



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN**

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN**  
**COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN**

**PROYECTO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE TÉ DE**  
**HOJA DE HIGO AL MERCADO SUIZO, EN EL PERIODO 2009 - 2019”**

**DIRECTOR: ING.BOLIVAR HARO**

**AUTORA: SANDRA ASOMA CUJILEMA**

**QUITO-ECUADOR**

## **CERTIFICACIÓN**

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza la autora

---

Sandra Asoma

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten. Le agradezco a mis padres ya que gracias a ellos soy quien soy hoy en día, fueron los que me dieron ese cariño y calor humano necesario, son los que han velado por mi salud, mis estudios, mi educación alimentación entre otros, son a ellos a quien les debo todo, horas de consejos ,de regaños, de reprimendas de tristezas y de alegrías de las cuales estoy muy segura que las han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de las cuales me siento extremadamente orgullosa.

## **AGRADECIMIENTO**

Desde lo más profundo de mí ser, agradezco a Dios quien ha hecho posible mi existencia, y por haberme dado fortaleza, constancia, sabiduría y paciencia para poder culminar y emprender valiosas metas.

A mis amados padres, que con su amor y cariño me dieron fuerzas para salir adelante y luchar por mis ideales y objetivos que me he propuesto durante toda mi vida estudiantil. Ya que gracias a ellos hoy soy una excelente persona que busca el beneficio de todos los que me rodean.

A mi querido esposo que siempre fue mi apoyo constante y me dio todo el valor necesario para cumplir con esa meta.

A mis queridos hermanos y amigos que siempre me brindaron su ayuda incondicional.

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>1</b>
<b>1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.3 Objetivos .....	2
1.3.1 Objetivo general.....	2
1.3.2 Objetivos específicos .....	2
1.4 Justificación e importancia del tema.....	2
1.5 Hipótesis.....	3
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>4</b>
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>4</b>
2.1 PRODUCTO A EXPORTAR.....	4
2.1.1 Características del Higo.....	4
2.1.2 El Té .....	8
2.1.3 Té de higo .....	11
2.2 MERCADO DE SUIZA.....	11
2.2.1 Historia .....	11
2.2.2 Geografía .....	12
2.2.3 Recursos naturales.....	13
2.2.4 Medio ambiente .....	13
2.2.5 Gobierno .....	14
2.2.6 Población .....	14
2.2.7 Economía.....	15
2.2.8 Moneda.....	16
2.3 DEMANDA.....	16

2.3.1	Producción de Té en Suiza .....	17
2.3.2	Importaciones de Té en el mercado Suizo.....	18
2.3.3	Exportaciones de Té de Suiza.....	20
2.3.4	Consumo Aparente de té en Suiza .....	22
2.3.5	Consumo Per Cápita de Té en Suiza .....	22
2.4	OFERTA .....	25
2.4.1	Competidores Nacionales e Internacionales.....	26
2.4.2	Oferta del proyecto.....	29
2.5	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	30
 <b>CAPÍTULO III .....</b>		<b>32</b>
<b>3. ESTUDIO TÉCNICO .....</b>		<b>32</b>
3.1	TAMAÑO DE LA PLANTA .....	32
3.1.1	Tamaño y los insumos.....	32
3.1.2	Capacidad instalada.....	33
3.2	LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA .....	40
3.2.1	Macrolocalización.....	40
3.2.2	Microlocalización.....	40
3.2.3	Distribución de la planta.....	41
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	42
3.3.1	Operaciones dentro de la empresa .....	42
3.3.2	Proceso de Producción para exportación.....	43
3.4	ORGANIZACIÓN ADMINSTRATIVA Y LEGAL .....	46
3.4.1	Organización interna de la empresa .....	46
3.4.2	Estructura legal de la empresa Vie Naturelle .....	48
3.4.3	Estructura Administrativa.....	51
3.5	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....	56
3.5.1	Principios.....	56
3.5.2	Valores.....	57

<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>59</b>
<b>4. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....</b>	<b>59</b>
4.1 ESTRATEGIAS PARA LA UNIDAD DEL NEGOCIO .....	59
4.2 MEZCLA DEL PRODUCTO .....	60
4.2.1 Mezcla de plaza .....	60
4.2.2 Mezcla del precio.....	61
4.2.3 Mezcla de promoción.....	61
4.3 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL.....	62
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>64</b>
<b>5. TRATAMIENTO ADUANERO Y DE EXPORTACIÓN.....</b>	<b>64</b>
5.1 REQUISITOS PARA EXPORTAR .....	64
5.1.1 Requisitos para calificarse como exportador.....	64
5.2 FASES Y DOCUMENTOS PRE-EMBARQUE, EMBARQUE Y POST- EMBARQUE .....	68
5.2.1 Fase Pre-Embarque .....	68
5.2.2 Fase del Embarque.....	69
5.2.3 Fase de Post Embarque .....	70
5.3 REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO SUIZO .....	72
5.3.1 Documentos obligatorios para exportar a Suiza .....	73
5.3.2 Estándares Suizos Bio Suisse .....	73
5.3.3 Regulaciones de aduana e impuestos al valor agregado .....	74
5.3.4 Trámites establecidos en el código sobre alimentos .....	74
5.3.5 El Decreto sobre Agricultura Orgánica en Suiza (SOFO) .....	75
5.3.6 Etiqueta biológica Migros .....	75
5.3.7 Trámites para la Exportación” .....	76
5.3.8 Transporte.....	78
5.4 GASTOS DE EXPORTACIÓN .....	78
5.4.1 Embalaje.....	78
5.4.2 Marcado.....	82

5.4.3	Unitarización.....	82
5.4.4	Costo de los Certificados.....	83
5.4.5	Costo de transporte interno.....	83
5.4.6	Seguros .....	83
5.4.7	Agente de Carga y de Aduana .....	84
5.4.8	Transporte internacional.....	84
5.4.9	Seguro internacional.....	85
5.4.10	Documentos para exportar.....	85
5.5	INCOTERMS .....	85
5.5.1	Incoterm Elegido.....	86
5.5.2	Precio FCA para el producto .....	87
5.5.3	Métodos de cobro.....	88
5.6	DISTRIBUCIÓN DESDE EL PUERTO DE ORIGEN HASTA EL PUERTO DE DESTINO.....	90
5.6.1	Selección del puerto .....	90
5.6.2	Aeropuerto de origen.....	90
5.6.3	Aeropuerto de destino .....	90
5.6.4	Selección de la modalidad .....	91
5.6.4.1	Transporte Aéreo.....	91
5.7	MÉTODO DE OPERACIÓN POR TIPO (EFECTIVO / CRÉDITO).....	92
5.7.1	Partida Arancelaria.....	92
<b>CAPÍTULO VI .....</b>		<b>94</b>
<b>6. ESTUDIO ECONÓMICO .....</b>		<b>94</b>
6.1	INVERSIÓN.....	94
6.1.1	Inversión Fija tangible.....	94
6.1.1.1	Adecuaciones .....	95
6.1.1.2	Terreno .....	96
6.1.1.3	Muebles de Oficina .....	96
6.1.1.4	Equipos de oficina.....	96
6.1.1.5	Equipos de computación.....	97



6.1.1.6	Maquinaria y equipos .....	97
6.1.1.7	Vehículos .....	98
6.1.1.8	Inversión Fija Intangible.....	98
6.1.2	Capital de Trabajo.....	99
6.2	FINANCIAMIENTO .....	100
6.2.1	Estructura de la deuda .....	100
6.2.2	Amortización de la deuda.....	100
6.3	COSTOS.....	102
6.3.1	Materia prima.....	103
6.3.2	Materiales indirectos .....	104
6.3.3	Mano de obra directa.....	105
6.3.4	Mano de obra indirecta.....	106
6.3.5	Gastos administrativos .....	106
6.3.5.1	Remuneración personal administrativo .....	107
6.3.5.2	Suministros .....	108
6.3.5.3	Gasto Materiales de trabajo .....	109
6.3.5.4	Gasto Seguros .....	110
6.3.5.5	Gasto Mantenimiento .....	111
6.3.5.6	Gasto de Ventas (Exportación de té de hojas de higo).....	112
6.3.5.7	Depreciaciones.....	113
<b>CAPÍTULO VII.....</b>		<b>115</b>
<b>7. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA.....</b>		<b>115</b>
7.1	INGRESOS.....	115
7.2	ESTADOS FINANCIEROS.....	117
7.2.1	Estado de situación inicial .....	117
7.2.2	Estado de resultados proyectado.....	117
7.3	CÁLCULO DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.....	119
7.3.1	Valor actual neto (VAN) .....	119
7.3.2.1	Costo de oportunidad.....	122
7.3.3	Tasa interna de retorno (TIR) .....	123

7.3.3.1 Punto de equilibrio .....	124
7.3.2 Período de recuperación de la inversión (PRI) .....	126
7.4 ÍNDICES FINANCIEROS .....	127
<b>CAPÍTULO VIII .....</b>	<b>129</b>
<b>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>129</b>
8.1 CONCLUSIONES .....	129
8.2 RECOMENDACIONES .....	130
BIBLIOGRAFÍA .....	131
ANEXOS .....	134

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Vie Naturelle es una microempresa que elabora y comercializa productos naturales a nivel nacional, y con el pasar de los años ha buscado llegar con su producto a otros mercados, pero la falta de conocimiento en el ámbito de exportaciones le ha impedido expandirse al exterior; sin embargo decidió buscar nuevos métodos y estrategias que le permitan llegar con su producto al extranjero.

Los dos primeros capítulos detallan de manera concisa toda la información sobre los objetivos, el problema y el estudio de mercado.

En el capítulo tres se realizó un plan de marketing internacional, con el propósito de implantar objetivos y estrategias en beneficio de la empresa, para que pueda llegar con su producto al mercado Suizo.

El capítulo cuatro engloba toda la documentación de exportación, las leyes que debe cumplir el producto al momento de ingresar al mercado Suizo y los impuestos que debe pagar para poder ser exportado.

Los capítulos finales abarcan todo el proceso financiero y producción del producto que se va a exportar.

El proceso de exportación no es complicado, pero la falta de conocimientos en el ámbito del comercio exterior no ha permitido que muchas empresas inicien sus actividades de exportación, por ello el capítulo tres y cuatro recoge todos los pasos a seguir para llevar a cabo las negociaciones internacionales.

# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad a nivel mundial se consumen muchas alternativas de infusiones de té en sus diversas combinaciones con otras plantas, para dar una gran variedad de sabores a escoger a los consumidores de esta bebida que es tan antigua y que tiene origen chino, que data del año 2700 a.c. aproximadamente y, que en la actualidad es consumida en un altísimo porcentaje por la población a nivel mundial.

El proyecto planteado, consiste en realizar un análisis de factibilidad previo a la elaboración y comercialización del producto como una nueva alternativa en infusiones, como es: *el té de hoja de higo*, que se pretende comercializar en el mercado Suizo.

La elaboración de este proyecto, empezará metodológicamente con temas básicos y cotidianos como es su historia en el consumo poblacional, usos del mismo, etc. y posteriormente avanzará con temas específicos tales como: siembra, cosecha, elaboración, secado, conservación y exportación de este producto, .

Se pretende comercializar este producto en el mercado Suizo ya que en los últimos años ha existido un mayor acercamiento entre los dos países por convenios binacionales mediante organizaciones como es el caso de CONSUDE que es una institución de desarrollo local y gestión ambiental que el Ministerio de Relaciones Exteriores Suizo crea dedicado en el Ecuador a la inversión y el desarrollo, además existen otras instituciones que apuntan en este proceso comercial como es: *el Programa Suizo de Promoción de las Importaciones* Sippo, y la Fundación Max Havelaar, organizaciones que trabajan estrechamente con pequeños y medianos productores asociados en Ecuador.

## **1.2 Formulación del problema**

- ¿Podremos evitar una mala inversión con un análisis de factibilidad del proyecto?
- ¿Un análisis de factibilidad nos dirá qué margen de utilidad tendrá el proyecto?
- ¿Cómo determinaremos el nivel de aceptabilidad que tendrá este nuevo producto en el mercado Suizo?
- ¿Cuál será el nivel de inversión necesario para empezar con el proyecto?

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo general**

Hacer un análisis de factibilidad previo al lanzamiento del Proyecto de Inversión de exportación de té de hoja de higo, que se comercializará en el mercado Suizo.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado y determinar la demanda insatisfecha
- Determinar el estudio técnico y la ingeniería del proyecto
- Determinar la estructura administrativa y legal del negocio
- Determinar los ingresos y gastos del proyecto
- Realizar la evaluación financiera

## **1.4 Justificación e importancia del tema**

El objetivo de realizar un estudio de factibilidad es saber si la inversión a realizar, en este caso el riesgo que se impondrá al dinero, será rentable, evitando con esto, una probable pérdida, tanto de tiempo, como de dinero.

Una vez que el estudio de factibilidad demuestre que el proyecto es o no rentable (factible), la empresa o los accionistas interesados en esta inversión, podrán tomar la decisión favorable a sus intereses, sabiendo a ciencia cierta, cuáles serán sus riesgos, sus beneficios y su tiempo de recuperación de capital.

Es muy importante entonces, conocer lo que le espera al inversionista antes de arriesgar su dinero, determinar la conveniencia del proyecto, su mercado, sus oportunidades y su proyección de crecimiento.

### **1.5 Hipótesis**

Los resultados del proyecto de factibilidad para el lanzamiento de un nuevo Té de hoja de higo en el mercado Suizo, permitirá demostrar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, la cual facilitará tomar la decisión de implementar o no la propuesta.

## CAPÍTULO II

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

La finalidad del estudio de mercado es: estimar la demanda, o sea la cantidad de productos y servicios que la comunidad estaría dispuesta a consumir a determinados precios y un cierto período de tiempo.

En esta parte del estudio consta además, el análisis y proyección de la demanda, que servirán como guía indiscutible durante la puesta en marcha y ejecución del presente Proyecto de factibilidad para la exportación de Té de hoja de higo al mercado Suizo.

#### 2.1 PRODUCTO A EXPORTAR

Previo a analizar el entorno del mercado suizo para la exportación de té de hoja de higo, es vital entender cuál es el producto que se pretende exportar y las características que este posee. A continuación se analiza el entorno del té y del higo como opción en infusiones.

##### 2.1.1 Características del Higo

Los higos, cuyo nombre científico es "*Ficus Carica*", es una fruta típicamente mediterránea, que durante siglos ha sido muy apreciada por diferentes culturas<sup>1</sup>.

Su origen se remonta a siglos antes de Cristo e incluso fueron considerados como manjares en la época de la Grecia clásica. Ya en el mismo Génesis de la Biblia, se narra cómo Moisés mandó a unos exploradores a reconocer la tierra de Canaán y estos volvieron con diferentes frutos, entre ellos higos. Pero fue en la Grecia clásica donde los higos suponen uno de los alimentos esenciales de su civilización<sup>2</sup>. Las culturas

---

<sup>1</sup> Samat Toussain, Historia Natural y Moral de los alimentos, Pág. 50

<sup>2</sup> Corvetta Bianchini, Frutos de la tierra, Pág. 100

Mesopotámicas (la más antigua de la humanidad) la denominan como el árbol del conocimiento, los Vedas la denomina como "flor de la mujer o flor del placer sexual"<sup>3</sup>. En España y también en Cataluña, se utiliza la palabra "higo" en castellano, y "figa" en catalán, para expresar el tema del sexo femenino en un plano popular. "En castellano el árbol es la higuera y en catalán es la Figuera"<sup>4</sup>.

- **Composición de la fruta**

El fruto fresco está compuesto por un 80% de agua y un 12% de azúcar. Una vez seco, estas proporciones varían fuertemente a menos de un 20% y más de un 48%, respectivamente. Sus características nutricionales se potencian una vez secos.

Este fruto contiene también cantidades variables de pentosanas y de ácido cítrico, málico y acético. Poseen una cantidad de azúcar superior al resto de las frutas, de ahí que su valor calórico sea muy parecido al del plátano o la uva. Es pobre en grasas y en proteínas, pero rico en agua, minerales y fibra.

- **Propiedades medicinales del higo**

El Higo maduro es muy digestivo porque contiene una sustancia especial llamada Cradina. Tanto secos como frescos, los higos son un excelente tónico para las personas que realizan esfuerzos físicos o intelectuales.

También es un buen emoliente, un suave laxante, un buen diurético y un excelente pectoral. Por todo ello, los higos son recomendables para los niños, adolescentes, mujeres embarazadas, intelectuales y deportistas. Una fruta de 250 gramos proporcionará unas 1.300 calorías y alrededor de 12 gramos de proteínas.

En la composición de los higos destacan los hidratos de carbono, constituidos por glucosa y fructosa. Los higos son muy ricos en vitaminas E, B6, B1 y B2. En cuanto a

---

<sup>3</sup> Laubach Solms, Las queridas plantas y sus frutos, Pág. 76

<sup>4</sup> Ibídem, Pág. 77



minerales, es de destacar su contenido en potasio, calcio, magnesio y hierro. Los oligoelementos cinc, cobre y manganeso están presentes en cantidades significativas. Los higos se digieren muy bien, y actúan como emolientes (suavizantes) de los bronquios y del aparato digestivo. Su consumo se halla especialmente indicado en:

1. **Afecciones bronquiales:** Ejercen una acción pectoral y anti infecciosa. Calman la tos, facilitan la expectoración y suavizan las vías respiratorias. Su uso se recomienda tanto a los que padecen bronquitis crónica, como a los que sufren de infecciones agudas de vías respiratorias por resfriado o gripe. Se recomiendan los secos a remojo y los hervidos con leche.
2. **Estreñimiento:** Los higos frescos y los secos puestos a remojo se hallan especialmente indicados en caso de pereza intestinal. Su acción es similar a las de las ciruelas. Suavizan el conducto digestivo y estimulan los movimientos peristálticos del intestino que hacen progresar las heces en su interior.
3. **Aumento de las necesidades nutritivas:** es recomendable en caso de anemia o fatiga por causa orgánica o psíquica. Las mujeres embarazadas o que lactan, los adolescentes y todos aquellos que estén sometidos a esfuerzos físicos (deportistas) o psíquicos (estudiantes), encontrarán en el higo un alimento muy nutritivo, fácilmente digerible y rico en energía. Tradicionalmente se le utiliza como madurativos sobre los abscesos, si son aplicados como pasta, mientras que su sábila o “leche” elimina callosidades, verruga y pecas. Adicionalmente su uso es recomendado para:
  - Problemas de tránsito intestinal, estreñimiento (laxante)
  - Sistema inmunológico: aumenta las defensas, ayuda a producir glóbulos rojos y blancos.
  - Anti cancerígeno, colón.
  - Problemas cardiovasculares, enfermedades degenerativas.

- **Fruto de la higuera**

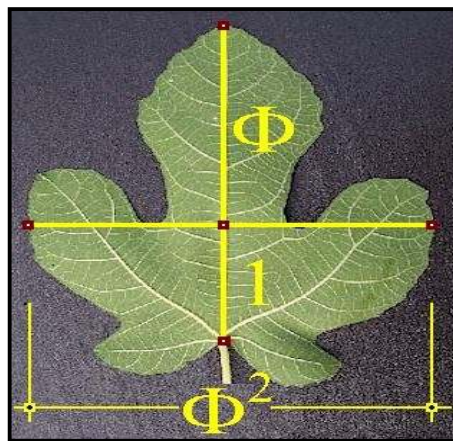
Se trata de árbol mediano, de hojas ásperas. Una vez plantado, tarda unos 5 años en entrar en producción y su longevidad supera los 100 años. Es un tipo de árbol que crece en zonas de escasez hídrica y salinidad. El higo es color verde, púrpura o azulado y de

tamaño variable. Requiere un clima templado, no soporta bien las temperaturas bajas, aunque si aguanta períodos largos de sequía.

Existen alrededor de 600 variedades de higos. La estación de más producción es el verano. Las principales variedades son:

- Kadota,
  - Adriatic,
  - Calimyrna y;
  - Mission.
- 
- **La hoja de la higuera**

**Gráfico 2.1**  
**Hoja de Higuera**



Fuente: [www.images.google.com.ec](http://www.images.google.com.ec)

Las hojas, los pedúnculos y los higos a punto de madurar contienen diastasa (enzima que cataliza la hidrólisis del almidón), esteraza, lipasa, proteasa, cravina y fermento LAB, un látex pegajoso y blanco, irritante a la piel que contiene alrededor del 12 % de una goma que se coagula en contacto con el aire.

- **Condiciones de Cultivo**

La planta de higo prefiere un terreno rico en humus, húmedo aunque bien drenado, de ahí que en la plantación de la misma, sea conveniente recubrir el lecho con una buena capa de piedras o ladrillos, para que el agua no se estanque. Sean al aire libre o en invernadero, deben plantarse en invierno, para ello serán mejor escoger el plantarlas a través de semillas o escoger plantas de vivero que tengan unos 2 años.

Una vez plantadas, se las debe sujetar a estacas, controlando cada mes que la sujeción no esté estrangulando al tallo. Las primeras podas deberán dar la estructura del árbol y luego solo serán para eliminar ramas secas o viejas, hasta el punto donde aparecen las yemas jóvenes.

### **2.1.2 El Té**

- **Historia del Té**

El té es la segunda bebida más consumida del mundo después del agua. Existen más de 3.000 variedades. Se bebe desde hace miles de años y su consumo se ha extendido a casi todos los países del mundo. El término español "té" se deriva del dialecto chino amoy, en el que se pronuncia "tai". Surgió de los primeros contactos entre comerciantes holandeses y chinos del puerto de Amoy, en la provincia de Fujian.

Según la leyenda china, fue el emperador y erudito Shen Nung quien descubrió las propiedades beneficiosas del té. Una de sus sabias normas había sido la disposición de que, durante su reinado, toda el agua destinada para el consumo humano fuera previamente hervida. Cuentan que un día, cuando Shen Nung estaba descansando junto a un árbol de té silvestre, una ligera brisa agitó las ramas, con tan buena fortuna, que algunas hojas fueron a caer en el agua que estaba hirviendo.

La infusión resultante le pareció deliciosamente refrescante y reconstituyente y así fue como descubrió el té. En ese entonces, la infusión se preparaba como medicina o tónico,

con hojas tiernas de árboles silvestres. Para ajustar la oferta a una demanda creciente y garantizar una cosecha regular, los granjeros empezaron a cultivar arbustos de té en sus pequeñas propiedades y se fue desarrollando un sistema de desecación y fabricación.

La popularidad del té creció rápidamente en China. Se entregaba como presente a los emperadores y empezó a encontrarse en tabernas, tiendas de vino y posadas. Incluso se usaban pastillas prensadas, como trueque en las relaciones comerciales con los turcos. Los comerciantes de té se enriquecieron y los alfareros, plateros y herreros empezaron a fabricar elegantes artículos para tomarlo, que constituían un indicador de la riqueza y del nivel social de los propietarios.

- **Consumo de Té en Europa**

Europa es un consumidor regular de té y bebidas aromáticas , al año 2005 se consumió un promedio anual de 12,9 mil millones de tazas de té de hierbas y otros sabores y, así mismo, el consumo per cápita de té fue de 25 litros en ese mismo año.

La tendencia de “Wellness” de comida sana y bienestar es considerable, con un crecimiento medio en la demanda por bebidas naturales sin cafeína que además, suministra beneficios para la salud. El té se ha establecido como parte inherente de un nuevo modo de estilo de vida y se consume por el gusto y la ayuda que brinda a la salud, relajación y la desintoxicación del organismo.

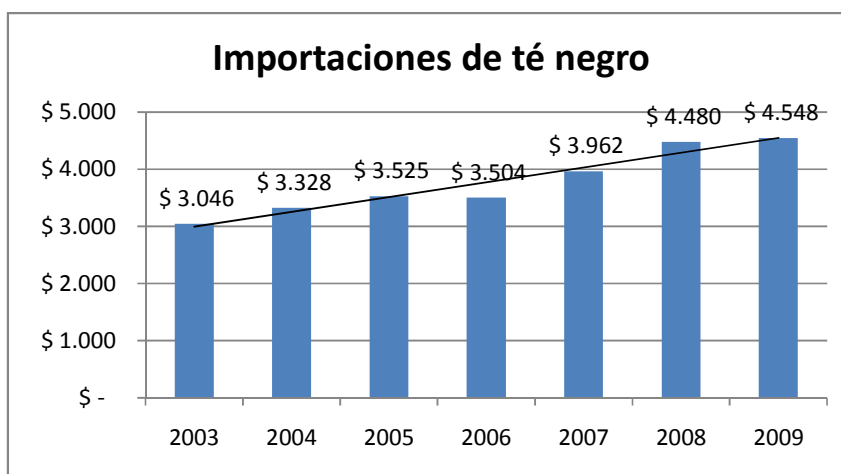
La venta total de té de hierbas y frutas creció en un 1,7% con 38.780 toneladas, mientras tanto, el té mezclado alcanzó al 41% del mercado, creciendo en un 7,5% a 15.766 toneladas. El té no mezclado sólo tuvo una participación de 59% respecto al 61,5% de los volúmenes del período del año 2004. Se verifica un descenso en este tipo de té (-1,9%) debido en gran parte al creciente significado del té mezclado en especial las mezclas con Rombos.

No obstante, el volumen de los más importantes tipos de té no mezclado se mantiene estable con 23.014 toneladas (23.466 ton. en 2004). Los tipos de té más demandados se incluyen la menta, la manzanilla y el hinojo. La menta fresca, con una venta de 5.862

toneladas, disfruta del té más popular entre los consumidores alemanes. Una parte interesante de este mercado son todas las hierbas que se pueden usar en infusiones de té no mezclado (manzanilla, menta etc.) o mezclas de té. Entre las especies de preferencia del mercado en Europa, se encuentran: el hinojo, la caléndula, la borraja, melisa o toronjil, cáñamo de Guinea, Ortiga mayor, Aquilea y Lavanda.

Algunas hierbas cultivadas en Ecuador, no son muy conocidas en el mercado europeo entre ellas está el higo, sin embargo la tendencia de consumo marcada por la preferencia de productos orgánicos muestra gran potencial para la exportación de té con esta variante. Las importaciones mundiales del té, tanto verde como negro, subcapítulo 0902 del Sistema Armonizado, pasaron de 3.046 millones de dólares en el 2003, a 3.328 millones de dólares en el 2004, 3.525 millones de dólares en el 2005 y 3.504 millones de dólares en el 2006, es decir, los valores totales de importación mantuvieron un ritmo de expansión importante del 9% y 6% en los años 2004 y 2005, pero en el 2006, los valores importados cayeron -0,6%.

**Gráfico 2.2**  
**Importaciones mundiales de té verde y negro**  
**En miles de toneladas**



Fuente: CORPEI, Importaciones de Té Negro y Verde, Año 2006

Elaborado por: Sandra Asoma

### **2.1.3 Té de higo**

El té o infusión de este árbol se realiza con los frutos del Higo o sus hojas, cuyo nombre científico es *Ficus carica*. Estas infusiones presentan varias propiedades medicinales. Para la preparación de esta infusión se requiere contar con 5 o 6 higos frescos, **un litro de agua** o un cuarto de leche dependiendo del objetivo del consumo de esta infusión.

La forma de preparación consiste en hervir los frutos del higo, también conocida como higuera o brevera, en conjunto con el litro de agua o con el cuarto de litro de leche durante 15 minutos. Luego se extraen de la infusión los frutos y queda lista para beber.

La infusión con agua es muy útil en caso de presentar estreñimiento o problemas con la digestión, ya que posee propiedades laxantes. Para estos casos es recomendable beber el agua por las noches y consumir los frutos (con los que se preparó la infusión) durante la mañana del día siguiente, preferentemente en ayuna. Además, esta infusión, es muy útil para tratar heridas o inflamaciones bucales.

La infusión con leche posee propiedades expectorantes, por lo tanto se recomienda su consumo en caso de presentar bronquitis, o para aquellas personas que padezcan de tos excesiva con eliminación de secreciones.

## **2.2 MERCADO DE SUIZA**

### **2.2.1 Historia**

La Confederación suiza fue fundada en 1291 como una alianza defensiva entre tres cantones. En años sucesivos, otras localidades se afiliaron a los tres originales. La Confederación suiza aseguró su independencia del Sacro Imperio Romano en 1499. Una constitución de 1848, posteriormente modificada en el año 1874, sustituyó la confederación por un gobierno federal centralizado. La soberanía de Suiza y su neutralidad han sido honradas por mucho tiempo por los principales poderes europeos, y el país no estuvo implicado en ninguna de las dos Guerras mundiales.

La integración política y económica de Europa durante la mitad del siglo pasado, así como el papel de Suiza en muchas Naciones Unidas y organizaciones internacionales, ha reforzado los lazos de Suiza con sus vecinos. Sin embargo, el país no se hizo oficialmente miembro de Naciones Unidas hasta 2002. Suiza permanece activa en muchas organizaciones internacionales, pero retiene un compromiso fuerte de la neutralidad<sup>5</sup>.

## 2.2.2 Geografía

Suiza se encuentra ubicada en Europa central, al este de Francia, al norte de Italia. Las coordenadas geográficas de Suiza son 47 00 Norte, 8 00 Este. El área total de Suiza es de unos 41,290 kilómetros cuadrados, Suiza abarca tan sólo el 1,5 por mil de la superficie terrestre habitada (39,770 kilómetros cuadrados) y 1,520 kilómetros cuadrados son agua<sup>6</sup>.

Gráfico 2.3

Mapa de Suiza



Fuente: <http://www.flavionet.com/panoramicas/sdatos/349/>

<sup>5</sup> PROMOEXPORT COLOMBIA, Perfil Económico, Social y Cultural de Suiza, Año 2008. [www.promoexport.com](http://www.promoexport.com)

<sup>6</sup> SWISSWORLD, Tomado de [www.swissworld.org/es/geografia](http://www.swissworld.org/es/geografia)

### **2.2.3 Recursos naturales**

La energía hidroeléctrica es el principal recurso natural de Suiza. Los únicos recursos minerales abundantes son el granito, la caliza y otras piedras de construcción y la sal; también se encuentran pequeños depósitos de minerales de hierro y manganeso. Los recursos agrarios son limitados, ya que la mayoría de los suelos son rocosos o están lixiviados. Cabe resaltar que el 9.91% de su superficie terrestre es cultivables de los cuales el 0.58%.

### **2.2.4 Medio ambiente**

Los problemas medioambientales que tiene Suiza derivan en gran parte del deterioro continuo de los sistemas naturales, sumado al notable impacto de la actividad humana debido al turismo y al elevado nivel de vida. Entre las amenazas más significativas para el medio ambiente están los daños a los bosques por parte de la lluvia ácida, la destrucción de los sistemas fluviales a causa de los embalses hidroeléctricos, la contaminación por compuestos químicos agrícolas como los nitratos, la expansión urbana y el creciente tráfico de automóviles.

La calidad del aire ha mejorado en los últimos años, debido a la imposición de unos estrictos niveles sobre emisión de gases en vehículos y a la prohibición de la gasolina con plomo y los clorofluorocarbonos (CFC). El tratamiento de las aguas residuales municipales es bastante bueno y más del 90% de la población es atendida con plantas de tratamiento.

En el contexto internacional, Suiza participa de acuerdos medioambientales sobre contaminación atmosférica, Contaminación de Aire de Óxidos de nitrógeno, contaminantes orgánicos persistentes, Contaminación de Aire de azufre 85, Contaminación de Aire de azufre 94, Contaminación Aire por Compuestos Orgánicos Volátiles Tratado del Antártico, biodiversidad, cambios climáticos, Protocolo de Kyoto de Cambios Climáticos, Desertificación, especies en peligro de extinción, cambios ambientales, residuos peligrosos, vertido de residuos al mar, vida marina, prohibición de



realizar ensayos nucleares, capa de ozono, contaminación naval, madera tropical (1983) y caza de ballenas.

A nivel regional, Suiza participa junto con sus vecinos de varios acuerdos para proteger los delicados entornos de los Alpes. El país también comparte un parque transfronterizo con Italia. Además, Suiza tiene firmado, pero no ratificado aún el tratado de Derecho marítimo.

### **2.2.5 Gobierno**

El Gobierno de Suiza es formalmente una confederación pero similar en estructura a una república federal. La revisión de la Constitución de 1874 fue aprobada por el Parlamento federal el 18 de diciembre de 1998, adoptada por el referéndum el 18 de abril de 1999, oficialmente entró en vigor el 1 de enero del 2000.

En la Constitución esta expresado que el derecho al voto se obtiene desde los 18 años, edad en que se adquiere la mayoría de edad. Asimismo, se expresa que el derecho al voto es universal y obligatorio.

El sistema legal es un sistema de derecho civil bajo la influencia del derecho de costumbre; revisión judicial de actos legislativos, excepto con respecto a decretos federales de carácter obligatorio general; acepta la jurisdicción Corte Internacional de Justicia (C.I.J) obligatoria con reservas.

Es importante mencionar que Suiza no forma parte de la Unión Europea, si bien es una nación con gran relación internacional, no está entre sus miembros.

### **2.2.6 Población**

Suiza tiene 7,4 millones de habitantes, de los cuales un 20% son residentes extranjeros. El envejecimiento demográfico se ha acentuado en Suiza por la creciente esperanza de vida y la baja natalidad. Los estilos de vida cambian, a la par que los suizos se adaptan a las nuevas exigencias.

Las creencias religiosas han perdido adeptos en los últimos años, pero el paisaje religioso se ha diversificado. Suiza tiene cuatro idiomas geográficamente desigualmente distribuidos y una gran riqueza en dialectos.

**Tabla 2.1**  
**Población Suiza**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Tasa de crecimiento poblacional</b>
2003	7.318.638	
2004	7.489.370	2,33%
2005	7.489.370	0,00%
2006	7.523.934	0,46%
2007	7.554.661	0,41%
2008	7.581.520	0,36%
2009 (prev)	7.608.813	0,35%

Fuente: [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com)

Elaborado por: Sandra Asoma

### **2.2.7 Economía**

La economía suiza está basada en una mano de obra altamente calificada que ejecuta en general tareas sumamente especializadas. Los sectores principales son la microtecnología, la alta tecnología, la biotecnología y la industria farmacéutica, así como la banca y los seguros.

El sector servicios emplea el mayor número de trabajadores. La mayor parte de la gente activa en Suiza trabaja para empresas pequeñas y medianas que tienen un papel de primer rango en la economía suiza.

