



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMERCIO
EXTERIOR**

TEMA:

**DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE GROSELLA
VERDE A LIMA – PERÚ**

TUTORA:

Mgs. MAYRA ASANZA VALENCIA

AUTORA:

SANIBOCC SAMANIEGO BOCCA

GUAYAQUIL- ECUADOR

2017

REPOSITORIO



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE GROSELLA VERDE A LIMA - PERÚ

AUTORA:

SANIBOCC ROXANA SAMANIEGO BOCCA

REVISORES:

MGS. MAYRA ASANZA VALENCIA

INSTITUCIÓN:

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

COMERCIO EXTERIOR

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PÁGS:

123

ÁREAS TEMÁTICAS:

PALABRAS CLAVE:

EXPORTACIÓN - COMERCIO EXTERIOR - GROSELLA

EXPORTATION - FOREIGN TRADE GROSELLA

RESÚMEN: En la presente investigación se realizó un plan de exportación de conservas de grosella verde a Lima-Perú con el objetivo de aportar al desarrollo del sector agrícola del cantón "El Triunfo" del Guayas, siendo el cantón de mayor producción de esta fruta en el país aportando e incentivando a la diversificación de exportaciones de productores con valor agregado concluyéndose que el presente modelo logístico y financiero del proyecto es viable y sostenible en el tiempo. Al analizar el aporte neto del plan de exportación al desarrollo del sector agrícola del cantón "El Triunfo" se puede

<p>observar que la mayoría de la Población Económicamente Activa de este cantón se dedica a la agricultura y al establecer una asociación de productores de granflla verde que concentren la producción dándole un valor agregado convirtiendo la fruta en granflla con la dirección adecuada permitirá que puedan recibir las garantías de la exportación del producto, teniendo este fruto y su derivado una amplia aceptación en el mercado meta evidenciada en los resultados de la encuesta a los limoneros.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: SANIBOCC ROXANA SAMANIEGO BOCCA	Teléfono: 0998390393	E-mail: sanibocc3150@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MSC. DARWIN ORDÓNEZ ITURRALDE, DECANO Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: dordonez@ubr.edu.ec MSC. BETTY AGUILAR ECHEVERRÍA Teléfono: 2596500 EXT. 264 E-mail: baguilas@ubr.edu.ec	

Quito: Av. Wintqper E-97 y Aljullara, edificio Delta, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y cantón, Edificio Promotas, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593-2) 2509054

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada **SANIBOCC ROXANA SAMANIEGO BOCCA**, declarará bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a la suscrita y se responsabiliza del criterio y opinión científica que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedió el derecho patrimonial y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar (**DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE GROSELLA VERDE A LIMA –PERÚ**).

Autora:

SANIBOCC ROXANA SAMANIEGO BOCCA

C.I. 0924076375

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación de **DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE GROSELLA VERDE A LIMA – PERÚ**, nombrada por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

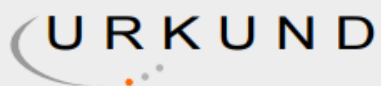
CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **“DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE GROSELLA VERDE A LIMA – PERÚ”**, presentado por la estudiante **SANIBOCC ROXANA SAMANIEGO BOCCA** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de **LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR** encontrándose apto para su sustentación.

MGS. MAYRA ASANZA VALENCIA

C.I. 0919848861

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Final Correcciones 20 de Enero.docx (D25294251)
Submitted: 2017-01-26 16:29:00
Submitted By: masanzav@ulvr.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

Careca final.docx (D22566648)
<http://www.capital.com.pe/actualidad/bbc-lima-es-de-las-ciudades-mas-importantes-de-america-latina-para-los-negocios-noticia-987910>
<https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/606/1/T-ULVR-0572.pdf>
<http://www.guayas.gob.ec/notiproductividad/estudiantes-de-yaguachi-y-el-triunfo-promovieron-productos-de-su-emprendimiento-en-una-casa-abierta>
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/Flyer-ALIMENTOS-PROCESADOS-2016-1.pdf>

Instances where selected sources appear:

10

AGRADECIMIENTO

A Dios y a mis abuelos , esos seres maravillosos y de inspiración que desde el cielo me dieron fuerzas para creer lo que me parecía imposible terminar.

A mi madre, por impulsarme a terminar este objetivo, ella siempre conmigo ayudandome de todas las formas para que cumpla esta meta .

A mi tutora de tesis Mgs. Mayra Asanza Valencia por su apoyo y ayuda en estos meses para la finalización de este proyecto.

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis a Dios, a mis dos ángeles que siempre me cuidan desde el cielo que son mis abuelos, y a mi madre que con aliento de perseverancia me ayudo a concluir con mis estudios universitarios.

A mis amigos/as que siempre me daban ánimos diciendo ya falta poco no te rindas, También agradezco la paciencia de mi tutora de Tesis Mgs. Mayra Asanza por comprender mi impaciencia en culminar mi carrera.

A todos ellos muchas gracias de todo corazón

Índice de contenido

Portada.....	I
Índice de contenido	IX
Índice de tablas	XVI
Índice de figuras.....	XVIII
Índice de anexos.....	XX
Capítulo I.....	1
1. El problema a investigar.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema	1
1.3. Formulación del problema.....	4
1.4. Delimitación del problema	4
1.5. Justificación de la Investigación	5
1.6. Sistematización de la Investigación	6
1.7. Objetivo general de la investigación.....	6
1.8. Objetivos específicos de la investigación.....	7
1.9. Límites de la investigación.....	7
1.10. Identificación de las variables.....	7
1.10.1. Objetivo general.	8
1.10.1.1. Objetivo específico1.	8
1.10.1.2. Objetivo específico2.	8

1.10.1.3. Objetivos específico3.....	8
1.11. Hipótesis general y particulares	9
1.11.1. Hipótesis específicas.	9
1.12. Operacionalización de las variables.	10
Capítulo II.....	11
2. Fundamentación teórica	11
2.1. Antecedentes referenciales de la investigación	11
2.1.1. Comercio exterior del Ecuador.....	11
2.1.1.1. Ecuador.	11
2.1.1.2. Guayas.....	14
2.1.1.3. Producción de grosellas verdes del sector.....	15
2.1.2. Comercio exterior de Perú.....	16
2.1.3. Comercio Exterior entre Perú y Ecuador.	18
2.1.4. Antecedentes Referenciales.....	21
2.2. Marco teórico referencial	24
2.2.1. Comercio Exterior.....	24
2.2.2. Sujetos que intervienen en el Comercio Exterior.	25
2.2.2.1. Estado.....	25
2.2.2.2. Empresas.	25
2.2.3. <i>Mecanismos de Integración regional</i>	25
2.2.4. La Comunidad Andina de Naciones.	26

2.2.5.	Aperturismo Económico Comercial.	27
2.2.5.1.	Teoría Laisses Faire, Laisses Passer.....	27
2.2.6.	Estrategias de Negociación.	28
2.2.7.	Exportación.....	29
2.2.7.1.	Requisitos y aspectos para exportar.....	29
2.2.7.2.	Etapas para la exportación.....	32
2.2.7.2.1.	<i>Pre-Embarque</i>	32
2.2.7.2.2.	<i>Incoterms</i>	36
2.2.7.2.3.	<i>Etapas Post-Embarque</i>	37
2.2.7.3.	Agrocalidad.	38
2.2.7.3.1.	<i>Diversificación de exportaciones de Ecuador</i>	39
2.2.8.	Ley de oferta y demanda en el Mercado.	40
2.2.8.1.	La Demanda.....	40
2.2.8.2.	La Oferta.	40
2.2.9.	ECUAPASS.....	40
2.2.9.1.	Objetivos del ECUAPASS.	41
2.2.9.2.	Procedimiento y requerimientos de la aduana para exportar desde el Ecuador. 41	
2.2.10.	La grosella.....	42
2.2.10.1.	Condiciones del cultivo.....	42
2.2.10.2.	Propagación.	42
2.2.10.3.	Plagas.	43

2.2.10.4. Temporada.....	43
2.3. Marco conceptual.....	43
2.4. Marco legal.....	45
2.4.1. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI.	45
2.4.2. Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI.....	46
2.4.3. Constitución del Ecuador.	46
Capítulo III	47
3. Metodología de la investigación.....	47
3.1. Métodos de Investigación.....	47
3.2. Población y muestra.....	48
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
3.4. Recursos: Fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos	51
3.4.1. Recurso humano.	51
3.4.2. Fuentes.	51
3.4.3. Cronograma.	51
3.4.4. Presupuesto.....	52
3.5. Tratamiento de la información.- procesamiento y análisis	52
3.6. Presentación de los resultados	54
3.6.1. Encuesta al mercado meta.	54
3.6.2. Entrevista al posible importador.....	62
3.6.2.1. Análisis.....	64

3.6.3.	Entrevista al productor de grosella verde en el cantón “El Triunfo”	64
3.6.3.1.	Análisis.....	66
Capítulo IV	66
4.	La propuesta	66
4.1.	Título de la propuesta.....	66
4.2.	Justificación de la Propuesta	66
4.3.	Objetivo general de la propuesta	67
4.4.	Objetivo específico de la propuesta.....	67
4.5.	Hipótesis de la propuesta.....	67
4.6.	Listado de contenidos y flujo de la propuesta	68
4.7.	Desarrollo de la Propuesta.....	69
4.7.1.	Generalidades de la propuesta.....	69
4.7.1.1.	Plan de Exportación.	69
4.7.1.2.	Cantón El Triunfo.	72
4.7.1.3.	Ciudad de Lima – Perú.....	73
4.7.1.3.1.	<i>Reseña de Plaza Vea.</i>	75
4.7.2.	Análisis de Atractividad de la Industria.	75
4.7.3.	FODA.....	78
4.7.4.	La empresa.....	78
4.7.4.1.	Ubicación de la empresa.	78
4.7.4.2.	Imagen de la empresa.....	79

4.7.5.	El producto.	82
4.7.5.1.	La marca.	82
4.7.5.2.	El Envase.	82
4.7.5.3.	Precio.	83
4.7.5.4.	Preparación.	83
4.7.5.5.	La etiqueta.	84
4.7.5.6.	Costos de producción por producto.	86
4.7.5.7.	Canal de distribución del producto	86
4.7.5.7.1.	<i>Canal Indirecto</i>	86
4.7.5.8.	La mermelada.	87
4.7.6.	Competencia.	88
4.7.6.1.	Precios de la competencia	89
4.7.7.	Requisitos de exportación del producto.	89
4.7.7.1.	Fase de pre-embarque	90
4.7.7.2.	Fase de post-embarque.	90
4.7.8.	Clasificación arancelaria en Ecuador de la conserva de grosellas.	91
4.7.9.	Clasificación arancelaria en Perú de la conserva de grosellas.	91
4.7.10.	Término de negociación	92
4.7.11.	Permisos sanitarios y otros.	92
4.7.12.	El transporte.	93
4.7.13.	El embalaje.	94

4.7.14. Resumen del plan de exportación.....	95
4.8. Impacto/ Producto / Beneficio obtenido.....	95
4.9. Análisis financiero	95
4.10. Relato de lo sucedido en la investigación.....	103
Conclusiones.....	105
Recomendaciones	107
Referencias Bibliográficas.....	108
Anexos.....	115

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de las Variables	10
Tabla 2. Saldo de Balanza de Pagos de bienes	12
Tabla 3. Participación de las exportaciones no petroleras sobre las exportaciones totales.....	13
Tabla 4. Negociadores cooperativos vs. Negociadores Competitivos	29
Tabla 5. Cronograma de recolección de datos.....	51
Tabla 6. Gasto en la recolección de datos	52
Tabla 7. Consumo de productos importados	54
Tabla 8. Consumo de grosella	55
Tabla 9. Calificación de la fruta.....	56
Tabla 10. Conocimiento del producto a ofertar	57
Tabla 11. Aceptación del producto	58
Tabla 12. Lugar donde le gustaría adquirirlo	59
Tabla 13. Disponibilidad de pago	60
Tabla 14. Presentación del producto	61
Tabla 15. Detalle de envíos, costos y precios.....	70
Tabla 16. Etapas del comercio Ecuador-Perú.....	72
Tabla 17. Tabla de Riesgos.....	76
Tabla 18. Análisis PORTER.....	77
Tabla 19. FODA.....	78
Tabla 20. Ficha técnica del producto.	87
Tabla 21. Nutrientes que aportan 100 gramos de Grosellas.....	87
Tabla 22. Precios referenciales de la competencia.	89
Tabla 23. Resumen de los pagos por concepto de préstamos.....	96

Tabla 24. Capital Budget.....	97
Tabla 25. Costo de Producción.....	98
Tabla 26. Estado de Resultado.....	99
Tabla 27. Flujo de Caja	99
Tabla 28. TIR y VAN del inversionista	101
Tabla 29. TIR y VAN del negocio.....	101
Tabla 30. Punto de Equilibrio.....	102
Tabla 31. Indicadores Financieros	103

Índice de figuras

Figura 1: Árbol de problemas	4
Figura 2: Balanza Comercial Ecuador-Perú	19
Figura 3: Gravámenes vigentes en la exportación de conserva de grosella	21
Figura 4: Importaciones en relación al PIB	21
Figura 5: Aspectos a considerar en la exportación de un producto	28
Figura 6: Sujetos que intervienen en la exportación	30
Figura 7: Registro del Exportador en el Ecuapass	31
Figura 8: Obtención de la Declaración Juramentada de Origen	31
Figura 9: Documentos que acompañan a la DAE	32
Figura 10: Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación	33
Figura 11: Ejemplo de Factura Comercial	34
Figura 12: Ejemplo de Lista de Empaque	35
Figura 13: Ejemplo de Certificado de Origen para la CAN	36
Figura 14: Incoterms 2010.....	37
Figura 15: Ejemplo de Documento de Transporte Terrestre Internacional.....	38
Figura 16: División del Distrito de Lima	49
Figura 17: Consumo de productos importados.....	55
Figura 18: Consumo de grosella	56
Figura 19: Calificación de la fruta	57
Figura 20: Conocimiento del producto a ofertar.....	58
Figura 21: Aceptación del producto.....	59
Figura 22: Lugar donde le gustaría adquirirlo	60
Figura 23: Disponibilidad de pago.....	61
Figura 24: Presentación del producto.....	62

Figura 25: Listado de flujo de la propuesta	68
Figura 26: PORTER.....	75
Figura 27: Organigrama de la empresa	79
Figura 28: Logo de la empresa y Slogan.....	80
Figura 29: Marca del producto y Slogan.....	82
Figura 30: Envase de la conserva.....	83
Figura 31: Etiqueta de la conserva.....	85
Figura 32: Producto con etiqueta	85
Figura 33: Canal de distribución conserva de grosellas.....	87
Figura 34: Clasificación arancelaria Ecuador.....	91
Figura 35: Clasificación arancelaria Perú	92
Figura 36: Caja de Cartón 26 cm de largo x 28 cm de ancho x 25 cm de altura.....	94

Índice de anexos

Anexo 1. Encuesta.....	115
Anexo 2. Depreciación de Activos	116
Anexo 3. Condiciones del Préstamo para activos fijos y amortización	116
Anexo 4. Condiciones del Préstamo para activos diferidos y amortización.	117
Anexo 5. Costos de fabricación directos por unidad.....	118
Anexo 6. Costos de fabricación directos mensual y anual.	119
Anexo 7. Costos de fabricación indirectos mensual y anual.	119
Anexo 8. Costos por mano de obra directa e indirecta.	120
Anexo 9. Costos de producción hasta año cinco de operaciones.....	120
Anexo 10. Costos de producción unitarios.....	121
Anexo 11. Presupuesto de Gastos Administrativos	122
Anexo 12. Presupuesto de Gastos en Ventas.....	123

Capítulo I

1. El problema a investigar

1.1.Tema

Diseño de un plan de exportación de conserva de grosella verde a Lima Perú.

1.2.Planteamiento del problema

La grosella es un fruto considerado una baya, rica en fibra y vitamina C, cuando el fruto se madura presenta un color verde pálido o amarillo claro, suele consumirse en estado natural pero a su vez pueden elaborarse dulces y conservas aunque su producción es artesanal (INTA, agosto del 2013, p.4).

Debido a que la exportación de frutas en Ecuador se ha limitado a la oferta de las llamadas frutas tradicionales, el mercado de grosellas no ha sido muy explotado, de igual forma su comercialización se ha centrado principalmente en el fruto sin pasar por ningún tipo de proceso de transformación que le agrega valor a dicha oferta (PROECUADOR, noviembre de 2013, p.1). En el caso de los derivados de esta fruta, cabe recalcar que a nivel interno se producen mermeladas o conservas de grosella pero su comercialización no es promovida.

