



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Extensión Santo Domingo**

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

**Tesis de grado previo a la obtención del título de:  
INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
EXPORTADORA DE SACHA INCHI DESDE LA UNIÓN- ESMERALDAS  
HACIA MADRID-ESPAÑA, STO. DOMINGO DE LOS TSÀCHILA 2012”**

**Estudiante:**

**PAZMIÑO QUEZADA JOHANA KATHERINE**

**Director de Tesis**

**ECON. JAIME CAMACHO**

**Santo Domingo – Ecuador**

**Octubre, 2013.**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE SACHA INCHI DESDE LA UNIÓN- ESMERALDAS HACIA MADRID-ESPAÑA, STO. DOMINGO DE LOS TSÁCHILA 2012”**

**APROBADO**

Econ. Jaime Camacho

**DIRECTOR DE TESIS**

---

Ing. Katusca Rosero

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Econ. Raul Luna

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Mgs. Paulina Morales.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Santo Domingo de los Tsáchilas. .... de..... del 2013.

**Autor: Johana Katherine Pazmiño Quezada**

**Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.**

**Título de Tesis: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE SACHA INCHI DESDE LA UNIÓN- ESMERALDAS HACIA MADRID ESPAÑA, STO. DOMINGO DE LOS TSÀCHILA 2012”**

**Fecha: Septiembre, 2013**

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad del autor/a.

---

**Johana Katherine Pazmiño Quezada**

**C.I.:1723145304**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Extensión Santo Domingo**

**INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS**

Santo Domingo.....de.....del 2013.

Economista

Raúl Luna

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS.**

Señor Economista

Mediante el presente tengo a bien informar que el presente trabajo bajo el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE SACHA INCHI DESDE LA UNIÓN- ESMERALDAS HACIA MADRID ESPAÑA, STO. DOMINGO DE LOS TSÀCHILA 2012”**

propuesto por la Srta. Johana Katherine Pazmiño Quezada, ha sido elaborada bajo mi supervisión y control, luego de haber sido concluido el tratamiento de los contenidos se encuentra en condiciones de ser defendido.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

---

Econ. Jaime Camacho  
**DIRECTOR DE TESIS**

## *Dedicatoria*

*Lleno de regocijo, de amor y esperanza, dedico este proyecto, a cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mis pilares para seguir adelante.*

*Es para mí una gran satisfacción poder dedicarles a ellos, que con mucho esfuerzo, esmero y trabajo me lo he ganado.*

*A mis padres Edgar Gregorio Pazmiño Villarreal y Lucila Angela Quezada Obregon , porque ellos son la motivación de mi vida, mi orgullo de ser y lo que seré.*

*A mis hermanos Alexis y Joseph, porque son la razón de sentirme tan orgullosa de culminar mi meta, gracias a ellos por confiar siempre en mi.*

*En Especial a la persona más querida mi sobrina Alejandra ya que ella se me ha robado mi lado maternal.*

*Y sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, a mis abuelito, tíos y primos, gracias por ser parte de mí vida y por permitirme ser parte de su orgullo*

## ***Agradecimiento***

*Agradezco eternamente a Dios por haberme iluminado y permitirme seguir adelante, con sabiduría y paciencia y hacer realidad una de mi aspiración y obtener la Ingeniería en Comercio Exterior, Integración y Aduanas.*

*A cada uno de las personas que colaboraron con un granito de arena a que este proyecto se haga realidad, mi eterno agradecimiento por su incondicional apoyo y ayuda.*

*Un agradecimiento especial Econ. Jaime Camacho por ser parte fundamental en la culminación de este proyecto, por haberme brindado sus conocimientos con sus experiencias y sapiencias.*

## *INDICE*

<i>DEDICATORIA</i> .....	V
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	VI
<i>INDICE</i> .....	VII
<i>RESUMEN EJECUTIVO.</i> .....	XIII
<b>1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.1. DIAGNÓSTICO.</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.2. PRONÓSTICO.</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1.3. CONTROL DE PRONÓSTICO.</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1.5. SISTEMATIZACIÓN.</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2. OBJETIVOS.</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2.1. OBJETIVO GENERAL.</b> .....	<b>4</b>
<b>1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN.</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3.2. IMPACTO METODOLÓGICA.</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3.3. IMPACTO PRÁCTICO.</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3.4. IMPACTO SOCIAL</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3.5. IMPACTO ECONÓMICO</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3.6. FACTIBILIDAD.</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3.7. LIMITANTE</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4. MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4.1. LOS PRINCIPALES OBSTÁCULOS AL COMERCIO SON:</b> .....	<b>8</b>
<b>1.5. MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>8</b>
<b>1.6. MARCO OPERACIONAL</b> .....	<b>10</b>
<b>1.7. IDEA A DEFENDER</b> .....	<b>11</b>
<b>CAPITULO II.</b> .....	<b>12</b>
<b>2. ANTECEDENTES</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS.</b> .....	<b>12</b>

2.2.	CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR .....	17
2.2.1.	LABORES CULTURALES .....	18
2.3.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	26
CAPITULO III .....		28
3.	ESTRUCTURA DE EMPRESA.....	28
3.1.	REQUISITOS PARA FORMAR UNA COMPAÑÍA LIMITADA EN EL ECUADOR. ....	28
3.2.	ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA. ....	36
3.3.	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	45
3.3.1.	DEPARTAMENTO DE EXPORTACIÓN. ....	48
CAPITULO IV .....		51
4.	ESTUDIO DE MERCADO .....	51
4.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO. ....	51
4.1.1.	OBJETIVO GENERAL. ....	51
4.1.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS. ....	51
4.2.	INFORMACIÓN DE ESPAÑA. ....	52
4.2.1.	SITUACIÓN GEOGRÁFICA. ....	52
4.2.2.	CLIMA .....	52
4.2.3.	RECURSOS NATURALES .....	52
4.2.4.	INDUSTRIA.....	53
4.2.5.	AGRICULTURA.....	53
4.2.6.	MINERÍA. ....	54
4.2.7.	DEMOGRAFÍA .....	54
4.3.	PRINCIPALES PUERTOS, AEROPUERTOS .....	56
4.4.	POBLACIÓN.....	57
4.4.1.	PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN.....	58
4.5.	PRINCIPALES PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN .....	59
4.5.1.	PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES .....	60
4.5.2.	BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR .....	60
4.5.3.	COMERCIO BILATERAL ECUADOR ESPAÑA; SEGÚN VALORES FOB.....	61
4.5.4.	BALANZA COMERCIAL.....	62
4.6.	EXPORTACIONES DEL ECUADOR HACIA EL MUNDO SEGÚN LA PARTIDA 1207.00.99.00 .....	63
4.6.1.	PRODUCCIÓN MUNDIAL DEL SACHA INCHI. ....	63
4.6.2.	IMPORTACIONES DE ECUADOR DE LA PARTIDA 12.07.99.99.00 .....	64



4.7.	PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN TONELADAS, HASTA EL AÑO 2018 DESDE ECUADOR HACIA ESPAÑA. ....	64
4.7.1.	IMPORTACIÓN DEL DE LA PARTIDA 1207.99.99.00 DESDE EL MUNDO. ....	65
4.8.	METODOLOGÍA PARA CUANTIFICAR LA DEMANDA. ....	65
4.8.1.	CÁLCULO DE CONSUMO NACIONAL APARENTE. ....	65
4.8.2.	PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESPAÑA. ....	66
4.8.3.	CONSUMO PER-CÁPITA PROYECTADO. ....	67
4.8.4.	CONSUMO RECOMENDADO PER-CÁPITA. ....	68
4.9.	DEMANDA. ....	68
4.9.1.	DEMANDA EXTERIOR. ....	69
4.9.2.	DEMANDA DE IMPORTACIONES. ....	69
4.10.	OFERTA. ....	70
4.10.1.	PRODUCCIÓN DE ESPAÑA. ....	70
4.10.1.1.	PRODUCCIÓN INDUSTRIAL. ....	70
4.10.1.2.	PRODUCCIÓN DE PETRÓLEO. ....	71
4.11.	LA MUESTRA. ....	71
4.11.1.	ENCUESTAS, TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN MADRID-ESPAÑA. ....	71
4.12.	DETERMINACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE. ....	78
4.12.1.	COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL. ....	78
4.12.2.	REQUISITO PARA SER EXPORTADOR. ....	79
4.12.3.	DECLARACIÓN DE EXPORTACIÓN. ....	79
4.12.4.	TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN. ....	80
4.12.4.1.	FASE DE PRE-EMBARQUE. ....	80
4.12.4.2.	FASE DE POST-EMBARQUE. ....	80
4.13.	NOMENCLATURA ARANCELARIA. ....	81
4.13.1.	SISTEMA ARMONIZADO DE ESPAÑA. ....	81
4.13.2.	CLASIFICACIÓN ARANCELARIA. ....	82
4.13.3.	REQUISITOS GENERALES DE ACCESO AL MERCADO PARA EXPORTAR A MADRID-ESPAÑA. ....	82
4.13.4.	INCOTERMS 2000, 2010. LOS MÁS UTILIZADOS. ....	83
4.13.5.	RÉGIMEN DE MUESTRAS. ....	83
4.13.6.	DOCUMENTO EXIGIBLE. ....	83
4.13.7.	TRANSPORTE DE MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL. ....	84
4.13.8.	BARRERAS DE ACCESO. ....	86

4.13.9.	REQUISITOS SANITARIOS/FITOSANITARIOS .....	87
4.14.	LOGÍSTICA DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN .....	87
4.14.1.	PUERTO DE BARCELONA .....	88
4.14.2.	PUERTO DE VALENCIA.....	89
4.14.3.	PUERTO DE BILBAO .....	90
4.14.4.	. EL AEROPUERTO DE MADRID – BARAJAS .....	92
4.14.5.	EL AEROPUERTO DE BARCELONA .....	93
4.14.6.	RECEPCIÓN DEL PEDIDO DE SACHA INCHI. ....	93
4.14.7.	PEDIDOS MÍNIMOS.....	93
4.15.	FORMAS DE PAGO .....	94
4.15.1.	CANTIDAD (UNID) - VALOR UNITARIO.....	94
4.15.2.	EMPAQUE Y ALMACENAMIENTO .....	94
4.16.	PRECIOS DE EXPORTACIÓN .....	95
4.17.	PREPARACIÓN DE DOCUMENTOS PREVIOS A LA EXPORTACIÓN .....	96
4.17.1.	LISTA DE EMPAQUE - PACKING LIST .....	96
4.17.2.	FACTURA PROFORMA .....	96
4.17.3.	FACTURA COMERCIAL:.....	97
4.18.	DOCUMENTOS DE TRANSPORTE .....	97
4.19.	CERTIFICADO DE ORIGEN .....	98
4.20.	SGP= SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS .....	98
4.21.	FLUJOGRAMA DE EXPORTACIÓN.....	100
4.21.1.	ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL.....	101
4.22.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	103
	CAPÍTULO V .....	105
5.	ESTUDIO TÉCNICO .....	105
5.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	105
5.1.1.	FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO. ....	105
5.1.1.1.	MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	105
5.1.1.2.	TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.....	106
5.1.1.3.	FINANCIAMIENTO.....	106
5.1.1.4.	LOCALIZACIÓN.....	106
5.1.1.4.1.	MACRO LOCALIZACIÓN.....	107
5.1.1.4.2.	MICRO LOCALIZACIÓN.....	108

5.1.1.4.3.	PRODUCTORES (INFORMACIÓN GENERAL).....	109
5.2.	INGENIERÍA DEL PROYECTO. ....	110
5.2.1.	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	110
5.2.1.1.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SACHA INCHI.....	111
5.2.1.2.	CONTROL DE CALIDAD DEL SACHA INCHI. ....	113
5.3.	MARCAS REGISTRADAS EN RELACIÓN CON EL SACHA INCHI. ....	113
5.3.1.	PATENTES REGISTRADAS EN RELACIÓN CON SACHA INCHI .....	113
5.3.2.	EMPAQUE.....	114
5.4.	ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PROMOCIÓN DE VENTAS .....	114
	CAPÍTULO VI.....	117
6.	INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	117
6.1.	INVERSIÓN.....	117
6.1.1.	INVERSIÓN FIJA (ACTIVOS TANGIBLES). ....	117
6.1.1.1.	TERRENO. ....	118
6.1.1.2.	CONSTRUCCIONES (PLANTA) .....	119
6.1.1.3.	MAQUINARIA Y EQUIPO. ....	119
6.1.1.4.	MUEBLES Y ENSERES.....	120
6.1.1.5.	VEHÍCULO. ....	121
6.1.1.6.	EQUIPO DE CÓMPUTO. ....	121
6.1.1.7.	EQUIPO DE OFICINA.....	122
6.1.1.8.	HERRAMIENTAS.....	122
6.1.2.	ACTIVOS DIFERIDOS.....	123
6.1.3.	CAPITAL DE TRABAJO.....	123
6.2.	FINANCIAMIENTO.....	124
6.2.1.	ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO. ....	124
6.3.	CUADRO DE PROPORCIÓN DE CAPITAL PROPIO Y AJENO.....	125
	CAPITULO VII.....	127
7.	COSTOS Y GASTOS.....	127
7.1.	COSTOS.....	127
7.1.1.	COSTOS DIRECTOS. ....	127
7.1.1.1.	MATERIA PRIMA.....	127
7.1.1.2.	MANO DE OBRA DIRECTA. ....	127
7.1.2.	GASTOS DE FABRICACIÓN.....	128

7.1.2.1.	MANO DE OBRA INDIRECTA.....	128
7.1.2.2.	MATERIALES INDIRECTOS. ....	129
7.1.2.3.	INSUMOS.....	129
7.1.2.4.	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN. ....	130
7.1.2.5.	SEGUROS. ....	130
7.2.	DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	131
7.3.	GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	132
7.4.	GASTOS DE VENTAS. ....	132
7.5.	GASTOS DE EXPORTACIÓN.....	133
7.6.	GASTOS FINANCIEROS. ....	133
7.7.	PROYECCIÓN DE COSTOS. ....	134
7.8.	PRESUPUESTOS DE INGRESOS.....	136
	CAPÍTULO VIII.....	138
8.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	138
8.1.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO. ....	138
8.1.1.	BALANCE GENERAL INICIAL.....	138
8.1.2.	ESTADO DE RESULTADOS.....	139
8.1.3.	BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	140
8.1.4.	FLUJO DE CAJA.....	141
8.2.	INDICADORES DE EVALUACIÓN.....	142
8.2.1.	COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL. (TMAR). ....	142
8.2.2.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) ....	143
8.3.	VALOR ACTUAL NETO (VAN) ....	143
8.4.	BENEFICIO/COSTO ....	145
8.5.	ANÁLISIS DE LA VAN, TIR Y B/C.....	146
8.6.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI) ....	147
	CAPITULO IX.....	148
9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	148
9.1.	CONCLUSIONES.....	148
9.2.	RECOMENDACIONES.....	150
	BIBLIOGRAFÍA.....	152
	ANEXOS.....	154

## ***RESUMEN EJECUTIVO.***

El Sacha Inchi en nuestra ciudad es un producto de bajo perfil, del cual se conoce muy poco ya que en el medio existen un reducido número de empresas que se dedican a la compra venta del mismo, y en el tema de la exportación seríamos la primera empresa exportadora que dan a conocer este producto al mundo.

Madrid España es uno de los principales países importadores del Inchi a nivel mundial, debido a su uso tanto en sus comidas como en sus diferentes tradiciones, por tal razón nuestro objetivo el de exportar a este país.

El principal método de marketing de la empresa es contratar a una persona que nos asesore, con el fin de dar a conocer a la misma al mercado madrileño, mediante ferias internacionales en donde expongamos semilla oleaginosa y demos a conocer al mundo las ventajas nutritivas y naturales que contiene el Inchi Ecuatoriano.

En la actualidad el sector agrícola es uno de los componentes más importantes del sistema económico del país debido a su alto porcentaje de ingresos y como muestra de ellos Santo Domingo es una de las principales ciudades agrícolas del país. Razón por la cual he decidido desarrollar la presente investigación.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The SachaInchi in our city is a low-profile, of which little is known because in the middle there are few companies that are engaged in the purchase and sale of the same, and the issue of export we would be the first company exporting disclosed this product to the world.

Madrid Spain is one of the major importers of Inchi worldwide, due to its use in both meals and in their different traditions, for this reason our aim to export to this country

The main method of marketing of the company is to hire a person to advise us, in order to inform the same to the Madrid market through international fairs where oilseed expose and disclose to the world the nutritional benefits and natural Inchi contains the Ecuadorian.

At present, the agricultural sector is one of the most important in the country's economic balance due to its high percentage, and displays them as Santo Domingo is one of the main cities of the country farm.

## CAPÍTULO I

### 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del Problema

La poca visión de los profesionales y agricultores de la parroquia La Unión- Esmeraldas en implantar empresas o sociedades dedicadas a la exportación del Sacha Inchi al mercado de la Comunidad Autónoma de Madrid, hace que esta actividad económica no sea aprovechada para la comercialización a este mercado internacional y no se beneficie de los acuerdos y convenios de comercio exterior celebrados entre el Gobierno Ecuatoriano y el Gobierno Español.

##### 1.1.1. Diagnóstico.

El Sacha Inchi es una planta nativa de la Amazonía Peruana descrita por primera vez, como especie, en el año 1753 por el naturalista Linneo; de ahí su nombre científico *Plukenetia volubilis* Linneo.

La demanda de Sacha Inchi es lo novedoso de la medicina natural que brinda la agricultura peruana,. Teniendo en cuenta que la demanda se ha ido incrementando en los últimos años debido a que las personas descubrieron sus grandes beneficios curativos.

Por eso empresas del Perú han realizado investigaciones científicas sobre las características del suelo ecuatoriano y han llegado a la conclusión que gran parte de este país tiene las óptimas condiciones para sembrar este cultivo, mi investigación específicamente se realizara en el sector de La Unión- Esmeraldas y Santo Domingo, a su vez Los empresarios han decidido invertir en pequeños agricultores de las parroquias, como La Unión, Valle hermoso, San Jacinto del Búa. Quinindé, el silencio, Playa de muerto entre otros.

En la Comunidad Autónoma de Madrid España existe un gran número de familias ecuatorianas radicadas en ese país, las cuales cuentan con ingresos que les permite cubrir ciertas necesidades básicas y además esta familias necesitan adquirir productos que forman parte de sus costumbres y tradiciones, razón por la cual se considera que es un mercado que conoce de las bondades del Sacha Inchi por lo tanto debe ser debidamente abastecido.

En la actualidad el Sacha Inchi no es muy conocido ni difundido, pero se conocen con mayor intensidad en las zonas que producen y cultivan esta planta, que se encuentran en la zona de la Amazonía.

#### 1.1.2. **Pronóstico.**

Es por esto que la exportación del Sacha Inchi o maní del inca al mercado de Madrid - España constituye una idea de negocio, creando fuentes de empleos, divisas y mejora la balanza comercial del país brindando a nuevas empresas importadoras en el mercado de destino la oportunidad de importar nuestro maní del inca, pero también queremos que en la exportación del Sacha Inchi sea directamente, que no existan intermediarios ya que quienes captan la mayor parte del recurso financiero, lo que ocasiona, una disminución de los ingresos de los productores evitando el crecimiento interno de la zona.

#### 1.1.3. **Control de Pronóstico.**

Al realizar la actividad de exportación hacia el mercado madrileño se obtendrá mayor rentabilidad y a crear nuevas plazas de empleo pudiendo solucionar los problemas económicos por la inestabilidad del mercado.



Es importante que la empresa se involucre más con los mercados internacionales, como: China, Francia y Estado Unidos entre los más apetecidos actualmente, con los distintos cambios en políticas económicas es necesario saber las exigencias de mercado, esto daría como resultado mayor cantidad de divisas y estabilidad laboral para empresas exportadoras que invierten en los agricultores de la zona de La Unión- Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsachilas.

#### 1.1.4. **Formulación del Problema.**

¿Será factible la exportación desde Ecuador el Sacha inchi o maní del inca hacia el mercado de madrileño?

**Causa** Estudio de Factibilidad.

**Efecto** Exportación del Sacha Inchi

#### 1.1.5. **Sistematización.**

1. ¿Será necesario determinar la oferta del Sacha Inchi en la zona de la Unión-Esmeraldas?
2. ¿Será necesario determinar si existe suficiente demanda de Sacha Inchi en el mercado de Madrid-España?
3. ¿Cuál será el proceso logístico a seguir para la exportación de Sacha Inchi al mercado de Madrid-España?
4. ¿Cuáles serán las condiciones técnicas que se deben considerar para exportar el Sacha Inchi a este mercado?
5. ¿Será necesario establecer la inversión y las fuentes de financiamiento del proyecto?

6. ¿Será necesario realizar una evaluación financiera para determinar la rentabilidad del proyecto?

## 1.2. **Objetivos.**

### 1.2.1. **Objetivo General.**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora del Sacha Inchi por parte de los productores agrícolas de La Unión- Esmeraldas hacia el mercado de España.

### 1.2.2. **Objetivos específicos.**

- a) Determinar la oferta ecuatoriana del producto.
- b) Determinar la demanda potencial del Sacha Inchi en el mercado de Madrid-España para determinar la demanda del producto.
- c) Realizar el proceso de trámites de exportación y del transporte del producto para obtener un correcto proceso logístico.
- d) Establecer las condiciones técnicas de exportación del Sacha Inchi para poder enviar a este mercado.
- e) Determinar la inversión necesaria e identificar las fuentes de financiamiento para la ejecución del proyecto
- f) Efectuar la evaluación económica y financiera del proyecto para saber la rentabilidad presente y futura.

## 1.3. **Justificación.**

El Ecuador es un país lleno de recursos naturales, la agricultura es nuestra principal actividad económica, el clima es uno de sus factores a favor, pero en especial en la ciudad

de Santo Domingo en la cual su situación geográfica es destacable, lo que demuestra que los productos que son cultivados en esta ciudad son de una alta calidad para exportación esto está demostrado con la única empresas exportadora ubicada en la ciudad de Quevedo, actualmente es la única que se dedica a la compra del Sacha Inchi y próximamente una aquí en Santo Domingo.

El Sacha Inchi es un producto cotizado en España, *“se lo compra en semilla o aceite el precio es de 18 euros el embase de 500 mg con 100 semillas y Aceite de Sacha Inchi 250 ml (extra Virgen) 25 euros<sup>1</sup>”*<sup>1</sup>, lo que demuestra que tiene un gran porcentaje en convertirse en un producto fuerte en nuestro país si se llega a incentivar el cultivo del mismo.

### 1.3.1. **Justificación teórica.**

Considerar la información en libros sobre el cultivo del Sacha Inchi, como se lo debe realizar, el trato que debe tener y su desarrollo, para saber cuánto tiempo demora el crecimiento de tan preciado fruto.

### 1.3.2. **Impacto metodológica.**

En este estudio se aplicará todas las fuentes necesarias para la recopilación de datos como son la estadística, proyecciones, encuestas, entrevistas a nivel de empresas exportadoras y consultas a expertos en el tema

### 1.3.3. **Impacto práctico.**

Mediante la exportación del Sacha Inchi al mercado madrileño, contribuirá el desarrollo de los productores de la zona de La Unión- Esmeraldas y Santo Domingo, también debido que incrementa el ingreso de divisas. Y deberá cumplir también con la norma de calidad (IZO ) que exige el mercado español.

---

<sup>1</sup> Entrevista al Ing. Wilson Mendoza, encargado del cultivo de la zona de Esmeraldas y Santo Domingo.

#### 1.3.4. **Impacto Social**

Principalmente la creación de nuevas fuentes de trabajo, la motivación hacia la creación de cultivos propios de un producto nuevo y rentable.

#### 1.3.5. **Impacto Económico**

Empezar con un capital mínimo para comprar pequeñas cantidades del Sacha Inchi, para reunir el volumen necesario y realizar una exportación por medio de contactos en el extranjero a empresas importadoras de este producto, con las garantías necesarias de los principales bancos especializados en exportaciones.

#### 1.3.6. **Factibilidad**

Se encuentra con todas las características necesarias para ser una gran empresa de exportación, la factibilidad que demuestra es el gran precio que éste producto tiene en el mercado internacional y la demanda del mismo, en países donde su cultura les obliga a tomar este producto, además es utilizado para la alta cocina en países europeos y asiáticos.

#### 1.3.7. **Limitante**

Bajos niveles de producción en Esmeraldas, y Santo Domingo, no lograr satisfacer el mercado al cual se incursionará, poca promoción entre los agricultores de la zona.

### 1.4. **Marco referencial**

Según el libro del mundo del comercio justo, *“Estudio de las relaciones económicas internacionales, que abarca todas las transacciones que se realizan entre sujetos*

*pertenecientes a Estados distintos. Porque así cada país sólo produce aquello para lo que está más preparado y lo demás lo obtiene de otros países intercambiando con ellos sus excedentes”<sup>2</sup>*

Según Huir Charlie , la logística es el transcurso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo

El estudio financiero *“tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil”<sup>3</sup>*

Según Edilberto Meneses el estudio de factibilidad Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. Y tiene por objeto, Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos, Cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas.

La investigación de factibilidad en un proyecto que consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar.

Según Luis Barreno El Estudio Técnico, es la reunión y análisis de la información que permita verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto.

Por lo señalado el estudio técnico, pretende responder a varias interrogantes: dónde, cuánto, cuándo, cómo producir los bienes y servicios requeridos por la población.

---

<sup>21</sup>.- Comercio justo de JonatanCaceres pág. 19

<sup>3</sup> Diccionario Enciclopédico HACHETTE CASTELL-BARCELONA: Ediciones Castell, 1390p.

Su objetivo es analizar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos e instalaciones y la organización necesaria para realizar la producción o para proveer el servicio.

#### 1.4.1. Los principales obstáculos al comercio son:

*Los aranceles, “son derechos o impuestos grabados a artículos transportados de la aduana de un país a la aduana de otro.”*<sup>4</sup>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 los aranceles no son fijos, al contrario pueden cambiar con frecuencia, en relación con la política comercial que diseña el país, existen diferentes tipos de aranceles:

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

#### 1.5. Marco Conceptual

- **Oferta.-** Considerado para la elaboración de nuestro estudio de mercado la oferta se define como la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo

---

<sup>4</sup><http://www.slideshare.net/fdestefano/modulo-1-fundamentos-legales>

- **Producto.-** Se define como todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición o consumo, y que satisface un deseo o una necesidad. (Kotler y Armstrong, 2004).
- **Demanda.-** *“Es la cantidad , calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores ,en un momento determinado”*<sup>5</sup>
- **Logística.-** Es el conjunto de actividades que se ocupan del flujo de materiales y del flujo de información, que comienza con el aprovisionamiento de materias primas y finaliza con la entrega de los productos terminados a los clientes. (Estrada, 2006)
- **Exportar.-** es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales.” *La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado.*<sup>6</sup>
- **Mercado.-** es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.
- **Ejecutar.-** Poner en marcha el proyecto realizado.
- **Proyecto.-** es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido

---

<sup>5</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda\\_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))

<sup>6</sup> Diccionario de Comercio Internacional, por Cristóbal Arcila.

- **Rentabilidad.**-La rentabilidad mide la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades.
- **Estudio de Mercado.**- Es una herramienta del marketing que permite la obtención de datos, resultados que de una u otra manera serán analizados , procesados mediante herramientas estadísticas obteniendo aceptación o por el contrario y sus complicaciones de un producto en un mercado.
- **Investigación de mercados.**- Es un conjunto de procedimiento con que se recaba y se analiza información nueva para ayudar a tomar decisiones.

#### 1.6. Marco Operacional

- **Estimación de la Oferta.**- Considerado para la elaboración de nuestro estudio de mercado la oferta estimamos la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo.
- **Estimación de la demanda.**- Para determinar la demanda de mi producto será a partir de información como: tamaño de la población, ingreso familiar, datos de censos poblacionales y otro tipo de datos que me ayuden a caracterizar la demanda, ellos indican métodos para pronosticar ventas, como son los siguientes: encuestas de intención de los compradores, opinión de los vendedores, opinión de los expertos en el mercadeo, análisis de series de tiempo, análisis estadísticos de la demanda, indicadores guía y prueba de mercadeo.
- **Bróker:** *“Es un distribuidor que actúa en un área o mercado, suele ser una especie de mayorista, que consolida la demanda a través de una gran red de compradores, con los cuales trabaja, recibe y ordena pedidos.”*<sup>7</sup>
- **Arancel:** Impuesto a satisfacer para poder trasladar una mercancía de un país a otro, recogidas en las tablas arancelarias de cada país.

---

<sup>7</sup> Diccionario de Comercio Internacional, por Cristóbal Arcila.



- **Incoterms.-** Son los términos de venta que se emplearán en la importación, con la finalidad de reducir las dificultades y determinar las obligaciones tanto del exportador como del importador. El Incoterms que se utilizara en este proyecto es FOB (Free onBoard).
- **Estudio de Factibilidad.-** *“Me ayudara a conocer la viabilidad de realizar la importación; es decir si el mercado de Guayaquil está dispuesto a adquirir el producto.”*<sup>8</sup>
- **Transporte internacional.-** Es una pieza fundamental en la cadena logística internacional ya que recae sobre él la entrega de la mercancía en el momento y lugar preciso.” *Una gestión adecuada del transporte internacional no sólo es un elemento diferenciador de su calidad, sino que además influye en el precio final del producto en mercados exteriores, formando parte de él.”*<sup>9</sup>

### 1.7. Idea a defender

El Estudio de factibilidad de la creación de la empresa exportadora del Sacha Inchi desde La Unión- Esmeraldas hacia el mercado de Madrid-España, será técnicamente factible y económicamente rentable para el inversionista en el 2013.

