



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Facultad de Ciencias Económicas y Negocios**

**Ingeniería en Comercio Exterior, Integración y Aduanas**

**Proyecto previo la obtención del título de:  
Ingeniero en Comercio Exterior, Integración y Aduanas.**

**“Proyecto de Factibilidad para exportar Atún enlatado al Mercado  
de Brasil”**

**Priscila Verónica Díaz Pullas**

**DIRECTOR: Eco. José Villacis Paz y Miño**

**Quito, 2010.**

# **DECLARACIÓN**

Yo, Priscila Verónica Díaz Pullas, declaro que la presente investigación es de mi total autoría, no ha sido presentado previamente en ningún grado o calificación personal y que se ha respetado y citado las referencias bibliográficas utilizadas en el proyecto.

Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

---

**Priscila Verónica Díaz Pullas**

# CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Priscila Verónica Díaz Pullas, bajo mi supervisión.

---

**Eco. José Villacis**

# DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi familia en general, quienes han sido mi apoyo constante durante toda la vida, para lograr mis objetivos propuestos.

A Renato quien me a lo largo de mi carrera me ha brindado su fiel amistad.

# AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos:

A mis papás y mi hermana por ser un apoyo constante a lo largo de mi carrera universitaria, y la fuente de motivación para lograr mis objetivos.

A todos mis maestros que de una u otra forma compartieron sus conocimientos y me enseñaron a enfrentar la vida con fundamentos e inteligencia.

Al Eco. José Villacis quien con su experiencia, conocimiento y actitud ha hecho posible la culminación de este proyecto.

A mis amigos por su comprensión y apoyo en los momentos buenos y malos a lo largo de estos años de estudio.

Y un agradecimiento especial a la Universidad Tecnológica Equinoccial, la cual me abrió sus puertas para lograr esta meta académica.

## **CONTENIDO**

<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>13</b>
<b>LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>13</b>
1. EL PROBLEMA .....	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	14
1.2.1 Sistematización.....	14
2. JUSTIFICACIÓN .....	15
3. OBJETIVOS .....	15
3.1 General .....	15
3.2 Específicos .....	16
4. DELIMITACIÓN.....	16
5. HIPÓTESIS.....	17
6. METODOLOGÍA .....	17
6.1 MÉTODOS .....	17
6.2 TÉCNICAS .....	18
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>19</b>
<b>GENERALIDADES</b> .....	<b>19</b>
2.1 INTRODUCCIÓN .....	19
2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS .....	20
2.2.1 Historia del atún .....	20
2.2.2 Características y Morfología del atún .....	21
2.2.3 Reproducción .....	23
2.2.4 Alimentación.....	23
2.2.5 Variedades de Atún.....	24
2.3 SECTOR ATUNERO A NIVEL MUNDIAL.....	27
2.4 SECTOR ATUNERO EN EL ECUADOR.....	27

<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>30</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>30</b>
3.1 ANÁLISIS DE MERCADO .....	30
3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	31
3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	31
3.3.1 Análisis de la Demanda de Atún .....	32
3.3.2. Países Importadores de atún enlatado .....	33
3.3.3 Brasil .....	36
3.3.4 São Paulo.....	39
3.4 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	40
3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	43
3.5.1 La Oferta de atún a nivel mundial .....	43
3.5.2 La Producción Ecuatoriana .....	44
3.6 PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....	48
3.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA .....	50
3.8 MI OFERTA EXPORTABLE .....	53
3.9 MARKETING MIX.....	53
3.9.1 PRODUCTO .....	54
3.9.2 PRECIO.....	58
3.9.3 PLAZA O DISTRIBUCIÓN .....	59
3.9.4 PROMOCIÓN.....	61
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>63</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	<b>63</b>
4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	63
4.1.1 Factores Determinantes de localización.....	64
4.1.2 MACRO LOCALIZACIÓN .....	65
4.1.3 MICRO LOCALIZACIÓN .....	66
4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO .....	68
4.2.1 Distribución de áreas y espacios .....	68
4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	70
4.3.1 PROCESO PRODUCTIVO .....	70
3. DESCONGELADO .....	72

4.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	75
4.4.1 La Empresa.....	76
4.4.2 Objetivos de la Empresa.....	77
4.4.3 Misión .....	77
4.4.4 Visión .....	77
4.4.5 Valores .....	77
4.4.6 Organigrama Estructural .....	78
4.4.7 Manual de Funciones .....	79
4.4.8 Propuesta Operativa .....	83
4.4.9 Constitución Jurídica.....	84
4.5 ENTIDADES RELACIONADAS .....	86
4.5.1 EL CONSEJO DE COMERCIO EXERIOR E INVERSIONES (COMEXI).....	86
4.5.2 CORPORACION DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES (CORPEI) .....	87
4.5.3 FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTADORES (FEDEXPOR).....	87
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>89</b>
<b>LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN .....</b>	<b>89</b>
5.1 REQUISITOS PARA EXPORTAR.....	90
5.1.1. Obtener en Registro Único de contribuyentes.....	90
5.1.2 Registro en el Banco Corresponsal del Banco Central,.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
5.1.3 Registrarse como exportador en la Corporación Aduanera Ecuatoriana.....	90
5.1.4 Llenar la Declaración de Exportación .....	90
5.2 DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN.....	91
5.3 TRÁMITE DE EXPORTACIÓN.....	94
5.3.1 Fase de Pre-embarque .....	95
5.3.2 Fase Embarque .....	95
5.3.3 Fase Post-embarque.....	96
5.4 MEDIOS INTERNACIONALES DE PAGO .....	97
5.4.1 PREPAGO.....	98
5.4.2 GIRO A LA VISTA .....	98
5.4.2 GIRO A PLAZOS .....	98
5.4.3 CARTA DE CRÉDITO.....	98

5.5 TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO O INCOTERMS .....	100
5.5.1 EXW G (Ex - fábrica) .....	101
5.5.2 FCA (Franco Transportista) .....	102
5.5.3 FAS (Franco al costado del buque) .....	103
5.5.4 FOB (Franco a Bordo).....	103
5.5.5. CFR (Costo y flete) .....	104
5.5.6 CIF (Costo, seguro y flete).....	105
5.5.7 CPT (Transporte pagado hasta).....	106
5.5.8 CIP (Transporte y seguro pagado hasta) .....	106
5.5.9 DAF (Entrega en frontera) .....	107
5.5.10 DES (Entrega sobre buque).....	108
5.5.11 DEQ (Entrega en muelle).....	109
5.5.12 DDU ( Entrega derechos no pagados).....	110
5.5.13 DDP ( Entrega derechos pagados).....	111
5.6 VÍAS DE TRANSPORTE Y EMBALAJE.....	113
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>117</b>
<b>INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>117</b>
6.1 INVERSIÓN TOTAL .....	117
6.2 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES .....	118
6.2.1 Terreno .....	119
6.2.2 Edificaciones .....	120
6.2.3 Vehículos.....	121
6.2.4 Muebles y Enseres.....	121
6.2.5 Equipos de Oficina .....	122
6.2.6 Equipos de Cómputo .....	122
6.3 ACTIVOS DIFERIDOS.....	123
6.4 CAPITAL DE TRABAJO.....	124
6.5 FINANCIAMIENTO .....	124
6.6 CUADRO DE FUENTES Y USOS .....	125
6.7 TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	126
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>128</b>
<b>COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>128</b>

7.1 COSTOS .....	128
7.2 COSTOS FIJOS .....	128
7.3 COSTOS VARIABLES .....	129
7.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	129
7.5 GASTOS DE VENTAS .....	131
7.6 GASTO FINANCIERO .....	132
7.7 MERCANCÍA.....	133
7.8 GASTOS DE EXPORTACIÓN.....	133
7.9 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS .....	134
7.10 INGRESOS DEL PROYECTO .....	137
<b>CAPÍTULO VIII.....</b>	<b>139</b>
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA.....</b>	<b>139</b>
8.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO.....	139
8.2 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL .....	140
8.3 ESTADO DE RESULTADOS .....	141
8.4 FLUJO DE CAJA.....	143
8.5 COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL .....	145
8.6 VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	146
8.7 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	147
8.8 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).....	149
8.9 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	150
8.10 ÍNDICES FINANCIEROS.....	152
8.10.1 Rentabilidad sobre la inversión .....	152
8.10.2 Rentabilidad sobre el capital propio.....	153
8.10.3 Índice de Apalancamiento .....	153
8.10.4 Índice de Cobertura de la Deuda .....	153
8.10.5 Rentabilidad sobre ventas.....	154
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>155</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>157</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>159</b>
<b>PÁGINAS WEB .....</b>	<b>160</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>162</b>

# RESUMEN EJECUTIVO.

El sector atunero en el Ecuador es uno de los más desarrollados durante todos los tiempos, tanto que hoy en día se lo considera como la mejor zona en el Océano Pacífico para el procesamiento del atún.

En las exportaciones Ecuatorianas es uno de los sectores pioneros que ayudan en gran escala a la economía del país, por esta razón el presente proyecto está enfocado a la exportación de un producto tradicional elaborado con tecnología hacia un mercado objetivo y dinámico como es el Brasileiro.

Este proyecto también busca aportar con conocimiento a las personas involucradas en comercio exterior, desde los pequeños productores hasta grandes empresas, para que tengan una visión más amplia y clara de cómo introducir productos en mercados alternativos.

Este compendio está dividido en 8 capítulos, que contienen:

**Capítulo I La investigación:** comprende desde el problema, planteamiento del problema hasta las técnicas a utilizarse para el desarrollo del presente proyecto, se aclara que el mercado objetivo es Sao Paulo la capital del Estado con el mismo nombre, y que los métodos a utilizarse son el histórico básicamente y el inductivo apoyado por técnicas de investigación como referencia bibliográfica y observación de campo.

**Capítulo II Generalidades,** comprende un breve resumen de la historia del atún, sus principales variedades, su alimentación, reproducción; además un pequeño detalle de los países importantes a nivel mundial dentro de la industria atunera y el desarrollo del sector atunero Ecuatoriano que fundamentalmente se encuentra en Manta y Posorja.

**Capítulo III Estudio de mercado**, en este capítulo se analiza el comportamiento del mercado objetivo, la demanda posible, la oferta exportable, la demanda insatisfecha, el consumo aparente, los principales países exportadores de atún, los importadores del mismo y se concluye con un marketing mix adecuado para la penetración en el mercado.

**Capítulo IV Estudio Técnico**, dentro de este capítulo se detalla la macro y micro localización del proyecto, los factores determinantes para dicha ubicación, el tamaño del proyecto, la ingeniería, y todo lo organizacional respecto a la empresa como son los valores, misión visión, políticas, la estructura organizacional que detalla los mandos altos, medios y operativos y finalmente su constitución legal y algunos organismos relacionados.

**Capítulo V Logística de Exportación**, se hace referencia a todo lo necesario que implica el proceso de exportación, desde los requisitos para exportar, pasando por los documentos y trámites de exportación hasta los medios internacionales de cobro; además se detalla los términos internacionales de comercio exterior, y finaliza con los medios de transporte.

**Capítulo VI Inversión y Financiamiento**, en este capítulo se resume la Inversión Total, detallando todos los activos necesarios para el funcionamiento del proyecto, es decir los activos fijos y diferidos, además se explica el financiamiento a través de un cuadro llamado el de fuentes y usos.

**Capítulo VII Costos e Ingresos del Proyecto**, se detalla los costos fijos, variables necesarios para el funcionamiento de la empresa, además se especifica los gastos administrativos, de ventas, financieros, y de exportación, para finalizar se concluye con el cuadro de proyección de los costos e ingresos del proyecto a 10 años.

**Capítulo VIII Evaluación Financiera**, este capítulo reafirma la factibilidad del proyecto, con una serie de hojas contables como es el estado de situación inicial, estado de resultados, flujo de caja, y una sucesión de índices financieros que constatan la rentabilidad del proyecto, para aclarar un VAN de 73.286,93 dólares y una TIR de 49%, finalmente se incluye el punto de equilibrio y otros índices que soportan firmemente el proyecto.

Finalmente la investigación concluye con algunas recomendaciones y sugerencias que hacen énfasis en el mejoramiento de la comercialización de atún a nivel internacional.

# **CAPÍTULO I**

## **LA INVESTIGACIÓN**

### **1. EL PROBLEMA**

Proyecto de factibilidad para exportar atún enlatado al mercado de Brasil.

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Ecuador es conocido como exportador de productos tradicionales, entre ellos está el atún enlatado que ha venido liderando mercados internacionales y posicionándose en algunos otros desde hace más de 50 años; como industria se encuentra muy desarrollada especialmente en las zonas de Manta y Posorja que favorecen a la logística internacional ya que se encuentran cerca de los principales puertos de nuestro país.

Ecuador al estar localizado en la línea ecuatorial recibe la influencia de la corriente fría de Humboldt y la corriente tibia del niño, la convergencia de estas dos crea un ambiente ideal para una producción de primera y sostenible de una gran variedad de especies marinas.

Por la facilidad de su preparación, disponibilidad y precio, el atún enlatado tiene una presencia frecuente en muchos hogares a nivel mundial. Dada la diversidad de marcas en atún que existen en el mercado y el hábito creciente de consumo de productos del mar, el presente estudio busca determinar la factibilidad de exportación de atún enlatado al mercado de Brasil.

La falta de crédito para algunos empresarios involucrados en la industria pesquera ,la carencia de conocimiento sobre nuevos mercados y el comportamiento de la naturaleza como la corriente de la niña que conspira contra la captura de la especie en aguas tropicales, generan un problema en el sector atunero.

A pesar de ser el atún un producto tradicional no petrolero del Ecuador, no ha logrado extenderse a los mercados de la manera que se esperaría.

Por tal motivo los productores de atún enlatado deben buscar nuevos mercados internacionales no saturados, como la propuesta que se presenta en este proyecto de exportación de atún enlatado para Brasil.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Qué posibilidad existe de comercializar y satisfacer las necesidades del mercado brasilero con el atún enlatado?

### **1.2.1 Sistematización**

- a) Cómo impulsar normas de calidad total para cumplir con los requerimientos de los mercados internacionales.
- b) Cómo buscar mercados objetivos para el atún enlatado.
- c) Cuáles son los procedimientos para enlatar el atún.
- d) Cómo impulsar la exportación de atún enlatado.
- e) Conocer los trámites y procedimientos para la exportación a Brasil.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

La globalización, la tecnología, el comercio internacional y los acuerdos que el Ecuador ha firmado con muchos países y regiones, ofrecen amplias posibilidades para que el país fortalezca el desarrollo de la producción y comercialización en diferentes áreas, especialmente aquellas relevantes como es la industria atunera.

Brasil es un país de mínima actividad pesquera aunque cuenta con un extenso mar territorial y lo poco que produce lo exporta hacia países Europeos descuidando así su mercado local.

Brasil está dispuesto a comprar productos con valor agregado, pero no tienen variedad en su mercado.

Así el ingreso de atún enlatado en el mercado Brasileiro se convierte en una alternativa de apertura de nichos de mercado, para los productores Ecuatorianos.

El presente estudio se justifica en la falta de conocimiento de los productores y exportadores de atún enlatado para el ingreso a nuevos mercados internacionales.

También busca contribuir al desarrollo económico social del Ecuador analizando la factibilidad del presente proyecto.

## **3. OBJETIVOS**

### **3.1 General**

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la exportación de atún enlatado al mercado de Brasil.

### 3.2 Específicos

- Determinar la cantidad de producción disponible en el Ecuador para poder ofertar.
- Cuantificar la demanda posible de atún enlatado en el mercado Brasileiro.
- Conocer los requerimientos necesarios para poder comercializar con el mercado brasileiro.
- Verificar que el atún enlatado cumpla con las exigencias impuestas por Brasil para el ingreso en su mercado.
- Analizar los costos de comercialización y la relación costo beneficio
- Realizar la evaluación económico financiero del proyecto

## 4. DELIMITACIÓN

El presente proyecto se encuentra enmarcado dentro de una investigación histórica y descriptiva ya que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de datos sobre realidades de hechos.

Además se encuentra dirigido hacia el mercado Brasileiro, específicamente a la ciudad de São Paulo capital del estado de São Paulo, siendo la urbe más grande de este país y conocida también como la ciudad para hacer negocios.

**Estado:** São Paulo

**Capital:** São Paulo

**Área (km<sup>2</sup>):** 248.249,426

**Número de Municipios:** 645

**Población estimada 2009:** 11'037.593 <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Instituto Brasileño de Estadísticas y Censos

## 5. HIPÓTESIS

La exportación de atún enlatado para el mercado brasilero, será posible y rentable porque el Ecuador cuenta con la capacidad de introducirse en un nuevo mercado, generar divisas y fuentes de trabajo.

## 6. METODOLOGÍA

### 6.1 MÉTODOS

Los métodos convenientes y utilizados para esta investigación serán:

“**Método Inductivo:** método que parte de hechos particulares para llegar a la formulación de conclusiones relativas a los sucesos observados.”<sup>2</sup>

Este método se caracteriza por las etapas básicas como son: la observación y registro de los hechos, el análisis y clasificación, la derivación inductiva de una generalización a partir de los acontecimientos y la contrastación; además permite la formulación de hipótesis para luego poder o no ser demostradas.

**Método Histórico:** comprende metodologías, técnicas y directrices para recopilar información, analizarla y luego sintetizarla en base a datos históricos documentados.

**Método Hipotético-Deductivo:** mecanismo por el cual se conocen las causas, consecuencias y perspectivas de los problemas a investigar.

---

<sup>2</sup> EDIBOSCO, Vega Muñoz METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.

## 6.2 TÉCNICAS

**Investigación Bibliográfica:** se caracteriza por usar en forma predominante información de revistas, libros, documentales y periódicos.

**Investigación de Campo:** usa información obtenida a través de técnicas de observación.

# CAPÍTULO II

## GENERALIDADES

### 2.1 INTRODUCCIÓN

El atún enlatado como producto clasificado en el arancel nacional de importaciones o nomenclatura del Sistema Armonizado se encuentra en el capítulo 16 “preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos” específicamente en la sub-partida 16.04 que comprende “preparaciones y conservas de pescado, caviar y sus sucedáneos, moluscos o demás invertebrados acuáticos”; finalmente la partida arancelaria específica para el atún enlatado es la: **1604.14.10.00**

El mar a lo largo de la historia es considerado como fuente de recursos y alimentos, las riquezas que nos proporciona hace que las personas se vean obligadas a buscar maneras de aprovecharlas, elaborarlas y consumirlas.

El control en la extracción de los recursos es primordial para mantener las especies y no permitir el daño o extinción de alguna de ellas, puesto que algunas especies están en constante movimientos, incluso realizan recorridos transoceánicos.

La situación mundial en cuanto a la explotación de recursos pesqueros marinos del mundo ha variado con diferentes tendencias, pero cabe resaltar que el atún se mantiene constante en las preferencias por los consumidores, y por tal motivo la mayor parte de esta producción se destina al consumo humano.

La tendencia universal por consumir productos saludables se ve reflejada en el aumento de gustos y preferencias de los clientes por los productos del mar, entre los cuales tenemos:

pescados, sardinas, moluscos, atunes etc.

El Ecuador ofrece los siguientes tipos de atún: Atún Ojo Grande o Patudo (*Thunnus obesus*), Atún Aleta Amarilla o Albacora (*Thunnus albacares*), y Atún Barrilete o Bonito (*Katsuwonus pelamis*). Las presentaciones de exportación para estos alimentos, básicamente se dan en fresco, enlatado y congelado, puesto que se busca mantener el grado de perecibilidad con los controles de alta calidad hasta su destino ulterior.

La tecnología ha sido un factor importantísimo en el crecimiento de la industria atunera, para alcanzar la producción que demandan los mercados internacionales; no está por demás mencionar que dentro de la cadena productiva todavía existe un proceso manual que es indispensable para obtener un producto final con calidad.

## **2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

### **2.2.1 Historia del atún**

La historia del atún encuentra sus primeras documentaciones en tiempos griegos y romanos, en donde era un alimento muy acechado y ya Aristóteles registraba la pesca de este pez por los Fenicios que partían desde Cadíz; una vez pescados los preservaban, los ponían en jarros y los llevaban a Cartago donde no solo lo consumían sino que lo exportaban por todo el Mediterráneo.

Los puertos de Gibraltar hasta el mar Negro fueron lugares de observación de las migraciones de estos grandes pescados, dando aviso a la flota pesquera la disponibilidad de este animal en el mar para que sea capturado a través de una almadraba, es decir una técnica que consistía en instalar un laberinto de redes al paso de los atunes; paralelamente a esta actividad se desarrollaron varias ciudades con gran movimiento comercial.

“Muchos años más tarde entre 170 y 235 después de Cristo, Claudius Aelianus autor de “De natural animalium” dijo que el atún podía conocer el cambio de las estaciones y los solsticios,

en la actualidad se sabe que esto se debe a la capacidad de medir la luz mediante el aparato pineal situado en su cerebro, y así sus migraciones responden al cambio de la intensidad de la luz en las estaciones del año”<sup>3</sup>

Con el tiempo algunos filósofos, gastrónomos, escritores se dedicaron a investigar las maneras de preparar este alimento y lograron recopilar consejos, recetas y todo un vocabulario para el atún, básicamente desarrollado en Italia, Sicilia y Cedeña; de esta manera se dispersó el hábito de consumo de este nuevo producto.

Hoy en día el atún es conocido mundialmente y su captura se realiza en los Océanos Pacífico, Atlántico e Índico, siendo algunos países los destacados como consumidores, otros como compradores y unos cuantos más como vendedores o exportadores. Es así que la industria atunera ha venido desarrollándose y expandiéndose desde muchos años atrás logrando en la actualidad ser una fuente sustentable en la economía de algunos países y cultivando un hábito de consumo en la gente por productos saludables del mar.

### **2.2.2 Características y Morfología del atún**

Los túnidos en su estructura están formados por dos aletas dorsales bien separadas, una aleta anal, pectoral, pélvica y una caudal; su cuerpo es relleno, su cola es bifurcada y musculosa lo que le ayuda a obtener fuerza motriz, está cubierto de escamas que cubren su dura y resistente piel, son pequeñas lisas y su piel poseen un mucus que reduce la fricción con el agua, su dorso presenta un color azulado oscuro y su vientre color plata sin manchas, en los peces jóvenes presentan líneas verticales y puntos claros en el lugar bajo del cuerpo con aletas gris azuladas.

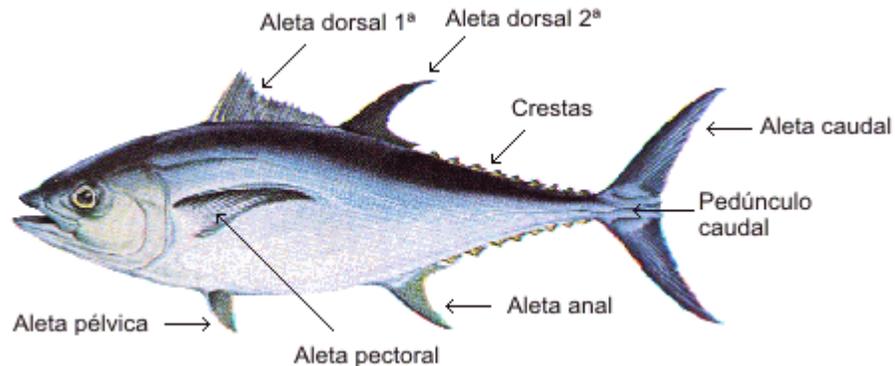
Las características morfológicas de estos peces les permite ser unos excelentes nadadores, ya que tienen cuerpo fusiforme con su sistema vascular muy desarrollado manteniendo la temperatura corporal por encima de la del agua en la que nadan, cabeza pronunciada en forma de pirámide triangular y una boca pequeña, los atunes por naturaleza son peces emigrantes y

---

<sup>3</sup> Club de la mar

pueden nadar grandes distancias y alcanzar velocidades de hasta 70 kilómetros por hora realizando rutas de 14 a 50 km diarios.

**Gráfico 1**



**Fuente:** Wikipedia, la enciclopedia libre.

Los atunes son peces voraces y sensibles al cambio de temperatura por este hecho viven alrededor de mares y océanos, algunas especies se encuentran hasta 400 metros de profundidad.

La sangre del atún tiene la capacidad de transportar oxígeno mucho más que cualquier otra especie consecuentemente la carne es de color rosado no blanca como las demás especies.

“Su talla oscila entre 3 y 4 m y su peso puede variar entre 400 y 900 kg. Es un pez emigrante y pelágico, que nada cerca de la superficie formando pequeños bancos. Busca aguas con temperaturas superiores a los 10 °C de 17 a 33 °C. Alcanza la madurez sexual a los 4 ó 5 años, cuando mide de 1 a 1,2 m pesando de 16 a 27 kg. Se estima que su vida media es de 15 años.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Wikipedia, la enciclopedia libre

### **2.2.3 Reproducción**

La etapa de reproducción de los atunes generalmente ocurre en la noche, todo el año y depende mucho de la temperatura, con frecuencia se realiza cerca de las costas el desove, no se tiene muy claro como lo realizan pero se conoce que la hembra se aísla del cardumen para desovar y el macho también realiza el aislamiento, fecundando así huevos que posteriormente eclosionarán y se alimentarán de la yema para luego comer plancton. Los huevos son pelágicos, esféricos, transparentes y flotantes.