**Tabla 2.2**

**Indicadores económicos de Suiza al año 2008**

<b>DATOS ECONÓMICOS</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Evolución del PIB (%)	3,4	3,3	1,6
PIB por habitante (€)	40.213	40.490	43.557
PIB absoluto (M€ corrientes)	309.639	311.775	335.389
Tipo de interés de referencia	3,7	3,8	2
Desempleo (%)	3,3	2,8	2,6
Exportaciones (M€)	117.756	125.546	136.608
Exportaciones a UE (M€)	72.540	77.849	83.383
Importaciones (M€)	112.613	117.596	124.741
Importaciones de UE (M€)	88.566	93.414	98.313

Fuente: [http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomex/0,5310,5280449\\_5296122\\_5296234\\_0\\_CH,00.html](http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomex/0,5310,5280449_5296122_5296234_0_CH,00.html)

Elaborado por: Sandra Asoma

### **2.2.8 Moneda**

La unidad monetaria de Suiza es el franco suizo, dividido en 100 céntimos. El Franco Suizo viene en monedas de 50, 20, 10 y 5 centavos de franco, 5, 2, y 1 Franco y billetes de 10, 20, 50, 100, 200 y 1.000 francos. El euro y el dólar americano es plenamente aceptado en el país y muy fácil de cambiar en casi cualquier lugar.<sup>7</sup>

### **2.3 DEMANDA**

La demanda del proyecto se obtendrá a través de la fórmula del Consumo Nacional Aparente, con lo que se pretende establecer la cantidad consumida y posteriormente la oferta que la empresa exportará anualmente al destino.

La fórmula es:

$$\text{Consumo Nacional Aparente} = \text{Producción} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

<sup>7</sup> PROMOEXPORT COLOMBIA, Perfil Económico, Social y Cultural de Suiza, Año 2008. [www.promoexport.com](http://www.promoexport.com)

Para el cálculo del consumo aparente se ha tomado como referencia un horizonte de 10 años, así en función de series históricas y a través del método de mínimos cuadrados se estimará el consumo aparente de té en Suiza.

### 2.3.1 Producción de té en Suiza

Suiza, según las estadísticas de producción de la FAO no registra datos de producción de té en los últimos 5 años lo que lo convierte en uno de los importadores más relevantes en Europa. El gráfico 2.4 muestra los registros de FAOSTAT, indicando la inexistencia de registros de producción par Suiza.

**Gráfico 2.4**  
**Registros de Producción de Té en Suiza**

The screenshot shows the FAOSTAT search interface. The navigation menu at the top includes 'Página inicial', 'Producción', 'Comercio', 'Suministro alimentario', 'CSUHBA', 'Seguridad Alimentaria', 'Precios', 'Recursos', 'Forestal', 'Fisheries', 'Metadatos', and 'Ap'. The search criteria are set to 'país: Suiza', 'producto: Té', and 'elemento: Producción - Cantidad'. The 'año' dropdown is set to 2008. Below the search criteria, there are options for 'agrupados por' (elemento), 'eje-Y1' (país), 'eje-Y2' (producto), and 'eje-X' (año). The 'clasificación de productos' is set to 'Códigos FAO'. A 'seleccionar datos' button is visible. At the bottom, a message reads 'ningún dato parámetros seleccionados...'.

Fuente: FAOSTAT

En función de estas condiciones se asume un valor de 0 para la producción nacional, esta cifra será utilizada para el cálculo del consumo aparente.

### 2.3.2 Importaciones de Té en el mercado Suizo

El té es una bebida de gran consumo en Europa, en su mayoría de acuerdo a datos de la FAO, las condiciones de consumo se incrementan de forma regular, las estimaciones muestran que para los próximos 5 años el consumo de té se incrementará a 5 kg. por persona, prueba de ello es que el consumo no se ha reducido a pesar de la recesión económica, por el contrario se espera que los precios del té se mantengan, al año 2009 el precio por kilogramo sin procesar se ubicó en 3,58 en su punto máximo, con un promedio anual de 2,38 dólares.

A continuación la tabla 2.3 muestra el registro histórico de las importaciones de té que realiza Suiza.

**Tabla 2.3**  
**Importaciones de té al mercado Suizo**  
**Período 2002 - 2006**

AÑOS	Importación de Té En Toneladas
2002	4.659
2003	4.187
2004	4.586
2005	4.670
2006	3.906
<b>TOTALES</b>	<b>22.008,00</b>

Fuente: FAOSTAT

Elaborado por: Sandra Asoma

Como se muestra en la tabla 2.3 las importaciones de té realizadas por Suiza entre el año 2002 y 2006, último registro, muestra una disminución significativa al último año.

- **Proyección de Importaciones de Té en el mercado Suizo**

Para la proyección de las importaciones se utilizará el método de mínimos cuadrados a través de una regresión simple. La proyección se realiza en función de la serie histórica expuesta en la tabla 2.3.

**Tabla 2.4**  
**Proyección de las Importaciones de Té**  
**Período 2005 - 2020**

$$Y=a+bx \text{ (1)}$$

Años (n)	Importaciones de té (y)	X	(X*Y)	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
2002	4.659	-2	-9318	4	21.706.281,00
2003	4187	-1	-4187	1	17.530.969,00
2004	4586	0	0	0	21.031.396,00
2005	4670	1	4670	1	21.808.900,00
2006	3906	2	7812	4	15.256.836,00
<b>TOTALES</b>	<b>22.008,00</b>		<b>-1023</b>	<b>10</b>	<b>97.334.382,00</b>

Reemplazando;

$$a=\Sigma y/n \text{ (2)}$$

$$b=\Sigma xy/\Sigma x^2 \text{ (3)}$$

Reemplazando en 2 se tiene:

$$a= 22.008/5 \quad a = 4.401,60$$

Reemplazando en 3 se tiene:

$$b= (-1.023)/10 \quad b = - 102,3$$

Reemplazando en 1, se tiene

Años	a	b	x	Importaciones de té proyectadas (toneladas)
2007	4401,6	-102,3	3	4.094,70
2008	4401,6	-102,3	4	3.992,40
2009	4401,6	-102,3	5	3.890,10
2010	4401,6	-102,3	6	3.787,80
2011	4401,6	-102,3	7	3.685,50
2012	4401,6	-102,3	8	3.583,20
2013	4401,6	-102,3	9	3.480,90
2014	4401,6	-102,3	10	3.378,60
2015	4401,6	-102,3	11	3.276,30
2016	4401,6	-102,3	12	3.174,00
2017	4401,6	-102,3	13	3.071,70
2018	4401,6	-102,3	14	2.969,40
2019	4401,6	-102,3	15	2.867,10

Elaborado por: Sandra Asoma

### 2.3.3 Exportaciones de Té de Suiza

Suiza al ser un país netamente consumidor se muestra como un débil exportador de té hacia otros países, la tabla 2.5 muestra la serie histórica de la exportación de té de suiza al resto del mundo, valores obtenidos de FAOSTAT.

**Tabla 2.5**  
**Exportación de té de Suiza al resto del mundo**  
**Período 2005 - 2009**

AÑOS	Exportaciones de té en Toneladas
2002	2.332
2003	1.958
2004	1.928
2005	2.432
2006	1.276
<b>TOTALES</b>	<b>9.926,00</b>

Fuente: FAOSTAT

Elaborado por: Sandra Asoma

Las exportaciones muestran una gran contracción en el año 2006, situación similar a la evidenciada en las importaciones, causada probablemente por la contracción de actividades de reexportación del producto. Esta serie facilita la proyección de la tendencia de las exportaciones hasta el año 2020.

- **Proyección de Exportaciones de Té de Suiza al Resto del Mundo**

La proyección de la exportación se realiza a través de una regresión lineal simple, utilizando la serie histórica expuesta anteriormente. Los datos resultantes permitirán el cálculo del consumo aparente de té Suiza.

**Tabla 2.6**  
**Proyección de las Exportaciones de Té de Suiza al resto del Mundo**  
**Período 2005 – 2020**

$$Y=a+bx \text{ (1)}$$

Años (n)	Exportaciones de té (y)	X	(X*Y)	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
2002	2.332	-2	-4664	4	5.438.224,00
2003	1.958	-1	-1958	1	3.833.764,00
2004	1.928	0	0	0	3.717.184,00
2005	2.432	1	2432	1	5.914.624,00
2006	1.276	2	2552	4	1.628.176,00
<b>TOTALES</b>	<b>9.926,00</b>	<b>0</b>	<b>-1638</b>	<b>10</b>	<b>20.531.972,00</b>

Reemplazando;

$$a=\Sigma y/n \text{ (2)}$$

$$b=\Sigma xy/\Sigma x^2 \text{ (3)}$$

Reemplazando en 2 se tiene:

$$a= 9.926/5 \quad a = 1.985,2$$

Reemplazando en 3 se tiene:

$$b= (-1.638)/10 \quad b = -163,8$$

Reemplazando en 1, se tiene

Años	a	b	x	Exportaciones de té proyectadas (toneladas)
2007	1985,2	-163,8	3	1.493,80
2008	1985,2	-163,8	4	1.330,00
2009	1985,2	-163,8	5	1.166,20
2010	1985,2	-163,8	6	1.002,40
2011	1985,2	-163,8	7	838,60
2012	1985,2	-163,8	8	674,80
2013	1985,2	-163,8	9	511,00
2014	1985,2	-163,8	10	347,20
2015	1985,2	-163,8	11	183,40
2016	1985,2	-163,8	12	19,60
2017	1985,2	-163,8	13	-144,20
2018	1985,2	-163,8	14	-308,00
2019	1985,2	-163,8	15	-471,80

Elaborado por: Sandra Asoma

Una vez proyectadas las cantidades tanto de importaciones y exportaciones de té en el mercado Suizo se procede al cálculo del Consumo Aparente.



### 2.3.4 Consumo Aparente de té en Suiza

El consumo aparente es la cantidad que el mercado anualmente consume de acuerdo a sus condiciones internas y externas, el destino se muestra atractivo para la exportación a pesar de que su consumo se tiende a disminuir, según la FAO por la contracción en la producción de los países exportadores, en especial de Asia y África. La tabla 2.7 muestra el cálculo del consumo aparente de té en Suiza.

**Tabla 2.7**  
**Consumo Aparente de té en Suiza**  
**Período 2010 - 2019**

<b>Año</b>	<b>Producción de té en Suiza (Ton)</b>	<b>Importaciones de té a suiza (Ton)</b>	<b>Exportaciones de té de Suiza (Ton)</b>	<b>Consumo aparente de té en Suiza (Ton)</b>
2010	0	3.787,80	1.002,40	2.785,40
2011	0	3.685,50	838,60	2.846,90
2012	0	3.583,20	674,80	2.908,40
2013	0	3.480,90	511,00	3.991,90
2014	0	3.378,60	347,20	3.725,80
2015	0	3.276,30	183,40	3.459,70
2016	0	3.174,00	19,60	3.193,60
2017	0	3.071,70	-	3.071,70
2018	0	2.969,40	-	2.969,40
2019	0	2.867,10	-	2.867,10

Elaborado por: Sandra Asoma

Según lo expuesto anteriormente, las condiciones de exportación de té entre el año 2010 y 2019 muestran una evolución favorables, la tendencia a la reducción tanto en las importaciones como la obtención de valores negativos en las exportación contrastan con los indicadores de la FAO que muestran un incremento sustancial del consumo en los países europeos.

### 2.3.5 Consumo Per Cápita de Té en Suiza

El consumo per cápita corresponde a la cantidad en kilogramos consumida por cada habitante de Suiza para los próximos 10 años, para su cálculo es necesaria la proyección

de la población, la tabla 2.8 muestra dicha proyección utilizando el método de mínimos cuadrados.

**Tabla 2.8**  
**Proyección de la Población de Suiza**  
**Período 2005 – 2019**

$$Y=a+bx \text{ (1)}$$

<b>Años (n)</b>	<b>Población (y)</b>	<b>X</b>	<b>(X*Y)</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>
2005	7.489.370	-2	-14978740	4	56.090.662.996.900,00
2006	7.523.934	-1	-7523934	1	56.609.582.836.356,00
2007	7.554.661	0	0	0	57.072.902.824.921,00
2008	7.581.520	1	7581520	1	57.479.445.510.400,00
2009	7.608.813	2	15217626	4	57.894.035.268.969,00
<b>TOTALES</b>	<b>37.758.298,00</b>	<b>0</b>	<b>296472</b>	<b>10</b>	<b>285.146.629.437.546,00</b>

Reemplazando;

$$a=\Sigma y/n \text{ (2)}$$

$$b=\Sigma xy/\Sigma x^2 \text{ (3)}$$

Reemplazando en 2 se tiene:

$$a= 9.926/5 \quad a = 1.985,2$$

Reemplazando en 3 se tiene:

$$b= (-1.638)/10 \quad b = -163,8$$

Reemplazando en 1, se tiene

<b>Años</b>	<b>a</b>	<b>b</b>	<b>x</b>	<b>Población de Suiza (Habitantes)</b>
2010	7551659,6	29647,2	3	7.640.601
2011	7551659,6	29647,2	4	7.670.248
2012	7551659,6	29647,2	5	7.699.896
2013	7551659,6	29647,2	6	7.729.543
2014	7551659,6	29647,2	7	7.759.190
2015	7551659,6	29647,2	8	7.788.837
2016	7551659,6	29647,2	9	7.818.484
2017	7551659,6	29647,2	10	7.848.132
2018	7551659,6	29647,2	11	7.877.779
2019	7551659,6	29647,2	12	7.907.426
2020	7551659,6	29647,2	13	7.937.073

Elaborado por: Sandra Asoma

El consumo per cápita se obtiene dividiendo el consumo aparente para la cantidad de habitantes, tal como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 2.9**  
**Consumo per cápita de Té en Suiza**  
**Período 2010 - 2020**

<b>Año</b>	<b>Consumo Aparente de té en Suiza (Ton)</b>	<b>Población (Habitantes)</b>	<b>Consumo per cápita (Kilogramos)</b>
2010	2.785,40	7.640.601,20	0,3646
2011	2.846,90	7.670.248,40	0,3712
2012	2.908,40	7.699.895,60	0,3777
2013	3.991,90	7.729.542,80	0,5164
2014	3.725,80	7.759.190,00	0,4802
2015	3.459,70	7.788.837,20	0,4442
2016	3.193,60	7.818.484,40	0,4085
2017	3.071,70	7.848.131,60	0,3914
2018	2.969,40	7.877.778,80	0,3769
2019	2.867,10	7.907.426,00	0,3626
2020	2.764,80	7.937.073,20	0,3483

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

El mercado del té es muy específico puesto que los países productores son a la vez los mayores consumidores. El consumo interno representa más de la mitad de la producción (56%) y a veces cerca del 100% como es el caso de Japón donde el 97% de la producción se consume en el interior del país. En lo referente a la producción por variedad, el Té negro (el más consumido en Europa, la India y Norte de América) representa actualmente casi el 80% del consumo mundial, mientras que el Té Verde representa algo menos del 18%; y en cuanto al Té de Oolong (productos y sopas principalmente en China y Japón) representa alrededor del 2% del consumo mundial.

En caso de la Unión Europea, las importaciones decrecieron durante el período 2002-2006, especialmente, por una baja de las importaciones del Reino Unido. La baja anual fue del 4.6%. Solamente en el 2005, el volumen de importación fue de 237 mil toneladas. Más del 54% del consumo total de la Unión Europea, lo absorbe el Reino Unido. Después es seguido por Alemania (8%); Francia (6%), y Países Bajos (3%); Irlanda 4%); Polonia (13%). En términos de consumo per cápita, el té es más popular

en Irlanda con toneladas. Más del 54% del consumo total de la UE, lo absorbe el Reino Unido. Después es seguido por Alemania (8%); Francia (6%), y Países Bajos (3%); Irlanda (4%); Polonia (13%). En términos de consumo per cápita, el té es más popular en Irlanda con 2.8kg durante el 2005 y el Reino Unido con 2.1Kg. La cantidad consumida en promedio en Europa según lo expuesto es de 2,45 kg. por persona, en función de esta tendencia se estima que el potencial de mercado Suizo es similar, tomando en cuenta que si bien el consumo aparente del té tiende a disminuir el consumo de bebidas a base de él crece de forma importante.<sup>8</sup> Tomando en cuenta este criterio se estima el consumo recomendado y por último la demanda insatisfecha en el mercado suizo, tal como lo muestra la tabla 2.10.

**Tabla 2.10**  
***Demanda insatisfecha de Té***

<b>Año</b>	<b>Consumo aparente de Té en Suiza (Ton)</b>	<b>Población de Suiza (Habitantes)</b>	<b>Consumo per cápita de té en Suiza (Kg.)</b>	<b>Consumo promedio países de Europa (Kg.)</b>	<b>Déficit per cápita de consumo de té en Suiza (Kg.)</b>	<b>Total déficit de consumo de té en Suiza (Ton)</b>
2010	2.785,40	7.640.601	0,36 Kg.	2,45 Kg.	-2,08545 Kg.	(15.934)
2011	2.846,90	7.670.248	0,37 Kg.	2,45 Kg.	-2,07884 Kg.	(15.945)
2012	2.908,40	7.699.896	0,38 Kg.	2,45 Kg.	-2,07228 Kg.	(15.956)
2013	2.969,90	7.729.543	0,38 Kg.	2,45 Kg.	-2,06577 Kg.	(15.967)
2014	3.031,40	7.759.190	0,39 Kg.	2,45 Kg.	-2,05931 Kg.	(15.979)
2015	3.092,90	7.788.837	0,40 Kg.	2,45 Kg.	-2,05291 Kg.	(15.990)
2016	3.154,40	7.818.484	0,40 Kg.	2,45 Kg.	-2,04655 Kg.	(16.001)
2017	3.071,70	7.848.132	0,39 Kg.	2,45 Kg.	-2,05861 Kg.	(16.156)
2018	2.969,40	7.877.779	0,38 Kg.	2,45 Kg.	-2,07307 Kg.	(16.331)
2019	2.867,10	7.907.426	0,36 Kg.	2,45 Kg.	-2,08742 Kg.	(16.506)
2020	2.764,80	7.937.073	0,35 Kg.	2,45 Kg.	-2,10166 Kg.	(16.681)

Elaborado por: Sandra Asoma

## **2.4 OFERTA**

El análisis de la oferta permite determinar la cantidad que la empresa Via Naturelle, puede exportar hacia el mercado suizo, previo a estimar dicha cantidad es vital analizar los principales competidores tanto a nivel nacional como en Suiza.

<sup>8</sup>Tomado de: <http://diabetesstop.wordpress.com/2009/03/17/suiza-lanzo-al-mercado-bebidas-endulzada-con-stevia-paraguaya/>

## 2.4.1 Competidores Nacionales e Internacionales

- **Competencia nacional**

Industria Lojana de Especierías (Ile), es una empresa que hace 35 años se ha preocupado del cuidado y la salud de los clientes. Al dedicarse a la fabricación; de condimentos a base de una estricta selección de materia prima, con la implementación de la más alta tecnología y el cumplimiento de las normas y estándares de calidad nacional e internacional, le ha permitido ofrecer productos de primera calidad para Ecuador y otras partes del Mundo.

*Gráfico 2.5*

*Productos de la Industria Ile*



Fuente: Industria Lojana de Especierías

Elaborado por: Sandra Asoma

- **Competencia internacional**

LFB Sarl es una empresa suiza que comercializa tés, Rooibos, flores de té blanco, accesorios para el té, "tea for one" (tetera individual con taza), productos ecológicos, Biowashball, CalCareBall, exprimidores de naranjas, jabones de Aleppo y productos naturales. El Bio Futuro (LFB GmbH) es una empresa de distribución con sede en Suiza. También está bien posicionada en el mercado suizo como los mercados internacionales. Sus dos negocios principales se definen como: La venta de productos naturales y de alto valor añadido real; y la venta y representación de productos ecológicos, cuyos criterios de selección:

- La frecuencia de uso diario o semanal de
- El equilibrio ecológico fácilmente mensurable y comprensible por los usuarios
- Las opiniones de los profesionales en el sector correspondiente.

Las líneas de productos de la LFB están controlados orígenes, también para los productos relacionados con los sectores de la salud y el bienestar, la supervisión científica es siempre, tanto para la fabricación de uso. Como distribuidor, las fortalezas de la LFB radican en una red exclusiva de socios y fabricantes exigente y centrado en los valores éticos que definen en pocas palabras, el cumplimiento de los productos, personas y medio ambiente.

***Gráfico 2.6***

***Oferta de los competidores Suizos***



Fuente: Empresa “LFB”

Es un producto elaborado a base de llervas de Verveine

Infusión: 5min.

Poids: 30 gr.

Prix: 4 francos suizos \$ 3.73

Ref: 4215006

### ***Gráfico 2.7***

#### ***Oferta de los competidores Suizos – Tilleul***



Fuente: Empresa “LFB”

Es un producto elaborado a base de llervas de Tilleul

Infusión: 5min.

Poids: 30 gr.

Prix: 3 francos suizos \$ 2.80

Ref: 4215007

### ***Gráfico 2.8***

#### ***Oferta de los competidores Suizos –Camomille Matricaire***



Fuente: Empresa “LFB”

Es un producto elaborado a base de Camomille Matricaire

Infusión: 5min.

Poids: 30 gr.

Prix: 3 francos suizos \$ 2.80

Ref: 4215150

El desarrollo del mercado orgánico en Suiza es en la actualidad muy dinámico y existe un excelente potencial de crecimiento para un amplio rango de productos. Este cuadro provee una lista de compañías que importan productos orgánicos con información detallada de primera mano al respecto del entorno de mercado y su potencial en el mercado suizo de productos orgánicos. La información es basada en una reciente encuesta llevada a cabo por el Instituto Suizo de Investigación en Agricultura Orgánica (FiBL) entre expertos de grandes compañías importadoras y especialistas en el mercado de productos orgánicos.

**Tabla 2.11**  
**Productos Importados por Suiza**

Grupo de productos	Producción Doméstica (t)	Importación (t)
Vegetales frescos	7 479	2 790
Frutas frescas	6 490	2 250
Frutas deshidratadas y nueces	*	485
Vegetales procesados	1 125	310
Jugos de frutas	*	260
Hierbas medicinales y culinarias	*	75
Cereales panificadores y arroz	8 320	21 130
Cereales de forraje (cobertera)	6 420	4 700
Azúcar, edulcorantes	0	1 000
Semillas aceiteras	32	2 287
Cultivos proteínicos (fréjol, arveja)	250	2 480
Café	0	520
Cacao	0	215
Té	*	4
Leche, productos lácteos	266 900	500
Vino	*	200
Flores cortadas	*	4 millones

Fuente: FiBL

#### 2.4.2 Oferta del proyecto

Analizado el potencial del mercado Suizo para la exportación té y en función de las condiciones de mercado que se presentan a futuro desde la perspectiva de la FAO, a



continuación se estima la oferta que se exportará a dicho mercado. Para esto es importante desarrollar 2 aspectos relevantes, la capacidad de producción estimada y los precios de venta en el mercado Europeo.

- **Capacidad productiva para exportación**

En función de la capacidad instalada y del aprovisionamiento inicial de materia prima se estima la cantidad a exportar al mercado suizo, esto se amplía con mayor detalle en el capítulo correspondiente al estudio técnico del proyecto.

**Tabla 2.13**  
**Oferta del Proyecto**

<b>Año</b>	<b>Toneladas de té a exportar a Suiza (Ton)</b>	<b>Cantidad a exportar en cajas de 20 fundas (500gr)</b>
2010	21	42.000
2011	23,1	46.200
2012	25,4	50.820
2013	28,0	55.902
2014	30,7	61.492
2015	33,8	67.641
2016	37,2	74.406
2017	40,9	81.846
2018	45,0	90.031
2019	49,5	99.034
2020	54,5	108.937

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

## **2.5 ANÁLISIS DE PRECIOS**

De acuerdo a las fuentes consultadas se estima un precio por caja de 3,45 a 3,73 dólares en el mercado Suizo para el té de higo. En condiciones normales una caja de té regular se estima en un costo de 2,80 dólares, las variantes tienden a incrementar su precio en el consumo como se mostró en el análisis de los competidores suizos.

La tabla 2.14 muestra los costos de producción unitarios para una caja de 20 bolsas de té del tipo Tstix con un peso promedio de 500 gr.

**Tabla 2.14**  
**Costos de producción**

<b>Componentes</b>	<b>Costos unitario</b>
Materia Prima- Hojas de té	\$ 0,17
Funda Tstix	\$ 0,20
Caja de presentación	\$ 0,15
Empaque	\$ 0,10
Etiqueta	\$ 0,05
Conservantes	\$ 0,05
Gastos	\$ 1,48
<b>Costo unitario</b>	<b>\$ 2,20</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

Al momento de analizar las condiciones de negociación internacional se estimará la utilidad a generar para la organización por concepto de la exportación. El siguiente capítulo analiza con detenimiento las condiciones técnicas necesarias para producir el té de hoja de higo.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

El presente capítulo desarrolla los parámetros técnicos para la producción y embalaje del té de higo en cajas de 20 fundas. Se dimensionan en función de la maquinaria el tamaño de la planta, la localización y los procesos de producción.

#### 3.1 TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño de la planta de producción está en directa relación a la capacidad del mercado Suizo, como se expuso en el capítulo anterior, el consumo aparente del país en mención tiene una tendencia a la reducción, sin embargo esto contrasta con el incremento de bebidas frías con base en té de varios sabores y el ingreso de hiervas medicinales para infusiones.

##### 3.1.1 Tamaño y los insumos

La producción de las fundas de té de higo se la realizará en asociación con varios productores de zonas aledañas a Quito, estos proveerán de la hoja de higuera tomando en cuenta que el proceso de secado reduce en un 90% el peso de la hoja original.

La maquinaria requerida para el proceso de secado se denomina *Secadora de Cabina*, su trabajo lo realiza a través de una banda transportadora que con ayuda de la emisión de aire caliente seca las hojas y las deja listas para la trituración y finalmente el embalaje. La capacidad de la maquinaria es de 5 toneladas de producción por mes, un total de 60 toneladas por año, la necesidad de materia prima aproximada es de 45 toneladas de hojas mensuales, un total de 540 toneladas al año.

El costo de materia prima está en directa relación con la cantidad de hojas y al tiempo de cosecha, así y según lo expresado por productores de Cumbaya, Tumbaco, Pifo y

Yaruquí, la hoja de higuera para la producción del té tiene un costo que oscila entre 1 y 2 centavos por unidad.

**Tabla 3.1**  
**Precio de la hoja de higo**

Mes	Precio de la hoja de higo 2010
Febrero	0,02
Marzo	0,02

Fuente: Productores de higos

Elaborado por: Sandra Asoma

Tomando en cuenta esta referencia, y un peso aproximado de 60 gr. por hoja de higuera<sup>9</sup> se estima el costo de materia prima para la producción de té de hoja de higo en la tabla 3.2

**Tabla 3.2**  
**Costos materia prima**

Rubro	Cantidad	Unidad
Peso de la hoja	60	gr.
Gramos por tonelada	1.000.000,00	gr.
<b>Total Hojas por tonelada</b>	<b>16.667,00</b>	<b>hojas</b>

Cantidad estimada de hojas por tonelada	Costo de la hoja	Costo por tonelada de hojas
16.667,00	0,02	\$ 333,34

Fuente: Productores de higos

Elaborado por: Sandra Asoma

### 3.1.2 Capacidad instalada

Para determinar la capacidad instalada del proyecto se describen a continuación la maquinaria y equipos requeridos para el proceso de producción de té de hojas de higo.

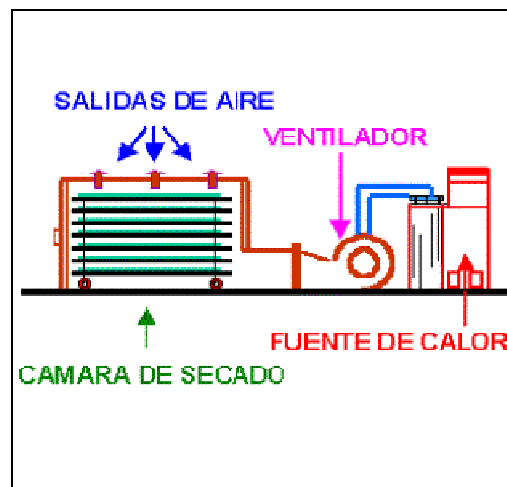
<sup>9</sup> Productores de hojas de los sectores de Cumbaya y Tumbaco

- **Maquina de Secado**

Esencialmente consisten en una cabina aislada provista interiormente de un ventilador para circular aire a través de un calentador; el aire caliente sale por una rejilla de láminas ajustables y es dirigido, bien, horizontalmente entre bandejas cargadas de hierba, o bien, verticalmente a través de las bandejas perforadas y el producto. Estos secaderos pueden disponer de reguladores para controlar la velocidad de aire nuevo y la cantidad de aire de recirculación. Los calentadores del aire pueden ser quemadores directos de gas, serpentines calentados por vapor o, en los modelos más pequeños, calentadores de resistencia eléctrica. Por lo común, en los sistemas de cabina se utilizan velocidades de aire, para los de flujo transversal, de 2 a 5 m/seg, y en los de flujo ascendente de 0,5 a 1,25 m<sup>3</sup>/seg/m<sup>2</sup> de bandeja. Los secaderos de cabina resultan relativamente baratos de construcción y de mantenimiento y son muy flexibles.

**Gráfico 3.1**

**Maquina de secado**



Fuente: [www.jardinbotanico.com/maquinaria](http://www.jardinbotanico.com/maquinaria), Secado Mecánico de Cabina,

Elaborado por: Sandra Asoma

El equipo se usa para secar varios tipos de plantas por esta razón puede a futuro ser utilizado para la venta en mercado nacional y o exportación de variantes de té. La

inversión necesaria para implementar este sistema según la empresa GLASTON es de US\$10.000 dólares<sup>10</sup>.

- **Empacado o envoltorio individual**

El empacado individual se lo hará a través de un sistema innovador llamado “Tstix”. Este es una bolsita de té y, no necesita hilos ni etiquetas colgantes. El envoltorio Tstix fue presentado en París en el Salón d’Emballage en el stand de Schwarze-Automation (fabricantes de la maquinaria), donde se mostró éste nuevo concepto.

***Gráfico 3.2***

***Uso del sistema Tstix***



Fuente: Alcan Packaging Sarrebourg

Elaborado por: Sandra Asoma

El sistema Tstix es muy fácil de utilizar, sirve además como una cucharita que una vez puesta la azúcar, remueve con el empaque enérgicamente hasta obtener el color deseado del té, dejándolo reposar por el tiempo deseado, según se requiera el aroma en la infusión.

El agua obtiene instantáneamente el aroma del Tstix de hoja de higo, dando facilidades de desecho, dejando la envoltura a un lado, sin necesidad de mojarse los dedos. Con el sistema Tstix, serán más fáciles de beber y más agradables a la vista para el consumidor.

---

<sup>10</sup> Tomado de: [www.jardinbotanico.com/maquinaria](http://www.jardinbotanico.com/maquinaria)

Con una estructura de película de polipropileno (PP) y un fuelle de aluminio, el Tstix cuenta con alrededor de 1.100 micro perforaciones o agujeritos por embalaje, cada uno con un diámetro de 0,5mm., con la finalidad de preservar las propiedades del producto acondicionado. El stick (empaquete individual de té) está envuelto por una película plástica secundaria, en la forma de “flow wrap”. Este envoltorio puede aplicarse en nivel unitario o acondicionar múltiples “sticks”.

La máquina para este embasado será provista por la empresa ENV-VA –FLEX de México a través de su representante comercial internacional GLASTON, la cual ha entregado una propuesta del precio final puesto en Ecuador de la máquina envasadora para la Tstix, siendo su modelo la Envasadora Automática Basic-Pack-Tstix.

**Gráfico 3.3**

***Envasadora Automática Basic-Pack-Tstix***



Fuente: Env-va-flex

Elaborado por: Sandra Asoma

La Envasadora Automática Vertical Basic-Pack-Tstix está distribuida en forma vertical para diversos tamaños de empaques. Puede manejar dimensiones desde 50 mm hasta 900 mm de largo plano de envoltura, dejando la posibilidad de dar variedad de tamaños de empaques. Su operación es digital a través del PLC y su pantalla. Puede empacar 1200 tiempos por minuto, es segura para el operador y no ocupa demasiado espacio

por sus dimensiones de 1800 x 1400 x 1600 cm (largo, ancho, alto). El costo de la maquinaria según el representante comercial es de 35.000 dólares<sup>11</sup>.

- **Empaquetado general**

Para el empaquetado de cada envoltura la empresa alemana SOLLAS a través del mismo representante comercial en Ecuador GLASTON, ha expuesto su máquina, la Sollas 20 para sobre envoltura.

**Gráfico 3.4**  
**Empacadora SOLLAS 20**



Fuente: Glaston Inc. Ecuador

Elaborado por: Sandra Asoma

La Sollas 20 es una máquina versátil que está provista por varios sistemas de alimentación lo que facilita la envoltura tanto individualmente como en agrupaciones. Por su flexibilidad y fácil operación, la Sollas 20 puede ofrecer las siguientes ventajas:

- Tecnología de transmisión por levas altamente confiable
- Alimentación de entrada y salida a un solo nivel
- Velocidad de la máquina electrónicamente ajustable.
- Bajo-costo en piezas intercambiables
- Las piezas intercambiables compatibles con otros modelos

---

<sup>11</sup> Información proporcionada por GLASTON INC.



- Sistema de sellado en la parte posterior del producto
- Facilidad de cambio rápido
- Rangos de tamaño flexible
- Fácil operación y mantenimiento

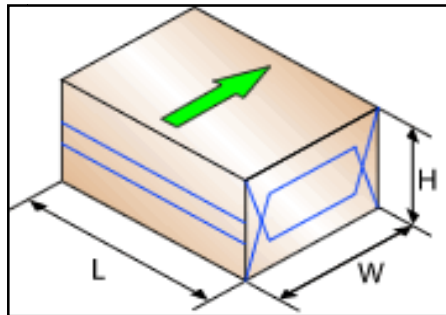
**Tabla 3.3**  
**Especificaciones técnicas SOLLAS 20**

Rango de medidas (en cm)	Min.	Min.	Máximo	Máximo
	Estándar	Adaptado	Estándar	Adaptado
Largo (L)	45	35	300	360
Ancho (W)	40	35	200	240
Altura (H)	16	7	96	140
Máximo de salida	50 cajas por minuto			

Fuente: Glaston Inc. Ecuador

Elaborado por: Sandra Asoma

**Gráfico 3.5**  
**Muestra de empaque de Sticks**



Fuente: Glaston Inc. Ecuador

Elaborado por: Sandra Asoma

El costo de la maquinaria es de 12.500 dólares según GLASTON INC.

- **Trituradora de hoja**

En la trituración las hojas son cortadas y exprimidas para poder sacarles su humedad. La hoja se corta generalmente en un tamaño uniforme mediante una máquina. Luego las

hojas son alimentadas en la Máquina Trituradora CTC en donde son trituradas, despedazadas y enrolladas en una sola operación por medio de rollos metálicos. El jugo celular extraído es colectado y añadido nuevamente a las hojas. Luego, las hojas trituradas son oxidadas, secadas y clasificadas

**Gráfico 3.6**  
**Trituradora CTC**



Fuente: Glaston Inc. Ecuador

Elaborado por: Sandra Asoma

El costo de implantación de la trituradora es de 2.300 dólares según datos consultados a los productores de hojas.

