la empresa implementará todos los recursos necesarios satisfacer la demanda de café 100% ecuatoriano.

Este producto permite aprovechar los beneficios y preferencias comerciales vigentes entre Ecuador y la Unión Europea mediante el SGP+, el cual nos da una preferencia total para la importación de este producto en el país de destino Alemania, lo que facilitará la comercialización del mismo.

Mediante el desarrollo de cada uno de los estudios del proyecto, se constató una efectiva evaluación económica y financiera para la ejecución de este proyecto, los resultados obtenidos nos permiten tomar la decisión de crear SANTO CAFÉ S.A. una empresa procesadora y exportadora de café robusta tostado y molido listo para pasar en la ciudad de Santo Domingo, su ejecución es técnicamente fiable, factible y financieramente rentable, aportando con el desarrollo económico y social de la ciudad y del país.

EXECUTIVE SUMMARY

Ecuador has its competitive advantage according to geographical position, because their products are highly sought after worldwide, this project looks export through stimulate investment and robusta coffee production industrialize and thus to open new market like a finished product. Leveraging its aroma, quality, color and texture to satisfy global demand.

The company COFFEE SANTO S.A. Looking for more than supply the German market, expand its exports due to the efficient production process, robusta coffee roasted and ground maintain a high quality with very competitive prices. For which the company will implement all necessary resources satisfy the demand of 100% Ecuadorian coffee.

This product allows the benefits and current trade preferences between Ecuador and the EU under the GSP +, which gives an overall preference for imports of this product in the country of Germany; this will facilitate the marketing of it.

By developing of the market studies, it was found effective economic and financial evaluation for the implementation of this project, the results obtained allow us to create COFFEE SANTO S.A. a company processor and exporter of robusta coffee roasted and ground in Santo Domingo, its execution is technically reliable, feasible and financially profitable, contributing to the economic and social development of the city and the country.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema.

La segunda fuente de ingreso de divisas al Ecuador es de la exportación de productos agrícolas, al exportar café robusta tostado y molido a Alemania aprovechando al máximo la producción de la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.1.1. Diagnóstico.

El café ecuatoriano ha tenido una aceptación a nivel mundial por las cualidades del mismo, como: aroma, calidad, sabor, contextura, color, etc. Alemania es el primer país exportador y consumidor mundial de café bajo cualquier proceso industrial, sin embargo no es productor, por tanto la empresa se siente en capacidad de proveer al máximo su producto y de esta manera ofertar café 100% ecuatoriano.

1.1.2. Pronóstico.

Ecuador exporta al mercado Alemán café en grano seco mas no ofrece un producto final listo para su consumo que certifique su autenticidad, 100% ecuatoriano.

Incentivando al productor y exportador ecuatoriano a comercializar el café como producto terminado podrá competir con los grandes países cafetaleros.

1.1.3. Control del Pronóstico.

Aprovechando el mercado Alemán, nos estableceremos en esta plaza como un importador de café tostado y molido, podremos también expandir nuestros nichos de

mercados en Europa, no solo promoviendo las exportaciones del café sino también los demás productos que tiene el Ecuador.

1.2. Formulación del Problema.

¿Será factible técnica y financiera la exportación de café tostado y molido al mercado alemán por la empresa localizada en Santo Domingo?

Causa: Estudio de Factibilidad

Efecto: Exportación de café tostado y molido al mercado Alemán.

1.2.1. Sistematización del Problema.

- ¿Cómo conocer a los mayores productores de café en Santo Domingo?
- ¿El café tostado y molido tendrá beneficios concedidos por el SGP europeo?
- ¿Cuáles serán las fuentes de financiamiento para este proyecto?
- ¿Será rentable la ejecución del proyecto?
- ¿Qué tipo de documentos son necesarios para exportar este producto a Alemania?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo General.

Diseñar el proyecto de factibilidad para la comercialización de café tostado y molido al mercado Alemán, obteniendo óptimos niveles de rentabilidad.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- Determinar la demanda potencial del producto en Alemania.

- Conocer los mayores productores de café en Santo Domingo de los Colorados.
- Investigar y analizar aspectos generales sobre acuerdos comerciales.
- Determinar el mejor proceso técnico de logística y embalaje.
- Determinar la inversión necesaria y fuentes de financiamiento.
- Determinar la rentabilidad del proyecto.

1.4. Justificación.

1.4.1. Justificación Teórica.

El proyecto basará en el análisis de negociaciones internacionales, marketing internacional, investigación de mercados, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI), para considerar la viabilidad de la exportación de café molido y tostado al mercado Alemán.

1.4.2. Justificación Metodológica.

Basándose en fuentes bibliográficas, páginas web, libros, encuestas y entrevistas se logrará enfocar las características que se necesita para cumplir con la exportación café tostado y molido a Alemania, en base a todas las leyes, documentos y políticas requeridas en el país antes mencionado.

1.4.3. Justificación Práctica.

El presente proyecto beneficiará a las personas dedicadas a la agricultura, a la creación de nuevos empleos, a los pequeños agricultores que realizan la compra y venta de productos agrícolas, motivando al cultivo de café con capacitaciones sobre los beneficios económicos que este produce.

1.4.4. Justificación Económica.

La creación de nuevas fuentes de trabajo, la motivación y fomentación de exportaciones de productos industrializados con la finalidad de obtener mayor rentabilidad e ingreso de divisas al país.

1.5. Idea a Defender.

Diseñar el estudio de factibilidad para la exportación de café robusta tostado y molido al mercado alemán, a fin de obtener niveles óptimos de rentabilidad, logrará demostrar que Ecuador puede exportar productos industrializados.

1.6. Identificación de Variables.

1.6.1. Variable Independiente.

Estudio de factibilidad para la exportación de café robusta tostado y molido al mercado alemán.

1.6.2. Variables Dependientes.

Demanda.

Oferta.

Acuerdos comerciales.

Proceso técnico.

Financiamiento.

Rentabilidad.

1.6.3. Indicadores.

Número de empresas exportadoras.

Nueva tecnología.

Precios.

Producción.

Cantidad.

1.6.4. Instrumentos.

1.- Estados financieros.

2.- Facturas.

3.- Recibos.

4.- Balances.

1.7. Marco de Referencia.

Debido al desarrollo mundial y a la competencia en el mercado, el Ecuador todavía permanece en el subdesarrollo en varios sectores industriales, para lo cual se ha investigado y analizado detenidamente, que el sector agrícola necesita promoción y el incentivo necesario para poder ofertar un producto de calidad en el mercado internacional.

En cuanto al café, actualmente el gobierno ha tratado de promover su producción apoyando económicamente a los pequeños productores, de esta manera se busca el desarrollo de Santo Domingo y del país a través de la exportación de café industrializado con el fin de establecer un nuevo nicho de mercado y se logre ser más eficiente y competitiva la participación de productos ecuatorianos en el mercado Alemán.

1.7.1. Marco Teórico.

Para determinar el estudio de factibilidad de exportación de café tostado y molido es necesario revisar el debido material bibliográfico que tenga relación con la presente investigación, a continuación se plantean las siguientes teorías:

De acuerdo a la investigación realizada, Alemania es el mayor exportador y consumidor de café en varias presentaciones, sin embargo no es productor. Por lo tanto dicho mercado es perfectamente viable para introducir nuestro producto de alta calidad.

Morales menciona que 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”¹

Las empresas que controlan el mercado de café tostado molido no ofrecen un producto totalmente netamente ecuatoriano (KraftFood, Sara Lee/DE y Nestlé). Producen cafés estándar, buscando combinaciones cada vez más económicas, mezclando café proveniente de distintos países. Priorizan precios antes que calidad.

Según Feigenbaum define: “La calidad del producto y servicio puede ser definida como: Todas las características del producto y servicio provenientes de Mercadeo, Ingeniería, Manufactura y Mantenimiento que estén relacionadas directamente con las necesidades del cliente”²

El presente proyecto tiene como finalidad de que Alemania sea un nuevo cliente comercial para Ecuador aprovechando al máximo los beneficios otorgados por La Unión Europea a Ecuador, a través del Sistema General de Preferencias Arancelarias, SGP.

¹ Morales C. “Plan de exportación” Pág. 50.

² Feigenbaum, Armand. “Control total de la calidad” 3era Edición.

Según Estrada manifiesta que “El exportador debe conocer todos los documentos que se requieran para enviar o legalizar la salida de las mercancías del territorio aduanero, para cartas de crédito, para cobranzas provenientes del exterior y para el comprador pueda nacionalizar las mercancías de su país”.³

En este caso los derechos arancelarios son totalmente liberados por parte del gobierno Alemán para el café tostado y molido ecuatoriano. “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”⁴, los aranceles no son fijos, al contrario pueden cambiar con frecuencia, en relación con la política comercial que diseña el país.

Promoviendo la negociación internacional de productos terminados obtenemos más ingresos de divisas, esperando equilibrar la balanza comercial paulatinamente. De acuerdo a Cristóbal Osorio Arcila es “El conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general todas aquellas operaciones cualquiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones; es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas.”⁵ Es así que comercio internacional es una parte fundamental en las ciencias económicas que permite a muchos países a internacionalizarse y a explorar nuevos mercados.

Finalmente se obtendrá como resultado cuan factible es realizar esta investigación mediante una evaluación técnica y financiera de la inversión del proyecto, así mismo, cuan motivante es para los demás pequeños productores ecuatorianos que por temor o su vez por ignorancia no emprenden y exportan sus productos. Para la evaluación financiera utilizaremos distintas herramientas como el indicador financiero VAN y TIR.

³ Estrada Patricio y Estrada Raúl, (2007), “Lo que se debe conocer para exportar, Exportar es el reto”, Quito – Ecuador, pág. 95.

⁴ Marketing internacional” por trigo G, Pág.36.

⁵ Diccionario de Comercio Internacional, por Cristóbal Arcila, pág. 48

Alberto Mendoza menciona que “Los métodos de evaluación de proyectos de inversión que si consideran el valor del dinero en el tiempo incluyen: 1. El método del valor presente neto, y 2. El método de la tasa interna de rendimiento.”⁶

1.8. Marco Conceptual

1.8.1. Definición de Términos Conceptuales

Mercado.- “Área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.”⁷

Estudio de Factibilidad.- “Es el estudio definitivo que lleva la ejecución del proyecto y contiene todos los elementos que se han descrito en la introducción.”⁸

Año cafetero.- Es el período de un año comprendido entre el 1 de octubre y el 30 de septiembre.

Asociación de caficultores.- Es toda asociación legalmente constituida que agrupa a productores de café, sean personas naturales o jurídicas, afiliadas voluntariamente a la misma y registradas en el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Café.- Es el fruto del cafeto, verde, maduro, o en bola; en endosperma (lavado o con mucílago); o, en su condición de café oro. También incluye el grano tostado o molido, descafeinado, líquido o soluble.

⁶ Mendoza García, Alberto. “Evaluación de Proyectos de Inversión”, Primera Edición, México, 1998. Pág.17

⁷ HACHETTE CASTELL-BARCELONA: Ediciones Castell, 1390p

⁸ Meneses 2004, p.32

Café robusta.- Es el producto obtenido de una plantación de café de la especie *coffea canephora*, su semilla tostada y molida produce un aroma y sabor fuerte.

Café tostado.- Es el café obtenido por tratamiento térmico del café verde, en el que se producen modificaciones físico-químicas fundamentales en su estructura y composición tomando un color oscuro y un olor y sabor característicos, incluye el café molido.⁹

Marketing.- “Es el conjunto de acciones que se pueden realizar para todo lo referente a la relación que existe entre el mercado (o los consumidores) y un negocio o empresa. Acciones tales como la recopilación de información procedente del mercado (por ejemplo, conocer necesidades o gustos de los consumidores), el diseño de productos (que se encarguen de satisfacer dichas necesidades o gustos), la información de la existencia de nuestros productos a los consumidores, la distribución de nuestros productos a los consumidores, etc.”¹⁰

Servicio.- “Es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de estas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico”.¹¹

Cliente.- “Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.”¹²

Dirección Estratégica.- “Es el procedimiento a través del cual las organizaciones analizan y aprenden de sus entornos internos y externos, dictan la dirección estratégica,

⁹ www.sica.gov.ec/cadenas/caf%C3%A9/docs/cofenac.htm

¹⁰ <http://www.crecenegocios.com/concepto-del-marketing/>

¹¹ <http://www.mitecnologico.com/Mail/DefinicionConceptoServicios>

¹² <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

cran estrategias destinadas a la consecución de objetivos establecidos y ejecutan dichas estrategias.”¹³

Financiamiento.- Proporcionar los fondos que necesitan las empresas bajo las condiciones más favorables y de acuerdo con los objetivos establecidos. (Chiriboga, 2005, p.65).

1.8.2. Definición de Términos Operacionales.

Oferta.- “la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto.”¹⁴

Demanda.- “La cantidad demandada de un mercado de cualquier bien es la cantidad total que todos los compradores del mercado decidirán adquirir a un determinado precio.”¹⁵

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, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los cliente.”¹⁶

Canales de Distribución.- “Representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal. La estructuración de los diferentes canales son: canal corto, mediano, largo y doble”¹⁷

¹³ <http://www.wikipedia.org/direcciónestratégica>

¹⁴ <http://definicion.de/oferta/>

¹⁵ Hall y Liberman, 2003, pág.51

¹⁶ Diccionario COMERCIO EXTERIOR – ARGENTINA, Grupo Edit. Cultural SA, pág..41

¹⁷ <http://www.maketing-xxi.com/canales-de-distribución-63.htm>

Incoterms.- 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.

Declaración Aduana Única de Exportación Definitivo (DAU).- Es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque, significa la regulación de la orden 15, es decir la culminación del trámite de exportación.¹⁸

1.8.3. Marco Legal.

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010.

Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011 Resoluciones del Comité de Comercio Exterior.

La exportación será a consumo, por lo tanto nos regimos a régimen 40; régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el extranjero.

1.9. Metodología

1.9.1. Unidad de Análisis.

Empresas productoras de café robustas.

Pequeños y grandes productores de café robusta en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Lugar de exportación: Alemania.

¹⁸ ESTRADA, Raúl y ESTRADA, Patricio, 2007, Pág.71

1.10. Tipo de Investigación.

1.10.1. Investigación Descriptiva.

Puedo analizar las necesidad que existen en el mercado alemán, además se aprovechará al máximo la información recolectada mediante encuestas, entrevistas y fuentes que sirvan de apoyo.

1.10.2. Investigación Predictiva.

Este tipo de investigación, mide las variables de demanda de un bien, de esta manera identificaremos el volumen de oferta proyectada, determinando si el proyecto será un éxito o un fracaso.

1.10.3. Métodos de investigación.

1.10.3.1. Método de Observación.

Esta técnica consiste en observar atentamente el fenómeno a investigar desde un inicio hasta la **culminación de la investigación. Y registrarla para su posterior análisis.**

1.10.3.2. Método Inductivo.

Permite obtener los conocimientos necesarios al investigador para realizar una correcta exportación y comercialización de café arábigo tostado y molido.

1.10.3.3. Método Deductivo.

Este método parte de aspectos generales de las exportaciones para lograr un exitoso posicionamiento en el mercado alemán.

1.10.3.4. Método de Análisis.

Permite saber desde lo más simple hasta lo más complejo de las variables, para realizar una exportación.

1.10.3.5. Método de Síntesis.

Es la unión de todo lo descompuesto por el análisis, estudiando los detalles para concretar la exportación.

1.10.3.6. Método Estadístico.

Es el último y más importante método que permite cuantificar los datos obtenidos de acuerdo a su importancia para transformarlos en resultados óptimos para ayuda en el momento de realizar las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

2.1. Historia del Café.

“Las plantas de Café son originarias de la antigua ETIOPIA. Es fácil confundirse con el origen verdadero del café, ya que antiguas leyendas sobre el cultivo y la costumbre de tomar café provienen de Arabia.

Uno de los más antiguos escritos que hace referencia al café es llamado "The Success of Coffee" (El éxito del café), escrito por un sensible hombre originario de la Mecca llamado Abu-Bek a principios del S.XV y fue traducido al Francés en 1699 por Antoine de Gailland, el mismo que tradujo "Thousand and One Arabian Nights" (Las mil y una noches).

La más fuerte y aceptada de las leyendas acerca del descubrimiento del café y la bebida del café es la que hace referencia a un pastor llamado Kaldi. La leyenda dice que Kaldi se dió cuenta del extraño comportamiento de sus cabras después de que habían comido la fruta y las hojas de cierto arbusto. Las cabras estaban saltando alrededor muy excitadas y llenas de energía. El arbusto del que Kaldi pensó que sus cabras habían comido las frutas tenía como frutas parecidas a las cerezas. Entonces Kaldi decidió probar las hojas del arbusto y un rato después se sintió lleno de energía.

Kaldi después llevó algunos frutos y ramas de ese arbusto a un monasterio. Allí le contó al Abad la historia de las cabras y de como se había sentido después de haber comido las hojas. El Abad decidió cocinar las ramas y las cerezas; el resultado fue una bebida muy amarga que él tiró de inmediato al fuego. Cuando las cerezas cayeron en las brazas empezaron a hervir, las arvejas verdes que tenían en su interior produjeron un delicioso aroma que hicieron que el Abad pensara en hacer una bebida basada en el café tostado, y es así como la bebida del café nace.

Los árabes fueron los primeros en descubrir las virtudes y las posibilidades económicas del café. Esto fue porque desarrollaron todo el proceso de cultivo y procesamiento del café y lo guardaron como un secreto. Los árabes también trataron de evitar la extradición de cualquier semilla de café.

El café comenzó a conquistar territorio en el mundo como la bebida favorita en Europa, y llegó a Italia en 1645 cortesía del comerciante Veneciano Pietro Della Valle. Inglaterra comenzó a tomar café en 1650 gracias al comerciante Daniel Edwards, quien fue el primero que abrió un establecimiento de venta de café en Inglaterra y en Europa.”¹⁹

2.2. El Café Robusta a Nivel Mundial

Coffea canephora (café Robusta; sin. *Coffea robusta*) es una especie del género *Coffea*, originaria del África, de los bosques ecuatoriales de África, desde la costa oeste hasta Uganda y la parte sur del Sudán, lo mismo que de la parte de África occidental, entre las latitudes de 10° norte y 10° sur, en elevaciones desde el nivel del mar hasta más o menos 1000 metros de altura.

El café robusta no es más que una de las especies de las variedades de la especie *Canephora*, pero que por su importancia mundial da el nombre a la especie, identificándose así *canephora* con robusta aportando un 30% a la producción mundial. Crece mayormente en África y en Brasil, donde lo llaman Conillón. También se lo ve en el Sudeste Asiático donde los franceses introducen el cultivo a Vietnam a fines del s. XIX, y de allí pasa a Brasil. Es más fácil de cuidar que *Coffea arabica* y más barato de producir.

Especie descubierta al observar que era inmune a la plaga de hongos *Hemileia Vastatrix* que diezma a los arábigas, de ahí le viene el nombre. Originarios del Zaire, los

¹⁹ <http://www.mundodelcafe.com/historia.htm>

principales cultivos están en zonas bajas y secas de África, Indochina y Brasil. Son cafés con un mayor contenido de cafeína, del 2 al 4%. Presenta un grano amarillento y con olor a paja seca. El tueste es normal y da lugar a un café fuerte, de gran cuerpo, de color oscuro y de fuerte sabor con un punto amargo que se pega al paladar. Café normalmente tratado en seco no lavado, que comporta la posible presencia de tierra en las hendiduras y otros defectos.

Mientras los granos de arábica son considerados superiores, robusta es usualmente limitada a grados menores. Es muy usado en café instantáneo, y en mezclas para expreso porque promueve la formación de "crema". La *sp. Robusta* tiene hasta el doble de cafeína en comparación con arábica. Aproximadamente un tercio del café del mundo es de robusta.²⁰



2.2.1. Requerimientos Climáticos del Café Robusta.

Coffea canephora no se clasificó como especie de *Coffea* sino hasta fines del siglo XIX; La planta tiene un sistema radicular somero y crece como árbol o arbusto robusto de cerca de 10 metros. Florece irregularmente, y todas las flores tardan en cuajar hasta 11 meses y producen granos ovales. La planta *robusta* tiene mayor rendimiento y es menos susceptible a plagas y enfermedades, pero con sabor más amargo.²¹

Este tipo de café se produce perfectamente en territorios menores a los 1000 msnm.

²⁰ http://www.bedri.es/Comer_y_beber/Cafe/Especies_de_cafeto/Cafe_robusta.htm

²¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Coffea_canephora

2.2.2. El Café en el Ecuador.

“En el territorio del Ecuador se tiene una gran capacidad productiva en cuanto a café se refiere, convirtiéndose en uno de los pocos en el mundo que exporta todas las variedades de café: Arábigo lavado, Arábigo natural y Robusta. Los diferentes ecosistemas, permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país, llegando a cultivarse inclusive en las Islas Galápagos. Debido a la ubicación geográfica del Ecuador, su café es de los mejores producidos en América del Sur y de los más demandados en Europa.”²²

El precio por kilogramo de café molido robusta para pasar como se conoce en el Ecuador en Alemania alcanza los \$9,25. El precio aproximado por 500 gramos es \$4.62

2.2.3. Beneficios del Café en la Actualidad.

“Es conocido el efecto contrario al sueño del café con cafeína, aunque el posible insomnio puede evitarse si se realiza un consumo moderado de café y si se evita el mismo luego de la tarde (en cuanto la intención sea dormir de noche; de otro modo, para evitar el insomnio provocado por la cafeína siempre conviene evitar el consumo de café al menos unas cuatro horas antes de intentar ir a dormir).

Se conocen efectos positivos de la cafeína para disminuir o sedar directamente las cefaleas, lo que explica existan fármacos como la cafiaspirina.

Varios estudios han encontrado relaciones entre el consumo de café y varios padecimientos, desde la diabetes y las enfermedades cardiovasculares hasta el cáncer y la cirrosis. Los estudios son contradictorios en cuanto a los beneficios para la salud que supone el consumo de café, y se extraen resultados similares en cuanto a los efectos negativos del consumo. Además, a menudo no está claro si esos riesgos o beneficios están ligados a la cafeína o bien a otras sustancias químicas presentes en el café (y si el café descafeinado tiene los mismos beneficios y riesgos).

²² http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9_ecuatoriano

Un hallazgo más o menos consistente ha sido la reducción de la diabetes tipo 2 en los consumidores de café, asociación que no puede ser explicada sólo por el contenido en cafeína, dado que, de hecho, puede ser mayor en el café descafeinado.

El efecto vasodilatador de la cafeína parece ser útil para inhibir el blefaroespasmio (tic o contracción involuntaria de los párpados), por otra parte estudios provisionales publicados en la revista médica estadounidense AJOG sugieren que la vasodilatación en las arterias uterinas provocada por la dosis de cafeína que puede encontrarse en 200 mg (tres pocillos) o más al día puede inducir a abortos espontáneos en mujeres gestantes (tales conclusiones son provisionales).

Así mismo, se ha vinculado a la cafeína como irritante del sistema digestivo, por lo cual deben evitar consumir esta bebida las personas que sufren o tengan antecedentes de gastritis o úlcera péptica.”²³

2.2.4. Formas y Usos del Café

“El extracto de café se emplea en confitería y en repostería como aromatizante en helados, bombones, etc. Así como para hacer el moka tradicional (un bizcocho cubierto de una gruesa capa de crema con mantequilla, azúcar y café).

La cafeína, que puede ser extraída del café, entra, por sus propiedades estimulantes, en la composición de algunos refrescos. Los granos de café, tras el tostado y la infusión, son destilados con el fin de producir cremas o licor de café.

Además, en la actualidad existen multitud de medicamentos con cafeína, tanto sola como asociada con otros principios activos como en el caso de los analgésicos. Aquellos medicamentos que sólo contienen cafeína están indicados oficialmente para casos de astenia (cansancio de origen intelectual o físico), aunque se suele recurrir a

²³ http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9_y_salud

Maia, L., & de Mendonça, A., Does caffeine intake protect from Alzheimer's disease?. *European Journal of Neurology*, July 2002,

ellos cuando es necesario mantenerse despierto, como por ejemplo el caso de los transportistas.

Los restos de café son buenos fertilizantes para los jardines debido a su alto contenido en nitrógeno. Los restos de café molido también contienen potasio, fósforo, y muchos otros microminerales que ayudan al desarrollo de la planta. Muchos jardineros aseguran que a las rosas les sientan de maravilla los restos de café y cuando se les añade se vuelven grandes y llenas de color. Cuando es añadido al estiércol vegetal, los restos de café abonan muy rápidamente.

Los restos de café se pueden conseguir de forma económica (normalmente gratis) en tiendas de café locales. Las grandes cadenas de tiendas de café pueden tener una política de utilizar como composta los restos de café o darlos a aquel que los pida.”²⁴

2.3. Producción y Consumo.

2.3.1. Países Productores.

“Las exportaciones de café han mostrado un buen desempeño no solo en términos de ingresos, también en volumen.

Una buena cosecha y los buenos precios internacionales han subrayado el atractivo del sector cafetalero mundial, que ha empezado a invertir más en sus fincas.

Según las estadísticas de la Organización Internacional del Café (OIC), de octubre de 2010 a junio de 2011, los países exportadores de café han vendido 80,725,158 de sacos de 60 kilos (132 libras). Esto implica un crecimiento del 15.8%, ya que se exportaron 11,055,472 de sacos más que el período anterior (octubre de 2009 a junio de 2010).”²⁵

²⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9#Otros_usos_del_caf.C3.A9

²⁵ <http://www.radiohrn.hn/l/content/los-10-principales-pa%C3%ADses-exportadores-de-caf%C3%A9>

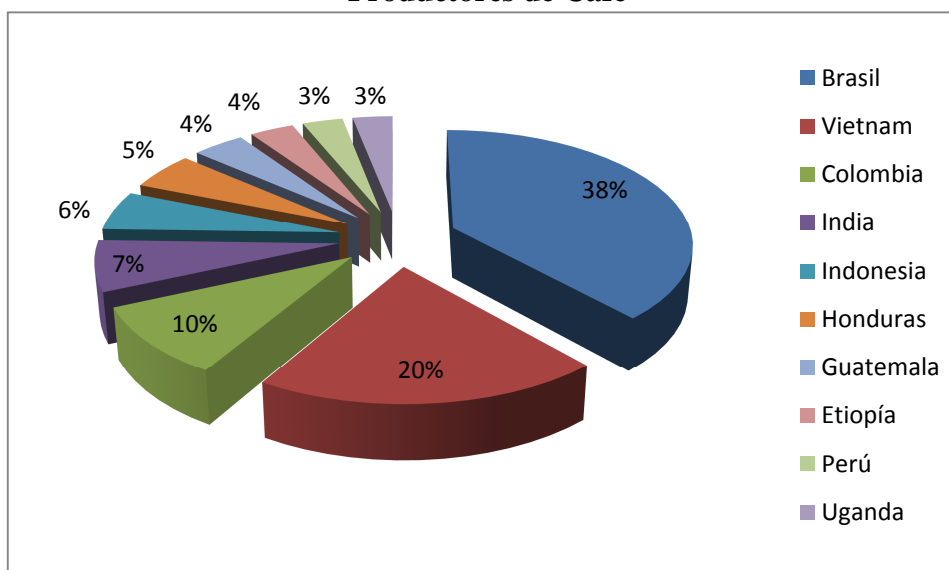
CUADRO N° 1
Principales países productores de café

Países	Octubre de 2009 a Junio del 2010 (Sacos 60Kg)	Octubre de 2010 a Junio del 2011 (Sacos 60kg)
Brasil	22.345.794	26.368.037
Vietnam	11.324.612	13.850.000
Colombia	5.457.959	6.735.489
India	2.869.835	4.903.218
Indonesia	4.772.863	3.855.000
Honduras	2.811.249	3.581.954
Guatemala	2.724.066	2.783.642
Etiopía	1.746.286	2.351.168
Perú	1.855.722	2.156.338
Uganda	2.015.744	2.125.160

Fuente: <http://www.radiohrn.hn/l/content/los-10-principales-pa%C3%ADses-exportadores-de-caf%C3%A9>

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

GRÁFICO N° 1
Productores de Café



Fuente: <http://www.radiohrn.hn/l/content/los-10-principales-pa%C3%ADses-exportadores-de-caf%C3%A9>

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

2.3.2. Países Consumidores.

“El café es la segunda mercancía comercializada en el mundo, tras el petróleo. Se estima en 125 millones el número de personas que vive del cultivo del café, incluyendo 25 millones de pequeños productores. Cada año se beben 400.000 millones de tazas de café. Por tanto, en juego hay mucho intereses económicos y sociales extremadamente importantes.”²⁶

CUADRO N° 2
Principales importadores de café

Países	% de participación 2010	Total de importaciones (millones USD)
Estados Unidos	23%	3.184,46
Alemania	19%	2.552,17
Japón	8%	1.079,22
Italia	7%	1.080,07
Bélgica	5%	812,29
Francia	4%	611,19
España	4%	517,32
Canadá	3%	366,17
Suecia	3%	311,97

Fuente: COMTRADE

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

²⁶ http://www.bedri.es/Comer_y_beber/Cafe/El_cafe_en_el_mundo.htm

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado nos permite obtener información pertinente para determinar en primera instancia la viabilidad de un proyecto. “Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo”²⁷. Todo estudio de mercado plantea una serie de interrogantes sobre aspectos básicos como son: ¿cuáles son sus objetivos?, ¿qué métodos utilizar?, ¿qué es el análisis de la oferta y la demanda?, ¿cuáles son los métodos de proyección de la oferta y demanda?, ¿cómo determinar el precio de un servicio?, ¿cómo presentar un estudio de mercado? A éstas y otras interrogantes se les da respuesta en este capítulo enfocado al estudio de mercado en la micro, pequeña y mediana empresa.

3.1. Objetivos del Estudio de Mercado.

3.1.1. Objetivo General.

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa exportadora de café robusta al mercado alemán a precios competitivos y de esta manera ingresar a nuevos mercado garantizando la comercialización de dicho producto para contribuir al desarrollo de los pequeños y medianos productores del sector cafetalero de Santo Domingo obteniendo un margen de rentabilidad.

3.1.2. Objetivos Específicos.

- Identificar los productores de café robusta a nivel local y nacional.
- Identificar los consumidores potenciales de café en Alemania.

²⁷ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#ESTUDIO>

- Analizar la calidad y participación de café ecuatoriano en el mercado internacional.
- Determinar oferta y demanda del café en Alemania.
- Conocer los requerimientos y políticas legales para poder exportar café al mercado alemán.
- Establecer el precio de venta.
- Analizar a la competencia.

3.2. Balanza Comercial entre Ecuador y Alemania.

“El Ecuador ha exportado 361 subpartidas hacia Alemania en el año 2010, en su mayor medida Banano. La balanza comercial ha sido negativa durante el periodo 2006 – 2010, llegando a un saldo total en el último año d este periodo a USD -131.48 millones de déficit.”²⁸

CUADRO °3
Balanza Comercial de Ecuador con Alemania (Miles USD FOB)

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
2006	223.224	223.306	-82
2007	247.630	272.692	-25.062
2008	314.977	354.301	-39.324
2009	326.865	365.380	-38.515
2010	320.264	451.743	-131.479
2011	491.942	536.482	-44.540

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaborado: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Podemos analizar que las importaciones han sido mayores a nuestras exportaciones, teniendo como resultado una balanza comercial negativa, que en el 2010 con un decremento llegando a un valor de 131.479 miles de USD. En el 2011 se ha notado un incremento de exportaciones de un 54% comparado con las exportaciones del 2010.

²⁸ <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-FC2011-ALEMANIA-.pdf>

3.3. Características del Mercado Alemán.

“País localizado en Europa Central; limita al norte con el mar del Norte, Dinamarca y el mar Báltico; al este con Polonia y la República Checa; al sur con Austria y Suiza, y al oeste con Francia, Luxemburgo, Bélgica y los Países Bajos. Se conoce oficialmente como *República Federal de Alemania* (RFA; en alemán, *Bundesrepublik Deutschland*). Durante la mayor parte de su historia, Alemania fue un término geográfico utilizado para designar un área ocupada por varios Estados. Se convirtió en un Estado unificado durante 74 años (1871-1945), pero fue dividido al término de la Segunda Guerra Mundial en la *República Federal de Alemania* (RFA, conocida como Alemania Occidental) y la *República Democrática Alemana* (RDA, conocida como Alemania Oriental). El 3 de octubre de 1990 se produjo la reunificación alemana. Berlín es la capital y la ciudad más importante.”²⁹

“Alemania está poblada por 80 millones de habitantes de los cuales 15,3 millones son de origen extranjero. Con sus 231 habitantes por km², Alemania es el tercer país más densamente poblado de la Unión Europea, tras Bélgica y los Países Bajos.

La población de Alemania está compuesta en su mayor parte de dos grupos de raza caucásica. El principal es el tipo alpino, que se concentra en las regiones centrales y meridionales; la población del grupo teutónico vive principalmente en la zona septentrional.