El no ofrecer mayor cantidad de productos con valor agregado se debe a que Ecuador se ha caracterizado por ser proveedor de materias primas al mercado internacional y por otro lado su importación se ha centrado en bienes industrializados o de mayor valor agregado, los cuales frecuentemente provienen de la misma materia prima que el país logra exportar (SENPLADES, Enero de 2013, p.5).

De esta forma, al exportar productos básicos o no industrializados a bajo precio y al importar productos terminados a mayor precio, se crea una dinámica que genera una mayor salida de divisas en relación a las que logran ingresar, dinámica que si continúa funcionando de esta forma influirá negativamente en el desarrollo comercial del país.

Debido a como se ha comportado el comercio en el país, se han ido buscando nuevos mercados a los cuales se pueda ofrecer mayor cantidad de productos, y a su vez se ha ido incentivando el desarrollo de la industria local para ofrecer productos con valor agregado (Revista Líderes, 23 de marzo de 2014, p.5).

En el Perú la creciente demanda de berries, bayas en inglés, ha impulsado el desarrollo de planes de cultivo para la exportación de frutas de este tipo mencionando arándanos, grosellas, frambuesas, etc. al mercado estadounidense. Las limitaciones que se ha impuesto Ecuador en la oferta de productos con valor agregado también son visibles en países de América Latina como el Perú, de igual forma los constantes esfuerzos por el país vecino en la oferta de frutas ha provocado que este descuide su procesamiento e incluso destine mayor cantidad de su producción al mercado exterior sacrificando parte del consumo interno y enviándolo al mercado internacional (Ministerio de Agricultura y Riesgo del Perú, 3 de julio de 2015, p.6).

De esta forma se elige a Perú, específicamente a la capital Lima debido a que esta ciudad es el centro financiero de ese país (BBC, 17 agosto de 2016, p.8). La necesidad de Ecuador por exportar productos con valor agregado y la oportunidad que existe en la oferta de estos productos en países que tienen la misma dinámica comercial de Ecuador, hace favorable la oferta de conservas de grosellas al mercado peruano, proponiendo un plan de exportación a Lima-Perú como un aporte a la diversificación de la oferta del país.

En Ecuador, las grosellas principalmente se cosechan en las provincias del Guayas, Galápagos, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí y Napo (Ministerio de Ambiente, septiembre de 2012, p.9). En el caso de las grosellas, porque prefieren un suelo húmedo tropical, suelen encontrarse en poblaciones como “El Triunfo” del Guayas con una mayor calidad (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de “El Triunfo”, 15 de noviembre de 2014, p.31).

De acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de “El Triunfo” (15 de noviembre de 2014) el principal problema que ha tenido que atravesar este cantón es la

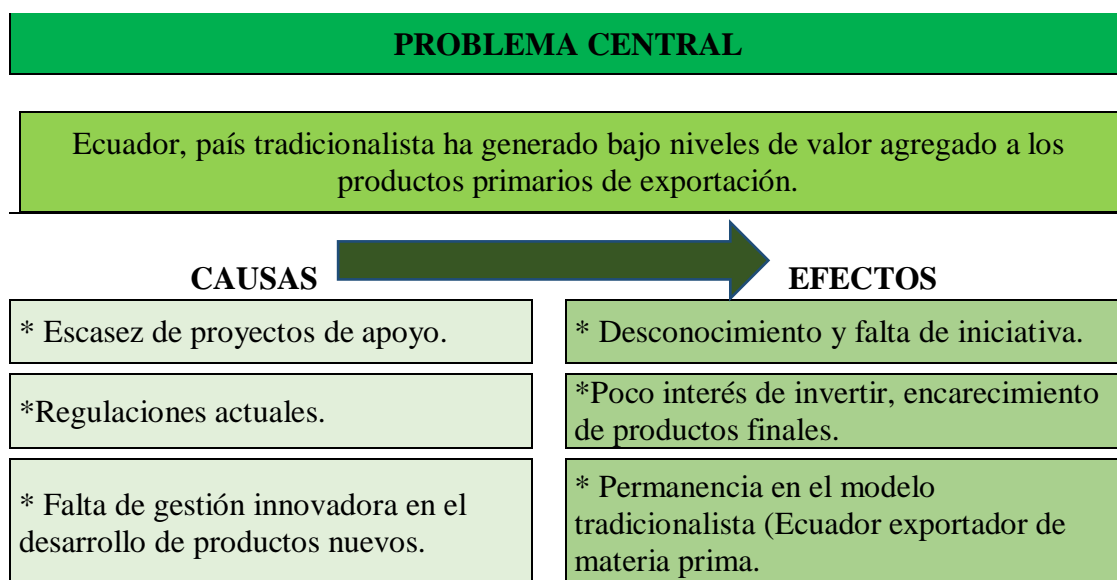
migración debido a que los pobladores buscan otras zonas en donde puedan conseguir mayores oportunidades de trabajo, cabe recalcar que la principal actividad del cantón es la agricultura representando el 47.1% de plazas de trabajo ocupadas, por lo que mediante la exportación de conserva de grosella verde a Lima se podrá disminuir los índices de migración en el cantón, debido a que los pobladores se verán beneficiados de los resultados obtenidos en el proyecto evidenciando un desarrollo sostenido de nuevas plazas de trabajo y necesidad de sus productos dentro de su cantón de origen, desechando la necesidad de salir a las grandes ciudades a buscar nuevas oportunidades o no encontrar compradores para su producción (p.41).

La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 21 de febrero de 2014) presenta un resumen de los resultados del último censo solo del cantón “El Triunfo” realizado por el INEC, mencionando que el 22% de la población de este cantón pertenece a la zona rural, zona en la que se están llevando a cabo proyectos impulsados por autoridades de la provincia del Guayas, en el área agro productiva y agroindustrial para la diversificación de su oferta, beneficiando a la población y aumentando la tasa de población económicamente activa que bordea el 49% de “El Triunfo”(Prefectura del Guayas, 7 de marzo de 2015). Los conocimientos obtenidos por los pobladores en el campo agrónomo y agro productivo serán vitales para el desarrollo del presente plan de exportación.

Es así que se propone que este proyecto sirva como un aporte a familias del sector rural del cantón “El Triunfo “, siendo una forma de fomentar una mejora en su situación de vida, aprovechando sus cultivos para la oferta de productos con valor agregado. Esta idea parte desde la base de que si no se fomenta la oferta de productos terminados, el país no dejará de exportar materias primas. La implementación de un proyecto de este tipo funcionaría como un referente que impulsaría a otras familias ecuatorianas hacia la

elaboración de productos con valor agregado para alcanzar una mejor situación económica de los participantes.

Por ello, el presente plan de exportación estará orientado a un aporte en el desarrollo de la nueva matriz productiva ecuatoriana, por medio de las exportaciones de conserva de grosella verde a Lima, promoviendo la oferta de productos con valor agregado al mercado exterior y aprovechando los diferentes recursos que ofrece Ecuador con frutas exóticas en el mercado peruano. El presente estudio presenta dos ejes, el primero se centra en la diversificación de exportaciones de Ecuador y el segundo en el apoyo social que se dará a familias del cantón “El Triunfo” para el aprovechamiento de recursos de la agricultura ecuatoriana que dará como resultado la rentabilidad obtenida del proyecto.



Figural: Árbol de problemas.

1.3. Formulación del problema

¿En qué beneficia al cantón El Triunfo el desarrollo de un plan de exportación de grosellas a Lima-Perú?

1.4. Delimitación del problema

La investigación se va a delimitar en el área de “El Triunfo - Guayas” y “Lima – Perú”, siendo las zonas geográficas principales en donde se llevará a cabo este estudio, el mismo que

se va a realizar en el año 2016 como soporte para un plan de exportación de conservas de grosellas verdes al mercado exterior.

Para hacer posible la exportación se deberá en primer lugar analizar si el cantón “El Triunfo” cuenta con la capacidad para llevar a cabo la producción de este producto y por otro lado se deberá llevar a cabo un estudio que permita conocer si en Lima existe acogida por parte del público para la compra de conservas de grosella verde.

Esta encuesta se realizará en el rango de edades entre 18 años en adelante debido a que serán una fuente más factible de información. De acuerdo a Global Negotiator (26 de marzo de 2015) un plan de exportación es una herramienta necesaria para toda empresa que desee incursionar en la venta de productos a mercados exteriores permitiéndole responder interrogantes tales como el mercado más factible, el canal de distribución idóneo, acciones de marketing a realizar y los recursos necesario para el cumplimiento de los objetivos (p.1).

1.5. Justificación de la Investigación

El desarrollo del plan de exportación radica toda su importancia en los dos ejes en que actuará el mismo, en primer lugar la investigación se realiza con el motivo de aportar al crecimiento profesional de la autora y el desarrollo económico del cantón “El Triunfo”, mientras que el segundo eje se enfoca en la diversificación las exportaciones no petroleras del Ecuador incluyendo nuevos productos con valor agregado.

Se considera que este proyecto estaría dentro de la línea de investigación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte referente a “**Desarrollo Tecnológico y cambio de la matriz productiva**”. A su vez esta investigación de acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir se enfoca en el objetivo 3 referente a “**Mejorar la calidad de vida de la población**” ya que ayudaría a los habitantes del sector rural del cantón “El Triunfo” que se dedica a la agricultura promoviendo el desarrollo social y económico de dicha población a través de la oferta de productos elaborados a base de sus cultivos y ofreciéndolos al mercado extranjero.

Este proyecto se enfoca en el diseño de un plan de exportación de conservas de grosellas verdes a Lima - Perú como un aporte al mejoramiento de la situación económica de las familias del cantón El Triunfo de la provincia de El Guayas, lo cual es de suma importancia para los habitantes del mismo. A través de este tipo de productos con valor agregado, elaborados de frutas no tradicionales incluyendo no solo a la grosella sino a la variedad que el país ofrece, se aportaría al cambio de la matriz productiva dejando de lado la dependencia de materias primas por lo que se toma como punto de partida este estudio.

Al involucrar a sectores agrícolas del país como el cantón “El Triunfo” que se encuentran en la capacidad de producir frutas como la grosella y al entregarles un plan de exportación, que permita mejorar su calidad de vida se estaría aportando al desarrollo de familias agricultoras ya que dejarían de depender de intermediarios demostrando que los agricultores, también pueden ofrecer productos procesados competitivos en el mercado de forma artesanal.

1.6.Sistematización de la Investigación

¿Cómo aporta el diseño un plan en la exportación de conservas de grosellas verdes en el desarrollo de la población del cantón “El Triunfo” de la provincia del Guayas?

¿Qué factores nacionales y extranjeros pueden incrementar el riesgo de inversión del plan de exportación de conserva de grosella verde a Lima?

¿Qué estrategias se deben considerar en el diseño de un plan de exportación de conservas de grosellas al Perú, principalmente determinando el canal adecuado de distribución del producto en el mercado de destino?

1.7.Objetivo general de la investigación

Diseñar un plan de exportación de grosella verde a Lima Perú mediante el análisis del estado actual del entorno como mejoramiento a la calidad de vida de las familias agricultoras del cantón El Triunfo del Guayas.

1.8.Objetivos específicos de la investigación

- Identificar cómo aporta el diseño de un plan de exportación de conservas de grosellas verdes en el desarrollo de la población del cantón “El Triunfo” de la provincia del Guayas.
- Analiza los gustos y preferencias del mercado peruano referente a la conserva de grosella verde a Lima midiendo así su grado de aceptación
- Establecer el proceso logístico de la empresa para el abastecimiento oportuno del mercado objetivo.

1.9.Límites de la investigación

Entre los limitantes que se podrían presentar en la realización de esta investigación se pueden mencionar aquellos obstáculos para la investigadora, siendo en primer lugar el tiempo para llevar a cabo este estudio establecido para seis meses y que es un lapso en el que no se podría abarcar más a fondo la problemática.

También se considera como una limitante los recursos necesarios para llevar a cabo este estudio, teniendo la investigadora que movilizarse grandes distancias para lograr de esta forma la recolección de información relevante que permita el desarrollo eficiente del plan de exportación.

Hay que tener en cuenta que por un lado es necesario movilizarse al cantón “El Triunfo” para conocer si sus pobladores están en la capacidad de exportar un derivado de grosella al mercado peruano y por el otro lado conocer su grado de interés referente a la propuesta planteada. En el caso de la recolección de datos en el mercado de destino, la autora deberá viajar a Lima para lograr recolectar los datos suficientes para sustentar su plan.

1.10. Identificación de las variables

Dentro del proyecto se definen las siguientes variables:

1.10.1. Objetivo general.

- Variable Dependiente:

Mejoramiento de la calidad de vida de familias agricultoras del cantón “El Triunfo” del Guayas.

- Variable independiente:

Plan de exportación de conserva de grosella verde.

La correlación de las variables radica en que el desarrollo del plan de exportación de conserva de grosella verde, aportará al mejoramiento de la calidad de vida de familias agricultoras del cantón.

1.10.1.1. *Objetivo específico1.*

- Variable dependiente:

Desarrollo de la población del cantón “El Triunfo”.

- Variable independiente:

Aporte del plan de exportación.

1.10.1.2. *Objetivo específico2.*

- Variable dependiente:

Grado de aceptación del mercado objetivo referente a la conserva.

- Variable independiente:

Analizar los gustos y preferencias del mercado objetivo.

1.10.1.3. *Objetivos específico3.*

- Variable dependiente:

Abastecimiento oportuno del mercado objetivo.

- Variable independiente:

Establecimiento del proceso logístico.

1.11. Hipótesis general y particulares

Si se diseñar un plan de exportación de conservas de grosella verde a Lima- Perú, se aportará al mejoramiento de la calidad de vida de familias agricultoras del cantón “El Triunfo” del Guayas.

1.11.1. Hipótesis específicas.

- Si se conoce el proceso de cultivo de la grosella verde y su información general se podrá elaborar el producto terminado.
- Si se identifica el proceso de la elaboración de conserva de grosella verde se podrá proceder al empaquetado.
- Si se conocen los trámites aduaneros y los costos involucrados se iniciará el proceso de exportación.
- Si se define el canal adecuado entonces se distribuirá el producto dentro del mercado de destino.

1.12. Operacionalización de las variables.

Tabla1.
Variables

Operacionalización de las

Hipótesis General	Variables		Definición de Marco Teórico	Fuente	Dimensiones	Indicadores
Si se diseña un plan de exportación de conservas de grosella verde a Lima Perú entonces existirá un desarrollo económico y social del sector agrícola de la población del cantón "El Triunfo" del Guayas.	INDEPENDIENTE	Plan de exportación.	Es definir adecuadamente una estrategia de entrada a los mercados internacionales y la forma de operación más aconsejable.	(Alejandro E. Lerma , 2010)	Estrategias	Marketing Mix/ producto, precio, plaza, promoción, posicionamiento
					Canal de distribución	proveedores
						distribuidores
	DEPENDIENTE	Desarrollo económico y social del sector agrícola.	Capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes dentro del sector agrícola.	(Miguel Ángel Michinel Álvarez [et al.] , 2012)	Factores nacionales e internacionales	clientes
						aranceles
						capacidad de producción
					Población	número de habitantes
						actividad
						comportamiento
					Índices económicos de crecimiento	PIB
Desempleo						
Riesgo país						
Riesgo de inversión	Presupuesto de promoción					
	Presupuesto de comunicación					
					Presupuesto del Plan de	

Nota: Elaborado por la autora

Capítulo II

2. Fundamentación teórica

2.1. Antecedentes referenciales de la investigación

2.1.1. Comercio exterior del Ecuador.

2.1.1.1. Ecuador.

El comercio exterior de Ecuador se remonta incluso en la época colonial en donde existían bonanzas en la explotación de productos tanto minerales, textiles y agrícolas. Si bien es cierto, uno de los productos que tuvieron mayor bonanza en esta época fue el cacao (Ordóñez, 31 de diciembre de 2014, p.1).

Cabe recalcar que uno de los primeros rubros exportados por Ecuador fue el oro que hasta el año 1630 debido a saqueos y una mínima producción de las minas, ya el oro era casi extinto. En este momento el cacao o llamado pepa de oro empezó a surgir pero con poca fuerza, a su vez se exportaron maderas, tabaco y café entre otros productos.