---

<sup>8</sup> [www.ecuadorexporta.org](http://www.ecuadorexporta.org)

<sup>9</sup> Diccionario de Comercio Internacional, por Cristóbal Arcila.

## CAPITULO II.

### 2. ANTECEDENTES

#### 2.1. Antecedentes históricos.

“El Sacha Inchi o maní del monte, es una planta nativa de la amazonia peruana descrita por primera vez, en el año 1753, por el naturalista sueco ahí su nombre científico, *Plukenetia volubilis* Linneo, el orden al que pertenecen (EUPHORBIACEAE)”<sup>10</sup>, está distribuido en todo el mundo abarcando alrededor de 280 géneros alrededor de 8000 especies. En el Perú se le conoce desde siglos atrás bajo diferentes nombres entre ellos SACHA INCHI término que significa maní del monte o silvestre; AMUI, término utilizado por las tribus aborígenes de la amazonia sachainchi maní del monte, maní de inca e inca peanut.

Se encuentra distribuida desde América Central hasta América del Sur que es en Perú, Colombia y Ecuador.

En Perú se le encuentra en estado silvestre en diversos lugares como en Ecuador ya que es una planta que se adapta a suelos arcillosos y ácidos y se desarrolla mejor en climas cálidos.

“Dentro de sus componentes de que se encuentran principalmente: proteínas, aminoácidos, ácidos grasos esenciales (omegas 3, 6, y 9) y vitamina E (tocoferoles y tocotrienoles), en contenidos significativamente elevados”<sup>11</sup>, respecto de semillas de otras oleaginosas (maní, palma, soya, maíz, colza y girasol). Investigaciones recientes efectuadas con aceites omegas y vitamina E, indican la importancia nutricional y terapéutica de su consumo para el control de enfermedades que se originan en el organismo humano.

---

<sup>10</sup> Proyecto OMEGA. 2002. El Inca Inchi. Agroindustrias Amazónicas.

<sup>11</sup><http://cultivosachainchi.blogdiario.com/>

Su producción se inicia a los 6,5 meses del trasplante, obteniéndose en el primer año rendimientos promedios de 0,7 a 2,0 t/ha, se desarrolla en asociación y con cultivos de cobertura, alcanzando edades hasta de 10 años.

Dependiendo de las características varietales, en cuanto a contenido y calidad de grasas (54%) y proteína (29%), el sacha inchi constituye un cultivo nativo con posibilidades de industrialización y con potencial de rendimiento económico para remplazar en alguna medida al cultivo de coca, pero es indispensable implementar las investigaciones en mejoramiento genético, principalmente en aspectos de biología floral, resistencia a plagas y enfermedades (*Meloidogynespp.* y *Fusarium spp.*), resistencia a la humedad y al estrés hídrico; a su vez se deben implementar también las investigaciones en agroindustria.

“El género *Plukenetia*, comprende 17 especies de distribución pantropical, 12 en América, 03 en África, 01 en Madagascar y 01 en Asia (Gillespie, 1993).”<sup>12</sup>

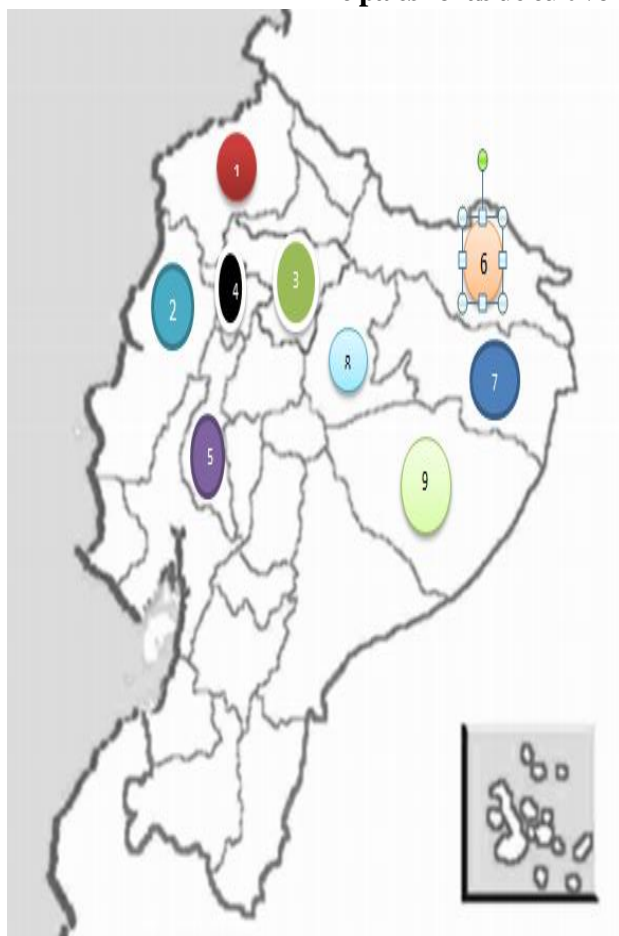
Es un arbusto trepador o rastrero silvestre y cultivado que se le encuentra en bordes de bosques secundarios, en cañaverales, sobre cercos vivos y como malezas en platanales y cultivos perennes. Fue cultivado también en la costa peruana en la época prehispánica y se han encontrado semillas y representaciones en cerámicas (Brack, 1999).

En el Gráfico No. 1, Se muestran las zonas de cultivo de Sacha Inchi en el Ecuador.

---

<sup>12</sup> Valles, C. 1995. Sacha Inchi, Importante Oleaginosa Selvática.. 40-41.

**Gráfico No. 1**  
**Principales zonas de cultivo en el Ecuador**



- 1.-ESMERALDAS.**
- 2.- MANABI.**
- 3.- PICHINCHA.**
- 4.- SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.**
- 5.- LOS RIOS.**
- 6.- SUCUMBIOS.**
- 7.- ORELLANA**
- 8.-NAPO**
- 9.-PAZTAZA**

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Johana Pazmiño/2013

Entre las principales zonas de cultivo del Sacha Inchi se desarrollan en las provincias de la Costa, como Esmeraldas, donde se siembra en los cantones de La Unión, Quininde y Viche; en la provincia de Manabí en Pedernales, Cojimies, El Carmen; en Santo Domingo de los Tsachilas en Puerto Limón, Valle Hermoso, El Esfuerzo, San Jacinto del Búa, en la provincia de Los Ríos, Quevedo, La Mana, Mocache, Caluma; en la región del Oriente esta la provincia de Sucumbios donde la siembra se realiza en Cascales, El Eno, Lago Agrio; en la provincia de Orellana se siembra en el Coca y Dayuma; en la provincia de Pastaza en el cantón Puyo; y finalmente en la provincia de Pichincha, en la parte cálida como Puerto Quito por ser una fruta tropical.

**Cuadro No. 1**  
**Empresas Exportadoras de Sacha Inchi en el Ecuador**

EMPRESA EXPORTADORA	DIRECCION
RANGUPACORP. S.A.	QUEVEDO KM 2 1/2 VIA VALENCIA

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Johana Pazmiño/2013

En el Cuadro No. 1, se observa que existe una sola empresa exportadora del Sacha Inchi, desde el año 2011 teniendo grandes resultados y su único mercado es el Perú, pero en la actualidad en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, crearemos la empresa exportadora de Sacha Inchi, para poder exportar al mercado madrileño, se identifica que el Sacha Inchi ecuatoriano es relativamente importante para nuestro futuro en el país, de tal manera que si se logra una mayor inversión referente a la producción y exportación del producto de calidad por parte de los productores llegaríamos a ser el mejor país productor pero en la actualidad la tutela se la gana el Perú.

### **Composición Química**

“Se tienen reportes de análisis realizados en la Universidad de Cornell (USA) que indican que la almendra de las semillas contiene 48,6 % de aceite y 29,0 % de proteína”<sup>13</sup>;

<sup>13</sup>Brack, A. 1 999. *Plukenetia volubilis L.* Diccionario Enciclopédico de Plantas Útiles del Perú. PNUD. Cuzco – Perú. 550 p.

**Cuadro N°2**  
**Composición química.**

Nutrientes(%)	Sacha inchi	Semillas de oleaginosas						Oliva
		Soya	Maíz	Maní	Girasol	Algodón	Palma	
Proteínas	29	28		23	24	32,9		
Aceite total	54	19		45	48	16		
Palmítico	3,85	10,5	11	12	7,5	18,4	45	13
Estearico	2,54	3,2	2	2,2	5,3	2,4	4	3
Oleico	8,28	22,3	28	43,3	29,3	18,7	40	71
Linoleico	36,8	54,5	58	36,8	57,9	57,7	10	10
Linolénico								
	48,61	8,3	1			0,5		1

**Fuente:**Hazen y Stoewesand, CornellUniversity, Ithaca – USA, 1980

**Elaborado por:** Johana Pazmiño/ 2013

En el Perú, Agroindustrias Amazónicas ha seleccionado variedades hasta con 54% de aceite; la proteína presenta un importante contenido de aminoácidos esenciales y no esenciales; es rico en vitaminas A y E, en cantidades suficientes para la salud humana. Contiene 562 calorías y su índice de yodo es alto: 192.

El Sacha Inchi es ideal para mejorar la dieta alimenticia de niños, jóvenes y adultos; recuperación de enfermos, especial en la dieta de la tercera edad.

La semilla del Sacha Inchi supera en mayor porcentaje de ácidos grasos no saturados y en menor porcentaje de grasas saturadas, a todas las semillas oleaginosas utilizadas en el mundo, para la producción de aceites para consumo humano y en calidad de proteína para la producción de harinas proteicas.

Omega 3 está completamente en "la tendencia de los consumidores que buscan prevenir y luchar contra el Colesterol" y que valorizan cada vez más el origen del producto y sus "condiciones de producción", que muchos casos determina sus cualidades.

Mercados consumidores.

- Perú
- Japón,
- España.
- Italia.
- Alemania.
- Francia
- Estados Unidos.

La industria del Sacha Inchi “El 50% estuvo dirigido al mercado interno de Perú , lo cual es bueno ya que la población peruana esta conociendo la importancia de esta planta,”<sup>14</sup> y en nuestro país en estos últimos años recién se introdujo ya que en un futuro va a tener el mismo impacto que tiene en la actualidad en el Perú. El resto se exporta a países como Japón, México, Australia, Italia y Estados Unidos. De seguir incrementándose esta demanda del sachá inchi, podría convertirse en un motor de desarrollo sin parangón en nuestra historia por lo que sería el salto de que necesita la agroindustria para competir con otros países.

## 2.2. Características del Sector

Es originaria de la Amazonia peruana, cultivada por los indígenas por siglos, se adapta en climas cálidos o medios hasta los 1.700 msnm, siempre y cuando haya disponibilidad permanente de agua y buen drenaje. Crece mejor en los suelos ácidos, francos y aluviales planos, cerca de los ríos.

El Ecuador es un país productivo, rico en su flora y fauna, una gran variedad de sus productos son exportados a nivel mundial, el sachá inchi es un producto que se cultiva

---

<sup>14</sup>Hazen y Stoewesand. 1980. Resultados de análisis del aceite y proteína del cultivo de sachá inchi. Universidad de Cornell. USA.

en la zona tropical y sub-tropical del litoral. En nuestro país el sachá inchi es un producto que se mira como un potencial producto de exportación para su futuro, ya que formara parte de los productos principales del comercio exterior, los mercados de destinos de este maní, son Estados Unidos, algunos países de Europa y América del sur.

### 2.2.1. Labores culturales

#### **Clima.- Temperatura.**

Su crecimiento tiene buen comportamiento a diversas temperaturas que caracterizan a la Amazonía Peruana (mín. 10°C y máx. 36°C). Las temperaturas muy altas son desfavorables y ocasionan la caída de flores y frutos pequeños, principalmente los recién formados.

#### **Altitud**

Crece desde los 100 m.s.n.m. en la selva baja y 1500 m.s.n.m en la selva alta; alcanzando un comportamiento óptimo, donde fue realizado el presente trabajo de campo, en la localidad de La Unión con una altitud de 232 m.s.n.m

#### **Agua**

Es una planta de rápido crecimiento, requiere de disponibilidad permanente de agua, para tener un crecimiento sostenido.

En la generalidad de los casos, los excesos de agua incrementan los daños producidos por las plagas y enfermedades, debido a que la planta se torna más succulenta. La influencia de la lluvia es notoria en la polinización y fertilización.



## **Luz**

Requiere abundante luz para el proceso de fotosíntesis, a baja intensidad de luz, la planta necesita de mayor número de días para completar su ciclo vegetativo; asimismo, cuando la sombra es muy intensa la floración disminuye y por lo tanto la producción se reduce. Con el sistema de tutores vivos (*Erythrina* sp), manejándose la sombra con podas, el "Sacha Inchi" tiene un buen comportamiento.

## **Humedad relativa y Pluviosidad.**

Es favorable que las lluvias se distribuyen en forma uniforme durante los 12 meses. Una alta humedad relativa con fuertes precipitaciones pluviales condiciona un desarrollo vigoroso de la planta, aunque puede resultar propicio para la proliferación de enfermedades. A una humedad relativa del 78% y una temperatura media de 26° C, se observan plantas de "sacha inchi" prácticamente libres de enfermedades.

## **Drenaje**

Para un mejor desarrollo y producción, se necesitan terrenos con drenaje adecuado, que eliminen el exceso de agua tanto a nivel superficial como profundo; lo cual tiene que ver mucho con la textura del suelo, ya que ésta es importante para su cultivo.

La poca absorción de agua y nutrientes de la planta, así como el crecimiento anormal y superficial de las raíces, hacen que éstas se tornen más vulnerables al ataque de nematodos y enfermedades radiculares.

## **Fertilidad del suelo**

Los nutrientes requeridos aún no han sido determinados, sin embargo si nos referimos a la absorción de éstos, en suelos francos y de buen drenaje, las raíces pueden penetrar más profundamente y como resultado tener un mayor acceso a los nutrientes del suelo.

La aireación insuficiente, compactación e inadecuada conservación del suelo, uso de tierras inapropiadas, excesiva acidez del suelo, alcalinidad, presencia de elementos esenciales o aplicación de una fertilización no adecuada, son condiciones adversas que se pueden presentar en los suelos cultivados con "sacha inchi".

### **Crecimiento vegetativo**

La planta del "sacha inchi" de frutos comestibles y oleaginosos, es trepadora, de abundantes hojas y ramas, alcanza la altura de la planta soporte, por lo tanto no es recomendable que ésta tenga una altura mayor de 2 m para facilitar la cosecha.

Si existe una suficiente humedad, la germinación se inicia aproximadamente a las dos semanas de realizada la siembra. Una semana después, aparece la segunda hoja verdadera y el tallo guía.

### **Fructificación**

La floración (Arévalo, 1990-1995), se inicia aproximadamente a los 3 meses (90 días) luego de realizado el trasplante, apareciendo primero los primordios florales masculinos e inmediatamente después los femeninos. En un período de 7 a 19 días, las flores masculinas y femeninas completan su diferenciación floral.

### **Siembra directa**

La siembra se realiza de la siguiente manera:

- Su propagación es por semillas
- Cantidad de semilla: 1.0 - 1.5 kg/ ha.
- Distancia entre hileras: 2.5 a 3.00 m.
- Distancia entre plantas: 3.00 m.
- N° de plantas/golpe: 1
- Profundidad de siembra: 2 - 3 cm.

## Siembra indirecta

**Foto No 1.**  
**Siembra del sachá inchi en viveros**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/ 2013

**a.- Vivero** “*Almacigar las semillas en arena lavada de río, colocándolas en hileras distanciadas a 10 cm. y a una profundidad de 2.0 cm*”<sup>15</sup>”

Realizar el repique de plántulas a bolsas de polipropileno negro con sustrato previamente preparado con tierra negra de bosque, antes de la aparición del tercer par de hojas verdaderas.

**b. Trasplante:** Aproximadamente a los 60 días del almacigado y antes de la aparición de las guías.

**Época de siembra:** “*La siembra del Sacha Inchi está condicionada al régimen de lluvias. Generalmente, se siembra al inicio de las lluvias para garantizar una buena germinación.*”<sup>16</sup>En siembras directas la plantación debe instalarse entre diciembre y

<sup>15</sup><http://www.inia.gob.pe/SIT/consPR/adjuntos/1418.pdf>

<sup>16</sup><http://www.inia.gob.pe/SIT/consPR/adjuntos/1418.pdf>

marzo. La siembra indirecta (en vivero) debe realizarse entre los meses de noviembre y febrero.

### **Preparación de terreno**

- Tradicional (Rozo, tumba, picacheo, junta)
- Mecanizado (arado, rastra y surcado)

### **Sistemas de tutoraje**

**Foto No 2**  
**Tutores muertos o espalderas**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/ 2012

- Apropiado para suelos planos y campos limpios, Permite un mejor manejo del cultivo ya que reduce el uso de mano de obra en las podas.
- Permite un fácil y rápido acomodo de las ramas en los alambres.  
Su instalación requiere la utilización de postes de madera (3 a 3,50 m. de longitud y 0,15 m. de espesor) los cuales son enterrados a una profundidad de 60 a 70 cm. y a un distanciamiento que puede ser de 3 x 3 m.
- Colocar 3 hileras de alambre galvanizado; la 1ra. hilera de alambre N° 10 colocarla a más o menos 1,60 m desde el suelo, dependiendo del largo de los

postes; la 2da. y 3ra. hilera de alambre N° 6 ó 7, colocarla a 40 cm. y 80 cm. del primero, respectivamente.

- El trasplante del Sacha Inchise deberá realizarse después de haberse instalado el sistema de tutoraje, para no maltratar las plantas.

### **Asociación con otros cultivos**

El Sacha Inchi se encuentra asociado con cultivos anuales, bianuales y/o permanentes en su hábitat natural.

En campos de agricultores se le encuentra asociado con casi todos los cultivos de la región, como algodón, plátano, fríjol, maíz, yuca, frutales, especies forestales, etc. En sistema de tutoraje, entre las hileras se puede asociar con cultivos de ciclo corto como maní, frijoles, algodón y otros cultivos de porte pequeño.

### **Fertilización**

- En vivero realizar 2 – 3 aplicaciones de Grow More 32-10-10 (3 Kg./Ha.)
- En campo definitivo efectuar aplicaciones de abono foliar a base de nitrógeno (1.0-1.5 l./ha.), también aplicaciones de Grow More 10–55- 10 (2-4 Kg/ha.) o Quimifol PK 970 Plus (1.0-2.0 Kg./ha.) al inicio de floración e inicio de formación de fruto.
- Aplicaciones al suelo de NPK (30 g. urea + 45 g. superfosfato triple + 30 g. cloruro de potasio) y de humus de lombriz de tierra (15 t/ha/año).

### **Control de malezas**

Es una práctica importante en los primeros estadios de desarrollo del cultivo, dependiendo del tipo de maleza, estado de desarrollo de la maleza y población puede ser:

- Manual
- Químico.- Aplicaciones de herbicida sistémico glifosato a dosis de 4 – 5 l/ha. o de un herbicida de contacto del tipo glufosinato de amonio a dosis de 4 – 5 l/ha.

**Riego:** En épocas de verano cada 15 a 20 días

**Poda:** Se realiza con la finalidad de dar un buen manejo al cultivo y formar la planta; para incrementar la producción y facilitar la cosecha. La poda mejora la distribución de la luz, facilita la aireación y permite la distribución de los frutos en lugares accesibles para la cosecha.

### **Tipos de podas**

- **Poda de Formación:** Con la finalidad de eliminar ramas o guías que se encuentran a la altura del 1er. alambre a 40 cm. del suelo (“en espalderas”) a fin de formar la “horqueta”.
- **Poda de producción:** En etapa productiva la poda se debe realizar después de una a dos cosechas.

### **Control Fitosanitario**

- **Plagas:** Contra gusanos cortadores y hormigas de la familia *Acromyrmex*, aplicar carbaryl (2 Kg/ha.). Para “arañita roja”, realizar aplicaciones de aceite agrícola a razón de 180 ml./15 l. de agua.
- **Enfermedades:** Preventivo con la desinfección de semilla. Para el control de *Fusarium spp.*, aplicar Rhizolex – T (2 Kg/ha).
- **Nematodos:** Contra nematodos (*Meloidogynespp.*) aplicar carbofuran (10 g./planta) u Oncol 5G (50 g./planta).

## Cosecha

**Foto No 3**  
**Cosecha del sacha inchi**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/ 2012

- *“Se realiza entre los 6.5 y 8.0 meses después del trasplante, cuando los frutos están secos, recogándose las cápsulas manualmente cada 15 – 30 días.”<sup>17</sup>*

## Rendimiento

- 0,7 – 2,0 t/ha.

## Postcosecha

- **Secado y trilla**

El secado se realiza de manera natural y la trilla consiste en el descascarado de los frutos,

Alrededor del 52-55% es semilla seca y el 48 - 45% es cáscara.

- **Almacenamiento**

En sacos de yute (50 a 70 Kg.) y en ambientes secos.

---

<sup>17</sup><http://www.iiap.org.pe/promamazonia/SBiocomercio/Upload/Lineas/Documentos/540.pdf>

### 2.3. Características del producto.

**Foto No. 4**  
**Fotografía del Sacha Inchi estado de cosecha**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada /2013.

Las características que tiene el Sacha Inchi son las siguientes:

**Nombre Científico:** Plukenetia volubilis Linneo

**Nombre Vulgar:** Sacha Maní, Inca Inchi, Maní del Inca

**Perenne:** 5 años de vida útil.

**Precoz:** Planta vigorosa, Primera cosecha 6-8 meses.

**Rustica:** No es exigente en suelos, muy poco susceptible al daño de plagas y Enfermedades.

**Trepadora:** Siendo enredadera y exigente en luz, requiere de tutores y de tendales de alambres.

El Sacha Inchi, sachá maní, maní del Inca o maní jíbaro, es una planta semileñosa y perenne, de la familia de las euforbiáceas. Es originaria de la Amazonia, por su



adaptación a climas cálidos o templados hasta los 1700 m.s.n.m. fue cultivada por los indígenas por siglos, los cuales siempre las cultivaban en lugares con permanente disponibilidad de agua y buen drenaje. Los suelos ácidos, francos y aluviales planos, cerca de los ríos son los mejores lugares en los que se puede sembrar.

Su altura se calcula hasta unos 2 metros, sus hojas son alternas, acorazonadas, con bordes dentados, puntiagudas, de 10 a 12 cm de largo y 8 a 10 cm de ancho, con peciolo de 2-6 cm de largo. Las flores masculinas son pequeñas, blanquecinas y dispuestas en racimos. En la base del racimo y lateralmente, se encuentran una a dos flores femeninas.

Los frutos son cápsulas de 3 a 5 cm de diámetro con 4 a 7 puntas, son de color verde y al madurar, marrón negruzco. Usualmente están formados por cuatro lóbulos, pero algunos presentan cinco y hasta siete. Dentro de se encuentran las semillas, ovales, de color marrón-oscuro, de 1,5 a 2 cm de diámetro y de 45 a 100 g de peso. Al abrirlas están los cotiledones a manera de almendras y cubiertos de una película blanquecina.

## CAPITULO III

### 3. ESTRUCTURA DE EMPRESA

Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

*“Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil”*<sup>18</sup>

#### 3.1. Requisitos para formar una Compañía Limitada en el Ecuador.

##### · Aprobación del nombre de la Compañía:

##### **Trámite:**

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

##### **Documentación:**

Copia de la cédula de ciudadanía.

##### · Apertura de cuenta de Integración de Capital:

##### **Trámite**

Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en

---

<sup>18</sup> Art 1 De la ley de compañías.

cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

### **Documentación**

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
4. El valor del depósito

### **· Celebrar la Escritura Pública**

### **Trámite**

Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

### **Documentación**

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
4. Minuta para constituir la Compañía
5. Pago derechos Notaría.

### **Afiliación voluntaria a la Cámara de Producción**

- Cámara de Agricultura
- Cámara de Industria

· Cámara de la Pequeña Industria

### **Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución**

#### **Trámite**

Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías

#### **Documentación**

1. Tres copias certificadas de las Escrituras de Constitución
2. Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
3. Solicitud de aprobación de las Escrituras de Constitución de la Compañía

### **Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras**

#### **Trámite**

La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

#### **Documentación**

Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

## **Cumplir con las disposiciones de la Resolución**

### **Trámite**

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de Constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

### **Documentación**

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

1. Copia de las Escrituras de Constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
3. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

## **Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil**

### **Trámite**

Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

### **Documentación**

1. Tres copias de las Escrituras de Constitución con la marginación de las resoluciones.
2. Patente municipal.
3. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.

4. Publicación del extracto.
5. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

### **Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía**

#### **Trámite**

Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva(Gerente y Presidente)

#### **Documentación**

Ninguna

### **Modelo Nombramiento Presidente. Inscribir nombramientos en elRegistro Mercantil**

#### **Documentación**

1. Tres copias de cada Nombramiento
2. Copia de las Escrituras de Constitución
3. Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

### **Reingresar los Documentos a la Superintendencia de CompañíasTrámite**

Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para elotorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

## **Documentación**

1. Formulario RUC 01A
2. Formulario RUC 01B
3. Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
4. Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
5. Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
6. Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
7. Publicación del extracto

## **Obtención del RUC**

### **Trámite**

Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC

### **Documentación:**

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.

6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizado.

### **Retiro de la cuenta de Integración de Capital**

#### **Trámite**

Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización del retiro del valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

#### **Documentación**

1. Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
2. Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
3. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.



## **Apertura de Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía**

### **Trámite**

La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

### **Documentación**

1. Solicitud de apertura de cuenta.
2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
3. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

## **Obtener el permiso para imprimir Facturas**

### **Trámite**

Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

### **Documentación**

1. Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
2. Permiso de Bomberos.
3. En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
4. Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
5. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
6. Registro patronal en el IESS.
7. Patente Municipal.

8. Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
9. Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
10. Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de usogratis de oficina con reconocimiento de firma

### 3.2. **Acta de Constitución de la Compañía.**

#### **CONSTITUCIÓN DE “SACHA-AGRO CIA. LTDA.”.**

En la ciudad de Santo Domingo, Cantón Santo Domingo de los Colorados, Provincia Tsáchilas, República del Ecuador, al día catorce de agosto del año dos mil doce, ante el Dr. José Estuardo Novillo Notario Público Cuarto del Cantón Santo Domingo, Comparecen: Alexis René Pazmiño Quezada con cedula de identidad N° 17231453-12, Andrea Verónica Proaño Camacho con cedula de identidad N° 172345698-9, Johana Katherine Pazmiño Quezada con cedula de identidad N° 172314530-4, Gloria Klaribel Salazar Acosta con cedula de identidad N°171907059-9, José Rubén Haro Jaramillo con cedula de identidad N° 173658742-9, ecuatorianos domiciliados en la ciudad de Santo Domingo, Cantón Santo Domingo y provincia Tsáchilas, comparecen por sus propios derechos, legalmente capaces para contratar y obligarse a quienes de conocerlos doy fe; previamente observados los requisitos legales del caso, dicen: en su voluntad celebrar una Escritura Pública de acuerdo a la minuta que me entregan la misma que es literalmente como sigue:

#### **Señor Notario:**

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de Constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada, contenida en las siguientes clausulas:

## **PRIMERA**

**COMPARECIENTES.-** Comparecen las siguientes personas naturales, Alexis René Pazmiño Quezada, Andrea Verónica Proaño Camacho, Johana Katherine Pazmiño Quezada, Gloria Klaribel Salazar Acosta, José Rubén Haro Jaramillo solteros, ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados y capaces para contratar, quienes manifiestan su voluntad de constituir, como efecto constituyen por medio del presente instrumento, la compañía denominada “**SACHA-AGRO CIA LTDA.**”.

## **SEGUNDA**

**DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-** los comparecientes declaran que es su voluntad constituir una compañía de responsabilidad limitada, mediante el presente acto. Se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y las normas del Código Civil.

## **TITULO I**

### **DEL NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO Y PLAZO**

**Artículo 1.- Nombre.-** La Compañía se denominará “**SACHA- AGRO CIA. LTDA**”, nombre con el que figurara en todos sus actos y contratos.

**Artículo 2.- Domicilio.-** El dominio principal de la compañía es en la ciudad de Santo Domingo, Cantón Santo Domingo de los Colorados, Provincia Tsáchilas, pudiendo establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

**Artículo3.- Objeto Social.-** El objeto de la compañía es la comercialización, exportación e importación de todo tipo de bienes dentro y fuera del país.