“Los peces recién procreados nadan cerca de la superficie durante 4 o 5 años y después se dirigen a las profundidades hasta alcanza su estado adulto mayor y mayor talla.”<sup>5</sup>

### **2.2.4 Alimentación**

Los atunes para su alimentación básicamente responden a dos estímulos principales entre ellos el olfativo y visual.

Al olfativo porque responden a sustancias químicas liberadas por sus presas a ser devoradas y el visual porque se basa en el brillo, tamaño y movimientos de sus presas con colores brillantes.

El atún se alimenta de pequeños peces entre ellos jureles, anchoas, cefalópodos, calamares sardinas etc.

---

<sup>5</sup> Club de la mar

### 2.2.5 Variedades de Atún

Los atunes son un género de una docena de especies de peces que viven en el océano de la familia de los Scombridae.

Entre los más destacados tenemos:

“**Thunnus thynnus** o mejor conocido como atún aleta azul, rojo o cimarrón, es una especie de atún que vive en el oeste del Océano Atlántico, este del Mar Mediterráneo y el Mar Negro.

Esta especie puede llegar a medir más de dos metros y pesar más de 300 kg. Es un pez pelágico, que pasa su vida en aguas libres, y se alimenta básicamente de otros peces más pequeños, entre ellos sardinas, caballas, y jureles

Esta variedad está actualmente en peligro de extinción por eso la preocupación de los organismos internacionales para preservar la especie.

#### Clasificación científica

<b>Reino:</b>	Animalia
<b>Filo:</b>	Chordata
<b>Clase:</b>	Actinopterygii
<b>Orden:</b>	Peciformes
<b>Familia:</b>	Scombridae
<b>Género:</b>	Thunnus
<b>Especie:</b>	T thynus

**Thunnus Alalunga** o conocido como albacora o bonito del norte: esta especie se encuentra distribuida en todo el mundo ya que busca las aguas tropicales y los océanos templados, básicamente su pesca se la efectúa en el Mar Mediterráneo y Mar Cantábrico.

Tiene una longitud de hasta 140 cm y pesos de hasta 60 kg, se le diferencia del atún rojo porque posee una aleta pectoral más grande que la del atún común y unas rayas oblicuas de color oscuro en ambos lados de la zona dorsal.

#### **Clasificación científica**

<b>Reino:</b>	Animalia
<b>Filo:</b>	Chordata
<b>Clase:</b>	Actinopterygii
<b>Orden:</b>	Peciformes
<b>Familia:</b>	Scombridae
<b>Género:</b>	Thunnus
<b>Especie:</b>	T Alalunga

**Thunnus Albacares** o conocido como atún de aleta amarilla o rabil: esta especie se encuentra en todo el mundo alrededor de los mares tropicales y subtropicales, el tamaño pueden llegar a 239 cm de longitud y 200 kg en peso.

Su aleta dorsal y anal son muy brillantes que debido a esto se le ha dado el nombre común de atún aleta amarilla, generalmente estos peces se asocian en cardúmenes con otras especies marinas del mismo tamaño consecuentemente son aliados con delfines, ballenas y tiburones.

#### **Clasificación científica**

<b>Reino:</b>	Animalia
<b>Filo:</b>	Chordata
<b>Clase:</b>	Actinopterygii
<b>Orden:</b>	Peciformes
<b>Familia:</b>	Scombridae
<b>Género:</b>	Thunnus
<b>Especie:</b>	T Albacares

**Katsuwonus pelamis** o conocido como listado o bonito: se encuentra en las aguas tropicales de todo el mundo, puede alcanzar hasta 1 metro de longitud y es un pez comercialmente cotizado que se lo utiliza para la venta en congelado y con mayor frecuencia en enlatados.

#### **Clasificación científica**

<b>Reino:</b>	Animalia
<b>Filo:</b>	Chordata
<b>Clase:</b>	Actinopterygii
<b>Orden:</b>	Peciformes
<b>Familia:</b>	Scombridae
<b>Género:</b>	Thunnus
<b>Especie:</b>	Katsuwonus

**Thunnus Obesus** también conocido como patudo se localiza en aguas tropicales y templadas de los mares y océanos pero no en el Mediterráneo, su tamaño oscila entre 60 y 250 cm y su peso puede llegar hasta 400 libras. Su vida puede llegar a 12 años. Su desove se ha registrado en junio y julio en el noroeste del Atlántico tropical y en enero y febrero en el Golfo de Guinea en el Atlántico este.

#### **Clasificación científica**

<b>Reino:</b>	Animalia
<b>Filo:</b>	Chordata
<b>Clase:</b>	Actinopterygii
<b>Orden:</b>	Peciformes
<b>Familia:</b>	Scombridae
<b>Género:</b>	Thunnus
<b>Especie:</b>	T Obesus” <sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Wikipedia, la enciclopedia libre

## **2.3 SECTOR ATUNERO A NIVEL MUNDIAL**

En el ámbito internacional los países exportadores de conservas y preparaciones a base de atún son: Tailandia, España, Ecuador, Filipinas, Indonesia, Costa de Marfil y algunas islas como Ghana y Mauricio.

Por otro lado tenemos los países importadores de atún, entre los cuales se destacan: Estados Unidos, Italia, Francia, Alemania, España, Portugal, Holanda entre algunos otros.

Cabe mencionar que Japón es un país importante en cuanto a la captura de atún, sino que su abastecimiento es para consumo local básicamente para la preparación de sus comidas típicas entre las cuales se encuentran el sashimi, además es un país importador de productos en fresco y congelados más que procesados.

Se debe resaltar que la Unión Europea es sin duda un mercado relevante para la comercialización de productos del mar, ya que los consumidores demandan este tipo de alimentos, y consecuentemente el precio tiende a ser beneficioso para los exportadores.

## **2.4 SECTOR ATUNERO EN EL ECUADOR**

La actividad atunera en el Ecuador se inicia en 1952 principalmente en el Puerto de la ciudad de Manta con la industrialización del procesamiento del atún, al mismo tiempo se desarrollaba la flota pesquera que sin duda alguna sus comienzos estaban integrados por pequeñas embarcaciones con capacidad limitada, años más tarde se impulsa con mucha fuerza el sector hasta el punto que hoy en día es una de las flotas pesqueras más importantes en el Océano Pacífico Oriental.

Las mayoría de plantas procesadoras trabajan en Manta pero actualmente Posorja se ha añadido al desarrollo de la industria atunera puesto que cuenta con grandes empresas dentro de su territorio.

Las especies capturadas y preferidas por empresas industrializadoras del Ecuador son:

**Atún Ojo Grande o Thunnus obesus:** “esta variedad tiene tamaño promedio 160 cm y su peso varía entre 27 y 127 kg, se lo captura durante todo el año, pero su período de abundancia es durante el primero y cuarto trimestre.

**Gráfico 2**



**Fuente:** Fadio

**Atún Aleta Amarilla o Thunnus albacares:** su tamaño promedio es de 130 cm y su peso varía entre 55 y 66 Kg. La mejor época para la captura de esta variedad es desde mayo a septiembre de cada año.

**Gráfico 3**



**Fuente:** Westernangler

**Atún Barrilete, Bonito o Katsuwonus pelamis:** su tamaño promedio es de 70 cm y su peso promedio varía entre 6 y 7 Kg.”<sup>7</sup>

**Gráfico 4**



**Fuente:** Westernangler

Ecuador respeta las vedas exigidas por la Comisión Interamericana de Atún Tropical para proteger el atún ojo grande y mantiene su posición en cuanto a las medidas de conservación del atún ya que esto es importante para el país y la región, generalmente las vedas duran de 30 a 42 días.

Las industrias ecuatorianas atuneras hoy en día cuentan con procesos de alta calidad ya que han adoptado certificaciones como la ISO y regulaciones internacionales para asegurar la eficiencia de los sistemas de control de calidad y seguridad animal.

---

<sup>7</sup> Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones

# **CAPÍTULO III**

## **ESTUDIO DE MERCADO**

“La investigación de mercado es el proceso sistemático de recopilar, registrar y analiza todos los datos relacionados con los problemas en la creación y comercialización de bienes y servicios”<sup>8</sup>

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados en un espacio de tiempo definido.”<sup>9</sup>

La investigación de mercado busca estudiar el entorno general de la empresa como lo social, económico, infraestructura entre otros; el análisis del consumidor en cuanto a lugares, hábitos y preferencias; y por último una comprensión esencial de la competencia.

### **3.1 ANÁLISIS DE MERCADO**

“Se trata de la recopilación y análisis de antecedentes que permitan determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o un servicio para atender las necesidades de los consumidores y aprovechar las oportunidades que ofrece ese mercado”<sup>10</sup>

El estudio de mercado busca analizar con cautela la oferta, la demanda, los precios y la

---

<sup>8</sup> BOYD, Harper “ Investigación de Mercados, textos y casos” Balderas – México 1990

<sup>9</sup> ECON. BARRENO Luis , “MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS”, Quito

<sup>10</sup> BACA Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos” Mc Graw Hill, México Cuarta Edición 2001

comercialización de un bien o un servicio; la importancia de este estudio radica en que constituye un primer gran paso para saber la viabilidad en la ejecución de un proyecto.

El presente análisis de mercado está basado en el uso de herramientas de investigación especialmente con información recopilada de estadísticas del Banco Central del Ecuador, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO), Corporación de Promoción de las Exportaciones e Inversiones (Corpei), y la Embajada de Brasil en Quito.

### **3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El presente estudio tiene como objetivo crear una noción clara de los consumidores que adquirirán atún enlatado en Brasil a un precio determinado, además busca indicar todas las características del producto para que este sea aceptado por un segmento de clientes, sin dejar de lado los canales de distribución y los medios publicitarios actuales para lograr una mejor acogida.

### **3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores desean adquirir en un lapso de tiempo, un lugar específico, y a un precio determinado, para satisfacer sus necesidades.

El análisis de la demanda comprende la identificación cuantitativa de los posibles clientes para un producto ofrecido a partir del estudio de datos históricos y evolutivos de una sociedad.

Se debe entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda, etc.

Este estudio permitirá determinar la cantidad de atún que el mercado Brasileño requerirá, y cuánto podrá el presente proyecto satisfacer esa demanda.

### 3.3.1 Análisis de la Demanda de Atún

La demanda mundial de atún está en constante crecimiento y se ve afectada durante los años por los niveles de captura mundiales, la situación climática, los tipos de cambio real, la calidad del producto, los costos, el transporte, entre algunos otros factores que determinan la competitividad en mercados internacionales.

La industria pesquera y acuícola es fuente de riqueza de algunas economías por lo que cada año se busca mejorar las técnicas de pesca y el proceso de industrialización para ofrecer productos derivados del atún con excelente calidad, y además optimizar recursos.

A nivel mundial las capturas de atún superan fácilmente el millón de toneladas métricas, las mismas que se efectúan en el océano Pacífico, Índico, Atlántico y Mar Mediterráneo.

“En el 2006, más de 110 millones de toneladas (77%) de la producción mundial de pescado se destinaron al consumo humano directo. Prácticamente toda la cantidad restante, 33 millones de toneladas, se destinaron a productos no alimentarios, en concreto a la elaboración de harina y aceite de pescado.

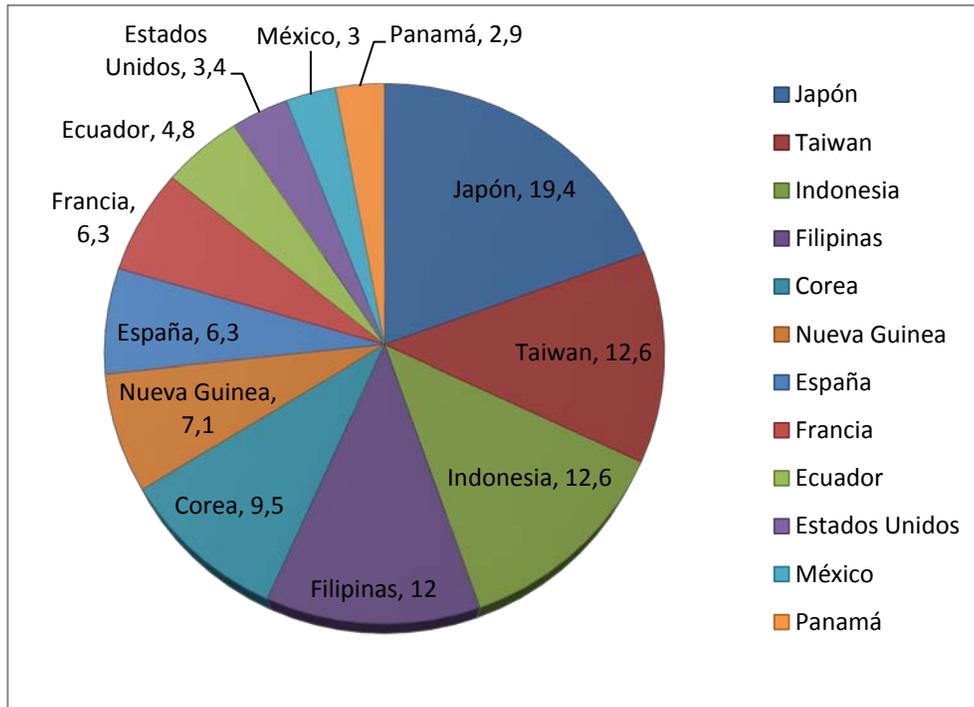
En el 2006, el 48,5 % del pescado destinado al consumo humano se encontraba vivo y fresco, ya que esta forma suele ser la preferida y la comercializada a precios más elevados. El 54% (77 millones de toneladas) de la producción mundial de pescado fue sometida a alguna forma de elaboración. El 74% (57 millones de toneladas) de este pescado elaborado se empleó en la fabricación de productos para consumo humano directo en forma congelada, curada, y preparada o preservada, y el resto en usos no alimentarios.

Los túnidos alcanzaron un máximo con una captura mundial total de más de 6,4 millones de toneladas.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> FAO, EL ESTADO MUNDIAL DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA 2008

**Cuadro 1**  
**CAPTURAS DE ATÚN POR LOS DIFERENTES PAÍSES DURANTE EL 2007**



**Fuente:** Departamento de Pesca y Acuicultura, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

**Elaborado por:** Priscila Díaz.

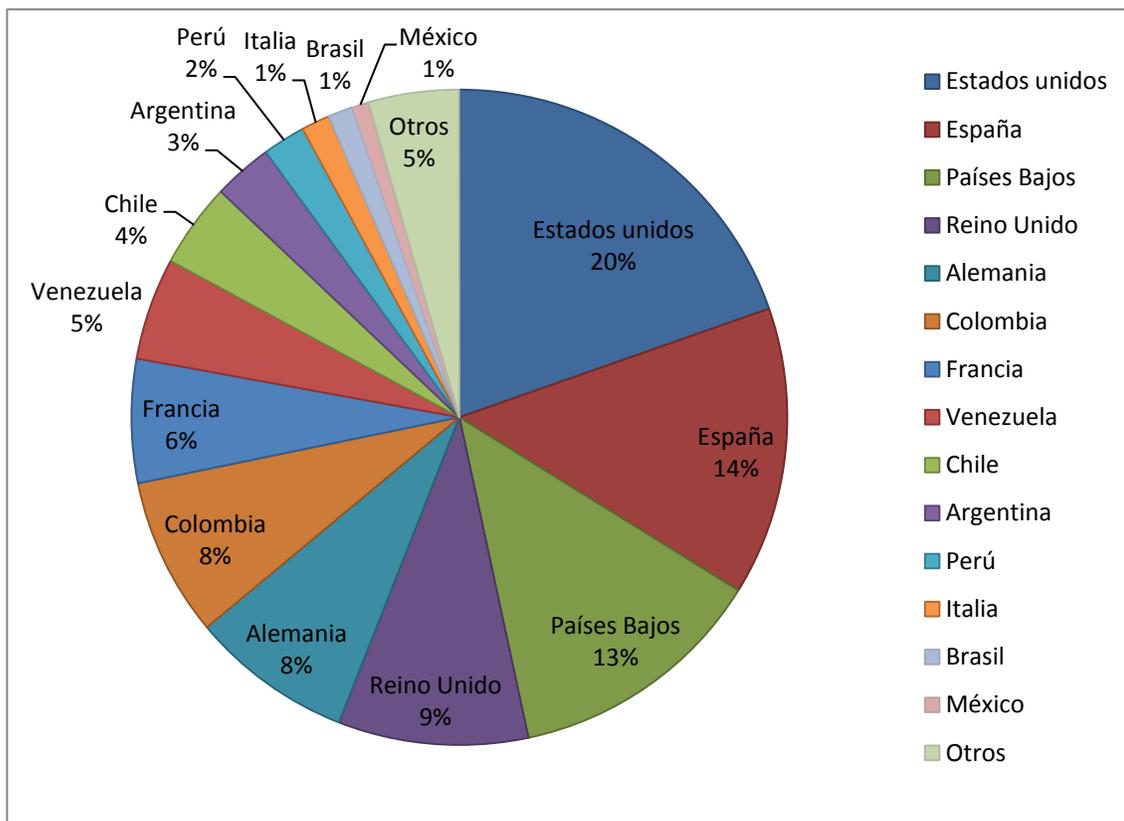
### 3.3.2. Países Importadores de atún enlatado

Cuando hablamos de demanda en conservas de atún, es importante mencionar que la Unión Europea es un mercado económicamente activo, en creciente demanda por productos de esta naturaleza, así tenemos países como: Italia, Francia, Alemania, Reino Unido, Portugal, Holanda entre algunos otros, los consumidores de atún.

Además Estados Unidos mantiene un perfil alto como comprador de atún enlatado, esto quiere decir básicamente que el atún es aceptado en la mayoría de culturas del mundo, por lo que no se excluye mercados sudamericanos como el propuesto en este proyecto Brasil.

En el Ecuador la producción nacional en gran parte está destinada a mercados internacionales y a satisfacer necesidades de consumidores exigentes.

**Cuadro 2**  
**DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ATÚN ENLATADO POR EL ECUADOR**  
**EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, DESDE ENERO DEL 2004 A ENERO DEL 2009**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Priscila Díaz

El atún Ecuatoriano es el tercer producto más exportado en la última década, según los datos estadísticos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, entre los principales destinos están: Estados Unidos, España, Holanda, Reino Unido, Alemania entre otros.

Brasil también consta en las estadísticas como país importador de atún enlatado, aunque en menor grado; es decir si existe mercado potencial pero falta desarrollarlo.

A continuación se presentan las exportaciones Ecuatorianas de atún enlatado hacia Brasil en los últimos años.

Las estadísticas están basadas desde enero del 2005 a diciembre del 2009, es decir un período de cinco años.

**Cuadro 3**  
**EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE ATÚN ENLATADO A BRASIL**

<b>AÑOS</b>	<b>SUBPARTIDA NANDINA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FOB -DÓLAR</b>
2005	1604.14.10.00	Atún	237.369,85
2006	1604.14.10.00	Atún	310.701,35
2007	1604.14.10.00	Atún	332.186,33
2008	1604.14.10.00	Atún	412.564,55
2009	1604.14.10.00	Atún	513.418,95
			1'806.241,03

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Priscila Díaz

Como se puede observar en el cuadro, las exportaciones en los últimos cinco años han ido incrementando de manera razonable por lo que se mantiene el interés en la exportación hacia este mercado tan amplio como lo es el Brasileño.

La producción nacional en gran parte está destinada a mercados internacionales, sin embargo

se debe renovar los mercados y posicionarse en algunos otros.

### **3.3.3 Brasil**

#### **Geografía**

Brasil se encuentra en la mitad oriental de América del Sur y cuenta con varios grupos de islas en el Océano Atlántico entre ellas el archipiélago de San Pedro y San Pablo, Fernando de Noronha, Trindade e Martim Vaz y Atol das Rocas.

Por su extensión que alcanza los 8,5 millones de kilómetros es considerado el quinto país más populoso del mundo, además posee una riqueza muy grande en biodiversidad; su geografía es variada ya que posee zonas montañosas, semiáridas, planicies tropicales, subtropicales y templadas.

#### **Límites**

**Norte:** Colombia, Venezuela, Guyana, Surinam y Guyana Francesa

**Sur:** Argentina, Uruguay y Paraguay

**Este:** Océano Atlántico

**Oeste:** Bolivia y Perú

#### **Clima**

El clima predominante es el tropical, aunque puede variar según la altitud y latitud de las zonas, en Brasil cambia el tiempo desde lo seco del noreste al lluvioso clima tropical, ecuatorial, subtropical y templado del sur.

Gracias a su exquisito relieve Brasil es calificado un país húmedo con el tiempo cambiante especialmente en la parte sur.

## Gobierno y Política

Brasil es una República Federativa Presidencialista, de acuerdo a su constitución de 1988.

El poder ejecutivo es ejercido por el presidente que cumple con las labores de jefe de Estado, y es elegido cada 4 años.

Además se elige un Congreso Nacional que será la esencia del poder legislativo que se divide en la Cámara de Diputados y el Senado Federal.

El poder judicial está basado en el Supremo Tribunal Federal que es el organismo responsable para interpretar y hacer cumplir la constitución.

## Organización Política

Brasil está dividido en 26 Estados y el Distrito Federal

**Gráfico 5**



**Fuente:** Brasil embassy

Según el Instituto Brasileño de Estadística y Censo entre las principales ciudades se encuentran:

- São Paulo
- Río de Janeiro
- Salvador
- Brasilia

- Fortaleza
- Belo Horizonte
- Curitiba
- Manaus
- Recife
- Belém
- Porto Alegre
- Guarulhos
- Goiânia

## Datos Básicos

**Cuadro 4**  
**DATOS BÁSICOS DE BRASIL**

Nombre Oficial	República Federativa del Brasil
Capital	Brasilia
Idioma Oficial	Portugués
Moneda	Real
Superficie Total	8'514.877 km <sup>2</sup>
Superficie Marítima	55.460 km <sup>2</sup>
Superficie Continental	8'459.417 km <sup>2</sup>
Población	191'840.796 habitantes
Densidad	22,3 hab/ km <sup>2</sup>
Recursos Naturales	Oro, plata, manganeso, níquel, platino, uranio, petróleo
Productos Agrícolas	Café, trigo, arroz, maíz, caña de azúcar, soya, frutos cítricos
Principales Industrias	Agricultura , manufactura y servicios

**Elaborado por:** Priscila Díaz

**Fuente:** CIA World Factbook

**Cuadro 5**  
**INDICADORES MACROECONÓMICOS**

---

PIB Nominal	\$1.993 trillones (2008est.)
PIB Per cápita	10,200 (2008est.)
PIB tasa de crecimiento	5.1% (2008est.)
Exportaciones	197.9 billones (2008est.)
Importaciones	\$173.1 billones (2008est.)

---

**Elaborado por:** Priscila Díaz

**Fuente:** CIA World Factbook

### **3.3.4 São Paulo**

São Paulo es la capital del Estado de São Paulo y conocida como la ciudad con la mayor población y el mejor centro financiero del país.

Es el municipio más populoso con una población de 11'037.593 de habitantes aproximadamente al año 2009 según El Instituto Brasileño de Estadísticas y Censos.

Su clima es subtropical con una temperatura promedio de 20,7 grados Celsius, el mes más caliente es febrero con una temperatura promedio de 24 grados y julio el mes más frío posee una temperatura promedio de 11 grados Celsius.

**Límites:**

**Norte:** municipio de Caieras y Mariporã

**Sur:** Sao Vicente, Mongaguá e Itanhaém

**Este:** Itaquaquecetuba, Poá y Ferraz de Vasconcelos

**Oeste:** Juquitiba, Embuguacu, Itapecerica da Serra, Taboao da serra, Cotia y Osasco

**Gráfico 6**



**Fuente:** e- destinos

Sin duda alguna Sao es una ciudad importante desde el punto de vista social, cultural y económico.

### **3.4 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA**

Para la proyección de la demanda se utilizará el Modelo de regresión lineal simple, en el cual la variable dependiente se predice en función de una sola variable independiente.