Si bien es cierto, los primeros mercados en dicha épocas fueron Perú, Argentina, España y El caribe, luego Estados Unidos. El segundo auge del cacao fue gracias a la revolución industrial, siendo usado como materia prima para elaborar chocolate y bombones especialmente en Europa y Estados Unidos a partir de 1780, siendo a inicios del siglo 20 considerado uno de los mayores exportadores de este producto pero luego se empezó a evidenciar una caída en las ventas de cacao debido a bajos precios y problemas bélicos. En la era contemporánea, esto en el periodo 1921 hasta el año 2011, la costa predominó como la región que más aportó a la exportación ecuatoriana, siendo el motor de la economía nacional mientras que la agricultura se desarrollaba de mayor medida en la sierra.

Sólo en la costa se registraron el 90% de las exportaciones, en donde el Puerto de Guayaquil figuraba como el principal puerto del país ya que movilizaba el 70% de exportaciones y 90% de importaciones. Para ese entonces el banano se había convertido en

un producto de gran expectativa para la economía ecuatoriana, actividad que había empezado en el año 1877 exportando racimos y que al año 2000 ya se hablaban de toneladas. Para esa época el petróleo aún no registraba altos rubros.

Es para el año 1968 cuando se descubren yacimientos de petróleo en la Amazonía, lo cual permitió que al año 1972 se realizara la primera exportación de crudo en donde el país pasó a ser un país petrolero.

Las exportaciones de Ecuador se clasifican en petroleras y no petroleras, los últimos años, debido a la crisis y a la caída del precio del petróleo, se han estado llevando a cabo programas a fin de diversificar la oferta y fortalecer las exportaciones no petroleras en donde destacan el banano, el café, el cacao, el camarón entre otros productos.

Al año 2015, se presenta cómo se ha venido comportando la exportación de bienes en Ecuador:

Tabla2.
Pagos de bienes

Saldo de Balanza de

	Exportaciones	%	Importaciones	%	Saldo
2002	5.257,7		6.159,7		-902,0
2003	6.445,8	22,6%	6.366,3	3,4%	79,5
2004	7.967,8	23,6%	7.683,7	20,7%	284,0
2005	10.467,7	31,4%	9.709,4	26,4%	758,3
2006	13.176,1	25,9%	11.407,7	17,5%	1.768,4
2007	14.870,2	12,9%	13.047,1	14,4%	1.823,0
2008	19.460,8	30,9%	17.912,1	37,3%	1.548,7
2009	14.412,0	-25,9%	14.268,4	-20,3%	143,6
2010	18.137,1	25,8%	19.641,1	37,7%	-1.504,0
2011	23.082,3	27,3%	23.384,9	19,1%	-302,6
2012	24.568,9	6,4%	24.518,9	4,8%	49,9
2013	25.586,8	4,1%	26.115,3	6,5%	-528,6
2014	26.596,5	3,9%	26.660,0	2,1%	-63,5
2015	19.048,7	-28,4%	20.698,5	-22,4%	-1.649,8

Nota: Tomado del boletín trimestral de la Balanza de Pagos del Ecuador emitido por el Banco Central del Ecuador(Diciembre de 2016)

Entre los bienes que se exportan se mencionan, el petróleo, el camarón, el cacao, el atún y el café, entre otros. Entre los bienes importados se mencionan insumos agrícolas, combustibles, lubricantes, materiales de construcción, entre otros. Cabe recalcar que se evidencia un déficit al año 2015 superior a otros años en donde las importaciones superan a las exportaciones y a su vez ese mismo año se registra una alta caída de las exportaciones superior a la que registran las importaciones.

El principal problema del déficit es la alta dependencia de los rubros del petróleo y la falta de diversificación de la oferta, lo cual ha provocado que la crisis por los bajos precios del crudo afecte la balanza de pagos de bienes que se mantuvo positiva hasta el año 2009.

Tabla3. *Participación de las exportaciones no petroleras sobre las exportaciones totales.*

	Exportaciones	No Petrolero	Participación
2002	5.257,7	2.981,1	56,701%
2003	6.445,8	3.615,9	56,096%
2004	7.967,8	3.518,9	44,164%
2005	10.467,7	4.230,2	40,412%
2006	13.176,1	5.183,6	39,341%
2007	14.870,2	5.992,7	40,301%
2008	19.460,8	7.097,7	36,472%
2009	14.412,0	6.898,4	47,866%
2010	18.137,1	7.816,7	43,098%
2011	23.082,3	9.377,5	40,626%
2012	24.568,9	9.972,8	40,591%
2013	25.586,8	10.643,7	41,599%
2014	26.596,5	12.448,9	46,807%
2015	19.048,7	11.670,6	61,267%
Promedio			45,381%

Nota: Tomado del boletín trimestral de la Balanza de Pagos del Ecuador emitido por el Banco Central del Ecuador(Diciembre de 2016)

Se puede observar que en promedio durante el periodo 2002-2015, el 45% de las exportaciones han sido no petroleras, evidenciando que el 55% restante equivale a rubros generados por petróleo, lo que permite deducir que nuestra economía aún se basa en petróleo y que el mayor porcentaje al año 2015 de exportaciones no petroleras es debido a la caída de

exportaciones petroleras que el país atraviesa, lo cual impactó en el total de exportaciones del mismo año.

Es por ello que uno de los objetivos actuales del gobierno es potenciar sectores productivos para reducir la dependencia del petróleo a fin de fomentar las exportaciones no petroleras y reducir las importaciones de bienes procesados, buscando así disminuir del déficit actual. Para ello las industrias deben empezar a ofrecer productos que involucren valor agregado y no solo la oferta de materias primas que no genera una ventaja competitiva sólida en el mercado exterior.

2.1.1.2. Guayas.

La provincia del Guayas cuenta con una gran comunidad de emprendedores, provincia que posee una larga tradición turística, marítima, agro - mercantil y de exportación (Prefectura del Guayas, 25 de marzo de 2016, p.1). Cabe recalcar que fue una de las provincias que en su momento tuvo una alta participación del auge del cacao y es una de las que produce también banano.

Guayaquil es la capital de la provincia del Guayas según la Alcaldía de la ciudad (julio de 2016), siendo una de las más emblemáticas del país referente al comercio exterior, la cual concentra incluso en la actualidad, el mayor porcentaje del comercio internacional del país.

Esta provincia es la que posee una mayor densidad poblacional, los cultivos que más se desarrollan en la provincia son el camarón, el cacao, café, mango, banano, azúcar y arroz, siendo incluso exportados. En esta provincia hasta el año 2012 se registraron un total de 940 productores de productos tales como banano, arroz, maíz, soya, caña de azúcar entre otros (Ministerio de Agricultura, Acuicultura, Ganadería y Pesca, 17 de septiembre de 2012, p.1).

En los últimos años, Guayas se ha mantenido en el primer lugar de las exportaciones, esto debido a que es la provincia que mayor valor genera a la economía nacional superando incluso a Pichincha en rubros generados (Expreso, 30 de enero de 2015, p.10).

Esta provincia se caracteriza por la exportación de productos como el café, cacao, camarón, peces e incluso en su territorio se encuentran industrias que se dedica a la fabricación y exportación de papel y productos químicos

Uno de los cantones que se encuentran en la provincia del Guayas es "El Triunfo" un cantón de gran potencial agrícola, en el cual se están llevando a cabo iniciativas para potenciar el comercio exterior a través de la oferta de productos con valor agregado, que ayuden a que sus habitantes mejoren sus condiciones de vida, especialmente en zona rurales (Prefectura del Guayas, 7 de marzo de 2015, p.1).

2.1.1.3. Producción de grosellas verdes del sector.

El presente proyecto de investigación se desarrolla en el cantón el Triunfo, el cual se encuentra ubicado en la Provincia del Guayas por lo que se encuentra en una posición estratégica cercana a uno de los puertos más grandes de Ecuador, lo que permite un fácil acceso e introducción del producto al Comercio Exterior.

El cantón El Triunfo se ha desarrollado en los últimos años en varios ámbitos tanto en aspectos agrícolas, comerciales e industriales, por lo que se considera que forma aporta a la economía de la provincia del Guayas. Este cantón cuenta con suelos óptimos para la siembra y se considera que los cultivos son de una alta calidad. La producción de este cantón se centra en el sector bananero, además maneja la producción de la caña de azúcar y arroz (Municipio de "El Triunfo", 10 de enero de 2016, p.1).

Este cantón se encuentra ubicado en el suroeste de la provincia del Guayas, en donde limita al norte con el cantón Yaguachi, al sur con el cantón Naranjal y al oeste con los mismos dos cantones por lo que se confirma su ubicación estratégica para la exportación de la conserva de grosella. Este cantón se fundó el 25 de agosto de 1983 contando con una superficie total de 468,8 km² y un total de 50.060 habitantes. (Municipio de "El Triunfo", 10 de enero de 2016, p.1).

En los últimos años Ecuador se ha caracterizado por la exportación de Frutas, teniendo dentro de su oferta exportable grandes posibilidades de internacionalización de frutas con valor agregado, esto se ha podido lograr por la posición geográfica estratégica en la que está ubicado el país y a la existencia de un clima que favorece a la producción de los cultivos que permite la obtención de frutas de gran calidad.

Algunas de estas frutas son el banano, piña, papaya, mango, naranjilla, tomate de árbol. Pitahaya, uvilla, maracuyá, mora, limón, guanábana, granadilla, kiwi, grosella además de otras frutas, siendo el banano la fruta más representativa dentro de los rubros de exportación.

En el caso de las grosellas, estas se encuentran bajo la sub partida 0811200000, en la que además se incluyen las frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas.

Ecuador a medida que ha desarrollado la exportación de frutas, ha ido obteniendo méritos de peso en el mercado internacional, tales como el proveedor número uno de banano en el mundo, además ha sido nombrado mundialmente como el proveedor de mayor importancia en lo que se refiere a concentrado de la fruta de la pasión conocida como maracuyá, además de su reconocimiento como proveedor de frutas de calidad en sabor y aroma.

Ecuador cultiva frutas en diferentes regiones como las peras, frutillas, manzanas, moras, uvas, uvillas y ciruelas que se pueden encontrar en la región Sierra, mientras que en la región Costa se pueden encontrar en su mayoría cítricos tales como kiwi, aguacates, mandarinas, pitahaya y una gran oferta de muchas frutas conocidas en el mercado internacional. Todas estas frutas y más, son las que Ecuador exporta, mismas que han ganado reconocimiento y peso comercial como el kiwi, pitahaya, borujo, uvilla y las naranjillas por su carácter exótico, sabor y propiedades nutricionales (PROECUADOR, noviembre del 2012, p.2).

2.1.2. Comercio exterior de Perú.

A la fecha, Perú es una de las economías latina que ha experimentado un buen desarrollo, siendo el comercio exterior el que ha influido en dicho crecimiento, lo cual ha ayudado a la

reducción de la pobreza y a su vez ha atraído mayor inversión extranjera (Universidad de Lima, 2 de diciembre del 2012, p.5).

El principal objetivo de Perú al igual que otros países como Ecuador, es promover la exportación de productos con valor agregado especialmente en las pymes y a su vez fomentar el turismo, ambos como una herramienta sostenible para el desarrollo del país a cifras superiores.

De acuerdo al Sistema de Bibliotecas y Biblioteca Central del Perú(15 de Julio del 2015)el guano de las islas de Perú era utilizado como abono desde la época de los incas, siendo este uno de los productos que este país exportó con gran éxito entre los años 1850-1861 a países de Europa y Estados Unidos, por la gran expansión comercial e industrial de dichos países donde se llegó a exportar hasta 3 millones de toneladas de guano y cuyos ingresos fueron los principales representando un 83% de los percibidos por Perú en esa época (p.3).

Otro de los productos que se ofrecían al exterior era la lana, la cual se exportaba a Europa junto a la caña de azúcar, el algodón y el salitre, siendo este último un mineral apetecido por ingleses, alemanes, franceses y chilenos, quienes eran importadores donde se usaba para la agricultura como fertilizante. A la fecha es un país dedicado a la agricultura, exportando productos de este tipo.

Referente a las importaciones, se han concentrado en productos industriales y procesados, importaciones que al año 2015 crecieron en un 7% registrando un déficit en su balanza comercial. Caber recalcar que los principales productos que Perú exporta son minerales, siendo estos sus productos tradicionales en los que se menciona el cobre, el oro y el zinc entre otros como el hierro. Sin embargo, la exportación de productos agrícolas ha disminuido en los últimos años.

Los principales compradores son China, seguido de Estados Unidos, Brasil, Suiza, Corea del Sur y Japón. Referente a los productos importados son los de origen petrolero, insumos

agrícolas y materias primas como el maíz, trigo, aceites, calzado, leche, arroz, medicamentos y productos tecnológicos (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática INEI, 9 de diciembre de 2016, p.8).

2.1.3. Comercio Exterior entre Perú y Ecuador.

La relación entre Ecuador y Perú es sólida y ha beneficiado la balanza comercial de Ecuador durante los últimos años debido a que la misma ha sido positiva. Desde el año 1998 al firmarse un acuerdo de paz entre los dos países, el comercio ha despuntado y ha crecido en gran parte por la firma y ejecución del convenio de aceleración y Profundización del Libre Comercio de los dos países estableciendo el arancel del 0% para el intercambio bilateral. Los productos que más se exportan a Perú es el Petróleo, mientras que se importa más el gas licuado de Petróleo (CCG, 15 de Febrero de 2011, p.3).

El ingreso promedio mensual de los hogares peruanos corresponde a 1.141 nuevos soles sumando 600 mil personas desempleadas que equivalen al 6,2% del total de la población. En el caso del PIB per cápita se ubica en 17.852,69 nuevos soles por persona siendo un incremento del 4,4% en relación al año 2015 evidenciando que dicho país atraviesa un desarrollo económico favorable de acuerdo a los datos del Instituto Nacional Estadístico e informático (INEI, 15 de noviembre del 2016, p.2).

A continuación se muestran las cifras de la balanza Comercial entre los dos países del año 2009 al 2014 tomadas de ProEcuador (enero de 2015, p.1):

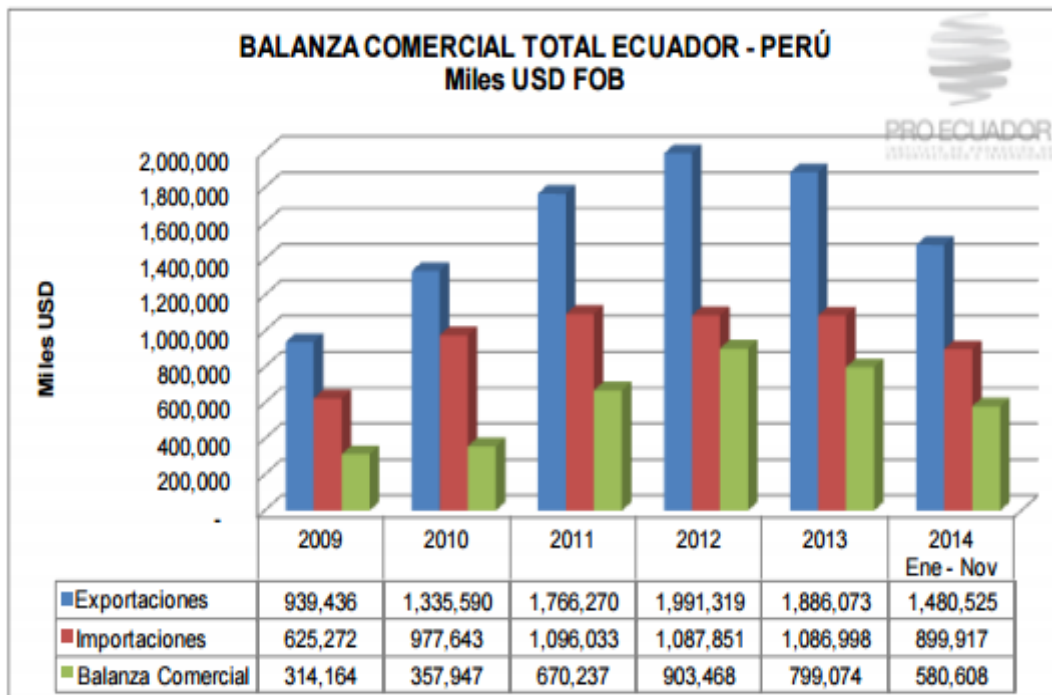


Figura2: Balanza Comercial Ecuador-Perú

Además el 6 de octubre del 2014, Ecuador y Perú firmaron un convenio bilateral para la facilitación del Comercio en materia de Obstáculos técnicos, el cual busca disminuir las barreras al momento de exportar o importar procedentes de trámites de aprobación con el país de destino, es por ello que en el encuentro Binacional de Ministros de Comercio e Industrias se acordó la creación del Comité Binacional de Facilitación del Comercio que dará el seguimiento respectivo a las operaciones de comercio Exterior que se realicen entre los dos países, en este acuerdo se detalla que Ecuador deberá reconocer a las certificaciones que se emitan por la Comunidad Andina de Naciones y reconocerá a las empresas peruanas que tengan una certificación de Calidad (Ministerio de Comercio exterior , 9 de octubre del 2014, p.2).