**Se tendrá como objeto a:**

**Comercialización de Sacha Inchi,**

- Intervenir en licitaciones públicas o privadas y subastas relacionadas con el objeto social tanto en el país como en el exterior;
- Podrá así mismo intervenir sola, en asociaciones nacionales o extranjeras en licitaciones, concursos relacionados con el objetivo social, tanto en el país como en el exterior, que tenga objetivos similares;
- Formar parte de otras compañías o fusionarse con otras empresas, sociedades, corporaciones y fundaciones nacionales o extranjeras legalmente constituidas o por constituirse en el país o en el exterior, que tenga objetivos similares;
- Establecer agencias, sucursales o representaciones de entidades o sociedades nacionales o extranjeras, que tengan relaciones con el objeto social;
- Podrá abrir oficinas, sucursales, agencias, centros de promoción en el país y en el exterior, para desarrollar actividades propias de su objeto social;
- Podrá realizar actividades administrativas, financiera, bancarias y de control para el fiel cumplimiento del objeto social; y,
- Podrá celebrar toda clase de actos y contratos civiles, mercantiles, laborales y, de cualquier otra índole, necesarios para el fin propuesto y permitido por las leyes ecuatorianas: en consecuencia serán propias de la compañía, todos los actos y contratos que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social.

**Artículo4.- Plazo.-** El plazo de la duración de la compañía es de treinta años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura en el Registro Mercantil. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

## **TITULO II DEL CAPITAL**

**Artículo 5.- Capital Social.-** El capital es de 95218,83 USD, dividido en Participaciones iguales para cada uno de los socios de un valor de 19043,766 USD, este capital se encuentre totalmente suscrito por los socios y pagados íntegramente.

Los aumentos y disminución del capital serán pagados en las oportunidades, proporciones y condiciones que establezcan la Junta General de Socios al acordar el respectivo aumento, pero siempre con sujeción a la Ley, los presentes estatutos y cualquier reglamento que sobre el particular expedida la Junta General de Socios.

**Artículo 6.- Participaciones.-** La compañía emitirá los certificados de aportación a todos y cada uno de los socios, los mismos que serán firmados por el presidente y el Gerente General. La Compañía llevará un libro de participaciones en el cual se registrarán las participaciones de propiedad de cada socio e ira firmado por el Gerente General. Las participaciones son iguales acumulativas e indivisibles y no estarán representadas por títulos negociables, reunirán los requisitos de Ley. Los certificados de aportación se expedirán de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Compañías.

**Artículo 7.-** Los socios podrán ceder sus participaciones cumpliendo para el efecto lo que determina la Ley de Compañías. En primer término deberán ser ofrecidos a los socios, quienes deberán ejercer su derecho preferente dentro del plazo de treinta días, cuota de las participaciones que tuvieran.

## **TITULO III**

### **DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

**Artículo 8.- Norma general.-** El gobierno de la Compañía corresponde a la Junta General de Socios, y su administración al Gerente General y al Presidente.

**Artículo 9.- Convocatorias.-** La convocatoria a junta general efectuará el Gerente de la Compañía, con ocho días de anticipación a la fecha fijada para la reunión, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella. El tiempo de intervalo entre la convocatoria y la junta, así como las demás precisiones son iguales a las ya indicada.

**Artículo 10.- Quórum de Instalación.-** Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

**Artículo 11.- Quórum de Decisión.-** Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán por una mayoría absoluta de socios presentes, equivalente por lo menos al cincuenta y uno por ciento del capital social asistente a la Junta General, con excepción de los casos expresamente señalados en la ley e este estatuto. Los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría y en caso de empate la propuesta se considera denegada. Cada participación tendrá derecho a un voto.

**Artículo 12.- Facultades de las Junta.-** Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la Compañía de Responsabilidad Limitada y además las siguientes atribuciones y deberes:

- a. Fijar políticas para el funcionamiento de la compañía
- b. Nombrar y remover a los administradores por causas legales y fijar sus remuneraciones.
- c. Conocer y aprobar las cuentas, balances e informes que presenten los administradores y el comisario.
- d. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales.
- e. Acordar modificaciones en los estatutos, el aumento y disminución de capital social, la constitución de reservas especiales y facultativas, disolución anticipada o prórroga del

plazo, acordar todas las modificaciones del contrato social y disolución de la Compañía de acuerdo a la ley.

f. Disponer el establecimiento y supresión de agencias y sucursales, fijar su capital y nombrar a sus representantes.

g. Cumplir con todos los demás deberes y ejercer todas las demás atribuciones que le correspondan según la Ley, los presentes estatutos y los reglamentos o resoluciones de la misma Junta General.

**Artículo 13.- Junta General Ordinaria.-** Previa convocatoria la Junta General Ordinaria se reunirá por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la Compañía, para tratar necesariamente de los siguientes asuntos, sin perjuicio de lo que expresamente se señala en la respectiva convocatoria:

a. Conocer y aprobar el presupuesto anual de la Compañía, las cuentas y balances que presente el Gerente General así como su informe de labores.

b. Resolver acerca del reparto de utilidades y la formulación del fondo de reserva, para la cual el Gerente General presentara un proyecto de distribución de utilidades; y

c. Proceder, llegando al caso, a la designación de los administradores y gerentes cuyo nombramiento le corresponde hacer según la Ley y los presentes estatutos, así como fijar, revisar o ratificar sus remuneraciones.

**Artículo 14.- Junta General Extraordinaria.-** La Junta General Extraordinaria se reunirá en cualquier época en que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la respectiva convocatoria.

**Artículo 15.- Junta Universal.-** No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital el capital pagado y los asistentes, quienes

deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la Junta y los puntos para tratarse en la misma.

**Artículo 16.- Presidente de la Compañía.-** El Presidente será nombrado por la Junta General para un período de dos años, a cuyo término podrá ser reelegido. El Presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al Presidente:

- a. Presidir las reuniones de la Junta General a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas.
- b. Cumplir y hacer cumplir la Ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General;
- c. Suscribir con el Gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,
- d. Subrogar al Gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.
- e. Presentar anualmente a consideración a la Junta General Ordinaria un informe detallado de sus actividades;
- f. Las demás que le confiere la Ley, estos estatutos y las resoluciones de la Junta General.

**Artículo 17.- Gerente de la Compañía.-** El Gerente será nombrado por la Junta General para un período de dos años en sus funciones y podrá ser reelegido. El Gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

**Corresponde al Gerente:**

- a. Convocar a las reuniones de la Junta General.
- b. Cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la Junta General;
- c. Actuar de secretario de las reuniones de Junta General a las que asista, y firmar, con el Presidente, las actas respectivas;



d. Realizar a nombre de la Compañía toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social o que pudieran impedir que la Compañía cumpla con sus fines o reforma al contrato social.

**Artículo 18.- Prohibiciones.-** Se prohíbe al Gerente General;

- a. Negociar o contratar a cuenta propia, directamente con la Compañía.
- b. Realizar por cuenta de la Compañía operaciones ajenas a su objeto;
- c. Las demás que establezca la Ley.

**Artículo 19.- Responsabilidades.-** El Gerente es solidariamente responsable para con la Compañía y terceros:

- a. De la existencia real de los dividendos declarados
- b. De la existencia y exactitud de los libros de la Compañía;
- c. Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las juntas; y,
- d. Del cumplimiento de los requisitos exigidos por la ley para la existencia y funcionamiento de la Compañía.

**Artículo 20.- Extinción de Responsabilidades.-** Cesará la responsabilidad del Gerente General frente a la Compañía:

- a. Por aprobación del balance y sus anexos, excepto cuando:
  - Se lo hubiera aprobado en virtud de datos no verídicos; y,
  - Si hubiere acuerdo expreso de reservar o ejercer la acción de responsabilidades
- b. Cuando hubiere procedido en cumplimiento de acuerdos de la Junta General, a menos que tales acuerdos fueren notoriamente ilegales;
- c. Por aprobación de la gestión o por renuncia expresa a la acción o por transacción acordada por la Junta General; y,
- d. Cuando hubiere dejado constancia de su oposición a resoluciones ilegales de la Junta General, en el plazo de diez días a contarse desde la fecha en que fueron adoptadas.

## TITULO IV DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

**Artículo 21.- Norma General.-** La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. El liquidador será el Gerente General o la persona que designe la Junta

**Artículo 22.- Aportes de Capital.-** El capital de la Compañía, se suscribe de la siguiente forma:

**Cuadro N°3  
Aportes de Capital.**

<b>Nombres</b>	<b>Capital Suscrito</b>	<b>Capital Pagado</b>	<b>Participación %</b>
<b>Johana Pazmiño</b>	19043,766	19043,766	20%
<b>José Rubén Haro</b>	19043,766	19043,766	20%
<b>Alexis Pazmiño</b>	19043,766	19043,766	20%
<b>Andrea Proaño</b>	19043,766	19043,766	20%
<b>Gloria Salazar</b>	19043,766	19043,766	20%
<b>TOTALES</b>	<b>95218,83</b>	<b>19043,766</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Acta de Constitución de la Compañía.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Quezada/2013

En lo correspondiente al capital pagado por los socios en numerario se encuentra depositado en el Banco de Produbanco, en la cuenta Integración de Capital, abierta a nombre de la Empresa. Los socios fundadores encargan al Ab. Lucila Quezada para que realice todas las gestiones y diligencias necesarias para el perfeccionamiento de la Compañía. Agregue usted señor notario las demás cláusulas de la ley para a completa validez de estos contratos. Hasta la minuta, la cual por reunir los requisitos de Ley queda elevada a escritura pública. Léda que fue la presente escritura por mí a los comparecientes de principio a fin en alta voz este se ratificó y aprobó su contenido

firmado en unidad de acto y en señal de aceptación junto conmigo el notario del cual doy fe

**Notario:**

---

Dr. José Estuardo Novillo P.

CI. 120564012-9

---

Srta. Johana Katherine Pazmiño

CI. 172314530-4

---

Srta. Gloria Salazar Acosta.

CI. 171907059-9

---

Srta. Andrea Veronica Proaño.

CI. 172345698-9

---

Sr. JoseRuben Haro.

CI.173658742-9

---

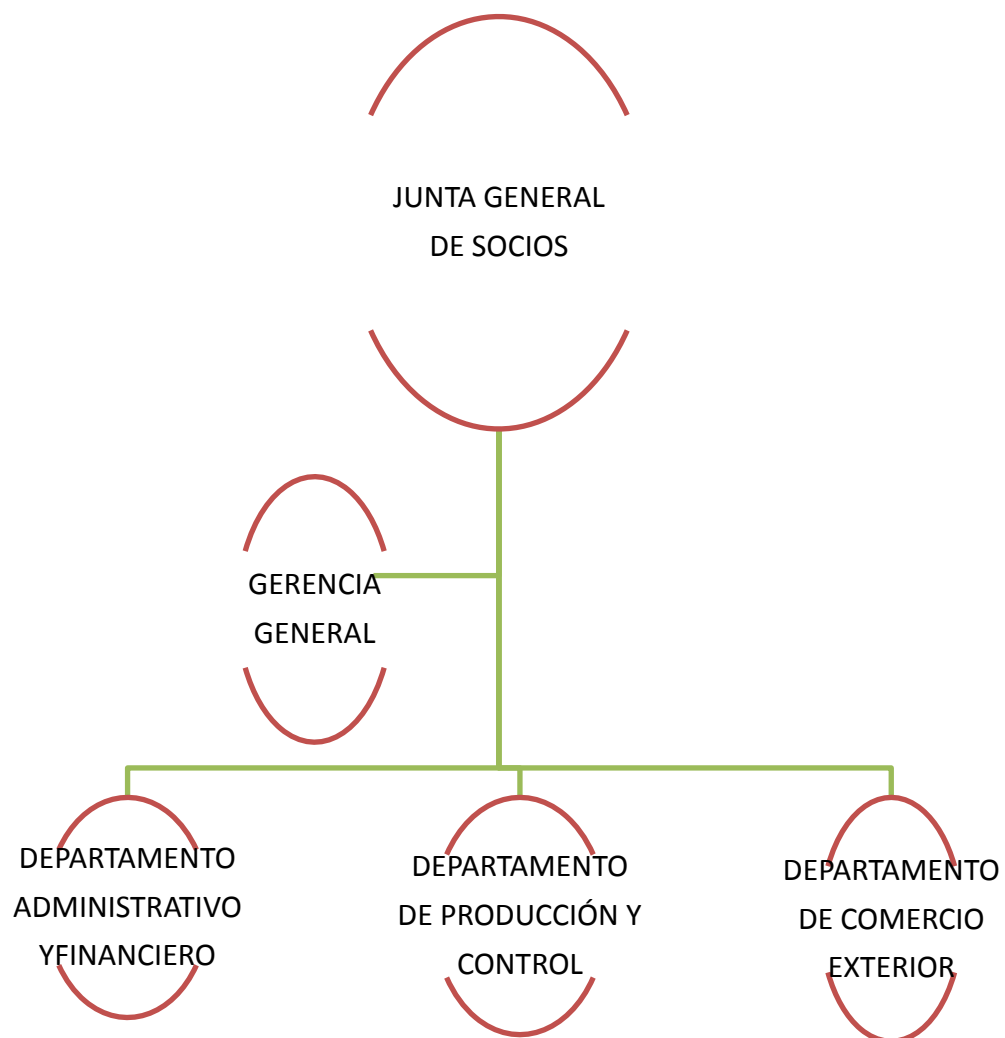
Sr. Alexis Rene Pazmiño.

CI. 172314531-2

### 3.3. Organización de la Empresa

Para la distribución adecuada de nuestra empresa es importante contar con el personal adecuado para cada uno de los departamentos a designarse para cumplir con las necesidades.

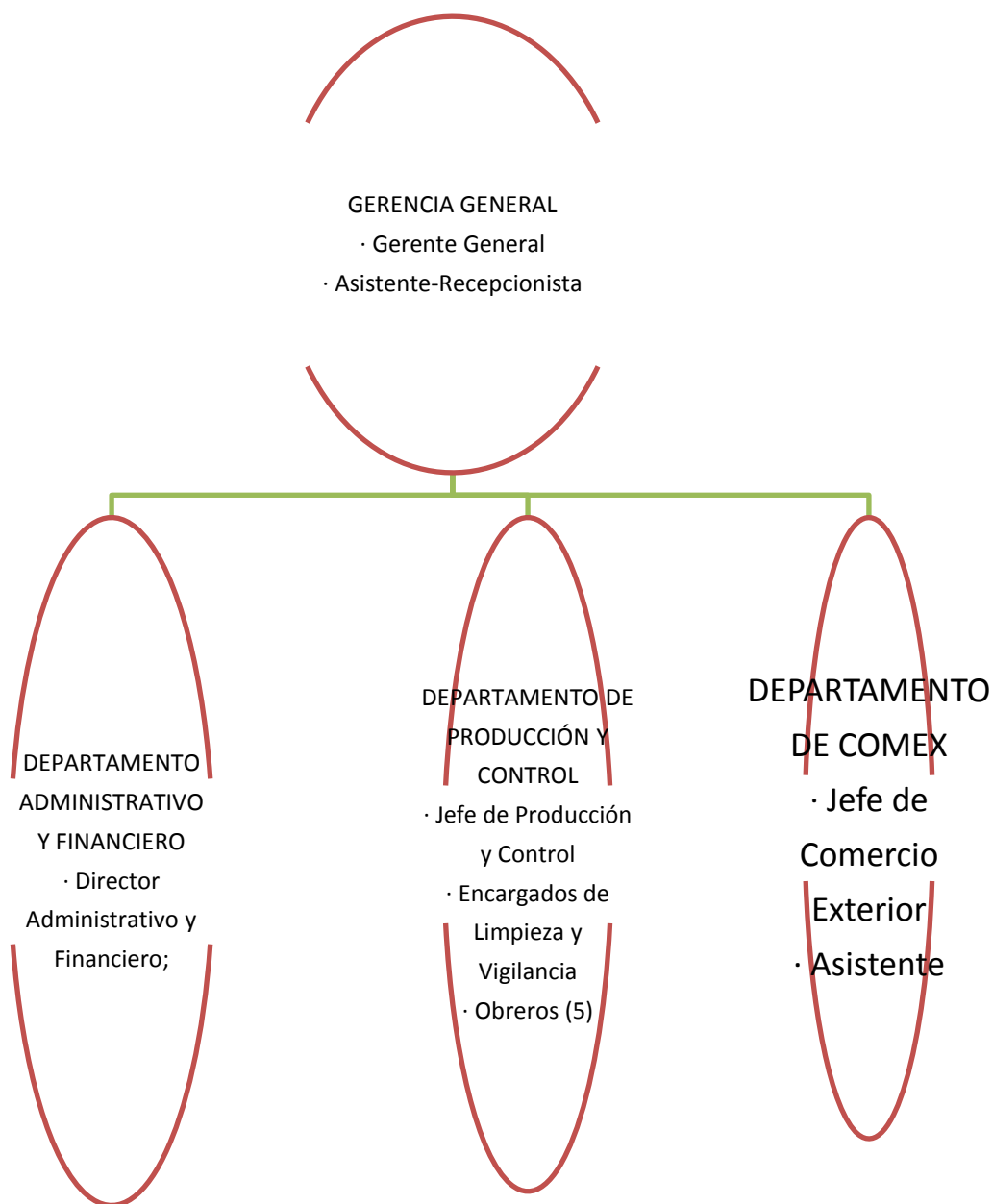
**Gráfico N°2**  
**Organigrama Estructural de la Compañía**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada /2013.

**Gráfico N°3**  
**Organigrama Posicional de la Compañía.**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada /2013.

### Gráfico N° 4 Organigrama Funcional de la Empresa.



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada /2013.

#### 3.3.1. Departamento de Exportación.

La creación de un departamento de exportación es un paso importante para cualquier empresa que entienda su acción comercial en el sentido más amplio y busque a través de ella la rentabilización de sus negocios en un espacio geográfico que no está limitado a las fronteras de su país. Su puesta en marcha debe contribuir al éxito comercial y al posicionamiento sostenido de los productos de la empresa en el exterior. Dada su importancia, ofrecemos a continuación algunas reflexiones sobre la configuración de este departamento

Toda empresa que quiera consolidar su actividad exportadora o de internalización tiene que crear su propio departamento de Comercio Exterior, para que puedan ocuparse de las diferentes labores que permitan a la empresa una presencia confirmada en los distintos mercados internacionales donde que la exportación no es más que el resultado de una estrategia de internalización, diremos que el departamento de exportación es un instrumento que lleva a cabo todas las labores inherentes al marketing internacional. Un

departamento de exportación es una estructura humana con fines muy concretos: "llevar a cabo todas las tareas que generan operaciones en el exterior"

Como responsable global está el director de exportaciones o gerente de exportación, asistido por un adjunto al director de exportación (subgerente de exportación). A partir de aquí existe toda una estructura sea de tipo administrativo o de tipo operativo, que apoye en todo lo necesario al departamento de exportación.

Al frente del departamento de Comercio Exterior deberá nombrarse un Exportmanager, director de comercio internacional, responsable de comercio exterior o con la denominación que creamos más adecuada. El Export manager representa una figura muy importante en la estructura de la empresa puesto que la exportación se ha demostrado en un breve plazo que es un elemento básico e indispensable para el buen funcionamiento de la misma. Cada empresa deberá definir en qué momento esta

figuraes conveniente pero deberá llevarla a cabo cuando vea que empiezan a crearse "cuellosde botella" (es decir retrasos y/o errores).



## CAPITULO IV

### 4. ESTUDIO DE MERCADO

*“Consiste en una parte importante del proyecto puesto que se inicia con la investigación formal y sus resultados determinarán en decisiones posteriores indicando un mercado para un bien o servicio en un tiempo determinado”<sup>19</sup>;*

comprobaremos la existencia de una necesidad insatisfecha o la posibilidad de brindar un mejor producto, servicio; Definiremos la oferta, demanda, precio, canales de distribución; conocimientos del riesgo que el producto corre; etc.

#### 4.1. Objetivos del Estudio de Mercado.

##### 4.1.1. Objetivo General.

Determinar la factibilidad para la exportación del Sacha Inchi ofreciendo un producto que cumpla todos los estándares de calidad, para satisfacer la demanda de este mercado.

##### 4.1.2. Objetivos Específicos.

- a. Determinar el mercado potencial.
- b. Identificar el tipo de producto que requiere el mercado objetivo.
- c. Establecer el mercado competidor en Madrid -España.
- d. Determinar el precio que favorezca la exportación.
- e. Determinar la frecuencia de las exportaciones.
- f. Establecer la oferta interna del producto.

---

<sup>19</sup> <http://www.promonegocios.net>

## 4.2. Información de España.

España está ubicada en la parte sur de Europa Occidental, ocupa la mayor parte de la Península Ibérica y fuera de ella, dos archipiélagos (el de las Islas Canarias en el Océano Atlántico y el de las Islas Baleares en el Mar Mediterráneo) y dos ciudades, Ceuta y Melilla, en el norte de África, aparte de varias islas menores en esta zona y otras cercanas a la península.

En su territorio peninsular comparte fronteras terrestres con Francia y con el Principado de Andorra al norte, con Portugal al oeste y con la colonia británica de Gibraltar al sur

### 4.2.1. Situación geográfica.

*“España, país miembro de la Unión Europea, cuenta con una superficie de 504.782 Km2 comprendidos en gran parte de la península Ibérica”<sup>20</sup>*. Los principales centros de desarrollo comercial e industrial son su capital Madrid y Barcelona la capital de la comunidad Catalana, ubicada en la costa oriental del mediterráneo español.

### 4.2.2. Clima

Temperado, de veranos calurosos en la costa interior, más moderado y nublado a lo largo de la costa, los inviernos son nublados y fríos en el interior, y parte nublado y fresco a lo largo de la costa

### 4.2.3. Recursos Naturales

El recurso natural más importante es el suelo, pues tiene cerca de una tercera parte del territorio de tierra cultivable.

---

<sup>20</sup> <http://www.camaraofespanola.org>

Tiene también muchos recursos minerales que incluye carbón mineral, pequeños yacimientos de petróleo y depósitos de gas natural, hierro, uranio, mercurio, pirita, flúor, yeso, zinc, tungsteno, cobre y potasio.

#### 4.2.4. **Industria**

España puede considerarse, desde la perspectiva de la industrialización, como perteneciente a la segunda generación de países industriales de Europa con una incorporación tardía, poco menos de un siglo después de la primera Revolución Industrial.

*“En el período que va de 1840 a 1930 el país fue prioritariamente abastecedor de materias primas con destino a Europa Central y, en un segundo grado, aunque de modo progresivo, se incorporó como productor de bienes industriales.”<sup>21</sup>*

#### 4.2.5. **Agricultura**

Los principales cultivos son el olivo, cebada, trigo, remolachaazucarera, maíz, patatas, centeno, avena, arroz, tomates y cebolla. El país tiene también extensos viñedos y huertos de cítricos y olivos. Las condiciones climáticas y topográficas hacen que la agricultura de secano sea obligatoria en una gran parte de España. Las provincias del litoral mediterráneo tienen sistemas de regadío desde hace tiempo, y este cinturón costero que anteriormente era árido se ha convertido en una de las áreas más productivas de España, donde es frecuente encontrar cultivos bajo plástico.

---

<sup>21</sup>Proecuator.

#### 4.2.6. Minería.

“La minería fue la actividad económica que más impulso tuvo en la colonia, pues cualquiera podía echar a andar una mina siempre y cuando entregase la quinta parte de sus ganancias a la corona española.”<sup>22</sup> Fue además un incentivo para la conquista, exploración y colonización de nuevos territorios. Las principales minas de Nueva España fueron la de Zacatecas(1546), Pachuca (1552), Fresnillo y Guanajuato (1554), y finalmente San Luis Potosí (1592). Estas ciudades también recibieron gran cantidad de pobladores debido a la esperanza de muchos novohispanos por conseguir un mejor nivel de vida.

#### 4.2.7. Demografía

Más del 85% de la población residente es española y más del 10% extranjera. Del total de los extranjeros los más numerosos son Rumanos 14,1%, Marroquíes 12,7%, Ecuatorianos 7,5%, Ingleses 6,7%, Colombianos 5,3%, Bolivianos 4,1% y Alemanes 3,4%. Población urbana comprende el 77%, estimado en el 2012.

En miles de habitantes, para Septiembre del 2012, la población de las principales ciudades:

Madrid (Capital):	5.762
Barcelona:	5.029
Valencia:	812

Distribución de la población por edades y sexos en comparación con otros países de la OCDE, la población española es relativamente joven, un 15,5% de la población es menor de 16 años; el 67,8% se encuentra entre 16 y 64 años y sólo el 16,7% es mayor de 65, de acuerdo con las cifras para el año 2009. España ha experimentado un

---

<sup>22</sup>Proecuador.

importante flujo de inmigración en los últimos años, que está compensando las consecuencias del envejecimiento de la población.

La distribución por sexo en España, actualizado a enero del 2011 es de:

- Hombres: 23.681.933
- Mujeres: 23.072.851

La media de edad:

- Total: 40,5 años
- Hombres: 39,3 años
- Mujeres: 41,9 años (2011 est.)

### **Población Activa (total, por sectores, desempleo)**

*“España cuenta con una población activa de 23,1 millones de personas, cuya tasa de actividad se sitúa alrededor del 60%,”*<sup>23</sup>según la Encuesta de Población Activa (publicada en el cuarto trimestre de 2012). En comparación con otros países de la OCDE, la población española es relativamente joven: un 15,6% de la población es menor de 16 años; el 67,5% se encuentra entre 16 y 64 años y sólo el 16,9% es mayor de 65, de acuerdo con las cifras para el año 2012. Además, España ha experimentado un importante flujo de inmigración en los últimos años, que está compensando las consecuencias del envejecimiento de la población. España ocupa el 4º puesto en Europa en términos de personas con educación terciaria científica/técnica, tras Alemania, Francia y Reino Unido. (Sin embargo, España cuenta con un ratio por población más elevad.

---

<sup>23</sup>Proecuator

### 4.3. Principales puertos, aeropuertos

**Gráfico N°5**  
**De los aeropuertos de España**



**Fuente:** Proecuator.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q./2013

*“Los aeropuertos públicos civiles españoles clasificados como de Interés público, así como un helipuerto, son gestionados por el ente público Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea, dependiente del Ministerio de Fomento, a diferencia de la tendencia en el resto de Europa que es la de privatizar la propiedad y gestión de los aeropuertos”<sup>24</sup>*

<sup>24</sup>Proecuator

**Gráfico N° 6**  
**De los puertos de España**



**Fuente:** Proecuador.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q.

Por tráfico, el que más mueve es Algeciras, pero gran parte de su carga es tráfico de escala para otros destinos (por su ubicación geográfica). Tiene además una gran refinería, que supone un tráfico cautivo. El movimiento de mercancías de Valencia es el más relevante a escala nacional. Barcelona tiene las mismas características que Valencia, pero siempre va un poco por detrás. Bilbao es similar a Valencia y Barcelona pero a una escala mucho menor, en cambio también tiene refinería, como Algeciras, lo que incrementa mucho el tráfico.

El grupo de puertos de las Islas Canarias es especial por su insularidad, son bastantes, pero Las Palmas (más grande) y Tenerife (con refinería) forman un conjunto importante.

#### 4.4. Población.

La población de España es de 46, 754,784 habitantes, es el país número 27 en comparación al mundo por su población.

## 4.4.1. Principales productos de exportación

**Cuadro N°4**  
**Principales productos de exportación de España**

Código	Descripción del producto	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012
TOTAL	Todos los productos	279231468	223132208	246265330	298170964	285936446
'87	Vehículos automoviles,tractores,ciclos,demasvehic.terrestres,suspart	53735705	40716929	43033406	50396697	42223161
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	22350414	17554499	18230393	22108200	22672205
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilacion	18276265	10151161	12520437	22117237	21150347
'85	Maquinas, aparatos y material electrico,sus partes; aparatos de grabación	18444915	14280026	15653692	17907773	16270638
'99	Materias no a otra parte especificadas	6396738	5774350	6763571	9454004	12659079
'30	Productos farmacéuticos	10610235	10306763	11100623	11523309	11999787
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	10183745	7904816	9802677	11333326	10545878
'72	Fundición, hierro y acero	11960046	6630950	8858454	10585681	9406640
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	7389142	6845420	7177328	7677550	8059034
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	7759928	5367766	6112098	7751548	7146990
'07	Legumbres y hortalizas,plantas,raices y tubérculos alimenticios	5527641	5539207	5296571	5474086	5591478
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	4170227	3753141	4219196	5068371	5435832
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	682977	998504	2213134	4803294	5023706
'02	Carne y despojos comestibles	4157352	3710713	3810020	4744228	4920312
'29	Productos químicos orgánicos	5029119	4080193	4990050	5129464	4716045
'22	Bebidas, liquidos alcohólicos y vinagre	3988923	3750362	3642264	4389967	4697537

**Fuente:** TradeMap.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q./2013

En el anterior cuadro se describe los principales productos de exportación de España hacia el mundo con el valor de exportación de cada producto desde el 2008 hasta el 2012.