La forma de la ecuación de regresión lineal es:  $Y'c = a + bx$ ; donde:

**Y'c:** valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable independiente X1

**a:** el punto de intersección de la línea de regresión con el eje X2

**b:** es la pendiente de la línea de regresión.

**Fórmulas:**

$$a = \frac{\sum Y}{N} \qquad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

**Datos históricos de la demanda:**

**Cuadro 6**  
**Brasil: DEMANDA DE ATÚN EN TONELADAS.**

<b>N</b>	<b>Años</b>	<b>Demanda (Y)</b>	<b>X</b>	<b>(X*Y)</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>
1	1994	67395	-4,5	-303277,5	20,25	4542086025
2	1995	79635	-3,5	-278722,5	12,25	6341733225
3	1996	78928	-2,5	-197320	6,25	6229629184
4	1997	35767	-1,5	-53650,5	2,25	1279278289
5	1998	45266	-0,5	-22633	0,25	2049010756
6	1999	68958	0,5	34479	0,25	4755205764
7	2000	99409	1,5	149113,5	2,25	9882149281
8	2001	112022	2,5	280055	6,25	12548928484
9	2002	112022	3,5	392077	12,25	12548928484
10	2003	112022	4,5	504099	20,25	12548928484
<b>Total</b>		811424		504220	82,5	72725877976

**Fuente:** FAO

**Elaborado por:** Priscila Díaz

**Reemplazando en las ecuaciones para la obtención de a y b se tiene:**

$$a = \frac{811424}{10} = 81142,4$$

$$b = \frac{504220}{82,5} = 6111,76$$

Reemplazando en la ecuación lineal de proyección, se determina la demanda para los siguientes años:

$$Y = a + bx$$

<b>Y2004</b>	=	81142,4	+	6111,76	X	=	<b>157539,37</b>				
	=	81142,4	+	6111,76	5,5	=					
	=	<b>114757,07</b>									
<b>Y2005</b>	=	81142,4	+	6111,76	X	<b>Y2012</b>	=	81142,4	+	6111,76	X
	=	81142,4	+	6111,76	6,5		=	81142,4	+	6111,76	13,5
	=	<b>120868,82</b>					=	<b>163651,13</b>			
<b>Y2006</b>	=	81142,4	+	6111,76	X	<b>Y2013</b>	=	81142,4	+	6111,76	X
	=	81142,4	+	6111,76	7,5		=	81142,4	+	6111,76	14,5
	=	<b>126980,58</b>					=	<b>169762,88</b>			
<b>Y2007</b>	=	81142,4	+	6111,76	X	<b>Y2014</b>	=	81142,4	+	6111,76	X
	=	81142,4	+	6111,76	8,5		=	81142,4	+	6111,76	15,5
	=	<b>133092,34</b>					=	<b>175874,64</b>			
<b>Y2008</b>	=	81142,4	+	6111,76	X	<b>Y2015</b>	=	81142,4	+	6111,76	X
	=	81142,4	+	6111,76	9,5		=	81142,4	+	6111,76	16,5
	=	<b>139204,10</b>					=	<b>181986,40</b>			
<b>Y2009</b>	=	81142,4	+	6111,76	X	<b>Y2016</b>	=	81142,4	+	6111,76	x
	=	81142,4	+	6111,76	10,5		=	81142,4	+	6111,76	17,5
	=	<b>145315,85</b>					=	<b>188098,16</b>			
<b>Y2010</b>	=	81142,4	+	6111,76	X	<b>Y2017</b>	=	81142,4	+	6111,76	X
	=	81142,4	+	6111,76	11,5		=	81142,4	+	6111,76	18,5
	=	<b>151427,61</b>					=	<b>194209,92</b>			
<b>Y2011</b>	=	81142,4	+	6111,76	x	<b>Y2018</b>	=	81142,4	+	6111,76	X
	=	81142,4	+	6111,76	12,5		=	81142,4	+	6111,76	19,5
							=	<b>200321,67</b>			

## **3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta se la puede describir como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuestos a ofrecer en un mercado y a un precio determinado.

La importancia del análisis de la oferta es determinar la cantidad y las condiciones en que un país puede brindar un bien o servicio.

### **3.5.1 La Oferta de atún a nivel mundial**

En el mundo las áreas de captura de atún están distribuidas a lo largo de los océanos, ya que estas especies viajan alrededor del mundo, buscando mejores temperaturas y en sus movimientos pueden realizar viajes transoceánicos.

“La distribución mundial de la producción de atún experimentó un cambio completo marcado por la desconcentración de las capturas y de las fábricas de conserva de atún. Los nuevos polos de capturas de atún son el sudeste asiático (Taiwan, Indonesia, Filipinas, y Corea del Sur) y América del Sur (Ecuador, México y Venezuela). Los nuevos polos de la conserva son el sudeste asiático (Tailandia, Filipinas, Indonesia), América del Sur, África (Costa de Marfil, Senegal y Ghana) y la región del océano Índico occidental (las islas Seychelles, Isla Mauricio y Madagascar). Esta evolución ha contribuido a atenuar el dominio de Estados Unidos y Japón, mientras que la Unión Europea mantiene un nivel de desarrollo regular, lo que sitúa su volumen de actividad a nivel de los principales productores.

En Asia la producción de atún en conserva se concentra en Tailandia (269.400 toneladas), el mayor productor mundial, Japón en retroceso delante de Tailandia (62.100 toneladas), Filipinas (80.000 toneladas) estimadas, Irán (42.500 toneladas), e Indonesia (38.000 toneladas).

La industria tailandesa de atún en conserva se ha desarrollado en solo diez años y está

orientada esencialmente hacia la exportación (Estados Unidos, Oriente Medio, y la Unión Europea. Utiliza material bruto importado de Taiwán y Japón”<sup>12</sup>

La industria atunera como tal está concentrada en algunos países, entre los principales exportadores de atún enlatado se encuentran: Tailandia, España, Ecuador, Filipinas, Costa de Marfil, algunas islas como Ghana etc.

Las razones por las cuales los países asiáticos tienen un mayor movimiento comercial en esta industria se debe a los bajos costos de mano de obra, el apoyo del gobierno con políticas que incentivan la producción, el bajo arancel impuesto para la importación de equipos necesarios en la industria, mayores y mejores tasas de crédito a los empresarios.

### **3.5.2 La Producción Ecuatoriana**

#### **EL ECUADOR**

El Ecuador ubicado en la costa noroeste de América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico que baña el perfil ecuatoriano.

Las costas del país se sitúan frente al Océano Pacífico y sufren la influencia de las aguas frías de la corriente de Humboldt, que proviene del Perú en el sur, y de corrientes de aguas tropicales del norte.

La superficie del Ecuador es de 256.370 kilómetros cuadrados, siendo uno de los países más pequeños de América del Sur, su población actual es de 14'031.216 habitantes según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

---

<sup>12</sup> LA RAMA ATUNERA EUROPEA BALANCE ECONÓMICO, PERSPECTIVAS Y ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS DE LA LIBERACIÓN DEL COMERCIO, 2006

**Gráfico 7**



**Fuente:** Imágenes google

El sector de la pesca y la acuicultura es determinante para el desarrollo social y económico del Ecuador. En los últimos años la pesca de atún y la acuicultura de camarón han sido actividades productivas importantísimas para el crecimiento económico del país.

Manta es la zona atunera principal en el Ecuador: limita, al norte y al oeste con el Océano Pacífico, al sur con el cantón Montecristi y al este los cantones Montecristi y Jaramijó, su ubicación es estratégica para el ingreso de todo tipo de embarcaciones, ya que se encuentra en el centro del litoral Ecuatoriano.

Exactamente su ubicación se describe así: a 00 grados, 55 minutos y 35 segundos de latitud sur y a 80 grados, 43 minutos y 02 segundos de longitud oeste. Su clima es lluvioso y seco, sus temperaturas oscilan entre 25° y 31° centígrados, ya que se encuentra dentro de la costa ecuatoriana.

## Gráfico 8 MANTA



Fuente: Gobierno de Manabí

## ÁREAS DE PESCA

“La mayor parte de la explotación pesquera del Ecuador se efectúa en sus aguas jurisdiccionales (200 MN), y en áreas adyacentes; sin embargo, los buques cerqueros de la flota atunera con más de 600 TRN, cuya autonomía supera a los 90 días, realizan capturas en aguas más distantes, inclusive en el Pacífico Central.

La producción pesquera total del Ecuador, entre 1990-1999, alcanzó en promedio, 403.939 TM/año peso entero, y un valor de más de mil millones de USD/año, considerando el valor de las exportaciones pesqueras totales del Ecuador (sobre la base de estimaciones de la FAO, 2001)

Las aguas marinas ecuatorianas están incluidas en el área de pesca número 87 (Área de pesca establecida, con fines estadísticos, por la FAO y esta área 87 va desde 05° Lat. N. (Colombia) hasta 60° Lat. S. (Chile) y desde la costa sudamericana hasta los 120° Long. O)

Además de las naciones ribereñas de esta zona (Colombia, Ecuador, Perú y Chile) en el área 87 operan anualmente en la pesca pelágica oceánica, flotas de unas 15 a 18 naciones, con las cuales compite la flota industrial atunera ecuatoriana”<sup>13</sup>

Las empresas que ejercen esta actividad en ocasiones tienen apoyo de buques extranjeros asociados con mayor experiencia en pesquería así como capacidad técnica para lograr una amplia captura más allá de las 200 millas marítimas.

Actualmente la pesca de atún en el Océano Pacífico Oriental está sujeta a regulaciones, limitaciones, cuotas anuales y vedas adoptadas por la Comisión Interamericana del Atún Tropical.

## **CAPACIDAD DE LA INDUSTRIA**

La flota atunera ha ido creciendo paulatinamente en capacidad de captura. En 1960 tenía una capacidad de 7 a 8 mil toneladas de captura hasta llegar actualmente a unas 180.000 toneladas y pasar a liderar las capturas de atún en el Océano Pacífico Oriental.

Después de los 80 Manta empieza a recibir embarcaciones de más de 200 toneladas, hasta los 90 en que se incorporan los barcos de 600 hasta 1.300 toneladas de capacidad.

La capacidad de procesamiento del país bordea las 400.000 toneladas de atún según la Cámara Nacional de Pesquería, hay suficiente capacidad instalada con las aproximadamente 20 plantas procesadoras ubicadas la mayoría en Manta; además Ecuador es catalogado como el centro más grande de procesamiento dentro del Pacífico.

La industrialización del atún en lata va desde la recepción y clasificación de la materia prima, pasando por limpieza, pre cocido, envasado, hasta su etiquetado y empaçado.

---

<sup>13</sup> PLAN DE ORDENAMIENTO DE LA PESCA Y ACUICULTURA DEL ECUADOR.

### Cuadro 7

#### PRINCIPALES EXPORTADORES DE ATÚN EN CONSERVA

Conservas Isabel Ecuatoriana S.A
Industria Ecuatoriana Productora de Alimentos C . A "Inepaca"
Empresa Pesquera Ecuatoriana S.A "Empesec"
Industria Conservera de la Pesca Cía Ltda "Incopes"
Negocios Industriales Real S.A "Nirsa"
Eurofish
Marbelize
Olimar S.A
Exportadora Spaglio S.A
Salica del Ecuador
Tecopesca

Fuente: Corpei

Elaborado por: Priscila Díaz.

### 3.6 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Se utilizará como herramienta el método de regresión lineal simple; matemáticamente, la ecuación es:

$$Y'c = a + bx$$

Fórmulas adicionales para el cálculo:

$$a = \frac{\sum Y}{N}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum x^2}$$

$$a = \frac{4580551}{10} = 458055,1$$

$$b = \frac{899459}{82,5} = 10902,53$$

Datos históricos de la oferta:

**Cuadro 8**  
**Ecuador: PRODUCCIÓN DE ATÚN EN TONELADAS**

<b>N</b>	<b>Años</b>	<b>Producción TM(Y)</b>	<b>X</b>	<b>(X*Y)</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>
1	1994	274060	-4,5	-1233270	20,25	75108883600
2	1995	461223	-3,5	-1614280,5	12,25	2,12727E+11
3	1996	673841	-2,5	-1684602,5	6,25	4,54062E+11
4	1997	534553	-1,5	-801829,5	2,25	2,85747E+11
5	1998	291511	-0,5	-145755,5	0,25	84978663121
6	1999	367706	0,5	183853	0,25	1,35208E+11
7	2000	363228	1,5	544842	2,25	1,31935E+11
8	2001	538143	2,5	1345357,5	6,25	2,89598E+11
9	2002	538143	3,5	1883500,5	12,25	2,89598E+11
10	2003	538143	4,5	2421643,5	20,25	2,89598E+11
<b>Total</b>		4580551		899458,5	82,5	2,24856E+12

**Fuente:** FAO

**Elaborado por:** Priscila Díaz.

A Continuación se presenta las proyecciones de la oferta para los siguientes años:

<b>Y2004</b>	=	458055,1	+	10902,53	X	<b>Y2007</b>	=	458055,1	+	10902,53	X
	=	458055,1	+	10902,53	5,5		=	458055,1	+	10902,53	8,5
	=	<b>518019,00</b>					=	<b>550726,58</b>			
<b>Y2005</b>	=	458055,1	+	10902,53	X	<b>Y2008</b>	=	458055,1	+	10902,53	x
	=	458055,1	+	10902,53	6,5		=	458055,1	+	10902,53	9,5
	=	<b>528921,53</b>					=	<b>561629,11</b>			
<b>Y2006</b>	=	458055,1	+	10902,53	X	<b>Y2009</b>	=	458055,1	+	10902,53	x
	=	458055,1	+	10902,53	7,5		=	458055,1	+	10902,53	10,5
	=	<b>539824,05</b>					=	<b>572531,64</b>			

<b>Y2010</b>	=	458055,1	+	10902,53	x	=	<b>627044,27</b>
	=	458055,1	+	10902,53	11,5		
	=	<b>583434,16</b>					
<b>Y2011</b>	=	458055,1	+	10902,53	x		
	=	458055,1	+	10902,53	12,5		
	=	<b>594336,69</b>					
<b>Y2012</b>	=	458055,1	+	10902,53	X		
	=	458055,1	+	10902,53	13,5		
	=	<b>605239,22</b>					
<b>Y2013</b>	=	458055,1	+	10902,53	X		
	=	458055,1	+	10902,53	14,5		
	=	<b>616141,75</b>					
<b>Y2014</b>	=	458055,1	+	10902,53	X		
	=	458055,1	+	10902,53	15,5		
<b>Y2015</b>	=	458055,1	+	10902,53	X		
	=	458055,1	+	10902,53	16,5		
	=	<b>637946,80</b>					
<b>Y2016</b>	=	458055,1	+	10902,53	x		
	=	458055,1	+	10902,53	17,5		
	=	<b>648849,33</b>					
<b>Y2017</b>	=	458055,1	+	10902,53	x		
	=	458055,1	+	10902,53	18,5		
	=	<b>659751,85</b>					
<b>Y2018</b>	=	458055,1	+	10902,53	x		
	=	458055,1	+	10902,53	19,5		
	=	<b>670654,38</b>					

### 3.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Es cuando la producción u oferta no alcanza a satisfacer las necesidades del mercado por diversas razones, entre ellas se puede nombrar el precio, la disponibilidad de espacio, mala localización, entre algunas otras.

La demanda insatisfecha debe ser superior a la capacidad del proyecto a empezar para ingresar a un mercado con un nuevo bien o servicio.

Para el siguiente cuadro del consumo aparente se han considerado varios aspectos:

P = Producción Nacional de Brasil

M = Las importaciones totales de Brasil

X = Las exportaciones de Brasil

La población de Sao Paulo, debido a que este es el mercado objetivo.

Y el consumo recomendado, con un valor de 30kg según la FAO.

Para el cálculo correcto de la demanda insatisfecha se debe cuantificar y proyectar la producción nacional de Brasil; por lo tanto se utilizará la fórmula del consumo aparente  $CA = P + M - X$ . Así se obtiene lo siguiente:

Años	Producción Nacional (TM )	Importaciones (TM)	Exportaciones (TM)	C. Aparente	Población Sao Paulo	C. Per cápita	C. Recomendado (Kg)	Déficit per cápita	Déficit Total
2009	109981,09	145315,85	26564,22	228732,73	11145761,41	0,021	30	-30,0	-3,34E+11
2010	105998,71	151427,61	27180,45	230245,87	11254989,87	0,020	30	-30,0	-3,37E+11
2011	102016,33	157539,37	27796,68	231759,02	11365288,77	0,020	30	-30,0	-3,41E+11
2012	98033,95	163651,13	28412,91	233272,16	11365288,77	0,021	30	-30,0	-3,41E+11
2013	94051,56	169762,88	29029,14	234785,31	11589139,96	0,020	30	-30,0	-3,47E+11
2014	90069,18	175874,64	29645,37	236298,45	11702713,53	0,020	30	-30,0	-3,51E+11
2015	86086,80	181986,40	30261,60	237811,60	11817400,12	0,020	30	-30,0	-3,54E+11
2016	82104,42	188098,16	30877,83	239324,75	11933210,64	0,020	30	-30,0	-3,58E+11
2017	78122,04	194209,92	31494,06	240837,89	12050156,11	0,020	30	-30,0	-3,61E+11
2018	74139,65	200321,67	32110,29	242351,04	12168247,64	0,020	30	-30,0	-3,64805E+11

### 3.8 MI OFERTA EXPORTABLE

Mi oferta exportable está basada en doscientas veinte cajas cada mes, tomando en cuenta que cada caja tiene 48 latas de atún y pesa 170 gramos cada una.

### 3.9 MARKETING MIX

El marketing mix es un instrumento estratégico y táctico del marketing, que bien planificado ayuda a cumplir las metas y objetivos de una empresa u organización.

El marketing mix se basa en las conocidas 4 P:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

**Gráfico 9**



**Elaborado por:** Priscila Díaz.

Dentro de la empresa, el marketing debe desempeñar varias funciones determinadas y orientadas a analizar y comprender el mercado donde se mueva la empresa, identificar las necesidades de los clientes, favorecer y desarrollar una demanda de los productos que la organización ofrece y así satisfacer plenamente los gustos y necesidades del consumidor.

Para esto se analiza brevemente los cuatro puntos del marketing mix que la empresa Exportaciones Globales S.A utilizará.

**Gráfico 10**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

### **3.9.1 PRODUCTO**

Un producto es un objeto ofrecido en un mercado con la intención de satisfacer la necesidad del consumidor, este incluye atributos como son sabor, color, precio, calidad, empaque y además la percepción que tiene el cliente del producto o servicio.

En el caso del presente proyecto el atún enlatado es el producto estrella a ser exportado con sus características de imagen y calidad, el mismo que será destinado a los clientes Brasileños para ser preparado en ensaladas, sánduches, o simplemente servirlo como acompañado.

- **MARCA**

Es un nombre, símbolo o diseño que se asigna a un producto o servicio para que sea reconocido por el público, la marca debe identificar con rapidez un producto para que se establezca en la mente del consumidor actual y potencial.

La marca establecida para el atún enlatado será Perla Negra, la misma que se adecua al producto y pretende ser de fácil recordación para el cliente.

**Gráfico 11**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

- **SLOGAN**

Es una frase corta, comercial, relevante que debe estar relacionada con el producto y su objetivo principal es ser recordada por el consumidor.

**“O original do mar”**

- **LOGOTIPO**

Es un elemento gráfico, verbo-visual que sirve para representar un producto u organización.

La función del logotipo radica en comunicar un mensaje claro con la utilización de formas y colores que contribuyen a la percepción final del consumidor.

**Gráfico 12**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

- **ENVASE**

Es un producto fabricado de un material específico para contener, proteger, manipular y presentar una mercancía en los puntos de venta.

La función básica es proteger el producto, debe estar diseñado de una manera tal que no altere las propiedades organolépticas de la mercancía, en nuestro caso el envase será la lata.

**Gráfico 13**



**Fuente:** Venus desde mercurio

- **ETIQUETA**

Es un elemento del producto que contiene información sobre la composición del producto, fecha de elaboración, fecha de vencimiento, nombre del fabricante, lugar de fabricación, cantidad en gramos etc.

Generalmente está adherido al envase, como parte de la presentación final para el cliente.

**Gráfico 14**



**Elaborado por: Priscila Díaz**

- **EMBALAJE**

Es una envoltura que contiene por un determinado tiempo varias unidades del producto para que sean fácilmente transportadas manipuladas y almacenadas.

Es indispensable que el embalaje informe sobre las condiciones de manejo y cumpla con las leyes vigentes para ser utilizado en la exportación.

Para el atún se utilizará cajas de cartón corrugado, cada una con 48 latas de atún de 170 gramos

**Gráfico 15**



**Fuente:** logismarket

**Algunos aspectos relevantes en el embalaje:**

- País de origen.
- Nombre completo y dirección del productor / exportador
- Denominación y clasificación del producto
- Fecha de producción
- Peso neto y unidades
- Numero de cajas o bultos
- Lugar de destino y dirección del importador
- Clara identificación del producto

**3.9.2 PRECIO**

Es el valor monetario que se asigna a un bien o servicio tomando en cuenta parámetros como costos, insumos, esfuerzo, tiempo, complejidad de elaboración etc.

La determinación de los precios es importante ya que es base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto, además se acostumbra utilizar el precio promedio para efectos de cálculo.

Es importante analizar la estructura de costos, elasticidad de la demanda, valor que tiene frente al cliente, precio de los bienes sustitutos, entre algunos otros factores.

## Métodos para determinación del precio

- ✓ Fijación de precios utilizando costeo marginal
- ✓ Fijación de precios utilizando el punto de equilibrio
- ✓ Fijación de precio por competitividad internacional

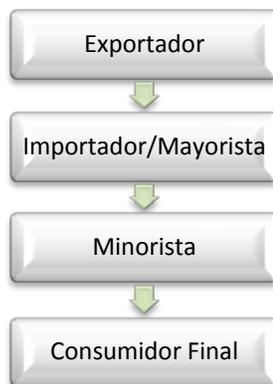
### 3.9.3 PLAZA O DISTRIBUCIÓN

La plaza se la denomina así porque busca definir el lugar en dónde se va a comercializar un producto tomando en cuenta toda la cadena de logística y los canales de distribución para transportar un producto desde su punto de partida hasta su destino final en un tiempo determinado y en condiciones adecuadas para que el consumidor tenga acceso fácil al bien o servicio.

#### Canal de Distribución

Para establecer el canal de distribución se ha investigado las opciones que se presentan en Brasil en cuanto a la manera de distribución en el ámbito de conservas de pescado y mariscos. Se tiene como resultado el siguiente canal:

**Gráfico 16**



**Elaborado por: Priscila Díaz**

**Exportador:** persona natural o jurídica que vende productos a otro país, en este caso la empresa: Exportaciones Globales S.A

**Importador/Mayorista:** es un agente de distribución que compra y vende productos de suministradores, para el efecto posee un vínculo formal o informal de exclusividad de productos o de territorio.

En Brasil la mayoría de los importadores suelen exigir contratos de distribución en exclusiva, sobre todo para alimentos gourmet.

**Minorista:** la venta al detalle de conservas de pescado y marisco En Brasil se realiza a través de varios formatos entre los principales:

**Redes de supermercados:** Las 50 principales cadenas de supermercados concentran tan solo el 56 % de la facturación total, lo que se explica por la existencia de un gran número de cadenas regionales. El líder de mercado es Companhia Brasileira de Distribuição, más conocido por sus enseñas Pão de Açúcar, Extra, Comprebem y Sendas. Además, existen dos grupos fuertes con presencia nacional: Carrefour yWalmart.

**Emporios y tiendas delicatessen:** este concepto nace como equivalente a las tiendas de conocidas como abarrotes, es decir venden pocos productos pesado al granel y algunos enlatados pero por su crecimiento algunos han llegado a la categoría de supermercados y en ellos se vende todo tipo de productos.

Algunos emporios ya están posicionados como de gama alta es decir con prestigio a nivel local y nacional, en estos el surtido de conservas de pescado y marisco suele ser mayor que en los supermercados, ofreciendo conservas diversas desde atún hasta las mas sofisticadas en mariscos.

**Hostelería:** la distribución de conservas de pescado en restaurantes se limita a pizzerías y a unos pocos restaurantes de cocina europea.

**Consumidor Final:** persona que utiliza el bien o servicio, y percibe la utilidad del mismo, además se encuentra ubicada al final de la cadena de distribución.

En conclusión la empresa Exportaciones Globales S.A tendrá el contacto con el importador llamado: Andrea S/A Importação Exportação e Industria ubicada en São Paulo, la misma que se encargará de distribuir a los supermercados y tiendas como: Pão de Açúcar Extra, Comprebemy entre otras, el producto en las perchas finalmente llegará al cliente o consumidor final el mismo que obtendrá por un precio determinado el atún enlatado ecuatoriano con calidad.

### **Transporte e Incoterm**

En términos internacionales de comercio el Incoterm a utilizar es FOB ( Free On Board), es decir el vendedor entrega la mercancía hasta cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

Las obligaciones del vendedor van desde la bodega hasta la borda del buque, mientras que las del comprador comienzan desde ahí hasta su destino final.

### **3.9.4 PROMOCIÓN**

La promoción consiste en informar y dar a conocer al cliente los productos o servicios que se ofrecen en el mercado.

Para persuadir al público se utiliza: promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas, publicidad, marketing directo.

Exportaciones Globales S.A presenta su mix promocional con publicidad para lograr mejor comunicación entre proveedor – consumidor, se destinará un presupuesto para la elaboración de pancartas promocionales destacando las propiedades nutricionales del atún, las pancartas serán enviadas al importador a través de su pedido, para que sean ubicadas en los supermercados, así se promueve la promoción de ventas.

Otro punto a destacarse, es que se incentive la compra del producto y por cada cierto número de unidades pagadas obtendrá una gratuita, además se utilizará marketing directo es decir en los puntos de venta se repartirán folletos, revistas, y pequeños volantes con el producto a venderse.

No se deja de lado las relaciones públicas que serán tratadas estratégicamente para lograr un prestigio de empresa y marca.

# **CAPÍTULO IV**

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El aspecto técnico - organizacional de una empresa involucra recursos humanos y técnicos los cuales son necesarios para ejercer la actividad en el entorno comercial en el que se quiere incursionar.

“El objetivo del estudio técnico-operativo de un proyecto, es analizar la posibilidad técnica de la comercialización del producto, analizar, determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para la puesta en marcha del proyecto.”<sup>14</sup>

El presente proyecto aún no posee precedentes fijos por el hecho de ser una empresa próxima a crearse, por lo tanto, se presenta una situación que implica una descripción de los siguientes elementos: determinación del tamaño de la empresa, macro y micro localización, diseño y distribución de las áreas y espacios de la planta.