Según un estudio realizado por la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI, 15 de noviembre del 2011) tanto Perú como Ecuador pertenecen a la CAN (Comunidad Andina de Naciones) por lo que se consideran zonas de libre comercio para los países miembros. También pertenecen a la ALADI o Asociación Latinoamericana de integración, relación que

se encuentra regida por la Preferencia Arancelaria Regional y el Acuerdo de Apertura de Mercados, permitiendo que productos fabricados en Ecuador puedan ingresar al Perú de forma preferencial (p.2).

Según dicho estudio, Ecuador ofrece productos al Perú que pueden llegar a tener un alto potencial de crecimiento tales como vehículos y neumáticos, plásticos, aceites, medicamentos, insumos para la cría de animales, conductores eléctricos, pescado y artículos de convección.

A su vez menciona productos que Ecuador exporta a otros países pero no a Perú, a pesar que poseen un alto potencial de compra en donde se hacen referencia a las mermeladas o cualquier producto que se obtenga a partir de la cocción con o sin azúcar.

Perú es un país con fuertes aliados económicos, mencionando a Estados Unidos con los que tiene un Tratado de libre Comercio y a su vez un acuerdo sólido con la Unión Europea siendo también un socio de Colombia, país con el que forma parte del Acuerdo del Pacífico junto a Chile y México, permitiendo la circulación de bienes, capitales y servicios entre ellos (Cámara de Industrias de Guayaquil, abril del 2011, p.6). De este último acuerdo, Ecuador no quiso participar ya que no estaba entre sus prioridades. Otro de los países con los que Perú registra acuerdos es Canadá, China, Singapur, Cuba, Tailandia, Corea del Sur lo cual le ha permitido ir formando una sólida estructura económica.

De acuerdo a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 13 de noviembre del 2016) con respecto al producto siendo conservas de grosellas que pertenece a la partida arancelaria 0811.20.00.00 se deben tomar en cuenta los siguientes datos para la exportación (p.3):

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2.5%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

Figura3: Gravámenes vigentes en la exportación de conserva de grosella

De acuerdo al Banco Mundial (4 de Marzo de 2016) las importaciones de Perú en relación al porcentaje de PIB en el período 2011-2015 se muestran a continuación:

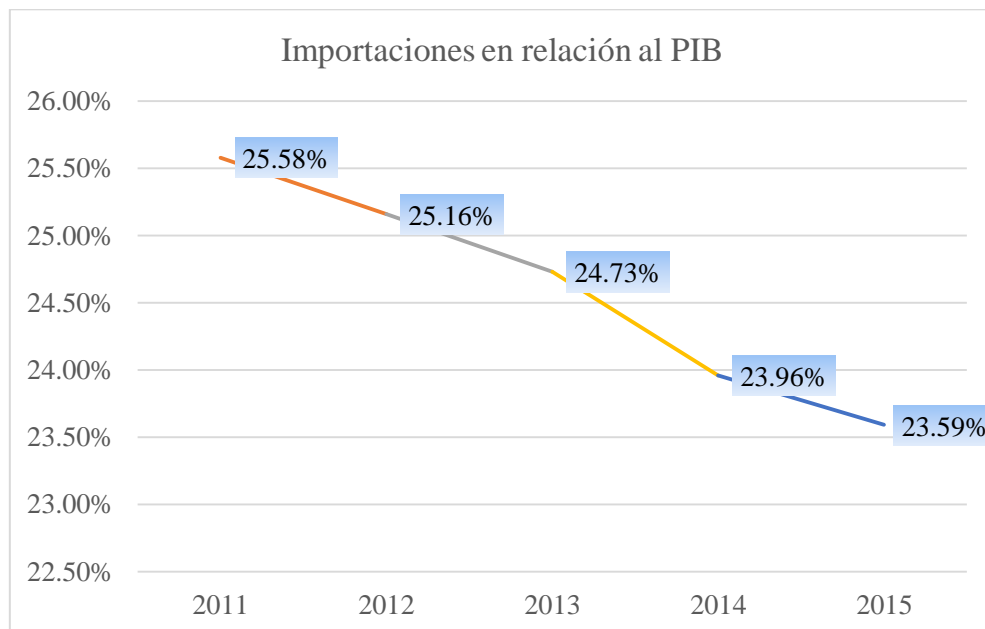


Figura4: Importaciones en relación al PIB

Se puede observar que ha existido mínimos decrementos en cada año pero que en comparación en todo el período solo ha variado en dos puntos porcentuales llegando a registrar importaciones que representan el 23.59% del Producto Interno Bruto de Perú (p.1).

2.1.4. Antecedentes Referenciales.

En un trabajo realizado por Proaño (octubre del 2013) en el cual se estudió la factibilidad de exportar la pitahaya ecuatoriana hacia el mercado europeo, en razón que este se caracteriza por preferir las frutas exóticas. Para el desarrollo de la investigación se analizó el comportamiento de las cifras que muestra las balanzas comerciales desde el año 2008 hasta el

2012, además se da un énfasis en la explotación de la agricultura en Ecuador mediante la tecnificación de los cultivos, la capacitación a los productores y el procedimiento que se debe realizar para exportar la pitahaya (p.5).

En un estudio elaborado por Paredes (Junio de 2015) que consistía en diseñar un sistema de exportación de un edulcorante natural elaborado a base de Stevia en conjunto con los productores del Recinto San Agustín del cantón Paján hacia el mercado de la Unión Europea. El estudio citado se realizó en base a la necesidad presente en el mercado de consumir productos naturales y que aporten beneficios a la salud humana, como es el caso de la Stevia en los diabéticos (p.16).

Para el desarrollo de la investigación fue necesario que se estudie y analice la situación actual del comercio exterior entre Ecuador y la Unión Europea para aprovechar las relaciones comerciales entre el exportador y el importador, luego de verificado los puntos claves para la exportación y el estado actual de las relaciones comerciales se concluyó que el proyecto de inversión en la exportación de un edulcorante natural era factible debido a que el mercado europeo era amplio.

El trabajo de investigación realizado por Perú (junio del 2011) plantea estrategias de exportación por medio de la priorización de las mismas mediante el programa de inserción agrícola, programa que consiste en incentivar y fomentar la economía de los países miembros del Mercosur (Mercado Común del sur) en donde se busca establecer acuerdos comerciales para fortalecer el sector agrícola (p.15).

Estas estrategias de exportación son impulsadas por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Fondo Multilateral de Inversión y el Instituto para las negociaciones Agrícolas Internacionales, la investigación citada se desarrolló en un estudio del programa de inserción agrícola y su aporte al desarrollo del sector en los países beneficiados, este análisis se enfocó en el estudio de las exportaciones realizadas por estos países en estos rubros. La

investigación citada concluye que las estrategias deben estar orientadas a la calidad de los productos, posicionando la marca en el mercado internacional y estableciendo la forma de captar la atención de los consumidores extranjeros hacia el producto ofertado.

En otro trabajo de investigación realizado por Espinosa, Espinoza, & Jacome (noviembre de 2013) en el cual se desarrollaron estrategias para impulsar y fortalecer el sector de calzado mediante el aumento de las exportaciones del calzado para dama hacia el mercado venezolano con el objetivo de apoyar al sector de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. Para el desarrollo de la investigación realizaron encuestas a mujeres venezolanas para conocer la aceptación y la percepción que se tiene en este país del calzado ecuatoriano y determinada la demanda que tendría este producto al exportarse a Venezuela. La investigación concluye con un análisis de la demanda de las mujeres venezolanas en base a sus respuestas en la encuesta y con el establecimiento de estrategias que permitan dinamizar e incentivar a las exportaciones, permitiendo que estos productos lleguen a un nuevo mercado y por ende se apoye a la diversificación de la oferta del país (p.9).

En el trabajo de investigación realizado por Sandoval (octubre del 2014) el cual tuvo como objetivo el desarrollo de estrategias para impulsar las exportaciones de flores de Ecuador para fomentar la producción y exportación de las mismas, ya que el país al rechazar la firma de la Ley de Preferencias arancelarias Andinas perjudicó al sector floricultor pues no pudieron aprovechar los incentivos de este tratado y quedaron en desventaja frente a los competidores en otros países. La diversificación de productos de esta industria es amplia cuenta con una amplia variedad de flores, las cuales son exportadas a diferentes países de Europa y Norteamérica. La investigación concluye con estrategias enfocadas al aumento de exportaciones a Rusia, estableciendo publicidad que capte la atención del mercado ruso impulsando al sector floricultor y aportando a la economía de Ecuador (p.7).

2.2.Marco teórico referencial

2.2.1. Comercio Exterior.

El término comercio exterior se puede identificar como todo un conjunto de procesos que se realizan para llevar a cabo exportaciones e importaciones de productos. Por lo que el comercio exterior son todas las actividades que se realizan en las terminales portuarias tales como aduanas, puertos tanto privados como públicos para el transporte de la mercadería siendo estos procesos: la asistencia técnica, los trámites para el embarque y el desembarque, la custodia y el almacenamiento de todos los productos receptados en las terminales portuarias (Coll, 2012, p.139).

Este término también comprende las relaciones comerciales que se crean y mantienen entre dos o más países con la finalidad de mejorar su economía y obtener productos que en el territorio aduanero no se consiguen fácilmente o no se fabrican, por ello se puede asumir que todas las actividades de comercio exterior son muy importantes para el desarrollo de la sociedad de un país, especialmente la exportación que siempre está presente entre los objetivos gubernamentales de los estados(UNAM, 18 de abril del 2013, p.2).

Otra forma de definir este término es la del acto realizado por el residente de un país tomando el papel de Exportador con los residentes de otro u otros países tomando el papel de Importador de acuerdo a lo que exigen las normas, disposiciones o los requerimientos de carácter fiscal, administrativo y logístico que imponen cada Estado y los organismos internacionales (Lucio, 3 de octubre de 2011, p.1).

El término de Comercio Internacional se suele confundir con el de Comercio Exterior sin embargo tienen diferencias muy marcadas, el primero se refiere a los acuerdos, pactos y relaciones que mantienen dos o varios países con el objetivo de optimizar las transacciones de Comercio Exterior siendo este término únicamente aplicable a las actividades de importación y exportación entre los Estados.

2.2.2. Sujetos que intervienen en el Comercio Exterior.

2.2.2.1.Estado.

Este sujeto interviene directamente en las relaciones de comercio exterior, priorizando que se gestionen todas las actividades en mejora de la exportación y de todos los procesos que intervienen en la misma. En Ecuador, las empresas públicas compiten en las relaciones comerciales por lo que también se convierten en una parte fundamental del sistema.

2.2.2.2.Empresas.

Son una parte indispensable del Comercio Exterior debido a que las que generan el movimiento de las exportaciones e importaciones de los países a través de la negociación comercial. La definición de la empresa se conoce como una organización que produce o elabora bienes y servicios con el único objetivo de generar ingresos a través del uso de recursos.

2.2.3. Mecanismos de Integración regional.

La integración regional consiste en la fusión y vinculación de diferentes estados vecinos con el objetivo de resolver sus conflictos de forma conjunto, estos conflictos pueden ser de carácter social, económico, político o medioambiental. Esta idea nace a partir de la Segunda Guerra Mundial donde las diferentes naciones colaboraron entre sí para construir la sociedad que conocemos en la actualidad. La integración regional entre los países se realiza a través de instituciones o entidades permanentes que son conformadas por un representante de cada país, un ejemplo claro de la integración regional es la Unión Europea (Malamud, julio del 2011, p.221).

Las ventajas de la integración regional es la mejora de la comunicación entre los países, facilidades comerciales tales como zonas de libre comercio, uniones aduaneras, mercado común y la unión económica. Todas estas ventajas permiten que los países dentro de las

integraciones regionales tengan amplias oportunidades en el comercio exterior y mayor desarrollo de su economía.

De acuerdo a Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación(16 de Junio de 2013) existen los siguientes bloques regionales más importantes:

- La unión Europea
- La CAN (Comunidad Andina de Naciones)
- MERCOSUR (Mercado Común del Sur)
- Sistema de Integración Centroamericana
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte
- UNASUR (Unión de Naciones Suramericanas)
- CELAC (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños)
- AP (Alianza del Pacífico)

Todos estos organismos de integración regional, permiten que las empresas tengan más oportunidades para la exportación de sus productos con beneficios que constan entre los países miembros tales como disminución de aranceles, la utilización de la misma moneda, zonas de cero aranceles, mayor preferencia por países miembros, etc. El presente proyecto de investigación se debe concentrar en la integración regional de la Comunidad Andina de Naciones por su carácter económico (p.1).

2.2.4. La Comunidad Andina de Naciones.

La Comunidad Andina de Naciones es una organización subregional que posee personería jurídica internacional, este organismo se encuentra conformado por los países de Venezuela, Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú (Comunidad Andina de Naciones, 28 de noviembre del 2016, p.1).

La CAN mantiene la integración regional comercial en los siguientes puntos:

- Los países tienen una zona de Libre Comercio.

- Para países externos todos los países mantienen un arancel externo común
- Los países comparten las mismas normas de origen y las normas de calidad, así como las normas técnicas.
- Se comparten las franjas de precios y se manejan los mismos instrumentos aduaneros.

2.2.5. Aperturismo Económico Comercial.

El término aperturismo hace referencia a la tendencia de que un país se oriente a desarrollar una economía abierta tanto en la dimensión interna como en el ámbito internacional. En el caso del ámbito interno el país elimina las trabas o los controles que se puedan encontrar en los procesos de producción y el intercambio de bienes dentro del territorio nacional, mientras que en la parte internacional se realiza la apertura a la inversión extranjera, la no restricción de expatriación de capitales, el incentivo a la inversión nacional y la disminución de todas las barreras arancelarias impulsando el comercio exterior de los países que aplican esta clase de economía (PUCE, 16 de octubre del 2013, p.1). Lo cual Ecuador no está orientado a esta tendencia sino que por el contrario su política pública es restrictiva.

2.2.5.1. Teoría Laissez Faire, Laissez Passer.

La teoría Laissez Faire, Laissez Passer es una frase francesa que hace referencia a una economía libre donde predomina las bajas tasas de interés, la mínima intervención del gobierno y un fomento masivo de la producción, por ello esta teoría es muy defendida estableciendo que el estado es solo un ente regulador de la economía que no debe intervenir de forma profunda (Ludeña, 7 de noviembre de 2014, p.225).

La frase Laissez Faire, Laissez Passer significa "Dejen hacer, dejen pasar" utilizada por Vincent de Gournay que estaba en contra de la intervención del gobierno en la economía. Esta frase dio apertura a un nuevo movimiento conocido como liberalismo económico, sin

embargo esta situación era muy surrealista, para lograr que los sistemas de mercados tengan una verdadera economía libre era necesario que el gobierno o el Estado participe activamente del cambio en la reducción de impuestos, eliminación de los frenos a la producción; esto en la actualidad es muy difícil de lograr pero la teoría mantiene que cuando la frase se cumpla se podrá evidenciar verdaderos cambios económicos y desarrollo en las naciones que la apliquen, debido a que el aparato productivo será más valorado y por ende los trabajadores tendrán ingresos sostenibles, con mayor inversión extranjera y nacional y con mayor producción incrementando la oferta y la demanda(Escartín, noviembre del 2012, p.139).

2.2.6. Estrategias de Negociación.

De acuerdo García (2015) las estrategias de negociación son muy importantes al momento de realizar negocios internacionales, el mercado exterior presenta amplias posibilidades pero a la vez las personas que se encargan de esta actividad se enfrentan a constantes retos con las personas de diferentes países, durante las negociaciones con mercados exteriores se presentan varios temas de carácter comercial que deben ser revisados antes de empezar a crear relaciones y no sobre la marcha pues esto puede definir si la negociación fue un éxito o solo beneficiará a la contraparte. Todos estos factores deben ser analizados de forma muy minuciosa tomando en cuenta el país con el cual se están estableciendo relaciones, las características del proveedor, etc. (p.220).