- **Determinación de la capacidad de producción y exportación**

La línea de producción de acuerdo a las especificaciones técnicas puede procesar hasta un total de 5 toneladas por mes, tomando en cuenta un peso promedio de 500 gr. por cada caja de 20 sobres de té de higo se estima que la capacidad instalada es de 120.000 cajas por año<sup>12</sup>. Tomando en cuenta esta cantidad y demanda insatisfecha del mercado se establece la oferta del proyecto tomando como referencia una capacidad utilizada del 35% de la maquinaria de acuerdo a la cantidad de toneladas que pueden aprovisionar los proveedores de hojas de higuera.

---

<sup>12</sup> GLASTON INC.

**Tabla 3.4**  
**Capacidad de producción del proyecto**

<b>Año</b>	<b>Toneladas a exportar</b>	<b>Cantidad a exportar en cajas de 20 fundas</b>	<b>Capacidad instalada</b>	<b>Capacidad utilizada</b>
2010	21	42.000	120.000	35%
2011	23,1	46.200	120.000	39%
2012	25,4	50.820	120.000	42%
2013	28,0	55.902	120.000	47%
2014	30,7	61.492	120.000	51%
2015	33,8	67.641	120.000	56%
2016	37,2	74.406	120.000	62%
2017	40,9	81.846	120.000	68%
2018	45,0	90.031	120.000	75%
2019	49,5	99.034	120.000	83%
2020	54,5	108.937	120.000	91%

Elaborado por: Sandra Asoma

Como se muestra en la tabla 3.4, se estima un arranque de la producción al 35% de su capacidad, incrementándose en promedio el 10% anual, llegando a un total de 91% de capacidad al año 2020.

### **3.2 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

#### **3.2.1 Macrolocalización**

La macrolocalización del proyecto es en la ciudad de Quito, debido a la facilidad para la exportación y la presencia de entidades de control y apoyo para esta actividad.

#### **3.2.2 Microlocalización**

La microlocalización se ha determinado en función de los recursos que disponen los socios. La planta se ubicará en el sector norte, específicamente en la Av. Galo Plaza Lasso y Eloy Alfaro, donde se instalará un pequeño galpón para el secado y procesamiento de la hoja de té y su posterior empacado y distribución. El espacio físico de la empresa será de 800m<sup>2</sup>.

### **Gráfico 3.7**

#### **Fotografía satelital de la Planta**



Fuente: Corte Satelital del Google Earth

Elaborado por: Sandra Asoma

El estudio de localización tuvo como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto. El objetivo que persigue es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez instalado el proyecto, no es cosa posible cambiar de domicilio. El estudio comprendió la definición de criterios y requisitos para ubicar el proyecto, la enumeración de las posibles alternativas de ubicación y la selección de la mejor opción posible para las características específicas del mismo.

### **3.2.3 Distribución de la planta**

La planta de producción de té de hojas de higo estará conformada por las siguientes áreas:

**Tabla 3.5**  
**Superficie y Áreas**

ÁREAS	UNIDAD	CANTIDAD
Galpón	m <sup>2</sup>	200
Bodega	m <sup>2</sup>	150
Baños	m <sup>2</sup>	30
Oficinas	m <sup>2</sup>	60
Área de Lavado	m <sup>2</sup>	40
Área de pesado	m <sup>2</sup>	10
Área de carga descarga	m <sup>2</sup>	30
Guardianía	m <sup>2</sup>	10
Vestidores	m <sup>2</sup>	20
Instalaciones eléctricas, agua potable y canalización	m <sup>2</sup>	40
<b>TOTAL</b>		<b>590 m<sup>2</sup></b>

Elaborado por: Sandra Asoma

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 3.3.1 Operaciones dentro de la empresa

A continuación se hace una descripción de las principales operaciones que se tendrán que desarrollar para la producción y exportación del té de hoja de higo.

- **Selección de Proveedores**

Una vez investigados los sectores rurales de la Provincia de Pichincha, se ha establecido que existen plantas de higo en estado natural en diversos sectores de Quito, tales como: Cumbayá, Tumbaco, Yuruquí, Pifo y Cayambe, por lo que se realizará un censo para que los moradores de dichos sectores se registren como proveedores constantes de las hojas y así empezar en primera instancia el proceso del té. Los futuros proveedores podrán sembrar la planta en los linderos de sus terrenos, en espacios seleccionados por ellos o en algún terreno que tenga supervisión constante y fuera del alcance de animales que consumen con facilidad la planta. A estos se los llamará proveedores – sembradores. El desarrollo de la planta tiene un promedio de 3 años para empezar su primera cosecha, por lo que será un negocio a largo plazo.

- **Convenio con proveedores – sembradores**

Una vez determinados los potenciales proveedores – sembradores, estos deberán firmar un acuerdo legal y notariado que permita tener un respaldo de la inversión de la empresa (la que ejecutará el presente proyecto de té de hoja de higo) y determine los derechos y obligaciones del proveedor – sembrador, así como los derechos y obligaciones que tiene la Empresa. El acuerdo será redactado por un abogado conocedor de materia civil, en base a las condiciones que expondrá la Empresa. Este servicio tendrá un costo de 150 dólares.

- **Contrato de negocios con proveedores**

Los proveedores con los que se arranca el proyecto, esto es, aquellos que ya tienen sus plantas de higo y que entregarán las hojas de la misma, deberán firmar un Contrato de Proveedores, redactado igualmente por un abogado de asuntos civiles, el mismo que deberá contener cláusulas sobre precios, calidad del producto que entregan, tipo de hoja de higo a recibir, formas de pago, asesoría de la Empresa y demás especificaciones que se determinarán en el arranque del proyecto. Este servicio está cotizado en gastos generales 150 dólares, debiendo ser revisado, al igual que el contrato anterior, por la Dirección de la Empresa y sus colaboradores especializados.

### **3.3.2 Proceso de Producción para exportación**

- **Procesamiento de las hojas de la higuera**

Las hojas de la higuera que mantienen las mismas propiedades del fruto, se recogen del extremo de la rama. A continuación se llevan a la planta de procesamiento, las hojas recogidas se colocan en una línea de secado, donde se han de mustiar. Este primer paso puede llevar de 10 a 20 horas y su propósito es extraer la humedad interior de la hoja hasta (depende de la variedad) de un 60 a un 70% de la humedad original (es decir, de la que tenía en el momento de la recolección). Ésta consiste generalmente en el cortado o triturado. Estas máquinas cortan o Trituran la hoja para exponer las enzimas del interior

de las células para que entren en contacto con el oxígeno. A este proceso se le denomina “oxidación”. Las hojas comienzan a ponerse de un color cobre brillante, para lo que normalmente se necesita de dos a tres horas.

Después de esta fase la hoja de la higuera entra en la operación de secado. Se le retira la humedad interior hasta que se reduce a un 10% de su peso, proceso que dura entre 30 minutos y varias horas.

La operación de secado es excepcionalmente importante porque este proceso es el que guarda en la hoja seca, todo el sabor y puede representar una de las mayores diferencias que definen su grado de calidad. Después de la operación de secado, el té puede ser expuesto a electricidad estática u otro sistema para retirar tallos o fibras indeseadas que no añaden sabor al té y sin embargo sí constituyen un peso adicional que el consumidor acaba pagando.

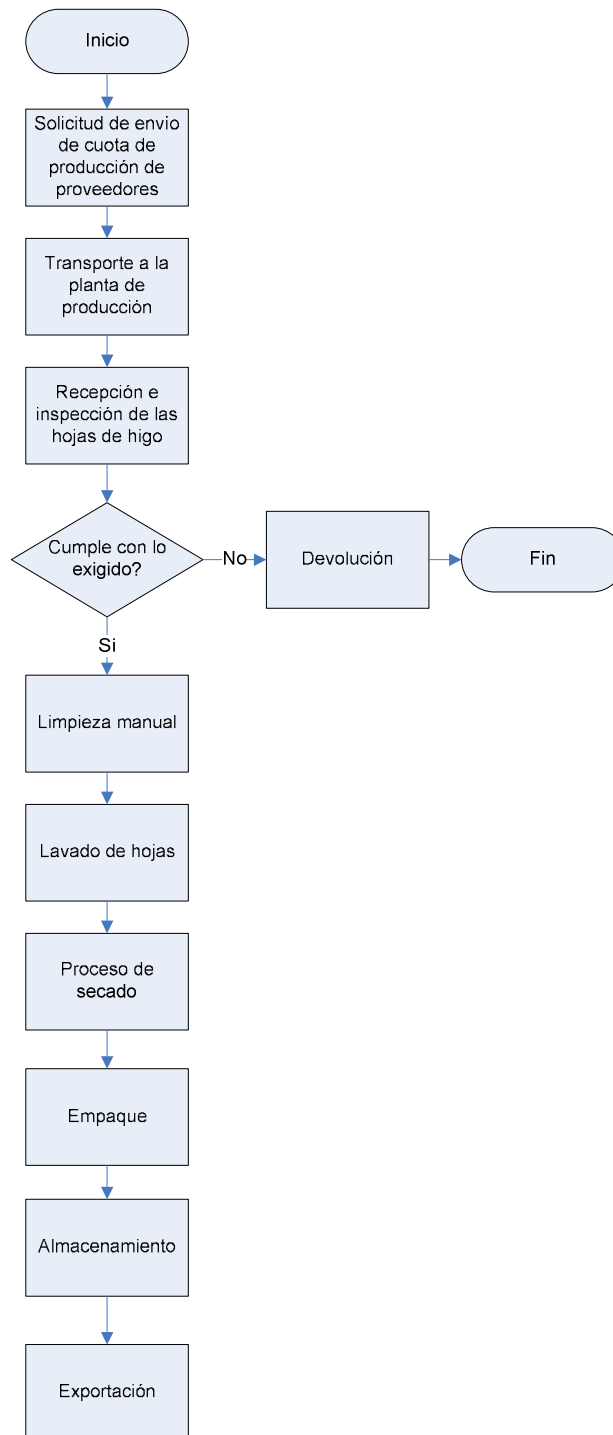
Finalmente las hojas ya secas, entran en un proceso de empaclado unitario y empaclado total, el mismo que lo realizan maquinas especializadas y mano de obra directa.

- **Tratamiento industrial de la hoja de higo**

Luego del secado de la hoja se procede al empaclado individual, y general del producto para su exportación, el gráfico 3.8 muestra el flujograma del proceso de producción, los pasos y requisitos para la exportación del producto al destino se analizan el capítulo correspondiente a los Trámites de Exportación.

**Gráfico 3.8**

**Proceso general de la empresa para la exportación de té de hoja de higo**



Elaborado por: Sandra Asoma



### **3.4 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL**

La exportación de té de hoja de higo al mercado Suizo requiere la constitución de una empresa, en los siguientes literales se explica los aspectos administrativos y legales necesarios para la operación la ciudad de Quito.

#### **3.4.1 Organización interna de la empresa**

La empresa llevará por nombre Vie Naturelle, que tiene por objetivo introducirse en el mercado suizo con una imagen sólida y un nombre de fácil pronunciación. Su estructura se fundamentará en la siguiente misión, visión y objetivos:

- **Misión**

Transformar nuestras capacidades y potencial individual originando una empresa viva que va hacia adelante de manera continua, para convertirse sin duda alguna en la referencia nacional e internacional en el campo de la comercialización de Té de hoja de higo, satisfaciendo las necesidades de los clientes. Con un índice óptimo de calidad, que nos permitan prosperar como negocio, y a la vez contribuir al desarrollo del país.

- **Visión**

Ser una empresa líder en la elaboración y comercialización de Té de hoja de higo en el Ecuador, para luego convertirnos en una importante opción en el mercado de productos naturales, por su alta calidad, sabor, textura e innovación, que nos permita entrar a competir en los mercados internacionales. Para ello se cuenta con un grupo de personas comprometidas, dedicadas, siempre pensando en mejoras continuas de lo productos, con el fin de satisfacer la necesidad de los clientes y en busca de generar rentabilidad sostenible para nuestra empresa aportando con equilibrio al desarrollo del país.

- **Objetivos para de la empresa Vie Naturelle**

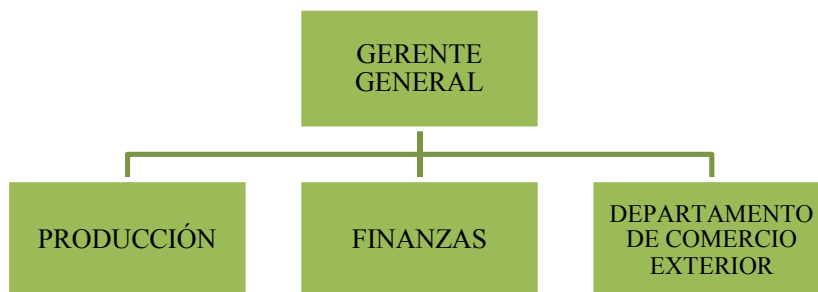
- Lograr un posicionamiento del té de hoja de higo, inicialmente en el mercado de Suiza.
- Contar con una participación de mercado creciente que nos permita conquistar mayor cantidad del mercado objetivo y clientes potenciales para maximizar la utilidad.
- Lograr fidelizar a los clientes y mantenerlos satisfechos, teniendo como base estrategias técnicas, es decir transmitir la satisfacción o insatisfacción en este caso del consumidor final, para lograr resultados eficientes que permitan contar con una rentabilidad perdurable con el tiempo.
- Atraer paulatinamente clientes potenciales para que comprendan el té de hoja de higo de elaboración ecuatoriana, buscando de esta manera cubrir las expectativas y ofrecerles un valor agregado para superarlas.

- **Organigrama para la empresa Vie Naturelle**

Con el fin de poder lograr una actividad organizada y competitiva en la empresa Vie Naturelle, se ha considerado realizar un organigrama que permita una mayor eficiencia y eficacia en la producción y comercialización de té de hoja de higo.

**Gráfico 3.9**

**Propuesta para el organigrama de la empresa “Vie Naturelle”**



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### **3.4.2 Estructura legal de la empresa Vie Naturelle**

El proyecto constituirá una Sociedad anónima bajo el control de la Superintendencia de Compañías.

Conocida en Ecuador como "corporación", la Sociedad Anónima es una compañía cuyo capital se encuentra dividido en acciones que pueden ser negociadas públicamente. Este capital accionario debe estar repartido al menos entre dos accionistas, a no ser que la compañía pertenezca en parte a una organización gubernamental y/o provea algún servicio público; en tales casos el capital puede pertenecer a un único accionista.<sup>13</sup>

Una vez firmada y registrada ante notario la constitución de la corporación, sus estatutos y escrituras deben ser presentados a la Superintendencia de Compañías (o de Bancos, en su caso) para su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil. El capital mediante Resolución No. SC. ICQ.2004.007 de 29 de diciembre del 2004, será de USD 800,00 (Ochocientos dólares de los Estados Unidos de América) pagado en dinero o en especies, con el total suscrito y un 25% por lo menos desembolsado en el momento de la formalización.

Las acciones registradas y los títulos de acciones no pueden ser emitidos hasta que las acciones hayan sido totalmente pagadas. Las acciones preferentes no deben exceder del 50% del capital total de la corporación. Los derechos preferentes son aplicados únicamente al pago de dividendos y a la liquidación de la compañía; los dividendos pagados a accionistas preferentes pueden ser acumulativos.

Las ganancias de la corporación pueden ser capitalizadas emitiendo dividendos de acciones, pero la emisión de acciones con descuento está prohibida. Una corporación puede comprar sus propias acciones únicamente con sus ganancias acumuladas.

Las leyes ecuatorianas establecen que una compañía cuyas pérdidas exceden del 50% del capital debe comenzar el proceso de liquidación, a menos que los accionistas

---

<sup>13</sup> DAVILA César, Derecho Societario, Pág. 94

aumenten el capital o reduzcan legalmente el capital requerido al monto sobrante (asumiendo que el monto sobrante sea suficiente).

Una corporación debe reservar por lo menos el 10% de sus utilidades anuales como reserva para posibles contingencias legales. Se deben hacer contribuciones anuales a esta reserva hasta que se iguale la mitad del capital inicial de la compañía. La responsabilidad de los accionistas se limita únicamente a la propiedad de sus acciones.

Según se establezca en la escritura de constitución, la compañía tendrá como objeto principal la producción de té de hoja de higo.

Adicionalmente se establece como actividades de la compañía la venta de higo, pudiendo ser en bruto o procesado, al mercado minorista y mayorista de todo el país. El capital social de la compañía será de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América dividido en participaciones de un dólar cada una.

La Junta general de Socios es el órgano supremo de la compañía, y podrá tomar resoluciones trascendentales siempre que exista mayoría (más de la mitad del capital social concurrente). La Junta será convocada por el Gerente o Presidente de la compañía, actuando el Gerente como Secretario. Después de cada reunión, deberá extenderse un Acta en donde consten las deliberaciones y acuerdos, firmadas por el Presidente y el Secretario.

La Junta general de Socios, entre sus principales atribuciones tiene:

- Designar al Presidente y al Gerente de la Compañía,
- Aprobar o rechazar los balances e informes de los administradores,
- Resolver sobre el reparto de utilidades del ejercicio económico,
- Resolver sobre el aumento o disminución del capital social,
- Autorizar la compra y venta de bienes inmuebles,
- Autorizar actos o contratos que sean superiores en su base al capital por cinco.
- Aprobar la cesión de acciones o la admisión de nuevos socios.

- Acordar la disolución anticipada de la compañía.  
Dentro de las atribuciones del Presidente están:
- Vigilar la buena marcha de la compañía
- Convocar y presidir la Junta de Socios
- Suscribir con el gerente los certificados de aportaciones o acciones de la empresa.
- Suscribir las Actas de Junta de Socios
- Reemplazar al gerente en sus funciones

Las principales atribuciones del Gerente son:

- Representar a la compañía, judicial y extrajudicialmente
- Convocar a la Junta General de Socios
- Contratar y remover empleados y trabajadores
- Organizar la empresa e impartir órdenes de trabajo
- Presentar a la Junta General de Socios un informe económico y balances anuales de la empresa.
- Manejar los fondos y bienes de la sociedad
- Suscribir actas y contratos
- Realizar operaciones bancarias y crediticias con el sector financiero, pudiendo suscribir letras de cambio, pagarés u otro documento obligatorio.
- Firmar facturas, pedidos y otros comprobantes hasta por mil dólares de los Estados Unidos de América.
- Cuidar que se lleve correctamente la contabilidad de bienes y valores, así como vigilar archivos y correspondencia de la compañía.
- Elaborar el presupuesto anual y ponerlo a disposición de la Junta de Socios
- Comparecer a juicios a nombre de la compañía, sea como actora o como demandada.

La compañía tendrá de acuerdo a la ley, un fondo de reserva hasta por el 25% del capital social, obteniendo estos recursos del cinco por ciento de las utilidades líquidas de la empresa.

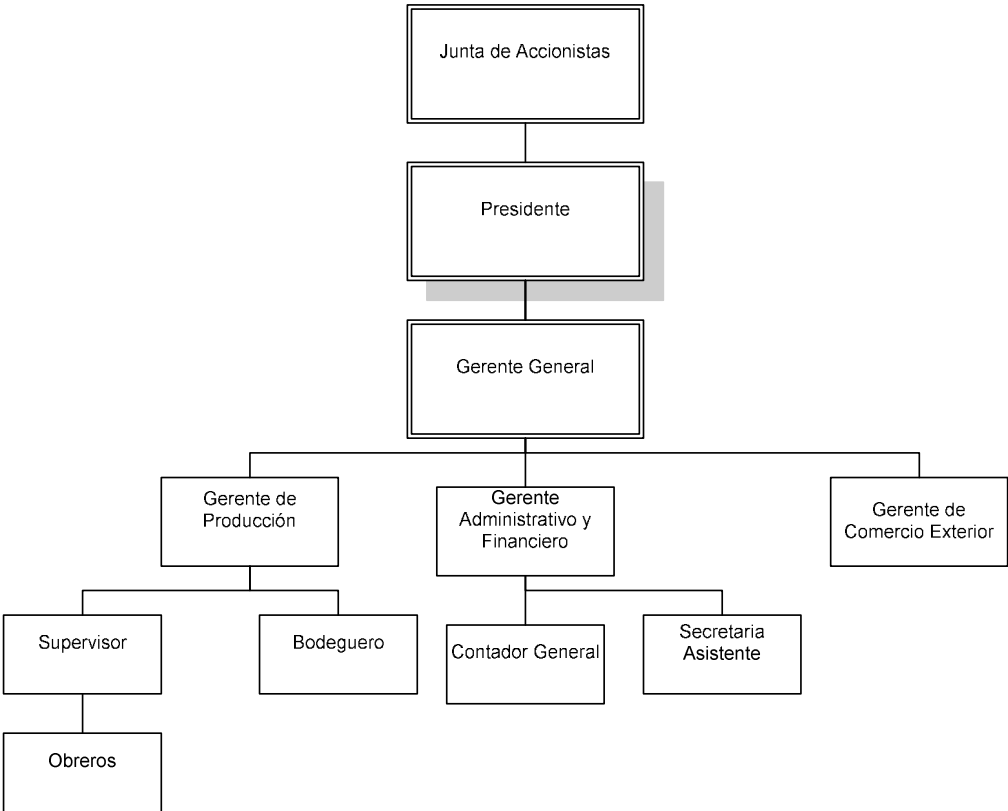
Su ejercicio económico empieza el primero de enero y termina el treinta y uno de diciembre de cada año.

### 3.4.3 Estructura Administrativa

La empresa tendrá una organización jerárquica, donde los Accionistas representados en el Gerente General pondrán de manifiesto sus decisiones y estrategias para la exportación del producto.

En función de lo expuesto se determina el organigrama estructural, que se muestra en el gráfico:

**Gráfico 3.10**  
**Organigrama Estructural**



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

- **Descripción de perfiles, cargos y funciones**

Los organigramas funcionales, también llamados organigramas de funciones, tienen por objeto indicar, las principales actividades o labores de los órganos representados en el organigrama estructural.

Dentro del proyecto, la actividad administrativa es menor, por ser una empresa pequeña y nueva en el mercado. La multifuncionalidad es permanente, dada la cantidad menor de actividades y movimientos contables, por lo que el personal propuesto es suficiente para cubrir las necesidades del proyecto.

Entre las principales funciones de la estructura del proyecto están:

**Gerente General:**

- Planificar, ejecutar y evaluar, los planes y programas de la empresa.
- Buscar fuentes de financiamiento e inversión más rentables para el negocio.
- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía.
- Responsable de ejecutar planes y programas de marketing y publicidad a fin de incrementar las ventas.
- Realizar estudios de mercado potenciales que permitan ampliar la cobertura.
- Ampliar la comercialización de servicios a nivel nacional.
- Aprobar la presentación final de balances e información tributaria de la compañía
- Manejo administrativo de los recursos humanos de la compañía. Reclutamiento, selección, capacitación.
- Canalización de ingresos, manejo de cuentas bancarias, créditos y operaciones de inversión – gestión de tesorería.
- Establecimiento de políticas de crédito y otras.
- Manejo y administración de proyectos o programas específicos desarrollados por la compañía.
- Manejo de los aspectos legales de la compañía y sus socios.

- Manejo de convenios empresariales de rédito mutuo.
- Elaboración de informes de gerencia de la compañía.
- Revisión y aprobación de balances mensuales.
- Control y canalización de ingresos.
- Comparación estadística de los valores presupuestados vs. los valores obtenidos.

**Gerente Administrativo y Financiero:**

- Planificar, ejecutar y supervisar acciones relativas a la auditoría, tributación y contabilidad.
- Aprobación y corrección de informes definitivos de auditoría
- Aprobación y corrección de los informes definitivos sobre recomendaciones de control interno.
- Informes sobre cumplimiento de obligaciones tributarias.
- Absolución de consultas en los ámbitos contable y tributario de la Gerencia General.
- Coordinar toma física de inventarios y otros.
- Elaboración de presupuestos.

**Contador General:**

- Responsable de la contabilidad, y tesorería.
- Mantener información actualizada sobre ingresos, gastos, ventas, créditos, pagos, etc.
- Pago a proveedores según flujos predeterminados y análisis de vencimientos.
- Elaborar y presentar estados financieros a la gerencia Administrativa y Financiera.
- Presentar información tributaria dentro de los plazos establecidos en la Ley.
- Presentar flujos de efectivo, proyecciones e información contable requerida por las instituciones financieras, acreedoras de la empresa.
- Coordinar y controlar el flujo de información para la adecuada y veraz presentación de estados financieros.



- Realizar los ajustes y cierres más representativos, como depreciaciones, re-expresiones, amortizaciones, entre otros.
- Gestión de cobranzas.
- Cruce de débitos bancarios.
- Entrega de reportes mensuales sobre facturación mensual a gerencia general con su respectivo análisis.
- Declaración mensual de impuestos.

**Secretaria Asistente:**

- Archivo de documentos contables
- Ingreso de información al software contable
- Elaboración de comprobantes de egreso, cheques, retenciones en la fuente e IVA.
- Elaboración de comprobantes de ingreso
- Elaboración de conciliaciones bancarias
- Emisión de roles de pagos mensuales y quincenales
- Elaboración de facturas
- Atención al cliente en lo relativo a sus atribuciones
- Elaboración y presentación de anexos transaccionales
- Cuadre contable de cuentas por cobrar
- Control de retenciones efectuadas en pagos, indispensable para el cuadro de cuentas
- Responsable del flujo de documentación y de la elaboración de cartas, oficios, y memorandos.
- Administrar los equipos y suministros de oficina, y responsabilizarse por su custodia, uso y seguridad.
- Organizar y mantener el archivo de documentos y de información que se genere en la organización.
- Atención telefónica al cliente.
- Manejo y organización de la agenda gerencial.
- Recepción y distribución de correspondencia interna y externa a todas las áreas de la empresa.

- Reservación de pasajes de avión a nivel nacional e internacional, hospedaje, etc.
- Manejo de caja chica.
- Manejo de correspondencia interna y externa

**Gerente de Comercio:**

- Responsable del flujo de documentación proveniente de las ventas.
- Control de envíos para exportación.
- Control de mercadería vendida hasta la llegada al puerto de origen.
- Control de imagen de la empresa y de sus productos.
- Buscar nuevos clientes nacionales e internacionales.

**Gerente de producción:**

- Control general de materias primas y proceso hasta el empaqueo final
- Control de personal de planta
- Control de inventarios en bodegas
- Control de maquinarias de la Planta
- Pedidos de abastecimiento coordinado de materia prima
- Pedidos de abastecimiento coordinado de suministros
- Control de calidad de materias primas

**Supervisor:**

- Control minucioso del proceso de producción
- Control de calidad
- Control de trabajadores
- Control de tiempos
- Control de mantenimiento preventivo de maquinaria
- Control de instalaciones eléctricas y electrónicas

**Bodeguero:**

- Control de materiales y materias primas
- Control de herramientas grandes y pequeñas

- Control de suministros de oficina
- Pedido de materiales y materias primas
- Mantenimiento de maquinarias
- Mantenimiento eléctrico y electrónico
- Reposte de stocks máximos y mínimos

**Obreros:**

- Control de maquinaria y herramientas en la Planta
- Ejecución de las labores relacionadas con el empaquetado de hojas para el té.
- Manejo de maquinarias a su cargo
- Control sanitario y de limpieza de su puesto de trabajo
- Notificación de fallas en calidad de materias primas o de empaquetados
- Todas las tareas encomendadas por la Supervisión o Gerencia de Producción

### **3.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

En esta parte se ha propuesto un direccionamiento estratégico de la empresa, de modo que le permita conocer hacia dónde desea ir, por lo que se han planteado principios y valores, misión y visión.

#### **3.5.1 Principios**

- **Innovación permanente en la oferta:** Ofreciendo a sus clientes nacionales o internacionales productos en formatos modernos y funcionales.
- **Calidad:** Es una manera de vivir, una norma de conducta y un reto diario y permanente por conseguir calidad en los procedimientos, en la gestión administrativa, en el producto y en la relación humana, por razones éticas y como medio más eficaz de conseguir la fidelización de los clientes.

- **Compromiso con el cliente:** El mayor patrimonio de una organización son sus clientes, por lo que orientará su acción hacia el cliente satisfaciendo sus necesidades y expectativas.
- **Crecimiento empresarial:** Considerando que el progreso empresarial se convierte en el progreso individual de todos quienes conforman la compañía.
- **Productividad:** Logrando estándares de eficiencia y eficacia que le permitan alcanzar niveles óptimos de productividad, que aseguren el desarrollo y el cumplimiento de obligaciones y responsabilidades para con su personal, accionistas, clientes, proveedores y Estado.
- **Especialización:** Mediante la creación de estructuras y equipos específicos y con gran autonomía de gestión para cada una de las actividades diferenciadas dentro de la compañía, como medio de conseguir un alto grado de eficiencia.
- **Confidencialidad:** Debido a la gran información que se maneja de los clientes internacionales, todos quienes forman parte de la empresa deberán guardar absoluta reserva de toda la información que se maneje. Además de los procesos utilizados internamente en la empresa para llegar al producto final.

### 3.5.2 Valores

- **Responsabilidad social:** De todos quienes forman parte de la empresa, en un sentido de servicio a la sociedad en general, como reconocimiento de la responsabilidad que se tiene para lograr el adecuado desarrollo y progreso de la misma, asumiendo de forma efectiva los derechos humanos y el desarrollo sustentable.
- **Respeto:** A los legítimos derechos de todas las personas naturales o jurídicas con las que se relaciona y con los de la sociedad en general.

- **Humanismo:** El principal activo de la empresa son las personas, por ello, las relaciones entre ellas deberán basarse en el respeto recíproco y en valores humanos como la tolerancia, la cordialidad y la solidaridad, creando un clima de cohesión, confianza y entusiasmo internos.
- **Pertenencia:** De modo que todos y cada uno de sus colaboradores se sientan parte vital de la organización, que la respeten, preserven su patrimonio moral y contribuyan a su crecimiento y consolidación.

## CAPÍTULO IV

### 4. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

Realizar un plan de marketing internacional no es solo analizar las cuatro “p” en un documento, se trata de establecer tácticas y estrategias de acuerdo a la realidad de la empresa tanto en factores internos como externos; tales como:

- **Las necesidades y requerimientos tanto de los clientes como de los consumidores finales:** en este punto se debe tener en consideración lo realizado en la investigación de mercado, enfocando las estrategias de acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación.
- **El segmento que se desea alcanzar:** la segmentación se la realiza dependiendo el nivel socio económico y los gustos y preferencia de las personas sujetas a la investigación de mercados. Este plan de marketing internacional tendrá planes a corto plazo teniendo una vigencia de aplicación de un año, tiempo suficiente para completar la fase de implementación del plan, debido a que las exigencias de los mercados internacionales varían constantemente.

#### 4.1 ESTRATEGIAS PARA LA UNIDAD DEL NEGOCIO

La empresa Vie Naturelle al dirigirse a un nuevo mercado, con un producto actual, contara con una estrategia de crecimiento intensivo para el “desarrollo en el mercado”, en este caso la empresa buscara vender su producto en los nuevos mercados, eso quiere decir, que se buscara grupos o segmentos que pueda utilizar el producto. Tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

*Tabla 4.1*

*Estrategias generales para la empresa “Vie Naturelle”*

<b>Estrategia del desarrollo del producto</b>	<b>Producto actual</b>
<b>Mercados actuales</b>	Estrategia de penetración del mercado.
<b>Mercados nuevos.</b>	Estrategia de desarrollo de mercado.

Fuente: H.I .Ansoff, New Corporate Startegy (New York, Wiley 1988) p 109.

Elaborado por: Sandra Asoma

## 4.2 MEZCLA DEL PRODUCTO

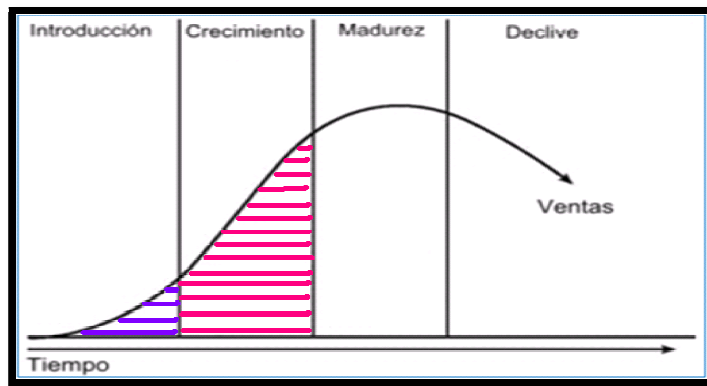
### Objetivos

- Encontrar distribuidores que manejen un mejor precio.
- Mantener un stock óptimo de Té de hoja de higo para la exportación.
- Llevar un control adecuado sobre la rotación y tendencia de ventas de los productos.

En la actualidad la empresa se encuentra en una etapa de introducción, en el mercado Suizo.

*Gráfico 4.1*

*Etapa de desarrollo de la empresa “Vie Naturelle”*



Fuente: “Mercadotecnia” Kloter Philip. ARMSTRONG, Gary.

Elaborado por: Sandra Asoma

### 4.2.1 Mezcla de plaza

- Se incrementara la búsqueda y selección de los proveedores de materias primas, para lograr obtener una materia prima de calidad a costos relativamente accesibles para la microempresa.
- Se deberá establecer un cronograma de compras de acuerdo a la rotación del producto para de esta manera lograr tener una cantidad óptima en stock para la distribución nacional.
- Se deberá establecer reportes de las exportaciones de Té de hoja de higo, versus la distribución a nivel nacional del mismo

**Tabla 4.2**  
**Mezcla de plaza**

<b>ESTRATEGIA:</b> Selección de un distribuidor calificado.		
<b>PERSONA RESPONSABLE:</b> Gerente propietario		
<b>DESARROLLO DE TÁCTICAS</b>		
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Crear alianzas con un distribuidor, sabiendo determinar políticas adecuadas para las ventas con el fin de evitar el stock del producto.	Se desarrollara un perfil del distribuidor necesario para la distribución de té de hoja de higo, creando una base de datos de distribuidores de mercancías en el mercado de Suiza.	Se realizara la búsqueda de distribuidores internacionales cada año.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### 4.2.2 Mezcla del precio

##### Objetivo

- Manejar correctamente el precio a nivel nacional e internacional con el fin de incrementar la rotación del producto.

**Tabla 4.3**  
**Estrategias primarias**

<b>ESTRATEGIA:</b> De fijación de precios nacionales e internacionales		
<b>PERSONA RESPONSABLE:</b> Gerente propietario conjuntamente con su equipo de trabajo.		
<b>DESARROLLO DE TÁCTICAS</b>		
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Se manejaran descuentos a distribuidor en los meses más apropiados, para que el pueda jugar con los precios en el mercado extranjero.	Consiste en ofrecer los precios del té de hoja de higo relativamente competitivos en meses de menor demanda, para que en épocas de buenas ventas se puedan manejar de mejor manera los precios.	Se realizaran en los meses de enero, marzo, junio, septiembre, diciembre.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### 4.2.3 Mezcla de promoción

##### Objetivos:

- Captar la atención del mercado objetivo.
- Crear el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional e internacional.