### **4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización consiste en identificar un lugar adecuado para desarrollar un proyecto específico, es decir, un estudio detallado en donde se analizan criterios económicos y estratégicos para lograr una óptima ubicación dentro de una zona geográfica y una máxima rentabilidad.

---

<sup>14</sup> BACA, Urbina Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, cuarta edición MC Graw-Hill México 2001.

#### 4.1.1 Factores Determinantes de localización

- **Infraestructura:** para que el proyecto pueda operar es necesario tener un espacio físico idóneo que cuente con una construcción adecuada para desarrollar con éxito las funciones de la empresa.

El diseño arquitectónico debe estar acorde a las necesidades de la empresa y por lo tanto brindar facilidades y comodidad a los miembros de la organización.

- **Servicios Básicos:** el terreno a utilizarse para la construcción de la empresa, cuenta definitivamente con todos los servicios básicos como son agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, y servicio telefónico.
- **Cercanía al proveedor:** la ubicación de la empresa se encuentra cerca del proveedor del producto, por lo que se optimiza costos en tiempo y transporte.

El proveedor se encuentra en la Ciudadela La Pradera, Urbanización Arroyo Azul y Avenida Hugo Mayo.

- **Disponibilidad de vías de acceso y medios de transporte:** El acceso a la provincia de Manabí, especialmente a la ciudad de Manta no constituye problema alguno ya que las vías y carreteras se encuentran en muy buen estado lo que permite movilizarse con seguridad dentro de la ciudad y fuera de ella, se debe mencionar también que existen varias cooperativas que dan servicio local a la comunidad.
- **Cercanía al puerto:** este es un factor determinante para la ubicación de la empresa ya que su función básicamente es exportar, además se busca optimizar recursos y tiempo en los trámites legales aduaneros, por tal motivo la ventaja de tener cerca el puerto de embarque por el que se enviará la mercancía a su destino final es sin duda un punto relevante para la localización de Exportaciones Globales S.A

## **4.1.2 MACRO LOCALIZACIÓN**

La empresa estará ubicada en la provincia de Manabí en la ciudad de Manta, Manabí pertenece a la región costa del Ecuador, cuenta con 350 kilómetros de playa que van desde Ayampe por el sur hasta Pedernales en el norte, su superficie aproximada es de 18.878 kilómetros cuadrados y posee una población de 1'180.375 habitantes.

**Capital:** Portoviejo

### **Límites de Manabí:**

**Norte:** Provincia de Esmeraldas

**Sur:** Provincia del Guayas

**Este:** Provincias del Guayas, Los Ríos y Pichincha

**Oeste:** Océano Pacífico

### **Relieve**

Manabí posee muy pocas elevaciones las mismas que no sobrepasan los 500 metros sobre el nivel del mar, Paján y Puca son algunos cerros notables que se derivan de la cordillera Chongón-Colonche que viene desde la provincia del Guayas.

### **Clima**

Subtropical seco a tropical húmedo, el invierno inicia los primeros días de diciembre y termina en mayo, mientras que el verano calienta desde junio hasta noviembre; la temperatura promedio es 25 °C.

### **Hidrografía**

“Las regiones del norte que comprende los cantones Sucre, Chone y Bolívar, están bañadas por un sistema fluvial importante que fertiliza estas tierras. El río Quinde que pertenece a la vertiente del río Esmeraldas nace al noroeste del cantón Chone, continúa hacia el oriente y el norte y recibe las aguas de varios ríos; los más importantes son el Piojito y el Mongoya. El río más importante por su caudal es el río Chone que nace en las faldas occidentales de la

cordillera de Balzar y desemboca en Bahía de Caráquez. Sus principales afluentes son: por la margen derecha los ríos Mosquito, Garrapata, San Lorenzo y por la margen izquierda: el Tosagua, con sus afluentes: Canuto y Calceta. La cuenca que riegan estos ríos es una de las más importantes y fértiles de la provincia. Otros ríos importantes son: Jama, que nace en los cerros de su nombre y su principal tributario, el río Mariano”<sup>15</sup>

**Gráfico 17**



**Fuente:** Gobierno de Manabí

### 4.1.3 MICRO LOCALIZACIÓN

Manta una de las principales ciudades de la provincia de Manabí, conocida como la ciudad atunera del país por su gran desarrollo en esta industria, se encuentra localizada en la costa ecuatoriana al oeste del país y se destaca por sus playas turísticas y su puerto principal.

**Límites:**

**Norte:** Océano Pacífico

**Sur:** Cantón Montecristi

**Este:** Cantón Montecristi y Jaramijó

**Oeste:** Océano Pacífico

---

<sup>15</sup> Página oficial gobierno de Manabí

## Ubicación

00 grados, 55 minutos y 35 segundos de latitud sur y a 80 grados, 43 minutos y 02 segundos de longitud oeste.

## Clima

Por estar localizada en el litoral su temperatura oscila de 25° a 31° grados centígrados, y presenta dos estaciones la lluviosa y la seca.

## Relieve

El relieve es bastante irregular, con presencia de colinas y montañas con bajas cúspides planas y redondeadas. En Pacoche y San Lorenzo se encuentran las mayores elevaciones del Cantón; además Manta posee mesetas costeras planas ubicadas en dos o tres niveles altitudinales.

### Gráfico 18

#### Ubicación de la Empresa



Elaborado por: Priscila Díaz

La empresa Exportaciones Globales S.A se ubicará exactamente en:

**Provincia:** Manabí

**Cantón:** Manta

**Barrio:** Córdova

**Dirección:** Avenida 24 y calle M2

## **4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Este proyecto está dirigido a satisfacer una parte de la demanda que existe en Brasil especialmente en la ciudad de Sao Paulo, cabe resaltar que la empresa a crearse ofrece productos de exportación mas no los elabora por lo que no será necesario establecer una planta de producción.

Para efectos del proyecto, se cuenta con un lote de terreno de 400 metros cuadrados, en el que existe una construcción cuyo diseño brinda todas las áreas necesarias para el desenvolvimiento correcto de la empresa.

### **4.2.1 Distribución de áreas y espacios**

El terreno cuenta con 300 m<sup>2</sup> de los cuales 210 m<sup>2</sup> están destinados para la construcción de las áreas necesarias para la adecuación de la empresa y se exponen a continuación:

**Área administrativa** dividida en:

- ✓ Secretaría con 15 m<sup>2</sup>, y
- ✓ La oficina del Gerente Administrativo con 25m<sup>2</sup> de construcción.

**Bodega y Suministros de Limpieza** con un área de 12,5 m<sup>2</sup>.

**Un servicio higiénico completo** con un área de construcción de 12 m<sup>2</sup>.

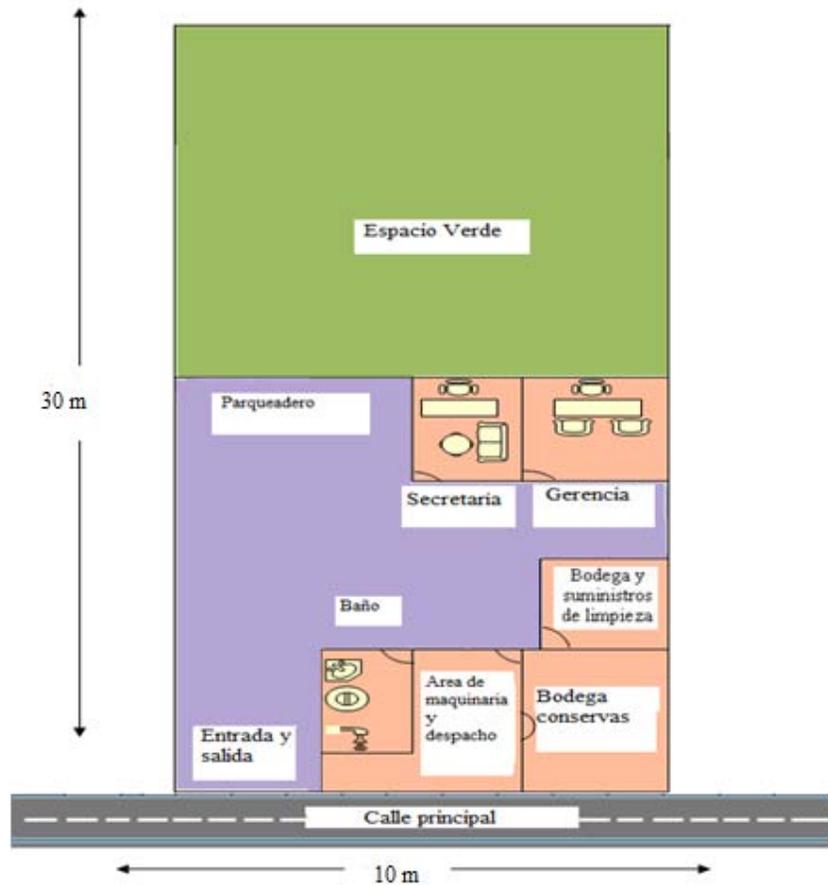
**Bodega para conservas** con 55 m<sup>2</sup> de construcción.

**Los espacios** se dividen en:

- ✓ Área pavimentada de 70,5 m<sup>2</sup>, ese incluye el parqueadero
- ✓ Espacio verde, el sobrante del terreno, este espacio no posee construcción alguna por lo que no se detallan las medidas; puede ser en un futuro utilizado para la expansión y remodelación de las oficinas si se presenta la necesidad

**Gráfico 19**

**Diseño de la planta**



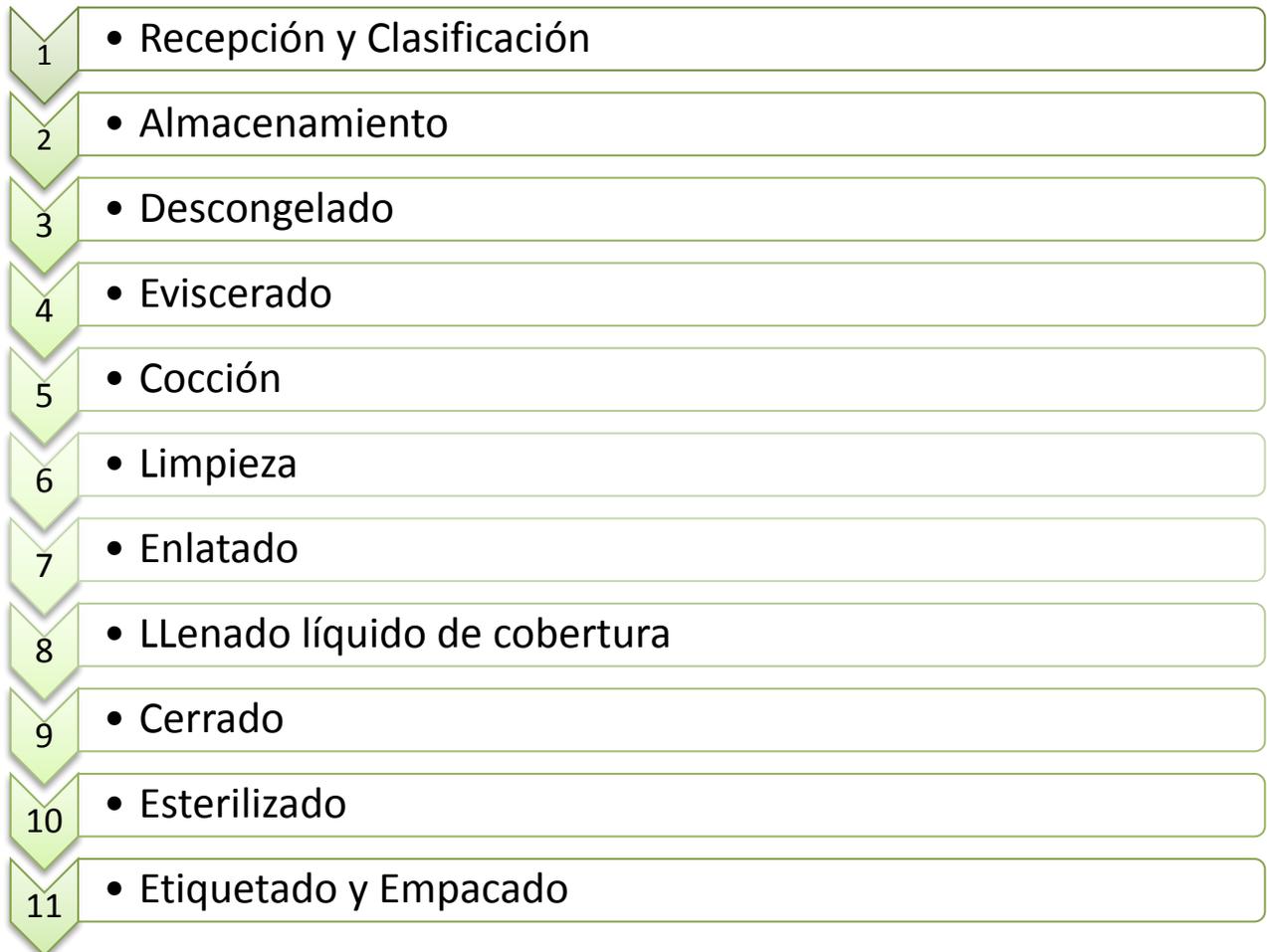
**Elaborado por: Priscila Díaz**

### 4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Aunque la empresa a iniciar no tiene como objetivo crear una planta procesadora de atún, a continuación se detalla brevemente el proceso de producción del atún enlatado.

#### 4.3.1 PROCESO PRODUCTIVO

**Cuadro 9**  
**PROCESO PRODUCTIVO**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

## 1. RECEPCIÓN Y CLASIFICACIÓN

Una vez capturado y congelado el atún en los barcos pesqueros, se receipta la materia prima en la planta procesadora en donde es clasificado de acuerdo a la especie, talla y calidad del atún, además se registra el barco, la marea, tanque y fecha.

**Gráfico 20**



**Fuente:** ird

## 2. ALMACENAMIENTO

Una vez clasificado e identificado, se almacena en cuartos fríos a temperaturas de -18 grados centígrados para mantenerlos en óptimas condiciones hasta su procesamiento.

**Gráfico 21**



**Fuente:** Surveymaster

### 3. DESCONGELADO

Para comenzar el proceso se descongela el pescado almacenado, se lo realiza a través de tinas especiales con agua caliente o se hace recircular agua potable clorada; una vez descongelado se verifica la materia prima nuevamente para asegurarse de que mantiene sus propiedades.

**Gráfico 22**



**Fuente:** Marbelize

### 4. EVISCERADO

El pescado descongelado es cortado en trozos uniformes y limpiado cuidadosamente, se le extraen las vísceras, se lava su cavidad abdominal y su área externa del cuerpo utilizando agua limpia y desinfectada.

Estos trozos uniformes son colocados en canastillas y éstas a su vez en carritos especiales para que sean transportados hacia los cocedores.

**Gráfico 23**



**Fuente:** Marbelize

## 5. COCCIÓN

Se introduce el pescado en hornos especiales en donde es pre-cocido con vapor saturado, aquí se debe asegurar de conservar los nutrientes naturales del pescado. El tiempo de pre cocido se controla mediante sistemas automatizados, la temperatura generalmente oscila entre 60 y 65 grados centígrados.

Al salir del horno son enfriados en duchas especiales para que el atún se mantenga con temperaturas bajas y alta humedad conservando así todas sus propiedades.

**Gráfico 24**



**Fuente:** Marbelize

## 6. LIMPIEZA

Esta parte del proceso es realizada en forma manual para garantizar la eficiencia del proceso, se retira la piel, los huesos o espinas, la cabeza, aletas y demás partes que no correspondan a lomo; los residuos son utilizados para producir harina de pescado o balanceado para algunos animales.

**Gráfico 25**



**Fuente:** Marbelize

## **7. ENLATADO**

Los lomos de atún limpio son colocados en latas con la ayuda de llenadoras de alta presión y velocidad.

**Gráfico 26**



**Fuente:** Marbelize

## **8. LLENADO DEL LÍQUIDO DE COBERTURA**

Se añade el líquido de cobertura que puede ser aceite, agua, o la mezcla de los dos anteriores, a algunos se los agrega sal de ser necesario.

El líquido es dosificado en cantidades exactas para que recubra el producto, lo proteja y ayude a mantener su sabor.

## **9. CERRADO**

Para cerrar las latas se utiliza un sellado hermético al vacío en el que se inyecta vapor saturado e higiénico en el espacio libre del envase y en combinación de una temperatura alta de los líquidos se elimina el aire del envase, inmediatamente se coloca la tapa.

Esto permite aislar al producto del medio ambiente comercializarlo hasta destinos lejanos.

## **10. ESTERILIZADO**

Las latas selladas se colocan con autoclaves por computadora y se esterilizan a través de altas temperaturas para destruir todos los posibles microorganismos presentes en el alimento y la

lata; luego las latas son lavadas y enfriadas con agua limpia logrando así una inocuidad total del producto.

**Gráfico 27**



**Fuente:** Grupo Mar

## **11. ETIQUETADO Y EMPACADO**

Finalmente y según el requerimiento del cliente las latas son etiquetadas en máquinas sofisticadas que utilizan goma caliente y pueden procesar hasta 400 latas por minuto.

Posteriormente son transportadas sobre bandas sincronizadas hacia la encartonadora, donde se empacan automáticamente en cajas de cartón corrugado.

**Gráfico 28**



**Fuente:** Marbelize

## **4.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Se ha mencionado, que tanto lo técnico como lo organizacional son factores de desarrollo. Por lo tanto, se procede ahora a analizar la parte organizacional. “Debe diseñarse para clarificar quién tiene que hacer cada tarea y quién tiene la responsabilidad de los resultados, para

eliminar obstáculos al desempeño ocasionados por la confusión e incertidumbre de las asignaciones”<sup>16</sup>

#### 4.4.1 La Empresa

“Entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados”<sup>17</sup>

Además se puede definir a una empresa como la reunión de dos o más personas que unen sus capitales, esfuerzos, y capacidad profesional para llevar a cabo una actividad u objetivo que debe añadir valor económico y prestar un servicio a la sociedad.

- **Nombre o razón social:** Denominación con que se designan las sociedades mercantiles.

#### Exportaciones Globales S.A

- **Logotipo:** Es la parte de una marca que no se puede pronunciar pero si se reconoce, como un símbolo, diseño, color o letras distintivas.



- **Slogan:** frase corta de fácil recordación

**“un mundo de posibilidades”**

<sup>16</sup> KOONTZ, Harold, *Elementos de Administración*, 5ta. Edición, Editorial McGraw Hill, México 1991, p. 142.

<sup>17</sup> Julio García del Junco y Casanueva Cristóbal, *Prácticas de la Gestión Empresarial*, Mc Gaaw Hill pág 3

#### **4.4.2 Objetivos de la Empresa**

- Comercializar productos ecuatorianos de calidad y mantener una imagen de confianza a nivel internacional
- Asesorar y facilitar operaciones de comercio exterior entre productores, exportadores y los mercados internacionales.
- Buscar mercados óptimos y lograr nexo con importadores de diversos productos.
- Aportar al desarrollo socio-económico del país generando empleo y divisas para el Ecuador.

#### **4.4.3 Misión**

Exportar productos ecuatorianos de calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un servicio incondicional a través de nuestro equipo humano comprometido con el desarrollo económico y social; así también se busca mantener relaciones de largo plazo y una imagen de confianza a nivel internacional.

#### **4.4.4 Visión**

Ser una empresa líder en exportaciones globales, ofreciendo la mejor atención al cliente y alcanzar la mayor eficiencia y rentabilidad.

#### **4.4.5 Valores**

- ✓ Compromiso
- ✓ Honestidad
- ✓ Transparencia
- ✓ Respeto
- ✓ Responsabilidad Social

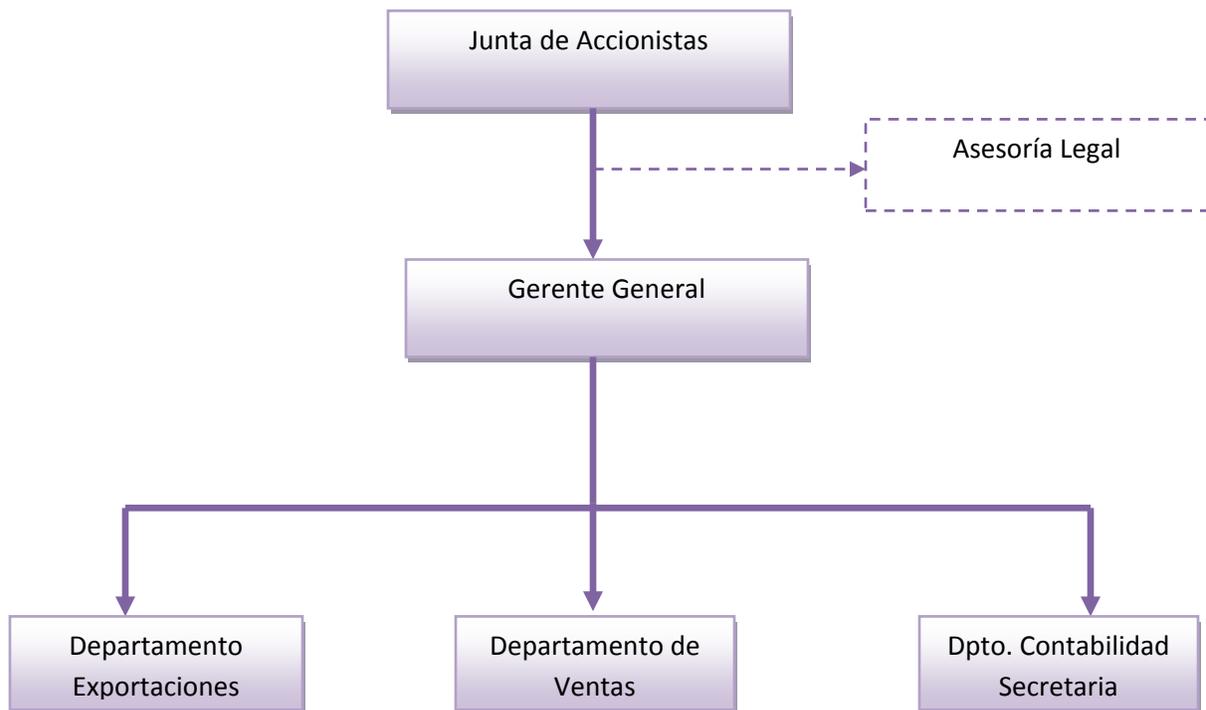
#### 4.4.6 Organigrama Estructural

“El organigrama es un gráfico que representa, la estructura de una empresa y permite darse cuenta, de las distintas relaciones, dependencias y conexiones que pueden existir entre los miembros de una organización”<sup>18</sup>

El organigrama estructural está representado por todas las unidades administrativas que conforman la organización, sus niveles jerárquicos, sus líneas de autoridad, sus funciones y las personas que lo conforman.

El gráfico estructural que se va a utilizar es el vertical, el mismo que establece todos los niveles de mando y su relación de dependencia, además posee la característica de ser el más usado por las organizaciones y se lo puede mostrar tanto al público interno como al externo.

**Cuadro 9**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

<sup>18</sup> ALLUSSON, R., *Los organigramas*, 2da. Edición, Editorial Francisco Casanovas, Barcelona-España 1975, p. 20.

#### **4.4.7 Manual de Funciones**

El manual contiene la descripción precisa de las actividades que deberá desempeñar cada persona de acuerdo al cargo asignado, así mismo incluye las responsabilidades y participación oportuna de los miembros de la compañía.

El manual es considerado un instrumento útil que mantiene informado a los miembros de la empresa indicándoles sus respectivas tareas, competencias y hasta la coordinación de las acciones; se debe mencionar que aporta mucho al mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos.

La compañía Exportaciones Globales S.A buscará sin duda alguna personal capacitado para cubrir los puestos de trabajo ofrecidos entre los cuales se tiene: Gerente general, una secretaria contadora, Ingeniero en Comercio Exterior y un chofer profesional.

Con el fin de realizar una descripción y análisis de cada cargo para la contratación del personal es necesario dar a conocer las funciones específicas y los requerimientos generales que deben cumplir cada uno de los integrantes de los departamentos.

### **DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS**

#### **Junta de Accionistas**

##### **Funciones**

- ✓ Ejercer las facultades que la ley señala como de su competencia.
- ✓ Acordar cambios sustanciales en el giro de los negocios sociales;
- ✓ Conocer y aprobar el presupuesto anual, los balances anuales, así como las cuentas de pérdidas y ganancias que deba presentar el Gerente General.
- ✓ Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales.
- ✓ Facultar al Gerente General a otorgar poderes generales a favor de funcionarios o empleados de la compañía o cualquier persona extraña a ella.