## 4.5. Principales productos de importación

**Cuadro N° 5**  
**De principales productos de importación de España**

Código	Descripción del producto	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012
TOTAL	Todos los productos	418728300	287501636	315547199	362834519	325835176
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilacion	81329148	47359063	58231989	77663165	79663200
'87	Vehículos automoviles,tractores,ciclos,demasvehic.terrestres,suspart	48242259	29794537	30575037	35992168	28248480
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	41794629	27756278	28627595	29597551	25515542
'85	Maquinas, aparatos y material electrico,sus partes; aparatos de grabación	41503239	25299697	27079079	27190811	21710707
'30	Productos farmacéuticos	14479884	15721668	14677231	15035763	14342225
'72	Fundición, hierro y acero	16869625	7425246	10473110	12533890	9967819
'29	Productos químicos orgánicos	10659696	8351086	9016788	10091301	9852779
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	12325420	9174047	10014951	10872449	9532619
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	8056059	6252272	7108831	8101047	7073830
'90	Instrumentos, aparatos de optica,fotografia,cinematografia,medida,contr	7568845	6629369	6747831	7054829	6294592
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto	6774369	6366341	6193759	7472296	6174052
'38	Misceláneos chemical productos.	4551612	3887170	4545323	5824261	5321451
'03	Pescados y crustaceos, moluscos y otros invertebrados acuaticos	6401189	5175851	5679836	6273345	5287144
'26	Minerales, escorias y cenizas	4532131	3112608	4444145	6120669	5193827
'40	Caucho y manufacturas de caucho	4572248	3412171	4040614	5528833	4607433
'48	Papel,carton;manufact. de pasta de celulosa,de papel/de cortón	5579327	4418747	4466452	4884770	3973393
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	7211125	4520385	4070941	4532234	3870011
'10	Cereales	3792729	2834727	2397595	3406809	3824202
'94	Muebles;mobiliariomedicoquirurgico;articulos de cama y similares	5301387	3658554	4123975	3955750	3153377

**Fuente:** TradeMap

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Quezada /2013

En el presente cuadro se establecen los principales productos que España importa de diferentes mercados, con sus valores, durante el periodo 2008-2012

#### 4.5.1. Principales socios comerciales

“Los principales socios comerciales de España son los países de la UE-27, donde se concentra un 66,4% de las exportaciones totales y un 52,8% de las importaciones, seguidos de Asia y África (en los que se concentran el 7,7% y el 5,3% de las exportaciones y el 19,8% y 9% de las importaciones respectivamente),”<sup>25</sup> desbancando a América Latina (salvo en exportaciones) y América del Norte en el puesto que tradicionalmente venían ocupando estos territorios como principales socios comerciales de España fuera de la UE.

#### 4.5.2. Balanza Comercial del Ecuador

**Cuadro N° 6**  
**Balanza Comercial.**

BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR			
AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
2008	18.489.786	17.608.949	880.837
2009	13.863.058	14.096.904	(233.846)
2010	17.489.928	19.468.655	(1.978.727)
2011	22.322.353	23.009.547	(687.194)
2012	23.898.734	24.041.538	(142.804)
<b>TOTAL</b>	<b>96.063.859</b>	<b>98.225.593</b>	<b>(2.161.734)</b>

**Fuente:** Banco Central.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q/2013.

En el año 2008 la balanza comercial tuvo un superávit de 880.838 miles de dólares americanos, ya para el 2012, registró un saldo deficitario de 142.804 miles de dólares americanos.

<sup>25</sup><http://www.investinspain.org>

**Cuadro N° 7**  
**Balanza comercial del Ecuador petrolera y no petrolera.**

BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR PETROLERA Y NO PETROLERA			
AÑOS	PETROLERA	NO PETROLERA	SALDO
2008	11.720,59	7.097,74	4.623
2009	6.964,64	6.898,42	66
2010	9.673,23	7.816,70	1.857
2011	12.944,87	9.377,49	3.567
2012	13.791,93	10.106,81	3.685
<b>TOTAL</b>	<b>55.095</b>	<b>41.297</b>	<b>13.798</b>

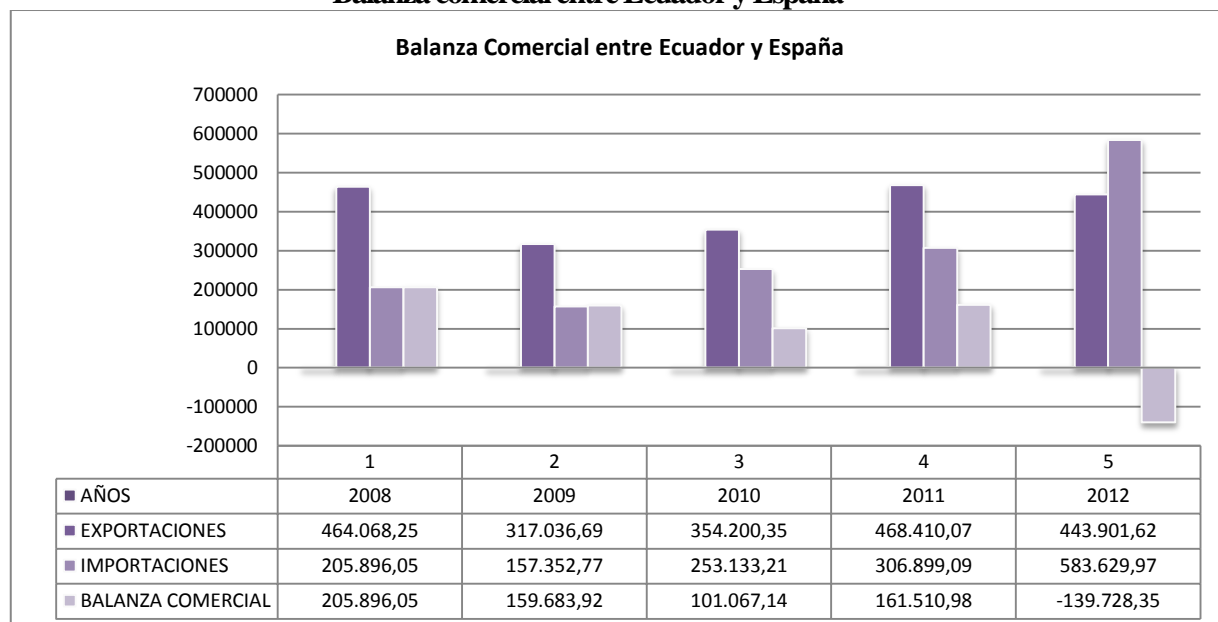
**Fuente:** Banco Central.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q.

En el año 2008 la balanza comercial petrolera y no petrolera tuvo un superávit de 4623 miles de dólares americanos, ya para el 2012 registró un saldo de 3685 miles de dólares americanos.

#### 4.5.3. Comercio Bilateral Ecuador España; según valores Fob.

**Gráfico N°7**  
**Balanza comercial entre Ecuador y España**



**Fuente:** Banco Central/ Funcionario Jorge Mora

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q./2013

El Ecuador ha exportado 429 subpartidas hacia España en el año 2011, en su mayor medida Conservas de pescado, Camarones, Atunes y Rosas, representando el 80% del total en lo exportado en este año.

La balanza Comercial Ecuador –España se ha mantenido favorable para el Ecuador desde el 2008 hasta el 2011, en el 2012 hay un déficit en la balanza comercial con \$-139728.35 ya que hubo más importaciones que exportaciones

#### 4.5.4. Balanza Comercial

**Cuadro N°7**  
**Balanza comercial de España.**

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA COMERCIAL
2007	251.847.295	388.299.645	-136.452.350
2008	279.602.103	419.180.033	-139.577.930
2009	221.348.640	285.813.234	-64.464.594
2010	248.434.874	319.328.647	-70.893.773
2011	299.392.222	365.884.166	-66.491.944
2012	286.310.611	325.832.965	-39.522.354

**Fuente:** ICEX/ España Importaciones e Inversiones.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q./2013

España ha mantenido déficit comercial en los últimos 7 años. En el período 2007–2013 hasta el mes de Abril. Las importaciones siempre han sido mayor que las exportaciones.

#### 4.6. Exportaciones del Ecuador hacia el mundo según la partida 1207.00.99.00

**Cuadro N°8**  
**Exportaciones del Ecuador hacia el mundo según la partida 1207.00.99.00**  
**TM**

PAIS	2008	2009	2010	2011	2012
USA	41.1	-	170.7	189.75	216
CHILE	5.01	-	-	20	-
HAITI	4.95	-	-	-	-
COLOMBIA	29.93	36.8	27.35	-	5.8
DINAMARCA	-	-	96	90	141.28
ESPAÑA	-	-	10.02	-	-
NUEVA ZELANDA	-	-	4	2	-
ITALIA	-	-	3	-	-
COREA DEL SUR	-	-	2	-	-
FILIPINAS	-	-	2	-	-
HONG HONG	-	-	1	3	-
PERU	-	-	-	90.91	65.8
EMIRATOS ARABES	-	-	-	18	-
ARGENTINA	-	-	-	14.2	-
JAPON	-	-	-	3.11	3
TAIWAN	-	-	-	2	-
AUSTRALIA	-	-	-	-	72
CANADA	-	-	-	-	12

**Fuente:** Banco Central.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño/ 2013

Este cuadro refleja la exportaciones de semillas oleaginosas pero no especifica el Sacha Inchi, según mi investigación” El 100% de Sacha Inchi está dirigido al mercado de Perú, pero la partida hasta la actualidad hemos exportado a Italia, Colombia, Argentina entre otros.

##### 4.6.1. Producción Mundial del Sacha Inchi.

Su producción es originaria en la selva amazónica del Perú, en los últimos años su producción se ha expandido hacia Colombia y Ecuador.

## 4.6.2. Importaciones de Ecuador de la partida 12.07.99.99.00

**Cuadro N°9**  
**Importaciones de Ecuador de las demás semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantados. Correspondiente a la partida 12.07.999900 según su volumen TM**

	2008 FOB	2009 FOB	2010 FOB	2011 FOB	2012 FOB
COLOMBIA	168.08	-	-	-	-
USA	0.11	-	-	-	15
TOTAL	168.19	-	-	-	15

**Fuente:** Banco Central.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q./2013

El sacha Inchi se encuentra en la subpartida arancelaria 1207.99.99.00 y tiene registros por el Banco Central en cuanto a las importaciones de semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantados pero sin especificar del Sacha Inchi.

## 4.7. Proyección de las exportaciones en toneladas, hasta el año 2018 desde Ecuador hacia España.

Para determinar la proyección de las exportaciones hasta el año 2018 se tomará la cantidad en toneladas exportadas de los años 2011 y el 2012 y aplicaremos la Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA).

**Cuadro No 10**  
**TCPA**

AÑOS	TONELADAS SACHA INCHI	PORCENTAJE
2013*	150,00	15,33%
2014*	173,00	
2015*	186,26	
2016*	200,54	
2017*	215,92	
2018*	232,47	

**Elaborado por:** Johana Pazmiño/2013

La tasa de crecimiento anual fue de 15.33% del 2013 al 2018 indican un incremento en el volumen de las exportaciones, es decir, existirá una alta demanda del Sacha Inchi hacia el mercado de España. Esta proyección indica que el presente proyecto resultara factible

#### 4.7.1. Importación del de la partida 1207.99.99.00 desde el mundo..

**Cuadro No 11**  
**Importación del de la partida 1207.99.99.00**

Importadores	valor importada en 2008	valor importada en 2009	valor importada en 2010	valor importada en 2011	valor importada en 2012
Mundo	557779	560262	591089	645571	
Estados Unidos de América	89254	77231	60014	71082	79537
Austria	22915	39104	40586	51982	
República de Corea	32093	36063	34776	42430	40566
España	<b><u>16630</u></b>	<b><u>20133</u></b>	<b><u>26714</u></b>	<b><u>31143</u></b>	
México	29725	25570	18856	16718	
Canadá	14502	14471	12712	15094	15607
Brasil	5207	6840	9018	13877	6921
China	11125	11423	7325	12617	7009
Francia	7219	7296	9045	11464	8328
Suecia	7107	5598	9887	10658	
Italia	8200	9099	10057	7550	

**Fuente:** Trademap

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 4.8. Metodología para cuantificar la demanda.

##### 4.8.1. Cálculo de Consumo Nacional Aparente.

El Consumo Nacional Aparente (CNA), es un indicador que determinara el volumen del producto que se orienta al mercado interno. Resulta de sumar las importaciones a la producción nacional restándole las exportaciones, para el siguiente análisis los valores están tomados en miles de dólares.

La formula es:

$$\text{CNA} = \text{P} + \text{M} - \text{X}$$

P= producción

M = Importaciones

X= exportaciones

**Cuadro No12**  
**Consumo nacional aparente en T.M**

AÑOS	PRODUCCIÓN NACIONAL	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CNA
2008	0,00	29822,0	5837,0	23985,00
2009	0,00	36991,0	2815,0	34176,00
2010	0,00	45417,0	1399,0	44018,00
2011	0,00	56503,0	1895,0	54608,00
2012	0,00	44071,0	3653,0	40418,00
2013	0,00	49494,5	3891,8	45602,66
2014	0,00	55585,4	4146,2	51439,13
2015	0,00	62425,8	4417,3	58008,52
2016	0,00	70108,0	4706,0	65401,99
2017	0,00	78735,7	5013,7	73721,98
2018	0,00	88425,1	5341,5	83083,59

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

El consumo aparente de la población española para el 2013 sería de 45602.66 TM lo cual nuestra producción exportada para el 2013 sería el 150 TM Lo cual abasteceríamos al 0.32% de la población de España.

#### 4.8.2. Proyección de la Población de España.

La Proyección a corto plazo de la Población elaborada por el Instituto Nacional de Estadística(España) bajo los supuestos de natalidad, mortalidad y saldo migratorio que luego se mencionan, prevé una desaceleración de la tasa de crecimiento de la población de España, desde el 1,8% anual registrado en 2007 hasta el 0,7% en 2010. Posteriormente, y hasta 2018, se prevé una estabilización de dicha tasa.



**Cuadro N°13**  
**De proyecciones de la población de de España.**

AÑOS	POBLACION DE ESPAÑA	PORCENTAJES
2008	45283259	
2009	45865740	1,29%
2010	46256319	0,85%
2011	46597205	0,74%
2012	46949657	0,76%
PROYECCION		
2013	47375866,68	SUMA
2014	47805945,49	3,6%
2015	48239928,57	TCPA
2016	48677851,36	0,9%
2017	49119749,61	
2018	49565659,42	

**Fuente:** INE/ España.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 4.8.3. Consumo Per-Cápita Proyectado.

Para obtener el consumo por habitante, es necesario realizar la división del Consumo Aparente para el número de habitantes por año.

**CuadroN°14**  
**Del consumo nacional aparente per-cápita**

Años	POBLACION PROY.	C.A PROY T.M	C. A . PROYC. PERCAPITA. KG
2013	47375866,68	45602,66	0,96
2014	47805945,49	51439,13	1,07
2015	48239928,57	58008,52	1,2
2016	48677851,36	65401,99	1,3
2017	49119749,61	73721,98	1,5
2018	49565659,42	83083,59	1,6

**Fuente:** INE/ España e Investigacion de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

El consumo aparente per- cápita por persona es de 0.96kg para el 2013, y 1.6kg para el 2018.

#### 4.8.4. Consumo Recomendado per-cápita.

Este índice nos permitirá obtener la demanda insatisfecha al establecer la diferencia con el consumo per-cápita. El consumo recomendado de maní es de 3Kg/habitante.

Con los datos obtenidos anteriormente y los datos del consumo recomendado podemos calcular la probable demanda potencial insatisfecha en el futuro, como lo vemos a continuación en la siguiente tabla.

**Cuadro N° 15**  
**Del consumo recomendado per-cápita proyectado / Demanda insatisfecha.**

AÑO	C. A . PROYC. PERCAPITA. KG	C. RECOMENDADO PERCAPITA. KG	DEMANDA INSATISFECHA/ HAB
2013	0,96	1,5	0,54
2014	1,07	2,0,5	0,93
2015	1,2	2,5	1,3
2016	1,3	3,0	1,7
2017	1,5	3,5	2,0
2018	1,6	4,0	2,4

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

La demanda insatisfecha una vez proyectada nos da como resultado un crecimiento anual en la misma. Como podemos analizar que para el 2018 tendremos una demanda insatisfecha por habitante de 1.4 kg.

#### 4.9. Demanda.

Representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

*“El cambio mostrado en la evolución de la demanda nacional ha sido compartido por sus dos principales agregados, la formación bruta de capital fijo y, especialmente, el gasto en consumo final.”<sup>26</sup>*

En efecto, el gasto en consumo final de los hogares desacelera su crecimiento este trimestre hasta el 1,4%. Aunque este cambio de trayectoria es mostrado tanto por el consumo de bienes como por el de servicios, el componente que ha tenido un comportamiento más negativo ha sido el ligado a los bienes duraderos.

#### 4.9.1. **Demanda exterior**

La contribución de la demanda exterior neta de la economía española al PIB trimestral se incrementó en siete décimas, pasando de 0,3 a 1,0 puntos. Tanto las exportaciones como las importaciones de bienes y servicios se desaceleran en este trimestre, si bien de forma más intensa en el caso de las importaciones.

Las exportaciones de bienes y servicios desaceleraron su crecimiento, del 11,6% al 8,7%, acorde con la moderación de la demanda nacional de los países a los que se destinan estas exportaciones, fundamentalmente, de la Unión Europea. En el caso de la exportación de bienes, las tasas de crecimiento alcanzaron el 10,4% y en la de servicios no turísticos, el 5,4%. Finalmente, el gasto turístico de los no residentes se incrementó notablemente, desde el -0,9% hasta el 5,4%, dato positivo que no se producía desde el primer trimestre de 2008.

#### 4.9.2. **Demanda de importaciones.**

Por último, las importaciones de bienes y servicios también desaceleran su crecimiento interanual, del 9,3% al 3,9%. Al igual que en las exportaciones, el componente de bienes fue el más dinámico (5,6%), mientras que las importaciones de servicios no

---

<sup>26</sup> Banco de España.

turísticos retrocedieron un 2,5% y el gasto de residentes en el resto del mundo aumentó un 5,2%.

#### 4.10. 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.

En el análisis desde la óptica de la oferta, se observan comportamientos diferentes en la evolución del valor añadido de las diferentes ramas de actividad.

##### 4.10.1. Producción de España

###### 4.10.1.1. Producción Industrial

“Esta variable da el porcentaje de incremento anual en la producción industrial (incluye manufactura, minería y construcción).”<sup>27</sup>

**Grafico No 9**  
**Tasa de crecimiento de la producción nacional.**



Country	1999	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
España	2.7	4.5	1.2	1.6	3	0.7	0.6	3.1	-2.3	-10.2	-2	-1.4

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada./2013

<sup>27</sup>Trademap.

#### 4.10.1.2. Producción de Petróleo

“Esta cifra es la cantidad total de petróleo producido en barriles por día. La discrepancia entre la cantidad de petróleo producido y / o importado y la cantidad consumida y / o exportada se debe a la omisión de cambios en el inventario, ganancias de refinería, otros factores.”<sup>28</sup>

#### 4.11. La muestra.

Las familias de Madrid – España, constituyen la población en estudio para determinar la demanda potencial. *“El cálculo de los hogares, se hizo tomando en cuenta el promedio de miembros que conforman una familia en este país, es el de 1.91 hijos por pareja”* la tasa de pobreza es de 21,8%, es decir, una de las más elevadas de la Unión Europea

##### 4.11.1. Encuestas, Tabulación e interpretación de las encuestas realizadas en Madrid-España.

Después de realizar encuestas en Madrid-España, se procede a tabular e interpretar las respuestas obtenidas.

---

<sup>28</sup>TRADEMAP.

### 1.- ¿Conoce usted el Sacha Inchi?

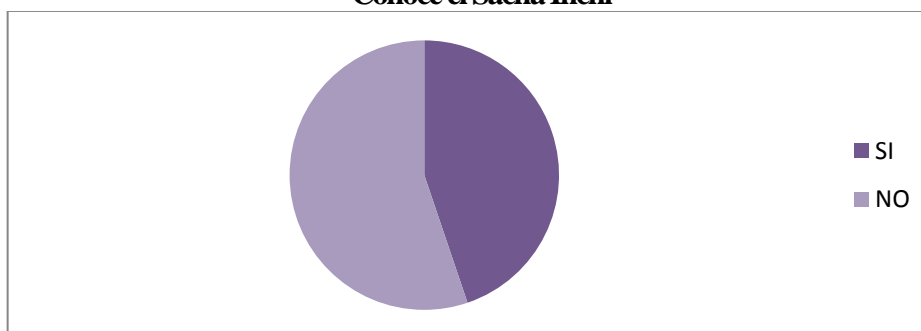
**Cuadro No 16**  
**Conoce el sachá inchi**

CONOCE EL SACHA INCHI		
ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	56	45%
NO	69	55%
TOTAL	125	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

**Gráfico N° 12**  
**Conoce el Sacha Inchi**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño/2013

El 45% de la población en Madrid-España asegura conocer el Sacha Inchi y un 55% no lo conoce realmente, lo cual determina un factor no favorable para la exportación del producto dentro del país, demostrando un desconocimiento de este producto por parte de la población, un producto que es importado en grandes cantidades para ser manufacturado como aceite.

## 2.- ¿De qué manera consume usted el Sacha Inchi?

**Cuadro No17**  
**Como consume el sacha inchi**

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
POSTRES	0	0%
COMIDAS	15	26%
MEDICAMENTOS	2	3%
COSMETICOS	39	71%
TOTAL	56	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

**Gráfico N° 13**  
**Como consume usted el sacha inchi**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

La población en Madrid -España que conoce el Sacha Inchi el 0% lo consume en postres, para un escaso 3% que lo consume como un producto medicinal, en base a sus características aptas para la salud, sin dejar atrás que un 26% lo consume diariamente en sus comidas, destacando que son los migrantes del medio Oriente quienes lo consumen diariamente. Y un 39% en cosméticos, Ya que en Madrid existen grandes empresas de cosméticos.

### 3- ¿Con qué frecuencia compra usted el Sacha Inchi?

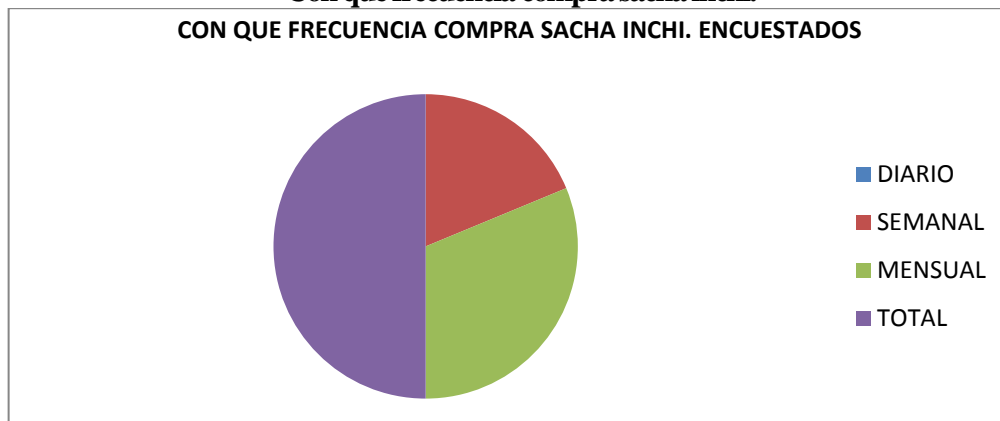
**Cuadro N°18**  
**¿ Con que frecuencia compra sachá inchi?.**

CON QUE FRECUENCIA COMPRA SACHA INCHI.		
	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DIARIO	0	0%
SEMANTAL	21	40%
MENSUAL	35	60%
TOTAL	56	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada /2013.

**Gráfico N° 14**  
**Con que frecuencia compra sachá inchi.**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/ 2013

Notablemente el 45% de la población que conoce el Sacha Inchi respondieron que lo consumen mensualmente



#### 4 ¿Cuáles son las características principales que toma usted en cuenta al momento de adquirir el Sacha Inchi?

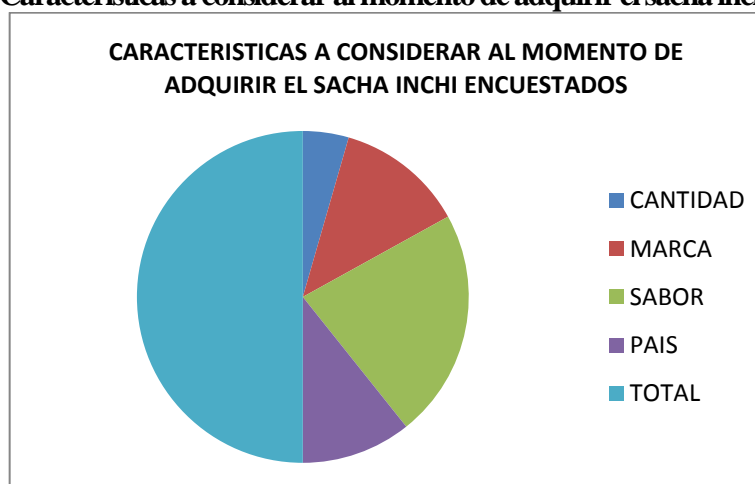
**Cuadro N° 19**  
**Características a considerar al momento de adquirir el sacha inchi**

CARACTERÍSTICAS A CONSIDERAR AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL SACHA INCHI		
ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
CANTIDAD	5	8,9%
MARCA	14	25,0%
SABOR	25	44,6%
PAIS	12	21,4%
TOTAL	56	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño /2013.

**Gráfico N15°**  
**Características a considerar al momento de adquirir el sacha inchi.**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño/ 2013

Tomando en cuenta que el Sacha Inchi se caracteriza principalmente por su exquisito sabor, la población en Madrid -España con un 44% demuestra lo que más les agrada del producto al momento de consumirlo, pero con un 25% de los encuestados demuestra que la marca sigue siendo una parte fundamental para la distribución, en la cual el 21% se fija en la procedencia del producto (país de origen) y un 8.9% en la cantidad de distribución.

## 5- ¿En qué presentación adquiere el Sacha Inchi?

**Cuadro N20°**  
**Presentación con la que adquiriría el sachá inchi**

PRESENTACION CON LA QUE ADQUIRIRIA EL SACHA INCHI		
ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
AL GRANEL	12	21,4%
EMBASE	9	16,1%
ACEITE	32	57,1%
MOLIDO	3	5,4%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Johana Pazmiño/ 2013

**Gráfico N° 16**  
**Presentación con la que adquiriría el sachá inchi.**



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Johana Pazmiño/ 2013

El 54% de los encuestados demuestran que les gustaría consumir este productos en aceite por su composición química, un segundo lugar con un 21,4% no tienen ningún problema en consumirlo al granel, el 16,1% les gustaría en embaces, y un escaso 5,4% les gustaría molido lo que se estimaría que sería para consumo en te.

## 6.- ¿Sabe dónde se ubica Ecuador?

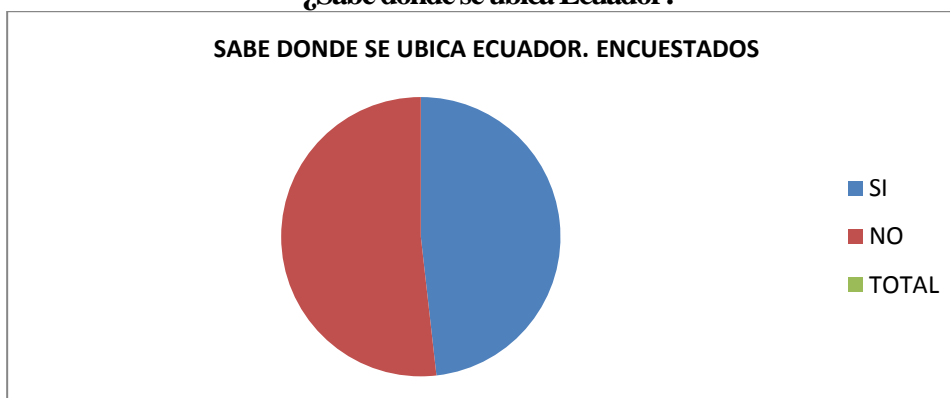
**Cuadro N° 21**  
**Sabe dónde se ubica Ecuador**

SABE DONDE SE UBICA ECUADOR.		
ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	27	48%
NO	29	52%
TOTAL		100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/ 2013

**Gráfico N°17**  
**¿Sabe dónde se ubica Ecuador?**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño/ 2013

De los 56 encuestados, 27 personas de Madrid- España sabe dónde está ubicado mientras 29 personas no saben dónde está ubicado, esto da como iniciativa para emprender este proyecto.

Las encuestas reflejan que es factible la exportación del Sacha Inchi a Madrid España, demostrando que un 45% conoce el Sacha inchi dentro de ello el 71% lo utiliza en cosméticos, lo que demuestra que lo compra será mensualmente y de una a dos libras. Los consumidores caracterizan el Sacha Inchi por su sabor y su alto nivel de omega.

#### 4.12. Determinación de la Oferta Exportable

Para determinar la oferta exportable del proyecto debemos tener en cuenta y asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. Además, analizaremos la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. La oferta exportable estará basada en tres puntos fundamentales:

- **Disponibilidad de producto:** La empresa debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo. El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua. De igual modo, el producto debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo.

- **Capacidad económica y financiera de la empresa:** La empresa debe contar con los recursos económicos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa no cuenta con posibilidades de solucionar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.

- **Capacidad de gestión:** La empresa debe desarrollar una cultura exportadora, con objetivos claros y conocimiento de sus capacidades y debilidades.

##### 4.12.1. Comercialización Internacional

“Se define como *comercio internacional* o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas”<sup>29</sup>.