Los aspectos a considerar dentro de una negociación para la exportación de un producto son los siguientes:

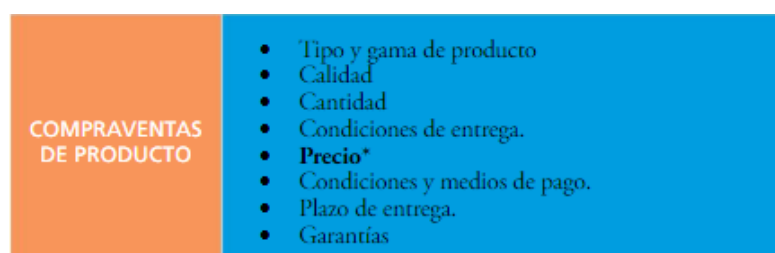


Figura 5: Aspectos a considerar en la exportación de un producto

Además de estos aspectos que son muy importantes para que las relaciones sean claras, duraderas y no presenten problemas durante la negociación, al momento de negociar se debe analizar a la persona con la que se está estableciendo el contacto; el importador puede ser cooperativo o competitivo, a continuación se establecen varios aspectos para negociar con cada tipo de persona:

Tabla 4.
cooperativos vs. Negociadores Competitivos

Negociadores

Negociadores cooperativos	Negociadores competitivos
La información en la negociación es abundante y clara. Es mejor dejar que estas personas tomen las iniciativas	Conocer lo que realmente les interesa de la negociación permitirá tener una ventaja Se recomienda tomar la iniciativa
Se recomienda realizar una concesión inicial para que también cedan	Planear varias concesiones para lograr la negociación pero ofrecerlas de forma lenta
Se recomienda cerrar la negociación con una doble propuesta	Cerrar con una sola propuesta discutiendo posibles variantes en la misma

2.2.7. Exportación.

La exportación definitiva se conoce como el régimen aduanero en el que se pueden enviar mercancías o productos de forma definitiva y legal fuera del territorio ecuatoriano hacia otro territorio aduanero sujetándose a la normativa legal, los términos comerciales y aduaneros vigentes (SENAE, 12 de diciembre del 2012, p.1).

2.2.7.1. Requisitos y aspectos para exportar.

De acuerdo a PROECUADOR (6 de junio del 2013) los organismos que intervienen en las operaciones de Exportación son los siguientes (p.4):



Figura6: Sujetos que intervienen en la exportación

Las personas que pueden exportar son todos los ecuatorianos o extranjeros que residan en el país y personería jurídica. Para ser un exportador es necesario que se cuenten con lo siguiente:

- Se cuente con el RUC (Registro Único del Contribuyente) que indique la actividad económica que va a desarrollar.
- Contar con el certificado de firma digital que es otorgado por el Banco Central del Ecuador o Security Data. Para realizar estos trámites es necesario que se ingrese a la página web de estas instituciones.
- Luego de obtener o contar con lo citado anteriormente es necesario que el exportador se registre en el portal de Ecuapass en donde debe crearse un usuario e ingresar sus datos.

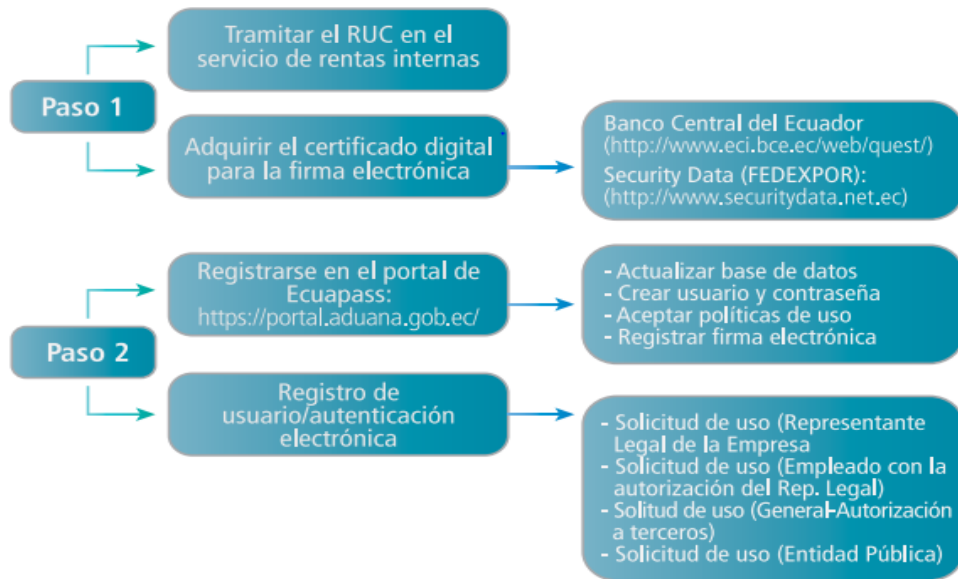


Figura7: Registro del Exportador en el Ecuapass

Además para realizar las exportaciones es necesario que la empresa cuente con la Declaración juramentada de origen que se obtiene mediante el portal ECUAPASS, el cual se realiza de la siguiente manera:

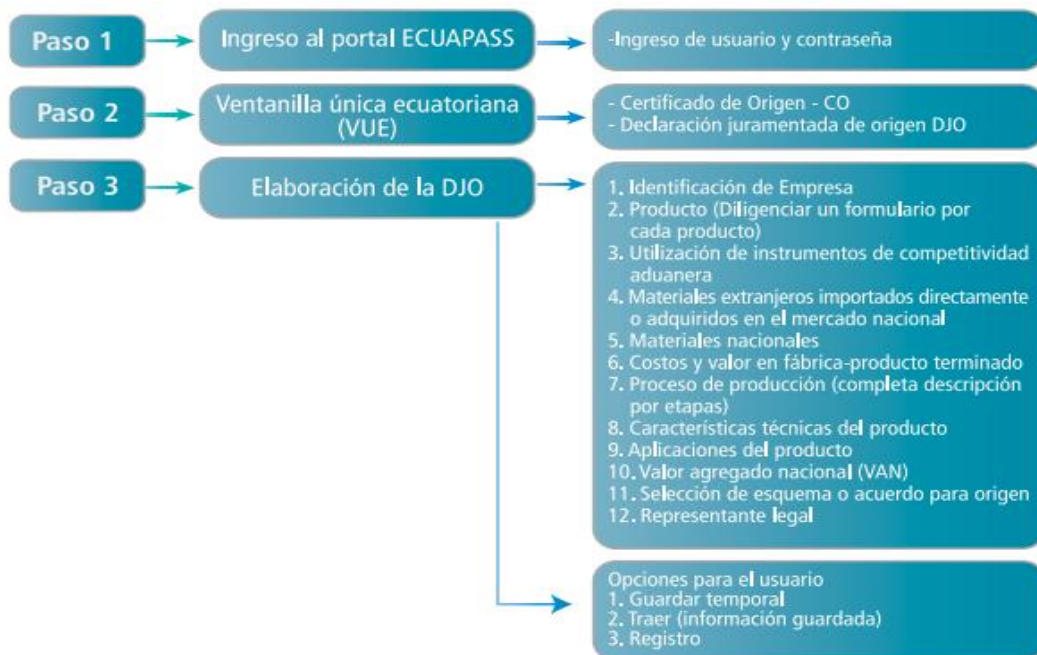


Figura8: Obtención de la Declaración Juramentada de Origen

2.2.7.2.Etapas para la exportación.

2.2.7.2.1. Pre-Embarque.

De acuerdo a PROECUADOR(6 de Junio de 2013) para comenzar el proceso de exportación es necesario que el exportador presente la Declaración Aduanera de Exportación en el sistema ECUAPASS, la cual establece un vínculo legal entre el exportador y el SENA E (p.7). La Declaración Aduanera de Exportación contiene los siguientes Datos:

- Información del exportador
- Descripción de la Mercadería por cada ítem de Factura
- Datos del consignatario
- Destino de la mercancía
- Cantidades y peso de la mercadería

De acuerdo al tamaño de la empresa y el movimiento que piensa realizar en el comercio exterior, sería recomendable que se contrate a un Agente de Aduana que permita un proceso óptimo para el ingreso de la mercadería y aceptación de la DAE. La DAE será acompañada por los siguientes documentos:



Figura9: Documentos que acompañan a la DAE

Para que se exporte la conserva de grosella verde a Perú es necesario que la empresa cuente con la factura original de la compra a los productores del cantón “El Triunfo” del Guayas acompañada con una Lista de Empaque y en el caso de las autorizaciones previstas es necesario que la empresa tramite el certificado de origen de la Comunidad Andina de Naciones para que la empresa pueda exportar a Lima sin ningún problema. A continuación de muestra un ejemplo de los documentos que son necesarios para el pre-embarque:



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2012-40-00005727
---------------	----------------------

Información de general

Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692

Información de Exportador

Nombre del exportador	CAFÉ ECUATORIANO S.A	Teléfono del exportador	2597980
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIU	CAFÉ EN GRAND	Número de documento de	
Nombre del declarante	CESAR RUIZ		
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCIÓN		
Código de forma de pago		Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIA S.A		
Dirección del	VIII SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	[06909025] CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ARGENTINA		

DOLAR ESTADOUNIDENSE

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	662.01	Cantidad de item	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de desnacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Figura 10: Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación

EMPRESA EXPORTADORA Dirección:.....Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-4-2597980 E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec		RUC: 120244753001 <hr/> FACTURA <hr/> Mercado Exportación		
Señores: EMPRESA IMPORTADORA:... GLORI S.A. Dirección:.....VIII / SAN MARTIN Atención:.....SR. CÉSAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL)N°.....001002004954		Nombre de Contacto:..... SR. CÉSAR ZAMORA Nuestra referencia:..... N° de cliente:..... 15160 N° Orden de pedido:..... P/O 720		
La mercancía ha sido enviada en: Dimensiones de Embalaje: Fecha..... Enero / 2013 Peso Bruto: 1,618,25 KG Peso Neto: 1,520,35 KG Marcas: SIN MARCA Vía: MARÍTIMO País de origen: ECUADOR				
			VALOR	
PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
1604,14,00	ATÚN EN CONSERVAS	67,500 UNDS	US\$ 0,50	US\$ 33,750,00
INCOTERM: FOB			TOTAL FACTURADO:	US\$ 33,750,00

Figura 1: Ejemplo de Factura Comercial

LOGO DE LA EMPRESA EXPORTADORA				
EMPRESA EXPORTADORA				
Dirección:.....Calle Sur e Intersección				
Teléfono/Fax:.....593-4-2597980				
E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec				
COMPRADOR				
Dirección:.....VIII / SAN MARTIN				
Teléfono/Fax:.....(11)123-45678				
E-mail:..... smartin@gloriosa.com				
DETALLE DEL EMBALAJE				
N° DE BULTO	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	CANTIDAD	KILOS	
			NETO	BRUTO
001	MERCADERÍA CLASE A	100 UNIDADES	50	70
002	MERCADERÍA CLASE B	200 UNIDADES	100	120
003	MERCADERÍA CLASE C	300 UNIDADES	150	170
TOTAL: 3 BULTOS		600 UNIDADES	300	360
MARCAS: SIN MARCAS				
EMBALAJE: 3 PALETAS				
VÍA: MARÍTIMO				
FACTURA COMERCIAL: 001-002-00000XXXX				

Figura12: Ejemplo de Lista de Empaque

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

PAIS EXPORTADOR : ECUADOR		PAIS IMPORTADOR : PERU
N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-001-000008278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
2	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)
3	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)

FECHA: 10 JUNIO 2013
RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A.
Sello y firma del exportador o productor

Comercial
Ing. Alejandro

OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de GUAYQUILIA, a las 12:00 horas de la tarde del 10 de junio del 2013

Ing. Victor Boala Mandiola
ANALISTA

Nombre, sello y firma de la Entidad Certificadora

NOTAS: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Parcial, indicando número de registro.
(3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
- El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.

Figura13: Ejemplo de Certificado de Origen para la CAN

2.2.7.2.2. Incoterms.

Para que la empresa pueda exportar sin problemas es necesario que defina que termino de Comercio Exterior usará, es decir los Incoterms con los que exportará. De acuerdo a PROECUADOR(8 de junio del 2013) los Incoterms son los términos reconocidos

internacionalmente para la negociación comercial, los mismos permiten facilitar las negociaciones entre los diferentes países, en donde se definen las obligaciones y deberes tanto del comprador o importador y del vendedor o exportador (p.1).

Estos términos definen los costos, los riesgos y las tareas de cada parte de la transacción de Comercio Exterior.

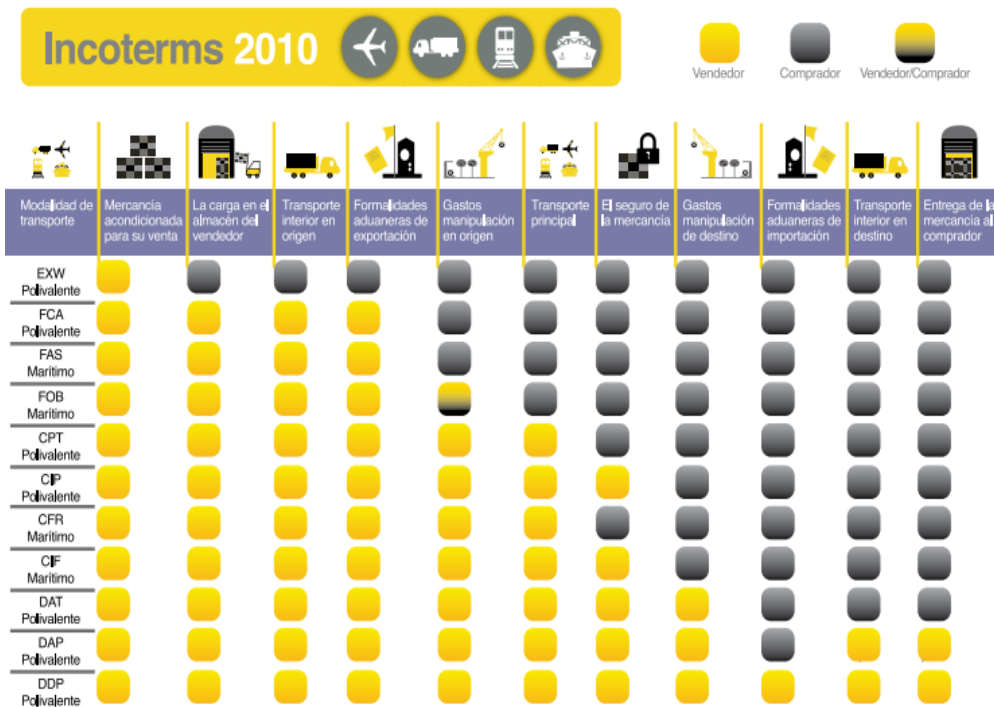


Figura14: Incoterms 2010

2.2.7.2.3. Etapa Post-Embarque.

En la etapa de Post-embarque el exportador podrá regularizar la DAE que haya presentado a la SENAE en donde deberá llenar un registro electrónico que de por finalizado el proceso de exportación. Cuando la DAE tenga la Leyenda de Regularizada, este proceso puede ser realizado en los 30 días posteriores al embarque de la mercancía.

Para que se pueda terminar el proceso se necesitarán estos documentos:

- Original y copia de la Factura de Compra.
- Original y copia de la Lista de Embarque de los productos a exportar
- Original y copia de Certificado de Origen de la mercadería

- Copias del Documento de Transporte Multimodal

Debido a que la empresa transportará la mercadería por transporte terrestre se necesitará el siguiente documento:

Embalsador		CARTA PORTE	
Compañía		Número de Carta Porte	Agente Despachante
Notificar a		CONTACTO:	
Ciudad		Logo de la empresa	
País de Origen	Lugar de Carga		
Lugar de Descarga	Destino Final		
NUMERO DE CONTENEDORES MARCAS Y NUMEROS	DESCRIPCION DE MERCADERIAS	PESO BRUTO (KGS)	CUBICAJE
<small>Las mercaderías aquí descritas son sometidas en su totalidad a los procedimientos de transporte terrestre y a los procedimientos de aduana de destino de la mercancía. El transportista no es responsable de los daños o pérdidas de mercancías durante el transporte. El transportista no es responsable de los daños o pérdidas de mercancías durante el transporte. El transportista no es responsable de los daños o pérdidas de mercancías durante el transporte. El transportista no es responsable de los daños o pérdidas de mercancías durante el transporte.</small>			
<small>El valor debe ser notificado para facilitar la operación. De otra forma el transportista no será responsable de los daños o pérdidas de mercancías durante el transporte.</small>			
Item	Freight charges		
NP	Cargas		
Totales		Exchange rates	TOTAL
Rate		By	
NUMERO NACIONAL DE RUTAS DE LOGÍSTICA DE TRANSPORTACIONES		NUMERO DE CARTA PORTE	Lugar y fecha de emisión

Figura15: Ejemplo de Documento de Transporte Terrestre Internacional

2.2.7.3. Agrocalidad.

La Agencia ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro es una institución ecuatoriana que se encuentra adscrita al MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca) la cual se encarga de verificar y certificar la calidad de los productos agropecuarios que se producen en el país en lo que respecta a sanidad, con el objetivo de que se ajusten a los estándares internacionales (Agrocalidad, 8 de noviembre del 2013, p.7).