## **Gerente General**

### **Funciones**

- ✓ Representar Legalmente a la compañía
- ✓ Administrar y gestionar todos los negocios, actos y contratos de la compañía relacionados con su objeto social.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir la Ley, los presentes estatutos y resoluciones de la Junta de Accionistas
- ✓ Presentar el balance anual de pérdidas y ganancias
- ✓ Coordinar, supervisar y dirigir las actividades de la institución
- ✓ Tomar decisiones acertadas para el beneficio de la empresa

### **Requisitos**

- ✓ Estudios Superiores en Administración de Empresas, Finanzas, Economía o carreras afines
- ✓ Conocimiento de computación e inglés
- ✓ Disponibilidad de Horario
- ✓ Experiencia laboral: dos años como mínimo
- ✓ Habilidades de Negociación
- ✓ Experiencia en evaluación y monitoreo de proyectos
- ✓ Buenas relaciones Humanas
- ✓ Buena presencia

## **Gerente de Comercio y Negocios Internacionales**

### **Funciones**

- ✓ Coordina, supervisa y dirige las actividades de comercio exterior

- ✓ Autoriza las negociaciones y pedidos
- ✓ Analizar requerimientos, documentos y trámites de exportación
- ✓ Desarrollar y mantener contactos con el exterior
- ✓ Conseguir mercados para la comercialización de productos
- ✓ Dominar materias afines como integración, valoración aduanera, negociación internacional
- ✓ Mantener buena comunicación con el cliente interno y externo, además con proveedores y beneficiarios
- ✓ Dominar estrategias para alcanzar mercados metas

### **Requisitos**

- ✓ Ingeniero en Comercio Exterior, Integración y Aduanas
- ✓ Conocimiento de inglés y preferentemente otro idioma
- ✓ Experiencia laboral: mínimo dos años en áreas de comercio exterior
- ✓ Habilidades de negociación
- ✓ Experiencia en trámites aduaneros y amplio conocimiento de regímenes aduaneros
- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Dominio en computación e internet
- ✓ Buenas relaciones Humanas

### **Secretaria Contadora**

#### **Funciones**

- ✓ Atención al público, brindando información
- ✓ Atender y efectuar llamadas telefónicas
- ✓ Participación en reuniones de trabajo, elaborando minutas sobre lo tratado
- ✓ Llevar y mantener control estricto de la correspondencia
- ✓ Elaboración de documentos oficiales
- ✓ Organizar y mantener actualizado los archivos de oficina

- ✓ Archivar documentos de la empresa
- ✓ Transmitir información oportuna de carácter urgente vía fax
- ✓ Llevar la agenda de reuniones, citas, compromisos y otras actividades relacionadas.
- ✓ Llevar la contabilidad de la empresa y mantenerse informada de los cambios y resoluciones de las instituciones relacionadas como por ejemplo: Servicio de rentas internas, superintendencia de compañías etc

### **Requisitos**

- ✓ Estudios Básicos nivel Bachillerato
- ✓ Alta capacidad de concentración
- ✓ Dominio de contabilidad
- ✓ Dominio de inglés
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Buena presencia

### **Gerente de Ventas**

#### **Funciones**

- ✓ Realizar las ventas
- ✓ Realizar Cotizaciones y Facturas Proformas
- ✓ Buscar Proveedores
- ✓ Actualización de informes por Ventas

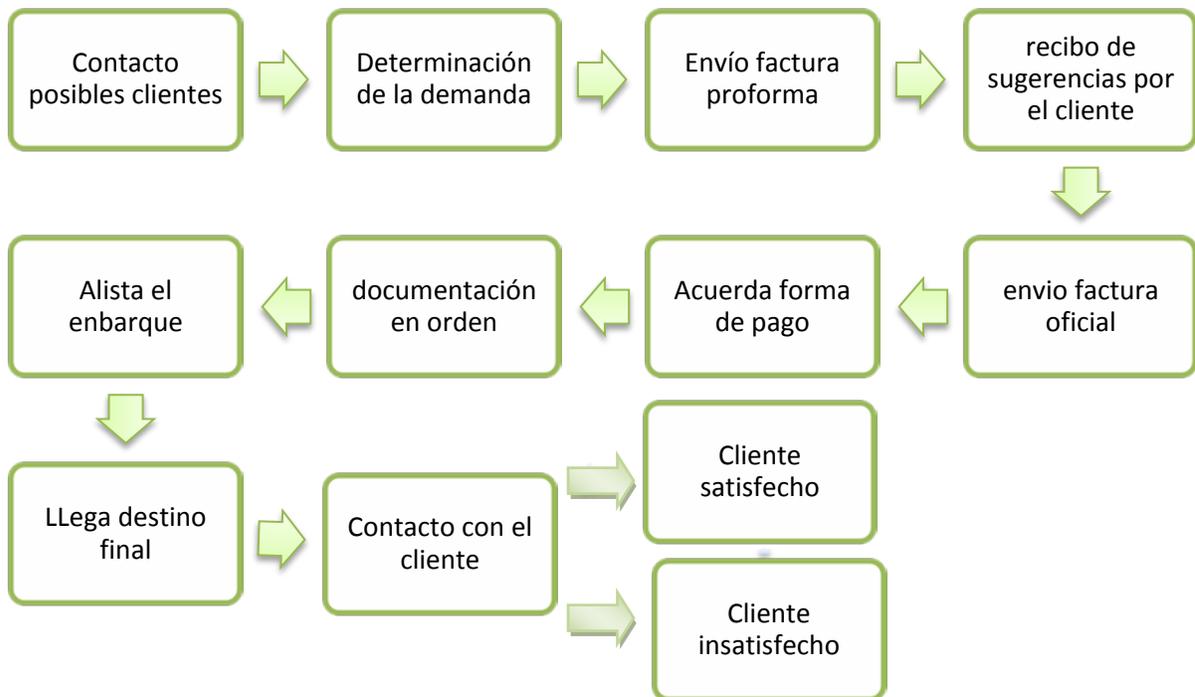
#### **Requisitos**

- ✓ Ingeniero en Comercio Exterior, o Marketing
- ✓ Disponibilidad de Horario
- ✓ Conocimiento del idioma inglés
- ✓ Dominio en computación e internet

- ✓ Experiencia mínima de 3 años
- ✓ Habilidad para negociar

#### 4.4.8 Propuesta Operativa

**Cuadro 10**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

#### **4.4.9 Constitución Jurídica**

Para que la empresa inicie sus actividades es necesario iniciar trámites previos de constitución, por lo que se solicitará los servicios de un abogado; jurídicamente existen ocho tipos de compañías de comercio, la escogida para el proyecto es la Sociedad Anónima.

“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”<sup>19</sup>

**Constitución e inscripción:** La compañía se constituirá mediante escritura pública, que según el mandato de la Superintendencia de Compañías será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

#### **Requisitos para la constitución definitiva de la Compañía Anónima**

- Suscribir totalmente su capital, y pagar una cuarta parte, por lo menos. Para celebrar la escritura pública de constitución definitiva será depositada la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso que las aportaciones fueran en dinero.
- La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.
- El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.
- La escritura de fundación deberá contener los siguientes datos: lugar y fecha en que se celebra el contrato, el nombre nacionalidad y domicilio de las personas que constituyan la compañía, el objetivo social, su denominación y duración, el domicilio de la compañía ,las norma de reparto de las utilidades, entre algunos otros datos.

---

<sup>19</sup> Ley de Compañías artículo 143

## **Trámite para la aprobación de la escritura de constitución**

- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución.
  
- La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.
  
- La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Todos estos trámites básicos para la legalización de la empresa, se los realizará a través de la contratación de los servicios de un abogado. Los costos en que se incurran se detallarán en el Estudio Financiero en los gastos de constitución.

### **Conformación del Capital por los Socios.**

A continuación se detalla el aporte de los accionistas, para el inicio de las actividades de la empresa.

**Cuadro 11**

<b>Socios</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor en USD</b>
Accionista 1	40%	12287,21
Accionista 2	30%	9215,41
Accionista 3	30%	9215,41
<b>Total</b>		<b>30718,03</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

## **4.5 ENTIDADES RELACIONADAS**

### **4.5.1 EL CONSEJO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES (COMEXI)**

El comexi fue creado en el marco de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, el objetivo de su fundación es: promover el crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios, motivar al sector productivo del país para lograr apertura de mercados y desarrollar mecanismos de fomento para exportaciones e inversiones.

Su misión es tener un vínculo entre el sector privado y público para lograr lineamientos de corto, mediano y largo plazo que mejoren las relaciones comerciales con el mundo.

Algunas de sus funciones principales se detallan a continuación:

- ✓ Determinar las políticas de comercio exterior para bienes, servicios y tecnología, inversión directa
- ✓ Proponer estrategias y lineamientos internacionales
- ✓ Establecer directrices para realizar el plan estratégico de promoción de exportaciones e inversiones
- ✓ Buscar especialistas tanto en el sector público como privado para formar grupos de negociadores internacionales
- ✓ Fijará políticas para fortalecer los regímenes especiales
- ✓ Determinar las directrices y plazos para la aprobación de aranceles y normas de valor de la mercancía en aduana.
- ✓ Tomar medidas adecuadas y legales para corregir las prácticas desleales del comercio que afecten a la producción nacional.

#### **4.5.2 CORPORACION DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES (CORPEI)**

La corpei es una persona jurídica de derecho privado sin fines de lucro, creada en la Ley de Comercio Exterior y publicada en el registro oficial en junio de 1997.

Su misión es promocionar las exportaciones e inversiones de todos los sectores productivos del país, mediante la prestación de servicios técnicos de calidad, y así contribuir a potencializar la imagen y desarrollo competitivo del Ecuador.

Entre sus actividades primordiales se tiene:

- ✓ Inteligencia de mercados
- ✓ Capacitación en Comercio Exterior
- ✓ Búsqueda de alianzas estratégicas
- ✓ Atraer inversión extranjera
- ✓ Participación en ferias internacionales
- ✓ Diseño y ejecución de promoción no financiera de las exportaciones

Se debe destacar que con el gobierno actual del Presidente Rafael Correa, se ha mencionado que el Viceministro de Comercio Exterior, será en un futuro no muy lejano, la entidad que se encargue de promocionar las exportaciones, es por esto que se espera esta transición hasta diciembre del 2010, hasta que se capacite al personal adecuado.

#### **4.5.3 FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTADORES (FEDEXPOR)**

Es una entidad civil, privada con finalidad social y pública sin ánimo de lucro, creada bajo Acuerdo Ministerial y publicada el 29 de abril de 1976.

Está conformada por personas jurídicas o naturales dedicadas a la comercialización de bienes y servicios exportables o potencialmente aptos para ser introducidos en mercados internacionales.

Su misión está basada en el impulso de la actividad exportadora con valor agregado, a través de planes estratégicos y coordinados para lograr desarrollo competitivo y sustentable del sector exportador ecuatoriano.

Para lograr sus objetivos, Fedexpor cuenta con cuatro líneas fundamentales de servicio:

- ✓ Representación Gremial
- ✓ Asesoría en Comercio Exterior
- ✓ Centro de Entrenamiento Gerencial
- ✓ Programa de Aseguramiento de Calidad y Productividad

# CAPÍTULO V

## LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

“Logística es el conjunto de actividades que se ocupan del flujo total de materiales y del flujo de información, que comienza con el aprovisionamiento de materias primas y finaliza con la entrega de los productos terminados a los clientes”<sup>20</sup>

Comprende todas las actividades primordiales para adquirir y trasladar las mercancías desde el local del vendedor hasta el del comprador; es decir se ocupa de todo el movimiento y almacenamiento de materias primas y productos terminados desde los proveedores hasta de cliente final.

Entonces se concluye que la logística es todo un proceso que estudia, analiza y optimiza todos los métodos de la cadena comercial para lograr entregar un determinado bien en un respectivo tiempo, una determinada forma y al menor costo posible sin dejar de lado la satisfacción del cliente.

Hoy en día el avance tecnológico en los medios informáticos y medios de transporte hace que la distribución a nivel internacional se agilice, logrando de esta manera entregas eficaces en el menor tiempo posible; por lo tanto en una empresa es indispensable la buena gerencia de la cadena logística ya que se convierte en un puente entre la producción y los mercados metas.

---

<sup>20</sup> ESTRADA HEREDIA Luis Patricio, Cómo hacer importaciones ,pág 191

## **5.1 REQUISITOS PARA EXPORTAR**

Es indispensable resaltar que para el caso de este proyecto nos referimos exclusivamente a las exportaciones a consumo.

“La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior”<sup>21</sup>

**5.1.1. Obtener en Registro Único de contribuyentes (RUC)** que esté perfectamente habilitado por el Servicio de Rentas Internas (SRI); para lo cual se necesitará como requisitos básicos la cédula de identidad y la última papeleta de votación.

**5.1.2 Registrarse como exportador en la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE)**, para esto se debe ingresar a la página web [www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec) en esta a la opción OCE, pulsando esta opción se debe seleccionar Registro de Datos e inmediatamente se despliega un formulario que debe llenarse en su totalidad con los datos requeridos, entre los cuales constan: la razón social, actividad a la que se dedicará, domicilio, representante legal entre algunos otros.

Una vez registrado en la Cae obtendrá las claves necesarias para realizar sus operaciones de comercio a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE).

### **5.1.3 Llenar la Declaración de Exportación**

Según el artículo 43 de la LOA el propietario, consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un agente de aduana, presentará en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías provenientes del extranjero o con destino a él, en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterán.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.

---

<sup>21</sup> LEY ORGÁNICA DE ADUANAS, Artículo 56

En las exportaciones, la declaración se presentará en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.

Según el reglamento general a la ley orgánica de aduanas en su artículo 46 expresa lo siguiente: la declaración aduanera es única y de carácter personal, consecuentemente se formulará independientemente por cada importador o exportador, personalmente o a través de un Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presentará bajo el formato determinado por la Corporación Aduanera Ecuatoriana, sea a través de medios electrónicos o documentales de acuerdo a la normatividad que para el efecto dicte dicha Corporación.

La Declaración será presentada en el distrito de ingreso de las mercancías sin perjuicio que posteriormente se solicite un cambio de régimen en el destino final luego de producido un tránsito aduanero.

Absolutamente todas las exportaciones a consumo deben presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla de acuerdo a lo dispuesto en el manual de despacho de exportaciones en el distrito aduanero donde se tramita la exportación.

El formulario está diseñado para obtener datos relativos al declarante, medio de transporte, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero y peso de las mercancías (ver anexo)

## **5.2 DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN**

Son todos los documentos anexos necesarios para una óptima exportación, en la Ley Orgánica de Aduanas se los menciona como documentos de acompañamiento y de conformidad con la ley son aquellos que se declaran como tales, éstos servirán de base para la declaración y reposarán en los archivos de los agentes de aduana en su calidad de fedatarios aduaneros.

En el caso de las exportaciones a consumo obligatoriamente se debe presentar los siguientes documentos:

- RUC de exportador
- Factura comercial original
- Autorizaciones previas
- Certificado de Origen
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte Internacional
- Cupón de la Corpei

**El RUC o Registro Único de Contribuyentes:** El RUC es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias, Se lo obtiene a través de cualquier agencia del Servicio de Rentas internas.

**Factura Comercial:** “la factura comercial es el documento que describe las mercancías materia de un contrato de compra-venta. Este documento lo otorga el exportador a nombre del importador y mediante el mismo se detallan los siguientes aspectos: (ver anexo)

Lugar y fecha de emisión

Número de la factura que se emite

Direcciones, teléfonos y fax, tanto del comprador como del vendedor

Descripción de la mercadería

Cantidad de bultos

Marcas

Peso neto en kilogramos y peso bruto en kilogramos

Nombre de la compañía transportadora

Precio o valor de la mercadería

Partida Arancelaria”<sup>22</sup>

**Autorizaciones previas:** Son todos los requisitos legales necesarios antes de una exportación dependiendo del producto a enviar, aquí se incluyen licencias, autorizaciones, certificados,

---

<sup>22</sup> ESTRADA Patricio, Cómo Hacer importaciones pág 183,184

entre los más comunes se tiene: certificado zoosanitario, el fitosanitario, ictiosanitario, el certificado de calidad entre algunos otros.

Estas autorizaciones previas son detalladas y exigidas por el importador antes de cerrar la negociación y ayudan a legalizar la mercancía en el país de destino.

**Certificado de origen:** “Es el documento que garantiza el origen de la mercadería. Estos son exigidos por los países en razón de los derechos preferenciales que existen según convenios bilaterales o multilaterales, Y además, es un documento por el cual se certifica que la mercancía es producida o fabricada en el país del exportador”<sup>23</sup>

**Registro de Exportador:** es decir estar legalmente reconocido por la Corporación aduanera como exportador, y estar en la base de datos correspondiente a la actividad comercial.

Como ya se detalló en la parte superior, el registro se lo realiza a través de la página web de la CAE y se obtiene la clave necesaria para operar en actividades de comercio exterior.

**Documento de Transporte:** son todos aquellos documentos que acreditan que el transportista ha recibido las mercancías para trasladarlas bajo un contrato hacia su destino final.

Los documentos son:

***Bill of Lading o conocimiento de embarque marítimo:*** es un documento por el cual la compañía naviera reconoce que ha recibido la mercancía para su transporte hasta el puerto de destino.

Este documento es indispensable porque cumple con algunas finalidades:

1. Es un contrato entre el remitente de la mercancía y la compañía de transporte
2. Es un recibo que prueba que la mercancía con determinadas particularidades ha sido embarcada

---

<sup>23</sup> Estrada Raúl, Estrada Patricio; Lo que se debe conocer para exportar pág 102

3. Y por último da fe que la mercancía pertenece a la persona consignada en el documento

***Air Waybill o guía aérea:*** documento por el cual la compañía de aviación certifica que ha recibido la carga para su transporte hasta su destino ulterior.

***Carta de porte internacional por carretera o guía terrestre:*** documento que prueba que el transportista autorizado ha tomado bajo su responsabilidad las mercancías y debe entregarlas de acuerdo a las condiciones establecidas en un contrato.

Esta guía terrestre tiene algunas especificaciones como: nombre y dirección del remitente, lugar y fecha de embarque de las mercancías, nombre y dirección del destinatario, lugar específico donde se deberá entregar la carga, persona a la que se debe notificar, itinerario de transporte, cantidad de bultos, descripción de la mercancía, peso total o volumen, valor, gastos a pagar, flete al cobro o prepago, nombre y firma del remitente, lugar de emisión, entre algunos otros.

**Cupón de la Corpei:** este cupón de cuota redimible es considerado como documento de acompañamiento a la DAU, el valor de la cuota para las exportaciones es el 1,5 por mil con un mínimo de 3333 dólares sobre el valor FOB de lo contrario pagará 5 dólares. Este aporte debe ser cancelado en los bancos corresponsales.

Por ejemplo en una exportación FOB de 20000 dólares el aporte a la corpei sería de 30 USD, mientras que si el valor FOB es de menor de 3333 el pago a la corpei obligatoriamente es de 5 dólares. (Ver Anexo..)

### **5.3 TRÁMITE DE EXPORTACIÓN**

Una vez cumplidas todas las formalidades previas a una exportación, a continuación se detalla el proceso que transcurre al interior de la Aduana.

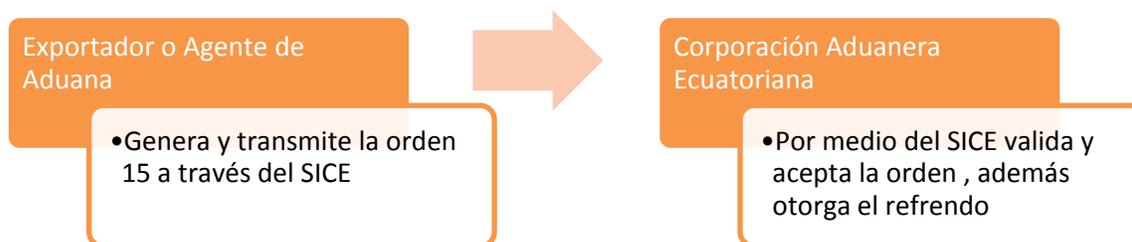
### 5.3.1 Fase de Pre-embarque

Esta fase comienza cuando el exportador o Agente de Aduanas transmite y presenta la orden de embarque codificada como orden 15, la misma que contiene datos fidedignos con la intención previa a exportar.

Una vez enviada y aceptada esta orden por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior, el exportador se habilita totalmente para mover la carga dentro del recinto aduanero y consecuentemente se registra el ingreso de la mercancía a zona primaria para ser embarcada.

En esta etapa también puede existir la intervención del Consejo Nacional de Sustancia Estupefacientes y Psicotrópicas (CONSEP) para la verificación de que no existe ninguna irregularidad en la carga

**Cuadro 12f**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

### 5.3.2 Fase Embarque

Aprobada la orden y obtenido el refrendo, se debe ingresar los documentos físicos para que sean registrados en zona primaria

En esta fase la empresa de transporte sea aérea o naviera debe generar el número de manifiesto a través de la página de la CAE

Se transmite el manifiesto de carga junto con los documentos de transporte al sistema y finalmente se coordina el embarque de la mercancía a exportar.

### 5.3.3 Fase Post-embarque

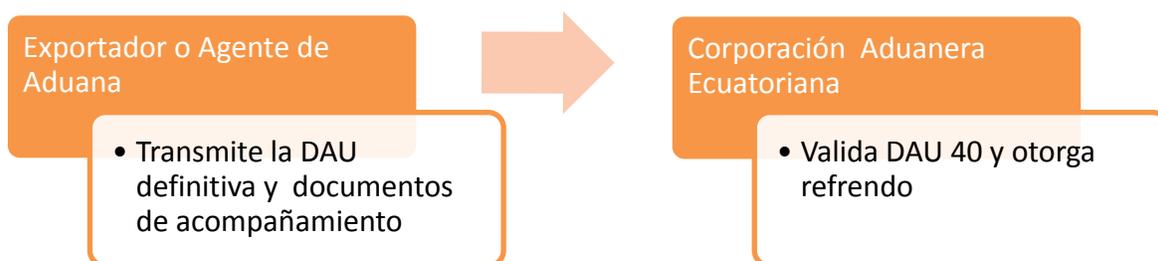
Después de ingresada la mercancía en zona primaria, el exportador tiene 15 días hábiles para regularizar su exportación a consumo régimen 40 a través de la transmisión de la DAU definitiva.

El SICE valida la información de la DAU contra la del manifiesto de Carga enviada por la compañía de transporte, y luego la aduana confirma la aceptación satisfactoria de los datos, y envía el número de refrendo para la Declaración aduanera única.

Finalmente con el refrendo de la DAU el exportador o agente debe obligatoriamente presentar en el departamento de exportaciones del distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos catalogados por la ley como documentos de acompañamiento:

- ✓ DAU impresa
- ✓ Orden de Embarque impresa
- ✓ Factura comercial definitiva
- ✓ Documentos de Transporte
- ✓ Originales de Autorizaciones Previas en caso de requerirlo
- ✓ Pago a la Corpei

**Cuadro 13**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

Se concluye que las mercancías destinadas a exportación se embarcarán directamente previo el cumplimiento de las formalidades, además se someten al control aduanero mientras se autoriza la salida del medio de transporte por parte de las autoridades competentes.

En el caso del presente proyecto los documentos se tramitarán por el distrito de Manta debido a que es el puerto adecuado y escogido por la empresa exportadora para el envío del atún enlatado.

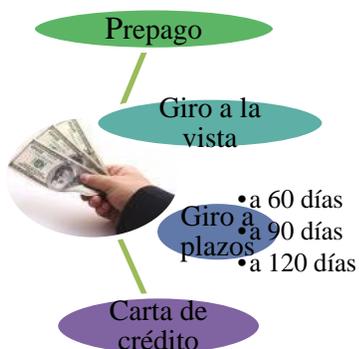
#### 5.4 MEDIOS INTERNACIONALES DE PAGO

Una exportación no sería totalmente satisfactoria si no se la podría cobrar, es por esto que el personal de la empresa debe tener el suficiente conocimiento sobre los sistemas de comercialización a nivel internacional y los riesgos que se asumen y crean cuando se escogen los medios de pago.

El instrumento de pago dependerá de algunos factores cómo: forma de negociación del exportador, de las costumbres del país donde está el importador, de la confianza entre las dos partes, de las exigencias cambiarias del importador y de los riesgos que como agente de comercio exterior se está dispuesto a asumir.

**Cuadro 14**

#### Medios de cobro internacionales



**Elaborado por:** Priscila Díaz

Conociendo el valor de este apartado dentro del ámbito global de las relaciones comerciales, a continuación se detalla brevemente las formas más comunes para cobrar las exportaciones:

#### **5.4.1 PREPAGO**

Es cuando el exportador cobra el valor total de la mercancía antes del embarque de la misma, este medio de pago funciona generalmente cuando se tiene confianza en el vendedor, o el mismo tiene prestigio como empresa seria y responsable.

Los prepagos no se dan para todo tipo de productos, generalmente se los aplica en las exportaciones de perecibles como es el caso de las rosas ecuatorianas.

#### **5.4.2 GIRO A LA VISTA**

Es cuando se embarca y envía la mercancía para que el comprador quede gustoso y tranquilo, y posteriormente realiza la transferencia a la cuenta del exportador.

#### **5.4.2 GIRO A PLAZOS**

Este mecanismo funciona cuando se envía la mercancía y se espera que se cumpla el plazo convenido que puede ser a 60, 90 y 120 días.

Este instrumento de cobro funciona cuando se conoce y confía en los clientes, además cuando se quiere vender y se debe ceder a las exigencias del comprador, no está por demás mencionar que existen riesgos de cuentas incobrables por lo que es necesario poner términos claros en la negociación.