Las densidades de población en la antigua Alemania Oriental son, por lo general, más bajas que en Alemania Occidental. El país está muy urbanizado: más del 86% de la población vive en lugares que superan los 2.000 habitantes.”³⁰

²⁹ <http://enciclopedia.us.es/index.php/Alemania>

³⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Demograf%C3%ADa_de_Alemania

3.3.1. Características Económicas.

“La economía de Alemania es la cuarta economía más poderosa del mundo después de la de Estados Unidos, Japón y China. Es el segundo mayor exportador mundial y el segundo país con un superávit comercial mayor. Asimismo, es considerado el motor económico de la Unión Europea (UE).”³¹

“Alemania es económicamente la nación más poderosa de los países que componen la eurozona y de Europa en general, seguida de Francia y del Reino Unido (que no pertenece a la Eurozona). Francia es considerada su principal socio comercial dentro de Europa.

El puerto más próspero de Europa es el de Hamburgo que, según las estimaciones, pronto rebasará al puerto de Rotterdam como el de mayor movimiento en el continente.

La moneda anterior de Alemania era el marco alemán; desde el 1 de enero de 2002 es el Euro, cuyo banco emisor, el Banco Central Europeo (BCE) tiene su sede en la ciudad alemana de Fráncfort del Meno.”³²

“Además, la República Federal de Alemania se sitúa en primera posición en la actividad exportadora, siendo la industria del automóvil el principal producto.”³³

“El comercio representa más del 85% del PIB alemán. Además, con unas exportaciones que representan aproximadamente el 40% del PIB, Alemania es todo un líder en exportaciones (recientemente superado por China). A pesar de la crisis de la zona euro, las importaciones y las exportaciones han mantenido un buen ritmo en 2011 y el país conserva un cómodo excedente comercial. El crecimiento de los intercambios debería ralentizarse ligeramente en 2012.

³¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Alemania

³² http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Alemania#Alemania_en_la_econom.C3.ADa_de_la_UE

³³ <http://www.dw.de/dw/article/0,,2309779,00.html>

La Unión Europea es el socio comercial más importante de Alemania: alrededor del 60% de las exportaciones y el 60% de las importaciones se llevan a cabo en el seno de la UE. Estados Unidos y China son los otros dos principales socios.”³⁴

3.3.2. Características Político Legal.

“Es una república federal, democrática, representativa y parlamentaria. El sistema político alemán opera bajo un marco establecido en el documento constitucional de 1949 conocido como la *Grundgesetz* (Ley Fundamental). Al llamar el documento *Grundgesetz*, en lugar de *Verfassung* (constitución), los autores expresaron la intención de que sería sustituido por una constitución adecuada una vez que Alemania fue reunificada como un estado. Las enmiendas a la *Grundgesetz* generalmente requieren una mayoría de dos tercios de ambas cámaras del parlamento; los artículos que garantizan los derechos fundamentales, la separación de poderes, la estructura federal, y el derecho de resistir a los intentos de derrocar la constitución son válidos en perpetuidad y no pueden ser modificados. A pesar de la intención inicial, la *Grundgesetz* sigue en vigor después de la reunificación alemana en 1990, aunque con algunas modificaciones.

El *Bundeskanzler* (Canciller Federal), actualmente Angela Merkel, es el jefe de gobierno y ejerce el poder ejecutivo, similar al papel de un Primer Ministro en otras democracias parlamentarias. El poder legislativo recae en el parlamento compuesto por el Bundestag (Dieta Federal) y el Bundesrat (Consejo Federal), que en conjunto forman un único tipo de órgano legislativo. El Bundestag es elegido mediante elecciones directas respetuosas de la representación proporcional. Los miembros del Bundesrat representan a los gobiernos de los dieciséis estados federales y son miembros de los gabinetes de estado. Los respectivos gobiernos estatales tienen el derecho de nombrar y remover a sus enviados en cualquier momento.

³⁴ <http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/alemania/cifras-delcomercio>

El jefe de Estado alemán es el *Bundespräsident* (Presidente Federal), elegido por la *Bundesversammlung* (Asamblea Federal), una institución integrada por los miembros del Bundestag y un número igual de delegados estatales. El segundo funcionario alemán más alto en el orden de precedencia es el Bundestagspräsident (presidente del Bundestag), que es elegido por el Bundestag, siendo responsable de supervisar las sesiones del cuerpo. El tercero, y más alto oficial de la Jefatura de gobierno es el Canciller Federal, que es designado por el Bundespräsident después de haber sido elegido por el Bundestag. El Canciller Federal se puede remover de manera constructiva a través de una moción de no confianza por parte del Bundestag, donde simultáneamente se elige a un sucesor”³⁵

3.3.3. Perfil y Comportamiento del Consumido Alemán.

“Tradicionalmente, el plato fuerte del día es la comida de mediodía (*Mittagessen*, comida de las 12:00). La cena, o merienda (*Abendessen*, que significa 'comida del atardecer' o el *Abendbrot* que significa 'pan del atardecer'), es una comida de pequeña cantidad, que se hace a las 19:00 hs., aproximadamente, y que consiste en un par de bocadillos. No obstante, los hábitos de trabajo impuestos durante las recientes décadas, han forzado a que estas costumbres hayan cambiado; hoy en día, no resulta raro ver que la mayoría de los alemanes tienen su comida fuerte a última hora de la tarde.

La comida del mediodía tradicional, suele ser de un único plato principal (Casi siempre de carne), junto con una variedad de acompañamientos, que puede ir desde Verduras u Hortalizas hasta Pasta. Al finalizar este plato, del que se puede repetir varias veces, suele venir el postre. Existe en el sur el Brotzeit, que es una parada para tomar algún aperitivo. Sin embargo, a mediodía, en gran parte de las ciudades, hay tiendas de salchichas (Cercanas a los mercados de hortalizas), que sirven diversos aperitivos. La denominación Imbiss es frecuente, y suele estar asociada a esta parada a mediodía, aunque, con mayor frecuencia, paulatinamente se va asociando al Fast Food.

³⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Alemania#Gobierno>

El Desayuno (*Frühstück*), suele ser una comida fuerte (Sobre todo los días festivos). Consiste, generalmente, en panecillos (*Brötchen*), que en diferentes partes de Alemania se denominan como *Semmeln*, *Schrippen*, *Wecken* o *Rundstücke*; y Tostadas, con Mermelada, Miel, huevos, Café o té, y Cacao para los niños. Se suele acompañar de Embutidos, como Jamón o Salami, que usualmente se comen sobre el pan. Todo ello acompañado de diferentes Quesos. Se emplea también sobre el pan, una variedad de foies (Pasta de carne), de diferentes tipos tales como el *Leberwurst*, (Literalmente salchicha de hígado, parecido al foie gras). Uno de los desayunos más tradicionales de la cocina alemana del norte, es el Bauernfrühstück. Hoy en día, los desayunos son muy ligeros, y se puede encontrar Muesli y Cereal, como copos de avena o de maíz, mezclados con leche o diferentes Zumos.

En las universidades, es tradicional servir comidas denominadas *Mensa*, muy similares a la Cantina española, y que suelen tener un precio económico para los estudiantes (Suele ser una especie de auto-servicio).³⁶

“En Alemania, se consume mucho Café, y no sólo para desayunar, sino que también para merendar, en lo que se denomina: Café con pasteles (Es una expresión fija: «*Kaffee und Kuchen*»). En el norte cercano a la costa del Mar del Norte, sobre todo al oeste de Frisia, se suele tomar mucho té (*Ostfriesentee*), y va acompañado de un ritual específico. En el caso de bebidas cotidianas, se puede mencionar el uso de agua mineral con mucho gas (Este tipo de agua es bastante frecuente), Zumo de manzana, y una mezcla de ambas denominada *Apfelschorle*; Coca-Cola; limonada.”³⁷

3.4. Principales Lugares Donde se Cultiva Café en Ecuador.

“Tradicionalmente, la zona de Jipijapa en la provincia de Manabí, ha sido uno de los lugares preponderantes en los cuales se ha cultivado este producto. Actualmente, este cultivo se encuentra ubicado a nivel nacional. Según los datos del último Censo

³⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Alemania#Costumbres

³⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Alemania#Bebidas

Agropecuario existen 151.900 hectáreas de cultivo de café solo y 168.764 hectáreas de cultivo de café asociado. En la superficie únicamente de café, Manabí ocupa el 38.6 %, Sucumbíos el 17.36 %, Orellana 11.89 %, El Oro 7.67 %, Loja el 4.01 % y la diferencia en otras provincias, en tanto que en la superficie asociada de café, Manabí ocupa un 24.25 %, Los Ríos 17.9 %, Guayas 9.22 %, Esmeraldas 7.94 %, Pichincha 13.90 %, Bolívar un 7.05 % y el resto en otras provincias productoras.

En nuestro país se cultivan las dos especies de café, arábigo y robusta. Aproximadamente, el 55 % de la superficie total es de arábigo. La producción de arábigo, considerado de mejor calidad se concentra específicamente en Manabí, la provincia de Loja y las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, en tanto que el robusta se cultiva en la Amazonía, es decir, en Sucumbíos y Orellana, en su mayor porcentaje.”³⁸ En la zona de Santo Domingo reúne las condiciones y requerimientos necesarios para que la producción de café y tenga acogida por sus características y propiedades.

3.4.1. La Competencia.

“Rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio”³⁹

3.4.1.1. Principales Empresas Productoras y Exportadoras de Café en Ecuador.

En el cuadro siguiente se detalla las empresas productoras y exportadoras a nivel nacional, según detalla Asociación Nacional de Exportadores de Café.

³⁸ <http://entre-tintas.blogspot.com/2011/11/5-mayores-cultivos-del-ecuador.html>

³⁹ <http://definicion.de/competencia/>

CUADRO N°4
Principales Productores y Exportadores de Café en Ecuador

EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CIUDAD
BELCET S.A.	Calle Córdova s/n y García Moreno	05 2630344 / 2636064	Portoviejo
EXPORCAFÉ	Vía Quevedo Km 3½	2 3706151	Santo Domingo de los Tsáchilas
CAFÉ MINERVA	Panamericana Sur Km. 11½	02-2690758 / 2690712	Quito
ING. ASHLEY DELGADO FLOR	Calle 104 y Av. 113, Edificio “Pulla e Hijos”	05-2610414 / 04-2383513	Manta
ULTRAMARES SPECIALTY	Km. 3 1/2 Av. Juan Tanca Marengo	04-2644500 / 2644501 05	Guayaquil
ELCAFÉ	Km. 10 Vía Manta – Montecristi	05-2310200 / 2310210	Montecristi
KOLNETSA	Km. 1 1/2 Vía Jipijapa – Guayaquil	05-2600662 / 2600225	Jipijapa
GUSNOBE S.A.	Lomas de Urdesa – Edificio Milano Dpto. 2A	04-2383513 / 2384495	Guayaquil
MERCAFÉ	Km. 7 1/2 Vía a Daule	04-2253694 / 2252693	Guayaquil
CAFECOM	Km. 7 1/2 Vía a Daule Lotización Santa Cecilia Manzana 8	04-2259730 / 2259738	Guayaquil
KAVE CAFÉ	C.C. Albán Borja, Primer piso, Of. 106	04-2205905 / 2205907	Guayaquil
SOLUBLES INSTANTÁNEOS	Dirección: Av. Carlos Julio Arosemena Km. 2	04-2202220 / 2202231	Guayaquil

Fuente: <http://www.anecafe.org.ec/cafe-ecuador/nuestros-asociados>

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

3.4.1.2. Empresas Productoras y Exportadoras de Café en Santo Domingo.

En el siguiente cuadro se detalla las empresas productoras y exportadoras de café que sobresalen a nivel local.

CUADRO N°5
Productoras y Exportadoras de Café en Santo Domingo.

EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
EXPORCAFÉ	Vía Quevedo Km 3½	02 3706151
VERVESA	Sector Brisas del Toachi	02 2755620

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

La zona de Santo Domingo y zonas rurales cuenta con varias familias productoras de café con siembras de hasta 10ha, abasteciendo a los exportadores.

3.5. Cálculo de la Muestra.

“Una muestra probabilística es una muestra extraída de una población, de manera tal que todo miembro de la población tenga una probabilidad conocida de ser incluido en la muestra.”⁴⁰

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

CUADRO N°6
Deducción de la fórmula

N	Tamaño de la población Tamaño de la muestra
Z	Nivel de confianza
E	Margen de error
P	Probabilidad de éxito
Q	Probabilidad de fracaso

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

⁴⁰ SAPAG CHAING, Nassil, Sapag Chin, Reinaldo, Preparación y Evaluación, 4ta. Edición, Barcelona 1981.

CUADRO N°7
Detalle de la fórmula

N	81.305.856	
Z	95%	1,96
E	6%	
P	50%	
Q	50%	

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

$$n = \frac{1,96^2 * 81.305.856 * 0,50 * 0,50}{0,06^2 (81.305.856 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{78086144,1}{292702,038}$$

$$n = 266,777$$

$$n = 267$$

Con un nivel de confianza del 95% y un nivel máximo permisible del 6% el número de encuestas a aplicar es 267 encuestas para determinar la situación económica real y si están dispuestos a adquirir el producto.

3.6. Oferta.

“Es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo , en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como la tecnología , la disponibilidad de recursos , los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes.

Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender(o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes, de lo contrario, estará deficientemente definida”⁴¹. Se puede

⁴¹ <http://www.monografias.com/trabajos30/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml#oferta>

decir que la oferta en la cantidad de un producto o servicio que los productores están dispuestos a ofrecer en un mercado para que los consumidores puedan satisfacer sus diferentes necesidades.

3.6.1. Oferta de Café Ecuatoriano en Alemania.

La participación de café y elaborados ecuatoriano tiene demanda en varios países del mundo debido a sus características y propiedades por lo cual el mercado alemán consume dicho producto. A continuación se presenta datos estadísticos históricos sobre la oferta de café, es decir nuestras exportaciones.

CUADRO N°8
Exportaciones de Café Ecuatoriano y sus Derivados a Alemania (Valor FOB).

AÑO	Valor FOB / miles USD
2007	23.784
2008	28.686
2009	24.179
2010	36.554
2011	43.387

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Podemos analizar que cada año ha incrementado el valor de las exportaciones de café ecuatoriano al mercado alemán, a excepción del año 2009 que descendió cerca de 4.000 miles de USD. Sin embargo en el 2010 se recuperó en un 51%.

CUADRO N° 9**Exportaciones de Café Ecuatoriano y sus Derivados a Alemania (Kilogramos).**

AÑOS	SACOS DE 60 KILOS
2007	174.840
2008	208.969
2009	187.835
2010	263.888
2011	307.778

Fuente: Certificados de Origen.

Elaborado por: Milton Eduardo Grijalva Mendieta, 2012.

3.6.1.1. Proyección de la Oferta de Café Ecuatoriano a Alemania.

La oferta de Ecuador participa directamente e indirectamente con el consumo de café en el mercado alemán para lo cual se proyecta para los años posteriores dicha oferta, basados en los datos históricos que proporciona el Banco Central del Ecuador. A continuación se presenta dicho cuadro detallado cada uno de los años con su respectiva proyección.

CUADRO N°10**Proyecciones de la Oferta de Café Ecuatoriano y sus Derivados a Alemania (Valor FOB).**

AÑO	Valor FOB / miles USD
2012*	51.498
2013*	61.124
2014*	72.550
2015*	86.112
2016*	102.209
2017*	121.316

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N°11
Proyecciones de la Oferta de Café Ecuatoriano y sus Derivados a Alemania
(Kilogramos).

AÑO	SACOS DE 60 KILOS
2012*	358.967
2013*	418.671
2014*	488.304
2015*	569.518
2016*	664.241
2017*	774.717

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Eduardo Grijalva Mendieta, 2012.

3.7. Demanda.

“Es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.”⁴²

3.7.1. Demanda de Café en Alemania a Nivel Mundial.

La demanda de café y elaborados en el mercado alemán cada vez crece debido a sus costumbres alimenticias, por lo que Alemania ha estado entre los principales importadores de café de todo el mundo para abastecer las exigencias de su población.

⁴² <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

CUADRO N° 12
Importaciones de Café y sus Derivados de Alemania a Nivel Mundial (Valor FOB)

AÑO	Valor FOB / miles USD	Crecimiento %
2007	3.097.131	
2008	3.742.513	20,84%
2009	3.260.765	-12,87%
2010	3.974.452	21,89%
2011	4.369.948	29,85%

Fuente: TradeMap, Centro de Comercio Internacional.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N°13
Importaciones de Café y sus Derivados de Alemania a Nivel Mundial (Toneladas)

AÑO	Toneladas
2007	19.564
2008	19.876
2009	19.416
2010	19.876
2011	19.416

Fuente: <http://www.ico.org/historica>.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

En el cuadro anterior podemos analizar que la cantidad mayor importada fue en el 2010 con 19.876 toneladas, sin embargo en el año 2011 ha disminuido importando la misma cantidad que en el año 2009 con 19.416 toneladas de café.

CUADRO N°14
Consumo Promedio de Café en Alemania (Kilogramos).

AÑO	CONSUMO PPROMEDIO PERSONA	CONSUMO PROMEDIO TOTAL
2006	6,66	541.497.000
2007	6,29	511.413.834
2008	6,95	565.075.699
2009	6,70	544.749.235
2010	6,73	547.182.753

Fuente: Fuente ICO, diciembre/2010.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Podemos analizar que el consumo de café es inestable pero a pesar de la crisis mundial en el 2009 el consumo no ha variado a gran escala.

3.7.2. Demanda de Café Ecuatoriano en Alemania.

La demanda de café y sus derivados ecuatorianos ha crecido debido a su calidad, sabor y aroma. A continuación se presentan los datos históricos basados en los certificados de origen.

CUADRO N°15
Consumo de Café Ecuatoriano y sus Derivados en Alemania (Kilogramos).

AÑO	SACOS DE 60 KILOS
2007	174.840
2008	208.969
2009	187.835
2010	263.888
2011	307.778

Fuente: Certificados de Origen.

Elaborado por: Milton Eduardo Grijalva Mendieta, 2012.

Se puede analizar según el cuadro anterior que el año que más se ha consumido es el 2011 con 18'466.680 kilogramos de café y sus derivados provenientes de Ecuador, de igual manera que a nivel mundial se vio afectado el consumo en Alemania el 2009 el café ecuatoriano.

3.7.3. Demanda Potencial.

“Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses, años será real.”⁴³

⁴³ www.monografias.com”Estudio y análisis del mercado”

3.8. Proyección de la Producción, Importación y Re-exportación de Café y sus Derivados en Alemania.

3.8.1. Proyección de Producción de Café en Alemania.

A pesar de que Alemania es el principal exportador de café, no es productor.

3.8.2. Proyección de las Importaciones de Café y sus Derivados a Alemania.

En el siguiente cuadro se presenta la proyección de las importaciones, basados en los datos históricos (CUADRO N°12 y CUADRO N°13).

CUADRO N°16
Proyección de las Importaciones de Café y sus Derivados en Alemania a Nivel Mundial (Valor FOB)

AÑO	Valor FOB / miles USD
2012*	4.804.799
2013*	5.282.922
2014*	5.808.623
2015*	6.386.636
2016*	7.022.167
2017*	7.720.940

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N°17
Proyección de las Importaciones de Café y sus Derivados en Alemania a Nivel Mundial (Toneladas).

AÑO	Toneladas
2012*	19.929
2013*	20.457
2014*	20.998
2015*	21.553
2016*	22.123
2017*	22.708

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N°18
Proyección del Consumo Promedio de Café en Alemania (Kilogramos).

AÑO	CONSUMO POR PERSONA	CONSUMO PROMEDIO TOTAL
2011*	6,76	549.627.143
2012*	6,79	552.082.452
2013*	6,82	554.548.729
2014*	6,85	557.026.024
2015*	6,88	559.514.385
2016*	6,91	562.013.862
2017*	6,94	564.524.506

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

3.8.3. Proyección de las Re-exportaciones de Café de Alemania.

El siguiente cuadro se establece las re-exportaciones de café procesado de Alemania al mundo. A pesar de no compite directamente con los países productores.

CUADRO N°19
Re-exportaciones de Café Procesado de Alemania (Toneladas).

AÑO	CANTIDAD TM
2007	10.697
2008	10.471
2009	10.819
2010	11.542
2011	11.683

Fuente: <http://www.ico.org/historical>

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N°20
Proyección de las Re-exportaciones de Café Procesado de Alemania (Toneladas).

AÑO	CANTIDAD TM
2012*	12.539
2013*	13.457
2014*	14.442
2015*	15.500
2016*	16.635
2017*	17.853

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

3.8.4. Consumo Aparente de Alemania.

“Se refiere a la Demanda estimada para un periodo establecido y se elabora cuando no existen datos de la demanda histórica, la estimación se basa en datos anuales de producción, exportación, importación y stock del bien en estudio. Este análisis se realiza indirectamente a través del consumo real o efectivo de un bien específico.”⁴⁴

A continuación se detalla el cuadro con los respectivos resultados proyectados desde el año 2011 al año 2017 en cuanto a las importaciones, exportaciones y el consumo aparente.

CUADRO N° 21
Consumo Aparente de Café en Alemania (Toneladas)

AÑO	PRODUCCIÓN TM	IMPORTACIÓN TM	EXPORTACIÓN TM	CONSUMO APARENTE TM
2011	0	19.416	11.683	7.733
2012	0	19.929	12.539	7.391
2013	0	20.457	13.457	7.000
2014	0	20.998	14.442	6.555
2015	0	21.553	15.500	6.053
2016	0	22.123	16.635	5.488
2017	0	22.708	17.853	4.855

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

⁴⁴ <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html>

3.9. Demanda Insatisfecha.

“Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda Insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.”⁴⁵

3.9.1. Demanda Insatisfecha del Mercado Alemán.

A continuación se presenta el cuadro de la demanda insatisfecha de Alemania, la cual se ha calculado a través del consumo del mercado de Alemania a la cual se le resta la oferta de café ecuatoriano.

CUADRO N° 22
Demanda Insatisfecha de Café en Alemania (Toneladas).

AÑO	OFERTA PROYECTADA	CONSUMO PROYECTADO	D.I. PROYECTADA
2009	11.270.100	544.749.235	533.479.135
2010	15.833.280	547.182.753	531.349.473
2011	18.466.680	549.627.143	531.160.463
2012	21.538.020	552.082.452	530.544.432
2013	25.120.260	554.548.729	529.428.469

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Podemos analizar en el cuadro anterior que el café que abastece Ecuador a Alemania es mínimo, sin embargo según los datos proyectados el país aumentará su oferta. Con estos resultados claramente obtenemos un resultado positivo para la empresa que ofertará un producto de calidad.

⁴⁵ <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html>

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE LA EMPRESA

4.1. Objetivo General.

Determinar los requerimientos necesarios para la creación y funcionamiento legal y eficiente de la empresa para que esta pueda operar y brindar un producto y servicio de calidad.

4.2. Objetivos Específicos.

- Determinar la ubicación estratégica de la empresa a través de un análisis sectorial.
- Determinar la estructura organizacional adecuada para la empresa.
- Determinar el tamaño óptimo del proyecto.
- Distribuir los procesos necesarios para la exportación de café.

4.3. Creación de la Empresa.

4.3.1. Creación de la Compañía SANTO CAFÉ S.A.

El proyecto se enfoca en la creación de la empresa exportadora y comercializadora de café robusta, estableciéndose específicamente como mercado objetivo Alemania, con una visión de expansión a otros países.

4.3.1.1. Objetivos.

Exportar café robusta desde Santo Domingo – Ecuador para abastecer al mercado internacional especialmente a Alemania bajo los parámetros y estándares de calidad tanto de producción, industrialización y comercialización, los cuales aportarán a sus

costumbres de alimentación, de esta manera obtener rentabilidad y posicionamiento del producto y de la empresa en el mercado internacional.

4.3.2. Constitución de la Compañía.

La creación de empresa exportadora de café requiere la clasificación para que de esta manera pueda realizar dicha actividad comercial, para lo cual en Ecuador existen cinco tipos o clases de compañías, dependiendo del monto de inversión de capital y del número de socios o accionistas. Cada una debe cumplir con las diferentes leyes y reglamentos los cuales deben cumplir según sea el caso.

Tipos de compañías:

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

4.3.2.1. Acta de Constitución Legal de la Compañía.

En la ciudad de Santo Domingo de los Colorados provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, hoy 20 de Agosto del 2012; ante mí, Dr. Edgar Pazmiño Pazmiño Notario 2^{so} de esta ciudad, comparecen Milton Eduardo Grijalva Mendieta, de estado civil soltero, por sus propios derechos personales y el Sr. Alexis Ricardo Naranjo Calva, de estado civil soltero.

Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados y residentes en Santo Domingo – Ecuador legalmente capaces de tomar cualquier decisión, a quienes de conocer doy fe, bien instruidos por el Notario para realizar una escritura la misma que al celebrarla proceden libres y voluntariamente. De acuerdo a la

minuta que estipulan, cuyo tenor es el siguiente: SEÑOR NOTARIO: En el registro de escrituras públicas a su cargo sírvase incorporar un contenido del contrato de constitución de la compañía que se denominará “**SANTO CAFÉ S.A.**” con las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES: Comparecen al otorgamiento del presente instrumento público, por sus propios derechos personales el Sr. Milton Grijalva Mendieta de estado civil soltero, mayor de edad, nacionalidad ecuatoriana y con domicilio en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

CAPÍTULO PRIMERO.- EL NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Artículo Primero: Denominación.- Con arreglo a lo dispuesto por la ley de Compañías se constituye la Sociedad Anónima bajo la denominación de “**SANTO CAFÉ S.A.**” de nacionalidad ecuatoriana y efectuará sus actos y contratos bajo dicha denominación.

Artículo Segundo: Domicilio.- La Compañía tendrá su domicilio en la ciudad de Santo Domingo parroquia El Esfuerzo, pero podrá establecer sucursales, oficinas y agencias en otras ciudades del país o del exterior previo el cumplimiento de formalidades establecidas por la ley para su efecto.

Artículo Tercero: Objeto Social.- La Compañía se establece y dedicará sus esfuerzos a la comercialización en el país. Estando facultada además para adquirir en propiedad sus equipos y maquinarias, herramientas, materia prima, material de empaque y cuando fueran necesarios y que son propias para el cabal cumplimiento de su objeto social.

Podrá así mismo constituir sus propias instalaciones para producir, almacenar, fabricar, comercializar sus propios productos, estando además facultada para abrir sucursales en

el país y a representar a empresas nacionales privadas y que tenga un objeto social similar o a fin con el señalado anteriormente.

En consecuencia para el cumplimiento de su objetivo la compañía podrá realizar toda clase de actos y contratos civiles mercantiles y más permitidos por la ley y que se relacionan con su objeto social.

Artículo Cuarto: Capital.- El capital de la Compañía es de Mil Dólares con cero centavos americanos (\$ 1000,00). Al momento de la constitución de la Compañía, el capital se encuentra pagado íntegramente, conforme en el siguiente detalle:

ACCIONISTAS SUSCRITOS

Milton Grijalva Mendieta	\$500,00
Alexis Naranjo Calva	\$500,00

El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, contados a partir de la fecha de suscripción de la compañía en el registro mercantil. Se incluirá también los artículos que determinan los requerimientos legales y las condiciones de funcionamiento de la compañía.

4.4. Base Legal y Entidades Relacionadas.

Las entidades relacionadas con la actividad de comercio exterior, las cuales emiten, controlan y vigilan los respectivos permisos y autorizaciones para su operación legal y comercialización nacional e internacional, estas son: Instituciones Financieras, Notarías, La Superintendencia de Compañías, El Servicio de Rentas Internas, La Cámara de Comercio, Registro Mercantil, El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, Agentes Afianzados Fedatarios de Aduanas, El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Inversiones, Compañías de Transporte y Seguros. A continuación se detalla las

instituciones relacionadas directamente con la exportación y comercialización de dicho producto:

4.4.1. Las Notarías.

“La Institución Notarial tiene por objeto dar fe pública de los actos que se realizan en presencia del Notario Público, en su condición de funcionario competente para ello, quedando estampado una fecha cierta de la oportunidad del acto”⁴⁶

4.4.2. Servicio de Rentas Internas (SRI).

“El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.”⁴⁷

La obtención del Registro Único de Contribuyentes es primordial para la empresa ya que sin este no puede efectuar las operaciones comerciales legales. “El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.”⁴⁸

Las personas naturales o jurídicas que sean sujetos de obligaciones tributarias poseen dos obligaciones con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

⁴⁶ <http://www.notarias.us/registradores/registradores/funciones-de-notarias/>

⁴⁷ <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>

⁴⁸ <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales sea de la actividad de incremento de negocios. El contribuyente deberá realizar la actualización de los datos dentro de los treinta días hábiles siguientes de ocurrido el hecho.

Para la identificación del contribuyente.

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral.

Para verificación del domicilio del contribuyente y de los establecimientos comerciales.

Original y copia de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico.
- Planilla de consumo telefónico
- Planilla de consumo de agua potable.
- Contrato de arrendamiento con el sello del juzgado de inquilinato o pago del impuesto.

Las planillas deben corresponder a la del mes anterior a la fecha de inscripción y el contrato de arrendamiento debe estar vigente a la fecha de inscripción del negocio. Dependiendo de la característica del contribuyente se debe de ajustar y presentar otros documentos de respaldo como es el caso de Agentes Afianzados y fedatarios de Aduanas que presentan original y copia del documento expedido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en el cual autoriza dicha actividad.

4.4.3. Superintendencia de Compañías.

“La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades, en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley.”⁴⁹

4.4.4. Superintendencia de Bancos.

“Entidad jurídica de derecho público, organismo técnico y autónomo, dirigido y representado por el Superintendente de Bancos. Tiene a su cargo el control y la vigilancia de las instituciones del sistema financiero público y privado, así como de las compañías de seguros y reaseguros, determinadas en la constitución y en la ley.”⁵⁰

4.4.5. COFENAC

“El Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), es una institución de derecho privado con finalidad social y pública, creado mediante la emisión, por parte del Congreso Nacional, de la Ley Especial del Sector Cafetalero, publicada en el Registro Oficial N° 657 del 20 de Marzo de 1995. La citada Ley, le faculta al COFENAC, la organización, dirección y definición de la Política Cafetalera Nacional, constituyéndose de esta manera en la entidad rectora de la caficultura ecuatoriana.”⁵¹

4.4.6. ANECAFE

“Desde mayo de 1983, la ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFÉ, ANECAFE, es una entidad de derecho civil y privada, sin ánimo de lucro y con

⁴⁹ http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/institucion/base_legal.pdf

⁵⁰ http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2#s

⁵¹ www.cofenac.org

personalidad jurídica reconocida por el Estado ecuatoriano. Se constituye en la entidad gremial ecuatoriana más antigua del Ecuador.”⁵²

4.4.7. Ministerio de Industrias Y Productividad (MIPRO)

“Tiene la misión de impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.”⁵³

4.4.8. Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR)

Fue creada por Acuerdo Ministerial publicado el 29 de abril de 1976, como una entidad civil, privada, con finalidad social y pública, sin ánimo de lucro. Sus miembros son personas naturales o jurídicas, dedicadas a la actividad de exportación, a la comercialización de bienes y/o servicios exportables o que potencialmente puedan hacerlo, así como aquellas que presten servicios conexos al comercio exterior. Su misión es el impulso de la actividad exportadora de valor agregado, el liderazgo en el desarrollo competitivo y sustentable del sector exportador ecuatoriano. FEDEXPOR desarrolla su actividad buscando la satisfacción de sus clientes (empresas productivas, de comercio y servicios ligadas al comercio internacional) en cuanto a representación gremial ante los órganos de decisión y la facilitación de herramienta en el ámbito del desarrollo competitivo del entorno empresarial y de sus procesos internos.”⁵⁴

⁵² www.anecafe.org.ec

⁵³ www.seguridad.gob.ec

⁵⁴ www.fedexpor.com

4.4.9. Cámara de Industrias y Comercio ECUATORIANO – ALEMANA.

“La Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana (CICEA) es la principal institución dedicada al fomento de las relaciones económicas y de comercio exterior entre ambos países. Más de 300 empresas alemanas y ecuatorianas se han afiliado. No solo les facilita a las empresas ecuatorianas la entrada al mercado alemán sino a través de su extensa red de cámaras binacionales a 80 países en el mundo entero. Los servicios de la CICEA, alistados y brevemente descritos a continuación, son varios y siempre ofrecen un beneficio directo: Servicios económicos, ferias, eventos, seminarios, formación profesional, publicaciones.”⁵⁵

4.4.10. Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

“Apoyar a las empresas de bienes y servicios en el proceso de mejoramiento continuo de la calidad y productividad mediante la ejecución de actividades relacionadas con Normalización, Gestión de la Calidad y Metrología para beneficio del consumidor.”⁵⁶

4.5. Leyes Conexas.

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010.

Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011.

Resoluciones del Comité de Comercio Exterior y el Código de trabajo.