Según PROECUADOR (Noviembre de 2014) para obtener el certificado fitosanitario otorgado por esta entidad, el exportador debe en primer lugar registrarse en la página de dicha entidad. Una vez registrado ya sea como exportador, productor o productor - Exportador, un auditor realizará una inspección en donde emitirá un reporte que de ser aprobatorio, permitirá

a quien solicitó la inspección la obtención del certificado o código de registro que lo avala como un operador de Agrocalidad (p.5).

Referente al certificado fitosanitario, debe ser requerido para cada exportación siendo solicitado con un máximo de dos días antes del envío de la mercancía. Para ello se debe solicitar una inspección en aeropuertos, puertos o pasos fronterizos. Para este certificado fitosanitario se deberá contar con lo siguiente:

- Registro como operador de Agrocalidad
- Copia del manifiesto de embarque
- Factura u otro documento que especifique en detalle el envío.

2.2.7.3.1. Diversificación de exportaciones de Ecuador.

La diversificación de las exportaciones se puede dar de dos tipos. Se lo conoce como el efecto “cartera” en razón a que cuanto mayor sea el grado de diversificación, menor es la volatilidad de los ingresos por concepto de exportaciones. Las exportaciones menos volátiles se relacionan con una varianza menor del crecimiento del PIB (CEPAL, abril del 2010, p.117)

El objetivo actual del país es diversificar su oferta no petrolera a fin de reducir la alta dependencia que se tiene del crudo y alcanzar una economía post-petrolera ya que su economía y rubros se centran principalmente en este producto (Vicepresidencia del Ecuador, 23 de abril del 2014, p.1).

Esta diversificación implica construir una mejor y eficiente cadena productiva de la mano de las industrias que agreguen mayor valor a su oferta, valor que sustituyan importaciones, impulse exportaciones y generen empleo, con lo cual se lograría reducir el déficit de la balanza comercial y por ende mejorar la situación económica que atraviesa el país.

2.2.8. Ley de oferta y demanda en el Mercado.

En el Mercado es necesario considerar y estudiar la oferta y demanda presente, debido a que estos factores representan un parte indispensable para analizar las economías de un país y de su mercado, estos dos términos establecen o proveen de un dato referencial para conocer la cantidad de productos que se deben ofrecer y el precio ideal para los mismos (Mc Graw Hill, 23 de diciembre del 2015, p.62).

2.2.8.1.La Demanda.

El factor Demanda hace referencia a la cantidad total que los consumidores piensan y están aptos para adquirir dentro del mercado. Por lo que la demanda se puede considerar como la suma total de productos que los integrantes de un mercado necesitan adquirir estando en la capacidad para hacerlo.

En lo que respecta a la Ley de Demanda se establece que el precio y la cantidad demandada de un producto están estrechamente relacionados, dando como resultado que si el precio aminora la cantidad demandada por los consumidores aumentará mientras que si el precio aumenta se provocará el efecto contrario ocasionando que la demanda sea menor.

2.2.8.2.La Oferta.

El Factor Oferta por otra parte hace referencia a la cantidad de un producto que ofrecen las empresas y el precio que se establece en dicho mercado. Por otra parte la Ley de la Oferta expresa que si el precio de un producto en el mercado aumenta entonces la cantidad ofrecida por las empresas también aumentará.

2.2.9. ECUAPASS.

El sistema ECUAPASS es la plataforma única de Comercio Exterior que maneja el SENA (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador) siendo una herramienta útil e indispensable para todo Operador del Comercio Exterior siendo Importador o Exportador,

siendo la única plataforma autorizada para realizar todos los trámites correspondientes a la exportación o importación de bienes.

2.2.9.1.Objetivos del ECUAPASS.

Los Objetivos del ECUAPASS como una herramienta de optimización del Comercio Exterior son los siguientes:

- Aumentar la eficiencia de las transacciones aduaneras.
- Lograr la transparencia de todas las actividades del Comercio Exterior
- Reemplazar el papel para la minimización de costos y uso eficiente de los recursos tales como el tiempo, recurso humano, etc.
- Optimizar el control aduanero.

2.2.9.2.Procedimiento y requerimientos de la aduana para exportar desde el

Ecuador.

El procedimiento comienza con la generación electrónica de la DAE (Declaración Aduanera de Exportación) en ECUAPASS, este documento debe ser acompañado por la factura correspondiente. La DAE es un documento que establece un vínculo legal entre el exportador y el SENA. E.

De acuerdo a Bruzos(5 de abril de 2016) la grosella o también conocido como *Phyllanthus acidus Skeels* pertenece a la familia de los *euphorbiaceae* que producen frutos comestibles, se la conoce como grosella en gran parte de los países latinos aunque en Puerto Rico es llamada cereza amarilla o cerezo de tierra, cerezo agrio en Venezuela y cerezo occidental en Cuba (p.7).

El arbusto de grosellas puede llegar a medir entre 6 a 30 pies que equivales entre 2 y 9 metros de altura. Las flores de esta planta se caracterizan por ser pequeñas divididas en 4 partes cuyo color es rosa, estas aparecen en las ramas y en la parte superior de tronco, es decir que las frutas se encuentran separadas de las hojas.

El fruto de la grosella se desarrolla densamente en las áreas mencionadas, formando una masa. La forma del fruto es achatada y posee entre 6-8 costillas que pueden medir entre 1 y 2 cm de ancho cada una. Su color de la grosella es amarillo pálido y presenta un color casi blanco cuando está totalmente maduro siendo más crujiente, jugoso, por lo que suele utilizarse para realizar conservas.

Se cree que esta planta es originaria de Madagascar en donde fue luego cultivada en las indias Orientales. Es una planta muy común en Indonesia, Laos y Vietnam, cabe recalcar que en India incluso se cultiva en huertos familiares al ser una fruta muy preferida por los niños.

En el año de 1793 esta planta se introdujo en Jamaica y se extendió por Latinoamérica y el Caribe en donde se cultiva actualmente en países como Ecuador, Venezuela, Colombia, Perú, México, Brasil e incluso en los Estados Unidos, específicamente en Hawaii.

2.2.10. La grosella.

2.2.10.1. *Condiciones del cultivo.*

El clima para el cultivo de grosella puede ser subtropical o tropical siendo resistente al frío y pudiendo ser cultivada incluso en alturas de hasta 3.000 pies, es decir 914 metros sobre el nivel del mar. En el caso de los suelos, esta crece en una gran variedad de ellos pero si bien es cierto, prefieren suelos húmedos.

2.2.10.2. *Propagación.*

Su medio de siembra es la semilla aunque presenta condiciones para ser cultivada a través de esquejes, es decir partes de plantas especialmente sus ramas e incluso se puede multiplicar a través de injertos o acodos aéreos en otras plantas.

Cabe recalcar que la multiplicación por semilla es la más adecuada ya que en 4 años pueden producir grandes cosechas.

2.2.10.3. Plagas.

Es más propensa a ataques de orugas, devorando la corteza y las hojas jóvenes. Un poco control del cultivo puede causar una defoliación total en tan solo días por lo que se deben colocar pesticidas.

2.2.10.4. Temporada.

Generalmente presenta dos cosechas cada año, la primera se da durante abril y mayo, en el caso de la segunda se da en los meses de agosto y septiembre. Otros usos que se pueden dar a la planta además de sus frutos es su tronco, del cual se puede obtener una madera fuerte, en el caso de la raíz suele ser utilizado para hacer curtidos especialmente en India.

Como uso medicinal, sus frutos son consumidos como tónicos para el hígado y purificar la sangre. Suelen aplicarse sus hojas para el reumatismo o hacerse aguas de tiempo en el caso de sufrir gonorrea. Su raíz es un fuerte purgante, el vapor de infusiones de la raíz de grosella suele ser inhalado para aliviar la tos, dolor de cabeza e incluso el asma.

De acuerdo al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España (MAGRAMA, 20 de febrero del 2013) se presenta la siguiente información nutricional sobre la grosella por cada 100 gramos (p.242).

2.3.Marco conceptual

- **Industria.-** La industria puede definirse como un espacio socioeconómico en el que se busca mediante la producción de bienes y el uso de herramientas, alcanzar altas tasas de rendimientos (Zerda & Rincón, 1998, p.22).
- **Balanza comercial.-** La balanza Comercial es una sub-balanza de la Balanza de Pagos que mantiene el registro de las exportaciones e importaciones de un Estado en un período

establecido. Se considera que es positiva cuando el rubro de exportaciones mayor al rubro de importaciones y se establece un resultado negativo cuando las importaciones son mayores a las exportaciones (PROECUADOR, 4 de Marzo de 2013, p.1).

- **El Buen Vivir.**-EL Buen Vivir es un principio constitucional basado en el 'SumakKawsay', que recoge una visión del mundo centrada en el ser humano, como parte de un entorno natural y social.

“La satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte digna, el amar y ser amado, el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas. El Buen Vivir supone tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación, y que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen y florezcan de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno -visto como un ser humano universal y particular a la vez- valora como objetivo de vida deseable (tanto material como subjetivamente y sin producir ningún tipo de dominación a un otro)”(Plan Nacional del Buen Vivir, 24 de junio del 2013, p.20)

- **Grosella:** Es un fruto que se obtiene de groselleros o arbustos que alcanzan hasta los 2 metros de altura, esta fruta proviene de las Saxifragáceas, por lo que se consideran plantas herbáceas y leñosas que pueden crecer en climas adversos tales como regiones templadas y frías(Ministerio de Ambiente, 2012).
- **Conserva:** La conserva es un producto elaborado que mantiene sus propiedades hasta su consumo por lo que su forma de preparación sigue una serie de prácticas y actividades para que no altere durante varios meses o años (Ministerio de Salud Chileno, 4 de septiembre del 2015, p.11)

2.4.Marco legal

2.4.1. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI.

Esta ley fue emitida por la Asamblea Nacional (22 de diciembre del 2010), a la cual deben regirse todas las personas que realicen una actividad productiva a nivel nacional, definiendo como actividad productiva al proceso a través del cual se transforman insumos en productos que la sociedad requiere, sustentables ambientalmente e incluso las actividades que se realizan para su comercialización y demás que agreguen valor (p.31).

El Título IV “Del Fomento y la Promoción de las exportaciones” en esta ley comprende los artículos 93 al 95, en donde el artículo 93 indica:

Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

- Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas
- Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa impulsadas por el Gobierno nacional.
- Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva.

En el título V sobre “Auxiliares de la Administración Aduanera” se menciona en el Capítulo I "De los agentes de aduana" lo siguiente:

Art. 227.- Agente de Aduana.- Es la persona natural o jurídica cuya licencia, otorgada por la Directora o el Director General del SENA, le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo para el efecto firmar la declaración aduanera en los casos que establezca el reglamento. Dicha licencia tendrá un plazo de duración de 5 años, la cual puede ser renovada por el mismo plazo.

2.4.2. Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI.

En el capítulo I de este reglamento emitido por el Presidente de la República del Ecuador, Econ. Rafael Correa Delgado (19 de mayo del 2011) referente al Capítulo III sobre “OPERACIONES ADUANERAS” en la sección I sobre el “CRUCE DE LA FRONTERA ADUANERA” se menciona lo siguiente:

Art. 30.- Control de bienes.- Los bienes que crucen la frontera en los diferentes medios de transporte deberán someterse a los diferentes controles aduaneros, sanitarios, fitosanitarios, u otros que correspondan, conforme a la normativa específica aplicable para cada tipo de mercancía (p.20).

2.4.3. Constitución del Ecuador.

En la Constitución vigente del Ecuador emitida por la Asamblea Nacional(20 de octubre del 2008) menciona que el Estado promoverá las exportaciones que generen valor agregado, especialmente aquellas de carácter artesanal de los pequeños y medianos productores (p.146).

Este proyecto se encuentra ligado al papel del estado, ya que se promueve el desarrollo de pequeños y medianos productores del cantón “El Triunfo”, generando empleo y a su vez ofreciendo un producto que involucra la transformación de una fruta en un producto de valor agregado en el que intervienen factores de producción.

Capítulo III

3. Metodología de la investigación

3.1. Métodos de Investigación

Se define que la presente investigación sigue una metodología mixta, debido a que se utilizarán técnicas cuantitativas y cualitativas que permitan generar resultados confiables y amplios que permitan definir los procedimientos adecuados para darle una solución factible a la problemática del estudio. Se utiliza una metodología cualitativa debido a que el proceso de la investigación no es secuencial, por el contrario las etapas del estudio no mantienen interacción durante el desarrollo del mismo, este enfoque permite refinar y definir preguntas de investigación claves para ampliar el conocimiento del problema objeto de estudio, en el mismo la recolección de datos se realiza en base a los puntos de vista o comentarios de los participantes. Mientras que se utiliza una metodología cuantitativa debido a que el mismo se caracteriza por realizar mediciones numéricas, en donde se busca comprobar las hipótesis planteadas mediante la información obtenida durante el desarrollo del estudio.

De acuerdo a lo estipulado anteriormente se define que los métodos que se utilizarán en la investigación son el analítico, el deductivo y el inductivo. Se considera el método analítico, puesto que permite separar los elementos de la investigación y analizarlos de forma específica por lo que permite ampliar el conocimiento sobre el objeto de estudio. Por otra parte se utilizará el método deductivo debido a que el mismo recopila conceptos, definiciones y teorías generales para analizarlas y de ellas obtener conclusiones esenciales para la investigación, este método concentra su razonamiento de lo general a lo específico. Finalmente se utiliza el método inductivo, el cual permitió analizar casos en específico para establecer un planteamiento general por lo que utiliza el razonamiento que va de lo particular a lo general.

Los tipos de investigación que se utilizarán en el estudio son de tipo descriptiva, documental y de campo. Se utiliza la investigación descriptiva la misma que permitió analizar el proceso logístico y los aspectos necesarios que se necesitan para exportar conserva de grosella verde a Lima-Perú por lo que será necesario definir los pasos necesarios para la exportación. Por ello se utilizará la investigación documental, la cual permite revisar fuente documentales bibliográficas que permitan conocer las bases de exportación en donde se analizarán los conceptos y definiciones más importantes del estudio. Finalmente se utilizará la investigación de campo en donde se aplicarán técnicas tanto cualitativas como cuantitativas, en donde se aplicarán directamente al objeto de estudio para recoger información actual del sector y profundizar el conocimiento que se tiene sobre el problema de la investigación.

3.2.Población y muestra

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática (Noviembre de 2016) la población de la capital Lima es de 9'985.625 personas, los cuales serán la población objetivo para la comercialización de la conserva de grosella verde. Teniendo conocimiento del extenso territorio de la ciudad, se escogió la zona centro para el desarrollo de la encuesta (p.2).