- Fomentar una percepción de calidad y excelente servicio, manteniendo un buen dialogo con los distribuidores.
- Persuadir al mercado objetivo a la compra de té de hoja de higo elaborado en el Ecuador.
- Establecer medidas que atraigan continuamente el interés de los clientes tanto nacionales e internacionales.

### **4.3 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL**

Las empresas disponen de varias alternativas a la hora de buscar el posicionamiento para sus bienes y servicios; por ejemplo por sus atributos, por sus beneficios, ocasión de utilización etc. Estas estrategias para el posicionamiento de un producto se clasifican en las siguientes:

- Características del mercado
- Características del producto
- Características del mercado objetivo
- Características del entorno.

Debido a que la microempresa “Vie Naturelle” no cuenta con un posicionamiento internacional, debido a que recién piensa incursionar el mundo del comercio exterior, se establece la necesidad de fomentar una imagen y percepción de calidad del producto, a continuación se muestran las principales estrategias para el posicionamiento.

- La inserción del producto Té de hoja de higo Ecuatoriano en el mercado externo elegido (Suiza) no puede llevarse a cabo desde el anonimato.
- Una empresa que desea penetrar mercados externos debe hacerse conocer, generar confianza corporativa y brindar soluciones a los consumidores a través de sus productos. Nadie adquiere productos de una empresa desconocida.
- Es imprescindible hacerse conocer, construir imagen empresaria y presentar ofertas adecuadas de productos que satisfagan aquella necesidad que están buscando los consumidores.

- Adaptación, flexibilidad, compromiso, investigación de mercado, desarrollo de productos adecuados, generar cadena de valor, determinación y no abandonar los mercados, son las premisas mínimas que una empresa que quiera desarrollarse en mercados externos debe cumplir.

#### 4.2.1. Posicionamiento Internacional

Para lograr el Posicionamiento Internacional deseado se debe:

**Tabla 4.4**

***Posicionamiento Internacional***

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Elegir los mercados objetivos con claridad, en del caso el mercado de Suiza.	Se deberá realizar un estudio de mercado muy minucioso para determinar si existe una demanda de este producto en el mercado que está siendo objeto de estudio. Esto lo se logra a través de técnicas como encuestas, entrevistas que se deberán realizar.	El gerente propietario de la microempresa.	Un semestre
Decidir las mejores actividades de marketing y comerciales que se va a desarrollar para el objetivo primordial, confeccionar un cronograma anual y cumplirlo.	Esto lo se logra definir a través de un estudio de mercado donde como respuesta se puede obtener la forma más acta de llegar a la mente del consumidor final, es decir este puede ser en este caso por vallas publicitarias u otras. Y para la parte comercial se tiene que trabajar con proyecciones de ventas anuales.	El gerente propietario con ayuda del distribuidor autorizado en el nuevo mercado.	Esto se debe realizar cada trimestre del año.
Elaborar e implementar un plan comercial por cada país elegido como mercado	Se deberá realizar un estudio de mercado diferente para cada mercado, debido a que cada producto va dirigido a un público en especial.	El gerente propietario.	Esto se lo debe realizar dependiendo de la oferta y producción en stock que tenga la microempresa.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

## CAPÍTULO V

### 5. TRATAMIENTO ADUANERO Y DE EXPORTACIÓN

El siguiente capítulo desarrolla el esquema práctico de exportación de té de hoja de higo al mercado Suizo, para lo cual se establecen los requisitos

#### 5.1 REQUISITOS PARA EXPORTAR

En la actualidad cualquier persona natural o jurídica está habilitado para realizar transacciones comerciales, es decir puede realizar la exportación previa el cumplimiento de las disposiciones del presente título y de las demás normas técnicas y operativas que constan en el reglamento de Comercio Exterior, a continuación se detallaran las condiciones exigidas para la exportación de tés de hoja de higo al mercado Suizo.

##### 5.1.1 Requisitos para calificarse como exportador

Para calificarse como exportador se debe realizar los siguientes pasos:

- **Obtención del RUC**

“Todas las personas naturales o jurídicas, como requisito previo al inicio del trámite de importación o exportación deberán: estar registradas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de venta y guías de remisión; y, estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas”.<sup>14</sup>

Para obtener el RUC se debe acercarse a las Oficinas del Servicio de Rentas Internas y seguir el siguiente procedimiento:

---

<sup>14</sup> Ley Orgánica de Aduanas: Resolución 7-2006-R2; Art. 1.

Para la inscripción del Representante Legal y Gerente General de una empresa deberán presentar los siguientes requisitos:

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía o del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente (extranjeros residentes Visa 10 y No residentes Visa 12)
- Los ecuatorianos, presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Tribunal Supremo Electoral (TSE)

Para la inscripción de la organización, deberán presentar los siguientes requisitos:

- Formulario RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- Una carta suscrita por el contador de la empresa (con copia de cédula de identidad adjunta), certificando su relación laboral con el contribuyente.
- Original del Certificado de Votación.
- Copia de Cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del Representante Legal.

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos que se encuentren a nombre del contador de la Empresa:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción; o,
- Contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción, legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato; o,

- Pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción.
- Cuando no sea posible entregar cualquiera de los documentos antes señalados a nombre del contador de la empresa, se deberá presentar una comunicación al SRI indicando que se ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble (carta de cesión).

Si la inscripción es posterior a los 30 días de iniciada la actividad económica, se deberá presentar una copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa respectiva, con el código 8075 correspondiente a Multas RUC.<sup>15</sup>

- **Registro en la Corporación Aduanera Ecuatoriana ( CAE)**

Todo exportador debe registrarse en la CAE, para obtener las claves de acceso respectivas y para regular sus operaciones y su documentación.

Las personas jurídicas dedicadas a actividades de comercio exterior, deben registrarse como exportadores en la Corporación Aduanera Ecuatoriana a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) y actualizar su clave de acceso el día 20 de cada mes como procedimiento de seguridad.

Se debe ingresar a la página web de la CAE [www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec); luego acceder al link OCE´s e ingresar a la opción registro de datos.

“Inicialmente el Operador de Comercio Exterior OCE debe ingresar a la dirección: **<http://sice1.aduana.gov.ec/aduana/admin/formularioregistrooce.jsp>** para obtener su clave de acceso, que consta mínimo de 8 dígitos, es personal e intransferible y de absoluta responsabilidad del contribuyente por el uso que se dé a dicha clave. El contribuyente deberá cambiar la clave recibida por una de su mayor confiabilidad. La CAE conferirá la clave de acceso y el exportador contará con un correo seguro para

---

<sup>15</sup><http://www.sri.gov.ec/sri/portal/content/documents.do?action=listDocuments&contentCode=375&typeCode=1&external>

realizar todos sus trámites y consultas de sus trámites, ya con su clave podrá ingresar a [helpdesk@aduana.gov.ec](mailto:helpdesk@aduana.gov.ec)<sup>16</sup>.

El exportador a más del registro electrónico, debe presentar en la Gerencia del Distrito, una carta en la cual solicite la inscripción adjuntando la siguiente documentación:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Oficio suscrito por el Representante Legal solicitando la inscripción, en la que consten:
  - Dirección domiciliaria.
  - Número de teléfono, fax, correo electrónico.
  - Nombres y apellidos de las personas autorizadas a firmar el DAU-e o DAU.
- Nombramiento del Representante Legal de la empresa, copia certificada.
- Escritura de constitución de la empresa.
- Cédula de ciudadanía o pasaporte para extranjeros.
- Registro de firmas autorizadas.
- Escritura por aumento de capital, si fuese el caso.

Para solicitar las claves de acceso, primero se debe enviar electrónicamente la información que requiere la CAE, una vez realizado el trámite con éxito se debe adjuntar los siguientes documentos:

- 1.- Envío de datos generales vía electrónica.
- 2.- Solicitud a la CAE (carta original dirigida al Gerente Distrital solicitando la clave, la función de la misma e indicando el tipo de operador).
- 3.- Nombramiento del Representante Legal notariada.
- 4.- Copia de la cédula notariada.
- 5.- Copia del RUC notariada.

---

<sup>16</sup>CORPEI; ¿cómo exportar?; Serie: Cultura Exportadora No. 1; Edición # 5; Pág. 77.

## **5.2 FASES Y DOCUMENTOS PRE-EMBARQUE, EMBARQUE Y POST-EMBARQUE**

### **5.2.1 Fase Pre-Embarque**

Obligatorio para exportaciones superiores a los \$2.000 (Art 168 Ley Orgánica de Aduana), este agente generará la orden de embarque a través del sistema interactivo de comercio exterior (CICE); la cual valida y acepta la orden de embarque y le otorga un número. Luego el agente presenta la orden de embarque impresa firmada y sellada ante el funcionario de zona primaria encargada del registro de estos documentos el cual registra la orden de embarque en el sistema, sella y firma la misma, coordinaron la unidad antinarcóticos para inspecciones. Luego coordinaron los funcionarios de zona primaria encargados de los embarques para la realización del mismo. El funcionario de Zona Primaria realiza las siguientes actividades:

- Registra la orden de embarque en el sistema.
  - Sella y firma la orden de embarque.
  - Coordina con la Unidad de Antinarcóticos de la Policía para las inspecciones correspondientes.
  - Coordina con los funcionarios de Zona Primaria, encargados de los embarques para la realización del mismo.
- 
- **Documentos Pre-embarque**

Los documentos de pre-embarque son los siguientes:

#### **a) Nota de pedido**

El importador solicita al exportador la cotización de un determinado producto mediante una nota de cotización, en la que el exportador indicará:

- Nombre y las especificaciones del producto
- Cantidad solicitada.
- Plazo de pago sugerido.

- Tipo de embalaje exigido.
- Vía y fecha aproximada de embarque.
- Incoterm que se utilizará
- Forma de pago.
- Lugar de llegada de la mercadería.
- Datos del comprador, y toda la demás información que el importador desee incluir.

**b) Orden de Embarque**

Es un documento por el cual se autoriza el embarque de la mercancía en el punto de origen, llamado régimen.

Se da cuando el exportador directamente o a través de su agente de aduana con la factura comercial y el RUC, tramita la autorización de embarque como requisito previo para embarcar la mercadería.

**c) Carta de confirmación de pedido e instrucciones de embarque**

Esta carta lo realiza el importador al exportador, como constancia de la confirmación y aceptación del pedido y de las disposiciones del embarque.

**d) Carta de Crédito**

Mediante este documento se garantiza el cumplimiento de la obligación económica adquirida por parte del importador.

**5.2.2 Fase del Embarque**

La empresa de transporte genera un número de manifiesto a través de la página web de la CAE, transmite los manifiestos de carga junto con los documentos de transporte al sistema de la CAE. El envío electrónico solo se realiza para aerolíneas y navieras, no así para transporte terrestre. El funcionario de la zona primaria (CAE) ingresa la información al sistema.



### 5.2.3 Fase de Post Embarque

El agente afianzado de aduana transmite los datos definitivos de la DAU 40 (Régimen de exportación a consumo) y sus documentos de acompañamiento mientras que la CAE (CICE) valida el DAU 40 y otorga el número de refrenda. El agente de aduanas presenta en el distrito el DAU 40 sellado y firmado y los documentos de acompañamiento: factura comercial más copia, documento de transporte, cupón CORPEI más otros exigibles por la ley de acuerdo al tipo del producto. El departamento de exportaciones recibe la DAU y documentos de acompañamiento entrega la guía de recepción de documentos a la gente de aduana deriva al aforador documental que corresponda cotejará los documentos físicos con los enviados electrónicamente en el caso de discrepancia de información se corrige a través del sistema de información, se envía a archivo final se replica la información al BCE y posteriormente se envía la factura.

El agente de aduanas podrá hacer seguimiento al trámite a través de la opción seguimiento a trámites documentarios *workflow* dentro de las opciones de procesos de despacho del CICE.

- **Documentos post embarque**

Los documentos post-embarque son los siguientes:

- a) **Carta del exportador notificando el embarque**

Esta carta lo realiza el exportador al importador como constancia que el embarque fue realizado. En esta carta constará la fecha en que se efectuó el embarque, valor, número de B/L. A esta carta se adjuntará el original y copia de la factura comercial, un original del conocimiento de embarque y una copia de la lista de empaque.

- b) **Factura Comercial**

La factura comercial describe las mercaderías que son objeto de venta. Esta es emitida por el exportador a nombre del importador o consignatario. En la factura comercial debe estar detallado lo siguiente:

- Descripción detallada de la mercadería
- Cantidad de bultos

- Marcas
- Peso neto y total
- Número de pedido
- Precio
- Condiciones de venta
- Puerto de embarque
- Puerto de desembarque
- Incoterm negociado, así como subpartida arancelaria.

**c) Conocimiento de Embarque (B/L)**

El conocimiento de Embarque es un documento que prueba el embarque de la mercadería y da testimonio de la entrega de la misma a bordo del buque. Este documento es prueba del contrato de transporte y es un medio de transferir a otra parte los derechos sobre las mercancías en tránsito, transfiriéndole el documento en físico.

También se lo conoce como un título de crédito mediante el cual un armador reconoce haber recibido para transportar ciertas mercancías a través del mar y se compromete a entregarlas al verdadero poseedor del documento cuando la embarcación llegue a su destino.<sup>17</sup>

De acuerdo al medio de transporte que se utiliza toma el nombre específico, por vía marítima será Bill of Lading (B/L) o conocimiento de embarque marítimo, por vía aérea Airwail o guía aérea y por vía terrestre Carta de Porte.

**d) Recibo de pago de Corpei**

Según el artículo 22 literal e) de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI), el exportador debe cancelar una aportación en cuotas redimibles del 1.5 por mil sobre el valor FOB de cada exportación, con un mínimo valor de US\$ 5.00.

**e) Lista de Empaque**

---

<sup>17</sup> OSORIO Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, Bogotá, ECOE Internacional

Es una lista donde se detalla la mercadería embarcada de acuerdo a cada bulto declarado, asignándole un número a cada caja con su contenido respectivo.

**f) Certificado de Origen**

“El certificado de origen es el documento que garantiza el origen de la mercadería y es emitido en el formato oficial establecido en los acuerdos comerciales y que sirve para acreditar el cumplimiento de los requisitos (criterios) de origen establecidos en las normas de origen que rigen el acuerdo y, por ende, acogerse a las preferencias arancelarias concedidas por los países miembros de dichos acuerdos”<sup>18</sup>.

**g) Certificado Fitosanitario**

Se requiere de este certificado para exportar productos de origen vegetal no industrializados.

**h) Certificado de Calidad**

Es emitido por entidades especializadas en el control de calidad, mediante el cual se garantiza la calidad en cuanto a la producción de las mercaderías.

**i) DAU-e (Aduana-régimen 40)**

Bajo este régimen las mercaderías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior. Significa la regularización de la orden 15, es decir el término del trámite de exportación.

### **5.3 REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO SUIZO**

El acceso al mercado Suizo requiere considerables esfuerzos en un gran número de campos, pero especialmente en lo concerniente a la calidad del producto. Lo que todo empresario debe aprender sobre los datos señalados es que el elemento más importante es la calidad, y si la calidad de un importador es superior al de otro comprador, el precio tiende a ser secundario.

---

<sup>18</sup> CORPEI; ¿cómo exportar?; Serie: Cultura Exportadora No. 1; Edición # 5; Pág. 97.

“Esta complejidad crea ciertas obligaciones para el exportador extranjero que se acerca al mercado Suizo por primera vez. Especialmente y con frecuencia, es necesario realizar una encuesta preliminar de investigación de mercado. Es también importante saber al respecto, que los importadores Suizos están dispuestos a importar cualquier cosa que los exportadores extranjeros puedan ofrecerles, siempre que estos productos puedan ser vendidos en Suiza con utilidad. Es por lo tanto extremadamente importante tener un conocimiento cabal de los requerimientos específicos del mercado Suizo”<sup>19</sup>

### **5.3.1 Documentos obligatorios para exportar a Suiza**

El exportador deberá, en cualquier caso, presentar el certificado de calidad del país de origen.

- Para el caso de una autorización individual, el cuerpo de inspección y certificación del exportador deberá llenar también un “documento de equivalencia”
- Si el producto exportado se intenta comercializar bajo una etiqueta de otra empresa privada, documentación adicional puede ser requerida para el etiquetado de la empresa privada.

### **5.3.2 Estándares Suizos Bio Suisse**

Para colocar en el mercado un producto con la calidad de orgánico en Suiza, las leyes del país deben ser contempladas. La certificación BIO SUISSE solo es necesaria si el agente comercializador desea vender su producto bajo los parámetros de calidad de BIO SUISSE, por tanto no es una obligación Sin embargo, el etiquetado BIO SUISSE permite que las diligencias a realizar sean mucho más sencillas. BIO SUISSE es la Asociación de Organizaciones de Productores Agrícolas Orgánicos de Suiza. Opera bajo sus propios estándares de calidad.

---

<sup>19</sup> Tomado de: [www.suizarestricciones.ch](http://www.suizarestricciones.ch)

### 5.3.3 Regulaciones de aduana e impuestos al valor agregado

Para productos orgánicos aplican las tarifas generales de aduana y otras regulaciones. Obligaciones mayores de aduana son recaudadas para una serie de productos agrícolas tales como caña de azúcar, cereales, aceites vegetales y productos lácteos. Para ciertos productos son también necesarios certificados especiales de importación que son otorgados exclusivamente a importadores suizos. Tarifas más altas de aduanas son aplicadas a productos procesados antes que a materias primas. Son requeridos paralelamente al proceso de importación, certificados sanitarios para la importación de carne y productos pesqueros.

Así como en la Unión Europea, preferencias arancelarias aduaneras pueden ser aplicadas a importaciones de ciertos productos agrícolas de mercados emergentes o en transición, de acuerdo al Sistema de Preferencias Arancelarias en Suiza (Sistema Generalizado de Preferencias), por lo que estas son inferiores a las tarifas por lo general aplicadas. Importaciones provenientes de una lista de países menos desarrollados están exentas de tarifas arancelarias para la mayoría de productos que encabezan la balanza comercial.

Los importadores pagan un impuesto al valor agregado (IVA) del 2.4% para materias alimenticias ingresadas a Suiza. La tasa del IVA es la misma para ambos, bienes importados y producidos en Suiza.

### 5.3.4 Trámites establecidos en el código sobre alimentos

Ambos, productos alimenticios orgánicos y convencionales, sin tomar en cuenta que estos sean importados o producidos en Suiza, son sujetos de las leyes suizas y ordenanzas relativas a productos alimenticios:

- El **acta alimenticia** y la **ordenanza sobre alimentos**: estos forman la piedra angular de la legislación alimenticia en Suiza

- **Decreto sobre sustancias y constituyentes alimenticios foráneos:** Impone las concentraciones máximas permitidas en productos de protección de uso agrícola y reguladores de crecimiento, metales pesados, sustancias farmacológicas, toxinas microbianas, elementos radioactivos, nitratos y nitritos.
- **Decreto sobre aditivos permitidos en materias alimenticias:** Contiene una lista de sustancias y preparados que son permitidos y una lista de las aplicaciones de diferentes aditivos junto con su cantidad máxima permisible, también regula la notificación de aditivos presentes.

### 5.3.5 El Decreto sobre Agricultura Orgánica en Suiza (SOFO)

Los productos agrícolas orgánicos en Suiza y los productos importados deben pasar las restricciones impuestas en este decreto. Ello incluye observancia a:

- Documentación de servicios ecológicos (pre-requisito para pagos directos)
- Resolución sobre protección animal
- Ordenanza sobre protección de acuíferos y medio ambiente acuático
- Ordenanza en acceso al aire libre para el ganado.

Los productos orgánicos importados deben adaptarse a condiciones equivalentes.

Adicionalmente, el Reglamento sobre Pagos Directos en Agricultura (RPDA), contienen asimismo cláusulas y disposiciones relativas a agricultura orgánica. Da el sustento para el desembolso de pagos directos ecológicamente motivados en Suiza y es una expresión de las políticas agrícolas en Suiza y su objetivo de promover la agricultura orgánica. No es muy relevante, sin embargo, para productores foráneos y compañías comercializadoras.

### 5.3.6 Etiqueta biológica Migros

La etiqueta biológica de Migros es una marca orgánica con creciente importancia en Suiza. Bajo este programa de etiquetado, Migros garantiza la calidad de los productos

comercializados en su cadena de tiendas. De acuerdo a los parámetros establecidos para productos importados se aplica lo siguiente:

- Transporte por aire solo es permitido en casos excepcionales
- La conversión de la unidad productiva en modelo integral no es requerida.
- No se permite empaquetado y embalado de los productos con materiales que contengan Cloro.
- No se permite la importación de productos de unidades productivas en conversión (de producción tradicional a producción orgánica)

### 5.3.7 Trámites para la Exportación”<sup>20</sup>

Conforme a las negociaciones que se acuerde con el intermediario en Suiza, los pedidos serán colocados por la empresa “Vie Naturelle” con su oficina en Ecuador, lo cual permitirá iniciar y concluir los trámites para el embarqué de la mercadería que se detalla a continuación:

- **Booking confirmation form:** Es el formulario de confirmación de reserva. Una vez realizada la reserva se recibirá una notificación por email detallando el número y referencia de la reserva.( Ver Anexo N. 6)
- **Orden de embarque:** Es un documento donde consta la información de la mercadería que va ser exportada. En la orden de embarque también pueden ir unidades físicas y comerciales de la cual se genera el documento de régimen 15 (Ver Anexo N. 7). Dentro de la orden de embarque o llamada quince puede ir cantidades expresadas en unidades físicas y comerciales provisionalmente cuando se genere el régimen 40 se registrará las cantidades reales y se dará por cerrada la exportación. (Ver Anexo N. 8).

El Packing List acompaña a la factura ya que contiene toda la información necesaria sobre el envase. (Ver Anexo N. 9).

---

<sup>20</sup> “PUDELECO, Tramites de Importación y Exportación 2002”.

- **Dock receipt:** Se realiza un registro de autorización de ingreso y salida de vehículos que sirve para controlar el robo de la mercancía. (Ver Anexo N.10 )

En el muelle la policía realiza controles a los contenedores para saber si no llevan sustancias estupefacientes. (Ver Anexo N.11)

- **Air Waybill** o *guía aérea*: Es un documento que lo despacha una empresa de transporte aéreo, en este caso la consolidadora Air France del Ecuador S.A. emite este documento con el objetivo de garantizar al importador la potestad de la mercadería. (Ver anexo N.12)
- **Factura proforma:** Documento en que el exportador o proveedor indican al importador el precio que tendría que pagar y en qué condiciones se va a realizar la venta de la mercancía. No es una factura de cobro, sino el compromiso escrito entre el proveedor y el comprador.(Ver Anexo N.13)
- **Factura comercial:** Documento expedido por el vendedor, en el cual se relacionan las mercancías a exportar o importar con los precios unitarios y totales y demás anotaciones requeridas por el comercio exterior. Documento que ampara las mercancías que se importen, con los datos y declaraciones necesarias para su reconocimiento. (Ver Anexo N.14)
- **Declaración de exportación del embarcador:** Es la declaración de la exportación que se utiliza para el cobro de los impuestos a la que está sujeta la mercadería, previo al embarque se llena el DAU 15 y se añade el AISV, luego la mercadería es revisada por la policía de antinarcóticos para posteriormente proceder a la embarcación.(Ver Anexo N.15 y 16)
- **Documentación especial “Registro Sanitario”:** Es un documento otorgado por el Director General de Salud a los alimentos procesados y aditivos, mediante solicitud de una persona natural o jurídica y sometidos al trámite correspondiente, previo el



cumplimiento de los requisitos contemplados en el Código de la Salud, este documento nos permite conocer el tiempo de caducidad del producto y todos sus componentes.(Ver Anexo N.17)

- **Seguro:** Como se va negociar en termino FCA, la empresa pagara el seguro del transporte interno de la mercadería desde la bodega de la empresa hasta el aeropuerto. La empresa que nos prestara el servicio para asegurar la mercadería será Seguros Colonial. (Ver Anexo N.18)

### **5.3.8 Transporte**

El medio de transporte que se va a utilizar en la exportación de Té de hoja de higo es el transporte aéreo internacional.

## **5.4 GASTOS DE EXPORTACIÓN**

### **5.4.1 Embalaje**

La Legislación de la Unión Europea para los empaques y embalaje de los productos es promulgado por cada estado, las disposiciones sobre el etiquetado son leyes federales iguales a las (directrices de la FDA) en consideración que para nuestro caso está regida por “GERMAN PACKAGING ACT”.

La federación de regularización para los alimentos (GPA) impone algunos requisitos para el empaque y embalaje de productos que son los siguientes:

- Declaración del lugar de origen
- Las etiquetas deben ser en el idioma del país a donde va dirigido el producto.
- Nombre y variedad del producto
- Indicar la lista de ingredientes
- Indicar un panel de información nutricional

- Incluir nombre y dirección de la compañía responsable de la distribución/comercialización en Suiza.
- Incluir el nombre del productor y empacador
- Incluir instrucciones de uso
- Peso
- Tamaño o número de producto por cartón
- Nombre del exportador
  
- **Reglamentaciones suizas del envase y etiquetado.**

En Suiza, el sistema legal se basa en el derecho federal suizo. El gobierno federal tiene dos clases de normas. Por un lado, las leyes federales que contienen los principios básicos dentro de un ámbito específico de aplicación. Por otro, se dictan órdenes federales que suministran especificaciones detalladas de las leyes federales; en Suiza, los importadores están sujetos al derecho federal. Los cantones suizos son responsables de la aplicación de las leyes y órdenes, salvo indicación contraria. Dos aspectos de derecho suizo son importantes para los países exportadores: las leyes de protección del medio ambiente y las normas sobre alimentos y productos alimenticios (bajo las cuales cae también el etiquetado). Para estar bien informado de los requisitos legales medioambientales relacionados con el envase y etiquetado, deben conocerse varias leyes y órdenes.

Consecuencias directas sobre el envase. Establece que quién fabrique, trate, almacene, transporte o distribuya alimentos o productos alimenticios debe asegurarse de: su envasado en forma aseada y apropiada; su almacenamiento, transporte y distribución sin alteraciones de ninguna clase; su almacenamiento y transporte de la manera adecuada; su exclusión de riesgos de contaminación por parásitos u otras formas de infección. El artículo 23 determina que quién transporte, trate, distribuya, importe o exporte alimentos o productos alimenticios está obligado a permitir que los productos sean inspeccionados para verificar si se ajustan a los requisitos legales, a la vez que él mismo deberá aplicar un método autónomo de control.

Se dan directivas similares para indicar sobre las etiquetas los valores nutritivos (N° 817.021.55), de la misma manera que en la ordenanza 817.021.22. Las indicaciones energéticas y nutritivas son obligatorias, como lo son los contenidos en proteínas, azúcar, etc. (arts. 3, 4). Las normas sobre declaraciones de pesos y medidas (No. 941.281) obligan al vendedor a mencionar en la etiqueta el peso (si es posible neto y escurrido; art. 18) y el volumen y fecha de vencimiento de un producto (arts. 6, 10). Si no se proporcionase esta información en los productos importados, el importador está obligado a facilitarla (art. 10, párrafo 5). El artículo 27 establece, de manera explícita, que esta ordenanza rige para productos importados.

Se utilizará cajas de cartón con una dimensión de 30 centímetros de ancho, por 17 de alto y 30 centímetros de largo, donde ingresan en promedio 25 cajas de 500 gr. de té de hoja de higo.

**Tabla 5.1**

***Costo de Empaque para exportación de cajas de té***

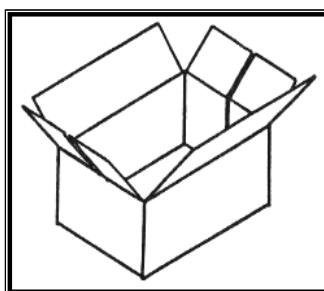
<b>Cantidad de Cajas de cartón como empaque para el té de higo por tonelada</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
80	\$ 0,80	\$ 64,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

**Gráfico 5.1**

***Propuesta para el empaque del té de hoja de higo***



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

**Gráfico5.2**

**Cartón secundario parte interior empaque interior**



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Sandra Asoma

**Gráfico 5.3**

**Cartón secundario parte posterior empaque interior**



Fuente: Elaboración propia  
Elaborado por: Sandra Asoma

### 5.4.2 Mercado

En la distribución física internacional el mercado tiene mucha importancia debido a que es la forma en la que se identifica la carga.

**Tabla 5.2**  
**Costo de etiquetado del producto**

<b>Cantidad de Etiquetas para cajas de exportación de té de higo por tonelada</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
80	\$ 0,08	\$ 6,40

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

En el caso de los productos agroindustriales, existe una serie de requisitos sobre la calidad comercial y el etiquetado, que han sido establecidos por el país importador o el comprador. Los requisitos fundamentales tienen que ver con el grado de calidad, el tamaño, el peso y la etiqueta en el empaque. Por lo general la etiqueta debe indicar: país de origen, nombre del producto, variedad y cantidad. Además, los productos deben cumplir con una serie de requisitos de calidad que describen diferentes características físicas, tales como variedad, color, presentación. Antes de permitir el ingreso de un producto a un país, el país importador exige que se cumpla con las clasificaciones y condiciones mínimas.

### 5.4.3 Unitarización

En la unitarización de la carga se utilizará pallets de madera de 1m x 1,20m, cada uno llevará 30 cajas, tomando como referencia un contenedor de 20 pies con una capacidad de 28.180 kilogramos<sup>21</sup>, en total se requerirán 56 pallets. Las cajas en el pallet serán enzunchadas para minimizar cualquier riesgo que la carga pueda tener en el transporte. A continuación se describen los costos de unitarización por tonelada:

---

<sup>21</sup> Tomado de: [www.affari.com.ar](http://www.affari.com.ar)

**Tabla 5.3**  
**Costo de unitarización**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad de implementos de unitarización por tonelada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costos total por tonelada</b>
Pallets	3	\$ 9,00	\$ 27
Zunchos (metros)	6	\$ 0,05	\$ 0,30
Grapas	50	0,02	\$ 1,00
<b>Total</b>		<b>\$ 9,07</b>	<b>\$ 28,30</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### **5.4.4 Costo de los Certificados**

El costo de los Certificados es:

**Tabla 5.4**  
**Costo de los Certificados**

<b>Certificados</b>	<b>Costo</b>
Certificado de Origen	\$ 10
Certificado Fitosanitario	\$ 35
Certificado Sanitizado Pallets	\$ 50
<b>Total</b>	<b>\$ 95</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### **5.4.5 Costo de transporte interno**

El transporte interno desde la planta ubicada en el norte de Quito hasta el Aeropuerto Mariscal Sucre lo realizará la empresa Trans Estiba, el costo estimado por ellos del flete es de 120 dólares.

#### **5.4.6 Seguros**

El seguro de transporte es aquel contrato por medio del cual el asegurador asume los daños o pérdidas materiales, al material del transporte o a los objetos transportados en

caso de traslado. Se toma un seguro de cobertura mínima, desde la planta hasta que la mercancía este a bordo del avión de carga, se estima un costo de seguro del 1% del total del valor de la mercancía que está tomado en cuenta en la contratación de la empresa transportista.

#### 5.4.7 Agente de Carga y de Aduana

Para la operación aduanera se debe contar con los servicios de un Agente Afianzado de Aduanas, para que esta persona pueda realizar el trámite de la Orden de Embarque conocido como Régimen 15 que es el requisito previo al embarque, inspección con la policía Antinarcóticos, embarque de la carga y todo lo relacionado con la liquidación de la exportación y trámites.

**Tabla 5.5**

**Costos Agente de Carga y de Aduana por envío**

<b>Documentos</b>	<b>Costos</b>
Honorarios de Agentes de Aduanas	\$ 125,00
Emisión de la orden de embarque DAU-15	\$ 50,00
Cancelación de la orden de embarque DAU-40	\$ 5,00
<b>Total</b>	<b>\$ 180,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### 5.4.8 Transporte internacional

La empresa JAS Forwarding Ecuador será la encargada de realizar todos los trámites de exportación así como el manipuleo de la mercadería y el envío se realizará por la empresa Air France, el costo será de 3.500 dólares por envío incluyendo el seguro.

**Tabla 5.6**

**Costo de Transporte aéreo por envío**

<b>Transporte internacional</b>	<b>Costo del flete</b>
Transporte aéreo	\$ 3.500,00
<b>Total</b>	<b>\$ 3.500,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### **5.4.9 Seguro internacional**

El transporte al lugar de destino requiere la contratación de un seguro, se estima el valor por prima sea de 1% que está tomado en cuenta en el valor de transportación pagado a JAS Forwarding Ecuador.

#### **5.4.10 Documentos para exportar**

La tabla 5.7 muestra los costos de la emisión y gestión documental para la exportación de té de hoja de higo a Suiza.

*Tabla 5.7*

*Costos de Documentos para exportar por envío*

<b>Documento</b>	<b>Costo</b>
Factura Comercial	\$ 0,25
Lista de empaque	\$ 0,20
Conocimiento de embarque	\$ 60,00
CORPEI	\$ 140,00
<b>Total</b>	<b>\$ 200,45</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### **5.5 INCOTERMS**

“Los Incoterms establecen un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de términos comerciales relativos a los contratos de compraventa, limitando los derechos y obligaciones de las partes en relación a la entrega de las mercancías. Son publicados por la Cámara de Comercio Internacional, siendo la última versión la publicada el 1 de Enero del 2000”.<sup>22</sup> “Son una serie de términos de venta empleados en el comercio internacional, cuya finalidad es reducir algunas de las dificultades que encuentran los exportadores e importadores al contratar, fundamentalmente, las originadas por la diversidad de posibles interpretaciones que se pueden hacer en cada

---

<sup>22</sup> “<http://www.cai.es>”



país de los términos de un contrato”.<sup>23</sup> , básicamente los Incoterms son reglas facultativas que regulan la entrega de las mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los gastos; pero sin embargo, no regulan el pago y la ley aplicable al contrato en el comercio internacional, también ayudan a definir las obligaciones del vendedor o comprador.

Para facilitar cuántos grupos forman los Incoterms “La cámara de comercio internacional”, ha dividido en cuatro grupos los Incoterms; los mismos que empiezan desde: el grupo “E”, pasando por el “F”, “C” y el “D” cada grupo posee su término y característica. La tabla 5.8 muestra la estructura de los Incoterms

**Tabla 5.8**  
**Incoterms 2000**

GRUPO SALIDA	E	EXW	En Fábrica	Ex Work
GRUPO Sin pago transporte principal	F	FCA FAS FOB	Franco transportista Franco junto al buque Franco a bordo del buque	Free Carrier Free Alongside Ship Free On Board
GRUPO Con pago transporte principal	C	CFR CIF CPT CIP	Coste y flete (*) Coste, seguro y flete Transporte pagado hasta Transporte y seguro pagado hasta	Coste And Freight Cost Insurance Freight Carriage Paid To Carriage And Insurance Paid
GRUPO LLEGADA <b>[c] Reingex</b>	D	DAF DES DEQ DDU DDP	Entregada en frontera Entregada sobre buque Entregada en muelles Entregada sin pagar derechos Entregada derechos pagados	Delivered At Frontier Delivered Ex Ship Delivered Ex Quay Delivered Duty Unpaid Delivered Duty Paid

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 5.5.1 Incoterm Elegido

La exportación de té de hoja de higo se realizará través del término FCA significa que el vendedor entrega la mercancía, despachada a la exportación, al transportista nombrado por el comprador en el lugar convenido en el contrato de compraventa.