4.6. Localización del Proyecto.

La ubicación del proyecto es muy importante se ha realizado un estudio previo para que la planta tenga accesibilidad, la cual involucra costos, gastos, tiempo y cadena de

⁵⁵ Cámara de industrias y Comercio Ecuatoriano – Alemana - www.eurocamaras.org.ec

⁵⁶ www.inen.gob.ec

distribución basándonos en su definición: “El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto”⁵⁷

4.6.1. Macro-localización.

“Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta.”⁵⁸.

En pocas palabras la macro localización es la ubicación en donde va a funcionar la empresa dentro de un país, en este se clasifica por niveles su actividad comercial: internacional, nacional, regional y/o local.

CUADRO N° 23
Macro-Localización

MACRO-LOCALIZACIÓN	
PAÍS	Ecuador
PROVINCIA	Santo Domingo de los Tsáchilas
CIUDAD	Santo Domingo
ALTITUD	650 – 655 m.s.n.m
TEMPERATURA MEDIA	22.9 °C
HUMEDAD MENSUAL	90.90%
ÍNDICE DE CRECIMIENTO ANUAL	1.40%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

⁵⁷ VACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos, MC. CRAW-Hill, México, 2002.

⁵⁸ <http://es.scribd.com/doc/19553506/Macrolocalizacion>

GRÁFICO N° 2
Macro-Localización.



Fuente: <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2012/05/mapa-de-ecuador.html>
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

4.6.2. Micro-localización.

“El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.”⁵⁹. La ubicación específica de la empresa “SANTO CAFÉ S.A.” será en la vía a Quinindé Km 14 margen derecho, a 20 minutos del centro de la ciudad, dicho terreno cuenta con 6000 m² para la industria de café.

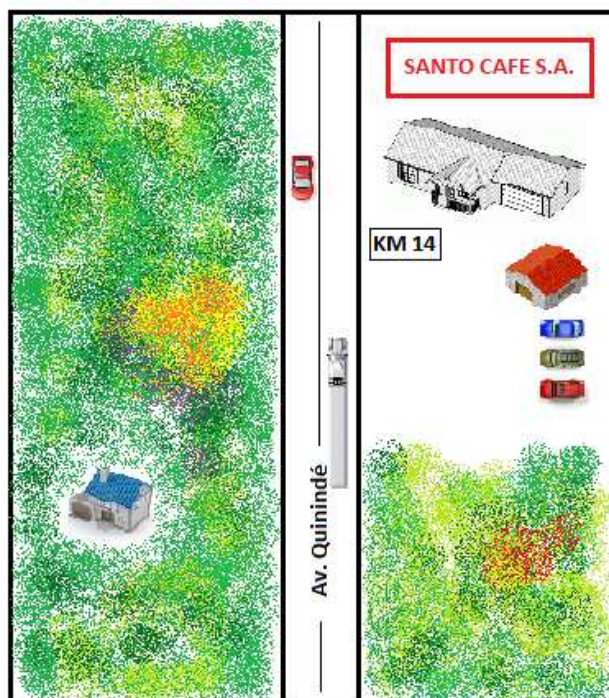
⁵⁹ <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

GRÁFICO N° 3
Micro-localización.



Fuente: <http://www.viajandox.com/santo-domingo-tsachilas.htm>
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

GRÁFICO N° 4
Especificaciones Micro-localización.



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

En el cuadro anterior se especifica la ubicación exacta en donde SANTO CAFÉ S.A. desarrollara sus actividades comerciales, se ha decidido establecer el centro de acopio y la industria en el Km 14 de la vía a Quinindé debido a que los pequeños productores podrán llegar fácilmente a vender el café y de la misma manera se encuentra cerca de las bodegas de pequeños comerciantes ubicadas en el centro de la ciudad.

Servicios Básicos.

Las instalaciones de la empresa cuenta con todos los servicios básicos tales como: Agua, Luz, Teléfono, Alcantarillado sanitario siendo factores elementales para el desarrollo de las actividades de producción, servicio al cliente, comunicación y comercialización.

Vías de acceso.

La empresa SANTO CAFÉ S.A. se encuentra en la vía principal, la cual está en perfectas condiciones facilitando el transporte hacia los diferentes puertos y/o distribuidores locales.

Seguridad.

La empresa contará con dos sistemas de seguridad, los guardias contratados por la misma, que estarán encargados de la entrada y salida de vehículos. Y el contrato con una agencia de seguridad que respaldará con sistema de cámaras, alarma y personal capacitado para velar por la seguridad de las personas que conforman SANTO CAFÉ S.A.

Impacto Ambiental.

A pesar de que la industria cafetalera se ha establecido entre las industrias más contaminantes del mundo, SANTO CAFÉ S.A. ha creado conciencia con maquinaria de

última tecnología para reducir la proliferación de fuertes olores que emite el café al ser tostado. En cuanto a los desechos la pulpa y la cascara, será destinada a la venta como abonos naturales y balanceado para ganado bovino y porcino.

4.7. Definición del Posicionamiento.

Para llamar la atención del consumidor a nivel local e internacional es importante establecer una razón social y una marca de fácil reconocimiento.

4.7.1. Nombre y Logotipo de la Empresa.

“SANTO CAFÉ S.A.”

GRÁFICO N° 5
Nombre y Logotipo



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

SANTO CAFÉ S.A. nació con la idea de identificar a Santo Domingo por lo que tomamos la palabra “Santo”, sin embargo tiene otra interpretación que es de un café majestuoso, celestial, algo fuera de lo común.

Identificación de la Empresa.

GRÁFICO N° 6
Rótulo



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

En este se ofrece toda la información de la empresa: Razón comercial, actividad, teléfonos, etc. con el fin de llamar la atención de los posibles clientes potenciales. Este estará ubicado en la entrada principal de la empresa.

4.7.2. Eslogan de la Empresa.

GRÁFICO N° 7
Eslogan



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

SANTO CAFÉ ha escogido este eslogan para recalcar a los consumidores que no es un café tradicional, es un tipo robusta 100% ecuatoriano de sabor y aroma fuerte, simplemente: algo más que un café.

4.8. Objeto Corporativo.

Posesionar el producto en el mercado exterior cumpliendo las normas y requerimientos de calidad, aroma y color, para de esta manera incrementar progresivamente la demanda satisfaciendo las expectativas del consumidor y generando mayor rentabilidad.

4.8.1. Valores Corporativos.

Los valores corporativos se han establecido con el fin de fortalecer la unión y el trabajo en grupo para quienes conformamos la empresa.

Respeto.

El ambiente laboral armonioso es fundamental en la institución, se debe respetar las políticas y niveles jerárquicos en la empresa para de tal manera los clientes se sientan cómodos en una empresa que prevalece el respeto.

Lealtad.

Hace referencia la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa, quienes laboramos en SANTO CAFÉ S.A.

Honestidad.

Tiene que ver con la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes de SANTO CAFÉ S.A. y corresponder a la confianza que la empresa ha depositado en nosotros, observando una conducta recta y honorable en nuestras actividades cotidianas.

Responsabilidad.

La responsabilidad recae en la garantía de la empresa en ofrecer nuestro producto bajo las normas y parámetros de calidad, cumpliendo con las expectativas del consumidor.

Profesionalismo.

Se refiere a la seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas, buscando sumarse a la misión.

Just in time.

Justo a tiempo fomenta la puntualidad, el tiempo dedicado a cada actividad o proceso asignado para el cumplimiento de despacho a nivel local e internacional.

4.8.2. La Misión.

Exportar café como producto terminado de alta calidad e incrementar el mercado internacional manteniendo buenas relaciones comerciales.

4.8.3. La Visión.

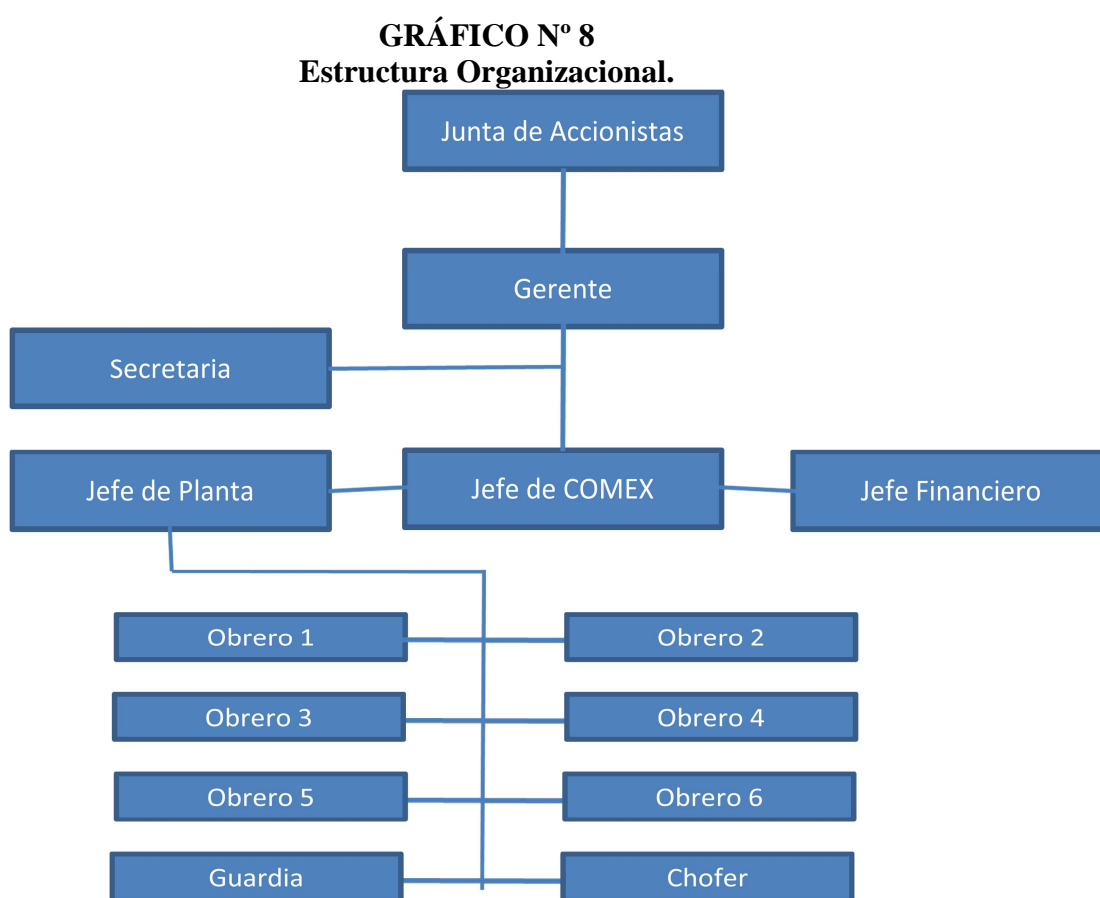
Ser una empresa líder en Ecuador de café gourmet y que nos identifique como país a nivel mundial, abasteciendo la demanda internacional saciando a los consumidores de paladares exigentes.

4.9. La Organización.

4.9.1. Estructura Organizacional.

Determinar la estructura jerárquica de la organización es importante para que el desempeño de quienes conforman la empresa sea eficiente y eficaz.

A continuación se detalla la estructura interna de SANTO CAFÉ S.A. con el objetivo de que se acoplen cómodamente tanto empleados como obreros, para cumplir las actividades designadas.



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

SANTO CAFÉ S.A. detalla en el organigrama que contará con 13 personas para iniciar su actividad de producción y comercialización, conforme avance el tiempo e incremente la demanda, la empresa contratará más personal en cada departamento según sus necesidades.

4.9.2. Organigrama Funcional.

Junta General de Accionistas.

En este caso la Junta de Accionistas está conformada por dos personas y son la máxima autoridad en la empresa, ellos tienen la potestad absoluta para tomar decisiones relacionadas directamente con la empresa.

Gerente.

El Gerente es el encargado de la Gestión Administrativa y Productiva de SANTO CAFÉ S.A., en este caso uno de los Accionistas estará en este puesto.

Funciones y Responsabilidades.

- Llevar un control de los servicios prestados.
- Presentar los estados financieros a la Junta de accionistas.
- Controlar y supervisar al Personal.
- Autorizar el manejo de capital en la empresa.
- Elaborar planes estratégicos para cumplir los objetivos a corto y largo plazo.

Requisitos.

- Ing. Comercial, Administración de Empresas o carreras afines.
- Conocimientos referentes a la comercialización y exportación de productos agrícolas.
- Experiencia mínima de cinco años en cargos similares.
- Edad: 25 – 40.

Departamento Administrativo Financiero.**Nombre del puesto: Secretaria.**

Encargada de elaborar, receptar y entregar documentos internos y externos al Gerente.

Funciones y Responsabilidades.

- Llevar agenda de Gerencia.
- Contestar llamadas.
- Informar constantemente de las actividades realizadas en la empresa.
- Manejo de estados financieros y documentos contables de la empresa.

Requisitos:

- Estudios superiores en Secretariado Ejecutivo.
- Edad: 25 – 40 años.
- Experiencia: Dos años mínimo.

Departamento de Producción.**Nombre del puesto: Jefe de Planta.**

Es el encargado de velar todos los procesos productivos se cumplan con eficiencia, de no ser así tiene la obligación de informar al Gerente para una rápida solución.

Funciones y Responsabilidades.

- Llevar el inventario de materia prima y productos elaborados.
- Controlar la calidad de los productos terminados.
- Vigilar y cuidar las instalaciones y maquinaria de la empresa.

- Monitorear y optimizar la producción.
- Estar en capacidad de responder las dudas de sus colaboradores.

Requisitos:

- Ing. Industrial o mecánico.
- Manejo de kardex.
- Tener conocimiento en cuanto a calidad (De no ser así, la empresa se compromete en dicha capacitación).
- Edad: 25 – 40 años.
- Experiencia: Dos años mínimo en cargos similares.

Nombre del puesto: Obrero

Encargado del manipuleo de la materia prima y sus procesos productivos.

Funciones y Responsabilidades.

- Cumplir con las normas de seguridad industrial.
- Cumplir las órdenes del Jefe de Planta.
- Emplear de manera óptima los materiales que provee la empresa.
- Carga y descarga de materia prima.
- Carga y estiba de productos terminados.
- Control de las semillas, clasificación.

Requisitos:

- Tener conocimiento de manejo de productos agrícolas, especialmente café.
- Deseos de superación.
- Edad: 18 – 40 años.

Nombre del puesto: Guardia.

Encargado de velar por la seguridad del personal de la empresa.

Funciones y Responsabilidades.

- Cumplir con las normas de la empresa.
- Controlar entrada y salida de vehículos y personas a la empresa.
- Monitorear las actividades en la empresa.
- Salvaguardar los activos de la empresa.

Nombre del puesto: Chofer / Mensajero.

Persona dispuesta a brindar ayuda a cualquier persona que pertenezca a la empresa, siempre y cuando tenga autorización del Gerente.

Funciones y Responsabilidades.

- Cumplir con las normas y reglamentos de la empresa.
- Realizar traslado de documentos, depósitos, etc.
- Estar a disposición inmediata si algún jefe necesita movilización.
- Realizar el mantenimiento debido al vehículo otorgado por la empresa.

Departamento de Comercio Exterior.**Nombre del puesto: Jefe de Comercio Exterior.**

Está encargado de las negociaciones en el mercado internacional.

Funciones y Responsabilidades.

- Negociar con los clientes en el extranjero.
- Búsqueda de nuevos mercados.
- Coordinar toda la logística para la exportación del producto.
- Trámites en aduana y permisos necesarios.

Requisitos:

- Tener el título de educación superior en Comercio exterior o Negociaciones Internacionales.
- Conocimiento referente a la comercialización de productos agrícolas.
- Manejo de 2 lenguas extranjeras: Inglés fluido y otra extra.
- Edad: 25 – 40 años.
- Experiencia: Dos años mínimo en cargos similares.

Departamento Financiero.**Nombre del puesto: Contador.**

Llevar, vigilar y controlar la información financiera de la empresa.

Funciones y Responsabilidades.

- Examinar y evaluar los resultados de la gestión, con la finalidad de expresar una opinión objetiva sobre los estados financieros.
- Diseñar sistemas de información (contable y gerencial) mejorándolos y documentándolos.
- Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.

- Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen las empresas y las instituciones.
- Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.

Requisitos:

- Ingeniero en Auditoría y finanzas o Carreras afines.
- Edad: 25 – 40 años.
- Experiencia: Dos años mínimo en cargos similares.

Horario de trabajo de la empresa.

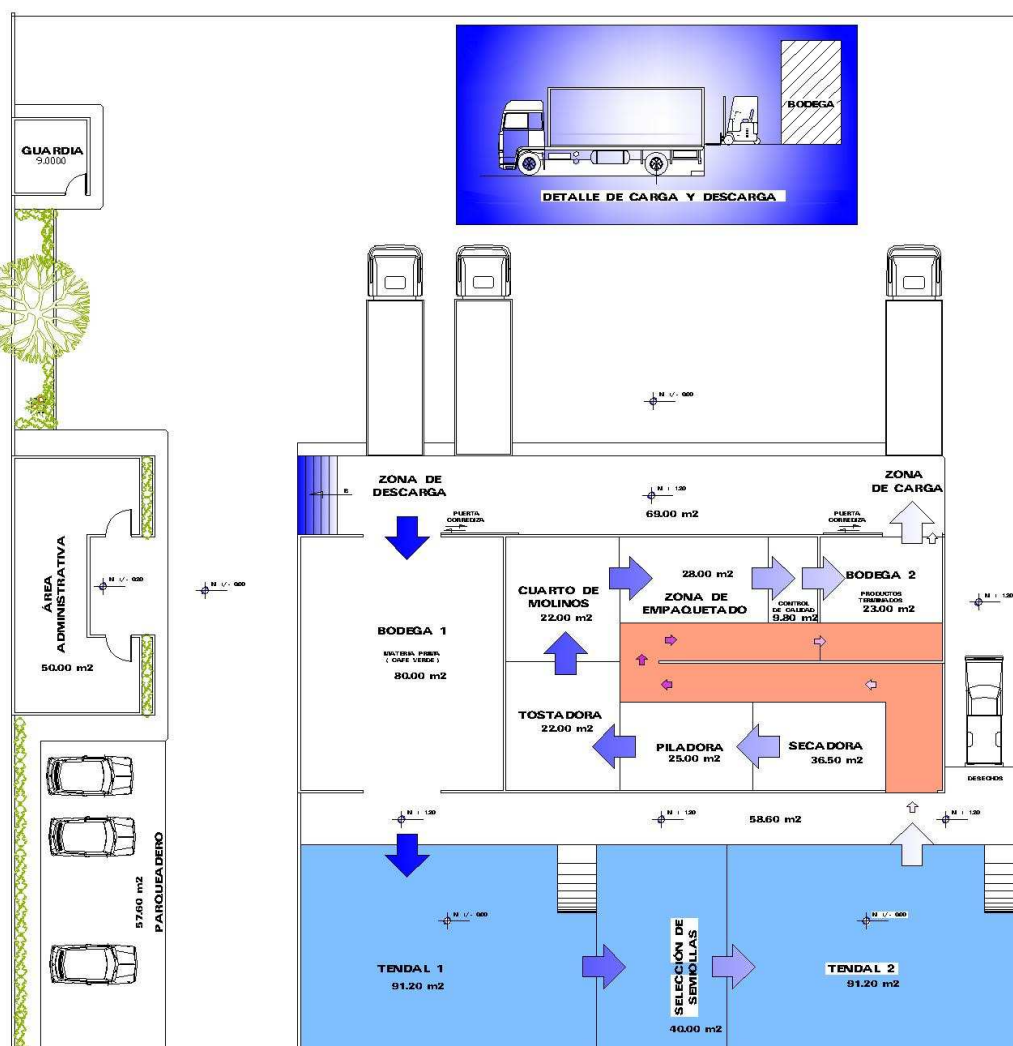
SANTO CAFÉ S.A. cumplirá el horario de 8 horas diarias: 8:00am – 1:00pm y 2:00pm – 5:00pm. De lunes a sábado.

En el caso de que la empresa requiera operar sobre horas para el cumplimiento de embarques, se informará anticipadamente.

4.10. Distribución de la Planta.**4.10.1. Capacidad Instalada.**

El diseño se ha realizado en base a las necesidades de la empresa, para la eficiencia y eficacia de los procesos.

GRÁFICO N° 9 Planta de Procesamiento de Café



PLANTA DE PROCESAMIENTO DE CAFÉ ÁREA 1.560,00 M2

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

La distribución de las áreas favorece a la comunicación bidireccional en el personal, todo es una cadena que no puede se puede romper para de tal manera obtener procesos eficiente en cuanto a tiempo y costo.

4.10.2. Infraestructura y Especificaciones.

A continuación se detalla la distribución física de la planta y el área administrativa, la creación de las distintas áreas para el tratamiento del café ha sido separada de la administración por comodidad para el personal y los clientes, debido a que al procesar el producto emite fuertes olores.

CUADRO N° 24
Capacidad Instalada

DESCRIPCIÓN	m ²
Zona de carga y descarga	69.00
Bodega 1	80.00
Tendal 1	91.20
Selección de semillas	40.00
Tendal 2	91.20
Zona de desechos	40.00
Zona de secado	36.50
Zona de pilado	25.00
Zona de Tostado	24.00
Cuarto de molinos	22.00
Zona de empaquetado	27.00
Bodega 2	23.00
Control del calidad	9.80
Área de circulación	58.60
Parqueadero	87.60
Guardia	15.00
Espacio libre	725.10
Área administrativa	95.00
TOTAL	1560.00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

- **Zona de descarga:** En este espacio llegarán los camiones y camionetas de los proveedores de la materia prima, conocido como café verde (arábigo).
- **Bodega 1:** En este sector se almacenará el café verde y el café seco hasta su próximo proceso.
- **Tendal 1:** Los tendales son espacios en donde se esparce el café para que reciban el primer sol y se sequen de manera natural.

- **Selección de semillas:** Aquí se retira los desechos, fruto, cascara, basura y/o residuos, las semillas seleccionadas proceden la siguiente zona.
- **Tendal 2:** En este sector se prepara el café para que reciban un segundo sol, a pesar de que influye mucho el factor tiempo, economiza el proceso de secado.
- **Zona de desechos:** Es una zona la cual tiene acceso un camión para que retire los desechos obtenidos en el proceso de selección.
- **Zona de secado:** Sector en el que hay un horno o secadora como se conoce que funciona a base de gas para un secado al 100% de la semilla.
- **Zona de pilado:** Zona en el que el café se desprende de su cáscara y se prepara para pasar a la tostadora.
- **Zona de tostado:** Las semillas de café son colocadas en la tostadora y adquieren su color y aroma tradicional.
- **Cuarto de molinos:** En este sector el café tostado pasa a través del los molinos y estaría listo para ser envasado.
- **Zona de empaquetado:** Aquí el café molido está listo para ser colocado en sus respectivas bolsas para su consumo, en esta zona también se realiza un control de calidad.
- **Bodega 2:** En esta bodega se almacena el producto terminado y dependiendo de las ordenes del cliente será o no paletizado.
- **Zona de carga:** Es el acceso a los contenedores para ser estibados y cargados, posteriormente cerrados bajo rigurosas normas de la empresa.
- **Área administrativa:** En esta edificación se encuentran los altos y medios mandos los cuales están constantemente monitoreando la actividad en la planta procesadora. En esta zona se atiende a los clientes, acreedores y demás personas.

4.11. Tamaño del Proyecto.

El tamaño del proyecto “Es la capacidad de producción de los bienes o servicios en un periodo definido”⁶⁰. Para determinar el tamaño del proyecto se toman en cuenta dos aspectos fundamentales: El aspecto económico y el aspecto técnico, el primero

⁶⁰ SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodología General para la Formulación y Evaluación de Proyectos. Programa de Inversión Social Local. (PROINSOL): Fondo de Inversión Social de Venezuela.

mencionado se debe estimar el más adecuado para optimizar los recursos obteniendo mayor rentabilidad y el técnico hace referencia al tamaño de la planta de procesamiento en cuanto a la cantidad a producir y comercializar.

4.11.1. Inventario de Producción de SANTO CAFÉ S.A.

A continuación se presenta el cuadro de las toneladas estimadas a procesar para satisfacer parte de la demanda insatisfecha en Alemania. Esperando tener un incremento de un 20% anual.

Se exportará un contenedor mensual de 20 pies, para lo cual se necesita aproximadamente 31620 Kg (527 sacos de 60kg) de café verde equivalente a 7020 Kg (117 sacos de 60kg) mensuales de café pilado, para producir entre 14000 y 14040 bolsas de café tostado y molido de 500kg.

CUADRO N° 25
Inventario (Toneladas)

AÑO	TONELADAS	% INCREMENTO
2013	84,24	20%
2014	101,08	20%
2015	121,29	20%
2016	145.55	20%
2017	174,66	20%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N° 26
Inventario de Bolsas de Café Robusta de 500 gr.

AÑO	BOLSAS (500gr)	% INCREMENTO
2013	168.480	20%
2014	202.176	20%
2015	242.611	20%
2016	291.133	20%
2017	349.359	20%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

4.11.2. Adquisición de los Suministros y Equipos.

SANTO CAFÉ S.A. iniciará su actividad administrativa, operativa y comercial tomando en cuenta la estructura organizacional para su correcto funcionamiento de cada departamento y áreas de la empresa.

Se detalla a continuación los equipos y suministros que la empresa deberá adquirir para empezar su actividad, y será reemplazado de acuerdo la vida útil de cada uno de los equipos termine, sin embargo SANTO CAFÉ S.A. dependiendo del incremento de la demanda seguirá adquiriendo suministros.

CUADRO N°27
Suministros y Equipos.

DESCRIPCIÓN	UNIDADES
Computadora	6
Impresora / copiadora	1
Teléfono	8
Radios	7
Fax	1
Calculadoras	10
Útiles de oficina	20
Escritorio	6
Sillas giratorias	6
Sillas	12
Sillas de plástico	6
Archivador	6
Basureros	16
Extintor	5
Cintas de embalaje	100
Bolsas de aluminio (500kg) (Abastecimiento c/3 meses)	50000
Cartones (Abastecimiento c/3 meses)	1000
Palas	10

Fuente: Investigación de campo.

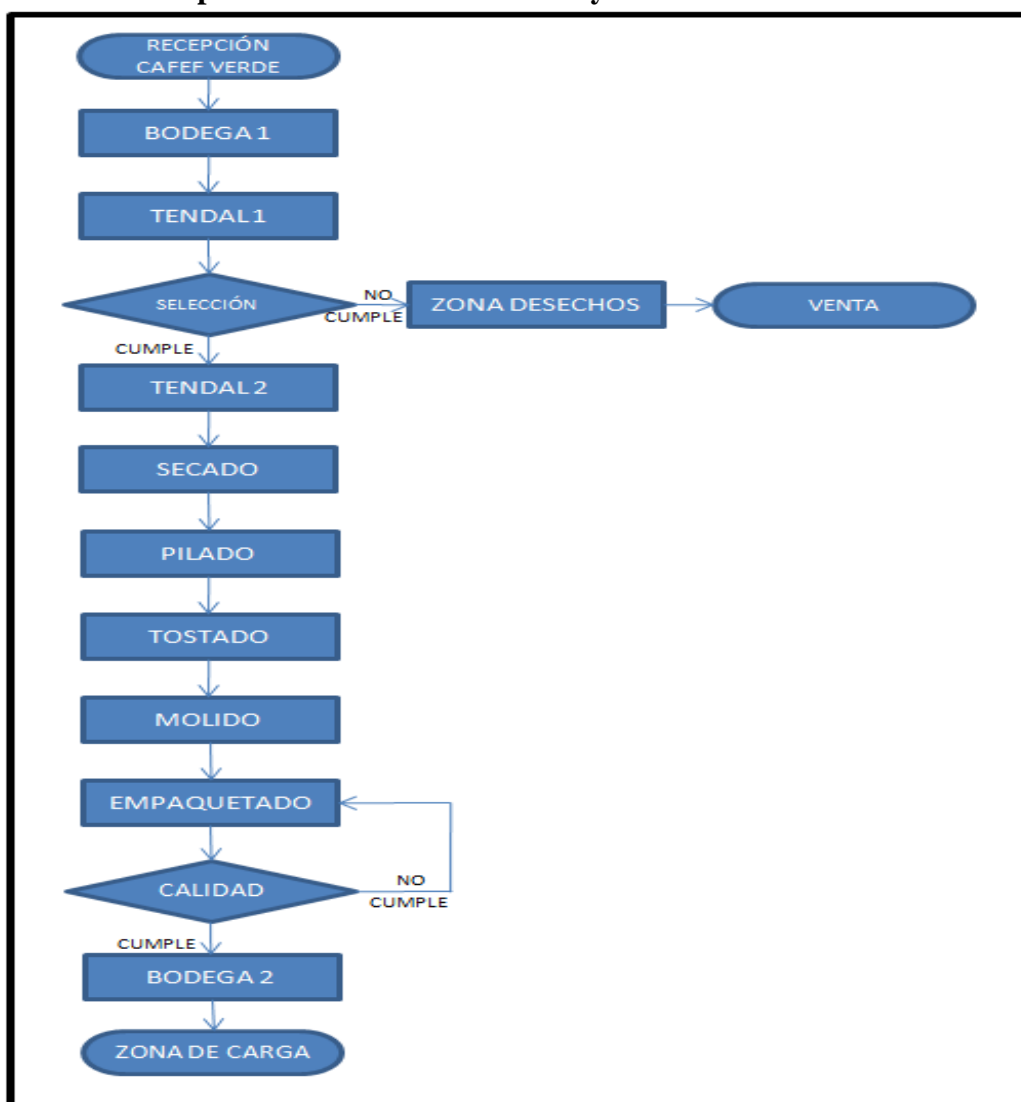
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

4.11.3. Financiamiento.

SANTO CAFÉ S.A. Solicitará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional del 60% del total del capital invertido usando como la garantía el terreno de la planta procesadora de café y el 40% será aportado por los socios.

4.12. Flujograma del Proceso de Producción.

GRÁFICO N° 10
Proceso de producción de Café Tostado y Molido SANTO CAFÉ S.A.



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

4.13. Plan de Marketing Mix.

4.13.1. Producto.

Café robusta de origen etíope que se ha adaptado perfectamente a las condiciones del Ecuador que debido a su posición geográfica, el producto ha adquirido un color, aroma y sabor característico. Conocido por ser un café fuerte, SANTO CAFÉ S.A. busca introducir su producto al mercado Alemán y que los consumidores puedan degustar de un café 100% ecuatoriano.

Café robusta.

Este tipo de café “produce una drupa de color rojo brillante, que contiene dos semillas. Los frutos de *Coffea canephora* contienen menos cafeína que otras especies cultivadas comercialmente.”⁶¹ Café aromático de excelente sabor con propiedades diuréticas y estimulantes cotizado a nivel mundial por su producción se desarrolla en zonas específicas: en diferentes suelos, a diferentes altitudes, en distintos climas o porque están sujetas a diferentes influencias.

FOTO N° 1
CAFÉ ROBUSTA MOLIDO



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

⁶¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Coffea_arabica

4.13.2. Precio.

El precio se establecerá tomando en cuenta los costos y gastos generados por la empresa en la producción, el precio referencial en el mercado de destino y los precios establecidos por la competencia. El precio de venta estará en los \$2,42 USD la bolsa de 500gr. de café listo para pasar, cada caja tendrá 50 unidades con un valor total de \$121,00 USD que representan €95,92 EUROS.

El precio tiende a variar a diario debido a que el precio del café se lo establece con referencia a la bolsa de valores de New York y de Londres. A pesar de esto se tratará de utilizar como estrategia canales de distribución cortos teniendo como clientes a bróker o trading obteniendo una mayor rentabilidad y no regirse a los precios establecidos por los grandes supermercados.

4.13.3. Plaza.

Cobertura de Mercado: Es el mercado alemán, la distribución posterior es destinada por el bróker.

4.13.3.1. Canales de Distribución.

“Los Canales de Distribución son todos los medios de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

Gran parte de las satisfacciones, que los productos proporcionan a la clientela, se debe a Canales de Distribución bien escogidos y mantenidos.

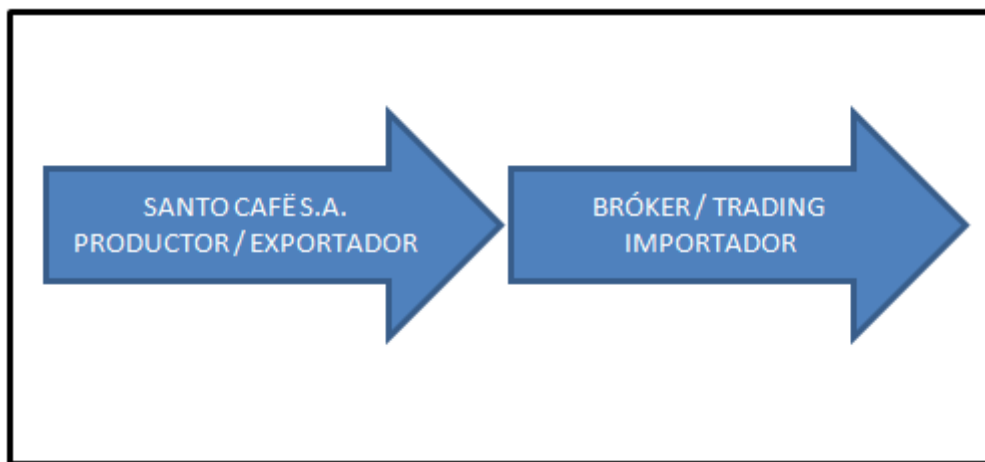
Además los Canales de Distribución aportan a la Mercadotecnia las utilidades espaciales, temporal y de propiedad a los productos que comercializan.