Para la comercialización internacional se debe tomar en cuenta la COPCI y la ley de facilitación para el transporte a emplearse para la exportación del Sacha Inchi.

---

<sup>29</sup>SENAE.

#### 4.12.2. Requisito para ser exportador

Para obtener el registro como exportador ante la Aduana, se deberá gestionar previamente el RUC en el Servicio de Rentas Internas y presentar la constitución de la empresa, una vez realizado este paso se deberá:

- a) Registrar los datos ingresando en la página: *www.aduana.gob.ec* y enviarlo electrónicamente.
- b) Llenar la Solicitud de **Concesión/Reinicio de Claves** que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENA, firmada por el Exportador o Representante legal de la Cía. Exportadora. Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.
- c) Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación.

#### 4.12.3. Declaración de Exportación

Para la declaración de exportación deberá llenar el formulario “Declaración Aduanera de Exportación” en el que todas las exportaciones deben ser presentadas, siguiendo las instrucciones contenidas en el “Manual de Despacho Exportaciones”, para ser presentada en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos que acompañen a la misma.

#### **Documentos de Acompañamiento para la Declaración de Exportación**

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando proceda).
- Certificado de Origen. (cuando proceda)

- Documento de Transporte.
- Orden de Embarque impresa

#### 4.12.4. Trámites para la Exportación<sup>30</sup>

El trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

##### 4.12.4.1. Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez aceptada la Orden de Embarque por el ECUAPAS, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

##### 4.12.4.2. Fase de Post-embarque

Se presenta la DAE definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, en un plazo no mayor a 30 días hábiles posteriores al embarque de las mercancías.

---

<sup>30</sup> [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

Previo al envío electrónico de la DAE definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El ECUAPASS, validará la información de la DAE contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el número de refrendo de la DAE.

Numerada la DAE, el exportador o el agente de aduana deberán presentarla ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía junto con los documentos que acompañan a la misma.

Se deberá considerar que la norma contempla que hasta que esté listo el nuevo sistema informático, la DAE de exportación y sus documentos de acompañamiento y soporte deben ser entregados físicamente dentro del término de 15 días posteriores a la aceptación electrónica a la administración aduanera correspondiente.

#### **4.13. Nomenclatura arancelaria**

##### **4.13.1. Sistema Armonizado de España.**

Toda la gama de productos que se fabrican en cualquier parte del mundo está concentrada en un documento, elaborado bajo los auspicios del Consejo de Cooperación Aduanera, llamado “Sistema Armonizado” (SA), a la nomenclatura que comprende los capítulos, partidas, subpartidas arancelarias, y las reglas de interpretación, su nombre completo es “Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías” (SA); ello ha facilitado un lenguaje común entre todos los países que realizan operaciones comerciales.

#### 4.13.2. Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria es la tarea de identificar cual es el código de cada mercadería, según ciertos criterios y reglas, en base a la clasificación se define el tratamiento aduanero que debe recibir cierto producto, esta clasificación fue realizada por el Eco Sergio Apolo( clasificador de Rocalvi/ Grupo Calderon)

**Cuadro N°22**  
**Clasificación arancelaria**

<b>Sección II :</b>	<b>PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL</b>
<b>Capítulo 12 :</b>	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje
<b>Partida Sist. Armonizado 1207 :</b>	Las demás semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantados
<b>SubPartidaSist. Armoniz. 1207.99 :</b>	- - Los demás:
<b>SubPartida Regional :</b>	
<b>Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 1207.99.99.00-0000 :</b>	
<b>Codigo Producto Nacional (TNAN) 1207.99.99.00-0000-0000 :</b>	

**Fuente:** SEANE/ ECO. SERGIO APOLO

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/ 2013

#### 4.13.3. Requisitos generales de acceso al mercado para exportar a Madrid-España

Son exigibles para presentar ante aduana los siguientes documentos.

- a) **Envíos Comerciales** Original y copia de la factura comercial indicando el Incoterms, plazo de venta, valor.
- b) **Certificado de Origen:** Para los envíos que excedan el valor de 60.10 Euros y 20 Kg, por paquete.
- c) Documentos de transporte que indiquen: Datos completos del remitente, teléfono, tipo, marcas y numeración de los paquetes, pesos.



d) Licencia de Importación: Para envíos que excedan el valor de 60. 10 Euros y 20 Kg porpaquete. Contrato compra venta aunque sea poco utilizado, es conveniente elaborarlo como elemento definidor en caso de partes con legislaciones distintas:

- Factura proforma
- Lista de empaque
- Pólizas de seguro de transporte
- DAU declaración de aduana cuando el valor excede los 10,000 euros

#### 4.13.4. **Incoterms 2000, 2010. Los más utilizados**

El Incoterms más utilizado para las exportaciones de Ecuador hacia España es el FOB, y para las importaciones desde España es el CIF

#### 4.13.5. **Régimen de Muestras**

Se deben cumplir los siguientes requisitos:

Presentar la factura, la cual debe especificar que el valor es solamente para efectos de aduana, sin valor comercial sujeta a negocio, que dicho valor no va a ser cobrado ya que en realidad es gratuito. La aduana decidirá si amerita o no del Ministerio de Industrias y Productividad una licencia de importación “sin divisas en compensación”.

#### 4.13.6. **Documento exigible**

El envío de muestras a España deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Especificar que son mercaderías sin valor comercial, que sean en pequeñas cantidades y que no se consideren sujetas a negocio. Las importaciones de muestras con valor comercial se admiten temporalmente, bajo un monto de garantía el cual será rembolsado en el momento de reexportar la mercancía, en el término máximo de un año.

#### 4.13.7. Transporte de muestras sin valor comercial

Por su pequeña cantidad o volumen generalmente se envían muestras a través de la vía aérea.

#### **Tiempos de nacionalización**

Nacionalizar una mercancía es pagar todos los aranceles y tasas en el país importador y demás requerimientos.

#### **Exportación**

Número de documentos para exportar: 6

Número de días para exportar: 9

#### **Importación**

Número de documentos para importar: 8

Número de días para importar: 10

#### **Documentos:**

Factura comercial

Documento de transporte

Lista de empaque

DAE, DAI

Certificado EUR 1

Certificado sanitario y fitosanitario

Documento de transporte comunitario interno

Tratamiento de embalaje de la madera

## **Empaque, embalaje y etiquetas ,Generalidades y Tendencias**

El etiquetado de los productos es obligatorio y proviene directamente de los derechos del consumidor: Derecho a la seguridad y derecho a la información. Una de las funciones más importantes del etiquetado es identificar el responsable del producto, que puede ser el fabricante, el distribuidor, el vendedor, el importador o incluso el marquista.

### **Datos generales de las etiquetas**

En las etiquetas siempre debe constar:

- El nombre genérico del producto
- La identificación del responsable del producto, es decir, los datos del fabricante, distribuidor, vendedor, importador o marquista. Es un requisito necesario para saber a quién se puede reclamar Las instrucciones de uso y la advertencia de riesgos previsibles; el etiquetado alimentario; la etiqueta de los productos alimentarios debe estar presente en el envase y no debe inducir a error al consumidor. Los datos de las características del producto, el origen, la composición, la forma de obtención y la caducidad deben ser muy claros. No se permite atribuir al producto alimentario propiedades que no tengan, de tipo terapéutico (salvo algunas excepciones), ni destacar propiedades especiales si todos los productos de su tipo las tienen.
- La etiqueta de los productos alimentarios debe indicar, como mínimo:

La denominación de venta del producto; los ingredientes y el peso que tienen en el producto, en orden decreciente; el porcentaje de alcohol, si su volumen supera el 1,2% la fecha de duración mínima o fecha de caducidad de los productos muy perecederos; el peso o la cantidad neta en la mayoría de productos envasados (l, cl, ml, kg, g...). Las condiciones de obtención y de tratamiento del producto (si contiene ingredientes modificados genéticamente o irradiados, productos envasados en atmósfera protectora...); las condiciones especiales de conservación y utilización; la manera de

consumir el producto; la identificación del lote del producto; el país de origen del producto cuando sea de fuera de la Unión Europea; la identificación de la empresa (nombre, razón social o denominación del fabricante o envasador) o el de un vendedor establecido en la Unión Europea con su domicilio. En algunos productos, como las frutas envasadas, debe indicarse el número de registro sanitario del envasador; el código de los aditivos. Actualmente no es necesario incluir el nombre completo de los aditivos, pero próximamente existirá la obligación de detallar las sustancias que puedan ser perjudiciales para determinadas enfermedades o alergias de los consumidores (azúcar, gluten, etc.)

#### 4.13.8. **Barreras de acceso**

##### **Normativa sanitaria y fitosanitaria, institución que autoriza, tiempos, requisitos**

La Unión Europea presiona, cada vez más, en materia de comercio exterior, para que sus suplidores se ajusten a estándares relacionados con medio ambiente y responsabilidad ética empresarial, además de suscribir un gran número de acuerdos internacionales relacionados con materias como la lucha contra el lavado de dinero, la certificación del origen de determinados bienes provenientes de zonas de conflicto, y otros temas que, bajo la presión de las Organizaciones No Gubernamentales, afectan la sensibilidad de los ciudadanos. Además, la Comisión Europea se guarda el derecho de “vigilar” las importaciones para que no se irrespeten las normativas comunitarias. Evidentemente, el conjunto de legislación es extenso y debe analizarse cada caso para tener una idea cierta de cuáles son las medidas para-arancelarias aplicables. Además de las legislaciones de la Unión Europea existen otras fuentes de normas que tienen un carácter particular, es decir, independiente de la normativa oficial, pero válidas entre particulares, como veremos más en adelante.

#### 4.13.9. Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios

“En el marco de la legislación de la Unión Europea (UE), existe una serie de regulaciones de carácter general, que aplican a todos los productos alimenticios sin importar si son frescos o procesados”<sup>31</sup>. A continuación se presentan los puntos claves de la legislación europea respecto a la importación de productos de carácter agroalimentario:

##### **Higiene Alimentaria:**

Para mejorar el nivel de higiene de los alimentos y garantizar la protección de la salud pública y la inocuidad de los productos alimenticios que circulan dentro de la Comunidad, la UE, por medio de la Directiva CE 43/1993, estableció que la preparación, transformación, fabricación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación y venta o suministro de los productos alimenticios deberá realizarse de manera higiénica.

#### 4.14. Logística de Transporte y Distribución

##### **Vía Marítima, acceso al mar**

“España cuenta con un excelente acceso al mar, sus costas albergan a más de 53 puertos Internacionales, los principales son: Algeciras, Barcelona, Valencia y Bilbao.

La mayor infraestructura portuaria está ubicada en el Mediterráneo, con tres grandes puertos especializados en el manejo de contenedores, Algeciras, Barcelona, Valencia, mientras que en el Norte del país se encuentra el puerto de Bilbao”<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> [www.senae.gob.ec](http://www.senae.gob.ec)

<sup>32</sup>Proecuator.

- a) **Puertos, nombres, ubicaciones, capacidad de almacenaje, áreas de influencia, calado y conexión con carreteras.**

### **Puerto Bahía de Algeciras**

El Puerto de Algeciras constituye una plataforma muy importante del Mediterráneo Occidental para el transbordo de contenedores.

En 2010 sobrepasó los 70 millones de toneladas en tráfico total y más de 2,8 millones de contenedores. Totaliza más de 10 km de muelles en sus diferentes dársenas, que gestionan todo tipo de tráfico de pasajeros y mercancías.

Se sitúa en un excepcional enclave geoestratégico. En la confluencia entre las principales rutas marítimas del mundo en movimiento de mercancías. Cada año el número total de escalas se incrementa por su excelente calado, ubicación geoestratégica y por la confluencia de las líneas intercontinentales que unen por vía marítima a Europa del norte, América y Asia. La mayoría de los puertos españoles están equipados con plataformas sofisticadas que les permiten dar soporte en cuanto a capacidad de almacenamiento y el manejo de diferentes tipos de mercancía, por ejemplo: servicios como los modernos y avanzados equipamientos para la estiba y desestiba, las novedosas flotas de remolcadores y los equipos calificados para el amarre y desamarre integral de buques, son los más prestados en el puerto de Algeciras.

#### **4.14.1. Puerto de Barcelona**

El puerto conocido como solución de Europa en el Mediterráneo, dispone de dos bocanas, la bocana sur es la más antigua de las dos, aunque sucesivas prolongaciones de los espigones para la ampliación del puerto han ido trasladado su ubicación cada vez más al sur. Tiene 370 m de ancho, y un calado de más de 16 m. La bocana norte ha sido

abierta recientemente para permitir la salida de embarcaciones menores y de recreo sin mezclarlas con el tráfico de grandes barcos de mercancías o de pasajeros, y evitándoles tener que dar un rodeo para dirigirse al norte. Esta segunda y nueva bocana tiene 145 m de ancho y un calado de 11,5 m.

Entre los meses de enero y abril de este año el Port de Barcelona ha manipulado un total de 695.016 TEU, cifra que representa un incremento del 18% respecto al mismo periodo de 2010 Si la carga debe ser llevada desde Barcelona hacia el interior de España 2011, este puerto tiene conexiones con varias autopistas que además de facilitar el transporte dentro de territorio español lo hacen hacia destinos de Europa.

La red interior de ferrocarril cuenta con 19.280 m de vía que enlaza con las líneas generales que van a la frontera francesa y al norte, centro y sur del país, otra parte de los ferrocarriles enlazan con los centros industriales de Sabadell y Terrassa.

#### 4.14.2. **Puerto de Valencia**

Valenciaport es el puerto comercial líder del Mediterráneo occidental en términos de volumen de mercancías contenedorizadas. Durante 2010, 64 millones de toneladas pasaron por los puertos de Valencia, Sagunto y Gandía, los 3 puertos están bajo la administración de Valenciaport, un 10,81 por ciento más que en el ejercicio 2009

De los 3 puertos, el más importante es el puerto de Valencia por la gran cantidad de volumen tanto de exportación como importación que maneja, puede recibir casi cualquier tipo de carga.

El puerto de Sagunto se especializa en productos siderúrgicos, gas y automotores. El de Gandía atiende tráfico convencional y se especializa en el manejo de bobinas y pasta de papel, madera de importación y productos agrícolas de la zona En cuanto a tráfico de contenedores, Valenciaport es el primer puerto comercial de España y se encuentra

entre los diez primeros puertos de Europa y los cincuenta puertos del mundo en el movimiento de contenedores.

El Puerto de Valencia acoge también un tráfico regular de pasajeros con las Islas Baleares e Italia y un emergente mercado de cruceros que en 2010 registró 156 escalas y 253.743 pasajeros.

Para dar soporte a este nivel de actividad, Valenciaport dispone de modernas instalaciones dotadas de equipamiento competitivo en una superficie de unas 600 hectáreas, con más de 12.000 metros lineales de muelle, de los que 4.000 metros tienen calados iguales o superiores a los 14 metros.

Por todo ello, Valenciaport juega un papel relevante en el desarrollo económico de su área de influencia. Se estima que genera, directa o indirectamente, más de 15.000 empleos y actividad por valor de más de 1.100 millones de euros.

#### **4.14.3. Puerto de Bilbao**

Es uno de los centros de transporte y logística más importantes del Arco Atlántico Europeo. Además de su privilegiada situación geográfica ofrece una serie de ventajas indudables: El puerto cuenta con instalaciones modernas y funcionales para todo tipo de mercancías, muelles con grandes calados de, magníficas conexiones terrestres, conexiones ferroviarias a su red de puertos secos:

Azuqueca (Guadalajara), Coslada (Madrid) y Villafría (Burgos).

#### **Líneas navieras que operan en el lugar, tarifas, frecuencias y rutas**

BBC Chartering, CCNI, Marglobal, Evergreen, Transavisa, desde Guayaquil sale transavisa entre otras operadoras del servicio de flete marítimo, el tiempo de tránsito



varía entre 26 días a Valencia 31 a Bilbao y 36 a Barcelona el precio de enviar un contenedor de 20 es aproximadamente USD 1600.00 variable y sujeto a negociaciones y especificaciones.

### **Vía terrestre. Red de carreteras, principales terminales, líneas,**

#### **a) Red de carreteras**

La red de carreteras española está formada por unos 163.577 kilómetros. Esta red comprende autopistas de peaje, autopistas libres, autovías, carreteras de doble calzada y carreteras convencionales. En esta cifra no están incluidos las carreteras y calles en medio urbano, ni las carreteras o caminos agrícolas o forestales.

### **Vía ferroviaria**

#### **a) Red ferroviaria**

La red ferroviaria española tiene 17.074,1 km. La mayor parte de la red ferroviaria de España está gestionada por ADIF, y operada en el ámbito de viajeros por Renfe Operadora, y por otras nuevas empresas en el ámbito mercancías, además de la ya mencionada; las vías estrechas por FEVE y otros en algunas comunidades autónomas (FGC, Euskotren, FGV, SFM).

### **Vía aérea**

España tiene más de 100 aeropuertos, de los cuales 33 son internacionales, los principales son:

Alicante, Barcelona, Madrid-Barajas, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia, y Zaragoza. En la actualidad España invierte en la renovación de infraestructura y servicios de dos de sus más importantes aeropuertos.

**a) Principales aeropuertos, tarifas, frecuencias, líneas y rutas**

**4.14.4. .El aeropuerto de Madrid – Barajas**

El Aeropuerto de Madrid-Barajas (código IATA: MAD, código OACI: LEMD) es un aeropuerto público español gestionado por AENA situado en las inmediaciones de la ciudad de Madrid. El aeropuerto entró en servicio el 22 de abril de 1931, aunque hubo vuelos de prueba en los terrenos donde se asentaría el aeropuerto desde 1928. Es el primer aeropuerto español por tráfico de pasajeros, carga aérea y operaciones, así como el cuarto de Europa por número de pasajeros y undécimo del mundo. El aeropuerto está situado en el noreste de Madrid, en el distrito de Barajas, a 12 kilómetros del centro de la ciudad. Las terminales se localizan en el término municipal de Madrid; pero el campo de vuelos se extiende también por Alcobendas y, en menor medida, por San Sebastián de los Reyes y Paracuellos del Jarama. Además de tener muy buenas conexiones con casi todos los aeropuertos españoles, es el aeropuerto europeo que más conexiones tiene con Hispanoamérica, gracias a que Iberia, la compañía líder entre Europa y América Latina, ha hecho de la T4 su hub. La ruta que une Madrid-Barajas con el Aeropuerto de Barcelona (el conocido como *Puente Aéreo*), fundado por Iberia en 1974 es la ruta entre dos aeropuertos que tiene mayor número de vuelos a la semana de todo el mundo, aunque tras la apertura en 2008 de la Línea de tren de Alta Velocidad Madrid-Barcelona el tráfico se ha reducido notablemente en esta ruta, llegando el tren de alta velocidad a acaparar el 50% del total de pasajeros entre las dos ciudades.

#### 4.14.5. El aeropuerto de Barcelona

Es el segundo aeropuerto de España por su importancia luego del de Barajas en Madrid. El Aeropuerto de Barcelona se encuentra situado al suroeste de la Ciudad Condal, nombre con el cual también se la conoce a la ciudad de Barcelona, entre los términos municipales de El Prat de Llobregat, Viladecans y SantBoi. Está solamente a tres kilómetros del Puerto de Barcelona, uno de los puertos más importantes del Mediterráneo en tráfico de contenedores y líder del mercado de cruceros. Se encuentra, asimismo, cercano al Consorcio de la Zona Franca, uno de los parques industriales y logísticos más importantes de España. El Aeropuerto de Barcelona es una pieza fundamental para la economía de Catalunya y en concreto para los negocios y para la industria turística. Para modernizar y preparar el Aeropuerto de Barcelona para la demanda futura del tráfico aéreo, se han acometiendo importantes actuaciones de infraestructuras y servicios.

#### 4.14.6. Recepción del pedido de Sacha Inchi.

El importador se contacta vía electrónica, o telefónicamente, para solicitar una cotización del producto, la fecha de entrega y si el cliente internacional está de acuerdo con los valores de la cotización se procede a realizar el pedido, enviándole una factura proforma de las mercancías, el mismo que es revisado y coordinado con el área de logística, bajo las siguientes condiciones de compra:

#### 4.14.7. Pedidos mínimos

El establecimiento de compras mínimas para mayoristas es de: 1000 kg. Con fines de snack, aceites o maquillaje.

#### 4.15. Formas de pago

Se puede utilizar varias formas de pago, entre ellas para el proyecto se establece el tipo prepago o pago directo mediante transacción bancaria con cierto porcentaje del valor adeudado para proceder a enviar las semillas y en ciertas ocasiones a través de una carta de crédito irrevocable.

##### 4.15.1. Cantidad (unidad) - Valor Unitario

Por un kg de la semilla aquí en el Ecuador vale 1.50 cntv, sin cascara

##### 4.15.2. Empaque y Almacenamiento

El empaque de las semillas son en fundas de plástico, de 0.095 de largo, 0.078 de ancho, de alto es 0.12 cm En general, donde se detalla el etiquetado, nombre genérico del producto, la denominación de venta del producto, valor proteínico entre otros Tambien dependerá del gusto del cliente.

Las fundas van dentro de una caja de cartón con separadores donde las dimensiones de la caja son de 0.30 cm de largo, 0.25cm de ancho y 0.25cm de alto, las cuales cavarán 18 Unidades en el cartón.

Las medidas del pallet son de 1.20 m de largo 1 metro de ancho y 0.12 cm de alto lo cual cavarán 10 cajas de alto 2 de alto y dos de largo, entonces por pallet existen 40 cajas por pallet.

El contenedor es de 20 pies de largo por 8 pies de anchos, equivalentes a 6.09 m de largo por 2.43 metros de ancho y el peso máximo de su carga es de 28230 kl .

Los cálculos serian;

- 18 Unidades X 40 Cajas que caven en un pallet= 720 UN por pallet.
- 10 Pallet X 40 cajas= 400 Cajas
- 720 Un X 10 Pallets= 7200 Uni.
- El peso de la semilla es de 1 kl X 7200= 7200 KL
- El peso del total de los cartones es de 400 cartones x 0.050 onzas = 20kg.
- El peso del plástico de las semillas es de 0.001 onzas X 7200 Un. = 7.2 kg.
- El peso de los pallets es de 5.5 Kg. X 10 pallets dentro del contenedor = 55 Kg.
- Peso Total de la mercancía es de CARTONES 20 KG + SEMILLAS 7200KL + PLASTICO 7.2 +PALLETS 55KG.= 7282.2 KG.

#### 4.16. Precios de exportación

Cuando se habla de precios de exportación, se toman en cuenta diferentes aspectos: la calidad del producto, el valor del flete, seguro de exportación.

- El valor de Kg de la semilla del Sacha Inchi es de \$ 1.50 usd. X 7200 kg = \$10800 usd
- El valor del Flete por un contenedor de 20pies X 8 pies de ancho via marítima hacia España es de
- El valor del flete de transporte terrestre de Santo Domingo hasta Esmeraldas es de \$360 con la línea de transporte de GRUAS ATLAS.
- El valor del flete es de \$ 1600 USD, dentro de este valor encontramos, basicocceanfreight \$ 290, exportservicecharge \$ 20, handling \$ 140, estándar bunker factor \$1150.
- El seguro es el Valor total de la mercancía más el flete por el 0.01% que sería \$1.95 usd.
- El valor CIF es de \$12401.95usd
- El valor de exportación es de \$2.00 EU. Aquí ya están incluidos los valores del flete seguro entre otros valores de aduana.

#### 4.17. Preparación de documentos previos a la exportación

La persona encargada de comercio exterior o de la logística inicia el proceso de preparación de los documentos de exportación.

##### 4.17.1. Lista de Empaque - PackingList

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

##### 4.17.2. Factura Proforma

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador
- Nombre,
- Dirección
- Teléfono
- Factura Pro Forma N°

- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterms.
- Plazo de validez.
- Firma del exportador.

#### 4.17.3. **Factura Comercial:**

Es emitida por el exportador y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos. •

Los detalles técnicos de la mercadería

- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,

#### 4.18. **Documentos de transporte**

Los documentos de transportes son los más importante en la carga terrestre, marítima o aérea, para ello se utilizan la carta porte, guía aérea y conocimiento de embarque dependiendo el tipo de transporte que se emplea para la exportación del producto.

#### 4.19. Certificado de Origen

Los certificados de origen son emitidos por y para los siguientes acuerdos.

**Cuadro N° 23**  
**Certificado de Origen Institución Emisora de Certificado de Origen**

Institución Emisora	Acuerdo Comercial Y Sistemas de Preferencias Arancelarias
El MIPRO (Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato)	Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC)
El MIPRO (Cuenca)	Acuerdos Comerciales; SGP, de procedencias a terceros países, CAN, ALADI y MERCOSUR

**Fuente:** MIPRO

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 4.20. SGP= Sistema Generalizado de Preferencias

Las demás entidades habilitadas que se indican a continuación emiten certificado de origen para exportaciones a mercados de la CAN. ALADI y MERCOSUR



**Cuadro N° 24**  
**Institución Emisora de Certificado de Origen**

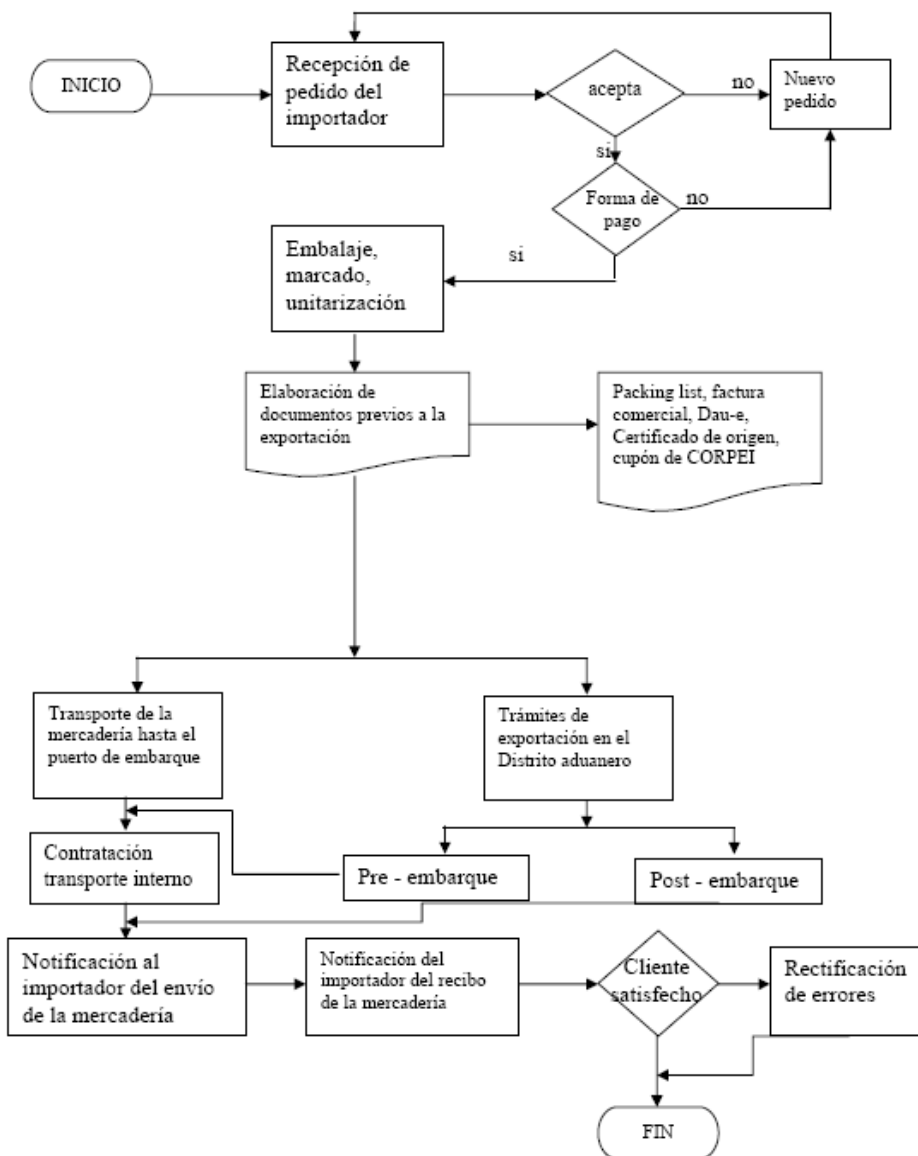
<b>Institución Emisora</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfonos</b>
<b>FEDEXPOR</b>	Iñaquito 3537 y JP Sanz	(593-2) 2252426/2256008
<b>Cámara de Industrias Cuenca</b>	Av. Florencia y Alfonso	(593-7) 2885070
<b>Cámara de Comercio Huaquillas</b>	10 Agosto y 1 de Mayo	(593-7) 2996777/590
<b>Cámara de la Pequeña Industria Carchi</b>	Sucre y Ayacucho	(593-6) 2981917
<b>Cámara de Comercio De Guayaquil</b>	Av. Fco. Orellana y Hno. Miguel	(593-4) 2682771
<b>Cámara de Industrias Guayaquil</b>	Av. Fco. Orellana y Hno. Miguel	(593-4) 2682618
<b>Cámara de Industrias Tungurahua</b>	Av. Galo Vela Vía Pacaihua km 2	(593-3) 2418009
<b>Cámara de Industrias y Producción</b>	Av. Amazonas y Republica	(593-2) 2452500
<b>Cámara de Comercio Machala</b>	Buena Vista 2603 y Rocafuerte	(593-7) 2930640
<b>Cámara de Industrias Manta</b>	Av. 2da y calle 12	(593-5) 2621214

**Fuente:** PROECUADOR

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada /2013

## 4.21. Flujograma de exportación

**Gráfico N° 18**  
Estrategias de Marketing Internacional



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 4.21.1. Estrategias de Marketing Internacional

Se busca posicionar un producto de alta calidad dentro de la línea de aceites funcionales que va dirigido a un nicho de mercado de alto poder adquisitivo como el mercado de Madrid- España, resaltando sus características nutritivas.