<sup>23</sup> “PUJOL, Bruno: Diccionario de Comercio Exterior, Editorial Cultural, 2002, Pág. 215-216”.

INCO 2000: Si el vendedor entrega las mercancías al transportista en sus almacenes, éste debe embarcar las mercancías al medio de transporte; si se hace en cualquier otro sitio, el vendedor no tiene esta obligación.

Descripción de Gastos

**El Vendedor:**

El Vendedor deberá ser responsable de:

- Asumir los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Asumir los gastos de aduana (agente y permisología e impuestos) en el punto de embarque.

**El Comprador:**

El Comprador deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.
- Asumir los costos de transporte (flete principal y seguro de la mercancía para el tránsito internacional de no ponerse en el contrato que el vendedor debe asumirlos).
- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido.( fábrica, taller o bodega del comprador)

**5.5.2 Precio FCA para el producto**

El precio de exportación del producto tomando en cuenta todos los costos y gastos de exportación y producción se muestran en la tabla 5.9

**Tabla 5.9**

**Precio FCA**

<b>Componentes</b>	<b>Costos unitario</b>
Insumo	\$ 0,17
Funda Ttsix	\$ 0,20
Caja de presentación	\$ 0,15
Empaque	\$ 0,10
Etiqueta	\$ 0,05
Conservantes	\$ 0,05
Gastos	\$ 1,48
<b>Costo unitario</b>	<b>\$ 2,20</b>
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 1,21</b>
<b>Precio de Exportación</b>	<b>\$ 3,41</b>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

Los detalles del precio de exportación se amplían en el capítulo correspondiente al estudio financiero.

### **5.5.3 Métodos de cobro**

El éxito de un buen negocio depende del sistema de comercialización y del medio de cobro, este influye en el nivel de riesgo que asume el exportador.

La empresa como inicio a sus actividades en el comercio exterior decidió manejar por dos medios de cobro que son los siguientes: Estos dos medios de cobro facilitaran la negociación dependiendo del nivel de confianza que exista con el importador.

- **Giro directo**

- Este medio se da de manera eficiente cuando existe la suficiente confianza en el vendedor, pero es muy difícil que se dé esto en la primera negociación.

- **Giro a la vista**

- En este caso el exportador envía los documentos y en un viaje posterior para retirar los cheques o en su defecto pide que se deposite en su cuenta corriente o solicita que realicen una transferencia.
- **Cartas de crédito**
    - La Carta de Crédito más utilizada es la denominada irrevocable, intransferible y confirmada y es abierta por el importador a favor del exportador de acuerdo a las condiciones pactadas entre ellos.
    - Una vez que el exportador reciba una Carta de Crédito a su favor sólo le resta preparar el embarque, confeccionar los documentos y presentarlos al banco (esto se denomina “Negociar los documentos”).
- **Las partes que intervienen en la carta de crédito normalmente son cuatros:**
    - Ordenante, solicitante, cliente, comprador o importador
    - Banco emisor o banco ordenante, es aquel que emite o establece la carta de crédito siguiendo las instrucciones del ordenante.
    - Beneficiario, vendedor o exportador, es la persona física o moral que tiene derecho a cobrar la carta de crédito.
    - “Banco Corresponsal, es el banco que mantiene relaciones de corresponsalía con el banco emisor; y dependiendo de la función que adopte se le conoce como banco avisador o notificador, negociador, confirmante, pagador, transferente o reembolsante”.<sup>24</sup>

La empresa Vie Naturelle realizara sus cobros a través de una carta de crédito que otorgará el Banco del Pichincha.

---

<sup>24</sup> “superintendencia de bancos, cartas de créditos. Cobranzas ,documentos No 1, julio de 1980,pag 1”

## **5.6 DISTRIBUCIÓN DESDE EL PUERTO DE ORIGEN HASTA EL PUERTO DE DESTINO**

### **5.6.1 Selección del puerto**

La empresa “Vie Naturelle” exportara sus productos en el mercado de Ginebra-Suiza, por tal razón ha seleccionado los mejores aeropuertos donde pueda llevar sus mercancías. La ciudad de Quito cuenta con un excelente aeropuerto el cual permite realizar con eficacia las exportaciones sin problema alguno.

### **5.6.2 Aeropuerto de origen**

Ecuador es un país equidistante entre los dos extremos occidentales del continente americano. El aeropuerto internacional de Quito, tiene varias particularidades. Por un lado es uno de los más altos del mundo (2.800 metros de altura); y por otro lado se ubica dentro del casco urbano (a tan solo 5 km del pleno centro). Lo que lo constituye en uno de los aeropuertos más peligrosos del mundo. A raíz de esto se espera ser reemplazado para el 2010 por un nuevo aeropuerto en una zona más segura. Junto con el aeropuerto de Guayaquil concentran la gran mayoría de vuelos internacionales y nacionales del país. El aeropuerto de Quito sirvió a más de 3 millones de pasajeros en 2008, con vuelos a toda América y Europa.

### **5.6.3 Aeropuerto de destino**

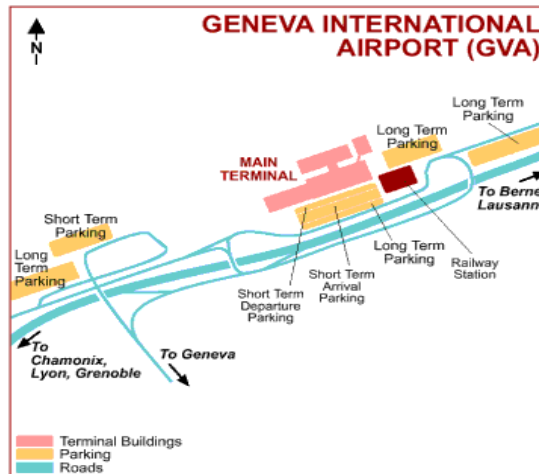
- **Aeropuerto Internacional de Ginebra**

El aeropuerto está situado a 5 km. al norte de Ginebra. Geneva International Airport, PO Box 100, 1215 Ginebra 15, Suiza

El sector suizo es accesible desde la autopista N1. Desde Francia, coger la autopista A40 (autoroute) y luego la N1. Para evitar el territorio suizo ir directamente al sector francés vía Ferney-Voltaire, cerca de Collonges, en la D-984; en Ferney-Voltaire seguir las indicaciones a Ginebra y justo antes de llegar

a la aduana suiza tomar la carretera de la derecha que conduce al sector francés del aeropuerto.

**Grafico N. 4.3**  
**Aeropuerto de Ginebra-Suiza**



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### 5.6.4 Selección de la modalidad

Para la selección de la modalidad se toma en cuenta factores muy importantes como el producto que se va exportar, si este es perecible, frágil, a estos factores se los denomina como valor de afinidad, por otra parte existe el valor de tráfico que esta dado por conjunto de factores de un medio de transporte que lo diferencia de otro, como es la velocidad, la capacidad y seguridad de carga y el valor económico.

##### 5.6.4.1 Transporte Aéreo

El transporte aéreo es la modalidad más regulada en el globo terrestre, a raíz de la II Guerra Mundial, la mayoría de los países del mundo suscribieron el Convenio de Chicago en 1944 en donde se pusieron las bases de las regulaciones del transporte aéreo. El transporte aéreo es el más seguro de todos los tipos de transporte. Los adelantos de la navegación aérea, de las telecomunicaciones y de las facilidades

electrónicas han permitido que la aviación haya progresado maravillosamente. Dentro del transporte aéreo el más desarrollado está relacionado al transporte aéreo en avión por su rapidez, seguridad y eficiencia. El transporte aéreo puede tener fines civiles o militares. Dentro del ámbito civil, se ha desarrollado un modelo de negocios basado en líneas aéreas que prestan el servicio de transporte, de pasajeros o carga, con objetivos comerciales y que, comúnmente, se menciona como la industria aérea, o más específicamente, la industria aerocomercial. La empresa que realizará el transporte de la mercadería del aeropuerto de Quito hasta el puerto de Ginebra-Suiza es “Air France”. (Ver Anexo N.4).

## 5.7 MÉTODO DE OPERACIÓN POR TIPO (EFECTIVO / CRÉDITO)

Este método de cobro se realizará bajo mutuo acuerdo entre las partes: exportador e importador. Las ventas se realizarán el 50% al contado previo envío del producto y el 50% restante será a través de una carta de crédito a 15 días plazo sin recargos a la llegada del producto al puerto de origen en nuestro caso Ginebra-Suiza. (Ver Anexo N.5)

### 5.7.1 Partida Arancelaria

**Tabla 5.10**

**Partida Arancelaria del Producto**

<b>Partida :</b>	09022000C
------------------	-----------

<b>Sección II :</b>	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
<b>Capítulo 09 :</b>	Café, té, yerba mate y especias
<b>Partida Sist. Armonizado 0902 :</b>	Té, incluso aromatizado
<b>SubPartida Sist. Armoniz. :</b>	
<b>SubPartida Regional 09022000 :</b>	- Té verde (sin fermentar) presentado de otra forma
<b>Código Producto Comunitario (ARIAN) 0902200000-0000 :</b>	
<b>Código Producto Nacional (TNAN) 0902200000-0000-0000 :</b>	

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

Elaborado por: Sandra Asoma

**Tabla 5.11**

### *Impuestos del Producto*

<b>Código de Producto (TNAN)</b>	0000
<b>Antidumping</b>	0 %
<b>Advalorem</b>	25 %
<b>FDI</b>	0.5 %
<b>ICE</b>	0 %
<b>IVA</b>	12 %
<b>Salvaguardia por Porcentaje</b>	0 %
<b>Salvaguardia por Valor</b>	
<b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b>	
<b>Techo Consolidado</b>	0 %
<b>Incremento ICE</b>	0 %
<b>Afecto a Derecho Específico</b>	
<b>Unidad de Medida</b>	KG
<b>Observaciones</b>	Decreto Ejecutivo 1458. R.O. 489s 16/12/2008
<b>Es Producto Perecible</b>	NO

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

Elaborado por: Sandra Asoma



## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO ECONÓMICO

La inversión que será requerida para llevar a cabo el proyecto se divide en: Inversión fija tangible, inversión fija intangible y capital de trabajo. Cada una de estas inversiones es descrita a continuación:

#### 6.1 INVERSIÓN

La inversión es todo el desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, que la empresa utilizará durante varios años para el desempeño de sus actividades. Para llevar a cabo este proyecto se necesitará la siguiente inversión que se detalla a continuación.

**Tabla 6.1**  
**Consolidado de Inversiones (USD)**

<b>Inversión inicial</b>	
<b>Rubros</b>	<b>Valor</b>
Activo fijo tangible	\$ 146.770,27
Activo fijo intangible	\$ 3.264,00
Capital de trabajo	\$ 8.903,69
<b>Total inversión</b>	<b>\$ 158.937,95</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

##### 6.1.1 Inversión Fija tangible

Los activos tangibles “son aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto”<sup>25</sup> Los activos fijos si bien son duraderos, no siempre son eternos, por tal motivo, la contabilidad obliga a depreciar los bienes a medida que transcurre su vida normal, debido a que estos lo hacen de forma natural por el paso del

---

<sup>25</sup> SAPAG CHAIN, Nassir; Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”

tiempo, por su uso, por el desgaste propio del tiempo que se use ese activo y por obsolescencia, sin embargo, el rubro terreno no se deprecia como sucede con el resto de activos. A continuación se detallan todos los activos fijos tangibles que se utilizarán en la empresa.

**Tabla 6.2**  
**Activos Fijos Tangibles (USD)**

Rubros	Valor
Terreno	\$ 32.640,00
Infraestructura física	\$ 24.806,40
Maquinaria y equipo	\$ 55.896,00
Vehículos	\$ 21.614,53
Muebles y enseres	\$ 4.528,80
Equipo de Computación	\$ 6.160,80
Equipo de Oficina	\$ 1.123,73
<b>Total activo fijo tangible</b>	<b>\$ 146.770,27</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.1.1.1 Adecuaciones

La infraestructura es la intervención primaria del ser humano sobre el territorio, para acceder a él y destapar su potencial de desarrollo. Pero rápidamente se expande para incluir vías de acceso que permitan ampliar el área de influencia de la actividad humana y tecnologías más avanzadas para generar energía y permitir la comunicación a larga distancia.

**Tabla 6.3**  
**Adecuaciones (USD)**

Rubros	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Galpón	m2	200	\$ 50,00	\$ 10.000,00
Bodega	m2	150	\$ 50,00	\$ 7.500,00
Baños	m2	30	\$ 12,00	\$ 360,00
Oficinas	m2	60	\$ 50,00	\$ 3.000,00
Área de Lavado	m2	40	\$ 35,00	\$ 1.400,00
Área de Pesado	m2	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Área de carga descarga	m2	30	\$ 15,00	\$ 450,00
Guardianía	m2	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Vestidores	m2	20	\$ 12,00	\$ 240,00
Instalaciones eléctricas, agua potable				\$ 1.000,00
Subtotal				\$ 24.320,00
Imprevistos 2%		550		\$ 486,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 24.806,40</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.1.1.2 Terreno

La preparación del terreno tiene como objetivo permitir la construcción de la Infraestructura básica del relleno para recibir y disponer los recursos en una forma ordenada y con el menor impacto posible, así como facilitar las obras complementarias y las relativas.

**Tabla 6.4**  
**El terreno (USD)**

Rubros	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Terreno	m <sup>2</sup>	800	\$ 40,00	\$ 32.000,00
Subtotal				\$ 32.000,00
Imprevistos 2%				\$ 640,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 32.640,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.1.1.3 Muebles de Oficina

Dentro de los muebles de oficina que serán requeridos para los administrativos de la empresa exportadora de Té de hoja de higo se encuentran los siguientes:

**Tabla 6.5**  
**Muebles de Oficina (USD)**

<b>Muebles y enseres de oficina</b>				
Rubros	Unidad	Cantidad	V. Unit.	V. Total
Escritorio ejecutivo	U.	4	\$450,00	\$ 1.800,00
Sillón ejecutivo	U.	4	\$250,00	\$ 1.000,00
Estaciones de trabajo	U.	4	\$150,00	\$ 600,00
Archivadores aéreos	U.	8	\$80,00	\$ 640,00
Mesa para reunión	U.	1	\$120,00	\$ 120,00
Sillas auxiliares	U.	4	\$15,00	\$ 60,00
Sillones tres puestos para recepción	U.	2	\$110,00	\$ 220,00
Subtotal				\$ 4.440,00
Imprevistos 2%				\$ 88,80
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 4.528,80</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.1.1.4 Equipos de oficina

Los equipos de oficina que serán requeridos dentro del proyecto se describen a continuación:

**Tabla 6.6**  
**Equipos de Oficina (USD)**

<b>Rubros</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Telefax	U.	2	\$150,85	\$301,70
Teléfono	U.	8	\$100,00	\$800,00
Subtotal				\$ 1.101,70
Imprevistos 2%				\$ 22,03
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.123,73</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### **6.1.1.5 Equipos de computación**

Para llevar a cabo las actividades administrativas dentro de la empresa exportadora de Té de hoja de higo se requerirán de los siguientes equipos de computación

**Tabla 6.7**  
**Equipos de Computación (USD)**

<b>Rubros</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Computadora	U.	8	\$650,00	\$5.200,00
Impresora Laser	U.	4	\$210,00	\$840,00
Subtotal				\$ 6.040,00
Imprevistos 2%				\$ 120,80
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 6.160,80</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### **6.1.1.6 Maquinaria y equipos**

Todas las máquinas y equipos destinados al proceso de producción de bienes y servicios como: máquina de planta, y otros vehículos empleados para movilizar materia primas y artículos terminados dentro del edificio. Para la producción del Té de hoja de higo, no se requiere de maquinaria pesada pero si de equipos menores para poder llevar a cabo las labores de elaboración y empaque, dichos equipos se relacionan a continuación con

sus respectivos costos. Estas son inversiones que se realizarán durante el primer año del proyecto.

**Tabla 6.8**  
**Maquinaria (USD)**

Rubros	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Secadora de Cabina	U.	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Envasadora Automática Basic-Pack-Tstix	U.	1	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
Sollas 20	U.	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Trituradora CTC	U.	1	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Ensambladora de cajas	U.	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Balanza electrónica	U.	1	\$ 500,00	\$ 500,00
SUBTOTAL				\$53.800,00
Imprevistos 2%				1.076,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 54.876,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### 6.1.1.7 Vehículos

Para efectos de cualquier tipo de movilización que necesite la empresa ya sea este de personal o compra de materia prima y distribución nacional del producto, además la realización de trámites de exportación.

**Tabla 6.9**  
**Vehículo (USD)**

Rubros	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Camioneta Mazda	Unidad	1	\$ 21.190,72	\$ 21.190,72
Subtotal				\$ 21.190,72
Imprevistos 2%				\$ 423,81
<b>TOTAL VEHÍCULOS</b>				<b>\$ 21.614,53</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

#### 6.1.1.8 Inversión Fija Intangible

Estos activos están representados por todas aquellas inversiones que se tiene que realizar para desarrollar y mantener su capital intelectual. Es decir, todos aquellos activos que no se pueden ver, pero que están en capacidad de generar un beneficio económico para la empresa. Estos activos pueden ser marcas, patentes, capacitación,

investigación, desarrollo, propiedad intelectual, licencias, concesiones y otros rubros similares.

**Tabla 6.10**  
**Activos fijos intangibles (USD)**

Rubros	Valor
Gastos legales por constitución	\$ 1.200,00
Gastos de Instalación	\$ 2.000,00
Subtotal	\$ 3.200,00
Imprevistos 2%	\$ 64,00
<b>Total activo fijo intangible</b>	<b>\$ 3.264,00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.1.2 Capital de Trabajo

El Capital de trabajo del que se deberá disponer para poner en marcha el proyecto consta de: la mano de obra directa, materia prima directa, materiales indirectos, insumos anuales, gastos de administración y de ventas.

**Tabla 6.11**  
**Capital de Trabajo Mensual (USD)**

Rubros	Costo anual	Costo mensual
<b>Costos</b>		
Materia Prima Directa	\$ 7.000,14	\$ 583,35
Materia Prima Indirecta	\$ 23.100,00	\$ 1.925,00
Mano de Obra Directa	\$ 15.626,07	\$ 1.302,17
Mano de obra indirecta	\$ 10.101,61	\$ 841,80
Suministros	\$ 4.381,92	\$ 365,16
<b>Gastos</b>		
Gasto Seguros	\$ 1.078,79	\$ 89,90
Gasto Implementos de Trabajo	\$ 979,20	\$ 81,60
Gastos de Mantenimiento y Reparación	\$ 1.541,31	\$ 128,44
Gastos Administrativos	\$ 38.923,20	\$ 3.243,60
Gastos de Ventas	\$ 4.083,83	\$ 340,32
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 106.816,07</b>	<b>\$ 8.901,34</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

## **6.2 FINANCIAMIENTO**

La gestión del financiamiento es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata una de las funciones más importantes para la realización del proyecto, y es de vital importancia para la optimización de los recursos financieros disponibles y el crecimiento de una organización, a partir de un análisis del comportamiento del mismo.

### **6.2.1 Estructura de la deuda**

“Para que el inversionista proponga una estructura de financiamiento adecuada deberá analizar cuál es el nivel o volumen de la inversión total, el cual deberá relacionarse con los recursos propios disponibles, para en base a ello proponer una estructura de financiamiento que le permita viabilizar las inversiones del proyecto”<sup>26</sup>

Considerando lo dicho anteriormente la inversión total es de USD 157.915,61 Valor que será financiado con crédito solicitado a la CFN en un 50% y cuyo monto asciende a USD 78.957,80 y el 50% será financiado con recursos propios por parte de los accionistas de la compañía.

### **6.2.2 Amortización de la deuda**

Para calcular la tabla de amortización se lo realizó mensualmente sobre el monto total de la deuda que asciende a USD 78.957,80; a un plazo de 5 años y con un interés promedio de 8%, la tabla 6.12 se muestra la tabla de amortización calculada para el préstamo.

---

<sup>26</sup> Barreno Luis, “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos” Quito 2007. 1° Edición.

**Tabla 6.12**

**Tabla de Amortización préstamo**

Periodo	Cuota	Capital	Interés	Saldo
0				\$ 78.957,80
1	\$ 1.600,98	\$ 1.074,59	\$ 526,39	\$ 77.883,21
2	\$ 1.600,98	\$ 1.081,76	\$ 519,22	\$ 76.801,45
3	\$ 1.600,98	\$ 1.088,97	\$ 512,01	\$ 75.712,48
4	\$ 1.600,98	\$ 1.096,23	\$ 504,75	\$ 74.616,25
5	\$ 1.600,98	\$ 1.103,54	\$ 497,44	\$ 73.512,71
6	\$ 1.600,98	\$ 1.110,89	\$ 490,08	\$ 72.401,82
7	\$ 1.600,98	\$ 1.118,30	\$ 482,68	\$ 71.283,52
8	\$ 1.600,98	\$ 1.125,76	\$ 475,22	\$ 70.157,76
9	\$ 1.600,98	\$ 1.133,26	\$ 467,72	\$ 69.024,50
10	\$ 1.600,98	\$ 1.140,82	\$ 460,16	\$ 67.883,68
11	\$ 1.600,98	\$ 1.148,42	\$ 452,56	\$ 66.735,26
12	\$ 1.600,98	\$ 1.156,08	\$ 444,90	\$ 65.579,19
13	\$ 1.600,98	\$ 1.163,78	\$ 437,19	\$ 64.415,40
14	\$ 1.600,98	\$ 1.171,54	\$ 429,44	\$ 63.243,86
15	\$ 1.600,98	\$ 1.179,35	\$ 421,63	\$ 62.064,50
16	\$ 1.600,98	\$ 1.187,22	\$ 413,76	\$ 60.877,29
17	\$ 1.600,98	\$ 1.195,13	\$ 405,85	\$ 59.682,16
18	\$ 1.600,98	\$ 1.203,10	\$ 397,88	\$ 58.479,06
19	\$ 1.600,98	\$ 1.211,12	\$ 389,86	\$ 57.267,94
20	\$ 1.600,98	\$ 1.219,19	\$ 381,79	\$ 56.048,74
21	\$ 1.600,98	\$ 1.227,32	\$ 373,66	\$ 54.821,42
22	\$ 1.600,98	\$ 1.235,50	\$ 365,48	\$ 53.585,92
23	\$ 1.600,98	\$ 1.243,74	\$ 357,24	\$ 52.342,18
24	\$ 1.600,98	\$ 1.252,03	\$ 348,95	\$ 51.090,15
25	\$ 1.600,98	\$ 1.260,38	\$ 340,60	\$ 49.829,77
26	\$ 1.600,98	\$ 1.268,78	\$ 332,20	\$ 48.560,99
27	\$ 1.600,98	\$ 1.277,24	\$ 323,74	\$ 47.283,75
28	\$ 1.600,98	\$ 1.285,75	\$ 315,22	\$ 45.997,99
29	\$ 1.600,98	\$ 1.294,33	\$ 306,65	\$ 44.703,67
30	\$ 1.600,98	\$ 1.302,96	\$ 298,02	\$ 43.400,71
31	\$ 1.600,98	\$ 1.311,64	\$ 289,34	\$ 42.089,07
32	\$ 1.600,98	\$ 1.320,39	\$ 280,59	\$ 40.768,69
33	\$ 1.600,98	\$ 1.329,19	\$ 271,79	\$ 39.439,50
34	\$ 1.600,98	\$ 1.338,05	\$ 262,93	\$ 38.101,45
35	\$ 1.600,98	\$ 1.346,97	\$ 254,01	\$ 36.754,48
36	\$ 1.600,98	\$ 1.355,95	\$ 245,03	\$ 35.398,53
37	\$ 1.600,98	\$ 1.364,99	\$ 235,99	\$ 34.033,54
38	\$ 1.600,98	\$ 1.374,09	\$ 226,89	\$ 32.659,45
39	\$ 1.600,98	\$ 1.383,25	\$ 217,73	\$ 31.276,20
40	\$ 1.600,98	\$ 1.392,47	\$ 208,51	\$ 29.883,73
41	\$ 1.600,98	\$ 1.401,75	\$ 199,22	\$ 28.481,97
42	\$ 1.600,98	\$ 1.411,10	\$ 189,88	\$ 27.070,87
43	\$ 1.600,98	\$ 1.420,51	\$ 180,47	\$ 25.650,37
44	\$ 1.600,98	\$ 1.429,98	\$ 171,00	\$ 24.220,39
45	\$ 1.600,98	\$ 1.439,51	\$ 161,47	\$ 22.780,88
46	\$ 1.600,98	\$ 1.449,11	\$ 151,87	\$ 21.331,77
47	\$ 1.600,98	\$ 1.458,77	\$ 142,21	\$ 19.873,00
48	\$ 1.600,98	\$ 1.468,49	\$ 132,49	\$ 18.404,51
49	\$ 1.600,98	\$ 1.478,28	\$ 122,70	\$ 16.926,23
50	\$ 1.600,98	\$ 1.488,14	\$ 112,84	\$ 15.438,09
51	\$ 1.600,98	\$ 1.498,06	\$ 102,92	\$ 13.940,03
52	\$ 1.600,98	\$ 1.508,05	\$ 92,93	\$ 12.431,99
53	\$ 1.600,98	\$ 1.518,10	\$ 82,88	\$ 10.913,89
54	\$ 1.600,98	\$ 1.528,22	\$ 72,76	\$ 9.385,67
55	\$ 1.600,98	\$ 1.538,41	\$ 62,57	\$ 7.847,26
56	\$ 1.600,98	\$ 1.548,66	\$ 52,32	\$ 6.298,59
57	\$ 1.600,98	\$ 1.558,99	\$ 41,99	\$ 4.739,60
58	\$ 1.600,98	\$ 1.569,38	\$ 31,60	\$ 3.170,22
59	\$ 1.600,98	\$ 1.579,84	\$ 21,13	\$ 1.590,38
60	\$ 1.600,98	\$ 1.590,38	\$ 10,60	(\$ 0,00)

Fuente: Elaboración Propia - Elaborado por: Sandra Asoma



### **6.3 COSTOS**

A continuación se describen los costos que se originan producto de la actividad de producción y exportación de té de higo al mercado Suizo. Los costos de producción han sido proyectados en función de la inflación registrada por el Banco Central al mes de Marzo del año 2010 que fue de 4,02%.

### 6.3.1 Materia prima

Para la elaboración del Té de hoja de higo se utilizará la hoja del higo como componente directo, la tabla 6.13 muestra la cantidad proyectada de materia prima en función de la oferta de exportación.

**Tabla 6.13**  
**Materia prima (USD)**

Insumo	Costo de Materia Prima Directa de acuerdo a la cantidad									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo por tonelada de hojas de higo	\$ 333,34	\$ 346,74	\$ 360,68	\$ 375,18	\$ 390,26	\$ 405,95	\$ 422,27	\$ 439,24	\$ 456,90	\$ 475,27
Toneladas de té a producir y exportar	21	23	25	28	31	34	37	41	45	50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.000,14</b>	<b>\$ 8.009,70</b>	<b>\$ 9.164,86</b>	<b>\$ 10.486,62</b>	<b>\$ 11.998,99</b>	<b>\$ 13.729,49</b>	<b>\$ 15.709,56</b>	<b>\$ 17.975,19</b>	<b>\$ 20.567,57</b>	<b>\$ 23.533,83</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.2 Materiales indirectos

Los materiales indirectos son aquellos materiales que forman parte del producto terminado sin ser parte del mismo y sirven para la presentación final del producto.

**Tabla 6.14**

#### **Materiales Indirectos (USD)**

Insumo	Costo de Materia Prima Indirecta por unidad									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Funda Tsix	\$ 0,20	\$ 0,21	\$ 0,22	\$ 0,23	\$ 0,23	\$ 0,24	\$ 0,25	\$ 0,26	\$ 0,27	\$ 0,29
Caja de presentación	\$ 0,15	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 0,17	\$ 0,18	\$ 0,18	\$ 0,19	\$ 0,20	\$ 0,21	\$ 0,21
Empaque	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,12	\$ 0,12	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,14	\$ 0,14
Etiqueta	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,07	\$ 0,07	\$ 0,07
Conservantes	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,07	\$ 0,07	\$ 0,07

Productos	Cantidad a Producir y Exportar en unidades									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Té de higo (Cajas de 25 fundas)	42.000	46.200	50.820	55.902	61.492	67.641	74.406	81.846	90.031	99.034
<b>TOTAL</b>	42.000	46.200	50.820	55.902	61.492	67.641	74.406	81.846	90.031	99.034

Insumos	Costo de Materia Prima Indirecta									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Funda Tsix	\$ 8.400,00	\$ 8.737,68	\$ 9.088,93	\$ 9.454,31	\$ 9.834,37	\$ 10.229,71	\$ 10.640,95	\$ 11.068,72	\$ 11.513,68	\$ 11.976,53
Caja de presentación	\$ 6.300,00	\$ 6.553,26	\$ 6.816,70	\$ 7.090,73	\$ 7.375,78	\$ 7.672,29	\$ 7.980,71	\$ 8.301,54	\$ 8.635,26	\$ 8.982,40
Empaque	\$ 4.200,00	\$ 4.368,84	\$ 4.544,47	\$ 4.727,15	\$ 4.917,19	\$ 5.114,86	\$ 5.320,47	\$ 5.534,36	\$ 5.756,84	\$ 5.988,26
Etiqueta	\$ 2.100,00	\$ 2.184,42	\$ 2.272,23	\$ 2.363,58	\$ 2.458,59	\$ 2.557,43	\$ 2.660,24	\$ 2.767,18	\$ 2.878,42	\$ 2.994,13
Conservantes	\$ 2.100,00	\$ 2.184,42	\$ 2.272,23	\$ 2.363,58	\$ 2.458,59	\$ 2.557,43	\$ 2.660,24	\$ 2.767,18	\$ 2.878,42	\$ 2.994,13
<b>TOTAL</b>	\$ 23.100,00	\$ 24.028,62	\$ 24.994,57	\$ 25.999,35	\$ 27.044,53	\$ 28.131,72	\$ 29.262,61	\$ 30.438,97	\$ 31.662,61	\$ 32.935,45

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.3 Mano de obra directa

El personal que será necesario para el proceso de producción que tendrá la empresa, son los jornaleros que son la mano de obra directa.

**Tabla 6.15**  
**Mano de Obra Directa (USD)**

Obrero	Nro. Obreros	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	13°	14°	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	Total Remuneración Año 1
Selección	1	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 3.829,92
Secado	1	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 3.829,92
Trituración	1	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 3.829,92
Empacado	1	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 120,00	\$ 349,92	\$ 3.829,92
<b>Total</b>		<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 11.520,00</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 480,00</b>	<b>\$ 1.399,68</b>	<b>\$ 15.319,68</b>

Obrero	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Selección	\$ 3.829,92	\$ 4.214,23	\$ 4.374,00	\$ 4.540,19	\$ 4.713,05	\$ 4.892,87	\$ 5.079,92	\$ 5.274,48	\$ 5.476,87	\$ 5.687,39
Secado	\$ 3.829,92	\$ 4.214,23	\$ 4.374,00	\$ 4.540,19	\$ 4.713,05	\$ 4.892,87	\$ 5.079,92	\$ 5.274,48	\$ 5.476,87	\$ 5.687,39
Trituración	\$ 3.829,92	\$ 4.214,23	\$ 4.374,00	\$ 4.540,19	\$ 4.713,05	\$ 4.892,87	\$ 5.079,92	\$ 5.274,48	\$ 5.476,87	\$ 5.687,39
Empacado	\$ 3.829,92	\$ 4.214,23	\$ 4.374,00	\$ 4.540,19	\$ 4.713,05	\$ 4.892,87	\$ 5.079,92	\$ 5.274,48	\$ 5.476,87	\$ 5.687,39
Subtotal	\$ 15.319,68	\$ 16.856,94	\$ 17.496,00	\$ 18.160,74	\$ 18.852,21	\$ 19.571,48	\$ 20.319,66	\$ 21.097,92	\$ 21.907,46	\$ 22.749,55
Imprevistos 2%	\$ 306,39	\$ 337,14	\$ 349,92	\$ 363,21	\$ 377,04	\$ 391,43	\$ 406,39	\$ 421,96	\$ 438,15	\$ 454,99
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.626,07</b>	<b>\$ 17.194,08</b>	<b>\$ 17.845,92</b>	<b>\$ 18.523,96</b>	<b>\$ 19.229,26</b>	<b>\$ 19.962,91</b>	<b>\$ 20.726,05</b>	<b>\$ 21.519,88</b>	<b>\$ 22.345,61</b>	<b>\$ 23.204,54</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.4 Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta se muestra en la tabla 6.16:

**Tabla 6.16**

#### **Mano de obra indirecta (USD)**

Cargo	Nro. Personas	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	13°	14°	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	Total Remuneración Año 1
Supervisor	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 350,00	\$ 240,00	\$ 175,00	\$ 510,30	\$ 5.475,30
Chofer	1	\$ 280,00	\$ 3.360,00	\$ 280,00	\$ 240,00	\$ 140,00	\$ 408,24	\$ 4.428,24
<b>Total</b>		<b>\$ 630,00</b>	<b>\$ 7.560,00</b>	<b>\$ 630,00</b>	<b>\$ 480,00</b>	<b>\$ 315,00</b>	<b>\$ 918,54</b>	<b>\$ 9.903,54</b>

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Supervisor	\$ 5.475,30	\$ 6.035,76	\$ 6.268,75	\$ 6.511,10	\$ 6.763,20	\$ 7.025,44	\$ 7.298,21	\$ 7.581,95	\$ 7.877,10	\$ 8.184,11
Chofer	\$ 4.428,24	\$ 4.876,61	\$ 5.063,00	\$ 5.256,88	\$ 5.458,56	\$ 5.668,35	\$ 5.886,57	\$ 6.113,56	\$ 6.349,68	\$ 6.595,29
Subtotal	\$ 9.903,54	\$ 10.912,37	\$ 11.331,75	\$ 11.767,99	\$ 12.221,76	\$ 12.693,78	\$ 13.184,78	\$ 13.695,51	\$ 14.226,77	\$ 14.779,39
Imprevistos 2%	\$ 198,07	\$ 218,25	\$ 226,63	\$ 235,36	\$ 244,44	\$ 253,88	\$ 263,70	\$ 273,91	\$ 284,54	\$ 295,59
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.101,61</b>	<b>\$ 11.130,61</b>	<b>\$ 11.558,38</b>	<b>\$ 12.003,35</b>	<b>\$ 12.466,20</b>	<b>\$ 12.947,66</b>	<b>\$ 13.448,47</b>	<b>\$ 13.969,42</b>	<b>\$ 14.511,31</b>	<b>\$ 15.074,98</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.5 Gastos administrativos

Los gastos administrativos incluyen los gastos originados por el área administrativa originados para las gestiones internas de la empresa Vie Naturelle.