Tanto los Canales de Distribución en Mercadotecnia son tan infinitos como, los métodos de Distribución de los productos.

En síntesis podemos decir, que los Canales de Distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toman; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos”⁶²

El canal de distribución que ha elegido SANTO CAFÉ S.A. es la negociación directa con un bróker, esta negociación permitirá ser competitivos en el mercado. Se ha tomado esta decisión debido a que al negociar con supermercados debemos regirnos a los precios propuestos con ellos.

GRÁFICO N° 11
Canal de Distribución



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

4.13.4. Promoción.

Para dar a conocer el producto de SANTO CAFÉ S.A. en el mercado nacional e internacional se ha optado por seleccionar varios medios de comunicación con el fin de que todas las personas tengan accesibilidad a nuestra información.

⁶² <http://www.monografias.com/trabajos17/canales-distribucion/canales-distribucion.shtml>

CUADRO N° 28
Publicidad

DETALLE	CANTIDAD
Página Web	1
Carpeta de presentación internacional	1000
Tarjetas de presentación	1000
Banners	100
Prensa escrita local	12 anuncios por año

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Página Web: Está al alcance a nivel mundial, se indica el producto con sus respectivas características y los contactos debidos para comunicarse con la empresa.

Carpeta de presentación internacional: Serán otorgadas a los posibles clientes potenciales en las ferias nacionales e internacionales.

GRÁFICO N° 12
Carpeta de presentación internacional



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Tarjetas de presentación: Tarjetas para identificación de la empresa y de su actividad comercial.

GRÁFICO N° 13 Tarjetas de presentación



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Banners: se utilizarán para promocionar el producto a nivel nacional e internacional ubicados en los stands y en los posibles auspicios que la empresa realice.

GRÁFICO N° 14 Banner



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Prensa escrita local: Se ha elegido el diario local “LA HORA” por motivos de popularidad, anunciando una vez por mes durante el inicio de la actividad comercial por parte de SANTO CAFÉ S.A.

4.13.5. Control Post-Venta.

SANTO CAFÉ S.A. realizará constantes consultas del producto a sus clientes internacionales y se enviará muestras periódicas para que puedan apreciar la calidad del café con el fin de saber si se ha cumplido las expectativas de la demanda.

4.14. Estrategias de Crecimiento.

- Se empleará estrategias de diferenciación de materiales y productos que ayuden a la no contaminación del ecosistema, los cuales harán llegar a otros mercados preocupados con la concientización de contaminación.
- La futura diversificación de productos a ofrecer.

4.15. Estrategia de Competencia.

- Mejorar contantemente ventajas competitivas con respecto a la calidad del producto y la atención al cliente.
- Mantener el café añejándose para su comercialización en temporadas bajas desplazando a la competencia.
- A pesar de que los precios los establece la bolsa de New York y la de Londres realizar un pequeño descuento a los clientes potenciales.

4.16. Consumidores o Clientes potenciales.

A continuación se presenta un listado de los posibles clientes potenciales involucrados en la compra – venta del café a nivel internacional.

CUADRO N° 29
Agentes / Importadores potenciales establecidos en Alemania.

AGENTES	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELEFONO	E-MAIL
Eugen Atté GmbH	20457 Hamburgo	Am Sandtorkai 4-5	040/378620-0	eugenatte@coffeeagents.com
J.G. Paul Böckman	20457 Hamburgo	Pickhuben 6	040/366374	
Heinrich Christen GmbH	20457 Hamburgo	Pickhuben 6	040/365489	cafechrist@t-online.de
EUROCA	20457 Hamburgo	Sandtorkai 4	040/374375- 5/6	info@euroca.de
Joh. Gottschalck & Co.	20457 Hamburgo	Pickhuben 5	040/481989	
Hamburger Rohkaffe - Agentur	20457 Hamburgo	Am Sandtorkai 4	040/362316	coffee@hra-wernicke.de
Fried Mau KG	20457 Hamburgo	Pickhuben 6	040/369857	
Dieter Nagel Coffee & Consulting	20457 Hamburgo	Pickhuben 6	040/378514-0	
Nikolaus Reuter Kaffeeagentor EK	28195 Bremen	Hutfilterstr. 6-8	0421/14510	office@nikolausreuter.de
Sievers & Sohn GmbH	20457 Hamburgo	Pickhuben 6	040/367151	coffee@sieverescoffee.de

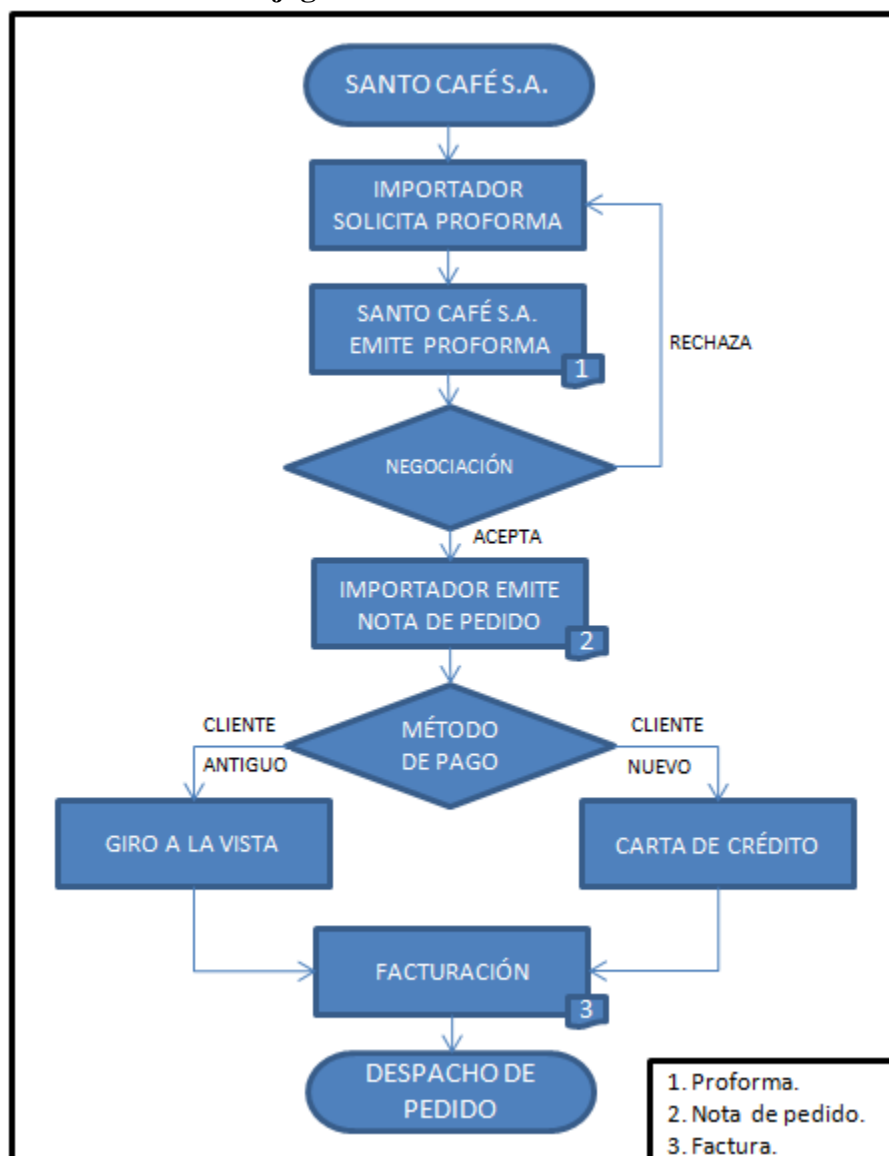
Fuente: <http://portal.araujoibarra.com/estudios-de-mercados-por-paises/alemania/> / Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

4.17. Flujograma del Proceso de Venta.

A continuación se detalla las actividades de SANTO CAFÉ S.A. que desarrolla para poder realizar una venta.

GRÁFICO N° 15
Flujograma del Proceso de Venta



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

La actividad comercial de SANTO CAFÉ S.A. empieza cuando el cliente solicita la proforma, en esta varía la cantidad que desee y la empresa emite la proforma con diferentes opciones de venta en cuanto a la cantidad de cajas de café robusta molido, seguidamente proceden a la negociación y en el caso de llegar a un acuerdo, el cliente emitirá una nota de pedido procediendo a concordar el método de pago, si el cliente ya forma parte de la base de datos de la empresa y ha demostrado cumplir con los debidos pagos se procede a realizar “giro a la vista” que consiste en que el importador cancela el

total de la factura una vez que todos los documentos de importación estén en sus manos y en el caso de ser un cliente nuevo se optará por utilizar carta de crédito.

“Un crédito es toda operación por la que un banco, obrando por cuenta y orden de un cliente, se obliga a: pagarle a un tercero, aceptar y pagar o descontar letras de cambio, autorizar a otro banco a pagar, aceptar o descontar dichas letras.

Las obligaciones del banco pueden estar supeditadas a la entrega de documentos de índole comercial (conocimiento de embarque, factura comercial), aduanero (certificado de origen) o técnico (certificado de calidad), y pueden variar según las instrucciones de quien ordene la apertura de dicho crédito.”⁶³

Seguidamente se emite la factura y se despacha el pedido. Si no han llegado a un acuerdo tanto el exportador como el importador se emitirá una proforma nuevamente.

⁶³ http://es.wikipedia.org/wiki/Carta_de_cr%C3%A9dito

CAPÍTULO V

COMERCIO EXTERIOR

5.1. Objetivo.

Conocer todos los requisitos y procedimientos necesarios para poder exportar el producto desde Santo Domingo – Ecuador hasta Alemania.

5.2. Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA).

“Es un sistema estructurado en forma de árbol, ordenado y progresivo de clasificación, de forma que partiendo de las materias primas (animal, vegetal y mineral) se avanza según su estado de elaboración y su materia constitutiva y después a su grado de elaboración en función de su uso o destino.”⁶⁴

5.2.1. Arancel Nacional.

“El arancel de importación es un instrumento que permite la elaboración de estadísticas, facilitación de las operaciones de comercio y básicamente el desarrollo de un país.”⁶⁵

El arancel es un tributo al comercio exterior, el cual puede ser: Ad valorem o específico. En el caso de Ecuador es “Ad valorem”, el cual aplica un porcentaje al ingreso de las mercancías extranjeras, el Arancel nacional para el café molido es del 30%.

⁶⁴ http://www.camaras.org/guias/arancel/guia_arancel_cap01_002.html

⁶⁵ http://www.todocomercioexterior.com.ec/libros/libro-detalle.asp?sec_libro=6

5.2.1.1. Partida Arancelaria del Café Tostado y Molido.

GRÁFICO N° 16 Sección, Capítulo y Partida Arancelaria del Café Tostado y Molido.

Sección II :	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 09 :	Café, té, yerba mate y especias
Partida Sist. Armonizado 0901 :	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción
SubPartida Sist. Armoniz. 090121 :	- - - En grano
SubPartida Regional 09012120 :	- - - Molido
Código Producto Comunitario (ARIAN) 0901212000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 0901212000-0000-0000 :	

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	30 %
FDI	0,5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Especifico	
Unidad de Medida	Kilogramo Bruto (KG)
Observaciones	Decreto Ejecutivo 1458. R.O. 489s 16/12/2008
Es Producto Perecible	NO

Fuente: <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N° 30
Aranceles Cobrados por los Diferentes Países Importadores

ARANCEL COBRADO POR LOS PRINCIPALES COMPRADORES A ECUADOR POR SUBPARTIDA							
País	090111 Café sin tostar y sin descafeinar	090112 Café sin tostar, descafeinado	090121 Café tostado, sin descafeinar	090122 Café tostado, descafeinado	090190 Cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café	210111 Extractos, esencias y concentrado s de café	210112 Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados de café
Alemania	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Austria	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Belgica	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Canadá	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Chile	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Colombia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
España	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Finlandia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Francia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Holanda	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Italia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Japón	0.00%	0.00%	10.00%	10.00%	0.00%	7.93%	57.34%
México	20.00%	20.00%	72.00%	43.20%	72.00%	60.84%	84.24%
Perú	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Polonia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Rusia	0.00%	0.00%	7.50%	7.50%	3.75%	13.92%	15.00%
Singapur	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Suecia	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Suiza	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	5.09%
Taiwán	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.00%	2.00%

Fuente: MacMap, Centro de Comercio Internacional (CCI)

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

5.3. Requisitos para Exportar.

5.3.1. Requisitos para Calificarse como Exportador.

Para poder calificarse como exportador es indispensable seguir los siguientes pasos:

5.3.1.1. Registro en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

El exportador debe registrarse en la SENA, para obtener las claves de acceso para regular sus operaciones y su documentación.

Registro de datos en la Aduana

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

- Actualizar base de datos
 - Registro de uso Representante Legal
 - Registro de uso Empleado / Auxiliar
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar la firma electrónica

Claves de Acceso

Para solicitar las claves de acceso es necesario enviar vía electrónica la información requerida por la SENA E, una vez el trámite se haya realizado con éxito se debe adjuntar los siguientes documentos:

- Solicitud de la SENA, carta original dirigida al Director Distrital solicitando la clave, la función de la misma e indicando el tipo de operador.
- Nombramiento del Representante legal notariado vigente.
- Copia de la cédula notariada.
- Copia del RUC notariada.

5.3.1.2. Registro Como Exportador de Café.

SANTO CAFÉ S.A. necesita registrarse como exportador de café en el MICIP (Ministerio de industrias y productividad) para poder realizar actividades de comercio de café a nivel internacional; el trámite tiene una duración de 4 días laborales.

5.3.1.3. Requisitos para Exportar.

El exportador debe regularizar cierta documentación, necesaria para que realice las actividades de su empresa, entre los requerimientos se encuentra:

Registro de Exportador.

Nota de Pedido.

La nota de pedido es enviada por el comprador al exportador indicando las características de los productos que requiere el importador, detallando: Fecha, Número de nota de pedido, Nombre y dirección del importador, Nombre y dirección del exportador, País de origen, Lugar de origen y lugar de destino, tipo de transporte, término de negociación, Moneda (en letras), Forma de pago y Fecha de inicio de negociación. **ANEXO 1**

Proforma.

Documento expedido por el exportador detallando los productos a comercializar con sus debidas características, especificaciones y valores de venta. **ANEXO 2**

Contiene los siguientes datos:

- Nombre, Dirección y teléfono del exportador e importador.
- Número de Factura Proforma.
- Fecha y Lugar de Emisión.
- Cantidad y descripción de la mercadería.
- Precio unitario y total.
- Condiciones de entrega, plazo, forma de pago y tiempo de validez.
- Firma del Exportador

Lista de Empaque o Packing List.

Este documento emite el exportador y en la cual detalla el contenido, peso neto y peso bruto de la mercadería a exportar, de acuerdo a como se encuentra embalada. **ANEXO 3**

- Membrete de la empresa.
- Datos del exportador e importador.
- Marcas y número de bultos.
- Cantidad y descripción de la mercadería.
- Lugar y fecha de emisión.
- Total de pesos netos y brutos.
- Modo de embarque.
- Firma y sello del exportador.

Factura Comercial.

Documento básico para cumplir los trámites de exportación, donde consta toda la información de la mercancía que se transportará desde el país de origen hasta el país de destino **ANEXO 4**; la factura debe contener:

- La subpartida arancelaria del producto.
- Descripción de la mercadería.
- Cantidad.
- Peso.
- Valor unitario y valor total de la factura.
- Forma de pago.
- Información del comprador como nombre y dirección.
- La cláusula de compraventa pactada entre los negociantes.

Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

Sirve al importador, para la su respectiva declaración en aduana de destino del producto importado, en esta se detalla toda la información necesaria para su desaduanización.

ANEXO 5

Certificado de Origen.

“El certificado de origen es el documento emitido en el formato oficial, establecido en los acuerdos comerciales, y que sirve para acreditar el cumplimiento de los requisitos (criterios) de origen establecidos en las normas de origen que rigen el acuerdo y, por ende, acogerse a las preferencias arancelarias concedidas por los países miembros de dichos acuerdos.”⁶⁶

⁶⁶ Certificado de origen – Comercio e inversiones – Ministerio de Industrias y Productividad - <http://www.mic.gob.ec>

Corresponde al Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), emitir y entregar el certificado de origen de la Organización Internacional del Café (OIC), solicitado por un exportador de café.

Sin embargo para que el producto ecuatoriano se beneficie de la preferencia del SGP+ con la Unión Europea, el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) emite un certificado definitivo amparado con el de la OIC.

Para realizar el trámite respectivo en la entidad mencionada se debe considerar la siguiente documentación:

- Factura Comercial.
- Declaración de Origen.
- Formulario de origen, lleno, firmado y sellado por el exportador.

A partir de la fecha de la certificación por la autoridad oficial acreditada el certificado de origen poseen una validez de 180 días.

La descripción de la mercancía incluida en el certificado de origen debe coincidir con el producto negociado, con respecto a la clasificación de la nomenclatura arancelaria, y la que refleje en la factura comercial, que debe constar al momento de presentar la documentación exigible para el trámite.

El certificado de origen del café posee un costo de 10 dólares, La Organización Internacional del Café, expide un formato para que cada país miembro y la entidad responsable de emitirlo mantengan un formato similar **ANEXO 6**, debe contener esta información:

Nombre y dirección de la empresa exportadora.

- Nombre y dirección de la empresa importadora.

- Clave del país, clave del puerto y número de serie.
- Nombre del medio de transporte.
- Número de orden.
- Número de bultos.
- Marca de identificación de la OIC.
- Descripción del café y su método de elaboración.
- Peso neto de la partida y unidad de peso.
- Número y fecha de la factura.
- Fecha de la exportación, firma y sello de la empresa.

Certificado de Calidad.

“El certificado de calidad es un documento expedido por una certificadora que es un organismo acreditado. Éste certificado es el resultado de un proceso por el que los evaluadores de la entidad de certificación, examinan la conformidad del sistema de gestión de acuerdo con los requisitos de la norma, y da fe que la calidad señalada en el documento corresponda exactamente a la real del producto.”⁶⁷

El certificado de calidad y variedad del café de exportación es emitido por el Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC) y este certificado tiene un costo de 30 dólares. El certificado de calidad de producto industrializado lo emite el INEN.

Certificado Fitosanitario.

“Es un documento que indica que los productos destinados a la exportación sean plantas, animales, productos y subproductos agropecuarios, cumplen con los requisitos puntualizados en la Autorización Sanitaria Previa. De no haberse establecido requisitos, bastará la comprobación de la existencia del Certificado Fitosanitario de Origen. Este documento es emitido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP) a

⁶⁷ Normas ISO 9000 – Sistema de Gestión de Calidad - <http://www.icqa.espol.edu.ec>

través de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la calidad del Agro (AGROCALIDAD).”⁶⁸

Según la información otorgada por AGROCALIDAD, de acuerdo a la clasificación de café o cacao; la emisión del certificado fitosanitario o de Agrocalidad para la exportación tiene un costo de 84,00 dólares. El certificado fitosanitario se tomará en cuenta dentro del estudio porque el país de destino es exigente en cuanto a estos documentos. **ANEXO 7**

Registro Sanitario.

Es un documento que certifica la sanidad de un producto, lo otorga el Ministerio de Salud Pública del Ecuador y cumple con la responsabilidad de preservar la salud de la población, garantizando la calidad integral de los productos que se aprueben para su consumo.

Conocimiento de Embarque.

“Conocimiento de embarque o B/L (por sus iniciales en inglés, Bill of lading) es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza como contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular. La finalidad de este contrato es proteger al cargador y al consignatario de la carga frente al naviero y dar confianza a cada parte respecto al comportamiento de la otra.”⁶⁹ **ANEXO 8**

Póliza de Seguro.

Las formas de cobertura son: “Libre Avería”, “Con Avería Particular” y “Contra Todo Riesgo”. La prima oscila entre el 0,8% y el 1,25% del valor total de la mercancía dependiendo de la aseguradora. **ANEXO 9**

⁶⁸ <http://www.agrocalidad.gob.ec>

⁶⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Conocimiento_de_embarque

En la exportación de café tostado y molido hacia Alemania, la empresa Utilizará dos tipos de seguro: el primero contratado por la misma que cubre desde las instalaciones hasta el puerto de embarque realizado por transporte terrestre y la segunda póliza de transporte internacional por lo general “Contra Todo Riesgo”, es contratada por parte del importador desde el puerto de origen hasta su destino, siendo este documento uno de los requisitos para su nacionalización.

5.4. Regulación a las Importaciones.

El ingreso de café y sus productos elaborados deben cumplir ciertos requisitos y regulaciones de exportación, tal como lo deben cumplir la mayoría de los productos alimenticios, en especial los productos agrícolas.

5.4.1. Requisitos Arancelarios.

Alemania aplica las mismas reglas de la Unión Europea (UE) que están en vigencia para todos los países miembros. A pesar que la política de comercio exterior es bastante liberal en la Unión Europea, Alemania aplica una serie de restricciones, especialmente en productos agropecuarios:

La Política Agrícola Común (CAP) establece lo siguiente: La aplicación de compensaciones en productos agropecuarios de exportación e importación, con el objetivo de favorecer el desarrollo de la agricultura dentro de la UE.

Se refiere a un cierto número de sistemas de controles y regulaciones para productos que deseen ingresar al territorio de la UE. En lo concerniente a productos genéticamente modificados, los controles sanitarios para su ingreso al mercado europeo son muy rigurosos. Si se permite el ingreso de este tipo de productos, debe estar especificado en el etiquetado del envase. Por otro lado, está prohibida la importación de carne de ganado vacuno con hormonas. Otros productos prohibidos o con requisitos específicos son: medicinas, plantas y animales vivos.

El comercio dentro del territorio de la UE está exento de las tarifas arancelarias. Sin embargo, cuando se ingresan mercaderías hacia Alemania, los exportadores deben llenar una declaración, la cual debe reflejar los movimientos de mercancía desde o hacia el país de la UE.

Si el país exportador no es miembro de la UE, las tarifas arancelarias se calculan en base Ad valorem sobre el valor CIF de las mercaderías, según las Tarifas Arancelarias Generales. Sin embargo Ecuador se acoge al SGP, para beneficiarse de las preferencias en los aranceles.

Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).- “Son programas implementados por los países desarrollados, que con el objetivo de impulsar el desarrollo de las exportaciones de los países subdesarrollados, brindan a estas últimas preferencias arancelarias. Otra de las características de estos programas es que son de carácter unilateral. Por esto mismo, los países desarrollados, pueden condicionar a los países subdesarrollados para que estos puedan ser beneficiarios de estos programas. Se entiende como preferencia arancelaria la exoneración total de aranceles, o la disminución porcentual del arancel.”⁷⁰

5.4.2. Requisitos no arancelarios.

- **Requisitos sanitarios/ fitosanitarios generales.**
- **Licencias de importación.**

Es exigida para productos sensibles y estratégicos como textiles (de acuerdo con las normas del Acuerdo Multifibras AMF), productos de acero, carbón y armas. La concesión de las licencias de importación normalmente no suele entrañar dificultad y su solicitud corre a cargo del importador.

⁷⁰ http://www.vestex.com.gt/vx/index.php?option=com_content&view=article&id=212&Itemid=163&lang=es

- **Prohibiciones**

La importación de ciertos productos está prohibida, o solo permitida bajo ciertas condiciones, principalmente al comercio de productos peligrosos, como en el caso de residuos químicos. También pueden estar sujetos a prohibiciones por razones de salud y seguridad, las medicinas, los pesticidas, las plantas y productos alimentarios, los productos eléctricos y las plantas y animales exóticos. Productos de madera, diamantes y productos textiles si la autorización apropiada para importaciones no se asegura.

- **Medidas Anti-Dumping y Compensatorias.**

Para algunos productos minerales, químicos, plásticos, productos de Madera, textiles, electrónicos y accesorios metales y otros.

- **Cuotas Absolutas.**

Para textiles, calzado, cerámica, y productos de hierro o metal.

- **Cuotas Tarifaria.**

Para productos agrícolas, químicos, productos farmacéuticos, textiles, maquinaria, aplicaciones mecánicas, electrónicos y otros.

- **Trazabilidad.**

“Se trata de un término bastante moderno, que hasta hace unos pocos años no estaba descrito en ningún diccionario. Hay palabras como pista, rastro, traza que están íntimamente relacionados.

Según la normativa europea, la trazabilidad es “la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo”.

De este modo tenemos que, la trazabilidad, es una herramienta que nos permite identificar y reconstruir el origen y el historial de un producto alimentario reconociendo todas las fases por las que pasa (recolección, producción, elaboración, almacenaje, distribución...).⁷¹

- **Sello Verde o Ecosello.**

“Es un medio visual que permite orientar a los consumidores al interior de una sociedad, buscando que éstos prefieran productos o servicios que afecten en menor grado el medio ambiente, en comparación con productos o servicios similares. Se trata de un conjunto de símbolos registrados y reconocidos que usualmente certifican ante la sociedad, que el producto cumple con una serie de requisitos y normas establecidas con miras a proteger el ambiente de una comunidad. Aquí se involucran los procesos por parte de los productores, los comercializadores y los consumidores.”⁷²

5.5. Trámites.⁷³

Los trámites interiores en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador son los siguientes:

⁷¹ http://www.elika.net/consumidor/es/preguntas_trazabilidad.asp

⁷² <http://desarrollososteniblepoli.blogspot.com/2007/05/sello-verde-o-ecosello.html>

⁷³ <http://desarrollososteniblepoli.blogspot.com/2007/05/sello-verde-o-ecosello.html>

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

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

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser: Canal de Aforo Documental, Canal de Aforo Físico Intrusivo, Canal de Aforo Automático.

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

5.6. Incoterms.

“International 96omercial terms, ‘términos internacionales de comercio’.- Son términos de tres letras cada uno que reflejan las normas, de aceptación voluntaria por las dos partes (compradora y vendedora), acerca de las condiciones de entrega de las mercancías, productos. Se usan para aclarar los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.”⁷⁴

Incoterms 2010

EXW: Ex Works (named place) – En fábrica (lugar convenido).

⁷⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Incoterm#cite_note-0

El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones: fábrica, almacén, etc. Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador.

El incoterm EXW se puede utilizar con cualquier tipo de transporte o con una combinación de ellos (conocido como transporte multimodal).

FAS: Free Alongside Ship (named loading port) – Franco al costado del buque (puerto de carga convenido).

El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del barco. El incoterm FAS es propio de mercancías de carga a granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle.

El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana de exportación y sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FOB: Free On Board (named loading port) – Franco a bordo (puerto de carga convenido)

El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un transitario o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador. El incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general de mercancías, no utilizable para granel. Se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

*Este será el término utilizado con los clientes, será detallado más adelante.

FCA: Free Carrier (named place) – Franco transportista (lugar convenido).

El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen. Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.

Se puede utilizar con cualquier tipo de transporte: transporte aéreo, ferroviario y/o por carretera.

CFR: Cost and Freight (named destination port) – Coste y flete (puerto de destino convenido).

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. Se debe utilizar para carga general, que no se transporta en contenedores y este sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

CIF: Cost, Insurance and Freight (named destination port) – Coste, seguro y flete (puerto de destino convenido).

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

El riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. El incoterm CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa. Es exclusivo del medio marítimo.

CPT: Carriage Paid To (named place of destination) – Transporte pagado hasta (lugar de destino convenido).

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Se puede utilizar con cualquier modo de transporte incluido el transporte multimodal (combinación de diferentes tipos de transporte para llegar a destino).

CIP: Carriage and Insurance Paid (To) (named place of destination) – Transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido).

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

DAT: Delivered At Terminal (named port) - Entregado en terminal (puerto de destino convenido)'.

Se utiliza para todos los tipos de transporte. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía es descargada en la terminal convenida. También asume los riesgos hasta ese momento.

El concepto terminal es bastante amplio e incluye terminales terrestres y marítimas, puertos, aeropuertos, zonas francas, etc.): por ello es importante que se especifique claramente el lugar de entrega de la mercancía y que este lugar coincida con el que se especifique en el contrato de transporte.

DAP: Delivered At Place (named destination place) – Entregado en un punto (lugar de destino convenido).

Se utiliza para todos los tipos de transporte. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio) pero no de los costes asociados a la importación, hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado. También asume los riesgos hasta ese momento.

DDP: Delivered Duty Paid (named destination place) – Entregada derechos pagados (lugar de destino convenido).

El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor y el tipo de transporte es multimodal

CUADRO N° 31
Incoterms 2010
Responsabilidad del vendedor

	CARGA A CAMION	PAGO TASAS "X"	TRANS. PUERTO "X"	DESCARGA CAMION	EMBARQUE ORIGEN	FLETE INTERNACIONAL	DESEMBARQUE DESTINO	CARGA CAMION	TRANS. DESTINO	SEGURO	ADUANA	IMPUESTOS
EXW	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
FCA	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
FAS	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
FOB	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
CFR	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO
CIF	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO
CPT	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO
CIP	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO
DAT	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO
DAP	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO
DDP	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Incoterm#Responsabilidad_de_la_entrega_por_parte_del_vendedor
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

5.7. Logística de Exportación desde Ecuador.

5.7.1. Selección del medio de transporte.

SANTO CAFÉ S.A. ha seleccionado transporte marítimo para la exportación de producto, este medio es el más utilizado para la transportación internacional de mercancías por motivos de costo.

Transporte Marítimo

“El transporte marítimo, en el ámbito mundial, es el modo más utilizado para el comercio internacional. Es el que soporta mayor movimiento de mercancías, tanto en contenedor, como graneles secos o líquidos.

Teniendo en cuenta que el planeta Tierra está cubierto por agua en sus dos terceras partes, el hombre ha buscado la manera de viajar sobre el agua. Así el agua ha unido diversas partes del globo terráqueo porque los barcos navegan por ellas.”⁷⁵

El tiempo de tránsito desde Ecuador a hasta Alemania varía entre 13 y 14 días.

5.7.2. Puerto de Origen.

Se ha decidido embarcar por el Puerto de Guayaquil, “principal puerto comercial de Ecuador, está ubicado dentro del golfo mismo nombre; siendo éste el más importante punto geográfico de la costa oeste de Sudamericana.”⁷⁶ Debido a la facilidad de transporte y las frecuencias que maneja.

⁷⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_mar%C3%ADtimo

⁷⁶ www.apg.gob.ec/institucional/geografica

FOTO N° 2
Puerto de Guayaquil – Ecuador



Fuente: http://www.cgsa.com.ec/Files/Logos/Galeria/FW_4.jpg
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

5.7.3. Puerto de Destino.

“El **puerto de Hamburgo** es un puerto y bahía de aguas profundas, sobre el río Elba, que desemboca en el Mar del Norte. Es llamado la puerta al mundo de Alemania y es el puerto más grande de ese país y uno de los mayores del mundo.

Su localización es naturalmente aventajada y crea un lugar ideal para un complejo portuario con depósitos e instalaciones para trasbordos. También el régimen de puerto libre es muy favorable para utilizar esta vía de entrada y salida de mercaderías.

Es uno de los primeros puertos en el mundo por el volumen de manejo de contenedores. Su historia es casi tan larga como la de la ciudad de Hamburgo, ya que fue fundado en el año 1189 y por siglos ha sido un puerto fundamental en Europa.”⁷⁷

⁷⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Puerto_de_Hamburgo

FOTO N° 3
Puerto de Hamburgo – Alemania



Fuente: <http://puertos.com.uy/noticias/nacionales/item/806-el-puerto-de-hamburgo>

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

5.7.4. Agente de Aduana.

Actualmente en el Ecuador no es necesario un Agente afianzado fedatario de Aduanas para las exportaciones, pero SANTO CAFÉ S.A. ha decidido contratar los servicios de un agente desde su primera exportación.

5.7.5. Envase, Etiqueta y Embalaje.

Envase

El envase es una bolsa metálica que consta de 3 capas, es fabricada con tecnopolíester metalizado con polietileno pigmentado (etiqueta), los cuales ofrecen una excelente barrera a la humedad y al oxígeno. Esta estructura mantendrá su producto en óptimas condiciones para su transportación y venta en anaquel.

La presentación de 500 Gramos incluye una válvula desgasificadora, esto debido a que el café una vez tostado, desprende compuestos volátiles (aromas) y CO₂, aproximadamente hasta tres meses después de haber sido tostado, sin ella, la bolsa se irá hinchando como un globo hasta el punto de estallar, por tanto aquí es donde entra en juego la válvula. Esta válvula que es mono direccional, tiene la misión de dejar salir esa

sobrepresión que se va generando dentro del envase, pero con la misión añadida de no dejar entrar oxígeno dentro del mismo, por eso lo de mono direccional, solo pasa gas en un sentido, esto es, de dentro hacia fuera.