Para el mercado de Madrid- España podemos satisfacer sus exigencias y sofisticación en las semillas a través de:

- Producto fácil de transportar.
- Compran productos de óptima calidad.
- El comprador prefiere pagar más por productos de calidad que cubran sus necesidades.

#### **Segmentación**

- El segmento de mercado está formado por un grupo homogéneo de consumidores
- con deseos, necesidades, poder adquisitivo, actitudes de compra y hábitos similares a los que las características del aceite de sacha inchi satisfarán.

#### **Posicionamiento**

Se busca que el consumidor ubique al aceite de sacha inchi dentro del grupo de aceites funcionales con alto valor nutritivo debido a que es único entre los demás productos similares que existen en el mercado por sus mayores niveles de omega 3, omega 6 y omega 9, así como de otros nutrientes valiosos para la salud.

## **Producto**

Luego de evaluar las características actuales del producto, es necesario elaborar un concepto que lo identifique como único. Con este propósito se plantea el siguiente texto: de las semillas se extrae un Aceite extra virgen, 100% natural, proveniente de la selva peruana con el más alto nivel de omega 3, 6 y 9; además de otras proteínas y vitaminas ideales para una dieta sana, dirigido a un mercado selecto de consumidores preocupados por una vida saludable, Es necesario mantener los mayores niveles de calidad y la homogeneidad de su sabor agradable. El beneficio intrínseco de nutrición y salud hará al producto altamente valorado por el consumidor. En cuanto a su presentación física, se deben realizar algunos cambios que permitan hacerlo más atractivo al mercado al cual se dirige. Resulta crucial que el proceso de envasado mantenga sus condiciones óptimas de conservación para no deteriorar las cualidades del aceite. La presentación del producto debe tener las siguientes:

## **Precio**

Se recomienda una estrategia prima, es decir, una estrategia que considere el producto como de alta calidad y alto precio, debido a sus propiedades nutritivas intrínsecas y la calidad garantizada por la empresa. Por tanto, la estrategia de precios será de precios altos, 50% por encima de otros semillas oleaginosas, en el extranjero. Su precio FOB, puesto en el Puerto de Barcelona- España es de \$2.00 euros, precio promedio similar al ofrecido actualmente por la competencia en el mercado de España. Este precio se mantendrá durante los dos primeros años, de acuerdo con la tendencia estable del precio se incrementará en 7% con el lanzamiento de una marca propia.

## **Plaza**

Debido al actual desconocimiento del producto en el mercado objetivo, y el tiempo que toma, que se propone ingresar al mercado Madrileños durante los dos primeros años

mediante tiendas gourmet, empresas cosmetólogas. Estas tiendas se especializan en ofrecer productos de alta calidad y alto precio.

### **Promoción**

La estrategia de marketing para hacer conocido el producto es su promoción. Con este propósito, esta debe focalizarse en transmitir al consumidor las características diferenciadoras que tiene el producto frente a los demás aceites; vincular el origen peruano del aceite de Sacha Inchi con el hecho de que existen ciertos productos peruanos que se comercializan en el mercado estadounidense que son sinónimo de calidad como el pisco, el mango o los espárragos, entre otros.

### **Presupuesto de marketing**

Los costos aproximados para desarrollar las actividades de marketing son de 4800 mil dólares, desagregados en los siguientes puntos:

Participación en ferias: 1500 dólares.

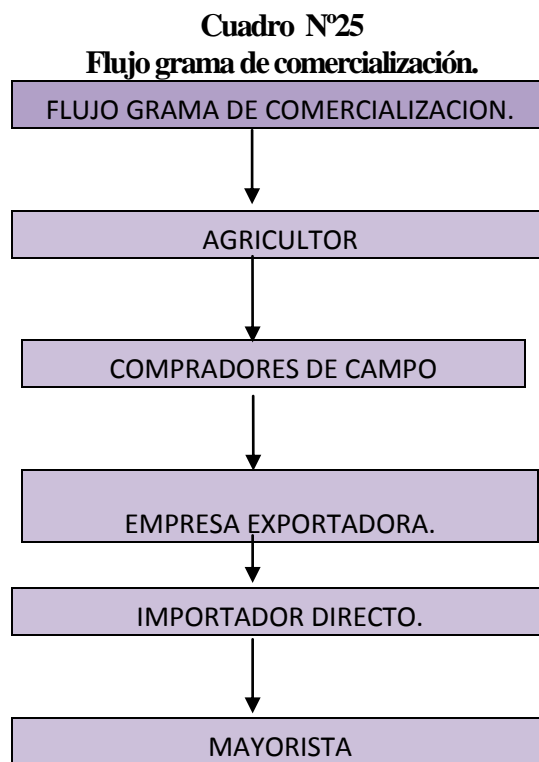
- Envío de muestras a clientes potenciales: 500 dólares.
- Diseño y elaboración de folletos: 300 dólares.
- Publicidad en revistas especializadas del rubro de alimentos: 700 dólares.
- Membrecía en asociaciones del rubro: 800 dólares.
- Dúpticos : 500 dólares.
- Mantenimiento de un portal en Internet: 500 dólares

#### **4.22. Canales de distribución**

Los pequeños y grandes productores de Sacha Inchi venden su producto a exportadores o comercializadoras, que envían al Perú, siendo este país el mayor exportador mundial del Sacha Inchi. Pero la empresa exportadora ubicada en Santo Domingo de los

Tschilasse encarga de finalizar el proceso productivo, para entregar productos de calidad a su mercado objetivo.

La comercialización se la realiza a través directamente con el importador.



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada /2013

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO TÉCNICO

#### 5.1 Tamaño del Proyecto.

Para la determinación del tamaño de nuestro proyecto, en la práctica dependerá de aspectos como la demanda insatisfecha que estimamos del mercado al que nos dirigimos, la disponibilidad de materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento que contribuyan al proceso de ejecución y operación de nuestro proyecto.

El tamaño del proyecto pretende una exportación de 199.71 T.M. para el primer año de producción de Empresa (Comercializadora), con un incremento del 30.53% anual en relación al primer año, que permitirá en el sexto año llegar a una exportación de 756 T.M

#### 5.1.1. Factores que determinan el Tamaño del Proyecto.

##### 5.1.1.1. Materia Prima e Insumos.

Para el proceso de recolección de materia prima (Sacha Inchi) e insumos necesitaremos productores que cuenten con la calidad y cantidad necesaria, para cubrir nuestras necesidades, tomando en cuenta la fluidez en el abastecimiento y la ubicación de nuestra planta.

#### 5.1.1.2. **Tecnología y Equipos.**

Para la ejecución de nuestro proyecto es necesario contar con la tecnología básica para el proceso de post-cosecha a implementarse, como una maquina descascadoraparasu respectiva selección de semillas.

#### 5.1.1.3. **Financiamiento.**

Este es uno de los factores más importantes para la determinación del tamaño del proyecto, el no contar con la disponibilidad de recursosya sea en este caso financiero se haría imposible la factibilidad del proyecto, es pormotivo que se buscará el financiamiento a través de entidades financieras como: bancos, cooperativas, CFN o entidades que promuevan las ejecución de proyectos de nuestra índole, las cuales den y faciliten un préstamo a una tasa de interés conveniente, que de acuerdo a la legislación tributaria que por la utilización de recursos ajenos premia al disminuir la base imponible al pago de impuestos, y la otra fuente representará las aportaciones que realizarán los socios ya sea en efectivo o en especies (fuente interna). Para el proyecto se prevé la obtención de un crédito de \$61,291.90 en el Banco de la Producción, PRODUBANCO a una tasa de interés del 15.19%

#### 5.1.1.4. **Localización.**

Una buena o mala localización del proyecto puede ser la diferencia entre el éxito o el, fracaso del mismo puesto que es una decisión de mediano y largo plazo, por lo que sedebe analizar una serie de factores, criterios económicos y estratégicos y determinar primeramente su macro localización para luego determinar su micro localización que será en donde nos ubicaremos.



#### 5.1.1.4.1. Macro Localización.

Nos basaremos en factores como la disponibilidad y cercanía de productores del Sacha Inchi, además la disponibilidad de acceso en excelentes condiciones el Puerto Martimo de Esmeraldas, razón por la cual nos ubicaremos en la provincia Tsáchilas, que limita con el norte con la provincia de Pichincha, al sur la provincia de los Ríos, al este con la provincia de Cotopaxi y Bolívar, al oeste con Guayas y Manabí.

**Gráfico N°19**  
**Mapa del Ecuador**



**Fuente:** Investigación de campo.

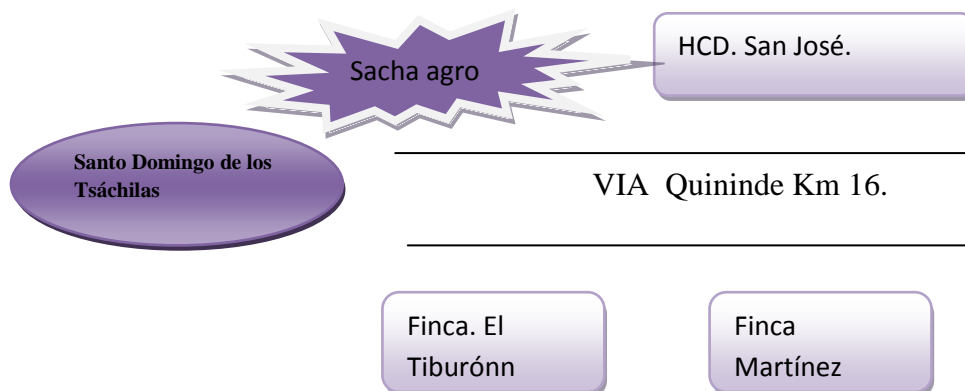
**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q./2013

#### 5.1.1.4.2. Micro localización.

El Proyecto de creación de la compañía exportadora SACHA- AGRO, estará ubicado en la República del Ecuador, Región Costa, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en la Vía Quininde. Km. 16 Santo Domingo es considerado el puerto terrestre más importante del país, ya que es la puerta a las regiones costa y sierra, convirtiéndose así en una ciudad turística.

Una vez analizados los factores como medios de transporte, abasto y cercanía de proveedores en general, mano de obra calificada, disponibilidad de servicios básicos, etc., que permitan el buen desempeño de la planta, zona que es céntrica para los productores ya que sus sembríos están localizados en las parroquias como La Unión, Patricia Pilar y cantones como: La Concordia, Quininde, Puerto quito , Los Bancos, están calificados para la exportación, además las vías principales están en perfectas condiciones para la movilización del producto sea a la planta como al aeropuerto , se cuenta con todos los servicios básicos, mano de obra experimentada, el costo de terreno está en los límites de adquisición para la empresa y también se cuenta con cercanía a la ciudad de Santo Domingo, lo cual nos facilita para realizar cualquier trámite que se necesite.

**Gráfico N°20**  
**Santo Domingo de los Tsáchilas (Micro localización)**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Q./2013

#### 5.1.1.4.3. Productores (Información General).

Nuestras ubicaciones en el Km 16 vía Santo Domingo – Quininde, considerando como punto estratégico ya que estaremos en vía principal hacia el puerto de Esmeraldas y cerca de nuestros proveedores de materia prima, así como la disponibilidad de los servicios básicos y vías en buen estado.

La zona de mayor producción en la región del Oriente como la finca “El Rocío” cuya ubicación se encuentra en la vía El Moran Km 5 en el Tena. Este también puede ser un futuro proveedor, si la empresa desea expandirse y crear plantas exportadoras en El Oriente. A continuación detallamos la lista de los miembros proveedores del Sacha Inchi.

**Cuadro N° 26**  
**Productores locales de la Provincia de Esmeraldas,**

NOMBRE	HACIENDA	DIRECCION
Juan Camacho	La Florencia (10 HAS)	Km 64 Vía Sto.Dom. - Quininde
José Rubén Haro	El Tiburón(15 HAS)	Km 52 Vía Sto.Dom. - Quininde
Joseph Pazmiño	La Marujita( 22 HAS)	Km 56 Vía Sto.Dom. - Quininde
Edgar Loor	La Unión(7 HAS)	Km 6 vía playa de Muerto- La Unión
Sonia Vivanco	El Rosal(12 HAS)	Km 15 Vía El Silencio- La Unión
Elena Rodríguez	San Miguel(9 HAS)	Km 70 Vía Sto.Dom. - Quininde
Luis Morocho	El Troncal(24 HAS)	Km 78 vía Sto.Dom. - Quininde
Hernán Villarreal	San José (14 HAS)	Km 7 vía El Negrito- La Unión
Gregorio Puyas	La Independencia(23 HAS)	Km 45 Vía Sto.Dom. - Quininde

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Quezada./ 2013

Cabe recalcar que la zona de Santo Domingo y Esmeraldas no son de las mayores productoras de Sacha Inchi, pero cuenta con suficiente materia prima como para iniciar nuestro proyecto ya que en el futuro pretendemos tener nuestras propias haciendas de Sacha Inchi.

## 5.2. **Ingeniería del Proyecto.**

La ingeniería del proyecto nos permite detallar todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta donde detallamos el proceso de post – cosecha.

### 5.2.1. **Proceso de Producción.**

Una vez que se receipta la semilla nos encargaremos de todo lo referente al proceso de Post cosecha, el cual lo detallamos a continuación:

**Gráfico N°21**  
**Proceso de Post-Cosecha**



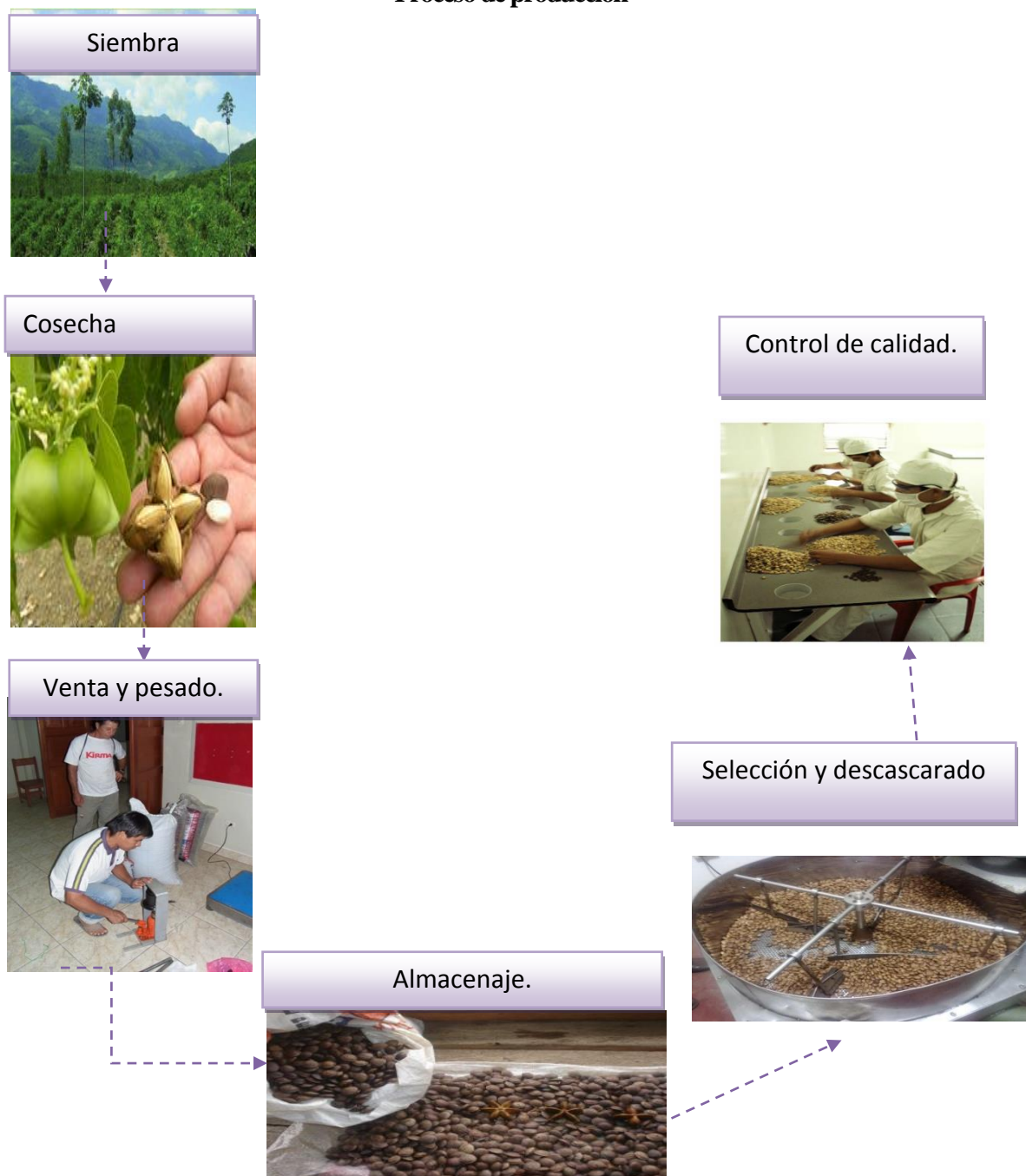
**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Quezada./ 2013

#### 5.2.1.1. Descripción del Proceso de Producción del Sacha Inchi.

Primero, ocurre el sembrío de las plantas, seguido por la recolección de las cápsulas, lo que se hace a mano. Luego, las semillas pasan por un primer proceso de selección y de ahí se transportan a una planta de procesamiento en donde las semillas se seleccionan posteriormente. Luego del proceso de selección y descascarado viene el control de calidad.

**Gráfico N° 23**  
**Proceso de producción**



**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Katherine Pazmiño Quezada./ 2013

#### **5.2.1.2. Control de calidad del Sacha Inchi.**

Para el cumplimiento de las normas de calidad exigidas a nivel internacional se debe seguir un estricto control de calidad en todo el proceso de entrada y salida de la fruta para que esta tenga garantías de exportación, para lo cual después del enfriamiento de la fruta, seleccionaremos a las semillas sanas y descartaremos los que estén defectuosos o con daños como manchas, aplastados, moho, partidos, picaduras, etc., o también se puede hacer un control antes con fungicidas para tratar enfermedades fungosas como oleocellosis, membronosis y petaca a la que el producto es propenso.

#### **5.3. Marcas registradas en relación con el Sacha Inchi.**

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es una agencia de las Naciones Unidas establecida para desarrollar un sistema internacional de propiedad intelectual (PI). Una marca registrada es un símbolo distintivo que identifica ciertos productos como aquellos producidos por una persona o empresa específica. A través de una marca registrada, se protege al propietario dándole el derecho exclusivo de utilizar la marca para identificar los productos. Las marcas registradas pueden ser, por ejemplo, una palabra, una combinación de palabras, un dibujo, símbolos o signo audible.

##### **5.3.1. Patentes registradas en relación con Sacha Inchi**

La OMPI también tiene un sistema en línea de bases de datos para encontrar patentes registradas. No se encuentra resultados para 'Inchi' o 'Sacha Inchi' ni en patentes ni en marcas registradas. Sin embargo, hay una patente respecto de Euphorbiaceae Volubilis, del 2006 y de propiedad de la compañía Cognis France S.A.S. esta patente describe el uso de extractos de plantas de la especie P. Volubilis como una proteína para productos cosméticos. La Comisión Nacional Anti-Biopiratería está tratando de rechazar esta solicitud, ya que se basa en conocimiento de los pueblos indígenas en el Perú, que usan el Sacha Inchi tradicionalmente para crear una crema que rejuvenece la piel. Actualmente se está evaluando la solicitud.

### 5.3.2. **Empaque.**

Para el mercado Madrileño, cajas de cartón de máximo 18 Kg. o canastillas plásticas no retornables. Para el mercado agroindustrial se recomiendan empaques rígidos de mayor capacidad para bajar costos.

El desarrollo del comercio exterior de mercancías involucra el llevar a cabo una serie de actividades, igual de importantes unas que otras, lo que nos llevará a que la actividad comercial sea exitosa. La correcta elección de los envases y embalajes para la exportación, hace del producto, lo más importante en una operación de compra – venta internacional.

### 5.4. **Estrategias de mercadeo y promoción de ventas**

Estrategias de mercadeo y promoción de ventas, el Sacha Inchi es bastante conocido dentro del mercado europeo, especialmente entre consumidores finales. La introducción en el mercado de un producto tan nuevo tendrá muchos obstáculos y tomará mucho tiempo, costo y esfuerzo posicionarlo. La mayor parte de compañías entrevistadas conocía el producto pero indicaba que se necesitaría de una campaña de marketing para introducirlo a los consumidores finales en Europa. Esto tomaría mucho tiempo y sería muy costoso para la industria cosmética ya que requeriría ser procesado en un producto final. Los exportadores de Sacha Inchi por lo tanto deberían enfatizar las características únicas de sus productos que serían importantes para el mercado objetivo y el segmento del importador. Para poder suministrar Sacha Inchi a estos mercados, es crucial que el exportador satisfaga los siguientes requisitos de adición de valor, o al menos haga un esfuerzo para hacerlo.

Requisitos cruciales para suministrar a los mercados seleccionados:

#### **General**

- **REACH**
- **Ficha Técnica (TDS)**



- **GACP, GMP**

**Industria alimentaria:**

- **HACCP**
- **Directiva de alimentos**

**Industria sobre cosméticos:**

- **Directiva sobre cosméticos**
- **Directiva sobre sustancias peligrosas**
- **Ficha de Seguridad (MSDS)**
- **EINECS y ELINCS.**

El cumplimiento con lo mencionado anteriormente da al exportador una ventaja muy positiva al ingresar al mercado europeo. Sin embargo, el exportador necesitará competir con otros proveedores y sustitutos del producto respectivo. Por ejemplo un importador indicó que el Sacha Inchi competiría con el aceite de linaza, respecto del contenido de Omega 3 y competiría con la crema de jojoba por ejemplo en el mercado de cosméticos.

Por lo tanto el exportador necesita asegurar que tiene una ventaja competitiva. Aparte de satisfacer los requisitos del recuadro anterior, existen otras maneras de ser competitivos en el mercado europeo y de añadir valor al producto. La adición de valor es mínima cuando se suministra materias primas como semillas y plantas de Sacha Inchi. El procesamiento de la materia prima en productos como aceite para cocinar o cápsulas de Omega 3 le añade mayor valor al producto. El tener procesos empresariales (como el planeamiento, cálculo de costos, compras, etc.) organizados es otra determinante de la documentación e información sobre el producto. Cuando uno se acerca a un comprador de Sacha Inchi, es de la mayor importancia que el exportador tenga documentación sobre el producto (fichas técnicas). En base a esta información del producto, un importador debe ser capaz de evaluar las características del producto y de compararlos fácilmente con un sustituto. Es importante el hecho de que una de las primeras cosas que un importador pedirá es más información detallada del producto.

Es esencial que el exportador tenga este tipo de información inmediatamente disponible.

Además, un exportador debe ser capaz de indicar la calidad, cantidad, el precio y la disponibilidad de su producto. Una compañía en la industria de cosméticos indicó que es muy importante para el mercado de cosméticos que el mercado de Sacha Inchi esté disponible continuamente en una calidad estandarizada.

Más aún, respecto del mercado de cosméticos es importante incluir resultados de pruebas de un laboratorio, cuando se disponga de las mismas, que indique las propiedades del aceite. Las compañías entrevistadas en el sector de cosméticos no usan todavía Sacha Inchi en sus productos, pero sus departamentos de investigación y desarrollo están trabajando en esto para buscar las propiedades del aceite de Sacha Inchi. Un importador indicó que sólo cuando se desarrolle una fórmula para usar el Sacha Inchi estarían interesados en importarlo. De este modo, todavía se necesita hacer esfuerzos en investigación y desarrollo. Sería definitivamente una ventaja para un exportador si tuviera documentación sobre resultados de prueba de Sacha Inchi para la industria de cosméticos.

### **Destacar características únicas**

Los exportadores deben recordar que el aceite de Sacha Inchi es un aceite bastante caro y por lo tanto tiene que distinguirse de otros aceites, por ejemplo destacando sus propiedades únicas y su origen. Cuando se destacan las propiedades del Sacha Inchi uno se puede centrar en su alto contenido de Omega 3, o en su sabor agradable en comparación con el aceite de pescado. En la industria alimentaria, su sabor de ligero parecido a las nueces debe ponerse de relieve ya que lo convierte en un aderezo de lujo para ensaladas. Y respecto de la industria cosmética, se debe mencionar las propiedades suavizantes. Las características que se deben destacar dependen de la industria y del segmento del mercado que usted o su socio comercial tenga como objetivo. Un importador interesado en la industria cosmética también indica que la historia detrás del producto sería muy importante. La historia debería contar de dónde viene el Sacha Inchi y por qué y cómo lo utilizan los nativos.

## CAPÍTULO VI

### 6. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

#### 6.1. Inversión.

La demanda a cubrir en el mercado internacional es uno de los aspectos importantes que tenemos que tomar en cuenta en la conformación de la inversión, también otro aspecto es la posibilidad de renovar algún activo por desgaste o por incremento en la producción, además de referencias técnicas y del equipo de trabajo en sus diferentes áreas a distribuirse en la planta.

La inversión total podremos estructurar al adquirir los diferentes Activos, como los Activos Fijos o Tangibles, Activos Intangibles o Diferidos, y el Capital de Trabajo, imprescindibles para inicios de las actividades de la Planta.

Esta inversión se lo realiza por lo general en el periodo de instalación, y para nuestro proyecto se conforma de la siguiente manera, con sus respectivos valores:

**Cuadro N°27**  
**Inversión Total del Proyecto**

TOTAL INVERSIÓN	
Activos Fijos Tangibles	124.673,07
Activos Fijos Intangibles	5571,25
Capital de Trabajo	26.266,40
<b>TOTAL</b>	<b>156.510,72</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 6.1.1. Inversión Fija (Activos Tangibles).

Es la adquisición de los bienes tangibles necesarios para emprender con nuestras operaciones normales básicas que van desde la recopilación, recepción de la semilla hasta su despacho para la exportación, estos activos están sujetos a la depreciación en

un determinado tiempo con un respectivo porcentaje a excepción de los terrenos, elemento importante por su efecto que produce al disminuir la base imponible sobre el cálculo de los impuestos.

En el siguiente cuadro detallamos lo requerido con sus respectivos valores:

**Cuadro N° 28**  
**Activos Fijos**

TOTAL ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	18.207
Edificio	35.514,46
Maquinaria y Equipo	30.243
Muebles y Enseres	2.957,90
Equipo de Oficina	182,07
Vehículos	34.369,92
Equipo de Computo	3090,6
Herramientas	108,12
<b>TOTAL</b>	<b>124.673,07</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 6.1.1.1. Terreno.

Es el espacio físico donde se acentuará las instalaciones de nuestro proyecto, las mismas que estarán distribuidos de acuerdo al diseño de nuestra planta, el terreno poseerá un área de **1700 m<sup>2</sup>**.

**Cuadro N° 29**  
**Terreno**

TERRENO				
DESCRIPCIÓN	UNI.MEDIDA	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Terreno vía Quininde KM 16	m <sup>2</sup>	1700	10,5	17.850
Imprevistos 2%				357
<b>TOTAL</b>				<b>18.207</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

### 6.1.1.2. Construcciones (Planta)

Son todas las instalaciones en las que se desarrollaran las actividades y procesos comopost-cosecha para la exportación SacahInchi. Tenemos áreas para oficinas, baterías sanitarias, parqueaderos, cerramiento y la más importante la planta entre otras.