### 6.3.5.1 Remuneración personal administrativo

La remuneración del personal de administración ha sido calculada en condiciones de relación de dependencia. La tabla 6.17 muestra su proyección de acuerdo a la tasa de inflación.

**Tabla 6.17**

#### **Sueldos Administración (USD)**

Puestos	Cantidad de Personas	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13°	14°	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	Total Remuneración Año 1
Gerente General	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 240,00	\$ 500,00	\$ 1.458,00	\$ 15.198,00
Secretaria	1	\$ 280,00	\$ 3.360,00	\$ 280,00	\$ 240,00	\$ 140,00	\$ 408,24	\$ 4.428,24
Contador	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 240,00	\$ 250,00	\$ 729,00	\$ 7.719,00
Gerente de producción	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 240,00	\$ 350,00	\$ 1.020,60	\$ 10.710,60
Gerente de Comercio	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 240,00	\$ 350,00	\$ 1.020,60	\$ 10.710,60
<b>Total</b>		<b>\$ 3.180,00</b>	<b>\$ 38.160,00</b>	<b>\$ 3.180,00</b>	<b>\$ 1.200,00</b>	<b>\$ 1.590,00</b>	<b>\$ 4.636,44</b>	<b>\$ 48.766,44</b>

RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gerente General	\$ 15.198,00	\$ 16.799,31	\$ 17.465,00	\$ 18.157,44	\$ 18.877,72	\$ 19.626,96	\$ 20.406,31	\$ 21.217,00	\$ 22.060,28	\$ 22.937,45
Secretaria	\$ 4.428,24	\$ 4.876,61	\$ 5.063,00	\$ 5.256,88	\$ 5.458,56	\$ 5.668,35	\$ 5.886,57	\$ 6.113,56	\$ 6.349,68	\$ 6.595,29
Contador	\$ 7.719,00	\$ 8.519,66	\$ 8.852,50	\$ 9.198,72	\$ 9.558,86	\$ 9.933,48	\$ 10.323,16	\$ 10.728,50	\$ 11.150,14	\$ 11.588,73
Gerente de producción	\$ 10.710,60	\$ 11.831,52	\$ 12.297,50	\$ 12.782,21	\$ 13.286,41	\$ 13.810,87	\$ 14.356,42	\$ 14.923,90	\$ 15.514,19	\$ 16.128,22
Gerente de Comercio	\$ 10.710,60	\$ 11.831,52	\$ 12.297,50	\$ 12.782,21	\$ 13.286,41	\$ 13.810,87	\$ 14.356,42	\$ 14.923,90	\$ 15.514,19	\$ 16.128,22
Subtotal	\$ 48.766,44	\$ 53.858,61	\$ 55.975,49	\$ 58.177,46	\$ 60.467,96	\$ 62.850,53	\$ 65.328,88	\$ 67.906,86	\$ 70.588,48	\$ 73.377,89
Imprevistos 2%	\$ 975,33	\$ 1.077,17	\$ 1.119,51	\$ 1.163,55	\$ 1.209,36	\$ 1.257,01	\$ 1.306,58	\$ 1.358,14	\$ 1.411,77	\$ 1.467,56
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 49.741,77</b>	<b>\$ 54.935,78</b>	<b>\$ 57.095,00</b>	<b>\$ 59.341,01</b>	<b>\$ 61.677,31</b>	<b>\$ 64.107,54</b>	<b>\$ 66.635,46</b>	<b>\$ 69.265,00</b>	<b>\$ 72.000,24</b>	<b>\$ 74.845,45</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.5.2 Suministros

Los insumos anuales están constituidos por todos los gastos de agua potable, energía eléctrica, teléfono e internet, que serán necesarios para el área de planta de la empresa. Dichos rubros se describen a continuación:

**Tabla 6.18**  
**Suministros (USD)**

Detalle	Unidad	Suministros requeridos en cantidades estimadas de acuerdo a la cantidad a producir y exportar									
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Energía Eléctrica	Kwh.	\$ 1.440,00	\$ 1.647,68	\$ 1.885,30	\$ 2.157,20	\$ 2.468,32	\$ 2.824,30	\$ 3.231,62	\$ 3.697,68	\$ 4.230,96	\$ 4.841,15
Agua Potable	m3	\$ 360,00	\$ 411,92	\$ 471,33	\$ 539,30	\$ 617,08	\$ 706,07	\$ 807,90	\$ 924,42	\$ 1.057,74	\$ 1.210,29
Teléfono	Minuto	\$ 120,00	\$ 137,31	\$ 157,11	\$ 179,77	\$ 205,69	\$ 235,36	\$ 269,30	\$ 308,14	\$ 352,58	\$ 403,43
Combustible Diesel	Galón	\$ 1.224,00	\$ 1.400,53	\$ 1.602,51	\$ 1.833,62	\$ 2.098,07	\$ 2.400,65	\$ 2.746,87	\$ 3.143,03	\$ 3.596,31	\$ 4.114,98
Lubrificantes	Galón	\$ 1.152,00	\$ 1.318,14	\$ 1.508,24	\$ 1.725,76	\$ 1.974,65	\$ 2.259,44	\$ 2.585,29	\$ 2.958,14	\$ 3.384,77	\$ 3.872,92
Subtotal		\$ 4.296,00	\$ 4.915,57	\$ 5.624,49	\$ 6.435,66	\$ 7.363,81	\$ 8.425,82	\$ 9.640,99	\$ 11.031,41	\$ 12.622,36	\$ 14.442,76
Imprevistos 2%		\$ 85,92	\$ 98,31	\$ 112,49	\$ 128,71	\$ 147,28	\$ 168,52	\$ 192,82	\$ 220,63	\$ 252,45	\$ 288,86
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.381,92</b>	<b>\$ 5.013,88</b>	<b>\$ 5.736,98</b>	<b>\$ 6.564,37</b>	<b>\$ 7.511,08</b>	<b>\$ 8.594,33</b>	<b>\$ 9.833,81</b>	<b>\$ 11.252,04</b>	<b>\$ 12.874,81</b>	<b>\$ 14.731,61</b>

Fuente: Elaboración Propia  
Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.5.3 Gasto Materiales de trabajo

Las actividades de producción requieren que los obreros tengan equipo especializado de seguridad para evitar accidentes en el proceso de producción del té, la tabla 6.19 muestra la proyección de gasto de materiales de trabajo para los 10 años, se estima un total de 10 juegos por año para todos los obreros.

**Tabla 6.19**

#### **Materiales de Trabajo**

Descripción	Costos de Implementos de Trabajo									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Botas de Caucho	\$ 50,00	\$ 52,01	\$ 54,10	\$ 56,28	\$ 58,54	\$ 60,89	\$ 63,34	\$ 65,89	\$ 68,53	\$ 71,29
Overoles	\$ 35,00	\$ 36,41	\$ 37,87	\$ 39,39	\$ 40,98	\$ 42,62	\$ 44,34	\$ 46,12	\$ 47,97	\$ 49,90
Guantes de caucho	\$ 9,00	\$ 9,36	\$ 9,74	\$ 10,13	\$ 10,54	\$ 10,96	\$ 11,40	\$ 11,86	\$ 12,34	\$ 12,83
Mascarillas	\$ 2,00	\$ 2,08	\$ 2,16	\$ 2,25	\$ 2,34	\$ 2,44	\$ 2,53	\$ 2,64	\$ 2,74	\$ 2,85

DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad de Implementos a utilizar en la producción y exportación de los productos de miel de abeja									
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Botas de Caucho	Par	\$ 500,00	\$ 520,10	\$ 541,01	\$ 562,76	\$ 585,38	\$ 608,91	\$ 633,39	\$ 658,85	\$ 685,34	\$ 712,89
Overoles	Unidad	\$ 350,00	\$ 364,07	\$ 378,71	\$ 393,93	\$ 409,77	\$ 426,24	\$ 443,37	\$ 461,20	\$ 479,74	\$ 499,02
Guantes de caucho	Par	\$ 90,00	\$ 93,62	\$ 97,38	\$ 101,30	\$ 105,37	\$ 109,60	\$ 114,01	\$ 118,59	\$ 123,36	\$ 128,32
Mascarillas	Unidad	\$ 20,00	\$ 20,80	\$ 21,64	\$ 22,51	\$ 23,42	\$ 24,36	\$ 25,34	\$ 26,35	\$ 27,41	\$ 28,52
Subtotal		\$ 960,00	\$ 998,59	\$ 1.038,74	\$ 1.080,49	\$ 1.123,93	\$ 1.169,11	\$ 1.216,11	\$ 1.265,00	\$ 1.315,85	\$ 1.368,75
Imprevistos 2%		\$ 19,20	\$ 19,97	\$ 20,77	\$ 21,61	\$ 22,48	\$ 23,38	\$ 24,32	\$ 25,30	\$ 26,32	\$ 27,37
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 979,20</b>	<b>\$ 1.018,56</b>	<b>\$ 1.059,51</b>	<b>\$ 1.102,10</b>	<b>\$ 1.146,41</b>	<b>\$ 1.192,49</b>	<b>\$ 1.240,43</b>	<b>\$ 1.290,30</b>	<b>\$ 1.342,17</b>	<b>\$ 1.396,12</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma



### 6.3.5.4 Gasto Seguros

Con el objetivo de mantener seguridad en la maquinaria y activos de la empresa se estima la contratación de una póliza de seguro para los activos, con una prima promedio de 1% y calculada anualmente de acuerdo al valor residual del bien.

**Tabla 6.20**

#### **Gasto Seguros**

<b>Rubros</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Infraestructura Física	\$ 24.806,40	1%	\$ 248,06	\$ 235,66	\$ 223,26	\$ 210,85	\$ 198,45	\$ 186,05	\$ 173,64	\$ 161,24	\$ 148,84	\$ 136,44
Equipo de Computación	\$ 2.053,60	1%	\$ 61,61	\$ 41,07	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54
Muebles y Enseres	\$ 4.528,80	1%	\$ 45,29	\$ 40,76	\$ 36,23	\$ 31,70	\$ 27,17	\$ 22,64	\$ 18,12	\$ 13,59	\$ 9,06	\$ 4,53
Maquinaria y Equipo	\$ 54.876,00	1%	\$ 548,76	\$ 493,88	\$ 439,01	\$ 384,13	\$ 329,26	\$ 274,38	\$ 219,50	\$ 164,63	\$ 109,75	\$ 54,88
Equipo de oficina	\$ 1.123,73	1%	\$ 11,24	\$ 10,11	\$ 8,99	\$ 7,87	\$ 6,74	\$ 5,62	\$ 4,49	\$ 3,37	\$ 2,25	\$ 1,12
Vehículo	\$ 21.614,53	1%	\$ 216,15	\$ 172,92	\$ 129,69	\$ 86,46	\$ 43,23	\$ 43,23	\$ 43,23	\$ 43,23	\$ 43,23	\$ 43,23
Subtotal			\$ 1.131,10	\$ 994,41	\$ 857,71	\$ 741,55	\$ 625,39	\$ 552,46	\$ 479,52	\$ 406,59	\$ 333,66	\$ 260,73
Imprevistos 2%			\$ 22,62	\$ 19,89	\$ 17,15	\$ 14,83	\$ 12,51	\$ 11,05	\$ 9,59	\$ 8,13	\$ 6,67	\$ 5,21
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.153,72</b>	<b>\$ 1.014,29</b>	<b>\$ 874,86</b>	<b>\$ 756,38</b>	<b>\$ 637,90</b>	<b>\$ 563,50</b>	<b>\$ 489,11</b>	<b>\$ 414,72</b>	<b>\$ 340,33</b>	<b>\$ 265,94</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.5.5 Gasto Mantenimiento

La maquinaria y equipo para la producción e las hojas de té requiere de mantenimiento tanto preventivo como correctivo, dentro de los gastos se provisiona un valor por concepto de este rubro del 1% del valor total del activo al momento de su compra, tal como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 6.21**  
**Gasto Mantenimiento**

Rubros	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Infraestructura Física	\$ 24.806,40	1	\$ 248,06	\$ 258,04	\$ 268,41	\$ 279,20	\$ 290,42	\$ 302,10	\$ 314,24	\$ 326,87	\$ 340,02	\$ 353,68
Equipo de Computación	\$ 2.053,60	1	\$ 20,54	\$ 21,36	\$ 22,22	\$ 23,11	\$ 24,04	\$ 25,01	\$ 26,01	\$ 27,06	\$ 28,15	\$ 29,28
Muebles y Enseres	\$ 4.528,80	1	\$ 45,29	\$ 47,11	\$ 49,00	\$ 50,97	\$ 53,02	\$ 55,15	\$ 57,37	\$ 59,68	\$ 62,08	\$ 64,57
Maquinaria y Equipo	\$ 54.876,00	1	\$ 548,76	\$ 570,82	\$ 593,77	\$ 617,64	\$ 642,47	\$ 668,29	\$ 695,16	\$ 723,10	\$ 752,17	\$ 782,41
Vehículo	\$ 21.614,53	3	\$ 648,44	\$ 674,50	\$ 701,62	\$ 729,82	\$ 759,16	\$ 789,68	\$ 821,43	\$ 854,45	\$ 888,80	\$ 924,53
Subtotal			\$ 1.511,08	\$ 1.571,83	\$ 1.635,02	\$ 1.700,74	\$ 1.769,11	\$ 1.840,23	\$ 1.914,21	\$ 1.991,16	\$ 2.071,21	\$ 2.154,47
Imprevistos 2%			\$ 30,22	\$ 31,44	\$ 32,70	\$ 34,01	\$ 35,38	\$ 36,80	\$ 38,28	\$ 39,82	\$ 41,42	\$ 43,09
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.541,31</b>	<b>\$ 1.603,27</b>	<b>\$ 1.667,72</b>	<b>\$ 1.734,76</b>	<b>\$ 1.804,50</b>	<b>\$ 1.877,04</b>	<b>\$ 1.952,49</b>	<b>\$ 2.030,99</b>	<b>\$ 2.112,63</b>	<b>\$ 2.197,56</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.5.6 Gasto de Ventas (Exportación de té de hojas de higo)

Los gastos de ventas corresponden a los valores pagados por concepto de exportación, cabe recalcar que las condiciones de negociación son FCA, y el lugar de entrega de la mercadería es puerto. La tabla 6.22 describe la proyección de los costos de acuerdo a lo expuesto en el capítulo 5, el costo corresponde a cada envío y ha sido proyectado sin incremento de inflación.

**Tabla 6.22**

#### *Gastos de Ventas*

GASTO DE VENTAS CONDICIONES FCA										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Contenedores por año	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
<b>Rubros</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Unitarización	\$ 28,30	\$ 28,30	\$ 28,30	\$ 28,30	\$ 28,30	\$ 28,30	\$ 56,60	\$ 56,60	\$ 56,60	\$ 56,60
Certificados	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00
Honorarios	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Aduana	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Documentación	\$ 200,45	\$ 200,45	\$ 200,45	\$ 200,45	\$ 200,45	\$ 200,45	\$ 400,90	\$ 400,90	\$ 400,90	\$ 400,90
Subtotal	\$ 4.003,75	\$ 4.003,75	\$ 4.003,75	\$ 4.003,75	\$ 4.003,75	\$ 4.003,75	\$ 8.007,50	\$ 8.007,50	\$ 8.007,50	\$ 8.007,50
2% imprevistos	\$ 80,08	\$ 80,08	\$ 80,08	\$ 80,08	\$ 80,08	\$ 80,08	\$ 160,15	\$ 160,15	\$ 160,15	\$ 160,15
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.083,83</b>	<b>\$ 4.083,83</b>	<b>\$ 4.083,83</b>	<b>\$ 4.083,83</b>	<b>\$ 4.083,83</b>	<b>\$ 4.083,83</b>	<b>\$ 8.167,65</b>	<b>\$ 8.167,65</b>	<b>\$ 8.167,65</b>	<b>\$ 8.167,65</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 6.3.5.7 Depreciaciones

Serán los gastos que se aplican anualmente a las inversiones en tangibles, que aunque no representan salida de dinero, afectan significativamente al balance de resultados con la disminución de la utilidad.

**Tabla 6.23**  
**Tabla de depreciaciones (USD)**

ACTIVO	%	Depreciación de Activos Tangibles												
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10			
Infraestructura física	5%	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32	\$ 1.240,32
Equipos de Computación	33%	\$ 2.053,60	\$ 2.053,60	\$ 2.053,60	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Muebles y enseres	10%	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88	\$ 452,88
Maquinaria y equipo	10%	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60	\$ 5.487,60
Muebles de oficina	10%	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37	\$ 112,37
Vehículos	20%	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91	\$ 4.322,91
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 13.669,68</b>	<b>\$ 13.669,68</b>	<b>\$ 13.669,68</b>	<b>\$ 11.616,08</b>	<b>\$ 11.616,08</b>	<b>\$ 11.616,08</b>	<b>\$ 7.293,17</b>	<b>\$ 7.293,17</b>	<b>\$ 7.293,17</b>	<b>\$ 7.293,17</b>	<b>\$ 7.293,17</b>	<b>\$ 7.293,17</b>	<b>\$ 7.293,17</b>

Fuente: Elaboración Propia  
Elaborado por: Sandra Asoma

### 7.3.10. Amortización

Para el presente proyecto se diferirán los gastos iniciales de constitución y puesta en marcha a cinco años plazo, para tratar de impactar en lo menor posible los resultados de los Balances de Resultados.

*Tabla 6.24*  
*Amortización (USD)*

<b>Amortización de Intangibles</b>					
<b>ACTIVO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Activos Intangibles	\$ 652,80	\$ 652,80	\$ 652,80	\$ 652,80	\$ 652,80
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 652,80</b>	<b>\$ 652,80</b>	<b>\$ 652,80</b>	<b>\$ 652,80</b>	<b>\$ 652,80</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

## **CAPÍTULO VII**

### **7. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA**

En este capítulo se detallará claramente una estructura financiera para determinar en términos monetarios si conviene o no la implementación de este negocio a través de una sistematización de la información financiera y sobre todo después de haber realizado una evaluación se podrá saber si el proyecto es viable o no dentro de su vida útil y su ejecución estará a cargo de los promotores.

#### **7.1 INGRESOS**

En el transcurso del presente capítulo se expondrán los ingresos proyectados a diez años de acuerdo con la temporalidad de las exportaciones a Ginebra-Suiza.

Los ingresos del proyecto se calculan en función del precio calculado para cada caja de venta en el mercado Suizo. Se espera un incremento del 10% anual en la cantidad exportada para cubrir con la capacidad de la planta. La tabla 7.1 muestra los ingresos producto de la exportación de té de hoja de higo para la empresa Vie Naturalle.

**Tabla 7.1**  
**Ingresos**

<b>Cantidad a Producir y Exportar en unidades</b>										
<b>Productos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Té de higo cajas 20 sobres	42.000	46.200	50.820	55.902	61.492	67.641	74.406	81.846	90.031	99.034
<b>Precios por unidades a exportar</b>										
<b>Productos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Té de higo cajas 20 sobres	\$ 3,41	\$ 3,45	\$ 3,48	\$ 3,52	\$ 3,55	\$ 3,59	\$ 3,62	\$ 3,66	\$ 3,69	\$ 3,73
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>\$143.303,60</b>	<b>\$159.210,30</b>	<b>\$176.882,64</b>	<b>\$196.516,62</b>	<b>\$218.329,25</b>	<b>\$242.563,08</b>	<b>\$269.490,84</b>	<b>\$299.402,13</b>	<b>\$332.637,24</b>	<b>\$369.559,60</b>
<b>Total ingresos por producto a exportar</b>										
<b>Productos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Té de higo cajas 20 sobres	\$ 143.303,60	\$ 159.210,30	\$ 176.882,64	\$ 196.516,62	\$ 218.329,25	\$ 242.563,08	\$ 269.490,84	\$ 299.402,13	\$ 332.637,24	\$ 369.559,60
<b>Total</b>	<b>\$ 143.303,60</b>	<b>\$ 159.210,30</b>	<b>\$ 176.882,64</b>	<b>\$ 196.516,62</b>	<b>\$ 218.329,25</b>	<b>\$ 242.563,08</b>	<b>\$ 269.490,84</b>	<b>\$ 299.402,13</b>	<b>\$ 332.637,24</b>	<b>\$ 369.559,60</b>

Fuente: Elaboración Propia  
Elaborado por: Sandra Asoma

## 7.2 ESTADOS FINANCIEROS

Por la información que se ha diseñado de los presupuestos de inversión, ventas, costos y gastos, se podrá realizar la proyección de los estados financieros. Se han diseñado el estado de situación inicial y el estado de resultados para la empresa Vie Naturelle.

### 7.2.1 Estado de situación inicial

El estado de situación inicial o balance general incluye todos los recursos, obligaciones y patrimonio de la empresa, es decir los activos, pasivos y patrimonio.

**Tabla 7.2**  
**Estado de Situación Inicial**

Estado de situación inicial			
Activos		Pasivos	
<b>Activos corrientes</b>			
Capital de trabajo	\$ 8.902,28	<b>Pasivos a largo plazo</b>	\$ 78.958,27
<b>Activos intangible o fijos</b>		Préstamos a largo plazo	\$ 78.958,27
Terreno	\$ 32.640,00	<b>Patrimonio</b>	\$ 78.958,27
Infraestructura física	\$ 24.806,40		
Maquinaria y equipo	\$ 54.876,00		
Vehículos	\$ 21.614,53		
Muebles y enseres	\$ 4.528,80		
Equipo de oficina	\$ 1.123,73		
Equipo de computación	\$ 6.160,80		
<b>Activos diferidos</b>	\$ 3.264,00		
<b>Total activos</b>	<b>\$ 157.916,54</b>	<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>\$ 157.916,54</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 7.2.2 Estado de resultados proyectado

El estado de resultados proyectado muestra las utilidades generadas por la exportación del té de higo a Suiza, tal como se muestra en la tabla 7.3.



**Tabla 7.3**  
**Estado de Resultados**

Estado de pérdidas y ganancias proyectado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ventas netas</b>	\$ 143.303,60	\$ 159.210,30	\$ 176.882,64	\$ 196.516,62	\$ 218.329,25	\$ 242.563,08	\$ 269.490,84	\$ 299.402,13	\$ 332.637,24	\$ 369.559,60
<b>Costo de ventas</b>	\$ 60.209,74	\$ 65.376,89	\$ 69.300,71	\$ 73.577,64	\$ 78.250,06	\$ 83.366,11	\$ 88.980,50	\$ 95.155,49	\$ 101.961,91	\$ 109.480,41
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	\$ 83.093,86	\$ 93.833,41	\$ 107.581,93	\$ 122.938,97	\$ 140.079,19	\$ 159.196,97	\$ 180.510,34	\$ 204.246,64	\$ 230.675,33	\$ 260.079,19
Gastos de ventas	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83
Gastos administrativos	\$ 49.741,77	\$ 54.935,78	\$ 57.095,00	\$ 59.341,01	\$ 61.677,31	\$ 64.107,54	\$ 66.635,46	\$ 69.265,00	\$ 72.000,24	\$ 74.845,45
Gastos de seguros	\$ 1.153,72	\$ 1.014,29	\$ 874,86	\$ 756,38	\$ 637,90	\$ 563,50	\$ 489,11	\$ 414,72	\$ 340,33	\$ 265,94
Gastos de mantenimiento	\$ 1.541,31	\$ 1.603,27	\$ 1.667,72	\$ 1.734,76	\$ 1.804,50	\$ 1.877,04	\$ 1.952,49	\$ 2.030,99	\$ 2.112,63	\$ 2.197,56
Gastos implementos de trabajo	\$ 979,20	\$ 1.018,56	\$ 1.059,51	\$ 1.102,10	\$ 1.146,41	\$ 1.192,49	\$ 1.240,43	\$ 1.290,30	\$ 1.342,17	\$ 1.396,12
Gasto depreciación - amortización	\$ 14.322,48	\$ 14.322,48	\$ 14.322,48	\$ 12.268,88	\$ 12.268,88	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17
<b>Utilidad en operación</b>	\$ 111.271,55	\$ 31.177,67	\$ 42.801,02	\$ 55.920,90	\$ 70.729,25	\$ 87.372,57	\$ 106.109,02	\$ 127.161,81	\$ 146.712,30	\$ 173.206,47
Gastos financieros	\$ 5.833,17	\$ 4.722,75	\$ 3.520,16	\$ 2.217,75	\$ 807,25	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Utilidad antes participación</b>	\$ 5.438,38	\$ 26.454,93	\$ 39.280,86	\$ 53.703,14	\$ 69.922,00	\$ 87.372,57	\$ 106.109,02	\$ 127.161,81	\$ 146.712,30	\$ 173.206,47
15 % participación laboral	\$ 815,76	\$ 3.968,24	\$ 5.892,13	\$ 8.055,47	\$ 10.488,30	\$ 13.105,89	\$ 15.916,35	\$ 19.074,27	\$ 22.006,85	\$ 25.980,97
<b>Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	\$ 4.622,62	\$ 22.486,69	\$ 33.388,73	\$ 45.647,67	\$ 59.433,70	\$ 74.266,69	\$ 90.192,66	\$ 108.087,54	\$ 124.705,46	\$ 147.225,50
<b>25% de impuesto a la renta</b>	\$ 1.155,66	\$ 5.621,67	\$ 8.347,18	\$ 11.411,92	\$ 14.858,43	\$ 18.566,67	\$ 22.548,17	\$ 27.021,88	\$ 31.176,36	\$ 36.806,37
<b>Utilidad (perdida) en el ejercicio</b>	\$ 3.466,97	\$ 16.865,02	\$ 25.041,55	\$ 34.235,75	\$ 44.575,28	\$ 55.700,02	\$ 67.644,50	\$ 81.065,65	\$ 93.529,09	\$ 110.419,12

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

El proyecto genera utilidades desde el primer año de exportación con 3.466,97 dólares, llegando al año 10 a generar 110.419,12 dólares.

## 7.3 CÁLCULO DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

### 7.3.1 Valor actual neto (VAN)

“El Valor Actual Neto es un criterio financiero para el análisis de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial), donde éstas se representan con signo negativo, mediante su descuento a una tasa o coste de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea positivo”<sup>27</sup>

El VAN permite determinar el valor presente de costos e ingresos generados durante la vida útil del plan o proyecto a ejecutarse, que restadas de la inversión total dan como resultado las ganancias esperadas.

El VAN toma en cuenta las importancias de los flujos de efectivos en función del tiempo. Si el valor neto de un plan o proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse porque su realización incrementara el valor de la empresa.

La fórmula para el cálculo es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{FNC_t}{(1+k)^t}$$

---

<sup>27</sup> “Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain(2000) "Preparación y Evaluación de Proyectos”

**Tabla 7.4**  
**Análisis del VAN**

<b>VAN = - A + [ FC1 / (1+r)^1 ] + [ FC2 / (1+r)^2 ] + ... + [ FCn / (1+r)^n ]</b>	
<b>Siendo:</b>	
<b>A:</b>	<b>Desembolso inicial</b>
<b>FC:</b>	<b>Flujos de caja</b>
<b>n:</b>	<b>Número de años (1, 2, ..., n)</b>
<b>r:</b>	<b>Tipo de interés ("la tasa de descuento")</b>
<b>1/(1+r)^n:</b>	<b>Factor de descuento para ese tipo de interés y ese número de años</b>
<b>FCd. :</b>	<b>Flujos de caja descontados</b>
<b>Si VAN &gt; 0:</b>	<b>El proyecto es rentable.</b>
<b>Si VAN &lt; 0:</b>	<b>El proyecto no es rentable.</b>
<b>A la hora de elegir entre dos proyectos, elegiremos aquel que tenga el mayor VAN.</b>	
<b>Este método se considera el más apropiado a la hora de analizar la rentabilidad de un</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

El cálculo del VAN requiere la obtención del flujo de caja proyectado para los diez años de horizonte del proyecto, la tabla que sigue a continuación corresponde al flujo de caja del proyecto de exportación de té de higo.

**Tabla 7.5**  
**Flujo Neto de Efectivo**

Flujo neto de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Utilidad neta</b>		\$ 3.466,97	\$ 16.865,02	\$ 25.041,55	\$ 34.235,75	\$ 44.575,28	\$ 55.700,02	\$ 67.644,50	\$ 81.065,65	\$ 93.529,09	\$ 110.419,12
(+)Depreciación		\$ 13.669,68	\$ 13.669,68	\$ 13.669,68	\$ 11.616,08	\$ 11.616,08	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17
(+)Amortización		\$ 652,80	\$ 652,80	\$ 652,80	\$ 652,80	\$ 652,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversiones											
(-) Activos fijos	\$ -145.750,27										
(-) Activos diferidos	\$ -3.264,00										
(-) Capital de trabajo	\$ -8.902,28										
(+)Recuperación del Capital de Trabajo											\$ 8.902,28
(+)Valor Residual - Valor de Salvamento											\$ 12.403,20
(-) Amortización de capital crédito	\$ 78.958,27	\$ 13.378,70	\$ 14.489,12	\$ 15.691,71	\$ 16.994,12	\$ 18.404,62					
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	\$ -78.958,27	\$ 4.410,75	\$ 16.698,37	\$ 23.672,32	\$ 29.510,52	\$ 38.439,54	\$ 62.993,19	\$ 74.937,67	\$ 88.358,83	\$ 100.822,27	\$ 139.017,77

Fuente: Elaboración Propia  
Elaborado por: Sandra Asoma

### 7.3.2.1 Costo de oportunidad

El costo de oportunidad es la tasa mínima que los accionistas esperan ganar por concepto del riesgo de invertir en esta opción de exportación. La tasa se obtiene tomando de la participación de las fuentes de financiamiento del proyecto. El Costo de oportunidad para el proyecto es:

$$i = (TP \times \%RP) + (TA \times R\text{CRED}) + (1 - Ti) \times TLR + \text{INFLACIÓN}$$

$$i = 0,0504 \times 50,00\% + 8\% \times 50,00\% + 0,6375 \times 0,0816 + 0,04$$

$$i = 17,59\%$$

A continuación se muestra el cálculo del Valor Actual Neto:

**Tabla 7.6**  
**Valor Actual Neto**

TMAR 17,25%		
AÑOS	FNF	FND
0	\$ -78.958,27	\$ -78.958,27
1	\$ 4.410,75	\$ 3.761,83
2	\$ 16.698,37	\$ 12.146,43
3	\$ 23.672,32	\$ 14.685,96
4	\$ 29.510,52	\$ 15.614,40
5	\$ 38.439,54	\$ 17.346,58
6	\$ 62.993,19	\$ 24.244,68
7	\$ 74.937,67	\$ 24.598,59
8	\$ 88.358,83	\$ 24.737,01
9	\$ 100.822,27	\$ 24.073,59
10	\$ 139.017,77	\$ 28.310,13
	<b>TOTAL</b>	\$ 189.519,19
	<b>INVERSIÓN</b>	\$ -78.958,27
	<b>VAN</b>	\$ <b>110.560,92</b>

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

Como se puede ver el VAN es positivo por lo que se puede concluir que el proyecto debe ser aceptado, ya que generará un rendimiento mayor que lo que se necesita para recuperar la inversión que se hará.

### 7.3.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que iguala el valor presente del flujo de salida de efectivo inicial. Es la tasa de rendimiento propia de la inversión. La TIR (Tasa interna de retorno) mide la rentabilidad del dinero que se mantendría dentro del proyecto. Esta representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagar con las entradas de efectivos de la inversión a medida que se fuesen produciendo.<sup>28</sup> En otras palabras, el TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento que permite que el valor actual de los flujos de beneficios (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativo), por tanto para el cálculo se deben establecer dos valores presentes netos, el uno con un valor negativo y el otro con un valor positivo la que se encontrara al interior del intervalo.

Para realizar el cálculo de la TIR hay que considerar que es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero, por lo que se utilizará la misma fórmula del VAN. Para el caso se ha procedido a hacer el cálculo a través de Microsoft Excel y se obtuvo lo siguiente:

**Tabla 7.7**

***Interpretación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)***

$VAN = - A + [ FC1 / (1+r)^1 ] + [ FC2 / (1+r)^2 ] + \dots + [ FCn / (1+r)^n ] = 0$
Si TIR > tasa de descuento (r): El proyecto es aceptable.
Si TIR < tasa de descuento (r): El proyecto no es aceptable.

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

<sup>28</sup> “Nassir Sapag Chain. Preparación y Evaluación de Proyectos.3ª .Edicion.1988.

**Tabla 7.8**  
**Tasa Interna de Retorno (TIR)**

$$VAN = -A + [FC1 / (1 + r)^1] + [FC2 / (1 + r)^2] + \dots + [FCn / (1 + r)^n] = 0$$

		TIR	
		35,00%	40,00%
AÑOS	FNC	Tm	TM
1	\$ 4.410,75	\$ 3.267,22	\$ 3.150,54
2	\$ 16.698,37	\$ 9.162,35	\$ 8.519,58
3	\$ 23.672,32	\$ 9.621,43	\$ 8.626,94
4	\$ 29.510,52	\$ 8.884,68	\$ 7.681,83
5	\$ 38.439,54	\$ 8.572,54	\$ 7.147,23
6	\$ 62.993,19	\$ 10.406,17	\$ 8.366,14
7	\$ 74.937,67	\$ 9.169,88	\$ 7.108,93
8	\$ 88.358,83	\$ 8.009,03	\$ 5.987,23
9	\$ 100.822,27	\$ 6.769,44	\$ 4.879,82
10	\$ 139.017,77	\$ 6.914,05	\$ 4.806,07
<b>TOTAL</b>		\$ 80.776,78	\$ 66.274,30
<b>INVERSIÓN</b>		\$ (78.958,27)	\$ (78.958,27)
<b>VAN</b>		<b>\$ 1.818,51</b>	<b>\$ (12.683,97)</b>

<b>TIR</b>	0,35	0,05	0,1254
<b>TIR</b>	0,35	0,006269648	
<b>TIR</b>	<b>35,63%</b>		

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

### 7.3.3.1 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el cual los costos variables y fijos son idénticos a los ingresos por las ventas realizadas, esto permite calcular el mínimo de producción en la que debe operar la empresa para que no exista esta pérdida.