Contenido de la Etiqueta:

- Marca Comercial: SANTO CAFÉ.
- Número de registro sanitario.
- Naturaleza, Origen, Identificación, Propiedades, Cantidad, Durabilidad y Método de manufactura.
- Efectos causantes del producto (en este caso el consumo de cafeína).
- Modo apropiado de uso y precauciones a considerar.

Sus medidas son: Largo 110mm, Alto 255mm y ancho 65mm. Con un peso neto de 500gr.

FOTO N° 4
Envase café tostado y molido



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Embalaje

Se utilizará una caja de cartón corrugado regular, sirve para proteger la mercadería desde la bodega hasta su destino final debido al manipuleo y la inestabilidad en el

transcurso del viaje. De esta forma podemos garantizar que el producto llegará en óptimas condiciones, cumpliendo las debidas normas técnicas para su exportación.

ANEXO 10

El objetivo del embalaje es:

- Proteger el producto.
- Permitir que la carga se pueda apilar.
- Facilitar el manipuleo de la carga.
- Proporcionar información del producto, la carga y su maniobrabilidad.

Sus medidas son: Largo 500mm, Ancho 510, Alto 325mm. Con un peso bruto de: 26,2 Kg.

FOTO N° 5

Cartón Corrugado Reforzado



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

5.7.5.1. Cubicación.

En el siguiente cuadro se presenta como está estructurado el producto dentro de un contenedor de 20 pies, en este se detalla la cantidad exacta se destinará al mercado internacional.

CUADRO N° 32
Número de Bolsas de Café Molido por Cartón

Producto	Cartón Cantidad	Peso Kg / crtn	Volumen m³ / crtn
Bolsas de Café Molido	50	26,2	0,09

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N° 33
Cubicación Mensual (1 TEU)

Producto	Cartón Cantidad	Peso Neto Kg / TEU	Peso Bruto Kg / TEU	Volumen m³ / ctn
Cajas de Café Molido	280	7336	7359	25,2

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N° 34
Cubicación Anual

Producto	Cartón Cantidad	Peso Neto Kg / TEU	Peso Bruto Kg / TEU	Volumen m³ / ctn
Cajas de Café Molido	3360	88032	88308	302,4

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

5.8. Negociación Realizada Bajo Término FOB.

Para el desarrollo de este proyecto se realizará las negociaciones mediante el incoterm FOB o “Franco A Bordo”. El término FOB exige al SANTO CAFÉ S.A. a despachar las mercancías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

La empresa comercializadora SANTO CAFÉ; debe cumplir con las obligaciones de pago hasta que el producto (Café robusta tostado y molido) esté en la borda del buque convenido (Puerto de Guayaquil), es decir que la empresa asume el riesgo de pérdida o

daño de la mercancía hasta este punto y en adelante; todos los riesgos y costos los asumirá el importador.

OBLIGACIONES DE LA EMPRESA “SANTO CAFÉ S.A.”

Suministro de las mercancías de acuerdo con el contrato.

El vendedor debe suministrar las bolsas de café tostado y molido de 500 gramos acordados en el pedido y la factura comercial, o su mensaje electrónico equivalente, de acuerdo con el contrato de compraventa y cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir el contrato.

Licencias, autorizaciones y formalidades.

SANTO CAFÉ S.A. debe obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y llevar a cabo, cuando sea pertinente, todos los trámites aduaneros necesarios para la exportación de café tostado y molido.

Entrega de mercadería.

SANTO CAFÉ S.A. debe entregar el producto en la fecha o dentro del plazo acordado, en el puerto de embarque acordado (Puerto de Guayaquil) y en la forma acostumbrada en el puerto, a bordo del buque designado por el comprador.

Transmisión de riesgos.

La empresa SANTO CAFÉ S.A. debe correr con los riesgos de pérdida o daño de las mercancías hasta el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque fijado (Puerto de Guayaquil).

Gastos.

SANTO CAFÉ S.A. es responsable de pagar los siguientes gastos:

Todos los gastos relacionados con la mercancía hasta el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de Guayaquil); y cuando sea pertinente, los gastos de los trámites aduaneros necesarios para la exportación, así como todos los impuestos, derechos y demás cargas pagaderas para la exportación dado el caso.

Prueba de la entrega, documento de transporte o mensaje electrónico equivalente.

La empresa exportadora debe proporcionar al comprador, a sus propias expensas, la prueba de la entrega de las mercancías.

Salvo que el documento mencionado en el párrafo anterior sea el documento de transporte, la empresa SANTO CAFÉ S.A. deberá prestar al comprador, a petición, riesgo y expensas de este último, la ayuda precisa para conseguir un documento de transporte para el contrato de transporte (por ejemplo, un conocimiento de embarque negociable).

Comprobación de embalaje.

La empresa SANTO CAFÉ S.A. debe pagar los gastos de aquellas operaciones de verificación (como comprobar la calidad, medida, peso) de cada caja que contendrá 50 bolsas de 500 gramos de café tostado y molido, que se enviará al comprador. La empresa debe proporcionar a sus propias expensas el embalaje requerido para el transporte de las mercancías. El embalaje ha de ser marcado adecuadamente.

Otras obligaciones.

SANTO CAFÉ S.A. debe prestar al comprador, a petición, riesgo y expensas de este último, la ayuda precisa para obtener cualquier documento o mensaje electrónico equivalente emitido en el país de entrega y/o de origen que el comprador pueda requerir para la importación de las mercancías y, si es necesario, para su tránsito por cualquier país.

El vendedor debe proporcionar al comprador, a petición suya, la información necesaria para obtener un seguro.

OBLIGACIONES DEL COMPRADOR**Pago.**

El comprador debe pagar el precio por la mercancía (bolsas de café tostado y molido de 500 gramos), según lo dispuesto en el contrato de compraventa.

Licencias, autorizaciones y formalidades.

El comprador debe obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, todos los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y, si es necesario, para su tránsito por cualquier país.

Contrato de transporte y seguro.**a) Contrato de transporte**

El comprador debe contratar, a sus propias expensas, el transporte de las mercancías desde el puerto de embarque convenido (Puerto de Guayaquil).

b) Contrato de seguro

El comprador debe contratar el seguro internacional que más le convenga y pagar la prima.

Recepción de la mercancía.

El comprador debe recibir las mercancías cuando hayan sido concedidas de conformidad con la negociación realizada hasta el punto donde termina la responsabilidad de SANTO CAFÉ S.A. como exportador.

Transmisión de riesgos.

El comprador debe soportar todos los riesgos de pérdida y daño de las mercancías desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto fijado.

En el caso de no haber embarcado la mercancía y el vendedor haya cumplido con la entrega en el puerto convenido, el comprador se hace responsable desde la fecha acordada de expiración del plazo para la entrega, producido porque no da aviso, o porque el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de las mercancías, o deja de admitir carga antes del momento convenido, siempre que, no obstante, las mercancías hayan sido debidamente determinadas según el contrato.

Prueba de la entrega, documento de transporte o mensaje electrónico equivalente.

El comprador debe aceptar la prueba de la entrega, los documentos o mensajes respectivos.

Inspección de las mercancías.

El comprador debe pagar los gastos de cualquier inspección previo al desembarque, excepto cuando tal inspección sea ordenada por las autoridades del país de exportación.

Otras obligaciones.

El comprador debe pagar todos los gastos y cargas contraídos para obtener los documentos o mensajes electrónicos equivalentes y reembolsar aquéllos en que haya incurrido el vendedor al prestar su ayuda al respecto y al contratar el transporte conforme a lo acordado.

El comprador debe dar al vendedor las instrucciones adecuadas cuando se requiera la ayuda del mismo para contratar el transporte de conformidad con lo pactado anteriormente.



Fuente: <http://www.areadepymes.com/?tit=fob-free-on-board-guia-de-incoterms-2010&name>
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

5.9. Forma de Pago.

CARTA DE CRÉDITO

“Es un compromiso escrito asumido por un banco de efectuar el pago al vendedor a su solicitud y de acuerdo con las instrucciones del comprador hasta la suma de dinero indicada, dentro de determinado tiempo y contra entrega de los documentos indicados. Este instrumento es uno de los documentos más sencillos en su forma y de los más complejos en cuanto a su contenido. Llamada también "Crédito Comercial", "Crédito Documentario", y en algunas ocasiones simplemente crédito.”⁷⁸

⁷⁸ <http://www.monografias.com/trabajos17/carta-de-credito/carta-de-credito.shtml>

Los bancos que llevan a cabo estas operaciones son llamados corresponsales, el que intervienen en pagar y el que interviene en cobrar; cuya mayor responsabilidad es la verificación de los documentos para garantizar el éxito de las operaciones.

El manejo de la carta de crédito que garantice el pago del importador se efectuará a través de Produbanco; entidad bancaria seria y reconocida internacionalmente; por lo que SANTO CAFÉ S.A. confía en que se cumplan las transacciones satisfactoriamente.

Beneficios:

- Cumple con los pagos de las exportaciones realizadas, siempre y cuando los documentos requeridos estén completos, vigentes y en orden.
- Aporta mayor confianza al exportador por parte del importador e influye en la realización de nuevos negocios., y la cobranza de las cartas de crédito.
- Disminuye el riesgo de la cancelación del pedido por parte del importador.

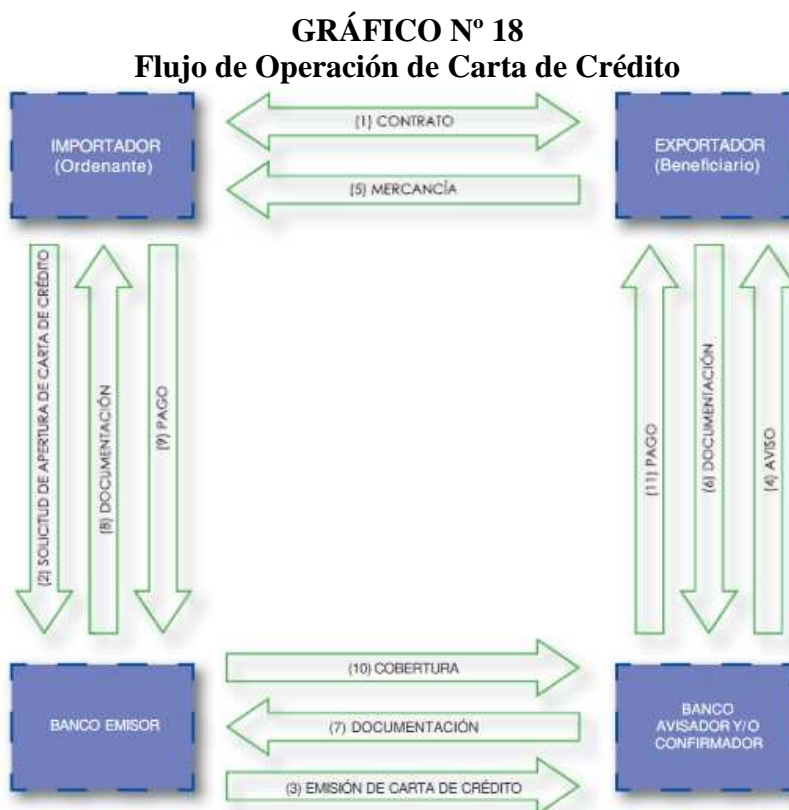
Requisitos:

El exportador debe adjuntar la siguiente documentación y emitir al Banco.

- Factura comercial.
- Certificado de Origen.
- Conocimiento de Embarque.
- Certificado de Inspección.
- Póliza de seguro.
- Además será necesario enviar un mensaje Swift al Departamento de Logística de la empresa SANTO CAFÉ S.A. y a la dirección de Produbanco: PRODECEQ.

El departamento de Financiamiento Estructurado y Corporativo de Produbanco se comunicará con el banco emisor de la carta de crédito que en Alemania puede ser:

Commerzbank; LBBW; Dresdner Bank; Banco do Brasil; Fortis Bank; instituciones con las que trabaja Produbanco para proceder con la confirmación de los documentos y para proceder con la autorización del pago. **ANEXO 11**



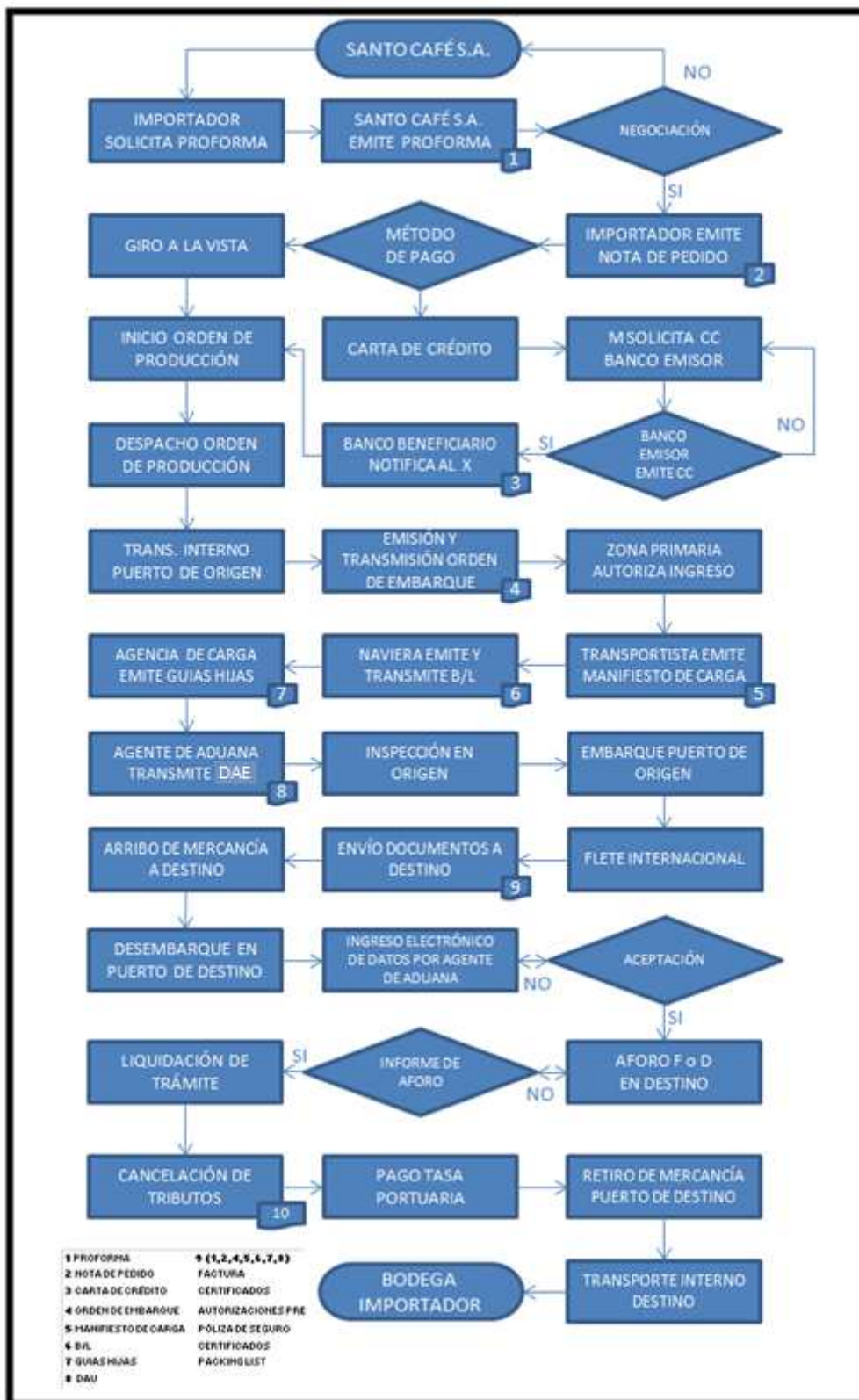
Fuente: <http://es.scribd.com/doc/36826636/25/%C2%BFQue-es-una-carta-de-credito>
Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

5.10. Flujograma.

5.10.1. Flujograma de Exportación.

A continuación se detalla todo el proceso de exportación desde la recepción de la materia prima en la bodega de SANTO CAFÉ S.A. hasta Alemania, como destino final a la bodega del importador.

GRÁFICO N° 19
Flujograma del Proceso de Exportación



Fuente: Investigación de campo.
 Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CAPÍTULO VI

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

6.1. Inversión Fija.

“Las inversiones del proyecto involucran los requerimientos que deben realizarse en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo permanente”⁷⁹

Este estudio de inversiones y financiamiento tiene como finalidad determinar las características económicas del proyecto. SANTO CAFÉ S.A. determinará la inversión fija necesaria para la operación de producción y exportación de café tostado y molido al mercado Alemán.

El siguiente cuadro describe cada uno de los rubros de la inversión que realizará SANTO CAFÉ S.A. para su correcto funcionamiento, en este encontraremos: los activos, activos tangibles, activos intangibles y el capital de trabajo.

⁷⁹ Meneses, Álvarez, Edilberto, (2004), Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 140.

CUADRO N° 35
Inversión del Proyecto

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSIONES	DÓLARES	PORCENTAJE
a. Activos Fijos		
Terreno	24.000,00	14,14%
Edificación	39.096,00	23,03%
Maquinaria y Equipo	22.900,00	13,49%
Muebles y Enseres	2.378,00	1,40%
Equipos de Oficina	598,00	0,35%
Equipos de Computación	4.314,94	2,54%
Vehículo	40.880,00	24,08%
Accesorios	537,00	0,32%
Imprevistos 5%	6.735,20	3,97%
TOTAL	41.439,14	83,32%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudio de Pre Factibilidad	1.400,00	0,82%
Constitución de la Compañía	1.000,00	0,59%
Gastos de Inversión (Seguro)	1.841,49	1,08%
TOTAL	4.241,49	2,50%
CAPITAL DE TRABAJO	24.081,12	14,19%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	169.761,74	100,00%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Para la inversión inicial se necesita \$169.761,74. El 83,32% representa a los activos fijos, el 1,08% representa el activo fijo intangible y SANTO CAFÉ S.A. necesita un capital de trabajo de \$24.081,12 que representa el 14,19%.

6.2. Activos Fijos Tangibles.

Se refiere a los bienes adquiridos para la producción y venta del producto, es así que Gabriel Baca define: “La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”⁸⁰

⁸⁰ BACA GABRIEL, “Evaluación de proyectos”, México 2001, Cuarta Edición, Pág. 165.

CUADRO N° 36
Activos Fijos Tangibles

CONCEPTO	VALOR
Terreno	24.000,00
Edificaciones	39.096,00
Maquinaria y Equipo	22.900,00
Muebles y Enseres	2.378,00
Equipos de Oficina	598,00
Equipos de Computación	4.314,94
Vehículo	40.880,00
Accesorios	537,00
Subtotal	134.703,94
Imprevistos 5%	6.735,20
TOTAL	141.439,14

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Los activos tangibles tienden a depreciarse excepto el terreno que incrementa su valor de acuerdo al avalúo catastral emitido por el Gobierno Municipal. Con un valor total de los activos tangibles de \$141.439,14.

- **Terreno.**

La adquisición del terreno como activo fundamental para el desarrollo de SANTO CAFÉ S.A. costa de 2000 m², en este espacio se edificará la zona administrativa y la planta de procesamiento de café, para su eficiente producción y comercialización.

CUADRO N° 37
Terreno

DESCRIPCIÓN	MEDIDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m ²	2000	12	24.000,00
Subtotal				24.000,00
Imprevistos 5%				1.200,00
TOTAL				25.200,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

La zona estratégica de la empresa ubicada en la Vía Quinindé km 14, con una inversión total de \$25.000,00.

- **Construcciones.**

La planta debe constar con:

- **Zona de descarga:** En este espacio llegarán los camiones y camionetas de los proveedores de la materia prima, conocido como café verde (arábigo).
- **Bodega 1:** En este sector se almacenará el café verde y el café seco hasta su próximo proceso.
- **Tendal 1:** Los tendales son espacios en donde se esparce el café para que reciban el primer sol y se sequen de manera natural.
- **Selección de semillas:** Aquí se retira los desechos, fruto, cascara, basura y/o residuos, las semillas seleccionadas proceden la siguiente zona.
- **Tendal 2:** En este sector se prepara el café para que reciban un segundo sol, a pesar de que influye mucho el factor tiempo, economiza el proceso de secado.
- **Zona de desechos:** Es una zona la cual tiene acceso un camión para que retire los desechos obtenidos en el proceso de selección.
- **Zona de secado:** Sector en el que hay un horno o secadora como se conoce que funciona a base de gas para un secado al 100% de la semilla.
- **Zona de pilado:** Zona en el que el café se desprende de su cáscara y se prepara para pasar a la tostadora.
- **Zona de tostado:** Las semillas de café son colocadas en la tostadora y adquieren su color y aroma tradicional.
- **Cuarto de molinos:** En este sector el café tostado pasa a través del los molinos y estaría listo para ser envasado.
- **Zona de empaquetado:** Aquí el café molido está listo para ser colocado en sus respectivas bolsas para su consumo, en esta zona también se realiza un control de calidad.
- **Bodega 2:** En esta bodega se almacena el producto terminado y dependiendo de las ordenes del cliente será o no paletizado.

- **Zona de carga:** Es el acceso a los contenedores para ser estibados y cargados, posteriormente cerrados bajo rigurosas normas de la empresa.
- **Área administrativa:** En esta edificación se encuentran los altos y medios mandos los cuales están constantemente monitoreando la actividad en la planta procesadora. En esta zona se atiende a los clientes, acreedores y demás personas.

CUADRO N° 38
Construcciones

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	VALOR
	m2	UNITARIO	TOTAL
Zona de carga y descarga	69,00	40,00	2.760,00
Bodega 1	80,00	40,00	3.200,00
Tendal 1	91,20	40,00	3.648,00
Selección de semillas	40,00	40,00	1.600,00
Tendal 2	91,20	40,00	3.648,00
Zona de desechos	40,00	40,00	1.600,00
Zona de secado	36,50	40,00	1.460,00
Zona de pilado	25,00	40,00	1.000,00
Zona de Tostado	24,00	40,00	960,00
Cuarto de molinos	22,00	40,00	880,00
Zona de empaquetado	27,00	40,00	1.080,00
Bodega 2	23,00	40,00	920,00
Control del calidad	9,80	40,00	392,00
Área de circulación	58,60	40,00	2.344,00
Parqueadero	87,60	40,00	3.504,00
Guardia	15,00	40,00	600,00
Área administrativa	95,00	100,00	9.500,00
Subtotal			39.096,00
Imprevistos 5%			1.954,80
TOTAL			41.050,80

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

La planta consta de simples construcciones, las cuales no necesitan de mayores acabados. Sin embargo el Área administrativa debido a las actividades que realiza sus instalaciones es más compleja, con un valor total de \$41.050,80.

- **Maquinaria y Equipo.**

La inversión más importante para el desarrollo del proyecto para el procesamiento de café: ANEXO 12

CUADRO N° 39
Maquinaria y Equipo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Secadora	1	4.800,00	4.800,00
Tostadora	1	3.800,00	3.800,00
Molino	1	4.500,00	4.500,00
Piladora	1	2.200,00	2.200,00
Empaquetadora	1	3.100,00	3.100,00
Elevador	1	1.100,00	1.100,00
Montacargas manual	1	900,00	900,00
Tanques Industriales	10	250,00	2.500,00
Subtotal			22.900,00
Imprevistos 5%			1.145,00
TOTAL			24.045,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El rubro de la inversión de maquinaria y equipo asciende a un valor de \$24.045,00.

- **Muebles y Enseres.**

La adquisición de muebles y enseres es destinado para el Área administrativa, los cuales facilitará el desarrollo de sus actividades.

ANEXO 13

CUADRO N° 40
Muebles y Enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	6	188,00	1.128,00
Sillas Giratorias	6	98,00	588,00
Sillas Fijas	12	36,00	432,00
Archivador	1	188,00	188,00
Sillas de plastico	6	7,00	42,00
Subtotal			2.378,00
Imprevistos 5%			118,90
TOTAL			2.496,90

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

- **Equipos de Oficina.**

Útiles complementarios para el desarrollo administrativo y contable de SANTO CAFÉ S.A.

CUADRO N° 41
Equipos de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	8	15,00	120,00
Fax	1	78,00	78,00
Radios	7	50,00	350,00
Calculadora	10	5,00	50,00
Subtotal			598,00
Imprevistos 5%			29,90
TOTAL			627,90

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

- **Equipos de Cómputo.**

Este equipo es necesario para la comunicación interactiva de la empresa con sus clientes y para la agilización de trámites, documentos y negociaciones. ANEXO 14

CUADRO N° 42
Equipos de Cómputo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	VALOR
		UNITARIO	TOTAL
Computadora	6	489,99	2.939,94
Impresora / copiadora	1	1.375,00	1.375,00
Subtotal			4.314,94
Imprevistos 5%			215,75
TOTAL			4.530,69

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

- **Accesorios.**

Dentro de los accesorios están los implementos que ayudarán a la exparción y recolección del café; y artículos necesarios en cada zona de la planta y área administrativa.

CUADRO N° 43
Accesorios

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	VALOR
		UNITARIO	TOTAL
Basurero	16	4,50	72,00
Extintor	5	50,00	250,00
Palas	10	15,00	150,00
Rastrillo	5	13,00	65,00
Subtotal			537,00
Imprevistos 5%			26,85
TOTAL			563,85

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

- **Vehículo.**

La adquisición de un vehículo por parte de SANTO CAFÉ S.A. servirá para el traslado de café verde desde los pequeños productores y centros de acopio de proveedores hacia la planta. ANEXO 15

CUADRO N° 44
Vehículo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camion HINO	1	40.880,00	40.880,00
Subtotal			40.880,00
Imprevistos 5%			2.044,00
TOTAL			42.924,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

6.3. Activos Diferidos.

- **Activos Fijos Intangibles.**

“Aquellos representativos de franquicias, privilegios u otros similares, incluyendo los anticipos para su adquisición, que no son bienes tangibles ni derechos contra terceros, y que expresan un valor cuya existencia depende de la posibilidad futura de producir ingresos.

Incluyen, entre otros, los siguientes:

- Derechos de propiedad intelectual.
- Patentes, marcas, licencias, etc.
- Llave de negocio
- Gastos de organización y pre-operativos

- Gastos de desarrollo.”⁸¹

CUADRO N° 45
Activos Fijos Intangibles

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Estudio de Pre factibilidad	1.400,00
Constitución de la Compañía	1.000,00
Gastos de Inversión	1.841,49
TOTAL	4.241,49

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

También conocidos como Activos Diferidos suman un total de \$4.241,49.

6.4. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo es el recurso que la empresa necesita para financiar el desarrollo de todas las operaciones para la producción, administración y venta.

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos propios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado.”⁸²

⁸¹ FOWLER NEWTON, ENRIQUE, Contabilidad Superior, Ediciones Macchi, Buenos Aires, 2003, Tomo I

⁸² MENESES EDILBERTO, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Cuarta Edición, Pág. 142.

CUADRO N° 46
Capital de Trabajo

CONCEPTO	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Costos de Producción	245.203,47	20.433,62
Costos de Exportación	14.807,65	1.233,97
Gastos Administrativos	24.657,03	2.054,75
Gastos de Venta	4.305,25	358,77
TOTAL	288.973,39	24.081,12

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Se ha considerado el capital de trabajo para 30 días, en los cuales están incluidos los gastos administrativos, de producción y venta. Reflejando que es necesario \$24.081,12 para la operación de la empresa por un mes.

6.5. Financiamiento.

El financiamiento permite disponer del recurso monetario suficiente para cubrir la inversión total del proyecto y adquirir los activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo.

6.5.1. Fuentes de Financiamiento.

Se va a considerar dos fuentes de financiamiento del proyecto: Las Fuentes Propias y Externas.

6.5.1.1. Fuentes Propias.

Es la aportación de cada socio de la compañía, el mismo que estará capitalizado en portes en efectivo y/o propiedades que corresponde al 40% del total de la inversión, \$67.904,70.

6.5.1.2. Fuentes Externas.

Constituyen aquellos recursos monetarios de las entidades públicas y privadas del sistema financiero, en este proyecto aportará la Corporación Financiera Nacional el 60% con un crédito directo \$101.857,05.

CUADRO N° 47
Recursos Económicos

RUBROS DE INVERSIÓN	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS PROPIOS	BANCO
ACTIVOS FIJOS	141.439,14	56.575,65	84.863,48
ACTIVOS DIFERIDOS	4.241,49	1.696,60	2.544,89
CAPITAL DE TRABAJO	24.081,12	9.632,45	14.448,67
TOTAL DE INVERSIÓN	169.761,74	67.904,70	101.857,05

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

6.5.1.2.1. Tabla de Amortización del Préstamo.

La Corporación Financiera Nacional cobrará una tasa del 10,85% anual, por un plazo de 5 años. ANEXO 16

CUADRO N° 48
Datos Préstamo

TIPO	ANUAL
PLAZO	5 AÑOS
INTERÉS	10,85%
TIEMPO DE GRACIA	0
PERIODO CALCULO	5
PAGO BIMESTRAL	27.455,58

Fuente: CFN.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CUADRO N° 49
Tabla de Amortización

AÑOS	DEUDA	INTERES VENCIDO	CAPITAL PAGADO	CUOTA DE PAGO	SALDO
0	101.857,05				101.857,05
1	101.857,05	11.051,49	16.404,09	27.455,58	85.452,96
2	85.452,96	9.271,65	18.183,93	27.455,58	67.269,03
3	67.269,03	7.298,69	20.156,89	27.455,58	47.112,14
4	47.112,14	5.111,67	22.343,91	27.455,58	24.768,23
5	24.768,23	2.687,35	24.768,23	27.455,58	0,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El préstamo se otorgará para un periodo de 5 años, para el cual la empresa deberá cubrir un pago anual de \$27.455,58; con este valor cubre el interés vencido más el pago de capital.

CAPÍTULO VII

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

7.1. Costos.

Podemos definir costo como: “Es el que incurre para la realización de la una actividad productiva. Contraprestación económica que se efectúa para la adquisición de bienes o servicios que van a ser utilizados en una explotación y cuyo importe se espera recuperar con la venta de los productos que está generando.”⁸³

Los costos de producción son aquellos que incurren en el proceso sean directos o indirectos para exportación del producto terminado, estos están conformados por:

- Materia Prima
- Mano de obra directa e indirecta.
- Mantenimiento y reparaciones
- Depreciaciones
- Insumos

El incremento del mismo es dependiente de la inflación actual del país.

7.1.1. Costos Directos de Producción.

Estos costos varían proporcionalmente de acuerdo al nivel de producción o actividad que realice la empresa.

⁸³ AMEZ FERNANDO MARTÍN: Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Cultural S.A. Pág. 111.

7.1.1.1. Materia Prima.

La Materia Prima para SANTO CAFÉ S.A. es denominada la cereza de café, el cual incluye la drupa y cáscara. Para el proyecto se va a adquirir sacos de 60 Kg de cereza de café para su próximo procesamiento; se espera obtener un crecimiento anual del 20% según el estudio realizado.

CUADRO N° 50
Materia Prima

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESCRPCIÓN	SACOS 60KG	SACOS 60KG	SACOS 60KG	SACOS 60KG	SACOS 60KG
CAFÉ	6.324	7.589	9.107	10.928	13.113
PRECIO	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
COSTO CAFÉ	113.832	136.598	163.918	196.702	236.042

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El precio del café lo establece la Bolsa de Nueva York el cual cambia a diario, por lo cual nos basamos en eso con un promedio de precio máximo referencial de \$18 por saco de 60 Kg. Y para el primer año con un costo total de \$113.832,00 para poder satisfacer la demanda de 480 cajas de café robusta tostado y molido.

7.1.1.2. Materiales Directos.

Son los que intervienen directamente con el producto para su comercialización: el empaque y el embalaje; cabe recalcar que los dos son 100% reciclables y cumplen con el Ecosello mencionado anteriormente. ANEXOS 17 y 18

CUADRO N° 51
Materiales Directos

MATERIALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESCRPCIÓN	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES
EMPAQUE	200.000	240.000	288.000	345.600	414.720
PRECIO	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32
TOTAL	64.000	76.800	92.160	110.592	132.710
EMBALAJE	4.000	4.800	5.760	6.912	8.294
PRECIO	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
TOTAL	5.200	6.240	7.488	8.986	10.783
COSTO TOTAL	69.200	83.040	99.648	119.578	143.493

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El abastecimiento de los materiales indirectos se realiza trimestralmente con un costo anual de \$69.200,00; el valor es alto debido a que se utiliza un empaque de aluminio de última tecnología con una válvula desgasificadora más el embalaje sencillo que es cartón corrugado.

7.1.1.3. Mano de Obra Directa.

SANTO CAFÉ S.A. necesitará como mano de obra directa a 6 obreros quienes participan directamente en el proceso de café molido para su exportación, a continuación se detallan los rubros a los cuales asciende la MOD.