La capital Lima se encuentra dividida en 43 zonas escogiéndose el distrito central del Cercado de Lima, también llamado Lima. La población de este distrito de la ciudad de Lima es de 276.900 habitantes según la última información disponible, la cual es proporcionada por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y de Opinión Pública (CPI, 1 de mayo del 2014, p.6)

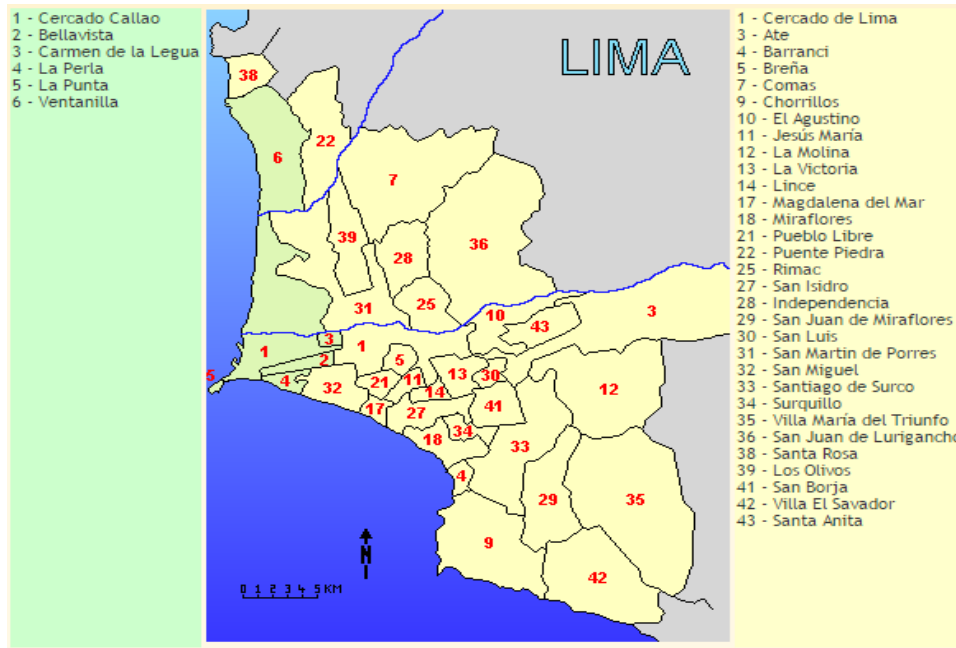


Figura16: División del Distrito de Lima

Para el cálculo de la muestra se utilizará la fórmula para poblaciones infinitas porque la población, objeto de estudio sobrepasa a los 100.000 individuos. A continuación se muestra la fórmula necesaria:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

p: probabilidad de que ocurra el evento

q: probabilidad de que no ocurra el evento

e: margen de error

Z: nivel de confianza.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384,16$$

Para la fórmula empleada se utilizó un nivel de confianza del 95% que se representa en la distribución normal y en la fórmula con el valor de 1,96, asumiendo que existe un 50% de probabilidad de que el evento ocurra y 50% de que el mismo no ocurra, además se utiliza como margen de error un 5%. El cálculo realizado arroja que se deben realizar al menos 384 encuestas al público objetivo para tener un nivel de confianza del 95%.

3.3.Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para profundizar los conocimientos que se tienen del objeto de estudio fue necesario aplicar técnicas tanto cuantitativas como cualitativas. Para conocer la aceptación de la conserva de grosella verde por parte de la población en Lima, fue necesario la aplicación de encuestas en donde se define que el mismo es un método cuantitativo en donde se establece un cuestionario de preguntas que se realizan al público objetivo, en este caso a la muestra de la investigación que corresponde a 384 Limenses, habitantes del Distrito Cercado de Lima, lo que permitirá recolectar información directa sobre los gustos y preferencias de los mismos lo que asegurará que el producto a comercializar tenga una buena aceptación en base a las respuesta de los mismos lo que permitirá definir la propuesta de esta investigación. Además se realizará una entrevista a los productores de grosella que se encuentran en el cantón El Triunfo-Guayas y al posible importador en Lima, esta técnica es cualitativa y permite conocer los puntos de vista de los participantes sobre la capacidad productiva del cantón.

Para el desarrollo de la investigación también se utilizó una técnica muy importante de análisis de información la revisión de fuentes documentales bibliográficas tales como libros, revistas y periódicos, estos documentos fueron fundamentales para establecer las bases teóricas del estudio. Esta técnica se utilizó mediante la revisión de conceptos y definiciones que tengan relación con las variables de la investigación, de los cuales se realizó un análisis profundo para aplicarlo en la propuesta del estudio. Los documentos que fueron esenciales en el desarrollo del estudio fueron los informes de otros investigadores, los mismos que permitieron detectar problemas similares y el tratamiento que se le dio para su solución, de los cuales se pudieron obtener procedimientos aplicables para la presente investigación.

Por otra parte los instrumentos que serán utilizados en la investigación son aquellos que fueron necesarios para la obtención de información en la investigación de Campo, en donde se utilizaron resmas de hojas, copias para la utilización de encuestas y esferos para el llenado

de las encuestas y realización de entrevistas. Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron instrumentos claves tales como una laptop, el servicio de internet y una impresora los cuales permitieron la presentación de los avances correspondientes.

3.4. Recursos: Fuentes, cronograma y presupuesto para la recolección de datos

3.4.1. Recurso humano.

Para la realización de la investigación de campo fue necesaria la colaboración de todos los encuestados y de las personas entrevistadas que permitieron conocer la situación actual del sector tanto en la producción como en la comercialización. Para la aplicación de las técnicas se contó con 4 encuestadores y un entrevistador siendo familiares de la autora, estas personas fueron indispensables para el desarrollo de la investigación.

3.4.2. Fuentes.

Las fuentes de la investigación se dividen en primarias y secundarias. Son consideradas fuentes primarias toda aquella información obtenida de las encuestas y entrevistas realizadas, debido a que esta información no ha sido analizada por otros investigadores y será obtenida directamente del objeto de estudio. El INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) es la fuente principal, permitiendo establecer la población objeto de estudio. Por otra parte las fuentes secundarias de la información son todos aquellos datos que fueron obtenidos de otras investigaciones tales como libros, informes, periódicos, revistas y páginas gubernamentales oficiales que se hayan publicado en los últimos cinco años que permitieron obtener los procedimientos adecuados para la elaboración de la propuesta del estudio.

3.4.3. Cronograma.

Tabla 5.
recolección de datos

Cronograma de

ACTIVIDADES	MES DE JULIO																																								
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																				
RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
TIEMPO DE DESARROLLO DE ENCUESTAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
DEFINICIÓN DE LA ENCUESTA Y ENTREVISTAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
CORRECCIONES A LAS TÉCNICAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
INFORME DE LOS ENCUESTADORES	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
TABULACION DE RESULTADOS OBTENIDOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
ANÁLISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
INFORME GENERAL DE RESULTADOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Nota: Elaborado por la autora.

3.4.4. Presupuesto.

Tabla 6.
recolección de datos

Gasto en la

Descripción	Valor
Resmas de hoja	\$5,5
Copias	\$10,5
Esferos	\$3,5
Gasolina	\$80,0
Internet	\$60,0
Alojamiento	\$200,0
Alimentación	\$190,0
Total	\$549,5

Nota: Elaborado por la Autora.

Los gastos en la recolección de datos fueron asumidos por los familiares de la autora donde solo se cubrió la movilización vía terrestre y el hospedaje por tres días para los encuestadores y cinco días para la entrevistadora dentro de los rubros del presupuesto, en lo que refiere a gastos de alimentación fue asumido por cada integrante del grupo siendo considerado pues influye en la recolección de datos. Un punto adicional dentro de los gastos de la recolección de datos es el servicio de internet que se utilizó durante toda la investigación por ello es considerado en el proceso.

3.5. Tratamiento de la información.- procesamiento y análisis

Para la obtención de información es necesario los encuestadores en conjunto con la investigadora realicen un viaje a Lima, el cual fue realizado por vía terrestre por medio de

cubriendo la autora los gastos de gasolina para la movilización ya que deben realizar el análisis respectivo al mercado Limense y a los posibles consumidores de la conserva de grosella verde. El viaje se realizó desde el día 14 de Julio hasta el 19 de julio por lo que el análisis de los resultados será realizado luego de llegar a la ciudad de Guayaquil, en conjunto con los encuestadores que deberán entregar los reportes obtenidos de las encuestas realizadas.

La encuesta fue realizada entre el 14 y 17 de Julio por los cuatro encuestadores mientras que la entrevista se realizará entre el 18 y 19 de Julio donde la entrevistadora siendo la autora de la investigación se presentará en la Cámara de Comercio de Lima para la respectiva entrevista luego de mantener conversaciones con esta entidad durante su viaje, al llegar a Guayaquil la autora se dirigirá al cantón El Triunfo para realizar la respectiva entrevista al productor.

Para el tratamiento de la información se necesitará del software de Excel, en donde se establecerá una matriz con plantillas de fórmulas interconectadas que permitirán un ágil conteo de las respuestas y permitirán que el cálculo se tecnifique de una forma rápida y precisa. La presentación de los resultados es necesaria para resumir la información permitiendo un análisis más profunda de las respuestas de los encuestados en donde se elaborarán las tablas de frecuencias correspondientes a cada pregunta con su respectivo gráfico que permita una visualización óptima de los resultados del estudio.

Para la realización de la investigación de campo, se utilizó el método probabilístico aleatorio simple que consiste en que cada miembro de la población puede ser escogido para pertenecer a la muestra del estudio y para el desarrollo de la investigación. Para llevar un óptimo control de la realización de las encuestas se solicitó que los cuatro encuestadores llevarán una hoja de registro en donde los encuestados debían llenar sus nombres y firmas dando constancia de la investigación realizada. Al finalizar el proceso de recolección de información en la encuestas cada encuestador debía elaborar un informe final, en donde se

exponga los comentarios más notables de los encuestados lo que permitió que el análisis de los resultados sea un proceso más ágil, óptimo y dinámico.

El análisis de los resultados permitió establecer cuáles son los procedimientos adecuados para la definición del producto de acuerdo a los gustos y preferencias de los encuestados, en donde se conoció si la propuesta del estudio era factible al conocer la aceptación de los Limenses hacia el producto ofertado en este caso la conserva de grosella verde.

En el caso del tratamiento de la información de las entrevistas se tomará en consideración los puntos descritos por el posible importador de la conserva de grosella buscando conocer la factibilidad de la exportación de este producto, con el objetivo de conocer si está dispuesto a realizar el proceso logístico en la ciudad de Lima para que los productos lleguen al canal de distribución escogido.

Mientras que al referirnos a la entrevista al productor de grosella verde en el cantón “El Triunfo” se analizará la cantidad de producción promedio que tienen los productores para definir la capacidad de producción que podrá tener la empresa, además un objetivo clave de la entrevista es detectar posibles factores externos que pueden afectar la cosecha y por ende la producción de la organización, además mediante la entrevista se podrá obtener el punto de vista de los pobladores sobre el plan de exportación y el aporte social que dará al cantón.

3.6. Presentación de los resultados

3.6.1. Encuesta al mercado meta.

1. ¿Usted consume productos importados?

Tabla 7.
importados

Consumo de productos

CONSUMO DE PRODUCTOS	Frecuencia	Frecuencia
IMPORTADOS	Absoluta	Relativa
SÍ	298	78%
NO	86	22%
Total	384	100%

Nota: Elaborado por la autora a partir de la encuesta.

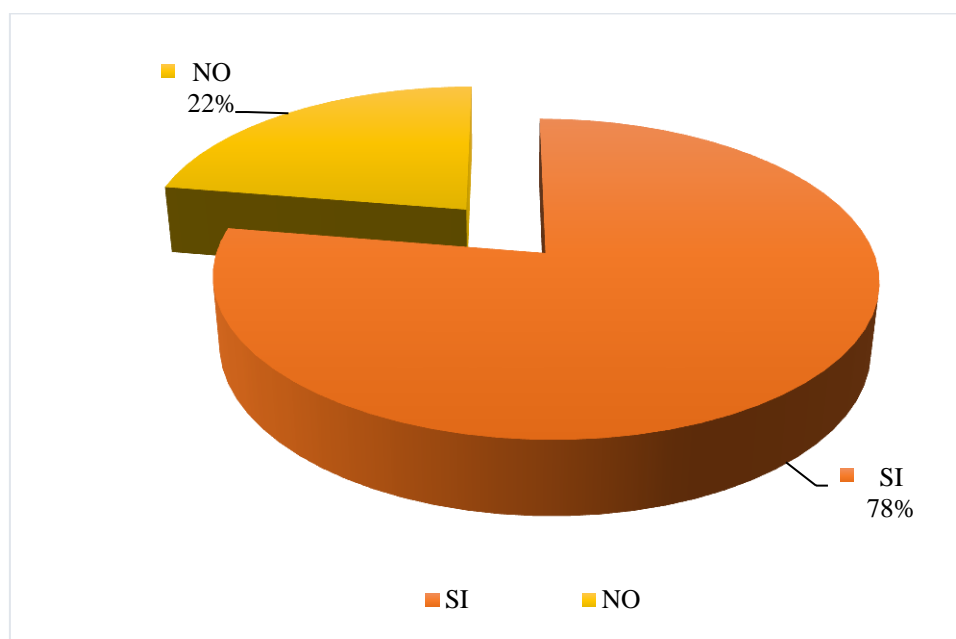


Figura17: Consumo de productos importados

De acuerdo al número de encuestados el 78% indicó que si consume productos importados, mientras que el 22% mencionó que no. Esto evidencia el nivel de consumo de productos importados por Perú, por lo que existe un promedio de aceptación.

2. ¿Ha probado Grosella o Bayas ecuatorianas?

Tabla 8.

Consumo de grosella

CONSUMO DE GROSELLA	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SÍ	296	77%
No	88	23%
Total	384	100%

Nota: Elaborado por la autora a partir de la encuesta.

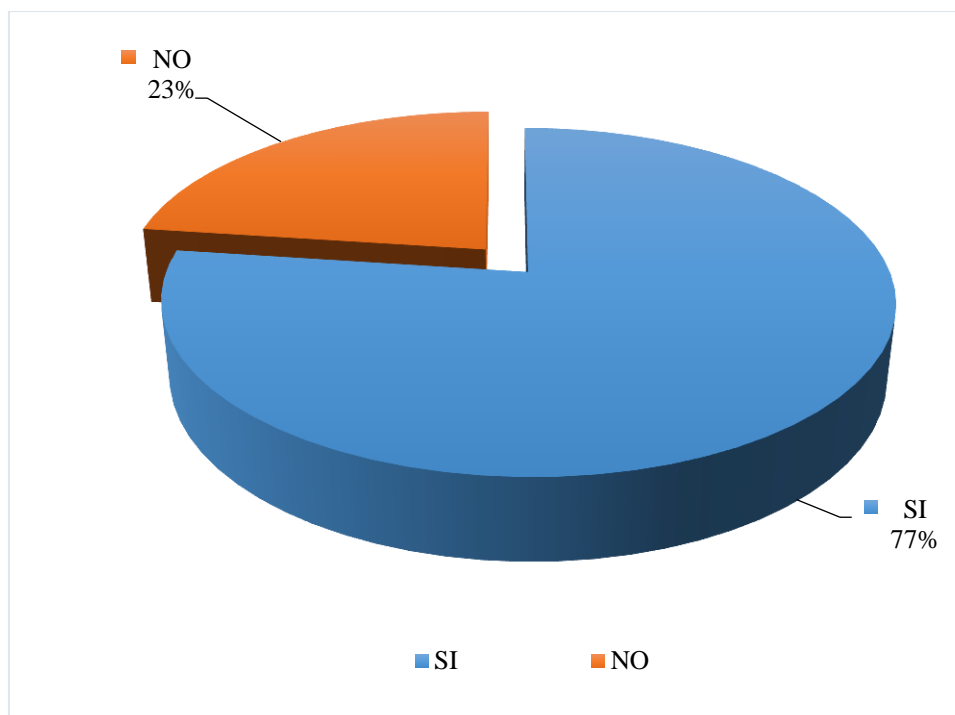


Figura18: Consumo de grosella

En la actual cuestión se muestra que un gran porcentaje si ha consumido grosellas o bayas ecuatorianas y apenas un 23% menciona que no. Para este caso se pretende introducir este producto dándole un valor agregado que es el caso de la mermelada, por lo que ya una vez verificando el conocimiento de esta fruta en el país en mención es más factible introducirla como producto terminado.

3. ¿En general como califica esta fruta?

Tabla 9.

Calificación de la fruta

CALIFICACIÓN DE LA FRUTA	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	98	33%
Bueno	115	39%
Regular	80	27%
Malo	3	1%
Total	296	100%

Nota: Elaborado por la autora a partir de la encuesta.