**Tabla 7.9**  
**Punto de Equilibrio**

Concepto	Estructura de Costos									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	<b>Costos Variables</b>									
Materia Prima directa	\$ 7.000,14	\$ 8.009,70	\$ 9.164,86	\$ 10.486,62	\$ 11.998,99	\$ 13.729,49	\$ 15.709,56	\$ 17.975,19	\$ 20.567,57	\$ 23.533,83
Mano de Obra Directa	\$ 15.626,07	\$ 17.194,08	\$ 17.845,92	\$ 18.523,96	\$ 19.229,26	\$ 19.962,91	\$ 20.726,05	\$ 21.519,88	\$ 22.345,61	\$ 23.204,54
Materia Prima Indirecta	\$ 23.100,00	\$ 24.028,62	\$ 24.994,57	\$ 25.999,35	\$ 27.044,53	\$ 28.131,72	\$ 29.262,61	\$ 30.438,97	\$ 31.662,61	\$ 32.935,45
Mano de obra indirecta	\$ 10.101,61	\$ 11.130,61	\$ 11.558,38	\$ 12.003,35	\$ 12.466,20	\$ 12.947,66	\$ 13.448,47	\$ 13.969,42	\$ 14.511,31	\$ 15.074,98
Suministros	\$ 4.381,92	\$ 5.013,88	\$ 5.736,98	\$ 6.564,37	\$ 7.511,08	\$ 8.594,33	\$ 9.833,81	\$ 11.252,04	\$ 12.874,81	\$ 14.731,61
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 60.209,74</b>	<b>\$ 65.376,89</b>	<b>\$ 69.300,71</b>	<b>\$ 73.577,64</b>	<b>\$ 78.250,06</b>	<b>\$ 83.366,11</b>	<b>\$ 88.980,50</b>	<b>\$ 95.155,49</b>	<b>\$ 101.961,91</b>	<b>\$ 109.480,41</b>
	<b>Costos Fijos</b>									
Gastos de ventas	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83	\$ 4.083,83
Gastos administrativos	\$ 49.741,77	\$ 54.935,78	\$ 57.095,00	\$ 59.341,01	\$ 61.677,31	\$ 64.107,54	\$ 66.635,46	\$ 69.265,00	\$ 72.000,24	\$ 74.845,45
Gastos financieros	\$ 5.833,17	\$ 4.722,75	\$ 3.520,16	\$ 2.217,75	\$ 807,25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de seguros	\$ 1.153,72	\$ 1.014,29	\$ 874,86	\$ 756,38	\$ 637,90	\$ 563,50	\$ 489,11	\$ 414,72	\$ 340,33	\$ 265,94
Gastos de mantenimiento	\$ 1.541,31	\$ 1.603,27	\$ 1.667,72	\$ 1.734,76	\$ 1.804,50	\$ 1.877,04	\$ 1.952,49	\$ 2.030,99	\$ 2.112,63	\$ 2.197,56
Gastos implementos de trabajo	\$ 979,20	\$ 1.018,56	\$ 1.059,51	\$ 1.102,10	\$ 1.146,41	\$ 1.192,49	\$ 1.240,43	\$ 1.290,30	\$ 1.342,17	\$ 1.396,12
Gasto depreciación - amortización	\$ 14.322,48	\$ 14.322,48	\$ 14.322,48	\$ 12.268,88	\$ 12.268,88	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17	\$ 7.293,17
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 77.655,48</b>	<b>\$ 81.700,96</b>	<b>\$ 82.623,55</b>	<b>\$ 81.504,71</b>	<b>\$ 82.426,07</b>	<b>\$ 79.117,57</b>	<b>\$ 81.694,49</b>	<b>\$ 84.378,00</b>	<b>\$ 91.256,20</b>	<b>\$ 94.165,90</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 137.865,22</b>	<b>\$ 147.077,85</b>	<b>\$ 151.924,26</b>	<b>\$ 155.082,35</b>	<b>\$ 160.676,13</b>	<b>\$ 162.483,68</b>	<b>\$ 170.675,00</b>	<b>\$ 179.533,49</b>	<b>\$ 193.218,11</b>	<b>\$ 203.646,31</b>

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Punto de Equilibrio en Dólares	\$ 133.924,57	\$ 138.624,76	\$ 135.846,90	\$ 130.284,39	\$ 128.470,34	\$ 120.548,79	\$ 121.964,86	\$ 123.688,47	\$ 131.592,79	\$ 133.805,06

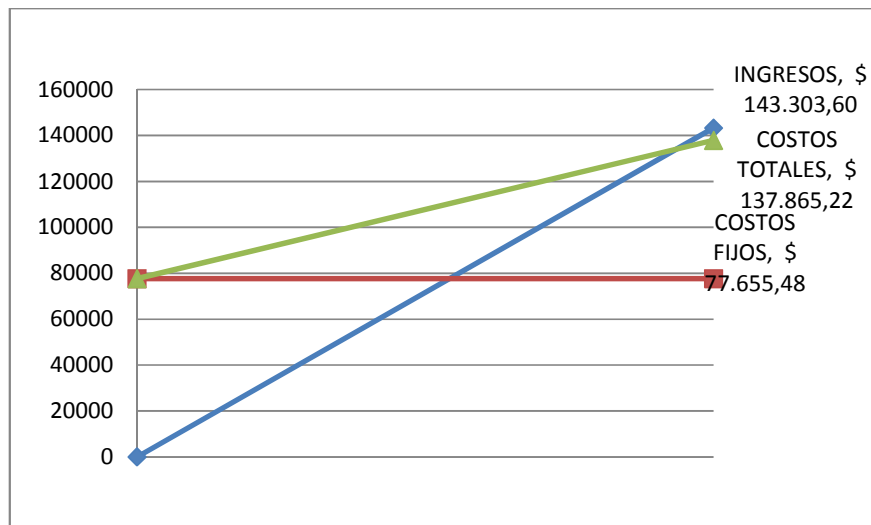
Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma



**Gráfico 7.1**

**Punto de Equilibrio de Vie Naturalle - Año 1**



Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

**7.3.2 Período de recuperación de la inversión (PRI)**

Es un método aproximativo y se define como el tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial del plan de marketing internacional para la exportación del manjar de leche. Se define como

**Tabla 7.10**

**Período de Recuperación de la Inversión**

AÑOS	FNC	FND	PRI
0	\$ (78.958,27)	\$ (78.958,27)	\$ (78.958,27)
1	\$ 4.410,75	\$ 3.761,83	\$ (75.196,44)
2	\$ 16.698,37	\$ 12.146,43	\$ (63.050,01)
3	\$ 23.672,32	\$ 14.685,96	\$ (48.364,06)
4	\$ 29.510,52	\$ 15.614,40	\$ (32.749,65)
5	\$ 38.439,54	\$ 17.346,58	\$ (15.403,07)
6	\$ 62.993,19	\$ 24.244,68	\$ 8.841,61
7	\$ 74.937,67	\$ 24.598,59	\$ 33.440,20
8	\$ 88.358,83	\$ 24.737,01	\$ 58.177,21
9	\$ 100.822,27	\$ 24.073,59	\$ 82.250,79
10	\$ 139.017,77	\$ 28.310,13	\$ 110.560,92

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Sandra Asoma

## 7.4 ÍNDICES FINANCIEROS

Se han procedido a analizar los siguientes índices financieros de modo que nos permita evaluar si es posible la implementación de la empresa que se está analizando.

### 8.7.1. Rentabilidad sobre inversión total

$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$	=	$\frac{3.466,97}{145.750,27}$	=	2,4%
-------------------------------------------------------	---	-------------------------------	---	------

El rendimiento de la inversión total para los primeros años es baja (8,13%) hasta poder recuperar el capital, pagar las cuotas del crédito y bajar los gastos por depreciaciones.

### 8.7.2. Rentabilidad sobre capital

$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL}}$	=	$\frac{3.466,97}{157.916,54}$	=	2,19%
-----------------------------------------------	---	-------------------------------	---	-------

De la misma manera ocurre con el rendimiento del capital propio aportado por los accionistas, el cual se verá con un rendimiento del 24,16% los primeros años de su vida.

### 8.7.3. Rentabilidad sobre las ventas

Las ventas también empiezan a dejar una utilidad a partir del primer año y ésta es del 9,13%, que para montos de inversión altos, puede ser atractivo, además es baja solo para los primeros años.

$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}}$	=	$\frac{3.466,97}{143.303,60}$	=	2,42%
----------------------------------------------	---	-------------------------------	---	-------

Realizada la evaluación del proyecto, se determina en función de los indicadores que este debe ser aceptado por mostrar un VAN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad.

## CAPÍTULO VIII

### 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1 CONCLUSIONES

- El Ecuador va evolucionando desde hace muchos años con la exportación de productos no tradicionales a diferentes partes del mundo, y esta actividad le proporciona importantes ingresos para su economía.
- A través de la evaluación económica realizada se pudo determinar que el VAN del proyecto es de 110.560,92 dólares ( $VAN > 0$ ), la TIR de 35,55%, situaciones que permiten concluir que el proyecto es aceptable y existirán importantes utilidades para la empresa.
- La inversión total que se requiere para que el proyecto se lleve a cabo es de 157.916,54 dólares y de acuerdo a los flujos de efectivo que se espera alcanzar durante los diez años de vida del proyecto, dicha inversión será recuperada a los tres años tres meses aproximadamente.
- El estudio económico realizado cuenta con una gran proyección de ingresos para la empresa a futuro una vez implementado el proyecto; además que se tiene presupuestado los gastos a los que se deberá incurrir necesariamente para ejecutar el proyecto.

## **8.2 RECOMENDACIONES**

- Las condiciones climatológicas, variedad de suelo y diferentes características propias existentes en nuestro país, le permiten que se diversifique tanto la flora como su fauna, oportunidad que deberá ser tomada en cuenta por todos los ecuatorianos para hacer producir y mejorar los recursos naturales, que permitan generar mayores fuentes de trabajo y por ende mayores ingresos económicos.
- Se recomienda a la gerencia del proyecto, en caso de ejecutarse, mantener a sus empleados el deseo ferviente de superación, investigando y capacitándose en la aplicación de nuevas teorías o metodologías, que lleven a la empresa a un mejoramiento continuo de sus operaciones.
- Los directivos deberán trabajar permanentemente por la consecución de modernos equipos y de una tecnología de punta para que sean capaces de superar las instalaciones y equipamientos de los competidores esto como condicionante para alcanzar calidad tanto en el producto como en el servicio que se brinden.

## BIBLIOGRAFÍA

- “Comercio Internacional I. Kirchner Leima Alejandro, pág. 7. Editorial Limusa, México 2000. Noriega Editores.”
- “Comercio Internacional, mercados, Pág.4”
- “ESTRADA R y Estrada P, lo que se debe conocer para exportar, Edición primera, Ecuador ,2006.”
- “Fórum de Comercio Internacional , publicación del Comercio Internacional UNCTAD / OMC”
- “Fuente: Diario El Universo de Guayaquil, del 11 de enero del 2008, pág. 14.”
- “Ley orgánica de aduanas, capítulo V”
- “Ley orgánica de aduanas, capítulo VI”
- “MÁRQUEZ B., Raúl. "La Carta de Crédito Documentada. ¿Título Valor, Contrato
- “Operación Bancaria". Paredes Editores, S.R.L. Venezuela. S/F.”
- “PUDELECO, Tramites de Importación y Exportación 2002”.
- “PUJOL, Bruno: Diccionario de Comercio Exterior, Editorial Cultural, 2002, Pág. 215-216”.
- “ROMERO BASALDÚA, Luis C. "Manual de Derecho Marítimo", 2º Ed. actualizada, Córdoba, 1977”
- “superintendencia de bancos, cartas de créditos. Cobranzas ,documentos No 1, julio de 1980,pag 1”

- “Tácticas para la Negociación Internacional y Diferencias Culturales.pag 5. Felipe Ávila Marciné.”
- Cohen William, (2003), Administración y marketing, Madrid, Editorial Deusto, Pág. 120
- Corvetta Bianchini, Frutos de la tierra, Pág. 100
- Corvetta Bianchini, Frutos de la tierra, Pág. 111
- Corvetta Bianchini, Frutos de la tierra, Pág. 114
- DAVILA César, gDerecho Societario, Pág. 94
- Fuentes de la Cruz Carlos, La higuera del Che, Pág. 28
- Ibídem, Pág. 37
- Ibídem, Pág. 55
- Ibídem, Pág. 77
- Ibídem, Pág.101
- Koontz Harold, (1999), Administración, una perspectiva global, México, McGraw Hill, Pág. 139
- Laubach Solms, Las queridas plantas y sus frutos, Pág. 76
- Laubach Solms, Las queridas plantas y sus frutos, Pág. 77
- Samat Toussain, Historia Natural y Moral de los alimentos, Pág. 50
- Samat Toussain, Historia Natural y Moral de los alimentos, Pág. 54
- Samat Toussain, Historia Natural y Moral de los alimentos, Pág. 55
- Tafur Rodolfo, El árbol de Dios y las mascotas del diablo, Pág. 36
- Tafur Rodolfo, El árbol de Dios y las mascotas del diablo, Pág. 37
- Tafur Rodolfo, El árbol de Dios y las mascotas del diablo, Pág. 59

### **Internet**

1. <http://apuntesingenierialelegal.blogspot.com/2008/04/el-cheque-concepto.html>

2. <http://cuentame.inegi.gob.mx>
3. <http://servicio1.tripod.com/id1.html>
4. <http://www.cai.es>
5. <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/exportacion/cobranza.htm>
6. <http://www.lavadodinero.com/QueEsInstrumentosLavado.aspx>
7. <http://www.monografias.com/trabajos59/carta-de-credito/carta-de-credito.shtml#xconcepto>
8. [http://www.sica.gov.ec/comext/docs/14acuerdos\\_comerciales/index.html](http://www.sica.gov.ec/comext/docs/14acuerdos_comerciales/index.html)
9. [“www.sica.gov.ec/comext/docs/15legislacion/151tramite\\_exp\\_imp/1512tramite\\_exp/documento1.html”](http://www.sica.gov.ec/comext/docs/15legislacion/151tramite_exp_imp/1512tramite_exp/documento1.html)
10. [www.sica.gov.ec/comext](http://www.sica.gov.ec/comext)
11. [http://es.mimi.hu/economia/orden\\_de\\_pago.html](http://es.mimi.hu/economia/orden_de_pago.html)
12. <http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf>
13. <http://www.e-salinasc.com/incoterms>
14. <http://www.monografias.com>



## ANEXOS

### ANEXOS # 1

Cada fundita de infusión de hierbas, contiene hojas seleccionadas en un estado natural, para que usted disfrute de sus propiedades aromáticas.

Envasado por: Vie Naturelle

Tel: 2753-599



Bring fresh water to a boil. Pour over tea bag. Steep 3 minutes

Appoter Léau fraîche a ebullition. Verser sur bag. Steep pendant 3 minutes

## ANEXO # 2



# COTIZACION

**Señores:** VIE NATURELLE  
**Atención:** Srta. Sandra Asoma  
**Telefax :**  
**Fecha:** 11 de septiembre del 2009  
**Ciudad:** Quito

Por la presente nos complace cotizar a Usted,

CANTIDAD	DESCRIPCION	Medias interiores en m.m.			Test	Color	V. Unit.	Precio. Total
		Largo	Ancho	Alto				
500	caja exportación Té de hoja de higo	30	30	17	250	kraft	0,400	US\$200
500	caja exportación Té de hoja de higo	13	7	7	200DP	kraft	0,100	US\$50

Validez de la Cotización: 5 días

**Fecha de Entrega:** 15 días laborables, a partir de la aprobación del arte y la caja muestra.

**Forma de Pago:** 50% al momento de hacer el pedido y 50% a la entrega de las cajas.

(Estos precios NO incluyen el 12% de I.V.A.)

**Validez de la cotización:** 15 días

**Transporte:** Cartonera Pichincha, de acuerdo a disponibilidad.

**Costo de clisé:** Cartonera Pichincha.

**Costo de impresión:** Sin costo, y hasta 2 colores.

Todos los pedidos, tendrán una tolerancia de mas o menos 10% sobre la cantidad del pedido.

En caso de variar la cantidad cotizada, favor solicitar nueva cotización.

Sin otro particular, quedamos a espera de su respuesta favorable a la presente Cotización.

Atentamente,

**Paola Nolivos**  
**ASESORA COMERCIAL**  
**084 585 039**

[pnolivos@cartonerapichincha.com.ec](mailto:pnolivos@cartonerapichincha.com.ec)

## ANEXO # 3

### PROFORMA TRANSPORTE INTERNO



**Conocedores de los requerimientos de su empresa, a continuación le presentamos las tarifas:**

Para transportar las 500 cajas (56 pallet) de dulces " Té de hoja de higo" necesitamos un camión, el costo del flete es de: USD \$120.00

Ruta: Bodega de la empresa hasta el aeropuerto

#### **Nuestras Pólizas: Transporte Terrestre**

1. Póliza de Seguro: De Responsabilidad Civil contra daños a terceros y que cubre TAMBIÉN al contenedor (Equipo), en caso de accidentes declarados durante el trayecto; cobertura hasta \$ 100.000,00
2. Póliza de Seguro: Por el valor del Deducible de la Póliza de su Carga; cobertura hasta \$ 50.000,00
3. Póliza de Seguro: Cubre toda nuestra flota de cabezales y con un seguro de accidentes personales y de vida para nuestra tripulación.

**IMPORTANTE.-** Es responsabilidad del Consignatario o Propietario de las mercaderías que cuenten con un seguro que tenga cobertura desde lugar de salida hasta el lugar de destino donde se transporta la carga (Importaciones: Puerto/Aeropuerto hasta sus bodegas. Exportaciones de Bodega a Puerto/Aeropuerto / Frontera).

---

**Quito:** Av. Luis Tufiño 1051 OE3-55 y Sancho Hecho Sector Rumiñahui

Tel: (593 2) 2407265 / 2405069 / 2403992

ANEXO # 4

COTIZACIÓN TRANSPORTE AEREO.



QUOTE

TUESDAY 20 FEBRUARY

DATE ,2010  
CUSTOMER Sandra Asoma  
PRODUCT SWEETS  
DESTINATION Ginebra - Suiza

AIRLINE	DEPART URE	ARRIVAL	RATE	OTHER CHARGES	HANDLI NG	ROUTE
CARGO LUX	2,5,7	PLUS THREE DAYS	2.88* KL	0.42MYC*KL SEC 25.00	80,00	LTX LUX VLC
IBERIA CARGO	DAILY	PLUS TWO DAYS	3.80* KL	AWC 15.00	80,00	UIO GYE MAD VCL
AIR FRANCE	DAILY EXCEPT  3,5	PLUS ONE DAY	3.25* KL	0.45MYC*KL 0.40CONECTIO N*KL AWC 10.00 50.00 TRANSITO	80,00	UIO GYE MAD VCL
MARTIN AIR	2,3,4,5	PLUS THREE DAYS	3.25* KL	0.45MUYC*KL 0.05FEC*KL AWC 10.00	80,00	UIO MIA AMS VLC

THE RATE HAS BEEN SETTLED FOR 100 KGS  
THE RATES CAN BE CHANGE ACCORDING TO THE  
SEASON  
IF YOU HAVE ANY QUESTION DONT HESITATE TO  
CONTACT US.

SINCERELY

CARLOS CRIOLLO  
ADVANTAGE CARGO SERVICES

CAP EDUARDO SOLORZANO N49-81 Y  
PAZMIÑO  
Telefax: 593 2 2255020 O 6005321, Mobil:  
099804251, 092746051  
[E mail: acscargo@uio.satnet.net](mailto:acscargo@uio.satnet.net)  
Quito Ecuador

## ANEXO # 5



# BANCO DEL PICHINCHA CA.

**SEXTA.-** En virtud de la sola recepción por el Banco del Pichincha C.A de los documentos representativos de la mercadería, expedidos a su orden o a su favor, el Banco adquirirá el dominio de la mercadería y retendrá este derecho hasta que el(los) cliente(s) haya(n) pagado totalmente la o las cantidades que adeude(n) al Banco del Pichincha C.A. por cualquier concepto, y sin perjuicio de las obligaciones que el(los) cliente(s) asume(n) en virtud de este convenio. Sin embargo, todo riesgo, pérdida o deterioro que sufra la mercadería y que no estuviere(n) cubierto(s) por el seguro será(n) de cargo del(los) cliente(s). En todo caso el Banco del Pichincha C.A. queda facultado si lo creyere conveniente, para asegurar y declarar la mercadería en la aduana, en cuyo caso los gastos respectivos serán de cargo del(los) cliente (s), sin que el Banco asuma ninguna responsabilidad si no lo hiciere.

**SÉPTIMA.-** El (los) cliente(s) conviene(n) en que mientras el valor de la carta de crédito materia de este contrato, y los honorarios, comisiones, intereses, impuestos y gastos que se causen, no sea(n) reembolsado(s) al Banco del Pichincha C.A. en su totalidad, es(e) retendrá en su poder la mercadería importada, reservándose el derecho de disponer de ella-total o parcialmente, sin limitación ni restricción de ninguna clase y sin lugar a reclamo de parte del(los) cliente(s). Para el caso de que el producto obtenido de la venta o de Otro tipo de enajenación de la mercadería no cubriere el importe total de la carta de crédito, sus intereses, impuestos y gastos, el(los) clientes(s) asume(n) la responsabilidad consiguiente, quedando por lo tanto obligado(s) a cubrir la diferencia existente en forma inmediata, hasta su total cancelación. El(los) cliente(s) y el(los) ,garante(s) -en caso de haber garantes que suscribe(n)-faculta(n) expresamente al Banco del Pichincha C.A. para que cuando las obligaciones de este contrato sean exigibles, pueda debitar su valor o saldo insoluto de su(s) cuenta(s) corriente(s), de ahorros y de cualquier valor que exista a su(s) nombre(s) en el Banco del Pichincha C.A. y/o en el Banco del Pichincha Limited, en cualquier tiempo y sin que el Banco dé ningún aviso y sin necesidad de nueva autorización. El Banco podrá actuar en cualquiera o en todas las formas previstas en esta cláusula, en uno o varios tiempos, a discreción y sin observar el orden en que han sido enunciadas.

**OCTAVA.-** El Banco del Pichincha C.A entregará al (los) cliente(s) la documentación correspondiente a la mercadería importada al amparo de la carta de crédito, contra constancia fehaciente de que el(los) cliente(s) ha(n) satisfecho todas la obligaciones a su cargo derivadas de este instrumento, incluyendo en su caso los anticipos otorgados al beneficiario y no devueltos por éste, más los intereses por el plazo de vigencia de tales anticipos, calculados a la tasa que el Banco pueda cobrar, de acuerdo a las regulaciones pertinentes, de acuerdo con la ley. Si el(los) cliente(es) incurriere(n) en mora en el pago- de una parte o de toda la cantidad adeudada, el Banco del Pichincha C.A., cobrará sobre el principal o su saldo vencido, 1.1 veces la tasa activa promedio ponderada del Banco acreedor para operaciones activas corporativas, a plazos entre 30 y 91 días, correspondiente a la semana anterior a la fecha de vencimiento; o, si fuera legalmente posible y le fuera favorable, cobrará la máxima tasa de mora que permitan las leyes y regulaciones pertinentes vigentes a la fecha del vencimiento y durante la mora. La tasa de mora se reajustará en períodos iguales y sucesivos no inferiores a 90 días, contados a partir de la fecha de vencimiento de la obligación, estableciendo para ello una tasa de reajuste de mora tal que mantenga la relación entre la tasa activa referencial y la tasa de mora inicial, aplicada a la operación cuando se hizo exigible la obligación de pago. El factor resultante se lo mantendrá constante y se lo utilizará para el reajuste durante todo el período de mora. Si variara el mecanismo de reajuste en virtud de nuevas leyes o regulaciones, se aplicarán los nuevos mecanismos sin necesidad de nuevo acuerdo ni autorización. La liquidación de estos intereses se hará desde la fecha de vencimiento tí.9 las obligaciones y hasta su total cancelación y el(los) deudor(es) se obliga(n) s pagar también los gastos judiciales y honorarios de los abogados que defiendan al Banco, así como los impuestos y cualquier otro gasto que el Banco deba pagar por cualquier concepto relativo a las gestiones judiciales y extrajudiciales de cobranza. En

caso de mora, las partes contratantes expresamente convienen en aceptar y someterse desde ya, sin necesidad de celebrar un nuevo contrato o suscribir un documento de autorización, a los mecanismos de reajuste de tasas de interés o de otro tipo, vigentes al momento en que se produzca la mora, o desde que



## BANCO DEL PICHINCHA CA.

Se establezcan a través de leyes, regulaciones, decretos, reglamentos u otro tipo de disposiciones que entren en Vigencia durante la mora, que tiendan a regular situaciones de inflación, inflación aguda, devaluaciones monetarias, de convertibilidad o cambio del sistema monetario y circunstancias similares u otras extraordinarias de la economía nacional.

**NOVENA.-** Sin embargo, el Banco del Pichincha C.A. podrá entregar al(los) cliente(s) la documentación correspondiente a la mercadería importada, sin el requisito previo mencionado en la cláusula inmediata anterior, siempre que el(los) cliente(s) sin perjuicio de las contragarantías que hubiera(n) constituido a favor del Banco del Pichincha C.A., constituya(n) otras garantías a satisfacción del Banco del Pichincha C.A.

**DÉCIMA.-** En caso de que el(los) cliente(s) dejare(n) de cumplir cualesquiera de las obligaciones que se deriven de este documento, o no aceptare(n) los documentos representativos de la mercadería importada, incurrirá(n) en mora frente al Banco del Pichincha C.A., sin necesidad de requerimiento y sin más requisito, y el Banco podrá ejercitar todas las acciones que le confiere la Ley y esté instrumento, siendo suficiente su sola afirmación respecto de la exigibilidad del crédito para la presentación de la correspondiente demanda, si fuere del caso.

Sin perjuicio de lo anterior el Banco del Pichincha C.A. podrá incluso disponer de las mercaderías o negociar los documentos para imputar el valor que perciba a las cantidades que, por cualquier concepto, adeude el(los) cliente(s) al Banco del Pichincha C.A.

**UNDÉCIMA.-** Sin perjuicio de las condiciones expresas establecidas por el Banco del Pichincha C.A. y de lo estipulado en este instrumento, el crédito y todos los derechos y actos que se deriven o sean consecuencia del mismo quedan sometidos, en lo pertinente, a la Prácticas y Usos Uniformes Relativos a los Créditos Documentarios, Publ.No.50G de la Cámara de Comercio Internacional, última revisión existente a la fecha del presente contrato, y a cualquier modificación de las mismas, aceptada por el Banco del Pichincha C.A. y/o sus corresponsales.

**DUODÉCIMA.-** Ni el Banco del Pichincha C.A. ni ninguno de sus corresponsales serán responsables por los siguientes hechos a) Por el uso que el beneficiario o Beneficiarios puedan hacer del crédito o acto u omisión en que incurra o incurran en relación con el mismo; b) Por la existencia, carácter, calidad, cantidad, condición, envase, color, más especificaciones y características, y entrega de la mercadería supuestamente representada por documentos; c) Por cualquier diferencia en el carácter, calidad, cantidad, condición, valor o en cualquier otra especificación de la mercadería distinta a la expresada en los documentos; d) Por la validez, suficiencia o legitimidad de los documentos, o de cualquier endoso o cesión de los mismos, aun en el caso en que tales documentos resulten de hecho en cualesquiera de sus particulares o en todos ellos nulos, insuficientes, fraudulentos o falsificados; e) Por el tiempo, lugar, manera u orden en que el embarque haya sido hecho; f). Por embarques parciales o incompletos u omisión del embarque de cualquier parte o toda la mercadería mencionada en la carta de crédito; g) Por la solvencia o responsabilidad de cualquier asegurador~ o por cualquier otro riesgo relacionado con el seguro; h) Por el carácter, suficiencia o legitimidad de cualquier seguro; i) Por apartarse de las instrucciones, o por demora, incumplimiento o fraudes metidos por el embarcador o cualquiera otra persona en relación con la mercadería o embarque; j) Por la solvencia, responsabilidad o conexión de la persona que expida cualquier documento en relación con la mercadería-; k) Por demora en la llegada o por no llegar la mercadería o cualesquiera de los documentos relacionados con ella a su lugar de destino; l) Por demora en notificar o por no notificar la llegada o por no realizar cualquier otra notificación; Por cualquier infracción del contrato entre el

embarcador, o embarcadoras o vendedores y el asignatarios, o comprador o compradores; n) Por el hecho de que cualquier letra de 3 haga referencia o haga referencia inadecuada al crédito documentario o por no acompañarse documentos a cualquier letra de cambio al momento de la negociación o por no enviar cualquier persona o hacerse cargo del crédito o por no enviar los documentos además las letras de cambio en la forma requerida por el crédito, y, o) Por errores, omisiones



## **BANCO DEL PICHINCHA CA.**

Interrupciones o demoras en la tramitación, transmisión o entrega de cualquier mensaje por correo, swift, télex, fax, radio, o de otra manera sea o no con clave. El Banco del Pichincha C. A. no será responsable por ningún acto, error, negligencia o incumplimiento, omisión, insolvencia o suspensión de pagos en que incurrieren sus Bancos corresponsales. Además y en todo caso ni el Banco del Pichincha C.A. ni ninguno de sus Bancos corresponsales serán responsables por acciones u omisiones de buena fe en que se hubiere incurrido, de manera que de todos modos, las leyes, costumbres y usos uniformes a que se sujeta el Banco del Pichincha C.A. o sus Bancos corresponsales obligarán a él (los) cliente(s).

**DÉCIMO TERCERA.-** En los casos en que fuere obligatoria la «concesión previa de un Documento Único de Importación (o como se denomine de acuerdo "con la ley) por parte de los Bancos Corresponsales autorizados ante el Banco Central del Ecuador, el Banco del Pichincha C.A. considerará como correcta la partida arancelaria que conste en el correspondiente Documento Único de Importación u otro que se aplique, concedido por el Banco Corresponsal. Por lo mismo, de modo expreso, releva el(los) cliente(s) al Banco del Pichincha C.A. de toda responsabilidad que pueda derivarse de cualquier error en el señalamiento de la partida arancelaria. Toda consecuencia que se derive de tal error no libera a él (los) cliente(s) de la obligación de atender a los pagos en la forma establecida en el presente contrato y, a pedido del Banco del Pichincha C.A., de reforzar, a entera satisfacción del Banco, las garantías previstas en este contrato.

**DECIMA CUARTA.-** Para el efecto de este instrumento se entenderá que la palabra crédito se refiere indistintamente al crédito documentario abierto, la carta de crédito, y que la palabra mercadería incluye cualquier clase de bienes o derechos del (los) cliente(s) relacionados con la solicitud y el presente contrato.

**DECIMA QUINTA.-** En caso de que el(los) cliente(s) comprendan des o más personas, naturales y/o jurídicas, estas responderán solidariamente por incumplimiento de todas y cada una de las obligaciones contempladas en este contrato. El fallecimiento", incapacidad, insolvencia o quiebra de una o más de las personas que como clientes suscriben este instrumento, no libera de sus obligaciones a los herederos, sucesores o causahabiente, ni a los demás suscriptores. Las obligaciones no serán divisibles ni aún entre los herederos o sucesores.

Todos los gastos que demande la celebración y cumplimiento del presente contrato, serán de cuenta exclusiva del(los) cliente(s) y del (de los) garante(s) ) -de haber garante(s) que suscribe(n) este documento.

**DECIMA SEXTA.-** Para seguridad y en garantía del cumplimiento de las obligaciones que el(los) cliente(s) asume en virtud de este instrumento, sin perjuicio de la obligación personal y solidaria del(los) cliente(s) y del (de los) garante(s) personal(es) -de

Haberlo (s)- deberá garantizarse con prenda(s) y/o hipoteca(s), si fuera del caso, en los términos y condiciones en que se haya(n) comprometido el(los) cliente(s) y/o el(los) garante(s) frente al Banco.

**DECIMA SÉPTIMA.-** El(los) cliente(s) declara(n) que los valores, fondos relacionados, o que llegaran a relacionarse con en este documento son lícitos y consecuentemente no provienen de ninguna actividad ilegal o ilícita, ni serán destinados a acciones relacionadas y tipificadas en la Ley de sustancias estupefacientes y sicotrópicas. No admitirá(n) el(los) cliente(s) que terceros efectúen depósitos o transferencias a su(s) cuenta(s) provenientes de delitos o ilícitos. Autoriza(n) a las autoridades del Banco del Pichincha C.A. a realizar el análisis y verificaciones que considere pertinentes e informar de manera inmediata y documentada al CONSEP o autoridad competente en casos de investigación o cuando-se detectare sobre las transacciones financieras, depósitos, captaciones, etcétera, que efectúa(n) movimientos inusuales o sospechosos. Renuncia(n) a ejecutar cualquier acción o pretensión tanto en el ámbito penal por estos hechos.



**BANCO DEL PICHINCHA CA.**

Para el caso de juicio,» el(los) cliente(s) y el(los) garante(s) -de haber garante(s) que suscribe(n)- hace(n) una renuncia general de domicilio y queda(n) sometido(s) a los jueces o tribunales del lugar donde se le(s) encuentre, o a los de la Ciudad donde celebra(n) este contrato, o a los de la Ciudad de Quito, y al trámite ejecutivo o verbal sumario a elección del Banco del Pichincha C.A. o del último cesionario del documento,

El(los) cliente(s) y el(los) garante(s)-de haber garante(s) que suscribe(n)-acepta(n) desde ya la(s) cesión(es) del presente contrato, que eventualmente se efectúe(n) a favor de terceras personas, así como la(s) cesión(es) de la(s) garantía(s) real(es) que exista(n) y llegue(n) a existir, y renuncia(n) a ser notificado(s) con la(s) cesión(es), fundamentado(s) en el Art. 11 del Código Civil, en el evento de que, además de la manifestada aceptación, sea necesaria esta renuncia. En tal virtud, la(s) cesión(es) que se realice(n) surtirá(n) pleno efecto contra el(los) cliente(s) y el(los) garante(s) solidario^ y contra terceros, de acuerdo con el Código Civil.-Para constancia de la aceptación de todas las estipulaciones de este

Contrato, las partes lo firman en tantos ejemplares originales como partes intervienen \_\_\_\_\_ en \_\_\_\_\_ el mismo, en la Ciudad de \_\_\_\_\_ . Este día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Banco del Pichincha C.A.

\_\_\_\_\_  
Nombre:  
Cl.



**GARANTÍA PERSONAL SOLIDARIA.-"**

Yo (nosotros), \_\_\_\_ declaro (amos) que me (nos) constituyo (mos) en garante(s) personal(es) **solidarices**) de todas las obligaciones que, el(los) solicitante (s) asume(n) por la presente caria de **solicitud** de garantía por el monto de CINCO MIL VEINTE Y CUATRO 40/100dólares de los Estados

Unidos de América (ÚS\$ 5.024,40 ), especialmente respecto al pago de dicho capital y sus intereses, comisiones, gastos de cualquier tipo e impuestos que existan.- Renuncio(arnos) expresamente a. los beneficios de orden, excusión y división.- El pago no podrá hacerse por partes, ni aun por **mis(nuestros)** herederos o sucesores.- Acepto(mos) todos los términos de la presente. Solicitud de Fianza Bancaria y me (nos) someto (mos) a ellos. De manera especial autorizo (mos) a debitar cie cualquier cuenta o valor a mi (nuestro) nombre en los términos mencionados, y hacemos las mismas declaraciones relativas a la jurisdicción, domicilio, trámite y aceptación.- Dado en. fecha ut snora

\_\_\_\_\_  
Nombre:

Cargo:

RUC/C.C.