CUADRO N° 52
Mano de Obra Directa

PERSONAL	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Patronal 12,15%	Sueldo Mensual	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	TOTAL ANUAL
Obrero	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3814,86
Obrero	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3814,86
Obrero	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3814,86
Obrero	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3814,86
Obrero	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3814,86
Obrero	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3814,86
TOTAL	6	1.752,00	212,87	1.539,13	1.752,00	1752,00	915,57	22.889,15

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El valor total de la mano de obra directa para el proyecto es \$22.889,15; comprende los sueldos y todos los beneficios que otorga la ley.

7.1.2. Costos Indirectos (Gastos de fabricación).

Los gastos de fabricación son aquellos que se mantienen constantes sin importar del nivel de producción de la empresa, en estos se comprende:

- Mano de Obra Indirecta.
- Suministros.
- Reparación y Mantenimiento.
- Combustible.

7.1.2.1. Mano de Obra Indirecta.

Es la mano de obra que no está en contacto directo en el proceso de producción del café.

CUADRO N° 53
Mano de Obra Indirecta

PERSONAL	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Patronal 12,15%	Sueldo Mensual	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	TOTAL ANUAL
Jefe de Planta	1	450,00	54,68	395,33	450,00	292,00	228,58	5.714,48
Guardia	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3.814,86
Chofer	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3.814,86
TOTAL	3	1.034,00	125,63	908,37	1.034,00	876,00	533,77	13.344,20

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El valor total de la mano de obra indirecta es \$13.344,20 que comprende los sueldos más beneficios de ley para el respectivo Jefe de planta, un guardia y un chofer.

7.1.2.2. Insumos.

Los insumos son aquellos que aportan apoyo a los procesos de producción y comercialización.

CUADRO N° 54
Insumos

Concepto	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	m ³	200,00	0,10	20,00	240,00
Luz	Kw/hr	1.200,00	0,08	95,00	1.140,00
Telefono	min	1.000,00	0,04	40,00	480,00
Internet	Ilimitado	1,00	30,00	30,00	360,00
Diesel	Galones	10,00	1,20	12,00	144,00
Gas	Kg	900,00	0,75	675,00	8.100,00
TOTAL					10.464,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Como una parte muy importante para el proceso operacional, estos ascienden a un valor total de \$10.464,00.

7.1.2.3. Mantenimiento y Reparación.

Como toda la inversión se ha realizado en artículos nuevos, el porcentaje destinado a mantenimiento y reparación es respectivamente bajo para que se mantengan en óptimas condiciones.

CUADRO N° 55
Mantenimiento y Reparación

CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	%	VALOR ANUAL
Construcciones	39.096,00	0,10%	39,10
Maquinaria y Equipo	22.900,00	0,10%	22,90
Muebles y Enseres	2.378,00	0,10%	2,38
Equipos de Oficina	598,00	0,10%	0,60
Equipos de Computación	4.314,94	0,10%	4,31
Vehículos	40.880,00	0,10%	40,88
Accesorios	537,00	0,10%	0,54
Subtotal			110,70
Imprevistos 5%			5,54
TOTAL			116,24

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Se ha destinado un 0,10% del valor del activo para su debido mantenimiento y reparación dando como un costo anual de \$111,24.

7.1.2.4. Combustible.

El combustible es el factor principal para que los vehículos puedan transportar la materia prima hasta la planta de procesamiento, por esta razón se ha estimado un gasto anual.

CUADRO N° 56
Combustible

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Diesel	Galones	50	1,20	60,00	720,00
Imprevistos 5%					36,00
TOTAL					756,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El costo total del consumo de diesel es de \$756, 00; no es una cantidad alta debido a que tiene rutas específicas semanales.

7.1.3. Costos de Exportación.

En este se detalla todos los gastos para que los productos puedan salir del país y de la misma manera pueda nacionalizarse en el país de destino; como se realizó la negociación bajo término FOB (Free on board – Puerto convenido) el flete internacional no consta como un egreso de la empresa, la responsabilidad es del cliente.

Los gastos que constan son todos los certificados necesarios para la exportación, seguro, flete interno, Agente de aduana, etc. ANEXO 19, 20 y 21.

CUADRO N° 57
Costos de Exportación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Factura Comercial	0,30	3,60
Packing List	0,15	1,80
Visto Bueno B/L	5,60	67,20
Porteo por Contenedor	42,35	508,20
Emisión B/L	45,00	540,00
Manejo Local x Contenedor	39,39	472,68
Delivery por Contenedor	36,30	435,60
Adm. Fee	13,00	156,00
Agente de Aduanas	150,00	1.800,00
Tasa de Almacenaje	3,02	36,24
Registro Como Exportador de café	50,00	50,00
Couta anual MICIP	100,00	100,00
Certificado de Origen	10,00	120,00
Certificado de Calidad	50,00	600,00
Certificado Fitosanitario	4,00	48,00
Flete	450,00	5.400,00
Póliza de Seguro	313,60	3.763,20
Imprevisto 5%		705,13
TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN		14.807,65

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El valor total de los gastos de exportación para el primer año de la actividad de la empresa es de \$14.807,65 siendo de vital importancia para la ejecución del proyecto.

7.2. Gastos Administrativos

Rubros que comprenden toda actividad administrativa de la empresa.

7.2.1. Sueldos Administrativos.

Se detalla la remuneración más beneficios de ley de todo el personal administrativo de SANTO CAFÉ S.A.

Como es una empresa nueva en el mercado y hasta cumplir con el pago del financiamiento otorgado por la Corporación Financiera Nacional, se ha distribuido los siguientes sueldos, cabe recalcar que los accionistas formaran parte de la Administración de la empresa.

CUADRO N° 58
Sueldos Administrativos

PERSONAL	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Patronal 12,15%	Sueldo Mensual	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	TOTAL ANUAL
Gerente	1	700,00	85,05	614,95	700,00	292,00	348,81	8.720,21
Jefe COMEX	1	450,00	54,68	395,33	450,00	292,00	228,58	5.714,48
Jefe Financiero	1	450,00	54,68	395,33	450,00	292,00	228,58	5.714,48
Secretaria	1	292,00	35,48	256,52	292,00	292,00	152,59	3.814,86
TOTAL	4	1.892,00	229,88	1.662,12	1.892,00	1.168,00	958,56	23.964,03

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El valor total de los sueldos administrativos es de \$23.964,03; en estos comprende un Gerente, Jefe de COMEX, Jefe financiero y la secretaria.

7.2.2. Suministros de Oficina.

Son todos los implementos necesarios para agilizar los procesos administrativos.

CUADRO N° 59
Suministros de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papel Bond 500u	1	3,50	3,50	42,00
Caja de Esferos	1	4,50	4,50	54,00
Caja de clips	1	2,80	2,80	33,60
Caja de grapas	1	2,20	2,20	26,40
Caja de Lápices	1	3,00	3,00	36,00
Caja Borradores	1	2,50	2,50	30,00
Subtotal			18,50	222,00
Imprevistos 5%			0,93	11,10
TOTAL			19,43	233,10

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

7.2.3. Útiles de Limpieza.

El gasto anual de los útiles de limpieza necesarios para el uso del personal de la empresa es \$459,90.

CUADRO N° 60
Útiles de Limpieza

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Jabón de tocador	Caja	5	1,30	6,50	78,00
Papel Higiénico	Paquete	4	4,50	18,00	216,00
Desinfectante	Galón	2	6,00	12,00	144,00
Subtotal				36,50	438,00
Imprevistos 5%				1,83	21,90
TOTAL				38,33	459,90

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

7.2.4. Gasto en Ventas.

Son todos los gastos que incurren en la venta del producto hasta el mercado y/o consumidor final, se toma en cuenta toda la publicidad realizada por parte de la empresa. ANEXO 22 Y 23.

CUADRO N° 61
Gasto en Publicidad de Ventas

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
PÁGINA WEB	1	550,00	550,00
CARPETAS DE PRESENTACIÓN	1000	0,55	550,00
TARJETAS PERSONALES	1000	0,06	60,00
BANNERS	100	16,50	1.650,00
PRENSA ESCRITA	12	107,52	1.290,24
Subtotal			4.100,24
Imprevistos 5%			205,01
TOTAL			4.305,25

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

7.2.5. Depreciación.

“Método por el que se valora el coste que supone la pérdida de valor por uso de un bien que la empresa posee.”⁸⁴

Actualmente según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), el cálculo de la depreciación de los bienes corresponden a un Avaluador Técnico que dependiendo de la función de cada bien otorgará los años de vida útil a cada uno.

⁸⁴ <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-depreciacion>

CUADRO N° 62
Depreciación

CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL	VALOR ANUAL
Construcciones	1.252,35	10	125,24
Maquinaria y Equipo	20.400,00	5	4.080,00
Muebles y Enseres	2.378,00	5	475,60
Equipos de Oficina	598,00	3	199,33
Equipos de Computación	4.314,94	3	1.438,31
Vehículos	40.880,00	5	8.176,00
Accesorios	537,00	5	107,40
TOTAL			14.601,88

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El valor total de la depreciación de los activos es \$14.601,88.

7.3. Proyección de los Costos y Gastos.

A continuación se detalla la proyección de los costos y gastos durante 5 años de operación de la empresa.

CUADRO N° 63
Proyección de los Costos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	INCREMENTO PRODUCCIÓN		20%
			AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima Directa	113.832,00	136.598,40	163.918,08	196.701,70	236.042,04
Mano de Obra Directa	22.889,15	24.083,96	25.341,15	26.663,95	28.055,81
Materia Prima Indirecta	69.200,00	83.040,00	99.648,00	119.577,60	143.493,12
Insumos	10.464,00	11.010,22	11.584,95	12.189,69	12.825,99
Mano de Obra Indirecta	13.344,20	14.040,76	14.773,69	15.544,88	16.356,32
Depreciación	12.363,40	12.363,40	12.363,40	12.363,40	12.363,40
Mantenimiento y Reparaciones	110,70	116,48	122,56	128,96	135,69
Combustible	720,00	757,58	797,13	838,74	882,52
Imprevistos 5%	12.146,17	14.100,54	16.427,45	19.200,45	22.507,74
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	255.069,62	296.111,35	344.976,41	403.209,36	472.662,64
COSTOS DE EXPORTACIÓN					
Factura Comercial	3,60	3,79	3,99	4,19	4,41
Packing List	1,80	1,89	1,99	2,10	2,21
Visto Bueno B/L	67,20	70,71	74,40	78,28	82,37
Porteo por Contenedor	508,20	534,73	562,64	592,01	622,91
Emisión B/L	540,00	568,19	597,85	629,06	661,89
Manejo Local x Contenedor	472,68	497,35	523,32	550,63	579,38
Delivery por Contenedor	435,60	458,34	482,26	507,44	533,93
Adm. Fee	156,00	164,14	172,71	181,73	191,21
Agente de Aduanas	1.800,00	1.893,96	1.992,82	2.096,85	2.206,31

Tasa de Almacenaje	36,24	38,13	40,12	42,22	44,42
Registro Como Exportador de café	50,00	-	-	-	-
Couta anual MICIP	100,00	105,22	110,71	116,49	122,57
Certificado de Origen	120,00	126,26	132,85	139,79	147,09
Certificado de Calidad	600,00	631,32	664,27	698,95	735,44
Certificado Fitosanitario	48,00	50,51	53,14	55,92	58,83
Flete Interno	5.400,00	10.800,20	11.363,97	11.957,17	12.581,33
Póliza de Seguro	3.763,20	7.526,60	15.053,40	30.107,00	60.214,20
Imprevistos 5%	705,13	1.173,57	1.591,52	2.387,99	3.939,42
TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN	14.807,65	24.644,91	33.421,98	50.147,81	82.727,92
TOTAL COSTOS	269.877,27	320.756,26	378.398,39	453.357,17	555.390,56
GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Gastos Administrativos	28.205,63	29.555,27	30.975,37	30.750,06	32.322,28
Sueldos Administrativos	23.964,03	25.214,95	26.531,17	27.916,09	29.373,31
Suministros de Oficina	222,00	233,59	245,78	258,61	272,11
Útiles de limpieza administración	438,00	460,86	484,92	510,23	536,87
Depreciación Administración	2.238,48	2.238,48	2.238,48	600,84	600,84
Imprevistos 5%	1.343,13	1.407,39	1.475,02	1.464,29	1.539,16
Gastos de Venta	4.305,25	4.529,99	4.766,45	5.015,26	5.277,06
Publicidad	4.100,24	4.314,27	4.539,48	4.776,44	5.025,77
Imprevistos 5%	205,01	215,71	226,97	238,82	251,29
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	32.510,88	34.085,26	35.741,82	35.765,32	37.599,34
GASTOS FINANCIEROS					
Gastos Financieros	11.051,49	9.271,65	7.298,69	5.111,67	2.687,35
TOTAL COSTOS Y GASTOS	313.439,64	364.113,17	421.438,90	494.234,17	595.677,25

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

Todos estos gastos son fundamentales para el desarrollo del proyecto durante la vida útil de SANTO CAFÉ S.A. en estos se comprenden:

- Costos de Producción.
- Costos exportación.
- Gastos administrativos.
- Gastos financieros.
- Gastos de venta.

El total de costos y gastos del primer año es \$313.439,64.

7.4. Costo Unitario de Producción.

El costo unitario se obtiene dividiendo del total de costos y gastos para el total de unidades (cajas) que se van a exportar al año.

Y para obtener el valor de cada bolsa de café molido de 500 gramos se divide el valor de cada caja para 50 unidades que contiene cada una.

CUADRO N° 64
Costo Unitario de Producción

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Costos y Gastos	313.439,64	364.113,17	421.438,90	494.234,17	595.677,25
Cartones de Café	3.360	4.032	4.838	5.806	6.967
Costo Cartón de Café	93,29	90,31	87,10	85,12	85,50

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

El costo unitario de producción de cada caja es de \$93,29 y de cada bolsa de café molido es de \$1,86. A este costo de producción se aumentará un 30% de utilidad considerando un margen rentable.

7.5. Ingresos del Proyecto.

Los ingresos del proyecto se encuentran dados por las ventas del producto desde el primer año hasta el quinto año.

CUADRO N° 65
Ingresos del Proyecto

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad Requerida	3.360	4.032	4.838	5.806	6.967
Precio Cartón	121,00	122,21	123,43	124,67	125,91
Total Ingresos	406.560,00	492.750,72	597.213,87	723.823,21	877.273,73

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

7.5.1. Proyección del Presupuesto de Ingresos y Egresos

A continuación se detalla los ingresos y egresos del proyecto de la exportación de café tostado y molido listo para pasar por SANTO CAFÉ S.A.

CUADRO N° 66
Proyección de Ingresos y Egresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	406.560,00	492.750,72	597.213,87	723.823,21	877.273,73
(-) Costo de Ventas	269.877,27	320.756,26	378.398,39	453.357,17	555.390,56
(=) Utilidad Bruta en Ventas	136.682,73	171.994,46	218.815,48	270.466,04	321.883,17

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

CAPÍTULO VIII

EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1. Evaluación Económica y Financiera del Proyecto

La evaluación económica sirve para analizar proyectos de inversión en lo referente a los ingresos y egresos relacionados en el proyecto, teniendo en cuenta cuando son efectivamente recibidos y entregados es decir se analiza el flujo de caja para determinar si son suficientes para soportar la deuda anual y de retribuir adecuadamente a los socios el capital que aportaron.

Un proyecto para poder llevarse a cabo debe ser económicamente viable y para esto debe ser financieramente sostenible y económicamente eficiente, garantizando que va a generar los ingresos suficientes para cumplir sus obligaciones financieras.

8.1.1. Instrumentos de Evaluación

- Estado de Situación Inicial.
- Estado de Resultados.
- Balance General.
- Flujo de Caja.
- V.A.N.
- T.I.R.
- Periodo de Recuperación de la Inversión.
- Punto de Equilibrio.
- Índices Financieros.

8.1.1.1. Balance de Situación Inicial.

El estado de situación inicial también llamado Balance General es un informe financiero o estado contable que refleja la situación de una empresa con respecto al patrimonio en un momento determinado, este se estructura en tres conceptos: el activo, el pasivo y el patrimonio neto, en cuentas que representas los diferentes elementos patrimoniales.

En el siguiente cuadro se muestra el Balance de Situación Inicial, en el que se reflejan las inversiones a realizar en activos que corresponden a \$169.761,74, una deuda a largo plazo de \$101.857,05 y un aporte de capital de \$67.904,70, dando como resultado un total de pasivo y patrimonio de \$169.761,74.

CUADRO N° 67
Balance de Situación Inicial

ACTIVO	
Activo corriente	24.081,12
Caja	24.081,12
Activo Fijo	141.439,14
Terreno	24000
Edificación	39096
Maquinaria y Equipo	22900
Muebles y Enseres	2378
Equipos de Oficina	598
Equipos de Computación	4314,94
Vehículo	40880
Accesorios	537
Imprevistos 5%	6735,197
(Depreciaciones acumuladas)	
Activo Diferido	4.241,49
Estudio de Pre Factibilidad	1400
Constitución de la Compañía	1000
Gastos de Inversión (Seguro)	1841,49
TOTAL ACTIVO	169.761,74
PASIVO	101.857,05
Pasivo corto plazo	
Bancos y financieras	16.404,09
Pasivo a largo plazo	
Bancos y financieras	85.452,96

PATRIMONIO	67.904,70
Capital Social	67.904,70
Reserva Legal Acumulada	
Resultado Ejercicios Anteriores	
Utilidad (Pérdida del Ejercicio)	
Total Pasivo y Patrimonio	169.761,74

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

8.1.1.2. Estado de Resultados

El estado de resultados es un instrumento que se utiliza en las empresas para reportar las operaciones efectuadas durante un periodo contable, obteniendo la utilidad de la resta de los gastos a los ingresos. Considerado un índice de eficiencia donde se determina la utilidad del ejercicio.

CUADRO N° 68
Estado de Resultados

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ventas	406.560,00	492.750,72	597.213,87	723.823,21	877.273,73
(-) Costo de Producción	269.877,27	320.756,26	378.398,39	453.357,17	555.390,56
(=) Utilidad Bruta en Ventas	136.682,73	171.994,46	218.815,48	270.466,04	321.883,17
(-) Gasto Administrativo y de ventas	32.510,88	34.085,26	35.741,82	35.765,32	37.599,34
(=) Utilidad Operacional	104.171,85	137.909,19	183.073,66	234.700,72	284.283,83
(-) Gasto Financiero	11.051,49	9.271,65	7.298,69	5.111,67	2.687,35
(=) Utilidad Antes de Reparto	93.120,36	128.637,55	175.774,97	229.589,05	281.596,48
(-) 15% reparto utilidades		19.295,63	26.366,25	34.438,36	42.239,47
(=) Utilidad/ Perdida Después de Participaciones	93.120,36	109.341,92	149.408,72	195.150,69	239.357,01
(-) 25% Impuesto a la Renta		27.335,48	37.352,18	48.787,67	59.839,25
(=) Utilidad/Perdida Neta	93.120,36	82.006,44	112.056,54	146.363,02	179.517,76
(-) Reserva legal 10%		8.200,64	11.205,65	14.636,30	17.951,78
(=) Utilidad/Perdida Retenida	93.120,36	73.805,79	100.850,89	131.726,72	161.565,98

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

En el año de conformación de la empresa obtendrá utilidades de \$93.120,36, el segundo año se reduce a \$73.805,79, el tercer año incrementa \$100.850,89, el cuarto año de \$131.726,72 y por último el quinto año se seguirán incrementando las utilidades llegando a un rubro de \$161.565,98.

8.1.1.3. Balance General

“El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto)”⁸⁵

En el balance general se detalla la situación contable de la empresa a dicho periodo contable, en referencia al activo, pasivo y patrimonio.

CUADRO N° 69
Balance General Proyectado

	0	1	2	3	4	5
ACTIVO						
Activo corriente	24.081,12	107.722,24	88.407,67	115.452,77	144.690,96	198.611,34
Caja	24.081,12	107.722,24	88.407,67	115.452,77	144.690,96	198.611,34
Activo Fijo	141.439,14	126.837,26	126.837,26	126.837,26	128.474,90	128.474,90
Terreno	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00
Edificación	39.096,00	39.096,00	39.096,00	39.096,00	39.096,00	39.096,00
Maquinaria y Equipo	22.900,00	22.900,00	22.900,00	22.900,00	22.900,00	22.900,00
Muebles y Enseres	2.378,00	2.378,00	2.378,00	2.378,00	2.378,00	2.378,00
Equipos de Oficina	598,00	598,00	598,00	598,00	598,00	598,00
Equipos de Computación	4.314,94	4.314,94	4.314,94	4.314,94	4.314,94	4.314,94
Vehículo	40.880,00	40.880,00	40.880,00	40.880,00	40.880,00	40.880,00
Accesorios	537,00	537,00	537,00	537,00	537,00	537,00
Imprevistos 5%	6.735,20	6.735,20	6.735,20	6.735,20	6.735,20	6.735,20
(Depreciaciones acumuladas)		14.601,88	14.601,88	14.601,88	12.964,24	12.964,24
Activo Diferido	4.241,49	558,51	558,51	558,51	558,51	558,51
Estudio de Pre Factibilidad	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
Constitución de la Compañía	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Gastos de Inversión (Seguro)	1.841,49	1.841,49	1.841,49	1.841,49	1.841,49	1.841,49
TOTAL ACTIVO	169.761,74	235.118,01	215.803,44	242.848,54	273.724,36	327.644,74
PASIVO	101.857,05	85.452,96	67.269,03	47.112,14	24.768,23	0,00
Pasivo corto plazo						
Bancos y financieras	16.404,09	18.183,93	20.156,89	22.343,91	24.768,23	
Pasivo a largo plazo						
Bancos y financieras	85.452,96	67.269,03	47.112,14	24.768,23	0,00	

⁸⁵ <http://definicion.de/balance-general/#ixzz2DLQM4a60>

PATRIMONIO	67.904,70	161.025,06	243.031,49	355.088,04	501.451,05	680.968,81
Capital Social	67.904,70	67.904,70	67.904,70	67.904,70	67.904,70	67.904,70
Reserva Legal Acumulada			8.200,64	19.406,30	34.042,60	51.994,38
Resultado Ejercicios Anteriores			93.120,36	166.926,15	267.777,04	399.503,76
Utilidad (Pérdida del Ejercicio)		93.120,36	73.805,79	100.850,89	131.726,72	161.565,98
Total Pasivo y Patrimonio	169.761,74	246.478,01	310.300,52	402.200,17	526.219,28	680.968,81

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012.

8.1.1.4. Flujo de caja.

Son los flujos de entrada y salida de caja o efectivo en un periodo dado, es la acumulación neta de activos líquidos, siendo un indicador de liquidez dentro de la empresa.

CUADRO N° 70
Flujo de Caja

AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	C. TRABAJO	INV. INICIAL	FNC
0					169.761,74	- 169.761,74
1	93.120,36	14.601,88				135.177,82
2	73.805,79	14.601,88				115.863,25
3	100.850,89	14.601,88				142.908,35
4	131.726,72	12.964,24				172.146,53
5	161.565,98	12.964,24	626,17	24.081,12		226.693,08

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

8.2. Indicadores de Evaluación

Los indicadores nos ayudan a determinar si un proyecto es o no conveniente para un inversionista.

8.2.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

Todo proyecto tiene una inversión inicial y puede provenir de varias fuentes, sea inversionistas, otras empresas o bancos. A continuación se detalla la tasa mínima de rendimiento para el proyecto.

CUADRO N° 71
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

DETALLE	VALOR	%	COSTO	COSTO DE CAPITAL
Capital propio	67.904,70	40%	5,00%	2,00%
Préstamo bancario	101.857,05	60%	10,85%	6,51%
TOTAL	169.761,74	100%	15,85%	8,51%
	CPC	8,51%		
	Riesgo Sectorial	11,00%		
	TMAR	19,51%		

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

8.2.2. Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)

TIR o tasa interna de rentabilidad es definida como el promedio de los rendimientos futuros esperados, es un indicador de rentabilidad, si supera la TMAR es aceptable el proyecto caso contrario se rechaza.

CUADRO N° 72
Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO
1	- 169.761,74
2	135.177,82
3	115.863,25
4	142.908,35
5	172.146,53
TIR	77%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

La tasa interna de retorno es de 77% superior a la TMAR 19,51%, considerando de esta manera que el proyecto es viable.

8.2.3. Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor actualizado neto de los flujos de caja proyectados originados por una inversión. Para el cálculo del VAN se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FE\ 1}{1+i} + \frac{FE\ 2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FEn}{(1+i)^n}$$

CUADRO N° 73
Valor Actual Neto

FNC	FNCA 19,50%
- 169.761,74	- 169.761,74
135.177,82	113.110,05
115.863,25	81.121,73
142.908,35	83.723,01
172.146,53	84.388,12
226.693,08	92.985,89
VAN	285.567,06

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

El VAN del proyecto es de \$285.567,06 siendo positivo se considera que cubrirá el costo promedio ponderado de capital y su inversión inicial.

8.2.4. Razón Beneficio / Costo

La razón beneficio costo se toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

CUADRO N° 74
Razón Beneficio / Costo

AÑOS	FLUJO DE CAJA	INVERSIONES	FLUJOS ACTUALIZADOS
0		169761,74	
1	135.177,82		113.110,05
2	115.863,25		81.121,73
3	142.908,35		83.723,01
4	172.146,53		84.388,12
5	226.693,08		92.985,89
			455.328,80
$\text{RBC} = \frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSION INICIAL}}$ $\text{RBC} = \frac{455.328,798}{169.761,743}$ $\text{RBC} = \mathbf{2,68}$			

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

La razón beneficio costo es de 2,68, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá \$1,68 en los cinco años que se evaluó el proyecto.

8.2.5. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es un indicador que mide la liquidez como el riesgo relativo ya que permite anticipar los eventos a corto plazo, optimiza el proceso en la toma de decisiones.

CUADRO N° 75
Periodo de Recuperación de la Inversión

INVERSIÓN INICIAL	
Inversión Inicial	169.761,74
Menos	113.110,05
Dividido	81.121,73
PRRI	0,70
1	AÑOS
8	MESES
11	DIAS

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

Se realiza el PRRI tomando la inversión inicial, menos la suma de los flujos actualizados antes de cubrir la inversión inicial y esto se divide para el flujo que supera la inversión inicial, teniendo como resultado que la inversión inicial se recuperara en el primer año, ocho meses y once días.

8.2.6. Punto de Equilibrio

Es el punto donde los ingresos totales se igualan a los costos asociados con la venta de un producto en este caso de café. Si la empresa vende cantidades mayores al punto de equilibrio esto quiere decir que se percibirán beneficios caso contrario habrá pérdidas.

Para el análisis del punto de equilibrio se debe tomar en cuenta los costos fijos, costos variables y ventas totales.

La fórmula que se utilizó para el cálculo del punto de equilibrio es la siguiente:

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

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

En donde: **CF** = Costos Fijos

CV = Costos Variables

Y = Ventas Totales

PVU = Precio de Venta Unitario

CVU = Costo de Variables

} Margen de Contribución

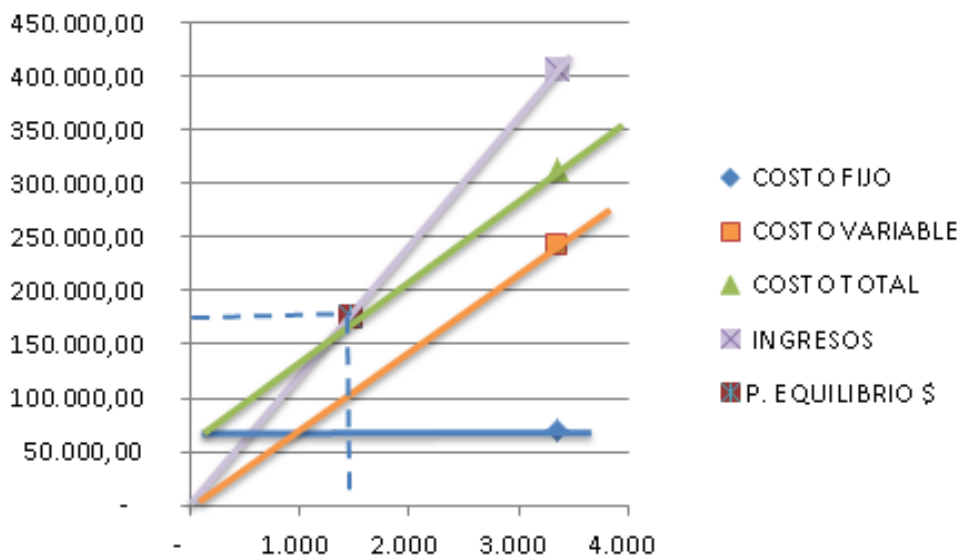
CUADRO N° 76
Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO FIJO	70.733,42	80.365,22	88.825,89	103.388,20	135.378,02
COSTO VARIABLE	242.706,22	283.747,95	332.613,01	390.845,96	460.299,24
COSTO TOTAL	313.439,64	364.113,17	421.438,90	494.234,17	595.677,25
INGRESOS	406.560,00	492.750,72	597.213,87	723.823,21	877.273,73
P. EQUILIBRIO \$	175.506,35	189.471,26	200.483,30	224.744,42	284.822,16
Unidades	3.360	4.032,00	4.838,40	5.806,08	6.967,30
Costo Variable Unitario	72,23	70,37	68,74	67,32	66,07
Precio de Venta Unitario	121,00	122,21	123,43	124,67	125,91
P. EQUILIBRIO UNIDADES	1.450,47	1.550,37	1.624,24	1.802,77	2.262,05

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

GRÁFICO N° 20
Punto de Equilibrio Año 1



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

El punto de equilibrio para el primer año se da en \$ 175.506,35 y en 1.450,47 unidades, para obtener beneficios se debe vender sobre estos dos rangos.

8.2.7. Análisis de Razones Financieras

Para tener un análisis más completo se calculara las razones financieras con indicadores como: liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad.

CUADRO N° 77
Razones Financieras

INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LIQUIDEZ						
1. Liquidez corriente	Activo corriente / Pasivo Corriente	1,47	7,43	5,75	6,40	6,95
ACTIVIDAD						
7. Rotación activo Fijo	Ventas Total Activo fijo promedio	3,21	3,88	4,71	5,63	6,83
8. Rotación activo total	Ventas / Activo total promedio	1,55	2,03	2,21	2,40	2,47
ENDEUDAMIENTO						
4. Endeudamiento largo plazo	Pasivo largo plazo / Activo total	60,00%	32,54%	27,65%	17,43%	8,22%
5. Financiamiento propio	Patrimonio total / Activo Total	40,00%	61,33%	99,91%	131,37%	166,50%
RENTABILIDAD						
1. Rendimiento Activo Total	Utilidad neta / Activo Promedio	35,46%	33,71%	41,46%	48,60%	50,47%
2. Rendimiento del Patrimonio	Utilidad neta / Patrimonio promedio	57,83%	33,74%	31,56%	29,19%	26,36%
4. Margen Utilidad Bruta	Ventas - Costo de Ventas / Ventas	33,62%	34,90%	36,64%	37,37%	36,69%
5. Margen Utilidad neta.	Utilidad neta / Ventas	22,90%	16,64%	18,76%	20,22%	20,46%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Milton Grijalva Mendieta, 2012

- Razón de liquidez muestra como las deudas a corto plazo se cubren con el activo corriente.
- Rotación de activos fijos mide la efectividad dividiendo las ventas a los activos fijos, y de cómo la empresa usa su planta y equipo.
- Rotación de activos totales mide la rotación de todos los activos de la empresa
- Razón de endeudamiento a largo plazo mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa.
- Razón de financiamiento propio mide la capacidad que tiene el empresario para endeudarse de sus cargos fijos financieros.
- Rendimiento del activo total si es un porcentaje elevado indica que disponemos de masa activa reducida.
- Rentabilidad del patrimonio es de acuerdo a los recursos propios de la empresa
- Margen de utilidad bruta, este indicador mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que la empresa pago sus productos.
- Margen de utilidad neta mide el éxito de la empresa en relación con las utilidades sobre las ventas.

CAPÍTULO IX

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1. Conclusiones.

- Ecuador cuenta con recursos naturales de alta calidad debido a su posición geográfica que deberían ser explotados para su exportación por ello es necesario la implementación de planes estratégicos para estar al nivel de la competencia internacional.
- Una vez analizado la zona de Santo Domingo se ha determinado que las condiciones climáticas son satisfactorias para la producción de café robusta, el cual nos da un desarrollo productivo para aumentar las exportaciones del mismo.
- La ejecución del proyecto contribuirá al desarrollo industrial, económico, cultural, social y tecnológico para la población de Santo Domingo, debido a las fuentes de empleos generados y productores beneficiados.
- El apoyo incondicional de las Instituciones que actúan directamente con el comercio exterior para fomentar e incentivar a los productores a expandir sus mercados y poder ofrecer nuestros productos a nivel mundial.
- La exportación de café robusta tostado y molido es una nueva oportunidad para dar a conocer la industria ecuatoriana ofertando productos terminados de origen 100% Ecuatoriano.
- La oportunidad de negocio en Alemania es relativamente alta debido al gran consumo de café y además por ser los mayores exportadores de café; por esta razón la negociación se realizará con un Agente de café para de esta manera

expandir el mercado inicialmente Alemania hacia el resto de países de la Unión Europea.