#### **5.4.3 CARTA DE CRÉDITO**

Es un instrumento de pago que se utiliza en las relaciones comerciales y garantiza el cumplimiento de las obligaciones tanto del vendedor como del comprador, mediante el cual un banco emisor obrando por solicitud y conformidad con las instrucciones de un cliente u ordenante debe hacer un pago a un tercero o beneficiario contra la entrega de los documentos exigidos, siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones del crédito.

En una carta de crédito intervienen las siguientes partes:

- El importador o comprador
- El banco emisor, institución financiera ubicada en el país del importador
- El banco corresponsal, institución financiera ubicada en el país del exportador
- El exportador, vendedor

Las cartas de crédito más mencionadas son:

- ❖ **Carta de crédito revocable:** es aquella que permite modificaciones y cancelaciones en cualquier momento y sin consentimiento del exportador o beneficiario. Esta clase de crédito generalmente no se usa puesto que no constituye una garantía para el vendedor.
- ❖ **Carta de crédito irrevocable:** es aquella en la que se requiere el consentimiento del banco emisor, el exportador y el solicitante para modificar o cancelar; sin duda constituye un compromiso firme por parte del banco emisor para pagar, pagar diferido o negociar los instrumentos de giro siempre y cuando los documentos requeridos hayan sido presentados y cumplidos de acuerdo a los términos y condiciones establecidos en la carta de crédito.
- ❖ **Carta de crédito a la vista:** “cuando el cliente en el exterior manifiesta ve y pago, esto es, recibe los documentos de transporte, las facturas, los certificados y demás papeles necesarios para nacionalizar o legalizar la mercancía en el país extranjero y en ese momento, paga el valor del crédito”<sup>24</sup>
- ❖ **Carta de crédito a plazos:** “cuando el cliente paga después de 30, 60, 90, 120 o 180 días plazo, desde la fecha de realización del negocio, de la firma de las letras ó generalmente de la fecha de embarque de las mercancías. Transcurrido dicho plazo, el cliente importador se acerca a su banco en el exterior en donde apertura la carta de crédito y paga el importe que corresponda”<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Estrada Patricio, Estrada Raúl, Lo que se debe conocer para exportar, pág 84, 85

<sup>25</sup> Estrada Patricio, Estrada Raúl, Lo que se debe conocer para exportar, pág 85

Una vez analizado los medios internacionales de pago, se determina que la empresa exportadora utilizará las cartas de crédito irrevocables debido a que presentan mayor seguridad y son convenientes para el tipo de producto a comercializar y para exportadores que inician sus operaciones en el ámbito de comercio exterior.

## **5.5 TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO O INCOTERMS**

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los términos internacionales de comercio sirven para determinar dónde empieza y termina los riesgos tanto del vendedor como del comprador; en otras palabras distribuye claramente las responsabilidades entre ambas partes.

Los Incoterms buscan establecer parámetros internacionales de comercio por lo que determinan: el alcance del precio, el lugar de entrega de la mercancía, en qué momento y dónde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercancía del vendedor hacia el comprador, quién contrata y paga el transporte, quién contrata y paga el seguro, qué documentos tramita el exportador y que documentos tramita el importador cada uno resuelve su costo, entre otros.

Se publicaron por primera vez en 1936, a éstos se les ha ido introduciendo adiciones en 1953, 1967,1976,1980,1990 y finalmente en el 2000 que son los últimos con los que se opera a nivel mundial.

Para entenderlos mejor se los ha dividido en cuatro grupos, estos son E, F, C y D.

**Cuadro 15**

TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO			
Grupo E	Grupo F	Grupo C	Grupo D
<ul style="list-style-type: none"><li>•Ex- work</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Free Carrier</li><li>•Free Alongside Ship</li><li>•Free on Board</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Cost and Freight</li><li>•Cost, Insurance and Freight</li><li>•Carriage paid to</li><li>•carriage and insurance paid to</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Delivered at Frontier</li><li>•Delivered Ex-ship</li><li>•Delivered Ex-quay</li><li>•Delivered Duty Unpaid</li><li>•Delivered Duty paid</li></ul>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

A continuación se analizan brevemente cada uno:

### **GRUPO E**

#### **5.5.1 EXW G (Ex - fábrica)**

Con este término el vendedor pone la mercancía a disposición del comprador cuando hace la entrega de la misma en su local, tienda o fábrica, sin despacharlas para la exportación ni cargarlas en el vehículo receptor.

El vendedor cumple con su responsabilidad y a partir de ese momento el comprador asume los demás costos y riesgos.

#### **Obligaciones del vendedor**

- Entrega de la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje

### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- Flete interno (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete internacional (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Transporte y seguro (lugar de importación a planta)

## **GRUPO F**

### **5.5.2 FCA (Franco Transportista)**

El vendedor entrega las mercancías despachadas para la exportación, al transportista propuesto por el comprador en el lugar pactado, el vendedor no es responsable de la descarga; este término se puede utilizar para cualquier medio de transporte.

### **Obligaciones del vendedor**

- Entrega de la Mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

### **Obligaciones del comprador**

- Pagos de la mercadería
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)

- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

### **5.5.3 FAS (Franco al costado del buque)**

El vendedor cumple sus obligaciones cuando entrega la mercancía a un costado del buque en el puerto de embarque convenido, desde ese momento los siguientes gastos corren por cuenta del comprador.

#### **Obligaciones del Vendedor**

- Mercadería y Documentos Necesarios
- Empaque Y Embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos De Exportación (maniobras, almacenaje, agentes )

#### **Obligaciones del Comprador**

- Pagos de la mercadería
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Seguro y flete (lugar de importación a planta)
- Demoras

### **5.5.4 FOB (Franco a Bordo)**

El vendedor cumple cuando entrega las mercancías sobrepasando la borda del buque en el puerto de embarque convenido, desde ese punto el comprador debe cargar con todos los gastos y riesgos de la mercancía hasta su destino final, cabe mencionar que este término es utilizado únicamente para transporte por mar.

### **Obligaciones del vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesario
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete (lugar de importación a planta)
- Demoras

## **GRUPO C**

### **5.5.5. CFR (Costo y flete)**

Este término implica que el vendedor entrega la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque, pero debe encargarse de contratar la bodega del barco y pagar el flete hasta el destino acordado, y solo se utiliza para transporte marítimo.

### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque Y Embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)

### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la Mercadería
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

### **5.5.6 CIF (Costo, seguro y flete)**

El vendedor entrega la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque, el vendedor debe pagar los costos, el flete y el seguro necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino pactado. Solo se utiliza para transporte marítimo.

### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)

### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

### **5.5.7 CPT (Transporte pagado hasta)**

Significa que el vendedor cumple con su obligación de entregar la mercancía cuando ha puesto a disposición del transportista nombrado por él y paga el flete del transporte hasta el destino convenido, desde ese momento los demás costos y riesgos son transferidos al comprador. Este término internacional de comercio se puede utilizar para cualquier tipo de transporte incluso el multimodal.

#### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y los documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)

#### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Demoras

### **5.5.8 CIP (Transporte y seguro pagado hasta)**

Este término se utiliza para cualquier modo de transporte incluso el multimodal; el vendedor cumple con sus obligaciones cuando entrega y pone a disposición del transportista la mercancía para ser trasladada al destino acordado, se debe mencionar que en este término el

vendedor debe pagar el flete y un seguro mínimo sin olvidar que también elige el transportista adecuado

### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y los documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )

### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Demoras

## **GRUPO D**

### **5.5.9 DAF (Entrega en frontera)**

Según la CCI el vendedor cumple con su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía despachada en la aduana para la exportación en el punto y lugar convenido de la frontera per antes de la aduana fronteriza del país comprador; este término se utiliza para cualquier modo de transporte siempre y cuando la mercancía se deba entregar en una frontera terrestre.

### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)(parcial)
- Seguro (parcial)

### **Obligaciones del Comprador**

- Pagos de la Mercadería
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación) (parcial)
- Seguro (parcial)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

#### **5.5.10 DES (Entrega sobre buque)**

El vendedor cumple con su obligación cuando pone la mercancía a disposición del comprador a bordo del buque en el puerto de destino convenido pero sin despachar de aduana para la importación, este término se usa solo para transporte por mar o vía acuáticas.

### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)

### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Acarreo y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

#### **5.5.11 DEQ (Entrega en muelle)**

El vendedor asume todos los riesgos y costos necesarios para hacer llegar la mercancía al país de destino y termina su compromiso cuando se pone a disposición del comprador sobre el muelle o desembarcadero para su legalización, en este punto las obligaciones del comprador se basan en el pago de todos los derechos y trámites necesarios para culminar la operación de importación.

### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Demoras

#### **5.5.12 DDU ( Entrega derechos no pagados)**

Significa que el vendedor entrega las mercancías cuando las pone a disposición del comprador en el lugar convenido del país de destino sin despachar de aduana y sin descargar de los medios de transporte, entonces el comprador debe pagar los costos de derechos, impuestos y las tasas respectivas para culminar la importación.

### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)

### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

### **5.5.13 DDP ( Entrega derechos pagados)**

El vendedor cumple con su obligación de entregar la mercancía cuando es puesta a disposición del comprador en el lugar acordado del país de importación, el vendedor debe asumir el despacho y los trámites aduaneros respectivos para la importación.

#### **Obligaciones del vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Acarreo (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Acarreo y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

#### **Obligación del comprador**

- Pagar la mercancía

## Cuadro 16

### Los modos de transporte y los Incoterms

EXW	En fábrica	Cualquier modo de transporte
FCA	Franco Transportista	Terrestre
FAS	Franco al costado del buque	Transporte Marítimo
FOB	Franco a bordo	Transporte Marítimo
CFR	Costo y Flete	Transporte Marítimo
CIF	Costo, seguro y flete	Transporte Marítimo
CPT	Transporte pagado hasta	Cualquier modo de transporte
CIP	Transporte y seguro pagado hasta	Cualquier modo de transporte
DAF	Entregado en frontera	Terrestre
DES	Entregado sobre el buque	Transporte Marítimo
DEQ	Entregado en muelle	Transporte Marítimo
DDU	Entregado derechos no pagados	Cualquier modo de transporte
DDP	Entregado derechos pagados	Cualquier modo de transporte

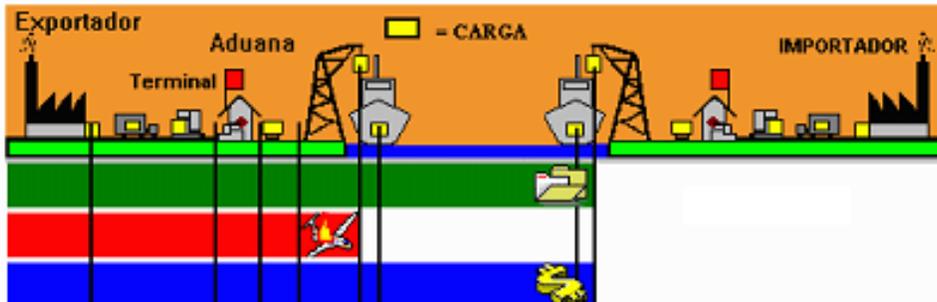
**Fuente:** Cómo hacer importaciones

**Elaborado por:** Priscila Díaz

Ya analizados los términos internacionales de comercio se opta por el FOB (Free on Board) para la negociación de atún enlatado, debido a las ventajas y seguridades que ofrece tanto al importador como al exportador, además la experiencia en las transacciones realizadas por exportadores frecuentes del Ecuador demuestra que en su mayoría han realizado sus negociaciones bajo término FOB, lo que ayuda a la decisión empresarial.

**Gráfico 29**

**Término FOB**



**Fuente:** imágenes google

## **5.6 VÍAS DE TRANSPORTE Y EMBALAJE**

Las operaciones comerciales a nivel mundial obligan a transportar las mercancías de un país a otro, por lo que es importantísimo conocer y aprovechar todos los beneficios de los modos y medios de transporte, solo así se logrará una entrega oportuna y eficaz de los productos ya sea por aire, agua, carretero o ferrocarril.

Dentro de la cadena logística es elemental el transporte internacional ya que es un rubro que incide en el precio final, de ahí la importancia de elegir adecuadamente el modo más calificado de transporte, a continuación se mencionan algunos aspectos a considerar: distancia, tiempo de transporte, tarifa, tipo de carga, valor de la mercancía, seguros, embalajes, costos de carga y descarga, posibles rutas, posibles siniestros, urgencia, el volumen, lugar de destino, seguridad de los medios de transporte entre algunos otros.

### **Transporte Aéreo**

Consiste en el traslado de personas y mercancías de un lugar a otro por medio de aeronaves, es ideal para mercancías perecibles, electrónicas de alto valor, envíos pequeños y envíos urgentes.

Entre las ventajas podemos mencionar: la rapidez en largas distancias, mayor agilidad en el trámite administrativo puesto que cuenta con mayor organización, menor riesgo de daño de la carga debido a que existe menor probabilidad de que sufra algún siniestro, una amplia cobertura de vuelos a nivel mundial.

En cuanto a las desventajas tenemos el alto costo y la limitación en peso y volumen de carga debido a la estructura misma de la aeronave y las dimensiones de bodegas, puertas etc.

### **Transporte Terrestre**

Traslado de mercancías de un lugar a otro por medio de medios con ruedas y a través de vías habilitadas.

“Las características más destacadas del transporte por carretera son su simplicidad, versatilidad y flexibilidad, pues permite el transporte prácticamente de cualquier tipo de mercancía desde el lugar de producción o almacenaje hasta el de producción o consumo sin ruptura de carga, de forma rápida y relativamente económicas. Es poco complejo y de fácil acceso para cualquier usuario”<sup>26</sup>

Entonces se deduce como ventajas la capacidad de ofrecer un servicio puerta a puerta y su costo moderado; como desventajas podría ser la falta de rapidez y el mayor riesgo de que la mercancía sufra daños o alteraciones.

### **Transporte Marítimo**

Transporte de mercancía de un punto de partida hasta un punto de destino a través de embarcaciones habilitadas para navegar por mar.

Actualmente es el modo de transporte más utilizado en las operaciones de comercio internacional, debido a su alta capacidad de carga, su bajo costo, cobertura amplia de servicio, experiencia en operaciones de estiba entre otras; las desventajas sería el tiempo en que dura en

---

<sup>26</sup> ESTRADA Patricio, Cómo Hacer Importaciones, página 202

llegar una carga al puerto de destino y la probabilidad de que ocurra algún siniestro inesperado.

“Existen tres tipos básicos de servicios marítimos que son:

*Los de compañías miembros de las “Conferencias Marítimas” que prestan servicios regulares*

*Los de líneas regulares que no forman parte de dichas conferencias.*

*Los de los “Tramps”*

Los primeros sirven en la mayoría de las rutas mercantes y son asociaciones constituidas por empresas navieras que tienen tipos de flete y condiciones comunes de trato en las rutas regulares.

Las compañías navieras que no forman parte de una “Conferencia” cotizan sus servicios individualmente; operan en las mismas líneas y en competencia con ellas, generalmente, estas compañías cotizan fletes un 10% más bajo, no requieren la firma de contratos previos y aceptan reservaciones.

Los “Tramps” por lo regular operan en las rutas comerciales o en rutas distintas; se contratan por viaje hacia cualquier destino y con cualquier tipo de carga y, son conocidos como “lechuceros” del tráfico marítimo.”<sup>27</sup>

### Gráfico 30



**Fuente:** Priscila Díaz

---

<sup>27</sup> Estrada Patricio, Estrada Raúl, Lo que se debe conocer para exportar páginas 63,64,65

## **Transporte Multimodal**

Consiste en el movimiento de la mercancía por más de un modo y medio de transporte para agilizar la entrega desde un punto de partida hasta su destino final.

Para efectos del presente proyecto se utilizará el transporte marítimo, es decir la mercancía será embarcada en el puerto de Manta en término FOB para que llegue a su destino final, se ha escogido este modo de transporte debido al tipo de mercancía, tiempo de viaje, seguridad en el medio de transporte, seguros existentes, embalajes adecuados, y tarifas accequibles.

# **CAPÍTULO VI**

## **INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO**

“La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evolución del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.”<sup>28</sup>

Una vez que se ha analizado el mercado objetivo, la demanda posible y el tamaño del proyecto, se debe determinar las inversiones necesarias para el inicio del proyecto y el modo de financiación que tendrá el mismo.

En este capítulo se resume en forma detallada los activos fijos tangibles, los diferidos y el capital de trabajo necesario para la puesta en marcha de dicho proyecto, adicionalmente se describe el financiamiento con recursos propios y ajenos a través de cuadros explicativos.

### **6.1 INVERSIÓN TOTAL**

Se detalla la inversión total para el primer año de operación, es decir el valor monetario necesario para cubrir los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo.

---

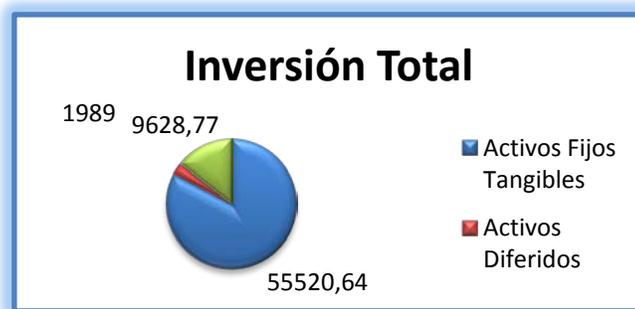
<sup>28</sup> Nassir Sapag Chain, Preparación y Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, pág 237

**Cuadro 17**  
**Inversión Inicial**

INVERSIÓN INICIAL	
CONCEPTO	VALOR USD
Activos Fijos Tangibles	55520,64
Activos Diferidos	1989
Capital de Trabajo	9628,77
<b>TOTAL</b>	<b>67138,41</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

**Gráfico 31**  
**Inversión Total**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

## 6.2 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

“Los activos fijos son aquellos valores que permanecerán de una manera durable en la empresa y están sujetos a depreciación. Estos pueden ser: terreno, edificios, maquinaria, equipos, vehículos, instalaciones, utensilios, etc.”<sup>29</sup>

Es decir son los bienes necesarios para empezar un proyecto, los mismos que no están destinados para la compra-venta sino para ser explotados en el desarrollo de las actividades de la empresa.

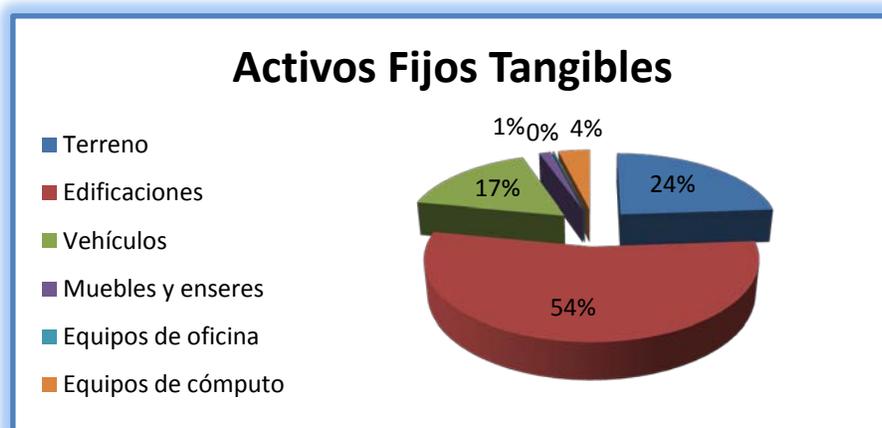
<sup>29</sup> BACA URBINA, Gabriel Evaluación de Proyectos.

**Cuadro 18**  
**Activos Fijos**

<b>ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR USD</b>
Terreno	13260
Edificaciones	30064,5
Vehículos	9180
Muebles y enseres	799,68
Equipos de oficina	99,96
Equipos de cómputo	2116,5
<b>TOTAL</b>	<b>55520,64</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

**Gráfico 32**  
**Activos Fijos Tangibles**



**Elaborado por:** Priscila Díaz

### 6.2.1 Terreno

El terreno conseguido en la ciudad de Manta cuenta con 300 m<sup>2</sup> y su valor total es de 13000, por lo tanto el metro cuadrado estaría valorado en 43,30 dólares.

Este activo será utilizado para la construcción de las instalaciones necesarias de la empresa.

**Cuadro 19**  
**Terreno**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m2	300	43,3	13.000
2% imprevistos				260
<b>TOTAL</b>				<b>13.260</b>

**Elaborado por: Priscila Díaz.**

### 6.2.2 Edificaciones

El total de las construcciones es de 180 metros cuadrados, esto representa a las oficinas con un área de 30 metros, el baño 12 metros, un área de maquinaria con 15 metros, una bodega de conservas con 40 metros, una pequeña bodega de limpieza con 12,5 metros, parqueadero de 70,5 metros, y lo demás sería el espacio verde disponible para cualquier otra edificación en caso de ser necesario.

**Cuadro 20**  
**Edificaciones**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Oficinas	m <sup>2</sup>	30	250	7500
Baño	m <sup>2</sup>	13	240	3120
Bodega conservas	m <sup>2</sup>	60	150	9000
Bodega limpieza	m <sup>2</sup>	13	135	1755
Parqueadero	m <sup>2</sup>	70	90	6300
Espacio verde	m <sup>2</sup>	30	60	1800
Subtotal		216		29475
2% imprevistos				589,5
<b>TOTAL</b>				<b>30064,5</b>

**Elaborado por: Priscila Díaz.**

### 6.2.3 Vehículos

El vehículo será comprado para la movilización del personal que necesite desplazarse de un lugar a otro, por ejemplo el mensajero o el asistente de comercio, auto considerado para el proyecto: chevrolet spark.

**Cuadro 21**  
**Vehículo**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Automóvil	U	1	9.000	9.000
Subtotal				9.000
2% imprevistos				180
<b>TOTAL</b>				<b>9.180</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz.

### 6.2.4 Muebles y Enseres

En este rubro se toman en cuenta todos los activos que sean necesarios para desarrollar las funciones administrativas, estos activos son de fácil movimiento y se han considerado los siguientes:

**Cuadro 22**  
**Muebles y Enseres**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	U	3	125	375
Sillas de escritorio	U	3	35	105
Sillas	U	3	8	24
Anaqueles	U	1	80	80
Archivador	U	1	200	200
Subtotal				784
2% imprevistos				15,68
<b>TOTAL</b>				<b>799,68</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

### 6.2.5 Equipos de Oficina

Estos equipos son los que facilitan los mecanismos de comunicación y permiten obtener con eficiencia y rapidez la información indispensable para el desarrollo de las labores pertinentes, sin duda alguna estos activos forman parte indispensable en la empresa.

**Cuadro 23**  
**Equipos de Oficina**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Intercomunicador	U	1	20	20
Teléfono inalámbrico	U	2	35	70
Calculadora	U	2	4	8
Subtotal				98
2%imprevistos				1,96
<b>TOTAL</b>				<b>99,96</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

### 6.2.6 Equipos de Cómputo

Aquí se incluyen las computadoras e impresoras para las respectivas oficinas, estos activos son la parte fundamental y tecnológica de la compañía.

**Cuadro 24**  
**Equipos de Cómputo**

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	U	3	650	1.950
Multifunción	U	1	125	125
Subtotal				2.075
2% imprevistos				41,5
<b>TOTAL</b>				<b>2.116,5</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

### 6.3 ACTIVOS DIFERIDOS

La empresa para iniciar sus actividades obligatoriamente debe hacer unos gastos como los de organización, gastos de puesta en marcha, del abogado, entre otros, es decir que representan desembolsos monetarios para la empresa.

Todos estos activos diferidos se los considera como gastos pagados por anticipado, que a corto o mediano plazo ayudan a que la empresa inicie sus actividades normales.

**Cuadro 25**  
**Activos Intangibles**

ACTIVOS DIFERIDOS	
CONCEPTO	VALOR USD
Gastos de Instalación	250
Estudio de Factibilidad	700
Gastos de Constitución	500
Marcas y Patentes	500
<b>Subtotal</b>	<b>1.950</b>
2%imprevistos	39
<b>TOTAL</b>	<b>1.989</b>

Elaborado por: Priscila Díaz

**Gráfico 33**



Elaborado por: Priscila Díaz

## 6.4 CAPITAL DE TRABAJO

“El capital de trabajo no es otra cosa que el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes que deberá disponer el inversionista, para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación, durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados”<sup>30</sup>

**Cuadro 26**

CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR EN USD
Gastos De Administración	2.389,57
Gastos de Ventas	1.434,68
Gastos de Comercio Exterior	418,92
Materia Prima 1 envío	5.385,60
<b>TOTAL</b>	<b>9.628,77</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

## 6.5 FINANCIAMIENTO

Financiar se define como la forma en que la compañía obtendrá los recursos necesarios para realizar sus actividades y arrancar con el proyecto.

Existen dos tipos de financiamiento:

*El interno o capital propio* que simplemente se los describe como los aportes que realizan los socios y promotores de la empresa.

*El Externo o crédito con terceros*, es el financiamiento que se obtiene con instituciones financieras u organismos capacitados para brindar este tipo de préstamos.

Para este proyecto se necesita una inversión inicial total de 67.073,91 dólares americanos que representan el 100%; el capital a invertir con recursos propios será de 30.701,91 dólares que constituyen el 45,77% de la inversión total y consecuentemente el 54,23% que simbolizan

---

<sup>30</sup> BARRENO, Luis “Manual de Evaluación y Formulación de Proyectos”, pág 88

36.372 dólares, serán financiados a través de un crédito por medio de la Corporación Financiera Nacional.