Dirección:

\_\_\_\_\_  
Nombre:

Cargo

RUC/C.C.


Dirección:

RECONOCIMIENTO DE FIRMAS.- En el ejercicio de las atribuciones que me confiere la Ley Notarial, comparecen ante mí, \_\_\_\_\_, Notario \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_


**ANEXO # 6**

MSC ECUADOR	
<b>B O O K I N G   C O N F I R M A T I O N   F O R M</b>	
<b>BOOKING REF: 149MSCEC9577</b>	
<b>TO</b> : VIE NATURELLE <b>FROM</b> : GINA VALENCIA. <b>DATE of BKG</b> : 01/08/2009 <b>B/L NO</b> :	
FURTHER TO YOUR BOOKING OF THE BELOW SHIPMENT PLEASE FIND THE FOLLOWING DETAILS FOR YOUR KIND REFERENCE :-	
<b>SHIPPER</b> : VIE NATURELLE <b>TEL / FAX</b> : / <b>PIC</b> : PETER WERNER <b>SUPPLIER</b> : <b>FORWARDING</b> : <b>TEL / FAX</b> :	
<b>CARRIER</b> : AIR FRANCE S.A.  <b>FEEDER</b> : v.: <b>MAIN VESSEL</b> : MSC ALEXANDRA CARPIO v.: 823R <b>ORIGIN</b> : <b>P.O.L</b> : QUITO <b>P.O.D</b> : LONG BEACH <b>FINAL DEST</b> : <b>TRANSHIP 1</b> : GINEBRA <b>TRANSHIP 2</b> : <b>Transit Time:</b>	<b>ETD Origin:</b> 09/09/2009 <b>ETD POL</b> : <b>ETA POD</b> : <b>ETA FDEST</b> :
<b>CUT-OFF DATE / TIME</b> : <b>GOODS DELIVERY TO</b> : VIE NATURELLE	
<b>STUFFING DATE &amp; PLACE :</b>	
<b>No. &amp; type of cntrs:</b> 1x40HC <b>WEIGHT (KGS)</b> : 22000,00 <b>MEASUREMENT (M3)</b> : <b>FCL/LCL</b> : FCL/FCL <b>DESCRIPTION</b> : HEARTS OF PALM <b>YARD LOCATION</b> :	
<b>SPECIAL REMARKS</b> : freight collect, BLS EN ORIGEN, CSV : JULIAN AREVALO  <b>SHIPPING NOTE</b> : USD 20.000/20'DC   AMS USD 25   GASTOS LOCALES GYM	
INSERT YOUR AGENCY FOOTER HERE	

ANEXO # 7

 <b>REPUBLICA DEL ECUADOR</b> <b>DECLARACION ADUANERA UNICA</b>										1564830		A																																																																																							
<b>A ADUANA / BANCO</b>										<b>B REFRENDO</b>																																																																																									
1 No. ORDEN 000156	2 AÑO 9	3 ADUANA QUITO-AEREO	4 CODIGO 28	5 REGIMEN ORDEN DE AMBARQUE	6 CODIGO 15	7 FECHA /HORA TX 09/09/2009	9 NUMERO 028-2009-15-014458-0		FECHA RECEP. 09/09/2009		HORA 14:45:30		AFORO AFORO DOCUMENTAL																																																																																						
8 #VTO BNO	9 BANCO	10 CIUDAD	11 OFICINA	12 FECHA EMISION //	13 TIPO DE DESPACHO NORMAL	10 IMPORTADOR / EXPORTADOR VIE NATURELLE S.A		11 TIPO/ No DOC ID 1 1800868232001		12 CIUDAD QUITO		13 DIRECCION Av. Galo plaza Iasso y eloy alfaro		14 TELEFONO 3753599		15 NIVEL COMERCIAL 1		16 DECLARANTE / AGENTE SILVA FUENTES DANIEL EDUARDO		17 CODIGO 4213		18 SECTOR 2.1		19 CIU 1641		19 T. DERCLARADO USD( IMPXCIF:EXP:F0B) 20.000																																																																									
<b>C CONTRIBUYENTE / AGENTE</b>										<b>D REGIMEN PRESEDENTE / DEPOSITO</b>																																																																																									
<b>E CONSIGNANTE O CONSIGNATARIO / TRANSACCION</b>										20 REGIMEN PRECEDENTE				21 AÑO				22 SERI				23 ADUANA RÉGIMEN				24 FECHA ACEPT.				25 FECHA VENCIM				26 DEPOSITO				CODIGO				28 No. DESP. PAR																																																									
<b>F TRANSPORTE</b>										27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO Peter Werner Vex Contract				28 DIRECCION Avenue bonka 55 CH - 1800 vevay Suiza				29 BENEFICIARIO DE GIRO LOS MISMOS				30 PAIS DE PROCEDENCIA / DESTINO ECUADOR																																																																													
31 NATURALEZA TRANSACCION										32 FORMA DE PAGO GIRO DIRECTO 01										33 EX CIE										34 C. ORG.										35 OT.EX.										36 MT. VL.										37 ALMACÉN										CÓDIGO 143939522																													
38 TIPO DE TRATAMIENTO										CÓDIGO DE SOLICITUD EDE AFORO										40 Cód. de PROD.ACOG.DES.URGENTE										41 CódIGO DE ENDOSO																																																																					
<b>G DETERMINACION BASE IMPONIBLE</b>										42 VIA DE TRANSPORTE AEREO				CODIGO 1				43 FECHA EMBARQUE 12/09/2009				44 FECHA LLEGADA				45 CARGA CONSOLIDADA				COD. 7				46 BANDERA				COD.				47 LÍNEA TRANSPORTE				COD.																																																					
48 COD. MANIFIESTO 028										AÑO 2009										TIPO MANIF No. MANIFIESTO 04										49 AG. CARGA / TRANSPORTE AIR FRANCE S.A.										COD. 9075										50 NAVE/L.AÉRA/MAT/VEH										51 #CONOC/G.AÉREA/C.PORTE																																							
52 NOM. NAVE/MATR/VEH										53 ADUANA SALIDA										54 VIA SALIDA 1										55 ADUANA DESTINO										56 TIPO DESTINO 2										57 PAIS DESTINO SUIZA										58 T. TRAT. 1																																							
59 CONCEPTO										MONEDA										T. CAMBIO USD										T. MONEDA TRANSACCION										T. MONEDA TRANSACCION										TOTAL EN MONEDA NACIONAL																																																	
60 FLETE										USD										0.000000										20.000.00										20.000.00										20.000.00																																																	
61 SEGURO										USD										1.000000																																																																															
62 VALOR ADUANA																														20.000										200.000																																																											
63 TOTAL SERIES PARTIDAS										64 PESO NETO										65 PESO BRUTO KILOS										66 TOTAL BULTOS										67 TOTAL CONTENEDORES										68 TOTAL U. FISICAS										69 TOTAL U. COM																																							
1										5600										6100										8																				10000										10000																																							
<b>H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO</b>										70 CLASE				NUMERO				TIPO				EMISION				VIGENCIA				# SR.				PARTIDA NANDINA				MONEDA				MONTO USD																																																									
71										001-001-001001				10				VIE NATURELLE				09/04/2009																																																																													
72																																																																																																			
73																																																																																																			
74																																																																																																			
75																																																																																																			
76																																																																																																			
77																																																																																																			
78																																																																																																			
79																																																																																																			
<b>I DECLARACION DE LA MERCANCIA</b>										80 No. SERIE				TIPO SUFJO				SUBPARTIDA NACION				BREVE DESCRIPCION MERCANCIA				S				T				BULTOS				U. FISICAS				U. COM.				PESO KGS				MARCAS Y				TM																																													
1										000				902200000				Té de hoja de higo				1				1				10000				KG				10000				5600				6100				VIE NATURELLE																																																	
TPCI										TPNG										TPNE										PAIS ORIGEN										CODIGO										FOB USD										FLETE USD										SEGURO USD										CIF USD																			
0										0										0										ECUADOR										EC										20.00																																								20.000.00									
<b>J OBSERVACIONES</b>										81 SECUENCIA				82 TIPO OBS.				83 CONTENIDO OBS.																																																																																	
<b>K FIRMAS Y SELLOS</b>										FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DEL DECLARANTE				OBSERVACIONES				COD. Y FIRMA AFORADOR																																																																													

**ANEXO # 8**

 <b>REPUBLICA DEL ECUADOR</b> <b>DECLARACION ADUANERA UNICA</b>															1564830		A																											
<b>A ADUANA / BANCO</b>															<b>B REFRENDO</b>																													
1 No. ORDEN	2 AÑO	3 ADUANA	4 CODIGO	5 REGIMEN	6 CODIGO	7 FECHA /HORA TX	9 NUMERO																																					
000156	9	QUITO-AEREO	28	ORDEN DE AMBARQUE	15	09/09/2009	028-2009-15-014458-0																																					
5 #VTO BNO	6 BANCO	7 CIUDAD	8 OFICINA	9 FECHA EMISION	10 TIPO DE DESPACHO	FECHA RECEP.																																						
				//	NORMAL	09/09/2009																																						
<b>C CONTRIBUYENTE / AGENTE</b>																																												
10 IMPORTADOR / EXPORTADOR										11 TIPO/ No DOC ID					12 CIUDAD																													
VIE NATURELLE S.A										1 1800868232001					QUITO																													
13 DIRECCION										14 TELEFONO					15 NIVEL COMERCIAL																													
Av. Galo plaza laso y eloy alfaro										3753599					1																													
16 DECLARANTE / AGENTE										17 SECTOR					18 CIU																													
SILVA FUENTES DANIEL EDUARDO										4213					2.1																													
															1641																													
19 T. DERCLARADO USD( IMPxCIF.EXPxFOB)																																												
20.000																																												
<b>D REGIMEN PRESEDENTE / DEPOSITO</b>																																												
20 REGIMEN PRECEDENTE		21 AÑO		22 SERI		23 ADUANA REGIMEN		24 FECHA ACEPT.		25 FECHA VENCIM		26 DEPOSITO		27 CODIGO		28 No. DESP. PAR																												
		2009				QUITO-AEREO		12/10/2009		24/10/2009																																		
<b>E CONSIGNANTE O CONSIGNATARIO / TRANSACCION</b>																																												
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO										28 DIRECCION					29 BENEFICIARIO DE GIRO					30 PAÍS DE PROCEDENCIA / DESTINO																								
Peter Werner Vex Contract										Avenue bonka 55 CH - 1800 vevvey Suiza					LOS MISMOS					ECUADOR																								
31 NATURALEZA TRANSACCION										32 FORMA DE PAGO					33 EX CIE					34 C. ORG.					35 OT.EX.					36 MT. VL.					37 ALMACÉN					38 CODIGO				
										GIRO DIRECTO 01															0					AIR FRANCE														
39 TIPO DE TRATAMIENTO										40 CÓDIGO DE SOLICITUD EDE AFORO					41 Cód. DE PROD.ACOG.DES.URGENTE					42 CÓDIGO DE ENDOSO																								
1																				40																								
<b>F TRANSPORTE</b>																																												
43 VIA DE TRANSPORTE		44 CODIGO		45 FECHA EMBARQUE		46 FECHA LLEGADA		47 CARGA		48 COD.		49 BANDERA		50 COD.		51 LINEA TRANSPORTE		52 COD.																										
AEREO		1		12/09/2009						7																																		
43 COD. MANIFIESTO		44 AÑO		45 TIPO MANIF No. MANIFIESTO		46 AG. CARGA / TRANSPORTE		47 COD.		48 NAVE/L.AÉRA/MAT/VEH		49 #CONOC/G.AÉREA/C.PORTE																																
028		2009		04		AIR FRANCE S.A.		9075																																				
53 NOM. NAVE/MATR/VEH		54 ADUANA SALIDA		55 VIA SALIDA		56 ADUANA DESTINO		57 TIPO DESTINO		58 PAÍS DESTINO		59 T. TRAT.																																
		1		1		1		2		SUIZA		1																																
<b>G DETERMINACION BASE IMPONIBLE</b>																																												
59 CONCEPTO		60 MONEDA		61 T. CAMBIO USD		62 T. MONEDA TRANSACCION		63 T. MONEDA TRANSACCION		64 TOTAL EN MONEDA NACIONAL																																		
FOB		USD		1.0000000		20.000,00		20.000,00		20.000,00																																		
60 FLETE		USD		0.0000000																																								
61 SEGURO		USD		1.0000000																																								
62 VALOR ADUANA								20.000		200.000																																		
63 TOTAL SERIES PARTIDAS		64 PESO NETO		65 PESO BRUTO KILOS		66 TOTAL BULTOS		67 TOTAL CONTENEDORES		68 TOTAL U. FISICAS		69 TOTAL U. COM																																
1		5600		6100		8				10000		10000																																
<b>H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO</b>																																												
70 CLASE		71 NUMERO		72 TIPO		73 EMISION			74 VIGENCIA			75 # SR.		76 PARTIDA NANDINA		77 MONEDA		78 MONTO USD																										
		001-001-001001		10		VIE NATURELLE			09/04/2009																																			
72																																												
73																																												
74																																												
75																																												
76																																												
77																																												
78																																												
79																																												
<b>I DECLARACION DE LA MERCANCIA</b>																																												
80 No. SERIE		81 TIPO SUFJO		82 SUBPARTIDA NACION		83 BREVE DESCRIPCION MERCANCIA		84 S		85 BULTOS		86 U. FISICAS		87 U. COM.		88 PESO KGS		89 MARCAS Y		90 TM																								
1		000		902200000		Té de hoja de higo		T		1		10000		10000		5600		6100		VIE NATURELLE																								
TPCI		TPNG		TPNE		PAÍS ORIGEN		CODIGO		FOB USD		FLETE USD		SEGURO USD		CIF USD																												
0		0		0		ECUADOR		EC		20,00						20.000,00																												
<b>J OBSERVACIONES</b>																																												
81 SECUENCIA										82 TIPO OBS.					83 CONTENIDO OBS.																													
<b>K FIRMAS Y SELLOS</b>																																												
FIRMA CONTRIBUYENTE					FIRMA DEL DECLARANTE					OBSERVACIONES					COD. Y FIRMA AFORADOR																													

## ANEXO # 9

### ANEXO # 2

#### LISTA DE EMPAQUE

Exp. 001/09

**CONSIGNATARIO:** Valencia Barrionuevo Gina Nohemi  
Avenue Bonka 55 CH-1800 Vevey Suiza  
Ginebra-Suiza

(Té verde (sin fermentar) presentado de otra forma)

**DESCRIPCIÓN:** TÉ DE HOJA DE HIGO

**CANTIDAD DE BULTOS:** 56 pallets conteniendo 30 cajas de carton con 62,5 kg cada uno

**PESO NETO:** 28.000 KILOS

**PESO BRUTO:** 28180 KILOS

**PUERTO DE EMBARQUE:** Quito- Ecuador

**EMBARQUE VÍA:** Aerea

Quito, Octubre 25 de 2009

Dirección: Av. Galo Plaza Lasso y Eloy Alfaro

Teléfono: 3753599

Página Web: [www.vienaturelle.com](http://www.vienaturelle.com)

Correo: [vie.naturelle@gmail.com](mailto:vie.naturelle@gmail.com)

ANEXO # 10

# AISV

**Registro de Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos (AISV) # 320080055425**

Fecha de Registro:	09/09/2009
Tipo de Movimiento:	Consolidación
Número de Registro Portuario:	EMC-2009-540
Número de Booking:	1987S
Nombre de la Agencia Naviera:	AIR FRANCE
Nombre de la nave:	AIR FRANCE CARGO
Nombre del Exportador:	VIE NATURELLE
Nombre del Agente Afianzado:	SILVA FUENTES DANIEL EDUARDO
Tipo de Consolidador:	Exportador
Nombre del Consolidador:	AIR FRANCE
Continente Destino:	EUROPA
Puerto de Descarga Inicial:	
Puerto de Descarga Final:	GINEBRA

**Datos de carga**

Té verde (sin fermentar) presentado de otra forma ( Té de hoja de higo)

Producto Transportado:	
Código IMO:	NO PELIGROSO
Peso de Carga (Ton):	0,40 TONELADA
Tipo de Carga:	Suelta

**Datos de carga suelta**

Tipo de embalaje:	PALETA
Cantidad Bultos-Cajas.Unidades:	5

**Datos de carga en contenedor**

Número de Contenedor:	N/D
Tara Contenedor:	N/D
Tamaño Contenedor:	N/D
Tipo Contenedor:	N/D
Tipo Carga en el Contenedor:	N/D
Número de Sellos:	N/D-N/D
	N/D-N/D

**Datos de Contenedor Refrigerado**

Temperatura ( C )	N/D
Humedad (CBM)	N/D
Ventilación (%)	N/D

**Datos de Exceso de dimensiones de la carga en el contenedor**

Exceso Izquierda (cm.):	N/D
Exceso Derecha (cm.):	N/D
Exceso Frente (cm.)	N/D
Exceso Encima (cm.)	N/D

**Datos de Transporte:**

Fecha y Hora Salida de Planta:	10/09/2009 12:15
Nombre del Conductor:	MARCELO DAVID REINOSO CARBO
Documento Identidad:	1701633454
Placa Camión:	GMY 230

**Datos de Terminal Portuaria:**

Fecha y Hora Entrada Puerto:	N/D
------------------------------	-----

[https://www.gsa.com.ec/aisv/cse\\_main.asp?Página=AISV/ Documento&Id=164745...](https://www.gsa.com.ec/aisv/cse_main.asp?Página=AISV/ Documento&Id=164745...) 09/09/2009

ANEXO # 11



Quito,

Señores:  
POLICIAS ANTINARCOTICOS  
Ciudad

REF: DAU 1564830 REFRENDO: 028-2009-15-014458-0 VIE NATURELLE.

De nuestras consideraciones:

Por medio de la presente solicito a usted se sirva ordenar a quien corresponda la inspección física de los contenedores de la referencia que saldrá con destino Ginebra-Suiza.

Para lo cual adjuntamos los siguientes documentos:

Orden de embarque  
Factura Comercial

Sin otro particular por el momento, me suscribo.

Muy atentamente,

GINA VALENCIA  
FIRMA AUTORIZADA



**RUC: 1800868232001**  
Valencia Barrionuevo Gina Nohemi  
Dirección: Dirección: Quito

Teléfonos: 022-729260  
Santo Domingo

**ANEXO # 12**

<b>AIR FRANCE S.A.</b>		<b>Bill of lading</b>			
Shipper/exporter (complete name and address) <b>Vie Naturelle S.A.</b> <b>Av. Galo Plaza Lasso y Eloy Alfaro</b> <b>Ruc 1800868232001</b> <b>ECUADOR</b>		Document No	Bill of lading number <b>QUITO/ESVDA/00938</b>		
Consignee (complete name and address) <b>Peter Werner Vex Contract</b> <b>Avenue Bonka 55 CH-1800 Vevey Suiza</b> <b>Ginebra-Suiza</b>   31-21-924-21-11		Export references			
Notify party (complete name and address) <b>Peter Werner Vex Contract</b> <b>GINEBRA-SUIZA TLF: 31-21-924-21-11</b>		Forwarding agent - reference ( complete name and address)			
Place of acceptance		For delivery of the goods apply to <b>Colgru-Bemel S.A.</b> <b>Transversal 56 No. 45-45, Bodega 4</b> <b>Parque Empresarial Sol y Mar</b> <b>Ginebra - Suiza</b>			
Vessel/voy. No <b>AIR FRANCE CARGO 3150</b>	Port of lading <b>QUITO-ECUADOR</b>	On carriage to:			
Port of discharge	Place of delivery <b>GINEBRA-SUIZA</b>				
<b>Marks and numbers</b>	<b>Number and kind of packages - descriptions of goods</b>	<b>Gross weight</b> In Kilo's	<b>Measurement</b> In cubic metres		
	5 5 PALETAS TÉ VERDE SN FERMENTAR PRESENTADO DE OTRA FORMA DAU.- 1564830	28.180 <b>Kb</b> 28.000 <b>Kn</b>	3,63.00 <b>M3</b>		
DISBURSEMENT \$	# Contenedor TGJU4205563	Sello 1 AMDORT1366	Condición FCL/LCL		
<b>Loaded into container No</b>		<b>Particulars furnished by shipper</b>			
Total number of packages or units (in words)		<b>Excess Value Declaration: Refer to Clause 6(4)(b)+( C ) on reverse side</b>			
Freight and charges	Over	Rate 0.00	Per	Prepaid	Collect 13,500.00 13,500.00
<b>RECEIVED/SHIPPED ON BOARD</b> <small>In apparent good order and condition except as otherwise noted the total number of containers or other packages or units enumerated above for transportation from the place of acceptance to the place including the terms on the reverse side hereof and the terms of the Carrier's applicable tariff. One of the original Bills of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the Goods or Delivery Order.</small>	Freight payable by			Place of B(S)/L issue GUAYAQUIL-ECUADOR	Dated <b>12-sep-09</b>
	Pre-carriage payable by	Number of original B(S)/L		<b>as agents for the carrier</b>	
	On-carriage payable by	IN WITNESS whereof the number of the original Bills of lading stated above been signed one of which being accomplished, the other(s), to be void			




## ANEXO # 13

<b>RUC: 1800868232001</b> Valencia Barrionuevo Gina Noheми Dirección: Quito Av. Galo plaza Iasso y eloy alfaro Telefonos: 023-753-599 Quito		<b>PROFORMA INVOICE</b> AUTORIZACION No. 1014771622  <b>ACTURA N: 001-001-000100</b>	
Comprador: Peter Werner Vex Contract Teléfono: 31-21-924-21-11 Dirección: Avenue bonka 55 CH-1800 Vevey Suiza NIF: Y 7744771 Email: Jungbunzlauer AG@hotmail.com	Vendedor: Vie Naturelle S.A. Teléfono: 2729260  RUC: 1800868232001 Email: vienaturelle@gmail.com		
Los abajo firmantes, vendedor y comprador han firmado y confirmado la siguiente transacción basada en los términos y condiciones estipuladas a continuación:			
MERCADERÍA Y ESPECIFICACIONES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (USD)	SUBTOTAL
1		pcs.	
TOTAL			.....
Valor Total de la Factura Proforma (In words): Son seis mil seiscientos sesenta dólares americanos			
Término de Pago: 50% a la firma del contrato y el 50% previo al embarque			
Tiempo de entrega: 15 días después a la firma del contrato			
Destino: Ginebra - Suiza			
Mera Barvo Alberto Gregorio - Imprenta y Gráficas Mera RUC: 1302189228001 - Autorización: 1185 - Válido hasta Julio 2009.			

**ANEXO # 14**

<b>RUC: 1308327327001</b> Gina Nohemi Valencia Barrionuevo Dirección: Quito Av. Galo Plaza Lasso y Eloy Alfaro Telefonos: 023-753-599 Quito-Ecuador			<b>FACTURA COMERCIAL</b> AUTORIZACION No. 1014771622 No. 001-001-0001001			
Nombre o Razón Social: Peter Werner Vex Confract		R.U.C.C.C Y7744771	Vendedor	Fecha SEPT-10-2009		
Dirección: Avenue bonka 55 CH-1800 Vevey Suiza		Teléfonos 31-21-924-21-11	Ciudad Ginebra	No. Orden de Compra Crédito		
Guia de Remisión: INCOTERM:FCA		Código Concep		Vencimiento		
<b>CODIGO</b>	<b>DIVISION</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>U/M</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Forma de Pago: Valor oara efectos Puerto de Embarque: Puerto de Destino: Partida Arancela. Cant. de bultos:  Peso Neto: Peso Bruto: Embarque:	Giro Directo de aduana Quito-Ecuador Ginebra, Suiza 1701.11.10.00  Vía Aerea					
Son:						
<b>IMPORTANTE PARA EL CLIENTE</b>					Sub. Total	
1. Las mercaderías amparadas con esta factura viajan por cuenta y riesgo del comprador 2. Una vez salida la mercadería de nuestras bodegas, no se aceptan devoluciones. 3. El pago de esta factura es exigible en nuestras oficinas a la fecha de su vencimiento, caso contrario se le recargará intereses de mora 4. La cancelación de esta factura si vase hacerla con cheque cruzado a la orden de Vie Naturelle 5. Las especificaciones de nuestros productos están disponible en <a href="http://www.maribz.com.ec">www.maribz.com.ec</a> o su representante de ventas.			FIRMA Y SELLO		IVA ....	
					Total a Pagar	
Loor Rezabala Orlando Horacio - Imprenta Loor RUC. 0701101693001- Autorización 1689 - Válido hasta agosto 2009.						

**ANEXO # 15**

		<b>REPUBLICA DEL ECUADOR</b> <b>DECLARACION ADUANERA UNICA</b>				<b>C</b>	
<b>A ADUANA</b>						<b>B REFRENDO</b>	
1 No. ORDEN	2 ADUANA	3 CODIGO	4 REGIMEN	5 CODIGO	6 FECHA /HORA TX	5 NUMERO:	
0000006	QUITO-AEREO	028	EXPORTACION A CONSUMO	40	19/09/2009 11:45:15	029-2009-40-014497-3	
<b>C CONTRIBUYENTE / AGENTE</b>						FECHA RECEP.:	
6 IMPORTADOR / EXPORTADOR			7 TIPO/ No DOC ID		8 CIUDAD		19/09/2009
VIE NATURELLE			1800868232001		ALLURIQUIN		HORA:
9 DIRECCION			10 TELEFONO		11 NIVEL COMERCIAL		11:45:15
Av. Galo plaza y eloy affaro							AFORO:
12 DECLARANTE / AGENTE		13 CODIGO	13 ALMACEN / DEPOSITO		13 CODIGO		D
4213		4213	AIR FRANCE		7075		
<b>D VALORES ADUANA</b>							
14 FOB USD	15 FLETE USD	16 SEGURO USD	17 AJUSTE USD	18 CIF USD	19 VALOR ADUANA USD		
20.000,00	620			14.120,00	14.120,00		
<b>E AUTOLIQUIDACION DE TRIBUTOS</b>							
CONCEPTO		LIQUIDACION \$ (1)	LIBERACION \$ (2)	CANTIDAD A PAGAR \$ (1-2)			
20	AD / VALOREM						
21	DERECHO ESPECIFICO/SALVAGUARDIA						
22	IMP. CONSUMO ESPECIAL						
23	IMP. VALOR AGREGADO						
24	DERECHO ANTIDUMPING						
25	DERECHOS CONSULARES						
26	SOBRETIEPO PETROLERO						
27	ADICIONAL POR BARRIL DE CRUDO						
28	TASA MODERNIZACION						
29	TASA DE CONTROL						
30	TASA ALMACENAJE						
31	MULTAS (ART. 89 Y 91)						
32	INTERESES						
33							
34	FODINFA						
35	CORPEI						
36	OTROS						
37							
			TOTAL AUTOLIQUIDACION				
<b>F BANCO Y ADUANA</b>							
<b>LIQUIDACION DE DAU ELECTRONICO</b>							
Nro DAU				Fec Liquidación			
Declarante				Fec Ultimo Día de Pago			
Nro Secuencial				Fec Cancelación			
				<b>PAGO AUTORIZADO</b>			
CONCEPTO DEL TRIBUTO	AUTOLIQ (\$)	LIQUIDACION (\$)	LIBERACION/ SUSPENSION (\$)	CANTIDAD A PAGAR (\$)			
AD VALOREM							
DERECHO ESPECIFICO							
IMPUESTO A CONSUMOS ESPECIALES							
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO							
DERECHO ANTIDUMPING							
MULTAS							
TASA DE MODERNIZACION							
TASA DE CONTROL							
TASA DE ALMACENAJE							
FODIN							
SALVAGUARDA							
INTERES							
TOTAL							
CORPEI:						30	
Agente: 4213 SILVA FUENTES DANIEL EDUARDO						Imprimir	Bajar Archivo

ANEXO # 16

CUPON CORPEI DE IMPORTACION		Nº	
CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI		...	
Ciudad	Quito	Fecha:	26 10 2009
Nombre del Aportante: VIE NATURELLE		DIA MES AÑO	
Tipo/Numero Identificación:	<input type="checkbox"/> R.U.C. <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> C.I. <input type="checkbox"/> PASAPORTE		
Nº DAU / DUI	0 1 4 4 9 2 - 3		
(Nº Declaración DAU / DUI)			
Valor FOB: USD. \$	20.000	Valor Cuota: USD. \$	30.00
Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen lícito, es verdadera, y eximp a la Institución Financiera recaudadora de toda responsabilidad, inclusive respecto a terceros si esta declaración fuese falsa o errónea.		CORPEI	
Firma de Responsabilidad		FOR-FOP-10/Ver Jun 03	

**ANEXO # 17**



**REGISTRO SANITARIO**  
**DEPARTAMENTO DE REGISTRO DE ALIMENTOS**

INFORME DE PRODUCTOS QUE SALVAN OBJECIONES

Señor  
DIRECTOR GENERAL DE SALUD  
Ciudad.-

INHMT-0835-AP-I-06  
04.10.18

Nos referimos al Memorandum No. IAN-670-01-01685-3 de Fecha 04.10.30/04.06.12/04.09.11

Adjunto al cual hemos recibido: Comunicación, Etiqueta y Muestra

Nombre del Producto: TÉ DE HOJA DE HIGO "VIE NATURELLE"

Fabricante: VIE NATURELLE

Quito – Calle Galo Plaza Lasso y Eloy Alfaro – ECUADOR

ENVASE: Tstix

ANÁLISIS QUÍMICO:

Grasa: 0 g%

Tiempo máximo de consumo: 360 días

FORMA DE CONSERVACIÓN: Ambiente fresco y seco

ETIQUETAS:

Presentar etiquetas provisionales incluyendo nombre del fabricante: Elaborado por "PRODUCTO VIE NATURELLE". Condiciones de consumo: Mantener en ambiente fresco, tiempo máximo: 360 días, y el Registro Sanitario # 2584-AJD6-AN-09-06.

Por consiguiente, el producto..... No ha salvado las objeciones.....

De nuestro informe..... INHMT-0835-AP-I-06 de 04.06.27.....

CONCLUSIÓN: NO PUEDE INSCRIBIRSE: Porcentaje de azúcares y grasa superior a lo declarado según fórmula de composición, enviar muestra para análisis.

Muy Atentamente,  
DIOS, PATRIA Y LIBERTAD

Dr. Francisco Hernández M.

MM/MD

DIRECTOR

## ANEXO # 18



Santo Domingo de los Colorados, 10 de Septiembre del 2009  
CCS-SSD-COT-183-2009

Inglaterra  
Sandra Acosta  
GERENTE  
V/E NATURELLE  
Presente

REF: COTIZACIÓN TRANSPORTE

De las consideraciones:

Por la presente solicito su ayuda cobizando el siguiente programa de seguros con los siguientes montos y coberturas:

RAMO: TRANSPORTE  
CIA: V/E NATURELLE  
MERCADERIA: TE DE HOJA DE HIGO

COBERTURA: Todo riesgo según condiciones generales de la Póliza

Estimado de Movilización anual: US\$ 162.000

Estimado Mensual: US\$ 13.500,00

MEDIO DE TRANSPORTE: VEHICULO DEL ASEGURADO

RUTA: QUITO

EMBALAJE: EL APROPIADO PARA EL TIPO DE MERCADERIA

PRIMA: 2.430,00

DEDUCIBLES:

Otros Eventos: 10% del valor del siniestro, mínimo US\$ 1.000,00

Robo y Asalto: 20% del valor del siniestro, mínimo US\$ 2.000,00



QUITO: Av. Amazonas 144-146 y P.O. Box 24. C.T.O.O. Del Pae Telf: (02) 292 705 (397 400 - 451) - QUINISEL: Urb. La B. Estación No. 212, entre la Primera y la Quinta  
PERÚ: 280501 / 280125 - CUSCO: Av. Del Estado 146 y P.O. Box 1800 P.O. Box (01) 2598 427 / 2812 308 - AMBATO: P.O. Box Av. de los Guandules No. 04-102 y Morona Telf: 033 2830 571  
BOGOTÁ: Calle Vargas Torres entre Páramo Constituyente y Vales, Telf: (01) 299 083 - SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS: Av. de la Paz No. 119 y Av. 88 P.O. Box. Sector Norte Colonial  
Telf: (03) 3788 828 - BARRANCO: Av. Ciudad Páez y Luis Joséillo esquina Telf: (03) 2842 399 - MANIZABÁ: Av. 102 M y Calle 23 y 24 (Sector el Muñalago) Telf: 350 3500 - 879  
CALL CENTER: 1-800-323-800 • [www.seguroscolonial.com](http://www.seguroscolonial.com)

ANEXO # 19

# NOTA DE PEDIDO

**FECHA:** 25 DE AGOSTO 2009  
**DE:** Valencia Barrionuevo Gina Nohemi  
**PARA:** Vie Naturelle  
**PAGO:** GIRO DIRECTO  
**ORIGEN:** ECUADOR  
**PTO. EMBARQUE:** QUITO  
**DESTINO:** GINEBRA-SUIZA  
**EMBARQUE:** CARTONES  
**SEGURO:** CONTRATADO POR EL IMPORTADOR  
**MARCAS:** VIE NATURELLE

**PEDIDO**

**No. 001-001-0004590**

ITEM	DESCRIPCION	CANT.	UNITARIO	TOTAL US\$	PARTIDA ARANCELARIA
TOTAL FCA, QUITO		UNIDAD	US\$		
FLETE AEREO					
TOTAL CFR, GINEBRA			US\$		

**EL IMPORTADOR**



## ANEXO # 20

<b>REPORTE DE AFORO</b> No 20515																														
<b>CONSIGNATARIO:</b> Vie Naturelle <b>EMBARQUE/VIAJE:</b> Ginebra <b>FECHA:</b> 11/09/2009 <b>MODULO:</b> Patio Exportación		<b>B/L:</b> Q/ESVDA/00938 <b>AFORO CAE</b> <b>INICIO:</b> 14:15 <b>AFORO VERIFICADORA:</b> <b>CIERRE:</b> 15:00 <b>INSP. ZONA PRIMARIA:</b> <b>INSP. ANTINARCOTICO:</b>		<b>Muestras</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 40px;">SI</td> <td style="width: 40px;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Cantidad:</b></td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>Descripción:</b></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><input type="text"/></td> </tr> </table>			<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	<b>Cantidad:</b>		<input type="text"/>	<b>Descripción:</b>			<input type="text"/>			<input type="text"/>			<input type="text"/>			<input type="text"/>		
<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>																												
<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>																												
<b>Cantidad:</b>		<input type="text"/>																												
<b>Descripción:</b>																														
<input type="text"/>																														
<input type="text"/>																														
<input type="text"/>																														
<input type="text"/>																														
No. Contenedor	Tipo	Sellos de Origen	Sellos de Aforo	Cont./Descripción	Factura	Observaciones																								
				Té verde		se procede a las inspecciones antinarcoticos																								
				sin fermentar		de las cuales se verifica el 100% de la mercancía																								
				presentado de otra forma																										