**Cuadro N°30**  
**Construcción Planta.**

CONSTRUCCIONES PLANTA EN GENERAL				
DESCRIPCIÓN	UN.MEDIDA	CANTIDAD m2	V.UNITARIO	TOTAL
Guardianía	m2	10,4	65	676
Zona de descarga	m2	25,1	49	1229,9
Zona de lavado	m2	47,55	50	2377,5
Zona de Encerado y Secado	m2	32,5	50	1625
Zona de Empaquetado	m2	48,2	52	2506,4
Cámara frigorífica	m2	48	55	2640
Zona almacenamiento y despacho	m2	48,1	45	2164,5
Rampa	m2	48	48	2304
Parqueadero (contenedor)	m2	80	7	560
Parqueadero vehículos livianos	m2	80	6	480
Cerramiento con mallas	m2	52	7	364
Áreas verdes (canchas deportivas)	m2	500	5	2500
Exterior e interiores(vidrios, puertas, cerámicas, etc.)	global			1850,8
Baños, Accesorios	m2	12	65	780
Oficinas	m2	116	110	12760
Subtotal				34818,1
Imprevistos	2%			696,362
<b>TOTAL</b>				<b>35514,462</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

### 6.1.1.3. Maquinaria y Equipo.

La quinaria y equipo son instrumentos indispensables en la instalación de la planta ya que estos nos permiten agilizar y facilitar el trabajo en las diferentes etapas del proceso, de la maquinaria y equipo para la planta son imprescindibles las siguientes: máquina clasificadora, planta generadora de luz para cuando no se cuente con el suministro de energía para que el proceso no se detenga, una balanza, un montacargas hidráulico ideal para colocar los pallets en el contenedor, y un cuarto frío que es

indispensable para la conservación del producto. Todo esto está detallado a continuación:

**Cuadro N°31**  
**Maquinaria y Equipo**

MAQUINARIA Y EQUIPO			
DESCRIPCIÓN	UNI.MEDIDA	CANTIDAD	TOTAL
Balanza industrial	unitario	1	250
Bomba de agua	unitario	1	300
Cuarto frío	unitario	1	3600
Montacargas hidráulico.	unitario	1	500
Maquinaria industrial	unitario	1	25000
Subtotal			29650
Imprevistos			593
TOTAL			30243

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 6.1.1.4. Muebles y Enseres.

Para tener una presentación y comodidad y buen ambiente de trabajo en las instalaciones de la empresa, contaremos con muebles y enseres detallados a continuación en el siguiente cuadro.

**Cuadro N° 32**  
**Muebles y Enseres**

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Escritorios 150x150	5	280	1400
Silla Focus	5	95	475
Archivadores Metálicos	5	190	950
Sillas cenks	5	52	260
Mesa de reuniones cir	1	170	170
Basurero metálico	7	26	182
Subtotal incl.iva			3085
subtotal con descuento			2899,9
Imprevistos	2%		58
TOTAL			2957,9

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 6.1.1.5. Vehículo.

Para la transportación de nuestro producto desde los diferentes lugares ya sea de centros de acopio en este caso las haciendas, solamente se va a exportar para todo esto es necesario un camión con furgón metálico, con este vehículo ahorraremos en dichas transportaciones y nos permitirá una entrega eficiente y rápida:

**Cuadro N° 33**  
**Vehículo**

VEHÍCULO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Camión Chevrolet NHR cabinado	1	28369	28370
Furgón metálico	1	5326	5326
Subtotal			33696
Imprevistos	2%		673,92
TOTAL			34369,92

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

#### 6.1.1.6. Equipo de Cómputo.

Las computadoras son instrumentos necesarios para el proyecto, por este motivo adquirimos 5 computadoras Intel Dual Core i5 para cada socio con todos sus accesorios, incluido Internet ya que es básico para el intercambio de información.

**Cuadro N° 34**  
**Equipo De Cómputo**

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Computadoras P/D	5	450	2250
Impresora EPSON	1	230	230
Teléfonos sony	5	25	125
Telefax Sony	1	85	85
Aire Acondicionado	1	340	340
Subtotal			3030
Imprevistos	2%		60,6
TOTAL			3090,6

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

### 6.1.1.7. Equipo de Oficina.

Se conforman de implementos secundarios para las actividades documentales y comunicación como lo detallamos a continuación.

**Cuadro N°35**  
**Equipo de Oficina**

EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Grapadoras	5	2	10
Perforadoras	5	3	15
Radio Transmisor	3	32	96
Carpetas	30	0,6	18
Esferográficos	30	0,25	7,5
Telefonosrecep.fijos	2	16	32
Subtotal			178,5
Imprevistos			3,57
<b>TOTAL</b>			<b>182,07</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

### 6.1.1.8. Herramientas.

Implementos que se los utilizan en el tratamiento del producto en sus diferentes fases, estos son usados por los trabajadores para facilitar el proceso.

**Cuadro N° 36**  
**Herramientas**

HERRAMIENTAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Carretillas	2	23	46
Tijeras para podas	3	7	21
Tacho industrial de basura	5	3	15
Trapeador industrial	3	3	9
Escoba industrial	3	3	9
Cepillo Ind. Citricos	3	2	6
Subtotal			106
Imprevistos			2,12
<b>TOTAL</b>			<b>108,12</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013



### 6.1.2. Activos Diferidos.

“Se refiere a la inversión intangible que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto”<sup>33</sup>, dicha inversión está susceptible de amortización y al igual que la depreciación afectará indirectamente en el flujo de caja por una disminución de la base imponible, lo que permitirá legalmente la reducción en el pago de impuestos<sup>41</sup>, para nuestra empresa. Comprende gastos de constitución, estudios y diseños definitivos del proyecto

**Cuadro N° 37**  
**Total activos fijos intangibles**

TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Constitución de la empresa	1856
Estudios y diseños	1263
Registro, escritura e impuestos	1326
Software, capacitación	896,36
Consultas profesionales	120,65
Subtotal	5462,01
Imprevistos	109,2402
<b>TOTAL</b>	<b>5571,2502</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

### 6.1.3. Capital de Trabajo.

“Representa el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación, durante el ciclo productivo.”<sup>34</sup>

En nuestro proyecto el capital de trabajo se establece para un mes de operaciones. Una vez que termine el periodo de evaluación del proyecto, el capital de trabajo pasa a formar parte del patrimonio del inversionista.

<sup>33</sup>NassirSapagChain, Preparación y Evaluación de Proyectos.

<sup>34</sup>NassirSapagChain, Preparación y Evaluación de Proyectos.

**Cuadro N° 38**  
**Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VL. MENSUAL	VAL.ANUAL
Materia Prima	10003	120036
Mano de Obra Directa	1523	18276
Mano de Obra Indirecta	432	5184
Gastos Administrativos	2653,32	31839,84
Gastos de ventas	4562,36	54748,32
Materiales Indirectos	5869,56	70434,72
Insumos	698,56	8382,72
Mantenimiento y Reparación	326,3	3915,6
Seguros	198,3	2379,6
<b>TOTAL</b>	<b>26266,4</b>	<b>315.196,8</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

## 6.2. **Financiamiento.**

El financiamiento es un factor decisivo para la puesta en marcha de la empresa ya que de este factor depende en que la empresa adquiera los recursos necesarios para las distintas etapas del proyecto.

### 6.2.1. **Estructura del Financiamiento.**

Determinada la inversión total que es de **\$156.510,72** cantidad que se financiará con recursos propios de 95.218.83 representando el 60.84% de la Inversión Total, y con recursos de terceros de \$ 61.291.90 representando el 39.1%.

**Recursos Propios.-** Este capital se financiará en base a las aportaciones que realizan los socios de la empresa que pueden ser en efectivo o en especies, tal como lo detallamos en el acta de constitución de la Compañía Capítulo III

**Recursos Ajenos.-** Para la estructuración de los recursos ajenos, aplicaremos un préstamo a través del Banco “PRODUBANCO”, además que de acuerdo a nuestra legislación, la ley de tributación premia la utilización de recursos ajenos.

**Cuadro N° 39**  
**Tabla de Amortización**

TABLA DE AMORTIZACION				
<b>Capital</b>		61.291,90	<b>Interés Anual</b>	15,19%
<b>Plazo</b>		5	<b>Cuota</b>	8.968,14
<b>Impuesto SOLCA 1%</b>		612,92	<b>Periodo Pago</b>	Anual
Periodo de Pago	Principal	Interés	Amortización	Cuota
1	61.291,90	4.655,12	4.313,02	8.968,14
2	56.978,88	4.327,55	4.640,59	8.968,14
3	52.338,29	3.975,09	4.993,05	8.968,14
4	47.345,24	3.595,87	5.372,27	8.968,14
5	41.972,97	3.187,85	5.780,29	8.968,14
6	36.192,68	2.748,83	6.219,31	8.968,14
7	29.973,37	2.276,48	6.691,66	8.968,14
8	23.281,71	1.768,25	7.199,89	8.968,14
9	16.081,82	1.221,41	7.746,73	8.968,14
10	8.335,09	633,05	8.335,09	8.968,14
<b>Total</b>		<b>28.389,50</b>	<b>61.291,90</b>	<b>89.681,40</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

### 6.3. Cuadro de proporción de capital propio y ajeno.

A continuación presentamos la estructura total de la inversión inicial a realizarse, indicando la proporción en porcentajes que se destina para su financiamiento en cada uno de los conceptos ya sea con capital propio o ajeno

**Cuadro N° 40**  
**Proporción de Capital Propio y Ajeno**

FUNTES Y USOS DE LOS ACTIVOS					
EXPORTACION DE SACHA INCHI					
INVERSIONES	VALOR EN USD	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS AJENOS	
I. DESCRIPCIÓN		%	USD	%	USD
<b>ACTIVOS FIJOS</b>					
Terreno	18.207,00	2,68%	4187,62	97,32%	14.019,39
Edificio	35.514,46	39,48%	14019,39	60,52%	21.495,07
Maquinaria y equipos	30.243,00	100,00%	30243,00	-	-
muebles y enseres	2.957,90	100,00%	2.957,90	-	-
Equipo de oficina	182,07	100,00%	182,07	-	-
Vehículos	34.369,92	25,00%	8592,48	75%	25.777,44
Equipo de computo	3.090,60	100,00%	3090,60	-	-
Herramientas	108,12	100,00%	108,12	-	-
<b>Total</b>	<b>124.673,07</b>	<b>50,84%</b>	<b>63.381,18</b>	<b>49,16%</b>	<b>61.291,90</b>
<b>Activos Intangibles</b>					
Constitución de la empresa	1.965,24	100,00%	1.965,24	-	-
Estudios y diseños	1263	100,00%	1.263,00	-	-
Registro, escritura e impuestos	1326	100,00%	1.326,00	-	-
Software, capacitación	896,36	100,00%	896,36	-	-
Consultas profesionales	120,65	100,00%	120,65	-	-
<b>Total activos intangible</b>	<b>5.571,25</b>	<b>100%</b>	<b>5.571,25</b>		
<b>Capital de trabajo</b>	<b>26266,4</b>	<b>100%</b>	<b>26266,4</b>		
<b>Total de la inversión</b>	<b>156.510,72</b>	<b>60,84%</b>	<b>95.218,83</b>	<b>39,16%</b>	<b>61.291,90</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Quezada/2013

## CAPITULO VII

### 7. COSTOS Y GASTOS.

#### 7.1. Costos.

##### 7.1.1. Costos Directos.

##### 7.1.1.1. Materia Prima.

Son todos los semillas recolectados desde nuestras haciendas proveedoras y llevados directamente hacia la planta.

**Cuadro N°41  
Materia Prima**

MATERIA PRIMA					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
SACHA INCHI	TM	15	1.500	22.500	270.000
Imprevistos 2%				450	5.400
<b>TOTAL</b>				<b>22.950</b>	<b>275.400</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

##### 7.1.1.2. Mano de Obra Directa.

Son todas las personas que operan dentro de la planta, que en forma directa participan en el proceso de transformación de nuestro producto.

**Cuadro N° 42**  
**Mano de Obra Directa**

MANO DE OBRA DIRECTA				
DETALLE	# EMPLEADOS	CANTIDAD MENSUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Personal Operativo Planta	5	318,5	1.592,5	19.110
Imprevistos 2%				382,2
<b>TOTAL</b>				<b>19.492,2</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 7.1.2. Gastos de Fabricación.

Son aquellos en los que se incurren en las operaciones normales de la planta.

#### 7.1.2.1. Mano de Obra Indirecta.

En nuestra empresa contaremos con un jefe de planta el mismo que controlará el estado del producto en hacienda, control y desempeño de todos los trabajadores de la planta con el fin de maximizar la producción.

**Cuadro N° 43**  
**Mano de Obra Indirecta.**

MANO DE OBRA INDIRECTA				
DETALLE	# EMPLEADOS	CANTIDAD MENSUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Jefe de Planta	1	560,5	560,5	6.726
Imprevistos 2%				134,52
<b>TOTAL</b>				<b>6.860,52</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 7.1.2.2. Materiales Indirectos.

Estos no forman parte del producto en sí, pero son utilizados para la presentación del Producto terminado, en su conservación y adecuación para la etapa final de exportación.

**Cuadro N° 44**  
**Materiales Indirectos**

MATERIALES INDIRECTOS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cajas de cartón corrugado	UNIDAD	12360	0,25	3090	37080
Etiquetas	MILLA	2	105	210	2520
Gallinaza	UNIDAD	75	6	450	5400
Cubetas plásticas 60x25x40 cm	SACOS	1000	1,25	1250	15000
Subtotal.				5000	60000
Imprevistos 2%				61,8	741,6
TOTAL				5061,8	60741,6

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 7.1.2.3. Insumos.

Estos sirven para el normal funcionamiento del proceso como electricidad para funcionamiento de la maquinaria, gasolina para el traslado del vehículo y por último agua para limpieza de fruta.

**Cuadro N° 45**  
**Insumos.**

INSUMOS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	m3	352	0,25	88	1056
Gasolina	Galones	456	1,45	661,2	7934,4
Electricidad	Kw/h	2563	0,1	256,3	3075,6
Línea telefónica.	Unidad de Erlang	256	0,11	28,16	337,92
Subtotal.				1033,66	12403,92
Imprevistos 2%				1,76	21,12
TOTAL				1035,42	12425,04

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

#### 7.1.2.4. Mantenimiento y Reparación.

Son los gastos que permitan dar un mantenimiento preventivo a las maquinarias de la planta con el propósito de que más adelante no sufran un impacto mayor de desgaste.

**Cuadro N°46**  
**Mantenimiento y Reparación**

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN				
DETALLE	VALOR RESIDUAL	%	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Edificio	35.514,462	3%	89,56	1074,72
Maquinaria y Equipo	3.0243	3%	86	1032
Muebles y Enseres	2.957,9	2%	4,65	55,8
Equipo de Oficina	182,07	3%	0,36	4,32
Vehículos	34.369,92	3%	58,3	699,6
Equipo de Computo	3.090,6	4%	9,3	111,6
Herramientas	1.08,12	3%	0,23	2,76
Subtotal.			248,4	2.980,8
Imprevistos 2%		2%	4,968	21,4944
<b>TOTAL</b>			<b>253,368</b>	<b>3002,2944</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

#### 7.1.2.5. Seguros.

La contratación del seguro es muy importante para proveer posibles daños o pérdidas de los equipos que forman parte de la empresa, además, es una manera de garantizar la compra de los bienes o la reposición total del activo.



**Cuadro N° 47**  
**Seguros**

SEGUROS				
DETALLE	VALOR RESIDUAL	%	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Edificio	35514,462	2,0%	55,44	665,28
Maquinaria y Equipo	30243	2,5%	72,33	867,96
Muebles y Enseres	2957,9	1,5%	3,56	42,72
Equipo de Oficina	182,07	3,0%	0,36	4,32
Vehículos	34369,92	4,0%	75,63	907,56
Equipo de Computo	3090,6	3,5%	9,01	108,12
Herramientas	108,12	3,0%	0,32	3,84
Subtotal.			216,65	2599,8
Imprevistos 2%		2%	4,333	13,3056
<b>TOTAL</b>			<b>220,983</b>	<b>2613,1056</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

## 7.2. Depreciaciones y Amortizaciones.

Constituye la pérdida del valor de los activos así como también la recuperación de la inversión inicial, mediante el cálculo basado en porcentajes autorizados por la Ley Tributaria vigente a cada uno de los activos fijos, excepto terrenos (depreciables) y activo diferido (amortizado)

**Cuadro N° 48**  
**Depreciaciones y Amortizaciones.**

DEPRECIACIONES				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Concepto	Valor	Vida Útil	Porcentaje	Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual
Maquinaria y Equipos	30.243,00	10	10,00%	3.024,30	3.024,30	3.024,30	3.024,30	3.024,30
Vehículos	34.369,92	5	20,00%	6.873,98	6.873,98	6.873,98	6.873,98	6.873,98
Menajes	319,97	5	20,00%	63,99	63,99	63,99	63,99	63,99
Instalaciones	2.014,50	10	10,00%	201,45	201,45	201,45	201,45	201,45
Equipos de Oficina	182,00	10	10,00%	18,20	18,20	18,20	18,20	18,20
Muebles Enseres	2.957,90	10	10,00%	295,79	295,79	295,79	295,79	295,79
<b>Total</b>	<b>70.087,29</b>			<b>10.477,72</b>	<b>10.477,72</b>	<b>10.477,72</b>	<b>10.477,72</b>	<b>10.477,72</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 7.3. Gastos Administrativos.

Son gastos que se encuentran inmersos dentro del área administrativa tanto en sueldos y salarios, servicios básicos, suministros de oficina entre otros, estos gastos son fijos puesto que estos no varían en función directa con los niveles de producción

**Cuadro N° 49**  
**Gastos Administrativos**

GASTOS ADMINISTRATIVOS									
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CALCULO DE LAS UTILIDADES	DECIMO CUARTO	VACACIONES	DECIMO TERCERO	APORTE AL IESS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente General	MENSUAL	750	1597,03	318	31,25	62,5	70,125	820,13	11850,28
Secretaria-recepcionista	MENSUAL	320	1597,03	318	13,33	26,6667	29,92	349,92	6154,07
Jefe administrativo.financiero	MENSUAL	450	1597,03	318	18,75	37,5	42,075	492,08	7876,18
Jefe comercio exterior	MENSUAL	450	1597,03	318	18,75	37,5	42,075	492,08	7876,18
Asistente comex	MENSUAL	320	1597,03	318	13,33	26,6667	29,92	349,92	6154,07
Chofer de camión	MENSUAL	350	1597,03	318	14,58	29,1667	32,725	382,73	6551,48
Estibadores	MENSUAL	328	1597,03	318	13,67	27,3333	30,668	358,67	6260,05
Guardia	MENSUAL	320	1597,03	318	13,33	26,6667	29,92	349,92	6154,07
Limpieza	MENSUAL	320	1597,03	318	13,33	26,6667	29,92	349,92	6154,07
Suministros de oficina	MENSUAL	80						80,00	993,66
Subtotal		3688	3240	318	153,67	307,3333	344,828	4032,83	66024,11
Imprevistos 2%								80,65656	237,0056
<b>TOTAL</b>								<b>4113,48</b>	<b>66261,11</b>

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 7.4. Gastos de Ventas.

Se refiere a todos los gastos que debe hacer la empresa para dejar la mercadería bajo lo establecido con el término FOB, incluyendo el sueldo del chofer del camión que transportará el producto hasta la planta comercializadora.

**Cuadro N° 50**  
**Gastos de Venta**

GASTOS DE VENTA					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Suministro de oficina	Mensual		30	30	360
Publicidad	Mensual		400	400	4800
Gastos de de exportación	Mensual	4	863	3452	41424
Pallets	Unidad	80	1,15	92	7,2
Subtotal				3974	46591,2
Imprevistos 2%				79,48	931,824
TOTAL				3974	47523

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 7.5. Gastos de Exportación.

**Cuadro N° 51**  
**Gastos de Exportación**

GASTOS DE EXPORTACIÓN			
CONCEPTO	#CONT.ANUAL	VALOR.UNIT	VAL.ANUAL
Transporte Contenedor	48	300	14400
Seguro Interno	48	84	4032
Agente Aduanero	48	123	5904
GAastos varios	48	80,12	3845,76
Conocimiento de Embarque	48	40	1920
Certificado de Origen	48	10	480
Certificado. Fitosanitario	48	49	2352
Movim. ,mercadería Puerto	48	113	5424
Subtotal		799,12	38357,76
Imprevistos 2%		15,9824	767,1552
TOTAL		815,1024	39124,9152

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 7.6. Gastos Financieros.

Es el interés que se paga por el préstamo realizado al Banco de la Producción, PRODUBANCO.

**Cuadro N° 52**  
**Gastos financieros.**

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Amortización Crédito	8.953,61	10.365,32	11.999,60	13.891,56	16.081,82
Intereses	8.982,67	7.570,96	5.936,68	4.044,72	1.854,46
<b>Total</b>	<b>17.936,28</b>	<b>17.936,28</b>	<b>17.936,28</b>	<b>17.936,28</b>	<b>17.936,28</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 7.7. Proyección de Costos.

Nuestra proyección se ha realizado a 5 años, con la finalidad de evaluar la factibilidad económica dentro de este período de tiempo, tomando en cuenta todos los costos y gastos que realiza la empresa para que cumpla con las funciones normales de planta y de exportación del Sacha Inchi. Para la proyección se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

- Posibles incrementos de la demanda de España en base a nuestros resultado del Estudio de Mercado, es así que se estima un crecimiento anual de 10% en base al primer año.
- La inflación de Ecuador la misma que situó en 3.5% en lo que va del 2013. La inflación acumulada de Ecuador se situó en 3.5% hasta Abril del 2013, para mantenimiento se considera el 2% de crecimiento anual considerando el desgaste que pueden sufrir los activos, que implica mayor mantenimiento

**Cuadro N° 53**  
**Proyección de costos.**

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS					
PROYECCIÓN DE COSTOS	IMPREVISTOS		2%		
	TASA DE INCREMENTO		3,50%		
COSTO DE VENTA	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
MOD Sueldos	19.492,20	20.174,43	20.880,53	21.611,35	22.367,75
MOI Sueldo	6.860,52	7.100,64	7.349,16	7.606,38	7.872,60
Imprevistos 2%	527,05	545,50	564,59	584,35	604,81
<b>Subtotal</b>	<b>26.879,77</b>	<b>27.820,57</b>	<b>28.794,29</b>	<b>29.802,09</b>	<b>30.845,16</b>
<b>CIF</b>					
Suministros	900,00	931,50	964,10	997,85	1.032,77
Reparación y Mantenimiento	3.002,29	3.107,37	3.216,13	3.328,69	3.445,20
Seguros	2.613,10	2.704,56	2.799,22	2.897,19	2.998,59
Arriendo	-	-	-	-	-
Imprevistos 2%	130,31	134,87	139,59	144,47	149,53
<b>Subtotal CIF</b>	<b>6.645,70</b>	<b>6.878,30</b>	<b>7.119,04</b>	<b>7.368,20</b>	<b>7.626,09</b>
<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>33.525,47</b>	<b>34.698,86</b>	<b>35.913,32</b>	<b>37.170,29</b>	<b>38.471,25</b>
PRESUPUESTO DE GASTOS					
<b>GASTOS ADMINISTRACION</b>					
Sueldo gerente	11.850,28	12.265,04	12.694,32	13.138,62	13.598,47
Secretaria	6.154,07	6.369,46	6.592,39	6.823,13	7.061,94
Jefe administrativo	7.876,18	8.151,85	8.437,16	8.732,46	9.038,10
jefe de comercio exterior	7.876,18	8.151,85	8.437,16	8.732,46	9.038,10
asistente de comercio exterior	6.154,07	6.369,46	6.592,39	6.823,13	7.061,94
guardia	6.551,48	5.896,33	5.306,70	4.776,03	4.298,43
chofer de camion	6.260,04	5.634,04	5.070,63	4.563,57	4.107,21
estibadores de empacadora	6.154,07	5.538,66	4.984,80	4.486,32	4.037,69
limpieza	6.154,07	6.369,46	6.592,39	6.823,13	7.061,94
suministros de oficina	993,66	1.028,44	1.064,43	1.101,69	1.140,25
Imprevistos 2%	237,00	1.092,04	1.114,34	1.139,01	1.165,98
<b>Subtotal Adm.</b>	<b>66.261,10</b>	<b>66.866,63</b>	<b>66.886,72</b>	<b>67.139,54</b>	<b>67.610,03</b>
<b>Gastos Administrativos que no representan desembolsos</b>					
Depreciaciones	10.477,72	10.477,72	10.477,72	10.477,72	10.477,72
Amortizaciones Activos Diferidos	1.042,90	1.042,90	1.042,90	1.042,90	1.042,90
<b>Subtotal</b>	<b>11.520,62</b>	<b>11.520,62</b>	<b>11.520,62</b>	<b>11.520,62</b>	<b>11.520,62</b>

<b>GASTOS ADMINISTRACION DE</b>	<b>77.781,72</b>	<b>78.387,25</b>	<b>78.407,34</b>	<b>78.660,16</b>	<b>79.130,65</b>
<b>GASTOS DE VENTAS o PUBLICIDAD</b>					
Publicidad Periódico	1.500,00	1.552,50	1.606,84	1.663,08	1.721,28
Hojas Volantes	500,00	517,50	535,61	554,36	573,76
Dípticos	300,00	310,50	321,37	332,62	344,26
Cuñas deRadio	700,00	724,50	749,86	776,10	803,27
Página Web	800,00	828,00	856,98	886,97	918,02
Tarjetas de Presentación	500,00	517,50	535,61	554,36	573,76
Visitas Informativas	406,00	420,21	434,92	450,14	465,89
Imprevistos 2%	94,12	97,41	100,82	104,35	108,00
<b>Subtotal Gastos de Ventas.</b>	<b>4.800,12</b>	<b>4.968,12</b>	<b>5.142,01</b>	<b>5.321,98</b>	<b>5.508,25</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Cuota total. Interés 15,19%	8.982,67	7.570,96	5.936,69	4.044,72	1.854,46
<b>TOTAL COSTOS + GASTOS</b>	<b>125.089,98</b>	<b>125.625,19</b>	<b>125.399,36</b>	<b>125.197,15</b>	<b>124.964,61</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

El efecto inflacionario se aplica todos los elementos de costo y gasto una tasa del 3.5%,excepto a la depreciación, amortización, seguro, gasto financiero, cuyos cálculos específicos provienen de cuadros anteriores.

### 7.8. Presupuestos de Ingresos.

De acuerdo al precio referencial de FOB \$10800,00 por TM, nosotros estableceremos un precio que sea competitivo al momento de vender nuestro producto es así que establecemos un precio de venta de \$10800FOB valor del resultado del precio de Sacha Inchi por Kg \$2.00 por 7200Kg (1 TM), y CIF de alrededor de \$12401.95 incluidos gastos de flete \$1600 y seguro \$1.95, cuyos precios aumentan por la inflación de España del 1.38%.

**Cuadro N° 54**  
**Años de proyección de ventas**

Concepto	Años de Proyección de Ventas				
	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Cantidad de cajas	9.600	9.732	9.867	10.003	10.141
Precio Unitario (FOB)	27,00	27,81	28,64	29,50	30,39
<b>Total Ingresos</b>	<b>259.200,00</b>	<b>270.660,27</b>	<b>282.627,24</b>	<b>295.123,32</b>	<b>308.171,91</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

## CAPÍTULO VIII.

### 8. EVALUACIÓN FINANCIERA.

#### 8.1. Evaluación económica y financiera del proyecto.

Los principales indicadores de evaluación necesitamos los siguientes balances o estados; Balance General Inicial, Estado de Resultados y Flujo de Caja Neto

##### 8.1.1. Balance General Inicial.

**Cuadro N° 55  
Balance General.**

Activos		
<b>Activos Corrientes</b>		26.266,40
Capital de trabajo	26.266,40	
<b>Activos Fijos</b>		124.673,07
<b>Terrenos</b>	18207	
Planta	35514,462	
Maquinaria y equipo	30243	
Muebles y enseres	2957,9	
Equipo de oficina	182,07	
Vehículo	34369,92	
Equipo de computo	3090,6	
<b>Herramientas</b>	108,12	
Activo diferido		5.571,25
<b>Total Activos</b>		<b>156510,72</b>
<b>Pasivo</b>		
Pasivo corriente		
Pasivo a largo plazo		61291,9
<b>Préstamos A Largo plazo</b>	61291,9	
<b>Patrimonio</b>		95.218,82
Capital Social		
<b>Total Pasivos y Patrimonio</b>		<b>156.510,72</b>

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q/2013

Llamado también estado de situación inicial, es un instrumento que nos indica cual es la situación financiera de una empresa a un inicio de las actividades operacionales en el



cual el Capital de Trabajo se encuentra incluido en el Activo Corriente, los estudios del proyecto van en el activo diferido. Sumados Activos + Pasivos y + Patrimonio debe dar el total de la Inversión.

### 8.1.2. Estado de Resultados.

También conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, o de utilidad o pérdida, nos indica el beneficio o la pérdida real de la operación del proyecto al final de un periodo determinado por lo general un año.