## 6.6 CUADRO DE FUENTES Y USOS

En este cuadro se detalla la inversión total, y el financiamiento tanto propio como ajeno.

**Cuadro 27**  
**Cuadro de Fuentes y Usos del Capital**

<b>CUADRO DE FUENTES Y USOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>RECURSOS PROPIOS</b>		<b>RECURSOS AJENOS</b>	
		<b>%</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>VALOR</b>
Terrenos	13260	30	3978	70	9282
Edificaciones	30064,5	25	7516,125	75	22548,375
Vehículos	9180	50	4590	50	4590
Muebles y enseres	799,68	100	799,68		
Equipos de oficina	99,96	100	99,96		
Equipos de cómputo	2116,5	100	2116,5		
Activos Diferidos	1989	100	1989		
Capital de Trabajo	9628,77	100	9628,77		
<b>TOTAL</b>	<b>67138,41</b>	<b>45,75</b>	<b>30718,03</b>	<b>54,25</b>	<b>36420,38</b>

**Elaborado por: Priscila Díaz**

A continuación se presenta la depreciación anual de los activos:

**Cuadro 28**  
**Depreciaciones y Amortizaciones**

<b>Activo</b>	<b>Valor</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciación Anual</b>
<b>Depreciaciones</b>				
Edificios	30065	5	20	1503,23
Vehículos	9180	20	5	1836,00
Equipos de Oficina	100	10	5	10,00
Equipos de Cómputo	2117	33	3	698,45
Muebles y Enseres	800	10	10	79,97
<b>Subtotal depreciaciones</b>				<b>4127,63</b>
<b>Amortizaciones</b>	<b>Valor</b>	<b>% Amortización</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Activos Diferidos	1989	20	5	397,80
<b>Subtotal Amortizaciones</b>				<b>397,80</b>
<b>TOTAL DEP y AMORT.</b>				<b>4525,43</b>

**Elaborado por: Priscila Díaz**

## **6.7 TABLA DE AMORTIZACIÓN**

“Amortizar es el proceso de cancelar una deuda y sus intereses por medio de pagos periódicos.”<sup>31</sup>

Una vez obtenido el monto de financiamiento, se procede a calcular la tasa de amortización por el método gradual que consiste en cuotas periódicas iguales. El monto del préstamo es de 36.372 dólares un plazo de cinco años con cuotas trimestrales y un interés de 10%.

<sup>31</sup> LYNCROYAN PORTUS, Goviden Op. Cit pág 175

### Cuadro 29

#### Condiciones del Crédito

CONDICIONES DEL PRÉSTAMO	
Monto a financiar en USD	36420,38
Tasa de interés anual	10%
Plazo	5 años
Pagos trimestrales	2336,26

### Cuadro 30

#### Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL					
PERÍODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	CUOTA	AMORT. CAPITAL	SALDO INSOLUTO
0					36420,38
1	36420,38	910,51	2336,26	1425,75	34994,62
2	34994,62	874,87	2336,26	1461,40	33533,22
3	33533,22	838,33	2336,26	1497,93	32035,29
4	32035,29	800,88	2336,26	1535,38	30499,91
5	30499,91	762,50	2336,26	1573,76	28926,15
6	28926,15	723,15	2336,26	1613,11	27313,04
7	27313,04	682,83	2336,26	1653,44	25659,60
8	25659,60	641,49	2336,26	1694,77	23964,83
9	23964,83	599,12	2336,26	1737,14	22227,69
10	22227,69	555,69	2336,26	1780,57	20447,12
11	20447,12	511,18	2336,26	1825,08	18622,03
12	18622,03	465,55	2336,26	1870,71	16751,32
13	16751,32	418,78	2336,26	1917,48	14833,84
14	14833,84	370,85	2336,26	1965,42	12868,43
15	12868,43	321,71	2336,26	2014,55	10853,87
16	10853,87	271,35	2336,26	2064,92	8788,96
17	8788,96	219,72	2336,26	2116,54	6672,42
18	6672,42	166,81	2336,26	2169,45	4502,97
19	4502,97	112,57	2336,26	2223,69	2279,28
20	2279,28	56,98	2336,26	2279,28	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>10304,87</b>	<b>46725,25</b>	<b>36420,38</b>	

Elaborado por: Priscila Díaz

# CAPÍTULO VII

## COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

### 7.1 COSTOS

Son todos los incurridos en la operación de una empresa durante un período determinado, para cuantificar los costos totales del proyecto se deben sumar los costos fijos más los costos variables.

**Cuadro 31**  
**Costos Totales del Proyecto**

COSTOS Y GASTOS	
CONCEPTO	AÑO 1
	VALOR USD
Costos Fijos	60721,33
Costos Variables	69654
<b>TOTAL</b>	<b>130375,51</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

### 7.2 COSTOS FIJOS

Son aquellos rubros independientes y constantes que tiene la empresa en su desarrollo normal de actividades.

**Cuadro 32**  
**Costos Fijos del Proyecto**

<b>COSTOS FIJOS</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>
	<b>VALOR USD</b>
Gastos Administrativos	28674,85
Gastos de Ventas	17216,17
Gastos Financieros	10304,87
Depreciaciones y Amortizaciones	4525,43
<b>Subtotal Inversión Fija</b>	<b>60721,33</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz.

### 7.3 COSTOS VARIABLES

Son aquellos que varían de acuerdo a la capacidad instalada, además aumentan o disminuyen en relación a la producción como por ejemplo: mano de obra, materia prima, materiales indirectos etc.

**Cuadro 33**  
**Costos Variables del Proyecto**

<b>COSTOS VARIABLES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>
	<b>VALOR USD</b>
Mercancía	64627
Gastos de Exportación	5027
<b>Subtotal Inversión Variable</b>	<b>69654</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

### 7.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

La empresa para desarrollar sus funciones normales necesita sistematizar eficientemente la labor de sus elementos productivos; Dentro de la acción de administrar la empresa debe

considerar los llamados gastos de administración por concepto de sueldos, salarios, agua, luz, teléfono entre otros.

**Cuadro 34  
Rol de Pagos Administrativos**

ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO									
CARGO	SUELDO MENSUAL	CANTIDAD	SUELDO ANUAL	13 SUELDO	14 SUELDO	IESS 12.15%	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL AÑO
Gerente General	1000	1	12000	1000	218	1458	1000	500	14676
Secretaria-Contadora	450	1	5400	450	218	656,1	450	225	6724,1
Mensajero	250	1	3000	250	218	364,5	250	125	3832,5

**Elaborado por: Priscila Díaz**

**Cuadro 35**

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO USD	
			MES	AÑO
<b>1. Sueldo Personal</b>				
Gerente General	Año	1	1.223,00	14.676
Secretaria-Contadora	Año	1	560,34	6.724,1
Mensajero	Año	1	319,38	3.832,5
<b>Subtotal</b>			<b>2.102,72</b>	<b>25.232,6</b>
<b>2. Suministros</b>				
Energía Eléctrica	Año	1	40	480
Teléfono e Internet	Año	1	100	1.200
Útiles de oficina	Año	1	30	360
Mantenimiento Equipos	Año	1	25	300
Agua Potable	Año	1	45	540
<b>Subtotal</b>			<b>240</b>	<b>2.880</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>28.112,6</b>
			<b>Imprevistos (2%)</b>	562,25
			<b>TOTAL</b>	<b>28.675</b>

**Elaborado por: Priscila Díaz**

## 7.5 GASTOS DE VENTAS

Dentro de este rubro se incluye el sueldo del personal de ventas, y demás costos que son necesarios para el proceso de comercialización como publicidad y transporte.

A continuación se detalla los rubros correspondientes a los gastos de este departamento.

**Cuadro 36**  
**Rol de Pagos Personal Ventas**

ROL DE PAGOS									
CARGO	SUELDO BASICO	CANTIDAD	SUELDO ANUALIZADO	13 SUELDO	14 SUELDO	IESS 12.15%	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL AÑO
Asistente Comercio Ext.	700	1	8400	700	218	1020,6	700	350	10338,6

**Elaborado por:** Priscila Díaz

**Cuadro 37**

GASTOS DE VENTAS				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO USD	
			Mes	Año
<b>1. Sueldo Personal</b>				
Gerente Comercio Ext.	Año	1	861,55	10.338,6
<b>Subtotal</b>				10.338,6
<b>2. Suministros</b>				
Transporte	Año	1	20	240
Mantenimiento Vehículo	Año	1	25	300
Publicidad	Año	1	500	6.000
<b>Subtotal</b>				6.540
			<b>Subtotal</b>	16.878,6
			<b>Imprevistos (2%)</b>	337,57
			<b>TOTAL</b>	<b>17.216,17</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

## 7.6 GASTO FINANCIERO

Son los desembolsos de la empresa en función de la obtención de recursos financieros y están representados por los intereses y comisiones de créditos recibidos por la empresa.

Los Gastos financieros son tomados de la tabla de amortización:

**Cuadro 38**

<b>GASTO FINANCIERO</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>PERÍODO /TRIMESTRAL</b>	<b>INTERÉS</b>
Préstamo Bancario	1	910,51
	2	874,87
	3	838,33
	4	800,88
	5	762,50
	6	723,15
	7	682,83
	8	641,49
	9	599,12
	10	555,69
	11	511,18
	12	465,55
	13	418,78
	14	370,85
	15	321,71
	16	271,35
	17	219,72
	18	166,81
	19	112,57
		20
<b>TOTAL USD</b>		<b>10304,87</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

## 7.7 MERCANCÍA

Todo bien susceptible de comercialización, en este caso el atún enlatado, se ha considerado la venta de 220 cajas de atún enlatado, cada una posee 48 latas.

**Cuadro 39**  
**Total Mercancía**

MERCANCÍA					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL	VALOR USD		
			UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Atún	latas	126.720	0,5	5.280	63.360
<b>Subtotal</b>					63.360
2% imprevistos					1267,2
<b>TOTAL</b>					<b>64.627,2</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

## 7.8 GASTOS DE EXPORTACIÓN

Aquí se consideran los desembolsos por parte de la empresa por concepto de transporte, tramitología, pagos en aduana, agente de aduana entre otros.

**Cuadro 40**  
**Gastos de Exportación**

<b>GASTOS DE EXPORTACIÓN</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>PRECIO USD</b>	
			<b>MES</b>	<b>Año</b>
<b>1. Rubros</b>				
Transporte Interno	Mes	1	30,00	360
Agente de aduanas	Mes	1	110	1.320
Tramitología	Mes	1	60	720
Corpei	Mes	1	17,47	209,628
Manipuleo	Mes	1	120	1.440
<b>Subtotal</b>			<b>337,47</b>	<b>4.049,628</b>
<b>2. Término de Negociación</b>				
0.2% FOB	Unidad	1	23,232	278,78
Mensaje Swift	Unidad	1	50	600
<b>Subtotal</b>			<b>73,232</b>	<b>878,78</b>
			<b>Subtotal</b>	4.928,41
			<b>Imprevistos (2%)</b>	98,57
			<b>TOTAL</b>	<b>5.026,98</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

## **7.9 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS**

El presupuesto de costos y gastos con el fin de analizar la factibilidad económica se ha proyectado a 10 años, tomando en consideración todos los rubros necesarios para la operación del presente proyecto.

Para la proyección se ha tomado en consideración ciertos puntos:

La inflación con 4,02 % según cifras del Banco Central del Ecuador actualizada a noviembre del 2009 y su posible proyección.

Los Gastos Administrativos, de ventas y de exportación se inflan desde el año 2 al año 10.

En el gasto financiero para el primer año se ha sumado los 4 primeros rubros de los intereses del Cuadro Gastos Financieros, para el año 2 se sumaron los 4 siguientes valores , y así consecuentemente hasta el año 5, puesto que el préstamo estaba dado en 5 años con períodos trimestrales.

El valor de las depreciaciones se ha pasado del cuadro respectivo donde se detallan las depreciaciones de los activos fijos, hasta el año 5 se considera el mismo valor, pero al sexto año se resta el valor de la depreciación anual del vehículo y este rubro se mantiene hasta el año 10.

En las amortizaciones se toma el valor anual, es decir el valor total de los activos diferidos por veinte y dividido para cien.

La posibilidad de aumentar el volumen de comercialización en los siguientes años, es decir número de cajas por envío, de un 3% anual.

Cabe mencionar que ciertos rubros como depreciaciones, amortizaciones, gasto financiero, y seguros no se ven afectados por la inflación.

Una vez analizados todos estos puntos se presenta el cuadro de proyección de costo y gastos del proyecto.

**Cuadro 41**  
**Proyección de Costos y Gastos del Proyecto**

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	VALOR USD									
Mercadería	63360	67871,23	72703,66	77880,16	83425,23	89365,11	95727,90	102543,73	109844,85	117665,80
<b>Total Costos</b>	<b>63360</b>	<b>67871,23</b>	<b>72703,66</b>	<b>77880,16</b>	<b>83425,23</b>	<b>89365,11</b>	<b>95727,90</b>	<b>102543,73</b>	<b>109844,85</b>	<b>117665,80</b>
<b>Gastos operacionales</b>										
Gasto Administrativo	28675	29827,58	31026,65	32273,92	33571,33	34920,90	36324,72	37784,97	39303,93	40883,95
Gastos de Ventas	17216,17	17908,26	18628,17	19377,03	20155,98	20966,25	21809,10	22685,82	23597,79	24546,42
Gasto de Exportación	5026,98	5229,065	5439,273	5657,932	5885,381	6121,973	6368,077	6624,073	6890,361	7167,353
<b>Total Gastos con Inflación</b>	<b>50918,00</b>	<b>52964,91</b>	<b>55094,10</b>	<b>57308,88</b>	<b>59612,70</b>	<b>62009,13</b>	<b>64501,89</b>	<b>67094,87</b>	<b>69792,08</b>	<b>72597,73</b>
Gasto Financiero	3425	2809,97	2131,54	1382,69	556,09					
Seguros	1453,01	1289,86	1126,72	1036,92	873,78	1170,63	1080,83	917,69	754,55	572,94
Depreciaciones	4127,63	4127,63	4127,63	4127,63	4127,63	2291,63	2291,63	2291,63	2291,63	2291,63
Amortizaciones	397,80	397,80	397,80	397,80	397,80					
<b>Total Gastos sin inflación</b>	<b>9403,03</b>	<b>8625,27</b>	<b>7783,70</b>	<b>6945,04</b>	<b>5955,30</b>	<b>3462,27</b>	<b>3372,46</b>	<b>3209,32</b>	<b>3046,18</b>	<b>2864,57</b>
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>123681,03</b>	<b>129461,41</b>	<b>135581,46</b>	<b>142134,08</b>	<b>148993,23</b>	<b>154836,50</b>	<b>163602,26</b>	<b>172847,92</b>	<b>182683,11</b>	<b>193128,10</b>

Elaborado por: Priscila Díaz

## **7.10 INGRESOS DEL PROYECTO**

Los Ingresos generan ganancias en un período determinado mediante la venta de un bien o servicio generado por el proyecto, en este caso por la comercialización de atún enlatado a Brasil.

Para obtener ingresos nos basamos en la demanda del producto que previamente se ha analizado en el estudio de mercado, además en la proyección de ingresos se ha tomado en cuenta la inflación del país de destino es decir 4,22% según el Banco Central do Brasil a noviembre del 2009.

Se ha considerado apropiado aumentar en un 3% en la cantidad de latas a ser exportadas en cada año.

El costo unitario se obtiene dividiendo los costos totales para la cantidad de latas exportadas.

Para el precio de venta a partir del año 2 se considera la inflación del país de destino, en este caso Brasil.

**Cuadro 42**  
**Proyección de Ingresos del Proyecto**

<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL PROYECTO</b>										
<b>CONCEPTO</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>
Costos Totales (usd)	123681,03	129461,41	135581,46	142134,08	148993,23	154836,50	163602,26	172847,92	182683,11	193128,10
Cantidad Exportada (latas)	126720	130522	134437	138470	142624	146903	151310	155850	160525	165341
Costo Unitario (usd)	0,98	0,99	1,01	1,03	1,04	1,05	1,08	1,11	1,14	1,17
Precio Vta Exportación (usd)	1,10	1,15	1,19	1,25	1,30	1,35	1,41	1,47	1,53	1,60
<b>Ingreso Total</b>	<b>139392,0</b>	<b>149632,6</b>	<b>160625,5</b>	<b>172426,0</b>	<b>185093,4</b>	<b>198691,5</b>	<b>213288,6</b>	<b>228958,0</b>	<b>245778,7</b>	<b>263835,1</b>

**Elaborado por: Priscila Díaz**

# CAPÍTULO VIII

## EVALUACIÓN FINANCIERA

El Estudio de evaluación económica financiera es la parte final de la secuencia de análisis con el objetivo de determinar la factibilidad de exportar atún enlatado a Brasil, además de establecer los beneficios económicos y financieros que generará el proyecto.

“El objetivo de la evaluación financiera es establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas de asignar los recursos generalmente escasos a una inversión específica, sin embargo, hay que distinguir 2 tipos de evaluaciones diferentes, aquella que dirige a su accionar a la inversión social y la otra, que está directamente relacionada con el empresario privado, es decir en el campo de la microeconomía.”<sup>32</sup>

### 8.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO

- Para la presente evaluación se han tomado en cuenta los siguientes criterios :
- Balance de situación Inicial
- Estado de Resultados
- Flujo de Caja del Inversionista
- Flujo de Caja del Proyecto
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)

---

<sup>32</sup> BARRENO Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, pág 99

- Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)
- Punto de Equilibrio
- Índices Financieros

## 8.2 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Es un documento en el que se presenta de manera ordenada los saldos de las cuentas de balances permanentes activos, pasivos y capital; esta hoja contable presenta la situación financiera de la empresa a un momento determinado.

**Cuadro 43**

<b>ESTADO DE SITUACION INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	9628,77	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja Bancos	9628,77	Préstamo a corto plazo	
		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	36420,38
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	55520,64	Préstamo a largo plazo	36420,38
Terrenos	13260		
Edificaciones	30064,5	<b>PATRIMONIO</b>	30718,03
Vehículos	9180	Recursos propios	30718,03
Muebles y enseres	799,68		
Equipos de Oficina	99,96		
Equipos de Cómputo	2116,5		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	1989		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>67138,41</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>67138,41</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

### **8.3 ESTADO DE RESULTADOS**

Es un documento contable que muestra de manera ordenada y detallada como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un tiempo o período determinado.; este instrumento contable también llamado estado de pérdidas y ganancias tiene por objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto.

Cuadro 44

## Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE RESULTADOS										
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	VALOR USD	VALOR USD	VALOR USD	VALOR USD	VALOR USD	VALOR USD	VALOR USD	VALOR USD	VALOR USD	VALOR USD
Ventas	139392,00	149632,57	160625,48	172425,99	185093,44	198691,51	213288,58	228958,04	245778,67	263835,05
(-) Costo de ventas	63360,00	67871,23	72703,66	77880,16	83425,23	89365,11	95727,90	102543,73	109844,85	117665,80
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>76032,00</b>	<b>81761,34</b>	<b>87921,82</b>	<b>94545,83</b>	<b>101668,21</b>	<b>109326,40</b>	<b>117560,68</b>	<b>126414,31</b>	<b>135933,83</b>	<b>146169,25</b>
(-) Gastos de Administración	28674,85	29827,58	31026,65	32273,92	33571,33	34920,90	36324,72	37784,97	39303,93	40883,95
(-) Gastos de Ventas	17216,17	17908,26	18628,17	19377,03	20155,98	20966,25	21809,10	22685,82	23597,79	24546,42
(-) Gastos de Exportación	5026,98	5229,06	5439,27	5657,93	5885,38	6121,97	6368,08	6624,07	6890,36	7167,35
(-) Gasto de Deprec y Amortiz.	4525,43	4525,43	4525,43	4525,43	4525,43	2291,63	2291,63	2291,63	2291,63	2291,63
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>20588,56</b>	<b>24271,00</b>	<b>28302,28</b>	<b>32711,51</b>	<b>37530,08</b>	<b>45025,64</b>	<b>50767,15</b>	<b>57027,81</b>	<b>63850,11</b>	<b>71279,89</b>
(-) Gasto Financiero	3424,59	2809,97	2131,54	1382,69	556,09					
<b>(=) Utilidad antes del reparto</b>	<b>17163,97</b>	<b>21461,03</b>	<b>26170,74</b>	<b>31328,83</b>	<b>36973,98</b>	<b>45025,64</b>	<b>50767,15</b>	<b>57027,81</b>	<b>63850,11</b>	<b>71279,89</b>
(-) 15% de participaciones	2574,60	3219,15	3925,61	4699,32	5546,10	6753,85	7615,07	8554,17	9577,52	10691,98
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>14589,38</b>	<b>18241,88</b>	<b>22245,13</b>	<b>26629,50</b>	<b>31427,89</b>	<b>38271,80</b>	<b>43152,08</b>	<b>48473,64</b>	<b>54272,59</b>	<b>60587,91</b>
(-) 25% de impuesto a la renta	3647,34	4560,47	5561,28	6657,38	7856,97	9567,95	10788,02	12118,41	13568,15	15146,98
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>10942,03</b>	<b>13681,41</b>	<b>16683,85</b>	<b>19972,13</b>	<b>23570,92</b>	<b>28703,85</b>	<b>32364,06</b>	<b>36355,23</b>	<b>40704,45</b>	<b>45440,93</b>

Elaborado por: Priscila Díaz

## **8.4 FLUJO DE CAJA**

Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. El flujo de caja esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto, (presupuesto de caja o presupuesto financiero) que muestra los movimientos de efectivo dentro de un periodo de tiempo establecido, no el ingreso neto o rentabilidad de la empresa

**Cuadro 45**  
**Flujo de Caja**

<b>FLUJO DE CAJA</b>											
	<b>Año 0</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>
Utilidad neta		10942,03	13681,41	16683,85	19972,13	23570,92	28703,85	32364,06	36355,23	40704,45	45440,93
(+) Depreciaciones		4127,63	4127,63	4127,63	4127,63	4127,63	2291,63	2291,63	2291,63	2291,63	2291,63
(+) Amortizaciones		397,80	397,80	397,80	397,80	397,80					
(+) Valor residual											29703,25
(+) Capital de trabajo											9628,77
(-) Inversión	67138,41				2116,5	99,96		2116,5			2116,5
(+) Préstamo	36420,38										
(-) Amortización de capital		5920,46	6535,08	7213,51	7962,36	8788,96					
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-30718,03</b>	<b>9547,01</b>	<b>11671,76</b>	<b>13995,77</b>	<b>14418,70</b>	<b>19207,43</b>	<b>30995,48</b>	<b>32539,19</b>	<b>38646,86</b>	<b>42996,08</b>	<b>84948,08</b>

**Elaborado por: Priscila Díaz.**

## 8.5 COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL

“La tasa de descuento en un proyecto no es otra cosa que el costo de oportunidad o tasa que corresponde a la rentabilidad que el inversionista exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de esos recursos, en proyectos con niveles de riesgos similares.”<sup>33</sup>

La tasa de descuento está dada por el resultado de multiplicar la tasa activa por uno menos los Impuestos y Participación de Trabajadores, por el porcentaje de financiamiento a crédito más el resultado de multiplicar la tasa pasiva por el porcentaje de recursos propios; a este resultado se le suma el porcentaje de riesgo.

Entonces se tiene lo siguiente:

TA = Tasa Activa (10,5%)

TP = Tasa Pasiva (5,08%)

%RA = Porcentaje de Recursos Ajenos (55%)

% RP = Porcentaje de recurso Propios (45%)

TLR( tasa de riesgo) = 7%

t (tasa impositiva) = 036%

i = inflación

La tasa de oportunidad del capital se obtiene de la siguiente fórmula:

$$I = \text{Tasa Pasiva} * (\% \text{ recursos propios}) + (\text{tasa activa} * (1-t) * (\% \text{ recursos ajenos})) + \text{TLR} + i$$

$$I = 0,05 * (0,45) + (0,10 * (1 - 0.36) * (0,55)) + 0,07 + 0,0402$$

$$I = 0,17$$

$$I = 17\%$$

<sup>33</sup> BARRENO Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos

## 8.6 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“Significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica”<sup>34</sup>

Entonces se perfilan los siguientes criterios:

- Cuando el resultado del VAN es igual a cero, significa que el proyecto renta justo lo que el inversionista exige a la inversión.
- Cuando el resultado del VAN es negativo, quiere decir que las utilidades generadas no cubren la tasa mínima de rentabilidad exigida por el inversionista.
- Cuando el resultado del VAN es positivo quiere decir que el proyecto es atractivo y por lo tanto las utilidades percibidas son mayores al costo de oportunidad y alcanza para cubrir los mismos.