- La exportación de café tostado y molido, está directamente vinculado a varias instituciones nacionales de apoyo debido a la importancia dentro de la economía del país; por tal razón además de recibir asesoría dentro del negocio por parte de estos organismos, Ecuador se acoge al SGP con Alemania que determina la preferencia del 100% para este producto incentivando a la exportación del mismo.
- Los índices financieros establecen que la condición financiera de la empresa tendrá la suficiente capacidad liquidez y obtendrá rentabilidad, además su nivel de endeudamiento es aceptable y la composición de activos es representativa.
- La inversión inicial de SANTO CAFÉ S.A. será \$169.761,74, esta inversión se recuperará en 1 año, 8 meses y 11 días; La tasa interna de retorno (TIR) es del 77% la que supera a la Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) que es de 19,51%, esto significa que la empresa obtendrá solidez y liquidez.

9.2. Recomendaciones.

- Crear la empresa SANTO CAFÉ S.A. para que esta sea una importante organización de la ciudad de Santo Domingo, aportando al desarrollo de la provincia.
- Cumplir con los tiempos y abastecer las cantidades establecidas que demanda el mercado alemán, cumpliendo la calidad debida para su exportación de una manera eficiente y eficaz.
- Capacitar constantemente al personal encargado del proceso de producción del café tostado y molido en cuanto a normas de calidad en cada uno de los procesos hasta obtener el producto final.
- Aplicar el marketing mix y participar en ferias nacionales e internacionales promocionando el producto, posicionarlos en la mente del consumidor y así seguir expandiendo plazas de mercado.
- La negociación debe realizarse bajo el incoterm FOB, de esta manera la empresa SANTO CAFÉ S.A. no se expone a altos riesgos en el transporte de la mercadería.
- Financiar la creación de SANTO CAFÉ S.A. ya que se ha demostrado que será factible técnica, financiera y social; lo cual garantiza su rentabilidad y el retorno de la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

1. Morales C. “Plan de exportación” Pág. 50.
2. Feigenbaum, Armand. “Control total de la calidad” 3era Edición.
3. Estrada Patricio y Estrada Raúl, (2007), “Lo que se debe conocer para exportar, Exportar es el reto”, Quito – Ecuador, pág. 95.
4. “Marketing internacional” por trigo G, Pág.36.
5. Diccionario de Comercio Internacional, por Cristóbal Arcila, pág. 48
6. Mendoza García, Alberto. “Evaluación de Proyectos de Inversión”, Primera Edición, México, 1998. Pág. 17
7. HACHETTE CASTELL-BARCELONA: Ediciones Castell, 1390p
8. Meneses 2004, p.32
9. Hall y Liberman, 2003, pág.51
10. Diccionario COMERCIO EXTERIOR – ARGENTINA, Grupo Edit. Cultural SA, pág..41
11. ESTRADA, Raúl y ESTRADA, Patricio, 2007, Pág.71
12. Maia, L., & de Mendonça, A., Does caffeine intake protect from Alzheimer's disease?. European Journal of Neurology, July 2002,
13. SAPAG CHAING, Nassil, Sapag Chin, Reinaldo, Preparación y Evaluación, 4ta. Edición, Barcelona 1981.
14. VACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos, MC. CRAW-Hill, México, 2002.
15. SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodología General para la Formulación y Evaluación de Proyectos. Programa de Inversión Social Local. (PROINSOL): Fondo de Inversión Social de Venezuela.
16. Meneses, Álvarez, Edilberto, (2004), Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 140.
17. BACA GABRIEL, “Evaluación de proyectos”, México 2001, Cuarta Edición, Pág. 165.
18. FOWLER NEWTON, ENRIQUE, Contabilidad Superior, Ediciones Macchi, Buenos Aires, 2003, Tomo I

19. MENESES EDILBERTO, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Cuarta Edición, Pág. 142.
20. AMEZ FERNANDO MARTÍN: Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Cultural S.A. Pág. 111.
21. Certificado de origen SGP

Páginas Web

1. www.sica.gov.ec/cadenas/café/docs/cofenac.htm
2. www.monografias.com "Estudio y análisis del mercado"
3. www.cofenac.org
4. www.anecafe.org.ec
5. www.seguridad.gob.ec
6. www.fedexpor.com
7. Cámara de industrias y Comercio Ecuatoriano – Alemana -
www.eurocamaras.org.ec
8. www.inen.gob.ec
9. <http://www.crecenegocios.com/concepto-del-marketing/>
10. <http://www.mitecnologico.com/Mail/DefinicionConceptoServicios>
11. <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
12. <http://www.wikipedia.org/direcciónestratégica>
13. <http://definicion.de/oferta/>
14. <http://www.maketing-xxi.com/canales-de-distribución-63.htm>
15. <http://www.mundodelcafe.com/historia.htm>
16. http://www.bedri.es/Comer_y_beber/Cafe/Especies_de_cafeto/Cafe_robusta.htm
17. http://es.wikipedia.org/wiki/Coffea_canephora
18. http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9_ecuatoriano
19. http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9_y_salud
20. http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9#Otros_usos_del_caf.C3.A9
21. <http://www.radiohrn.hn/l/content/los-10-principales-pa%C3%ADses-exportadores-de-caf%C3%A9>
22. http://www.bedri.es/Comer_y_beber/Cafe/El_cafe_en_el_mundo.htm
23. <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#ESTUDIO>
24. <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-FC2011-ALEMANIA-.pdf>
25. <http://enciclopedia.us.es/index.php/Alemania>
26. http://es.wikipedia.org/wiki/Demograf%C3%ADa_de_Alemania
27. http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Alemania

28. http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Alemania#Alemania_en_la_econom.C3.ADa_de_la_UE
29. <http://www.dw.de/dw/article/0,,2309779,00.html>
30. <http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/alemania/cifras-del-comercio>
31. <http://es.wikipedia.org/wiki/Alemania#Gobierno>
32. http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Alemania#Costumbres
33. http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Alemania#Bebidas
34. <http://entre-tintas.blogspot.com/2011/11/5-mayores-cultivos-del-ecuador.html>
35. <http://definicion.de/competencia/>
36. <http://www.monografias.com/trabajos30/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml#oferta>
37. <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
38. <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html>
39. <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap2.html>
40. <http://www.notarias.us/registradores/registradores/funciones-de-notarias/>
41. <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>
42. <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
43. http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/institucion/base_legal.pdf
44. http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2#s
45. <http://es.scribd.com/doc/19553506/Macrolocalizacion>
46. <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
47. http://es.wikipedia.org/wiki/Coffea_arabica
48. <http://www.monografias.com/trabajos17/canales-distribucion/canales-distribucion.shtml>
49. http://es.wikipedia.org/wiki/Carta_de_cr%C3%A9dito
50. http://www.camaras.org/guias/arancel/guia_arancel_cap01_002.html
51. http://www.todocomercioexterior.com.ec/libros/libro-detalle.asp?sec_libro=6
52. <http://www.mic.gob.ec>
53. Normas ISO 9000 – Sistema de Gestión de Calidad -
<http://www.icqa.espol.edu.ec>
54. <http://www.agrocalidad.gob.ec>

55. http://es.wikipedia.org/wiki/Conocimiento_de_embarque
56. http://www.vestex.com.gt/vx/index.php?option=com_content&view=article&id=212&Itemid=163&lang=es
57. http://www.elika.net/consumidor/es/preguntas_trazabilidad.asp
58. <http://desarrollososteniblepoli.blogspot.com/2007/05/sello-verde-o-ecosello.html>
59. <http://www.aduana.gob.ec/contenido/procExportar.html>
60. http://es.wikipedia.org/wiki/Incoterm#cite_note-0
61. http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_mar%C3%ADtimo
62. <http://www.apg.gob.ec/institucional/geografica>
63. http://es.wikipedia.org/wiki/Puerto_de_Hamburgo
64. <http://www.monografias.com/trabajos17/carta-de-credito/carta-de-credito.shtml>
65. <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-depreciacion>
66. <http://definicion.de/balance-general/#ixzz2DLQM4a60>

ANEXOS

ANEXO N° 1
Nota de Pedido

REF: 8765431234

DOC. ENCLOSED MESSRS
WALTER MATTER S.A.

PAYMENT INSTRUCTION CC
CORRESPONSE / INTERMEDIARY BANK

EJ: LBBW *****
ADRESS ****
PHONE *****

BENEFICIARY BANK

FINAL BENEFICIARY

PRODUBANCO

SANTO CAFÉ S.A.
MILTON GRIJALVA
VÍA QUININDÑE KM 14

REF: CONTACT # MILTON GRIJALVA / SANTO CAFÉ S.A. / SANTO DOMINGO ECUADOR
ROASTED COFFEE TYPE ASS ROBUSTA, DESTINATION
HAMBURG - GERMANY Pickhuben 6
J.G. Paul Böckman
040/366374

DOC.

- FACTURA ORIGINAL + 2 COPIAS
- B/L 3 COPIAS Y 3 ORIGINALES
- FITOSANITARIO
- GSP CERTIFICADO
- AGROCALIDAD
- 1 PACKING LIST + NOTAS DE PESO
- TRACEABILIDAD *OPCIONAL
- CERTIFICADO DE INSPECCION

ANEXO N° 2
Proforma



Vía a Quinindé 14 Km / margen derecho
Telf: (593) 022 750 176
Santo Domingo - Ecuador

PROFORMA N° 00001

CLIENTE:
NOMBRE
DIRECCIÓN
TELÉFONO

FECHA: 21-nov-12
TRANSPORTE: Marítimo

EMB. ESTIMADO: 21-dic-12

ORIGEN: Guayaquil
DESTINO: Hamburgo

PAÍS DE ORIGEN: ECUADOR
PRODUCTO: CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO
901212000

FORMA DE PAGO: CC - contradocumentos
TÉRMINO DE COMPRA: FOB

MARCA	DESCRIPCIÓN	CANT. CTNS	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL USD
	REF. PEDIDO N° 8765431234	280	121,00	33.880,00
	BOLSAS DE 500 GR			
	CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO			
	PESO BRUTO TOTAL		7.336,00 KILOS	
	PESO NETO TOTAL		7.000,00 KILOS	
	TOTAL CARTONES	280		
	VALOR TOTAL FOB			33.880,00

ANEXO N° 3
Packing List



PACKING LIST

PRODUCT:	ECUADOR ROASTED COFFEE	
QUANTITY:	280	
CONSIGNE:	TO THE ORDER OF *****	
NOTIFY:	NAME****	
	ADRESS***	
	PHONE***	
TRANSPORT:	HLA3822967	
DESTINATION:	HAMBURG	
B/L:	B/L # HLCUGYE 12345678	
DATE:	21-oct-12	
PACKING:	CNT FOR EXPORTATION	
	SANTO CAFÉ - ROASTED COFFEE - PRODUCT OF ECUADOR	
WEIGHT:	AVERAGE WEIGHT PER CTN	25,00 KN
		26,20 KG
TOTAL WEIGHT SHIP ON BOARD:	7.000,00 KN	
	7.336,00 KG	

SANTO CAFÉ S.A.

Vía a Quinindé km 14 / Telfs: 022 750 176 - 0986 017 996
Santo Domingo - Ecuador

ANEXO N° 4
Factura Comercial



Vía a Quinindé 14 Km / margen derecho
Telf: (593) 022 750 176
Santo Domingo - Ecuador

FACTURA INVOICE N° 0001

CONSIGNADO A:
****NOMBRE ****
****DIRECCIÓN****
****TELÉFONO****

FECHA: 21-nov-12
TRANSPORTE: Marítimo
EMB. ESTIMADO: 21-dic-12
ORIGEN: Guayaquil
DESTINO: Hamburgo
FORMA DE PAGO: CC - contradocumentos
TÉRMINO DE COMPRA: FOB

PAÍS DE ORIGEN: ECUADOR
PRODUCTO: CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO
PARTIDA ARANCELARIA: 901212000

MARCA	DESCRIPCIÓN	CANT. CTNS	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL USD
	REF. PEDIDO N° 8765431234	280	121,00	33.880,00
	BOLSAS DE 500 GR			
	CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO			
	PESO BRUTO TOTAL		7.336,00 KILOS	
	PESO NETO TOTAL		7.000,00 KILOS	
	TOTAL CARTONES		280	
	VALOR TOTAL FOB			33.880,00

ING. MILTON GRIJLAVA
GERENTE GENERAL

ANEXO N° 5 DAE



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Número de DAE	
---------------	--

Información de general

Código de la distrito	Código de régimen	
Tipo de Despacho	Código del declarante	

Información de Exportador

Nombre del exportador	Telefono del exportador	
Dirección del exportador		
Numero de documento de CIU	Ciudad del exportador	
Nombre del declarante	Numero de documento de	
Dirección del declarante		
Código de forma de pago	Código de moneda	

Información de carga

Puerto de carga	Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de	Fecha de la carta de	
Nombre del consignatario		
Dirección del		
Ciudad del contribuyente	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacen de lugar de	Medio de transporte	MARITIMO
Pais de destino final		

Totales

Código de moneda	Tipo de cambio	
Total moneda transacción (FOB)	Cantidad de ítem	
Peso neto total	Peso total	
Cantidad total de bultos	Cantidad de contenedores	
Cantidad total de unidades físicas	Cantidad total de unidades comerciales	
Código de la mercancía de despacho urgente	Código de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso	Fecha de primer embarque	

Item

No. Item	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Mercancías	Pais de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item

Observaciones de oce - Item

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision


Firma del

Firma del Declarante

ANEXO N° 6 Certificado de Origen

PART A: FOR USE BY AUTHORITIES OF ISSUING COUNTRY
PARTE A: A UTILIZAR POR LAS AUTORIDADES DEL PAIS EMISOR

**ICO CERTIFICATE OF ORIGIN
CERTIFICADO DE ORIGEN DE LA OIC**

ORIGINAL	1 Exporter/Consignor Exportador/Expedito		Form approved by the: Formulario aprobado por:	
	2 Notify address Dirección para notificaciones		 INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL CAFE 22 Berners Street, Londres W1T 3DD, Inglaterra Tel: +44 (0) 7580 8591 Fax: +44 (0) 7580 8129 Email: certis@ico.org	
	3 Internal reference No. Número de referencia interno		4 Country code Clave de país	
	5 Producing country País productor		6 Port code Clave de puerto	
	7 Serial No. No. de serie		8 Country of destination País de destino	
	9 Date of export (DDMMYY) Fecha de exportación (DDMM/AA)		10 Country of trans-shipment País de transbordo	
	11 Name of carrier Nombre del medio de transporte		12 Shipped in Cargados	
	13 ICO Identification mark Marca de identificación de la OIC ----- / ----- / ----- Other marks Otras marcas		Bags <input type="checkbox"/> Bulk <input type="checkbox"/> En sacos En granel Containers <input type="checkbox"/> Other <input type="checkbox"/> En contenedores En otra forma	
	14 Description of coffee Descripción del café		15 Net weight of shipment Peso neto de la partida	
	<input type="checkbox"/> Green Arabica Arábica verde		<input type="checkbox"/> Robusta Robusta verde	
<input type="checkbox"/> Other (specify) Otro (indíquese)		<input type="checkbox"/> Roasted Tostado		
<input type="checkbox"/> Soluble Soluble		Unit of weight Unidad de peso <input type="checkbox"/> kg <input type="checkbox"/> lb		
15 Other relevant information - Otras informaciones pertinentes Processing method: <input type="checkbox"/> Dry <input type="checkbox"/> Wet <input type="checkbox"/> Decaffeinated <input type="checkbox"/> Organic Método de elaboración: <input type="checkbox"/> Via seca <input type="checkbox"/> Via húmeda <input type="checkbox"/> Descafeinado <input type="checkbox"/> Orgánico				
16 IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE COFFEE DESCRIBED ABOVE WAS GROWN IN THE COUNTRY NAMED IN BOX 5 AND HAS BEEN EXPORTED ON THE DATE SHOWN BELOW POR EL PRESENTE SE CERTIFICA QUE EL CAFE ARRIBA DESCRITO FUE COSECHADO EN EL PAIS QUE SE INDICA EN LA CASILLA 5 Y EXPORTADO EN LA FECHA QUE SEGUIDAMENTE SE HACE CONSTAR				
Date Fecha Place Localidad Signature of authorized Customs officer and Customs stamp of issuing country Firma del funcionario de Aduanas autorizado y sello de la Aduana del país emisor		Date Fecha Place Localidad Signature of authorized Certifying officer and stamp of Certifying Agency Firma del funcionario autorizado del Organismo Certificante y sello del Organismo Certificante		
PART B: RESERVED FOR 2-D BAR CODE STICKER PARTE B: RESERVADO PARA LA ETIQUETA ADHESIVA CON EL CÓDIGO DE BARRAS 2-D				
17				

ANEXO N° 7 Certificado Fitosanitario



Ministerio de
Agricultura, Ganadería,
Acuicultura y Pesca



REPÚBLICA DEL ECUADOR

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUICULTURA Y PESCA



AGROCALIDAD
AGENCIA ECUATORIANA
DE ASEGURAMIENTO
DE LA CALIDAD DEL AGRO


AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD

CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN
PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR EXPORT

N° 1715970

Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection organization of Ecuador		A: Organización (es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization (s) of	
I. Descripción del Envío / Description of Consignment			
1. Nombre y dirección del exportador <i>Name and address of exporter</i>		2. Nombre y dirección declarados del destinatario <i>Declared name and address of consignee</i>	
3. Lugar de origen / <i>Place of origin</i>		4. Medios de transporte declarados / <i>Declared means of conveyance</i>	
5. Pto de entrada declarado / <i>Declared point of entry</i>		6. Marcas distintivas / <i>Distinguishing marks</i>	
7. Número y descripción de los bultos <i>Number and description of packages</i>		8. Cantidad declarada y nombre del producto <i>Name of produce and quantity declared</i>	
9. Nombre botánico de las plantas <i>Botanical name of plants</i>			
<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			
NINGUNA			
III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment			
10. Fecha / <i>Date</i> 15 DE JUNIO DEL 2012		11. Tratamiento / <i>Treatment</i> Fumigación	
12. Producto químico (ingrediente activo) <i>Chemical (active ingredient)</i> Fosforo 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> W. ANTON K... 	
Lugar de expedición <i>Place of Issue</i> GUAYAQUIL		 AGROCALIDAD AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO GUAYAQUIL	
Fecha / <i>Date</i> 25 DE JUNIO DEL 2012		Firma / <i>Signature</i>	

ANEXO N° 8 Conocimiento de Embarque

Carrier: Hapag-Lloyd Aktiengesellschaft, Hamburg		Bill of Lading	Multimodal Transport or Port to Port Shipment	
Shipper: SANTO CAFÉ S.A. VÍA QUININDÉ KM 14 TELFS. 022 750 176 / 0986 017 996 SANTO DOMINGO - ECUADOR RUC 1722354964				
Consignee (not negotiable unless consigned to order): TO THE ORDER OF J.G. PAUL BÖCKMAN PICKHUBEN 6 HAMBURG - GERMANY PHONE : 04/366374		Carrier's Reference: 93202397 B/L-No.: HLCUGYE120644858 Page: 1/3	Export References: Forwarding Agent:	
Notify Address (Carrier not responsible for failure to notify, see clause 20 (1) hereof): J.G. PAUL BÖCKMAN PICKHUBEN 6 HAMBURG - GERMANY PHONE : 04/366374		Consignee's Reference: Place of Receipt:		
Vessel(s): DEMETER	Voyage-No.: 2220N	Place of Delivery: HAMBURG		
Port of Loading: GUAYAQUIL		Place of Delivery: HAMBURG		
Port of Discharge: HAMBURGO				
Container Nos., Seal Nos.; Marks and Nos. FSCU 4210832 SEALS: HLA3822967 21469H MARKS & NOS: SANTO CAFÉ ROASTED COFFEE PRODUCT OF ECUADOR LOT. 261	Number and Kind of Packages, Description of Goods CN 99433 FACT. 0001 DAU. 1234567890 REFERENDO: 028-12-15-042033-1 7.000,00 KN 7.336,00 KG HS-CODE: 18 01 00	Gross Weight: 7.336,00 KGM 7.000,00 NET KGM	Measurement:	
Shipper's declared Value [see clause 7(2) and 7(3)]		Above Particulars as declared by Shipper. Without responsibility or warranty as to correctness by Carrier [see clause 11]		
Total No. of Containers received by the Carrier:		Packages received by the Carrier: 280		
Movement: FCL / FCL		Currency:		
Charge	Rate	Basis	Wt/Vol	P/C Amount
Total Freight Prepaid		Total Freight Collect		Total Freight
Place and date of issue: GUAYAQUIL 21 . NOV . 2012		IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated below all of this tenor and date has been signed, one of which being accomplished the others to stand void.		
Freight payable at: BASLE		Number of original Bs/L: 1/3		
FOR ABOVE NAMED CARRIER, HAPAG-LLOYD A.G.				

ANEXO N° 9 Póliza de Seguro Interno



Santa Domingo, 30 de septiembre de 2012

Solista
MILTON GRIJALVA
Ciudad

A continuación detalle sus datos mejor oferta en el mercado:

ASEGURADO: MILTON GRIJALVA
RAMO: TRANSPORTE DE EXPORTACIONES
VIGENCIA: TRANSITO
GIRO DEL NEGOCIO: EXPORTACIÓN DE CAFÉ PROCESADO
RAMO = TRANSPORTE

Riesgos asegurados: Suma asegurada

1. Dirección:Puerto de Guayaquil

VALOR ASEGURADO: US\$70.000.00

Coberturas:

• Todo Riesgo (Únicamente hasta la llegada al puerto)

Tasa: 0.40%

Deducibles:

Robo y/o Asalto y/o Filtros y/o Siniestros ocurridos en viajes nocturnos: 20% del valor del siniestro, Mínimo 1% del valor asegurado, Mínimo US\$700.

Otros eventos: 10% del valor del siniestro, Mínimo 1% del valor asegurado del embarque, Mínimo US\$300

Cláusulas adicionales:

Todo Riesgo

- 1.1. Todo riesgo de pérdidas o daños a que está sujeto el interés asegurado que no sean pérdidas o daños resultantes de cualquier variación en temperatura, causadas de cualquier forma.
- 1.2. Pérdidas o daños al interés asegurado resultantes de cualquier variación de temperatura atribuibles a:

- 1.2.1. Retorno del equipo de refrigeración que produzca una interrupción no menos a veinticuatro (24) horas consecutivas;
- 1.2.2. Incendio o explosión;
- 1.2.3. Encalladura, varadura, hundimiento o rescoba del buque o embarcación;
- 1.2.4. Vuelco o descamillamiento del medio de transporte terrestre;
- 1.2.5. Choque o contacto del buque o embarcación o medio de transporte con cualquier objeto externo, excepto aguas; y
- 1.2.6. Descarga del interés asegurado en el puerto de destino.

COBERTURAS GENERALES:

- Cancelación de la póliza 30 días
- Pago de primas máximo 15 días
- Cancelación de la póliza no individual
- Sellos y marcas

Amparos adicionales normales (con costo adicional):

- Motín y huelga
- Transbordos, 0.10%
- Permanencia en aduana, 60 días vía marítimo, aéreo y terrestre
- Cláusula de refrigeración (con deducibles recargados y 20% adicional en la tasa)
- Guerra y terrorismo (durante el viaje antes de embarcar a puerto o aeropuerto, incluyendo permanencia en aduana si existiera), excluye transporte interno de origen de importación.

Nota: El costo adicional por los amparos de arriba detallados tiene un costo total de US\$150.00+impuestos.

INFORMACIÓN:

- DESDE EMPRESA SANTO DOMINGO, HASTA PUERTO GUAYAQUIL
- VIA: TERRESTRE
- ESTIMADO DE MOVILIZACIONES AL MES: 1
- ESTIMADO DE MOVILIZACIONES AL AÑO: 12
- TIPO DE EMBALAJE: EL ADECUADO
- TRASLADO DE MERCADERIA: CARTONES
- VEHICULOS ALQUILADOS: VIA TERRESTRE HASTA EL PUERTO DE GUAYAQUIL CON SISTEMA DE SEGURIDAD ADECUADO
- LIMITE POR EMBARQUE
- Costo FOB (libre a bordo)

Este tipo de póliza se puede realizar individual es decir el cobro se realizará por cada exportación realizada (límite por embarque) con aplicaciones entregadas al asegurado o una sola por el valor FOB de \$70.000.00

FORMA DE PAGO:

Cantado Únicamente

La presente cotización tiene una validez máxima de 8 días hábiles, la misma que no representa la aceptación del riesgo, se deberá realizar la inspección y verificar el estado de los equipos y bienes.

Atentamente:

Cristina Solís
Ejecutiva de Emisión
Panamericana del Ecuador

ANEXO N° 10 NORMAS TÉCNICAS

- Norma ISO 3394, aplicada a las dimensiones de las cajas, pallets y plataformas paletizadas.
- R 87 o Reglamentación 87, se aplica a los productos para venta en unidades, relacionado a la descripción del producto en cada envase o paquete.
- Norma ISO 780 y 7000, se refiere a las instrucciones de manejo, advertencia y símbolos gráficos.
- NIMF Número 15, Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias, obliga a la madera que se utilice en el empaque o embalaje que deben ser debidamente tratadas para la eliminación de insectos, hongos y nematodos.
- Debido a la conservación del medio ambiente la Unión Europea exige la utilización de materiales reciclables, maderas debidamente tratadas y de uso industrial o especies renovables: Etiqueta ecológica de la UE y/o Sello verde o Ecosello.

Reglas del Régimen SGP.

Reglamento (CE) No. 178/2002

“Los alimentos y piensos importados a la Comunidad para ser comercializados en ella deberán cumplir los requisitos pertinentes de la legislación alimentaria o condiciones que Comunidad reconozca al menos como equivalentes, o bien, en caso de que exista un acuerdo específico entre la comunidad y el país exportados, los requisitos de dicho acuerdo”⁸⁶

⁸⁶ DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA; Reglamento (CE) No. 178/2002, Sección 3 Obligaciones Generales del Comercio de Alimentos, Art. 11.

Reglamento (CE) No. 852/2004

Normas generales en materia de higiene de los productos alimenticios, tomando en cuenta con:

- Garantizar la seguridad alimentaria a lo largo de la cadena alimentaria.
- La debida importancia de que los alimentos se conserven a distintas temperaturas y mantengan su cadena de frío.
- La aplicación general de procedimientos en cuanto a principios de análisis de peligro y puntos críticos de control.
- La garantía de que los alimentos importados cumplen con el nivel mínimo higiénico que los alimentos producidos en la Comunidad o un nivel equivalente.

Reglamento (CE) No. 466/2001

Este reglamento establece normas y requisitos en cuanto a niveles máximos de contaminantes de frutas, semillas, vegetales y jugos de frutas.

Directiva 2000/12 CE

Las etiquetas no deberán ser confusas en cuanto a características del producto: su naturaleza, calidad, identidad, composición, cantidad, origen, duración, modo de industrialización.

- La denominación de venta del producto.
- Lista de ingredientes.
- Cantidad y categoría de ingredientes.
- Cantidad neta
- Tiempo de duración y fecha de caducidad.

- Condiciones de conservación y utilización.
- Nombre y Dirección del fabricante, embalador o vendedor.
- Lugar de Origen.
- Para bebidas alcohólicas que superen el 1,2% se especificará el grado alcohólico volumétrico adquirido.

NIMF - 15

La Norma Internacional sobre Medidas Fitosanitarias describe las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción y diseminación de plagas que atenten con la Comunidad.

Esta es exigible a los envases, embalajes y pallets de madera que sean provenientes de terceros países no pertenecientes a la Unión Europea, los exportadores deben cumplir esta norma tratando convenientemente sus embalajes de madera y contando con el sello que lo garantice.

Existen 2 tipos de tratamiento: Tratamiento Térmico HT y Fumigación con Bromuro de Metilo MB.

“La nueva reglamentación fitosanitaria NIMF – 15 (Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias), de la IPPC (The International Plant Protection Convention) organismo perteneciente a la ONU, es la única entidad que regula y autoriza esta norma a nivel internacional, entró en vigor en el 2004 y se aplica a pallets y embalajes de madera para exportación”⁸⁷

⁸⁷ CORPEI; ¿cómo exportar?, Serie: Cultura Exportadora No. 1, Edición # 4, Pág. 36

ANEXO N° 11

Carta de Crédito

PRODUBANCO

**CONTRATO PARA EMISIÓN
DE CARTA DE CRÉDITO DE IMPORTACIÓN**

(Para uso exclusivo de PRODUBANCO)

Banco Corresponsal: _____ Cta. No. _____
CCI No. _____

PRIMERA: COMPARECIENTES.-

Comparecen a la celebración del presente contrato:

- a) Por una parte, el (la) señor(a) _____ en representación del **Banco de la Producción S.A. PRODUBANCO**, en su calidad de Apoderado(a), que en adelante se denominará "El Banco";
- b) Por otra parte, _____ quien en adelante se denominará "El Cliente";
- c) Por último, _____ a quien en adelante se denominará "El Garante Solidario".

SEGUNDA: ANTECEDENTES.-

El Cliente ha solicitado al PRODUBANCO la emisión de una Carta de Crédito con las características que se indican a continuación, la que se comunicará al beneficiario, a través de los corresponsales de éste, por medios electrónicos:

- 1)-40A: CRÉDITO DOCUMENTARIO IRREVOCABLE: TRANSFERIBLE SI NO
- 2)-31D: FECHA DE EXPIRACIÓN (aa/mm/dd) _____
- 3)-44C: ÚLTIMA FECHA DE EMBARQUE (aa/mm/dd): _____
- 4)- 48: PERÍODO DE PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS A BANCO NEGOCIADOR: hasta _____ días después de la fecha de embarque, pero dentro de la validez de la carta de crédito.
- 5)-50: ORDENANTE/IMPORTADOR (Nombre y Dirección): _____
- 6)-59: BENEFICIARIO (Nombre, Dirección, Tel., Fax, Ciudad, País): _____
- 7)-32B: MONEDA Y MONTO: **US\$** _____
Son _____ **Dólares de los Estados Unidos de América**
- 8)-39A: PORCENTAJE DE TOLERANCIA: +/- _____
- 9)-42C: EFECTOS o GIROS A:

IMPORTE:	PORCENTAJE:	FORMA PAGO:
		A LA VISTA
		PLAZOS A:
		_____ DÍAS FECHA DOCUMENTO DE EMBARQUE
		_____ DÍAS FECHA FACTURA
		_____ DÍAS VISTA
		_____ OTRA FORMA DE PAGO:

- 10)-43P: EMBARQUES PARCIALES: Permitidos: SI NO
- 11)-43T: TRANSBORDOS: Permitidos: SI NO
- 12)-44A: LUGAR/CARGA DESPACHO: _____
- 13)-44E: PUERTO DE CARGA/AEROPUERTO SALIDA: _____
- 14)-44B: LUGAR/DESTINO FINAL: _____
- 15)-44F: PUERTO DESCARGA/AEROPUERTO DESTINO: _____
- 16)-45A: DESCRIPCIÓN DE MERCADERÍAS (agregar cantidad o unidad de medida): _____
- Tolerancia (en peso o cantidades de mercadería): +/- _____

TÉRMINOS COMERCIALES DE COMPRAVENTA BAJO INCOTERMS 2000:							
FAS <input type="checkbox"/>	EXW <input type="checkbox"/>	FOB <input type="checkbox"/>	FCA <input type="checkbox"/>	CFR <input type="checkbox"/>	CPT <input type="checkbox"/>	CIF <input type="checkbox"/>	CIP <input type="checkbox"/>
DAF <input type="checkbox"/>	DES <input type="checkbox"/>	DEQ <input type="checkbox"/>	DDU <input type="checkbox"/>	DDP <input type="checkbox"/>			

17)-46A: DOCUMENTOS REQUERIDOS:

- Factura comercial fechada y firmada por el beneficiario en _____ original(es) y _____ copia(s).

Documento según medio de transporte: Marítimo Terrestre Aéreo Combinado

- Conocimiento de embarque, embarcado a bordo
 Guía Aérea

<input type="checkbox"/> Carta de porte internacional por carretera
<input type="checkbox"/> Multimodal (transporte combinado)
Consignado a PRODUBANCO; marcado: Flete pagado <input type="checkbox"/> Flete al cobro <input type="checkbox"/>
Indicando notificar a _____ en _____ original(es) y _____ copia(s).