**Cuadro N° 56**  
**Estado de resultados**

Concepto	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Ventas Netas	259.200,00	272.160,00	285.768,00	300.056,40	315.059,22
Costo de Ventas	33.525,47	34.698,86	35.913,32	37.170,29	38.471,24
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>225.674,53</b>	<b>237.461,14</b>	<b>249.854,68</b>	<b>262.886,11</b>	<b>276.587,98</b>
Gasto de Ventas o Publicidad	4.800,12	4.968,12	5.142,01	5.321,92	5.508,25
Gastos Administración	77781,72	78.387,25	78.407,37	78.660,16	79.130,65
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>143.092,69</b>	<b>154.105,77</b>	<b>166.305,30</b>	<b>178.904,03</b>	<b>191.949,08</b>
Gastos Financieros	4.672,15	3.945,62	4.083,72	4.226,65	4.374,58
<b>Utilidad antes Participación</b>	<b>138.420,54</b>	<b>150.160,15</b>	<b>162.221,58</b>	<b>174.677,38</b>	<b>187.574,50</b>
15% Participación Utilidades	20.763,08	22.524,02	24.333,24	26.201,61	28.136,18
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>117.657,46</b>	<b>127.636,13</b>	<b>137.888,34</b>	<b>148.475,77</b>	<b>159.438,33</b>
Impuesto a la Renta (25%)	29.414,36	31.909,03	34.472,09	37.118,94	39.859,58
<b>Utilidad Neta</b>	<b>88.243,09</b>	<b>95.727,10</b>	<b>103.416,26</b>	<b>111.356,83</b>	<b>119.578,74</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

### 8.1.3. Balance General Proyectado.

El propósito del balance general proyectado es mostrarlas cuentas de activos, pasivos y el patrimonio que poseerá la compañía durante los años de proyección. A continuación presentamos el Balance con sus respectivos valores

**Cuadro N°57**  
**Balance general proyectado**

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activo corriente</b>						
Caja bancos	64.871,47	240.009,19	429.223,45	626.191,53	831.082,99	1.044.046,26
<b>Subtotal Activos Corrientes</b>	<b>64.871,47</b>	<b>240.009,19</b>	<b>429.223,45</b>	<b>626.191,53</b>	<b>831.082,99</b>	<b>1.044.046,26</b>
<b>Activo fijo</b>						
Maquinaria y Equipos	30.243,00	30.243,00	30.243,00	30.243,00	30.243,00	30.243,00
Muebles y Enseres	2.957,90	2.957,90	2.957,90	2.957,90	2.957,90	2.957,90
Vehículos	34.369,92	34.369,92	34.369,92	34.369,92	34.369,92	34.369,92
Equipo de Oficina	182,07	182,07	182,07	182,07	182,07	182,07
Menajes	18.207,00	18.207,00	18.207,00	18.207,00	18.207,00	18.207,00
Instalaciones	108,12	108,12	108,12	108,12	108,12	108,12
Depreciación acumulada (-)		13.061,78	4.571,99	9.143,99	13.715,98	18.287,98
<b>Subtotal Activos Fijos</b>	<b>86.068,01</b>	<b>73.006,23</b>	<b>81.496,02</b>	<b>76.924,02</b>	<b>72.352,03</b>	<b>67.780,03</b>
<b>Activos Diferido</b>						
Gasto Constitución ( Act. Diferidos)	5.571,25	5.571,25	5.571,25	5.571,25	5.571,25	5.571,25
Amortización acumulada (-)		1.042,00	1.042,00	1.042,00	1.042,00	1.042,00
<b>Subtotal Activo Diferido</b>	<b>90,00</b>	<b>4.529,25</b>	<b>4.529,25</b>	<b>4.529,25</b>	<b>4.529,25</b>	<b>4.529,25</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>151.029,48</b>	<b>317.544,67</b>	<b>515.248,72</b>	<b>707.644,80</b>	<b>907.964,26</b>	<b>1.116.355,55</b>
<b>Pasivo Largo Plazo</b>						
Obligaciones Bancarias	61.291,90	52.338,29	41.972,97	29.973,37	16.081,81	0,01
<b>Subtotal pasivos Largo Plazo</b>	<b>61.291,90</b>	<b>52.338,29</b>	<b>41.972,97</b>	<b>29.973,37</b>	<b>16.081,81</b>	<b>0,01</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>95.218,83</b>	<b>278.783,11</b>	<b>477.817,20</b>	<b>686.220,29</b>	<b>904.418,95</b>	<b>1.132.859,24</b>
Capital Social Pagado	95.218,83	95.218,83	95.218,83	95.218,83	95.218,83	95.218,83
Reserva legal 10%			18.356,43	38.259,84	59.100,15	80.920,01
Utilidad retenida			165.207,86	344.338,53	531.901,31	728.280,10
Utilidad del ejercicio		183.564,28	199.034,09	208.403,09	218.198,66	228.440,30
<b>TOTAL DE PASIVO Y PATRIM.</b>	<b>156.510,73</b>	<b>331.121,40</b>	<b>519.790,17</b>	<b>716.193,66</b>	<b>920.500,76</b>	<b>1.132.859,23</b>

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

## 8.1.4. Flujo de Caja.

Cuadro N°58. Flujo de Caja

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A- INGRESOS OPERACIONALES		<b>259.200,00</b>	<b>272.160,00</b>	<b>285.768,00</b>	<b>300.056,40</b>	<b>315.059,22</b>
Ventas del Servicio		259.200,00	272.160,00	285.768,00	300.056,40	315.059,22
B- EGRESOS OPERACIONALES		<b>75.984,80</b>	<b>68.791,47</b>	<b>70.980,34</b>	<b>73.248,05</b>	<b>75.597,14</b>
MOD Sueldos		19.492,20	20.174,43	20.880,53	21.611,35	22.367,75
MOI Sueldos		6.860,52	7.100,64	7.349,16	7.606,38	7.872,60
Gasto de Ventas o Publicidad		4.800,12	4.123,56	4.267,89	4.417,27	4.571,87
Gastos Administración		38.186,26	30.514,54	31.363,72	32.244,85	33.158,83
Costo Indirecto del Servicio (CIF)		6.645,70	6.878,30	7.119,04	7.368,20	7.626,09
C- FLUJO OPERACIONAL (A-B) VAN ? TIR		<b>183.215,20</b>	<b>203.368,53</b>	<b>214.787,66</b>	<b>226.808,35</b>	<b>239.462,08</b>
D- INGRESOS NO OPERACIONALES	<b>156.510,73</b>					
Crédito a Contratarse Largo Plazo	61.291,90					
Aportes de Capital	95.218,83					
E- EGRESOS NO OPERACIONALES	<b>91.639,26</b>	<b>63.803,21</b>	<b>68.743,99</b>	<b>74.888,64</b>	<b>81.438,76</b>	<b>88.452,16</b>
Pago Intereses		4.672,15	3.945,62	4.083,72	4.226,65	4.374,58
Pago de Créditos Largo Plazo		8.953,61	10.365,32	11.999,60	13.891,56	16.081,82
Pago Participación de Utilidades		20.763,08	22.524,02	24.333,24	26.201,61	28.136,18
Pago de Impuestos		29.414,36	31.909,03	34.472,09	37.118,94	39.859,58
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS						
Maquinaria y Equipos	30.243,00					
Muebles y Enseres	2.957,90					
Vehículos	34.369,92					
Planta	35.514,46					
Equipo de Oficina	182,07					
Terreno	18.207,00					
Herramientas	108,12					
Cargos diferidos (Activos diferidos)	5.571,25					
F- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	<b>64.871,47</b>	- 63.803,21	- 68.743,99	- 74.888,64	- 81.438,76	- 88.452,16
G- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	<b>64.871,47</b>	<b>119.411,99</b>	<b>134.624,53</b>	<b>139.899,02</b>	<b>145.369,59</b>	<b>151.009,92</b>
H- SALDO INICIAL DE CAJA		<b>64.871,47</b>	<b>184.283,46</b>	<b>318.908,00</b>	<b>458.807,01</b>	<b>604.176,61</b>
I- SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	<b>64.871,47</b>	<b>184.283,46</b>	<b>318.908,00</b>	<b>458.807,01</b>	<b>604.176,61</b>	<b>755.186,53</b>

Elaborado por: Johana Pazmiño Q./2013

El flujo de caja posibilita anticipar los saldos en dinero de una empresa a partir de los ingresos y egresos proyectados para un periodo determinado, se compone de la utilidad operacional, menos la participación laboral, menos el impuesto a la renta, más los gastos y costos que no constituyen salida de efectivo.

## 8.2. Indicadores de Evaluación.

Los indicadores de evaluación tienen como fundamento analizar las principales técnicas de medición de la rentabilidad del proyecto.

### 8.2.1. Costo Promedio Ponderado de Capital. (TMAR).

Es la tasa de descuento que debe aplicarse a los flujos de caja futuros que permitan expresarlos en términos de valor anual y compararlos con la inversión inicial.

**Cuadro N° 59**  
**TMAR**

TMAR =	Índice Inflacionario + Premio al Riesgo			
TMAR =	3,50%	19,00%		
TMAR =		22,50%		
Costo Promedio Ponderado de Capital				
Origen	Cantidad	% Aportación	TMAR	Ponderación
Socios	95.218,83	60,84%	22,50%	13,69%
Banco	61.291,90	39,16%	12,00%	4,70%
<b>Total</b>	<b>156.510,73</b>	<b>100,00%</b>	<b>34,50%</b>	<b>18,39%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

La tasa mínima aceptable de rendimiento de capital total (156510.73USD), es el 18.39%, lo que significa que es el rendimiento mínimo que la compañía deberá ganar para pagar el 22.5% sobre los \$95218.83 USD., que corresponde al aporte de los socios y el 12.00% de interés por el crédito de los \$61291.9 USD.

### 8.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa que iguala el valor actual neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.<sup>35</sup>

También es conocida como tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

**Cuadro N° 60**  
**TIR**

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) DEL PROYECTO PURO						
Flujo de fondos	Pre Operacional	Años				
		1	2	3	4	5
Inversión Fija	- 124.673,07					
Inversión Diferida	-5.571,25					
Capital de Trabajo	-26.266,40					
Participación de Trabajadores		- 39.681,59	- 43.466,30	- 45.936,92	- 48.331,01	- 50.954,95
Impuesto a la Renta		- 56.215,59	- 61.577,26	- 64.935,64	- 68.468,93	- 72.186,19
Flujo Operacional		269.743,17	294.266,47	310.227,83	327.017,77	344.679,11
<b>Flujo Neto (\$ Constantes)</b>	<b>- 156.510,72</b>	<b>173.845,99</b>	<b>189.222,91</b>	<b>199.355,27</b>	<b>210.217,83</b>	<b>221.537,97</b>
<b>Flujo de Caja Acumulado</b>	<b>- 156.510,72</b>	<b>17.335,27</b>	<b>206.558,18</b>	<b>405.913,45</b>	<b>616.131,28</b>	<b>837.669,25</b>
<b>Tasa Interna de Retorno</b>			<b>115,00%</b>			

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

La TIR es de 115%, que significa que el presente proyecto es factible.

### 8.3. Valor Actual Neto (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

<sup>35</sup><http://www.pymesfuturo.com>

La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$V_t$ = Representa los flujos de caja en cada periodo.

$I_0$ = Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$ = Es el número de períodos considerado.

$K$ = Es el interés.

Con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico.

**Cuadro N° 61**  
**VAN**

VALOR ACTUAL NETO		
Periodos	Flujo Neto Caja	TMAR
		22,50%
0	-156510,72	-156.510,70
1	173.845,99	141.915,09
2	189.222,91	126.096,07
3	199.355,27	108.447,48
4	210.217,82	93.352,33
5	221.537,97	80.309,65
<b>VAN</b>		<b>393.609,92</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

#### 8.4. Beneficio/Costo

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

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

**Cuadro N° 62**  
**Beneficio/Costo**

RELACION BENEFICIO / COSTO		
Periodos	Flujo Neto de Caja	CPPC
		22,50%
0	- 156.510,72	
1	173.845,99	141.915,09
2	189.222,91	126.096,07
3	199.355,27	108.447,48
4	210.217,82	93.352,33
5	221.537,97	80.309,65
F.N.C. Actualizados		550.120,62
Relación Beneficio-Costo		3,51

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

#### 8.5. Análisis de la VAN, TIR y B/C

**Cuadro N° 63**  
**Análisis de la VAN, TIR y B/C**

VAN	393.609,92	Aceptable
TIR	115%	Aceptable
B/C	3,51	Aceptable

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Johana Pazmiño Q./2013

- **VAN:** El resultado de la VAN dio positivo 393609.92, lo cual significa que el proyecto es rentable. siendo un resultado positivo y mayor a cero, por lo tanto significa que el proyecto es atractivo y confiable porque además de recuperar la inversión inicial y el costo promedio ponderado de capital, genera una rentabilidad para los inversionistas.
- **TIR:** La TIR es un valor positivo 115% para la continuación del proyecto que indica la rentabilidad del mismo.



- **B/C:** Si el resultado es mayor que 1, lo que significa que por cada tres dólar invertido se obtendrá \$0,59 USD., en los cinco años que se evaluó el proyecto.

#### 8.6. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El PRI, es un indicador que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

**Cuadro N° 64**  
**Periodo de Recuperación de la Inversión**

Periodo de Recuperación de la Inversión			
Inversión =		156.510,72	
Años	Flujo Neto de Caja	F.N.C.	F.N.C.
		Actualizados	Acumulados
1	173.845,99	141.915,09	141.915,09
2	189.222,91	126.096,07	268.011,16
3	199.355,27	108.447,48	376.458,64
4	210.217,82	93.352,33	469.810,97
5	221.537,97	80.309,65	550.120,62
		<b>P.R.I</b>	<b>2,11575005</b>
P.R.I. = años, meses y días			
<b>Años</b>	2,11575005	0,11575005083	2
<b>Meses</b>	1,38900061	-0,61099939008	2
<b>Días</b>	-18,32998170	-22,32998170253	4

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Johana Pazmiño Q./2013

**El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 2 años, 2 meses y 4 días, tiempo que se encuentra dentro de los parámetros aceptables para este tipo de inversión.**

## CAPITULO IX.

### 9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

#### 9.1. Conclusiones.

a) El Sacha Inchi es una oleaginosa que tiene propiedades alimenticias y curativas para el ser humano. En su composición se concentra una gran cantidad de Omegas 3, 6 y 9; en 49%, 37% y 8%, respectivamente, que hacen de este un producto *sui generis*(en latin significa único en su género) que los humanos necesitamos para combatir los males de estos tiempos. Tales propiedades deben ser aprovechadas en estrategias promocionales y publicitarias que demuestren las bondades de esta planta

b) El producto de exportación está dirigido a los importadores del área geográfica de Madrid- España.

c) El Sacha Inchi es una oleaginosa que tiene propiedades alimenticias y curativas para el ser humano. En su composición se concentra una gran cantidad de Omegas 3, 6 y 9; en 49%, 37% y 8%, respectivamente, que hacen de este un producto *sui generis*(en latin significa único en su género) que los humanos necesitamos para combatir los males de estos tiempos. Tales propiedades deben ser aprovechadas en estrategias promocionales y publicitarias que demuestren las bondades de esta planta

d) La mayor producción de ShachaInchi se encuentra en la región del oriente, siendo estas zonas unas futuras proveedoras de las semillas para la empresa SACHA -AGRO.

e) El suministro del Sacha Inchi a nuestra comercializadora no se verá afectado, ya que la producción es permanente durante todo el año lo cual facilitará cumplir con la actividad normal ya que en nuestro país la producción nacional está en constante crecimiento.

f) Las condiciones geográficas, agroecológicas y agroambientales que poseen nuestro país, conjuntamente con el cumplimiento y un manejo eficiente para evitar y controlar problemas como plagas, enfermedades da como resultado que la producción este en constante crecimiento para de esta forma obtener cada año un mayor número de hectáreas del Sacha Inchi cosechadas e incrementar nuestra oferta.

h) Nuestra empresa comercializadora al considerar y analizar aspectos como cercanía a los distintos proveedores, cercanía al puerto de Esmeraldas, disponibilidad de servicios básicos, disponibilidad de personal que cumpla y cubra con el proceso post-cosecha, se ubicará en la Provincia de los Tsáchilas en el Km 16 vía Santo Domingo –Quinde

i) Las negociaciones se basarán en término de negociación FOB, es decir que nuestra obligación como vendedor llega hasta dejar la mercadería en muelle de origen; además la comunicación importador-exportador será continua para verificar la trayectoria de la mercadería y que llegue a su destino de acuerdo a lo establecido, así como de asegurar nuestra transacción por medio de una Carta de Crédito a la Vista.

j) La falta de actualización y base de datos estadísticos en las distintas instituciones, no permite que inversionistas conozcan de la potencialidad en los productos no tradicionales.

k) Determinada la inversión total que es de \$156510,72 cantidad que se financiará con recursos propios de 95.218,83 representando el 60,84% de la Inversión Total, y con recursos de terceros de \$ 61.291,90 representando el 39,16%.

l) La evaluación financiera tiene resultados óptimos la cual determina que el proyecto es factible realizar ya que el Valor Actual Neto es de \$192338.42 la relación costo beneficio es de \$1,07 y la Tasa Interna de Retorno es de 192%.

## 9.2. Recomendaciones.

a) Promover acciones orientadas para poner en marcha el proyecto de la exportación del SachInchi, aprovechando todos los recursos naturales que nos brinda la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, a efecto de incrementar la oferta del producto en el mercado de Madrid España e incrementar la rentabilidad.

b) Propiciar la asistencia técnica de un experto en marketing internacional, que garantice un adecuado plan de comercialización, con el propósito de mejorar el posicionamiento de la empresa, en Madrid- España, con expectativa de exportar a otros mercados europeos.

c) Mantener una relación cordial con los productores del Sacha Inchi para estar siempre abastecidos de la materia prima durante la vida del proyecto.

d) Propender, de manera paulatina, la participación en ferias internacionales, así como en misiones comerciales, a efecto de lograr que la empresa promueva la búsqueda de nuevos mercados, diferentes al de Madrid- España.

e) Estimular la permanente adquisición de maquinaria y equipo modernos, que permita mejorar, de manera paulatina, la tecnificación del proceso productivo, afin de cumplir con las exigencias del mercado externo.

f) Propiciar un incremento de la velocidad de rotación del capital de la empresa, que permita incrementar las inversiones, sin descartar la posibilidad de la obtención de nuevos créditos en el sector financiero local.

g) Capacitar constantemente al personal de la comercializadora, en especial a los operadores de planta, con métodos eficientes y eficaces para mejorar la comercialización en base a la calidad.

h) Evaluar, mediante un estudio técnico, la factibilidad de crear una sucursal de la empresa, en la región del Oriente, por cuanto es una de las zonas de mayor producción del Sacha Inchi en el país.

i) Poner en marcha el proyecto ya que tiene una evaluación financiera atractiva para los inversionistas tanto en el aspecto técnico, financiero, económico y social lo cual garantiza la rentabilidad del proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA.

- 1 Guayasamín Segovia, Celio Fabián, Incoterms 2000
2. Guayasamín Segovia, Celio Fabián, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. Tomo II
3. José Muñoz Barón publica la 3ª edición del libro "El Operador Económico Autorizado. Las Áreas Exentas"
- 4.- Meneses Álvarez, Edilberto. (2004), Preparación y evaluación de proyectos, Quito-Ecuador.
- 5.- INCOTERMS 2007, Como negociar utilizando estos términos.
- 6.- Canelos, Salazar, Ramiro. (2003), Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios, Quito-Ecuador.
- 7.- Corporación de Estudios y Publicaciones, (2009), Ley Orgánica de Aduanas Reglamento, Págs. 96.3.- Estrada, Raúl, y Estrada, Patricio, (2007), Exportar es el Reto, Quito Ecuador, Págs.174.
- 8.- León Acosta, Carlos Guillermo, Comercio exterior y tributación internacional Santesmases, Mestre, Miguel, Marketing: Conceptos y Estrategias, Tercera Edición, Editorial Pirámide, Madrid España
- 9.-. Miguel Cabello Pérez Las Aduanas y el Comercio Internacional
- 10.- Mokate, Karen Marie. (2004), Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, Segunda Edición, Colombia.
11. -Olegario Llamazares, Cómo negociar con éxito en 50 países
12. -Oscar Bajo, Teorías del Comercio Internacional
- 13.- Pudeleco Editores S.A. Índice Alfabético NANDINA Comunidad Andina de Naciones. Tomo I3.- Economista Luis Barreno - Manual de Formulación y evaluación de Proyectos
- 14.- Formulación y evaluación de proyectos informáticos / Gabriel Vaca Urbina / Editorial McGraw Hill / México-2006.
- 15.- Brack, A. (1999). Plukenetiavolúbilis L. Diccionario Enciclopédico de Plantas Útiles del Perú. Cuzco, PNUD.
- 16.- Proyecto Omega. 2002. El Inca Inchi. Lima, Agroindustrias Amazónicas, 6 pág.
- 17.- Valles, C. (1995). Sacha Inchi, Importante Oleaginosa Selvática. Ciudad, Pura Selva, pág. 40-41.

- 18.- Exportación a Consumo - Aduana del Ecuador
- 19.- Legislación Codificada - Ley de Compañías.
- 20.- Diccionario de Comercio Internacional, por Cristóbal Arcila.
- 21.- Exportar es un Reto por Estrada Raúl y Estrada Patricio, (2007), pág. 71
- 22.- UE-CAN Folleto informativo.

#### **PAGINAS WEB.**

- 19.- [http:// www.camaracantabria.com/euro\\_info\\_centre/ue27/reinoUnido.pdf](http://www.camaracantabria.com/euro_info_centre/ue27/reinoUnido.pdf)
- 20.- <http://www.oficinascomerciales.es/icex/>
- 21.- <http://sisbib.unmsm.edu.pe>
- 22.-[http:// www.monografía.com](http://www.monografía.com)
- 23.<http://datos.bancomundial.org/indicador/NV.AGR.TOTL.ZS/countries/GB?display=grap>
- 24.-<http://www.proycontra.com.pe/2007/12/30/%E2%80%9Csachainchi%E2%80%9D-fue-el-cultivofavorito-del-2007%E2%80%9D/>
- 25.- <http://www.inia.gob.pe/SIT/consPR/adjuntos/1418.pdf>
- 26.- <http://www.online-vitamins-guide.com/lang/es/herbs/cardamom.htm>
- 27.- <http://www.magap.gov.ec>
- 28.- <http://www.sri.gov.ec>
- 29.- <http://www.sica.gov.ec>
- 30.- Banco Central del Ecuador - [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- 31.- <http://www.proecuador.gob.ec/>
- 32.<http://comercioexterior.com.ec/qs/content/principalesCaracter%C3%ADsticascoterms%C2%AE2010>

***ANEXOS.***



**Anexo 1.  
Cotización de la naviera.**

**COTIZACION DE TARIFAS DE FLETE MARITIMO**

<b>Fecha Consulta</b>	: 27-Jun-13
Commodity	: 2503 - Miscellaneous manufactured articles, nos
Contenedor Tamaño / Tipo	: 20 / DRY
Modo Transporte	: CY/CY
Tiempo Transito	: 23                      Dias Aprox
<b>Validez de Tarifa</b>	: 31-Jul-2013
<b>Origen</b>	: Esmeraldas - Esmeral
<b>Destino</b>	: Barcelona, ES
<b>Proxima Nave</b>	: NEDLLOYD JULIANA 1326 ETD:            29-Jun-2013

<b>Descripcion Tipo Flete</b>	<b>Codigo</b>	<b>Valor</b>	<b>Moneda</b>	<b>Base</b>
Basic Ocean Freight	BAS	290	USD	Container
Export Service Charge	EXP	20	USD	Container
Handling Charge - Origin	OHC	140	USD	Container
Standard Bunker Factor	SBF	1150	USD	Container
<b>Total Flete Estimado</b>		<b>1,600.0</b>	<b>USD</b>	<b>Container</b>
Documentation Fee - Origin	ODF	55	USD	BoL
Port Additional / Port Dues - Impo	PAI	32	EUR	Container

**Otros Cargos Adicionales**

Documentation fee - Destination	DDF	45	EUR	BoL
Handling Charge - Destination	DHC	210	EUR	Container

- **Tarifa sujeta a Origin/Destination Doc Fee (ODF)/(DDF) en Dolares por BL.**
- **Cotización valida por 10 dias para ser confirmada.**
- Cliente a confirmar oferta por email para ser registrada, de lo contrario aplicara tarifa publica.
- Cargos con moneda distinta a USD (en azul), sujetos a Tipo de Cambio al momento del pago.
- Embarque sujeto a costos adicionales locales en origen y en destino.
- Todos los Recargos flotantes, por lo que se aplicarán los vigentes al momento del Gate In Full de la unidad (al momento de la entrada del contenedor lleno al puerto).
- Embarque sujeto a disponibilidad de equipo y espacio.
- Solo para **Carga Reefer: Cargo por Genset**, solo si se utiliza.
- Recargo Bunker es flotante y esta disponible en <http://baf.maerskline.com/forside.aspx>
- Limites de Peso disponibles en [www.maerskline.com](http://www.maerskline.com), **Menu Local Offices.**
- Itinerarios disponibles en [www.maerskline.com](http://www.maerskline.com), **Menu Services-Schedules.**



**ANEXO.-3  
NOTA DE PEDIDO**

NOTA DE PEDIDO					
FECHA	06 DE JULIO DEL 2013				
DE	ESPA-MIS				
PARA	SACHA-AGRO				
ORIGEN	ECUADOR				
PTO.EMBARQUE	ESMERALDAS				
DESTINO	BARCELONA- ESPAÑA				
EMBARQUE	CONTENEDOR CONSOLIDADO				
SEGURO	CONTRATADO POR EL EXPORTADOR				
MARCAS	SACHA-AGRO				
ITEM	DESCRIPCION	CATIDAD KG	VALOR UNITARIO	TOTAL	PARTIDA
1	SEMILLAS DE SACHAINCHI	7282,2	1,5	10800	1207999900
TOTAL FOB ESMERALDAS			UNIDAD	10800	
SEGURO				1,95	
FLETE				1600	
TOTAL VALOR CIF				12401,95	

**ANEXO .-4  
COMERCIAL INVOICE**

# SACHA-AGRO

		PROFORMA INVOICE
RUC: 1723145304		
COMPRADOR	VENDEDOR	AUTORIZACION 102356964-1
ESPAMIS	SACHA-AGRO VÍA QUININDE. KM. 16 RUC:1723145304 SANTO DOMINGO	Nº 001-001-001236
TELEFONO	2659895646	
DIRECCION.	AV. JUAN DOMIENGUEZ Y SALVADOR PTY-9658	
EMAIL.	<a href="mailto:jlozano@espamis.com">jlozano@espamis.com</a>	
MERCADERIA Y ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
	TOTAL	
1 SEMILLAS DE SACHA INCHI	7282,2 KG	1,5
		10800



## ANEXO.- 6 COTIZACION DE SEGUROS EQUINOCCIAL

Agregar
Anular
Endoso
Cancelar
Grabar
Buscar
Reporte
A. Hija
Salir
Guiame

Datos Generales
Datos Especificos

Items:

Marca	No.	Peso Bruto	Bultos
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	KG

Monto Total de la Compra:

% Otros Gastos Justificados:

S. Asegurada:

%:

Valor Prima:

Descripción Contenido

Observaciones

SEGUN N/P No.

Marca	Nos.	Peso Bruto	Bultos	Contenido
	400	7282.2	KG	SEMILLAS

Prima Neta:	1.24
Super Bancos:	0.04
S. Campesino:	0.01
D. Emisión:	0.45
SubTotal:	1.74
IVA:	0.21
Otros:	0
<b>Total:</b>	<b>1.95</b>

Control Aplicaciones Hijas (informativo)

Original	Hijas	Saldo
Monto: <input type="text" value="0"/>	Vigentes: <input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Pesos: <input type="text" value="0"/>	Anuladas: <input style="background-color: red; color: white;" type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>

Cobertura:  Objeto Seguro:

Deducible:

MPORTACIONES
MOGOLLONJ
27/06/2013
11:39
USD T/C: 1

**ANEXO 7.-  
COTIZACION DE MUEBLES Y ENSERES**

Muebleria Don Pancho



**Don Pancho**

**AV. La prensa y Manuel Valdiviezo**

**quito- ecaudor**

**22636985**

[www.donpancho.com](http://www.donpancho.com)

**23698563**

**01/01/2013**

**Nº de factura**

1236

**Facturar a**

SACHA AGRO

**Dirección**

SANTO DONINGO KM 16 VIA  
QUININDE

**Teléfono**

993515743

**Correo electrónico**

[PAZMINO\\_JOHA@SACHAAGRO.COM](mailto:PAZMINO_JOHA@SACHAAGRO.COM)

Fecha	Descripción	Importe
09/06/2003	Escritorios 150x150	1400
	Silla Focus	475
	Archivadores Metálicos	950
	Sillas cenks	260
	Mesa de reuniones cir	170
	Basurero metálico	182
	<b>Subtotal</b>	\$ 2.714,80
	<b>Impuestos</b>	\$ 370,20
	<b>Total</b>	\$ 3.085,00

## ANEXO 8.

## DAE



REPUBLICA DEL ECUADOR  
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



## Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	055-2013-40-00450283
---------------	----------------------

## Información de general

Código de la distrito	ESMERALDAS	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01900007

## Información de Exportador

Nombre del exportador	SACHA - AGRO	Telefono del exportador	2979400
Dirección del exportador	KM16 VIA QUININDE		
Numero de documento de CIUU	RUC 1723145304	Ciudad del exportador	QUITO
CIUU	OTROS	Numero de documento de RUC	0990090866001
Nombre del declarante	SACHA-AGRO		
Dirección del declarante			
Código de forma de pago	GIRO DIRECTO	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

## Información de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	01-07-2013
Nombre del consignatario	SACHA-AGRO		
Dirección del			
Ciudad del contribuyente	BARCELONA	Tipo de carga	CARGA GENERAL
Almacén de lugar de	ESMERALDAS	Medio de transporte	
País de destino final	BARCELONA		

## Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transaccion	\$12401.95	Cantidad de item	2
Peso neto total	7282.2	Peso total	7282.2
Cantidad total de bultos	1	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	400	Cantidad total de unidades comerciales	400
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Item