A continuación se presenta el cálculo del VAN:

**FN<sub>Ct</sub>** = Flujo Neto de Caja Total

**I<sub>o</sub>** = Inversión Inicial

**i** = tasa de oportunidad del capital

$$\text{VAN} = \sum \frac{\text{FN}_{Ct}}{(1+i)^n} - I_o$$

---

<sup>34</sup> BARRENO Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, pág 116

**Cuadro 46**  
**Valor Actual Neto**

Td = 17%

VAN			
Año	FNC	FACTOR	FNA
0	-30718,03	1,00	-30718,03
1	9547,01	0,85	8160,56
2	11671,76	0,73	8527,89
3	13995,77	0,62	8740,87
4	14418,70	0,53	7697,26
5	19207,43	0,46	8764,60
6	30995,48	0,39	12089,65
7	32539,19	0,33	10848,63
8	38646,86	0,28	11013,74
9	42996,08	0,24	10473,75
10	84948,08	0,21	17688,02
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 73.286,93</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

Se observa un VAN positivo de 97.812,23 dólares, lo que significa que el inversionista obtendrá un remanente sobre lo exigido por dicho valor, en palabras más sencillas el inversionista recupera su capital y además obtiene 73.286, 93 Usd.

### **8.7 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Esta tasa nos indica el porcentaje de rentabilidad que ganará el inversionista por tomar la decisión de invertir en el proyecto.

Para calcular la TIR, se debe establecer dos valores presentes netos, el primero con valía negativa y el otro con valía positivo y el resultado se debe encontrarlo a través del intervalo, es decir la TIR se la estipula por interpolaciones sucesivas.

Si la Tasa interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento también llamada costo del capital, entonces el proyecto debe aceptarse y si es menor debe rechazarse.

La siguiente fórmula se aplica para determinar la TIR:

En donde:

**Tm** = 0.48 es la tasa que hace al VAN positivo y cercano a cero

**TM** = 0.49 es la tasa que hace al Van negativo y cercano a cero

**VAN Tm (+)** = 755.84

**VAN TM (-)** = - 99.61

**Cuadro 47**

Año	FCN	0,48	0,49
0	-30718,03	30718,03	-30718,03
1	9547,01	6450,68	6407,39
2	11671,76	5328,6	5257,31
3	13995,77	4317,3	4230,95
4	14418,70	3005,24	2925,37
5	19207,43	2704,96	2615,4
6	30995,48	2949,36	2832,57
7	32539,19	2092,06	1995,74
8	38646,86	1678,88	1590,83
9	42996,08	1262,04	1187,82
10	84948,08	1684,75	1575,04
<b>VAN</b>		<b>\$ 755,84</b>	<b>(\$ 99,61)</b>

**Elaborado por:** Priscila Díaz

**TIR Manual:**  $Tm + (TM - tm) * (VAN Tm / (VAN Tm + VAN TM))$

**TIR** =  $(0,48 + (0,49 - 0,48) * (755,84 / (755,84 - (-99,61)))$

**TIR** = 0,488

<b>TIR = 49%</b>
------------------

Se concluye que la TIR es superior al costo de oportunidad del capital (49% > 17%), por lo tanto el proyecto debe aceptarse.

## 8.8 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

“Significa período de recuperación de la inversión, expresa el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial siendo FCN los beneficios netos generados por el proyecto en cada período”<sup>35</sup>

A continuación se aprecia en el cuadro que el inversionista recuperaría su capital inicial en el cuarto año.

**Cuadro 48**  
**Período de Recuperación de la Inversión**

Td = 17%

PRI				
Año	FNC	FACTOR	VAN	PRI
0	-30718,03	1,00	-30718,03	-30718,03
1	9547,01	0,85	8160,56	-22557,48
2	11671,76	0,73	8527,89	-14029,59
3	13995,77	0,62	8740,87	-5288,72
4	14418,70	0,53	7697,26	2408,54
5	19207,43	0,46	8764,60	11173,14
6	30995,48	0,39	12089,65	23262,80
7	32539,19	0,33	10848,63	34111,42
8	38646,86	0,28	11013,74	45125,16
9	42996,08	0,24	10473,75	55598,91
10	84948,08	0,21	17688,02	73286,93

**Elaborado por: Priscila Díaz**

<sup>35</sup> BARRENO Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos pág 119

## 8.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

“Es aquel nivel de producción en el cual la organización ni pierde ni gana, es decir el punto en el cual los costos fijos más los variables se igualan a los ingresos totales. Este análisis permite determinar que a partir del punto de equilibrio hacia arriba existen utilidades, en cambio que hacia abajo se producen pérdidas”<sup>36</sup>

Cabe resaltar que el punto de equilibrio no es una herramienta segura para evaluar la rentabilidad de una inversión ya que no se lo considera como indicador económico, además no se toma en cuenta el cambio del valor del dinero en el tiempo para realizar los respectivos cálculos.

Se lo puede calcular de 3 maneras:

✓ **Valor Unitario**

$$PE = (\text{Costos Fijos} + \text{Costos Variables}) / \text{Total de Unidades}$$

✓ **Porcentaje**

$$PE = \text{Costos Fijos} / (\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables})$$

✓ **Número de Unidades**

$$PE = (\text{Costos Fijos} * \text{Total de Unidades}) / (\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables})$$

---

<sup>36</sup> BARRENO Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, pág 146

**Cuadro 49**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>										
<b>Concepto</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>
	<b>Valor USD</b>									
Unidades	126720	130522	134437	138470	142624	146903	151310	155850	160525	165341
Ventas Netas	139392,00	149632,57	160625,48	172425,99	185093,44	198691,51	213288,58	228958,04	245778,67	263835,05
<b>- Costo y Gastos</b>	<b>123681,03</b>	<b>129461,41</b>	<b>135581,46</b>	<b>142134,08</b>	<b>148993,23</b>	<b>154836,50</b>	<b>163602,26</b>	<b>172847,92</b>	<b>182683,11</b>	<b>193128,10</b>
Costos Fijos	38227,27	39582,08	40991,36	42457,29	43982,15	43334,51	44984,43	46700,68	48485,93	50342,94
Costos Variables	68386,98	73100,30	78142,94	83538,10	89310,61	95487,08	102095,98	109167,80	116735,21	124833,15
<b>Utilidad/Perdida Bruta</b>	<b>15710,97</b>	<b>20171,17</b>	<b>25044,02</b>	<b>30291,91</b>	<b>36100,21</b>	<b>43855,01</b>	<b>49686,32</b>	<b>56110,12</b>	<b>63095,57</b>	<b>70706,95</b>
15% Participación Trab.	2356,65	3025,68	3756,60	4543,79	5415,03	6578,25	7452,95	8416,52	9464,33	10606,04
25% Impuesto a la Renta	3927,74	5042,79	6261,01	7572,98	9025,05	10963,75	12421,58	14027,53	15773,89	17676,74
<b>Utilidad/Pérdida Neta</b>	<b>9426,58</b>	<b>12102,70</b>	<b>15026,41</b>	<b>18175,14</b>	<b>21660,13</b>	<b>26313,01</b>	<b>29811,79</b>	<b>33666,07</b>	<b>37857,34</b>	<b>42424,17</b>
<b>Punto de Equilibrio</b>										
<b>Porcentual</b>	53,84	51,72	49,70	47,76	45,92	41,99	40,46	38,99	37,57	36,22
<b>Por Unidades</b>	68222,77	67505,07	66811,29	66140,35	65491,19	61683,19	61214,58	60758,57	60314,62	59882,23
<b>Por Precio</b>	0,84	0,86	0,89	0,91	0,93	0,94	0,97	1,00	1,03	1,06

**Elaborado por: Priscila Díaz**

## Interpretación del Punto de Equilibrio.

### Precio de Venta

El Resultado Obtenido, “0,84”, se interpreta como el precio de venta necesario para que la empresa opere sin obtener pérdidas ni ganancias, si el valor propuesto se encuentra por debajo de esta cantidad la empresa pierde y por arriba de la cifra se obtiene utilidad.

### Unidades

El punto de equilibrio en la cual la empresa no obtiene ni pérdidas ni ganancias es de 68.222,77 unidades, considerando que conforme aumenten las unidades vendidas, la utilidad incrementará, mas si la empresa no llega a la cantidad mencionada se obtendrá perdida.

### Porcentaje

El porcentaje obtenido revela que, de las ventas totales de la empresa, el 53,84 % es empleado para el pago de costos fijos y costos variables y el 46,16 % restante, es la utilidad neta que se obtiene.

## 8 .10 ÍNDICES FINANCIEROS

Son herramientas de análisis que permiten evaluar el desempeño financiero de la empresa; para el cálculo de estos datos se ha considerado los datos del primer año como se puede apreciar en los siguientes cuadros.

### 8.10.1 Rentabilidad sobre la inversión

Rentabilidad sobre la inversión	
<b>Ri</b> =	Utilidad Neta / Total Activos
<b>Ri</b> =	10.942,03 / 67.138,41
<b>Ri</b> =	16,30%

Los activos generan un rendimiento del 16.30 % de la inversión

### 8.10.2 Rentabilidad sobre el capital propio

Rentabilidad sobre el capital propio	
<b>Rp</b> =	Utilidad Neta / Recursos Propios
<b>Rp</b> =	10.942,03 / 30.718,03
<b>Rp</b> =	35,62%

Se obtiene un 35,62 % de rentabilidad sobre el capital aportado por los accionistas

### 8.10.3 Índice de Apalancamiento

Índice de Apalancamiento	
<b>A</b> =	Deuda Total / Activo Total
<b>A</b> =	36.420,38 / 67.138,41
<b>A</b> =	0,54

Indica que el banco proporciona 0,54 dólares por cada dólar aportado por los accionistas sobre el porcentaje total aportado.

### 8.10.4 Índice de Cobertura de la Deuda

Índice de Cobertura	
<b>Ic</b> =	Utilidad Operacional / Costo Financiero
<b>Ic</b> =	20.588,56 / 3.424,59
<b>Ic</b> =	6,01 veces

Determina que la empresa está en condiciones de cubrir por cada dólar de deuda 6,01 dólares.

**8.10.5 Rentabilidad sobre ventas**

Rentabilidad sobre Ventas	
<b>Ic</b> =	Utilidad Neta / Ventas Totales
<b>Ic</b> =	10.942,03 / 139.392,00
<b>Ic</b> =	0,08

Por el ingreso de cada dólar de venta, el margen de utilidad neta es de 0,08 dólares.

# CONCLUSIONES

El Ecuador en la rama atunera ha venido desarrollándose desde 1952, lo que le ha permitido ser un país reconocido a nivel internacional, tanto que hoy en día se encuentra en los rankings mundiales de productores y exportadores de atún, pero el punto básico y falto de desarrollo es la comercialización del mismo.

La industria atunera Ecuatoriana tiene una importante participación en el mercado internacional y es reconocida como la mejor dentro de la Costa del Pacífico.

Brasil es un mercado potencial que cuenta con un consumo aparente de 230.245,87 TM, la propuesta que se presenta en este proyecto puede cubrir las necesidades de una parte de la población Brasileña, dando así apertura a una penetración accesible de mercado.

El desconocimiento por parte de pequeños empresarios atuneros del Ecuador acerca de las normas internacionales de comercio exterior, limitan a los productores a comercializar en mercados extranjeros.

Exportaciones Globales S.A, presente su producto Perla Negra (atún enlatado) que será consumido en los hogares Brasileños como parte de su dieta alimenticia, manteniendo la calidad y el sabor de estándares internacionales.

El conocimiento de las formas de entrada a los mercados internacionales y los trámites de exportación, permiten un desarrollo logístico adecuado, optimizando recursos, y generando mayor rentabilidad al proyecto.

Con una inversión de 67.138,41 dólares se obtiene un VAN de 73.286,93 dólares y una TIR de 49% superior a la tasa de oportunidad del capital de 17%; lo que refleja que la inversión sería recuperable en aproximadamente 4 años, concluyendo que el presente proyecto es muy rentable.

# RECOMENDACIONES

Se debe apoyar al sector atunero Ecuatoriano para que se mantenga el prestigio a nivel internacional de que genera productos de alta calidad y además incentivar la creación de nuevas líneas de productos para cubrir otras necesidades insatisfechas.

Se recomienda mantener los procesos de calidad en la elaboración del atún enlatado y además aplicar para nuevas normas internacionales que garanticen aún más la eficiencia en los procesos productivos.

Si la industria está altamente desarrollada se considera importante la comercialización internacional hacia nuevos mercados, es decir aprovechar esas ventajas competitivas para posicionarse como exportadores de productos del mar en mercados extranjeros.

La importancia del conocimiento en comercio exterior es fundamental para el progreso de cualquier proyecto internacional, se recomienda la capacitación continua al personal involucrado en esta área.

El desconocimiento de los trámites y procesos de exportación, hace que algunos productores Ecuatorianos tengan miedo a asumir estos retos de comercialización internacional, a pesar de contar con los mejores productos del mundo, tanto por su apariencia física como por su calidad. Muchas empresas y compañías desconocen que la exportación al interior de la CAE tiene dos fases que son la de pre-embarque y post-embarque sería recomendable que se dicten charlas y seminarios para la legalización de las exportaciones.

Existe una gran oportunidad para el desarrollo y crecimiento de la empresa Exportaciones Globales S.A, ya que el producto a lanzar refleja una gran aceptación por parte de los consumidores Brasileños. Pero para que la empresa tenga éxito en la introducción de su nuevo producto de exportación llamado Perla Negra, debería utilizar la Venta Indirecta como forma de entrada al mercado brasileño, porque de esta manera se ha analiza la cadena logística internacional.

Se recomienda la exportación de productos con valor agregado es decir no en su estado natural para que se mejore la tecnología en el país y dejemos de ser proveedores de materia prima, además que existe un ahorro en costos debido a contenedores refrigerados; por lo que se recomienda apoyar el presente proyecto.

# BIBLIOGRAFÍA

1. ESTRADA H., Patricio, Cómo hacer Importaciones, Guía práctica; Gerencial y Operativa para realizar compras a nivel internacional. Editorial Mendieta, Segunda Edición, Quito, 2008.
2. ESTRADA, Raúl, ESTRADA, Patricio, Lo Que Se Debe Conocer Para Exportar, Editorial ABBY- AYALA, Quito, 2007
3. BARRENO, Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Quito 2007
4. KINNEAR T. y TAYLOR J. Investigación de Mercados, Colombia 2000
5. POSSO, Miguel Ángel, Metodología para el Trabajo de Grado, (Tesis Y Proyectos) Ibarra, 2008
6. KOTLER, P. y ARMSTRONG G., Marketing, Décima Edición, Pearson Prentice Hall, España, 2006
7. ARELLANO, R., Marketing Enfoque América Latina, Mc Graw-Hill 2000
8. PUDELECO, Manual de Importaciones y Exportaciones, Quito, 2007
9. ROSILLO, Jorge, Formulación y Evaluación de proyectos de inversión para empresas manufactureras y de servicios, Censage Learning, Colombia 2008.

10. JOHN D.DANIELS, LEE RADEBAUGH, DANIEL P. SULLIVAN, *Negocios Internacionales, ambientes y operaciones*, Pearson, Prentice Hall, Décima Edición 20004.
11. BACA URBINA Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, Mc Graw Hill, edición 2001 México.
12. SAPAG CHAIN Nassir, *Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa*, 2001 Prentice Hall, Buenos Aires.

## **PÁGINAS WEB**

1. [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)- Proyecto SICA Banco Mundial.
2. [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org).- *Wikipedia, la enciclopedia libre*.
3. [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).- Instituto Brasileiro de Geografía e Estadística
4. [www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec).- *Aduana del Ecuador*.
5. [www.mag.gov.ec](http://www.mag.gov.ec) .- *Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca*.
6. [www.fao.org](http://www.fao.org).- *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*.

7. [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)- *Banco Central del Ecuador.*
8. [www.marbelize.com](http://www.marbelize.com). *Empresa Atunera.*
9. [www.clubdelamar.org](http://www.clubdelamar.org) *Organización que aborda todo sobre la historia del atún.*
10. [www.abia.org.br](http://www.abia.org.br) *Asociación Brasileña de las industrias de Alimentos*
11. [www.agricultura.gov.br](http://www.agricultura.gov.br) *Ministerio de Agricultura Pecuaria y Abastecimiento*
12. [www.mamabí.gov.ec](http://www.mamabí.gov.ec) *página oficial del gobierno de Manabí*

# **ANEXOS**

Tipo de Operador: EXPORTADOR

Sector: Exportador

Código SICE asignado:  Si es Maquiladora no tomar en cuenta este campo. Si es Importador o Exportador ingresar su RUC vigente.

**CLAVE ACCESO**

Clave de Acceso temporal:  La clave ingresada le servirá para acceder al SICE por primera vez.

Confirmación Clave de Acceso:

**DATOS GENERALES**

Tipo de Identificación: RUC Número RUC:

**RAZON SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES**

**REPRESENTANTE LEGAL**

Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>

**CONTACTO**

Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>

**DIRECCION**

**OBSERVACIONES (Agentes Navieros deben detallar las Lineas con las que operan)**

Ciudad: ALAMOR Teléfono 1:  Teléfono 2:  Fax:

E-mail:

**PERSONAL AUTORIZADO A REALIZAR INTERCAMBIO ELECTRONICO DE DATOS**

Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento	Eliminar
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>	<input type="text"/>

**DATOS TECNICOS Y DE SISTEMAS**

¿Cuenta con Infraestructura Tecnológica? Computador Pentium, conexión a Internet, etc.) SI  NO

**SOFTWARE DE GENERACION DE DATOS**

Desarrollado por un proveedor  Desarrollo Propio

**NOMBRE DEL PROVEEDOR DEL SOFTWARE**

**TIPO DE LÍNEA AÉREA**

IATA  IATA 3PL Código IATA:

## ORIGINAL INVOICE

<b>Invoice To:</b>			<b>Invoice Date:</b>		<b>Page</b>		<b>Invoice No.</b>			
			<b>Payment Terms:</b>		<b>Currency:</b>		<b>Due Date:</b>			
			<b>Customer PO No:</b>					<b>Sales Order No:</b>		
			<b>Contact Name:</b>					<b>Shipment No:</b>		
<b>Please Remit To:</b>				<b>Ship To:</b>						
<b>Ship From:</b>				<b>Shipped Via</b>						
				<b>Inland Tracking No:</b>						
<b>Ultimate Destination:</b>			<b>Ship Date:</b>		<b>Shipping Terms:</b>		<b>Main Tracking No.</b>			
<b>Customer Line No.</b>		<b>Line No.</b>	<b>Description</b>		<b>Quantity Shipped</b>		<b>Unit Price</b>		<b>Total Amount</b>	
							<b>Sub Total</b>			
							<b>Freight&amp;Handling</b>			
							<b>Total</b>			

<b>SHIP FROM</b>		<b>Bill of Lading Number:</b>	
[Name] [Street Address] [City, ST ZIP Code] SID No.:		BAR CODE SPACE	
<b>SHIP TO</b>		<b>Carrier Name:</b>	
[Name] [Street Address] [City, ST ZIP Code] CID No.:		Trailer number: Serial number(s):	
<b>THIRD PARTY FREIGHT CHARGES BILL TO</b>		<b>SPAC:</b>	
[Name] [Street Address] [City, ST ZIP Code]		Pro Number:  BAR CODE SPACE	
<b>Special Instructions:</b>		<b>Freight Charge Terms</b> (Freight charges are prepaid unless marked otherwise):	
		Prepaid <input type="checkbox"/> Collect <input type="checkbox"/> 3rd Party <input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/> Master bill of lading with attached underlying bills of lading.	

CUSTOMER ORDER INFORMATION					
Customer Order No.	# of Packages	Weight	Pallet/Slip (circle one)		Additional Shipper Information
			Y	N	
			Y	N	
			Y	N	
			Y	N	
<b>Grand Total</b>					

CARRIER INFORMATION											
Handling Unit		Package			Commodity Description				LTL Only		
Qty	Type	Qty	Type	Weight	HM (X)	Commodity Description <small>Commodities requiring special or additional care or attention in handling or stowing must be so marked and packaged as to ensure safe transportation with ordinary care. See Section 2(e) of NMFC Item 360</small>				NMFC No.	Class

Where the rate is dependent on value, shippers are required to state specifically in writing the agreed or declared value of the property as follows: "The agreed or declared value of the property is specifically stated by the shipper to be not exceeding \_\_\_\_\_ per \_\_\_\_\_." **COD Amount: \$** \_\_\_\_\_  
 Fee terms: Collect  Prepaid  Customer check acceptable

**Note: Liability limitation for loss or damage in this shipment may be applicable. See 49 USC § 14706(c)(1)(A) and (B).**

Received, subject to individually determined rates or contracts that have been agreed upon in writing between the carrier and shipper, if applicable, otherwise to the rates, classifications, and rules that have been established by the carrier and are available to the shipper, on request, and to all applicable state and federal regulations.		The carrier shall not make delivery of this shipment without payment of charges and all other lawful fees.	
<b>Shipper Signature/Date</b>  This is to certify that the above named materials are properly classified, packaged, marked, and labeled, and are in proper condition for transportation according to the applicable regulations of the DOT.		<b>Carrier Signature/Pickup Date</b>  Carrier acknowledges receipt of packages and required placards. Carrier certifies emergency response information was made available and/or carrier has the DOT emergency response guidebook or equivalent documentation in the vehicle. Property described above is received in good order, except as noted.	
<b>Trailer Loaded:</b> <input type="checkbox"/> By shipper <input type="checkbox"/> By driver		<b>Freight Counted:</b> <input type="checkbox"/> By shipper <input type="checkbox"/> By driver/pallets said to contain <input type="checkbox"/> By driver/pieces	
<b>Shipper Signature</b> _____		<b>Shipper Signature</b> _____	



REPUBLICA DEL ECUADOR  
DECLARACION ADUANERA UNICA

16321191 A

A ADUANA / BANCO										B REFRENDO				
01	Nº ORDEN	AÑO	02	ADUANA	CÓDIGO	03	RÉGIMEN	CÓDIGO	04	FECHA / HORA TX.	05	NÚMERO		
05	Nº VTO. BNO.	06	BANCO	CIUDAD	07	OFICINA	08	FECHA EMISIÓN	09	TIPO DESPACHO	FECHA RECEP.			
C CONTRIBUYENTE / AGENTE														
10 IMPORTADOR / EXPORTADOR						11 TIPO y Nº. DOC. ID.		12 CIUDAD						
13 DIRECCIÓN						14 TELÉFONO		15 NIVEL COMERCIAL						
16 DECLARANTE / AGENTE					CÓDIGO		17 SECTOR		18 CIU.		19 T. DECLARADO USD (IMP-CIF; EXP-FOB)			
D RÉGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO														
20 RÉGIMEN PRECEDENTE		AÑO	21 SERIES	22 ADUANA RÉGIMEN	23 FECHA ACEPT.	24 FECHA VENCIM.	25 DEPÓSITO	CÓDIGO	26 Nº DESP PAR					
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN														
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO						28 DIRECCIÓN			29 BENEFICIARIO DEL GIRO		30 PAÍS PROCED. / DESTINO			
31 NATURALEZA TRANSACCIÓN						32 FORMA DE PAGO		33 EX.CIE	34 C.ORG.	35 OT.EX.	36 MT.VL.	37 ALMACÉN		
38 TIPO DE TRATAMIENTO						39 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO		40 Cód. DE PROD. ACOG. DESP. URGENTE		41 CÓDIGO DE ENDOSO				
F TRANSPORTE														
42 VÍA DE TRANSPORTE		CÓDIGO	43 FECHA EMBARQUE	44 FECHA LLEGADA	45 CARGA	CÓD.	46 BANDERA	CÓD.	47 LÍNEA TRANSPORTE					
48 Cód. MANIFIESTO		AÑO	TIPO MANIF	II. MANIFIESTO	49 AG. CARGA / TRANSP	CÓD.	50 N.NAVE/L.AÉREA/MAT VEH		51 II.CONOC./G.AÉREA/C.PORTE					
52 NOM NAVE/MATRIC. VEH			53 ADUANA SALIDA	54 VÍA SALIDA	55 ADUANA DESTINO	56 TIPO DESTINO	57 PAÍS DESTINO		58 T. TRAT.					
G DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE														
CONCEPTO	MONEDA	T.CAMB.USD	TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN			TOTAL EN DÓLARES USD			TOTAL EN MONEDA NACIONAL					
59	FOB													
60	FLETE													
61	SEGURO													
62	ADUANA													
63 TOTAL SERIES / PARTIDAS		64 PESO NETO (Kilos)	65 PESO BRUTO (Kilos)	66 TOTAL BULTOS	67 TOTAL CONTENEDORES	68 TOTAL U. FÍSICAS	69 TOTAL U. COM.							
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO														
CLASE	NÚMERO	TIPO	EMISIÓN			VIGENCIA		Nº SR.	PARTIDA NANDINA	MONEDA	MONTO USD.			
			EMISOR	PAÍS	FECHA	DESDE	HASTA							
70														
71														
72														
73														
74														
75														
76														
77														
78														
79														
I DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA														
Nº.	TIPO	SUBPARTIDA	BREVE DESCRIPCIÓN				S	BULTOS	U. FÍSICAS	U. COM.	PESO (Kgs.)		MARCAS Y	T
80	SERIE	SUFIJO	NACIONAL	DE LA MERCANCÍA				T	CL.	CANT.	TP.	CANT.	TP.	CANT.
TPCI	TPNG	TPNE	PAÍS DE ORIGEN		CÓDIGO	FOB USD	FLETE USD	SEGURO USD	CIF USD					
J OBSERVACIONES														
81 SECUENCIA		82 TIPO OBS.	83 CONTENIDO OBS.											
K FIRMAS Y SELLOS														

FIRMA CONTRIBUYENTE

ADUANA

ADUANA