- Certificado de origen emitido por _____ en _____ original(es) y _____ copia(s).
- Lista de empaque detallada en _____ original(es) y _____ copia(s).
- Certificado de análisis emitido por _____ en _____ original(es) y _____ copia(s).
- Póliza o Certificado de Seguro cubriendo todo riesgo de los bienes bajo esta Carta de Crédito desde la bodega del embarcador a la bodega del importador por el 110% sobre el valor costo y flete facturado consignado a PRODUBANCO en _____ original(es) y _____ copia(s).
- Certificado del Beneficiario evidenciando haber enviado originales de los documentos de embarque directamente a: PRODUBANCO ORDENANTE OTRO _____

OTROS DOCUMENTOS (detallar):

- _____ en _____ original(es) y _____ copias
- _____ en _____ original(es) y _____ copias

18): 47A: CONDICIONES ADICIONALES:

- Todos los documentos deberán mencionar el número del Crédito Documentario y RUC del Importador No. _____
 - Correcciones en documentos debidamente aprobadas son permitidas: SI NO
 - Seguro de transporte será cubierto por: Ordenante Beneficiario
 - Valor del flete detallado en la factura debe ser igual al indicado en documento de transporte: SI NO
 - Autorizar al banco designado(confirmador) a enviar documentos originales a PRODUBANCO vía courier en:
2 lotes 1 lote
 - Bajo nuestra responsabilidad, autorizar a su banco corresponsal a honrar al beneficiario el valor de esta carta de crédito con la presentación de COPIAS de los documentos requeridos en el campo 46A
 - Otras Condiciones (detallar): _____
- 19): 71B: Gastos Bancarios de la CCI fuera del Ecuador son por cuenta de: ORDENANTE: BENEFICIARIO
- Otra instrucción (referente a los gastos): _____

- 20): 49: INSTRUCCIONES DE CONFIRMACIÓN: CONFIRMADA NO CONFIRMADA
- OTRA: confirmar a solitud del Beneficiario

21): 57A: BANCO AVISADOR: _____

TERCERA: CONDICIONES GENERALES.-

El PRODUBANCO emitirá la Carta de Crédito, de acuerdo con lo solicitado por el Cliente en la cláusula segunda.
La operación a que se refiere este contrato se sujetará a las reglas y usos uniformes relativos a créditos documentarios establecidos por la Cámara de Comercio Internacional y que constan en el folleto 600 y sus enmiendas de existir, y que las partes declaran conocerlos y aceptarlos.
La Carta de Crédito que emita el PRODUBANCO no podrá ser objeto de enmiendas o ser cancelada o anulada, sino previo acuerdo del PRODUBANCO, del Cliente, del banco confirmador si lo hay y del beneficiario.

CUARTA: CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO.-

El Cliente declara que: SI NO requerirá financiamiento a la Carta de Crédito emitida en virtud de este convenio.
En caso afirmativo, el financiamiento se realizará en la misma moneda del crédito documentario o por su equivalente en Dólares de los Estados Unidos de América y de la siguiente forma: _____

Este financiamiento se podrá realizar:

- Con PRODUBANCO,
- Con el mismo Banco con el cual se abre esta carta de crédito,
- Con cualquier banco, institución u organismo internacional a criterio de PRODUBANCO.

El Cliente se compromete a suscribir todos los documentos que sean necesarios para este financiamiento, además de pagar las comisiones, impuestos e intereses que correspondan.

En caso de que el Cliente revoque esta solicitud de financiamiento, deberá notificar al PRODUBANCO con por lo menos 15 días de anticipación a la fecha de vencimiento de la carta de crédito y, en este caso, desde ya declara que reconocerá al PRODUBANCO, todos los Impuestos, Intereses, costos y demás gastos operativos en los que haya incurrido, inclusive los de sus corresponsales en el exterior.

QUINTA: OBLIGACIONES DEL PRODUBANCO.-

- a) Las obligaciones que el PRODUBANCO adquiere con el (los) banco(s) corresponsal (es) y con las autoridades nacionales se sujetan a los términos y condiciones de la Carta de Crédito que emita.
- b) El PRODUBANCO actúa con la debida autorización del Cliente y se obliga a realizar el pago de todas las costas y gastos que implique la emisión de la Carta de Crédito, los mismos que son reconocidos y aceptados desde ya por el Cliente.

SEXTA: OBLIGACIONES DEL CLIENTE.-

A más de todas las obligaciones que constan en el folleto 600 de la Cámara de Comercio Internacional y sus enmiendas, el Cliente se obliga a:

- a) Pagar por anticipo o cuando el PRODUBANCO así lo requiera, el valor de las comisiones, impuestos y demás gastos que genere la emisión de la Carta de Crédito requerida en virtud de este convenio. El cliente declara expresa e irrevocablemente que acepta desde ya el cobro de estas comisiones por parte de PRODUBANCO, sin tener nada que reclamar al respecto.
- b) Proveer al PRODUBANCO el valor necesario para que éste cumpla con las obligaciones asumidas derivadas de la Carta de Crédito, en forma oportuna, esto es, a más tardar el día en que tales obligaciones sean exigibles. Si no lo hubiere, el Cliente se obliga a rembolsar al PRODUBANCO en forma incondicional, irrevocable e inmediata, todos los valores que éste pague por concepto de la Carta de Crédito, incluyendo el valor total o parcial de la misma, intereses, comisiones, tasas, costas, cables, seguros y demás gastos. La sola afirmación del PRODUBANCO será suficiente prueba de los pagos y gastos realizados.
- c) Mantener asegurados los bienes objeto de la importación, debiendo entregar el original del endoso de la póliza de seguro de transporte a favor del PRODUBANCO por un monto igual o mayor al de la Carta de Crédito, incluyendo el margen de tolerancia si lo hubiere.
- d) Realizar todo pago derivado de este contrato y de la Carta de Crédito que el PRODUBANCO emita únicamente en dólares de los Estados Unidos de América o en la divisa prevista en este documento, a elección del PRODUBANCO. La certificación de éste, relativa a la cotización de tal divisa frente al dólar de los Estados Unidos de América, constituirá prueba suficiente. El Cliente se somete expresamente a esta estipulación, además, en consideración a que las obligaciones previstas en este documento se originan (arón) en acuerdos derivados de comercio exterior y, por tanto, implican (arón) pagos al exterior, el tenor de lo dispuesto en el Art. 11 del Código Civil, el Cliente y el Garante Solidario renuncian expresamente al derecho de formular cualquier reclamo respecto de esta estipulación.
- e) El cliente deberá informar al PRODUBANCO, por lo menos con siete (7) días hábiles de anticipación a la fecha de pago de la carta de crédito al banco del exterior, su decisión de negociar por su cuenta las divisas y transferirlas al banco pagador de la carta de crédito, transfiriéndola que debe realizarse con por lo menos dos (2) días hábiles de anticipación a la fecha de pago, caso contrario el PRODUBANCO pagará a la institución del exterior con sus propios recursos, obligándose el cliente a cubrir dicho valor más el diferencial cambiario que pueda existir entre la cotización aplicada en la fecha de pago al exterior y la vigente a la fecha en que el PRODUBANCO reciba el pago del cliente.

SÉPTIMA: MORA.-

A partir de la fecha en que el PRODUBANCO hubiere realizado desembolsos por concepto de la Carta de Crédito y hasta el día en que reciba el reembolso total de los valores sufragados, el Cliente pagará los intereses de mora correspondientes, calculados sobre la tasa de interés efectiva máxima del segmento correspondiente, de acuerdo a lo dispuesto por el Organismo Competente, vigente al momento en que se haga exigible el pago. Tales intereses de mora se calcularán sobre el valor total que el PRODUBANCO hubiere pagado al beneficiario o a su banco corresponsal, que además del valor principal de la obligación incluye intereses por financiamiento otorgado en el exterior, comisiones, gastos, etc.

Así mismo de producirse mora, el Cliente reconoce el derecho del BANCO a cobrar los montos correspondientes a gastos de cobranza. Si las disposiciones del Organismo Competente prevén que la mora se calcule en base a información proporcionada por el PRODUBANCO, el Cliente declara que aceptará la certificación que el PRODUBANCO otorgue al respecto, renunciando a cualquier reclamo a alegación. Además el Cliente pagará los honorarios profesionales que ocasione el cobro y los gastos judiciales y extrajudiciales.

OCTAVA: REGISTRO DE CREDITO EXTERNO.-

El Cliente expresa e irrevocablemente autoriza a PRODUBANCO para que proceda a registrar en el Banco Central del Ecuador los valores negociados a plazo o refinanciados con instituciones del exterior derivados de la Carta de Crédito. En todo caso, el BANCO no será responsable en el evento de que por cualquier circunstancia, dicho registro fuere negado o no se llegare a verificar.

NOVENA: DECLARACIONES.-

El Cliente expresamente declara:

- a) Que toda la documentación relativa a la Importación, derivada de la Carta de Crédito, debe consignarse a órdenes del PRODUBANCO el que, por tanto, tiene pleno derecho para disponer de los bienes respectivos para cubrir los pagos, gastos y cargos que hubiere sufragado con motivo de la Importación, sin perjuicio de los demás derechos que puede ejercer.
- b) Que mientras no haya cumplido todas y cada una de las obligaciones asumidas para con el PRODUBANCO, éste queda facultado a no entregar los documentos ni los bienes relativos a la Carta de Crédito.
- c) Que acepta que si PRODUBANCO se demora en ejercer la facultad de venta de los bienes o cualquier otra derivada de este contrato, o si no le notifica al respecto tales hechos no constituirán renuncia o limitación de los derechos de PRODUBANCO.
- d) Que la Importación a la que se refiere la carta de crédito es producto de negocios lícitos permitidos por las leyes del Ecuador y que exime a PRODUBANCO de cualquier responsabilidad.
- e) Que en caso de requerir financiación del PRODUBANCO de la Carta de Crédito con el mismo banco del exterior que la confirmó originalmente o con otra entidad financiera del exterior o del Ecuador, se compromete a suscribir apenas sea requerido, los documentos necesarios. En caso de negociaciones parciales de la Carta de Crédito en el exterior, deberá suscribir tantos documentos como sean necesarios, autorizando el financiamiento parcial de cada uno de estos valores. En caso de que no suscribiera oportunamente tales documentos, el PRODUBANCO no refinanciará la Carta de Crédito, por lo que deberá reconocer al PRODUBANCO todos los intereses y los gastos operativos en que haya incurrido, inclusive los de sus corresponsales en el exterior, y autoriza expresa e irrevocablemente para que se debite de la(s) cuenta(s) activa(s) que mantiene en el PRODUBANCO el valor correspondiente a la Carta de Crédito más intereses, comisiones, gastos y otros cargos. En caso de no haber fondos suficientes y disponibles desde ya solicita un sobregiro ocasional y se compromete a cubrirlo en el plazo de 48 horas.
- f) Que en caso de no disponer de una cuenta en la misma moneda de la Carta de Crédito, autoriza al PRODUBANCO para que convierta dicha moneda a dólares de los Estados Unidos de América, luego de lo cual deberá proceder a debitar este valor de la cuenta, en las mismas condiciones antes señaladas.
- g) Que se somete expresa e irrevocablemente a las normas establecidas en folio 600 de la Cámara de Comercio Internacional, en todo lo que no esté preñado en el presente documento.

DÉCIMA: RESPONSABILIDAD DE PRODUBANCO.-

Las obligaciones que asume el PRODUBANCO son estrictamente de orden financiero y bancario, y se limitan a la emisión de la Carta de Crédito, a su tramitación y pago en la forma que queda establecida, por tanto el PRODUBANCO destina toda responsabilidad del uso que el (los) beneficiario(s) pueda(n) hacer de la Carta de Crédito o por los actos u omisiones en que incurra(n) con relación a la misma. Las responsabilidades del PRODUBANCO se limitan a las contenidas en el folio 600 de la Cámara de Comercio Internacional, que el Cliente declara que las conoce y acepta.

DÉCIMO PRIMERA: GARANTÍA SOLIDARIA.-

El Garante Solidario que suscribe, otorga garantía solidaria por todas las obligaciones que adquiere el Cliente en el presente Instrumento, para el efecto renuncia al beneficio de orden, excusión y de división de bienes y se somete a todas las condiciones constantes en este contrato.

DÉCIMO SEGUNDA: AUTORIZACIÓN PARA COBRO MEDIANTE DEBITO A LA CUENTA.-

El Cliente autoriza expresamente al PRODUBANCO para que cobre el valor de esta Carta de Crédito, así como intereses, comisiones, tasas, costas, cables, seguros, comisiones y gastos de los bancos del exterior que intervengan en la Carta de Crédito, aún en el caso de que se indique que son por cuenta del beneficiario, mediante débito de cualquiera de sus cuentas corrientes o ahorros que mantiene activas en el BANCO. En caso de no haber fondos suficientes en cualquiera de sus cuentas activas, el Cliente autoriza desde ya al PRODUBANCO para que efectúe el débito mediante un sobregiro a su cuenta corriente. Así mismo el Cliente y el Garante Solidario autorizan al PRODUBANCO para que cobre, efectúe o negocie documentos o títulos de cualquier clase que el Cliente y/o el Garante Solidario hubieran entregado al PRODUBANCO en garantía o para cancelar o abonar la operación objeto de este contrato.

DÉCIMO TERCERA: AUTORIZACIÓN.-

El Cliente y el (los) Garante(s) Solidario(s) autorizan expresamente a PRODUBANCO para que obtenga de cualquier fuente de información, incluida la Central de Riesgos, sus referencias e información personal(es) sobre su comportamiento crediticio, manejo de su(s) cuenta(s), corriente(s), de ahorro, tarjeta(s) de crédito, etc., y en general sobre el cumplimiento de sus obligaciones y demás activos, pasivos y datos personales.

De igual forma, PRODUBANCO queda expresamente autorizado para que pueda utilizar, transferir o entregar dicha información a autoridades competentes, organismos de control, Burós de Información Crediticia y otras instituciones o personas jurídicas legal o reglamentariamente facultadas, así como para que pueda hacer público el comportamiento crediticio de El Cliente y/o Garante(s) Solidario(s).

Así mismo El Cliente autoriza expresamente para que de cualquier valor que mantenga en El Banco en cuentas corrientes de ahorro, inversiones o por cualquier otro concepto a su nombre, El Banco proceda a debitar los gastos y valores a pagarse a terceros distintos de El Banco, como por ejemplo, honorarios de peritos evaluadores, honorarios de peritos por inspecciones,

Registro de la Propiedad, Registro Mercantil, primas de seguro, honorarios por recuperaciones extrajudiciales y judiciales, honorarios por abogados, tasa judicial y en general gastos, tasas e impuestos a ser pagados a terceros.

DÉCIMO CUARTA: CONTROVERSIAS.-

Las controversias derivadas del presente contrato se resolverán, a elección del actor, a través de una cualquiera de las siguientes alternativas:

1. Juicio ejecutivo o verbal sumario, a elección del actor, a tramitarse ante los jueces competentes de esta ciudad; o,
2. Resolución de un Tribunal de Arbitraje de la Cámara de Comercio de _____, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación; el reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de dicha Cámara de Comercio y a las siguientes normas: I) Los árbitros serán seleccionados conforme lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; II) Para la ejecución de las medidas cautelares el Tribunal Arbitral está facultado para solicitar de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos su cumplimiento, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; III) El Tribunal Arbitral estará integrado por tres árbitros; IV) El procedimiento arbitral será confidencial; V) El lugar del arbitraje será las Instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio citada VI). El arbitraje será en derecho; VII) El laudo emitido por el Tribunal Arbitral será definitivo y no estará sujeto a recurso, por lo que las partes se obligan a acatarlo.

Escogida una de las alternativas antedichas por el actor, las partes se someterán a ella y renuncian expresamente a la otra.

Para constancia de todo lo cual las partes firman en dos ejemplares de igual valor, en la ciudad de _____, a _____

BANCO DE LA PRODUCCION S.A.
PRODUBANCO

EL CLIENTE

Nombre: _____
C.I./RUC: _____

GARANTE SOLIDARIO

Nombre: _____
C.I./RUC: _____

EL CLIENTE

Nombre: _____
C.I./RUC: _____

GARANTE SOLIDARIO

Nombre: _____
C.I./RUC: _____

ANEXO N° 12
Proforma de Maquinaria

SETCOMET

Ingeniería para el desarrollo Diseño, Cálculo y Fabricación de maquinaria para el agroindustria.

Teléfonos: 072548853 / 093003220.

Contacto: Ing. Isidro Rodríguez Moreno

Dirección: La Argella (Laja - Ecuador)

PORFORMA

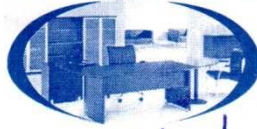
Solicitante	MILTON GRUJA(YA
C.I.	17225490-8
Fecha	15/10/2012

Cantidad	Detalle	Valor Unit.	Valor total
1	Molino SV-120	4.500,00	4.500,00
1	Piladora AS-5	2.200,00	2.200,00
1	Secadora SR-30	4.800,00	4.800,00
1	Toastadora EXT-10	3.800,00	3.800,00
1	Sella-bolsa	3.100,00	3.100,00
1	Transportadora	1.100,00	1.100,00
TOTAL			19.500,00

Ing. Isidro Rodríguez
GERENTE PROPIETARIO

ANEXO N° 13
Proforma de Muebles y Enseres

MUEBLES "M-CLASS"



Benavides Portilla Fernando Andrés
Dir.: Urb. Granda Centeno Pasaje Cañizares
Lote 6 e Ibarra / Telfs.: 2750 687 / 2751 360
Santo Domingo - Ecuador

PROFORMA

0000420

R.U.C. 1711816973001

Fecha: 11/10/2012. Ciudad: Sto Dto.
 Cliente: Milton GRIJALVA MENDOZA R.U.C.: _____
 Razón Social: _____ Telf: _____
 Direc. Establecimiento: Av. Quino 322 e Ibarra.

CANT.	DESCRIPCION	V.UNIT.	V.TOTAL
6	ESCITORIAS 110 x 0,60 x 0,60	188.	1128.
6	SILLAS Giratorias. tela (OEB)	98,00	588.
12	SILLAS FIJAS (Eco)	36.	432
1	ACTIVADOR 3g (F/F)	188	188.
FORMA DE PAGO <input checked="" type="checkbox"/> CASH <input type="checkbox"/> CHEQUE VALIDA 15 DIAS		 Firma Autorizada	SUB TOTAL 2336 IVA 12% VALOR TOTAL 2336

ANEXO N° 14 Proforma de Equipos de Cómputo



Laptop Hp G62 Wireless 15.6 Dvdwriter 500gb 4ram Wind 7 Webc

Me gusta 2

U\$S 489⁹⁹

Artículo nuevo
Pichincha (Quito) (Quito / Ibarra / Todo Ecuador)
31 vendidos Ver calificaciones

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- Cheque
- Tarjeta de Crédito
- A convenir
- Efectivo



Copiadora Impresora A Color Ricoh Aficio 3235c Con Garantia

Me gusta 0

U\$S 1.375⁰⁰

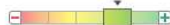
Pichincha (Quito) (Quito)
13 vendidos Ver calificaciones
Finaliza en 4d 14h (20/10/2012 13:42)

Comprar



Hacer una pregunta

Reputación del vendedor



Medios de pago

- Cheque
- Efectivo
- Depósito Bancario

ANEXO N° 15 Proforma de Vehículo



Av. Chone Km. 1 Anillo Vial
Telf.: 2766-747 • 2766-745 • 2768-197 Fax: 2766-746
E mail: hino_sd@duenasgutierrez.com
Santo Domingo - Ecuador

PROFORMA

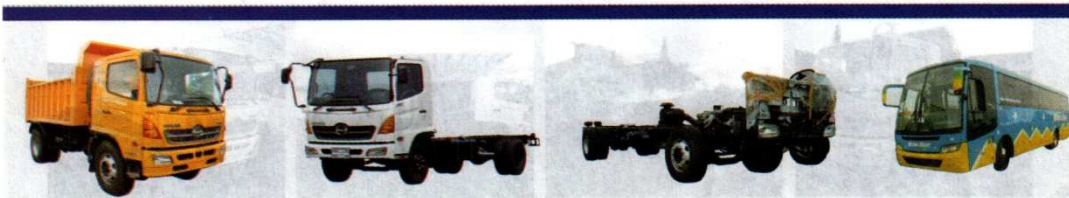
N° 0000654

FECHA:	19-Oct/2022
CLIENTE:	Sr Milton Orjialoa
DIRECCION:	Km. 18 vía Quinde
TELEFONO:	
OBSERVACIONES:	precio de salida: Seguro auto - 1841,47
MODELO:	Dutro MR.
CAPACIDAD:	6-ton.
VALOR VEHICULO:	\$ 40880.00
CARROCERIA:	

FINANCIAMIENTO

CUOTA INICIAL:		
SALDO A FINANCIAR:		
<input type="checkbox"/> CUOTAS POR IUS \$	MENSUALIDADES	MENSUALIDADES
<input type="checkbox"/> CUOTAS POR US \$	MENSUALIDADES	MENSUALIDADES
<input type="checkbox"/> CUOTAS POR US \$	MENSUALIDADES	MENSUALIDADES

RESERVACION: USD 5000



ANEXO N° 16
Tabla de interés de CFN

Crédito Directo

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL DEL 01 AL 31 DE OCTUBRE DEL 2012 MATRIZ DE TASAS PRIMER PISO 1/.											
SEGMENTO: PYMES											
TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA)	0 - 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TASA BASE DE REAJUSTE	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%
TASA ANUAL	9.7500%	10.5000%	10.5000%	10.8500%	10.8500%	10.8500%	11.1500%	11.1500%	11.1500%	11.1500%	11.1500%
NOMINAL SEMESTRAL	9.5233%	10.2380%	10.2380%	10.5707%	10.5707%	10.5707%	10.8554%	10.8554%	10.8554%	10.8554%	10.8554%
NOMINAL TRIMESTRAL	9.4125%	10.1102%	10.1102%	10.4346%	10.4346%	10.4346%	10.7120%	10.7120%	10.7120%	10.7120%	10.7120%
NOMINAL MENSUAL	9.3396%	10.0262%	10.0262%	10.3451%	10.3451%	10.3451%	10.6177%	10.6177%	10.6177%	10.6177%	10.6177%
LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL.											
SEGMENTO: EMPRESARIAL											
TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA)	0 - 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TASA BASE DE REAJUSTE	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%
TASA ANUAL	9.0000%	9.2500%	9.2500%	9.4500%	9.4500%	9.4500%	9.5000%	9.5000%	9.5000%	9.5000%	9.5000%
NOMINAL SEMESTRAL	8.8061%	9.0454%	9.0454%	9.2367%	9.2367%	9.2367%	9.2845%	9.2845%	9.2845%	9.2845%	9.2845%
NOMINAL TRIMESTRAL	8.7113%	8.9454%	8.9454%	9.1325%	9.1325%	9.1325%	9.1792%	9.1792%	9.1792%	9.1792%	9.1792%
NOMINAL MENSUAL	8.6488%	8.8796%	8.8796%	9.0638%	9.0638%	9.0638%	9.1098%	9.1098%	9.1098%	9.1098%	9.1098%
LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL.											
SEGMENTO: CORPORATIVO											
TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/PLAZO (HASTA)	0 - 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TASA BASE DE REAJUSTE	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%
TASA ANUAL	8.0000%	8.0500%	8.0500%	8.1000%	8.1000%	8.1000%	8.1500%	8.1500%	8.1500%	8.1500%	8.1500%
NOMINAL SEMESTRAL	7.9461%	7.8942%	7.8942%	7.9423%	7.9423%	7.9423%	7.9904%	7.9904%	7.9904%	7.9904%	7.9904%
NOMINAL TRIMESTRAL	7.7706%	7.8178%	7.8178%	7.8650%	7.8650%	7.8650%	7.9121%	7.9121%	7.9121%	7.9121%	7.9121%
NOMINAL MENSUAL	7.7208%	7.7674%	7.7674%	7.8140%	7.8140%	7.8140%	7.8605%	7.8605%	7.8605%	7.8605%	7.8605%
LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL.											

01 al 31 de Octubre del 2012



ANEXO N° 17
Proforma de Empaque



FACTURA PROFORMA N° 00315

Fecha: 25 Octubre del 2012
Validez: 30 días

Cliente: Milton Grijalva
Dirección: Santo Domingo
Teléfono: 0986017996

REF	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PVU	PVP
CB893	Bolsa de café Presentación 500 gramos con válvula de desgasificadora, impresión detallada colores básicos.	50000	\$0,32	\$16000,00

Forma de pago: xxxxxxxx

Transferencia:

NO NEGOCIABLE

NETO	16.000,00
IVA 12%	1.920,00

TOTAL	17.920,00
--------------	-----------

José Herboso OE4-96 y Manuel Serrano (Sector La Florida - Aeropuerto)
Javier Muñoz / Internacional Sales - South America / Cell: 593-87304680

ANEXO N° 18
Proforma de Embalaje



Cotización # 01274

Atención:

Milton Grijalva

Estimado cliente a continuación pongo en su conocimiento la cotización solicitada:

Caja regular sin impresión

Medidas internas (mm): Largo: 500 x Ancho: 510 x Alto: 325

Material: Kraft Test: 150 Flauta C

Precio unitario:

- 1,1567+ IVA

Cantidad: 1000 unidades

Forma de pago: 50% anticipo 50% contraentrega

Tiempo de entrega: 10 días laborables

Transporte: Por cuenta del cliente

Nota: Estos precios no incluyen IVA

Validez de la oferta: 15 días

Esperando la cotización sea de su agrado me suscribo.

Saludos

Tgnl. Jairo R. Pazos

Ejecutivo de Ventas

ANEXO N° 19
Proforma Flete Interno



Quito, abril 12 del 2012

Señor:

Presente:-

De mi consideración:

Por medio de la presente me permito presentar a Usted, la cotización del servicio de transporte de contenedores de exportación:

CONTENEDOR DE 20' o 40' EN LA RUTA:

GUIL - STO. DOMINGO - GUIL. 450,00

Los contenedores serán retirados según la ciudad y patio asignado por la naviera, estos serán transportados al lugar y a la hora indicado por el cliente para la carga de exportación y luego transportados al puerto.

La forma de pago será 15 días posteriores a la presentación de la factura.

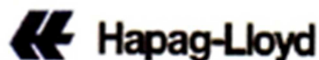
Le garantizamos seguridad, honestidad, puntualidad y seriedad en el servicio prestado.

Contamos con Certificación Basic, con personal capacitado y con experiencia en el transporte pesado.

Seguro de contar con la aceptación de nuestra cotización, quedamos a la espera de sus noticias.


PABLO NARANJO G.
GERENTE GENERAL

ANEXO N° 20
Proforma Naviera



Q1208GYE00029

1

Sr.
MILTON GRUJALVA
presenta .

En atención a su amable solicitud, a continuación nos permitimos presentar a su consideración nuestra oferta para el servicio de transporte de sus mercancías:

Tarifa válida del 1st August 2012 al 31st August 2012

All rates below are per container.

Commodity:

From: Guayaquil, EC (Port)
To:Hamburgo, GE (Port)

Charge	Curr	20'STD	Notes
Seafreight	USD	1800.00	

Unless otherwise specified, above rates are subject to all surcharges as they are valid at time of shipment.
The currently applicable surcharges are:

Charge	Curr	20'STD	Notes
Terminal Handling Charge Orig.	USD	132.00	
Carrier Security FEE	USD	13.00	
LOW Sulphur Fuel Surcharge SEA	USD	11.00	
Emergency Bunker Surcharge	USD	227.00	
Bunker Charge	USD	680.00	
Panama Canal Charge	USD	245.00	
Terminal Security Charge Dest.	EUR	9.00	
Terminal Handling Charge Dest.	EUR	175.00	
Equipment Inspection FEE	EUR	7.00	

Notes:

Not subject to Emergency Fuel Surcharge, Document Charge
Subject to Destination Documentation FEE:EUR 45.00 per Bill of Lading
Subject to Security Manifest Document FEE:USD 30.00 per Bill of Lading

Remark:

TIEMPO DE TRANSITO APROXIMADO 24 DIAS
BUNKER FLOTANTE

ANEXO N° 21
Tasas Puerto de Guayaquil



TARIFAS GENERALES CONTECON GUAYAQUIL S.A. (CGSA)				
Codigo	Servicios Basicos	Unidad	Tarifa Actualizada	Detalle
TMN	Uso Muelle x Nave	\$ (M/L/Hr)	1.21	
TTC	Transferencia Contenedores Llenos (Ship to Gate)	\$ (Box)	157.29	
REE	Reestiba de Contenedores	\$ (Box)	78.64	
CFS	Consolidacion / Desconsolidacion (Contenedores)	\$ (Teu)	120.99	
TTG	Transferencia Carga General (Ship to Gate) (4)	\$ (Ton)	6.05	
TTB	Transferencia Carga de Banano (Gate to Ship)	\$ (Ton)	6.05	
TTV	Transferencia Contenedores Vacios	\$ (Box)	120.99	
TPE	Pesaje Vehiculos	\$ (Veh)	12.10	
TAC	Tarifa Almacenaje de Cntrs Full (2)	\$ (Teu/dia)	3.02	Hasta 10 dias
TAC	Tarifa Almacenaje de Cntrs Full (2)	\$ (Teu/dia)	3.63	11 - 20 dias
TAC	Tarifa Almacenaje de Cntrs Full (2)	\$ (Teu/dia)	4.84	Mas de 20 dias
AG1	Tarifa Almacenaje Carga General en patios (2)	\$ (Ton/dia)	0.24	Hasta 10 dias
AG1	Tarifa Almacenaje Carga General en patios (2)	\$ (Ton/dia)	0.36	11 - 20 dias
AG1	Tarifa Almacenaje Carga General en patios (2)	\$ (Ton/dia)	0.48	Mas de 20 dias
AG2	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas (2)	\$ (Ton/dia)	0.36	Hasta 10 dias
AG2	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas (2)	\$ (Ton/dia)	0.54	11 - 20 dias
AG2	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas (2)	\$ (Ton/dia)	0.73	Mas de 20 dias
AG3	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas especiales (2)	\$ (Ton/dia)	0.48	Hasta 10 dias
AG3	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas especiales (2)	\$ (Ton/dia)	0.73	11 - 20 dias
AG3	Tarifa Almacenaje Carga General no contenerizada en bodegas especiales (2)	\$ (Ton/dia)	0.97	Mas de 20 dias
TRF	Conexión y Energia (Cntrs Refrigerados)	\$ (Box/Hora)	3.63	
AFC	Operac. Aforo/Inspeccion (Cntrs)	\$ (Box)	90.74	
AFG	Operac. Aforo/Inspeccion (Carga General NO contenerizada)	\$ (Ton)	1.45	
TPC	Porteo de Cntrs (3)	\$ (Box)	42.35	
TPG	Porteo de Carga General (3) (4)	\$ (Ton)	1.81	
RDC	Recepcion/Despacho de Cntrs (*)	\$ (Box)	36.30	
RDG	Recepcion/Despacho de Carga General (3)	\$ (Ton)	1.81	
TMR	Uso de Facilidades por Remolcadores	\$ (Operación)	60.50	atraque/desatraque

ANEXO N° 22
Proforma Publicidad

PRESUPUESTO

Milton Grijalva

Nombre: Raúl Silva

Cell :0981537773

Dirección: Km 21 vía Quinindé



Correo: jandro_s7@hotmail.es

RUBROS	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	SUBTOTAL
Diseño	Pagina Web	550	550	\$ 550
Impresión	Número de tarjetas 1000	0,06	60	\$ 60
Banners	Número de banners 100	16,5	1650	\$ 1650
Impresión	Número de carpetas 1000	0,55	550	\$ 550
Impresión	Número de hojas 5000	0,09	450	\$ 450
			COSTO TOTAL	\$ 3260

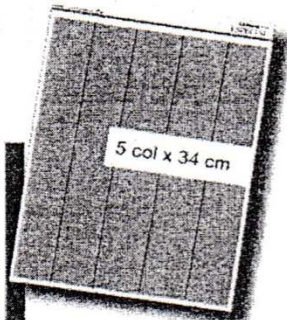
ANEXO N° 23 Proforma Prensa Escrita



Cliente: _____
Edición: _____

ÁREAS DE PUBLICIDAD	
Área de corte:	38 cm de alto x 28,7 cm de ancho
Área de impresión:	36 cm de alto x 26 cm de ancho
Área de publicidad:	34 cm de alto x 26 cm de ancho
Espacio entre columnas:	0,5 cm
Lomo:	2 cm

1 col:	4,8 cm
2 col:	10,1 cm
3 col:	15,4 cm
4 col:	20,7 cm
5 col:	26 cm



A B&N : \$ 285.⁶⁰
Color : \$ 456.⁹⁶



B B&N : \$ 168.⁰⁰
Color : \$ 268.⁰⁰



C B&N : \$ 142.⁸⁰
Color : \$ 223.⁴⁸



D B&N : \$ 126.⁰⁰
Color : \$ 201.⁶⁰



E B&N : \$ 100.³⁰
Color : \$ 161.²⁸



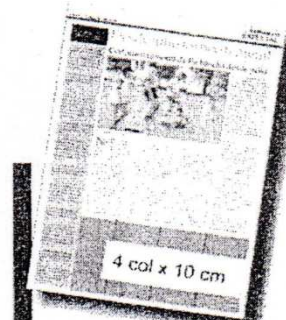
F B&N : \$ 100.⁸⁰
Color : \$ 161.²⁸



G B&N : \$ 100.⁸⁰
Color : \$ 161.²⁸



H B&N : \$ 75.⁶⁰
Color : \$ 123.⁹⁶



I B&N : \$ 67.²⁰
Color : \$ 107.⁵²