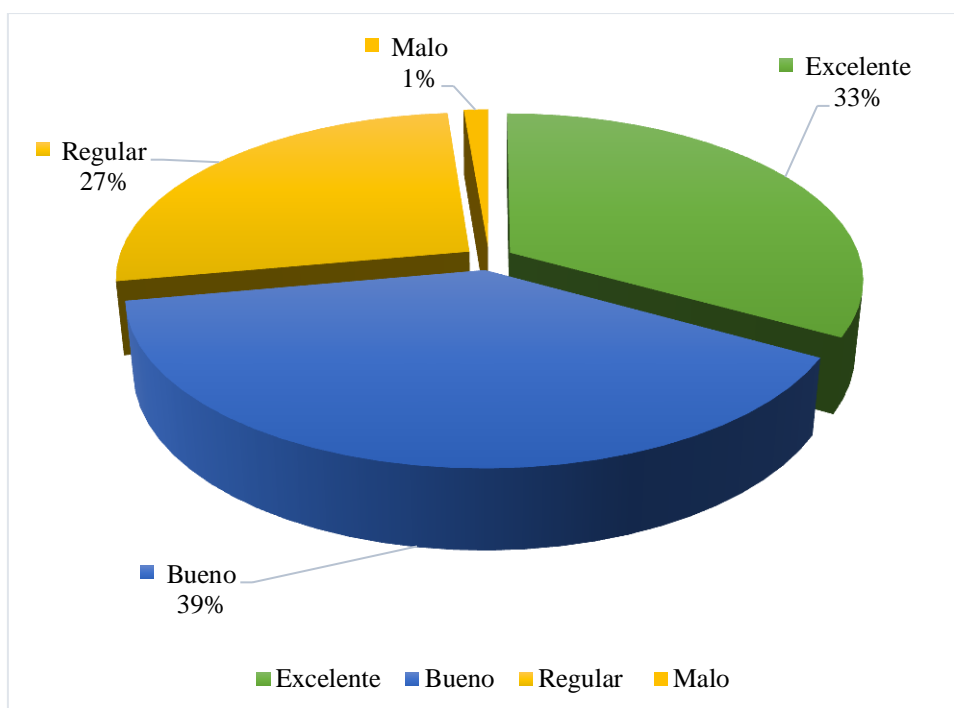


Figura19: Calificación de la fruta

En lo que a calificación del producto se refiere se verificó que el 39% de los encuestados afirman que la fruta es buena, seguido de un 33% que la califica como excelente, el 27% les parece regular y apenas un 1% considera que es mala. Dentro de esta pregunta se evidencia que si existe un alto nivel de aceptación de la fruta por lo que aporta una gran ventaja para el proyecto.

4. ¿Conoce o ha probado la conserva de grosella?

Tabla 10.
del producto a ofertar

Conocimiento

CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO A OFERTAR	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SÍ	237	62%
NO	147	38%
Total	384	100%

Nota: Elaborado por la autora a partir de la encuesta.

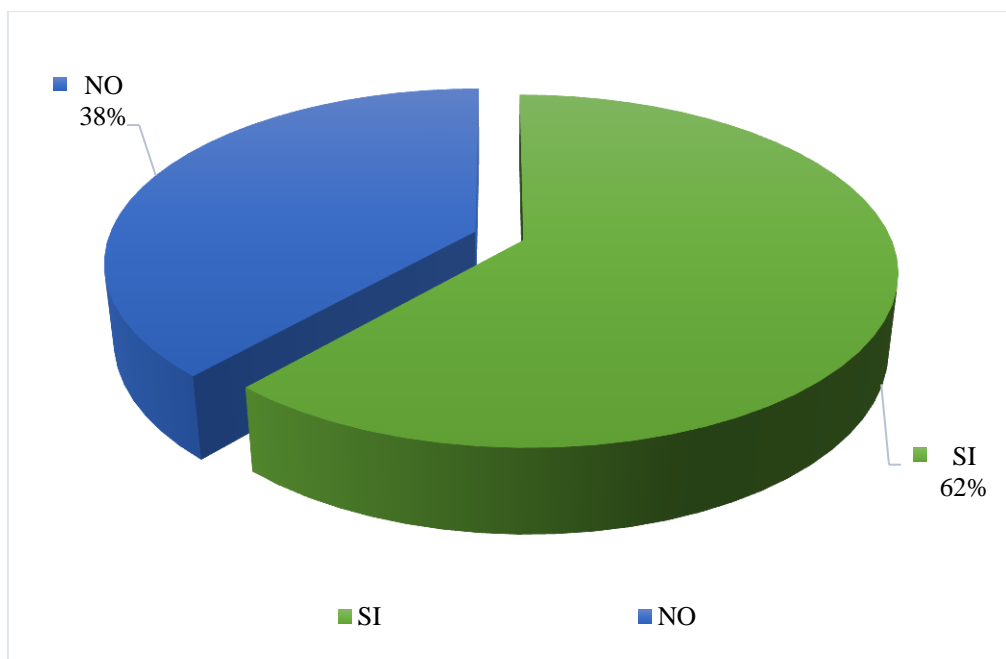


Figura20: Conocimiento del producto a ofertar

Del total de los encuestados el 62% si tiene conocimiento o ha probado el producto a ofertar (mermelada de grosella) por ende el acceso a su compra sería más efectiva.

5. Le gustaría consumir conserva de grosella exportada

Tabla 11.
producto

Aceptación del

ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SÍ	339	88%
NO	45	12%
Total	384	100%

Nota: Elaborado por la autora a partir de la encuesta.

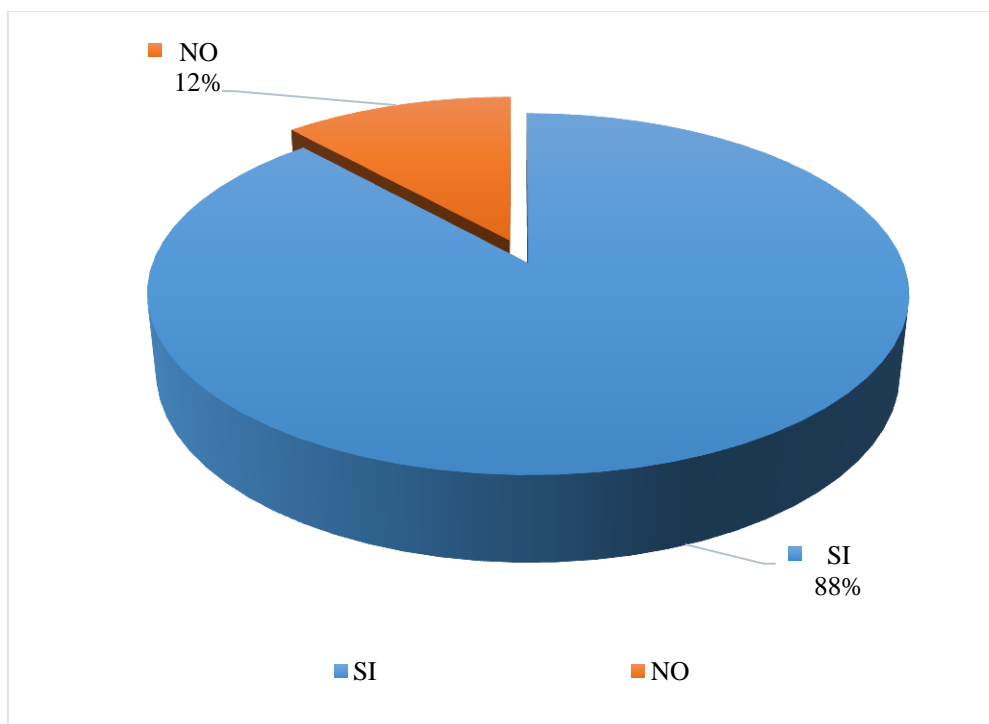


Figura 21: Aceptación del producto

En la pregunta en mención se verificó el nivel de aceptación del producto, concluyendo con un 88% de aceptación frente a un 12% de no aceptación. Cabe recalcar que esta pregunta es clave para el desarrollo del proyecto ya que se evidencia la posible compra del producto.

6. En caso de responder sí. ¿En qué lugar le gustaría adquirirla?

Tabla 12.
gustaría adquirirlo

Lugar donde le

LUGAR DONDE LE GUSTARÍA ADQUIRIRLO	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Supermercados	196	51%
Mini-Markets	134	35%
Tiendas de Barrio	54	14%
Otros	0	0%
Total	339	100%

Nota: Elaborado por la autora a partir de la encuesta.

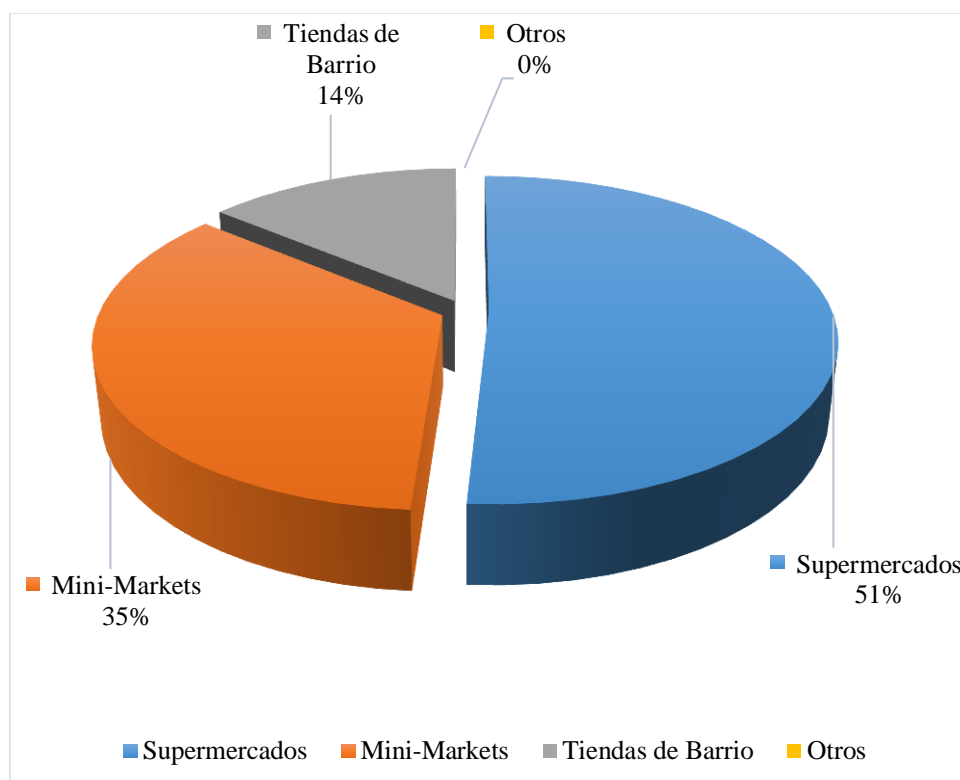


Figura22: Lugar donde le gustaría adquirirlo

De acuerdo a la investigación arrojada por las encuestas, las personas prefieren adquirir el producto en los supermercados con mayor participación, seguido de los mini markets con un 35% de aceptación y un 14% en tiendas de barrio. En esta pregunta se obtiene el lugar en el cual se va a introducir el producto.

7. En promedio. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por la conserva de grosella?

Tabla 13.

Disponibilidad de pago

Opción	DISPONIBILIDAD DE PAGO		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
	Soles	Dólares		
1	6,62 - 8,30	2,01 - 2,50	24	7%
2	4,97 - 6,61	1,51 - 2	125	37%
3	3,32 - 4,96	1,01 - 1,50	102	30%
4	1,65 - 3,31	0,50 - 1	88	26%
Total			339	100%

Nota: Elaborado por la autora a partir de la encuesta.

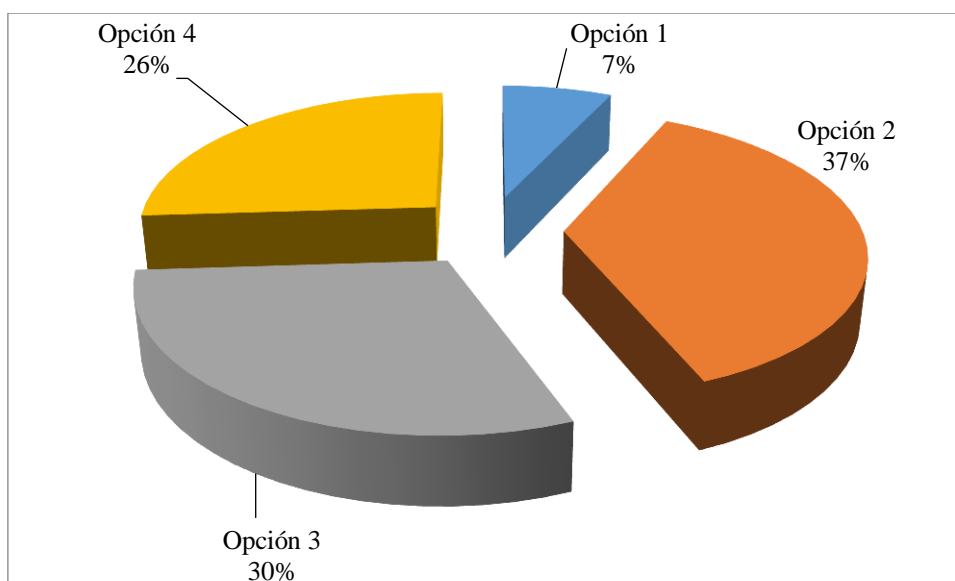


Figura 23: Disponibilidad de pago

Para conocer el valor con el cual se introducirá el producto al mercado se dio una opción de precios posibles en donde la mayor concentración de datos se encontró en la opción dos correspondiente a un rango 4,97 a 6,61 soles que equivalen a entre \$1,51 a \$2 dólares americanos como precio aceptante, seguido de la opción tres correspondiente a un rango entre 3,32 a 4,96 soles que en dólares comprende \$1,01 a \$1,5. El 26% considera a la opción cuatro como la más aceptable y apenas un 6% eligió a la primera opción como la más viable. De esta manera se establece como precio referencial a considerar, a aquel que se ubique entre 4,97 - 6,61 soles o en su equivalencia a \$1,51 - \$2. La tasa de cambio utilizada fue tomada de Precio del Dólar.Pe(8 de Octubre de 2016, p.1)

8. ¿En qué presentación le gustaría adquirirla?

Tabla 14.
producto

Presentación del

Presentación del producto	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Sachet pequeños	31	9%
Sachet grandes	74	22%
Envases de Vidrio	234	69%
Total	339	100%

Nota: Elaborado por la autora a partir de la encuesta.

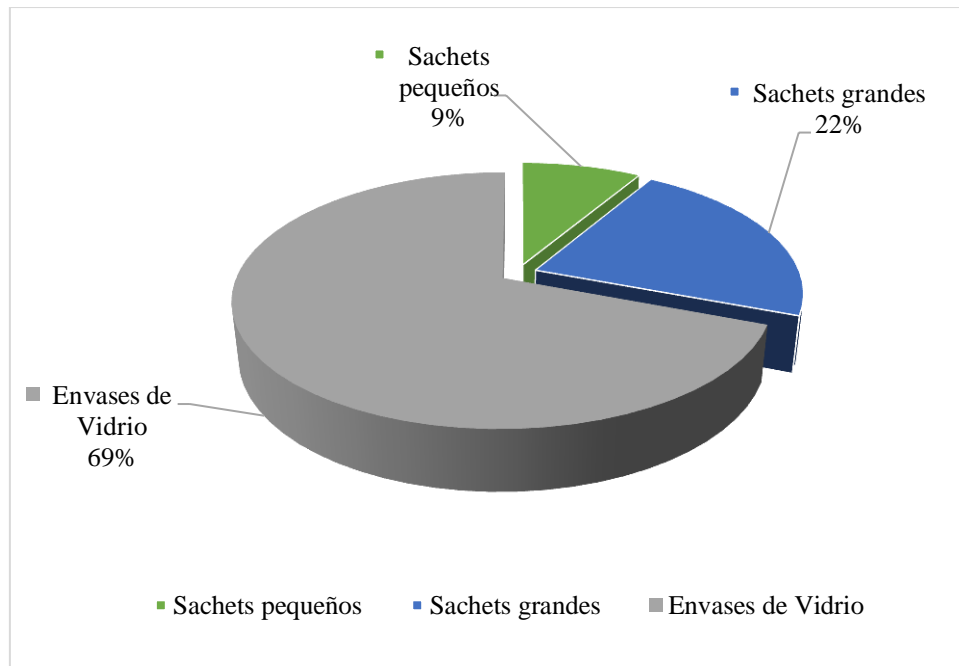


Figura24: Presentación del producto

Finalmente presentación del producto el 69 % de los encuestados prefieren los envases de vidrio, seguido de un 22% para los sachets grandes y el 9% para los sachets pequeños. Esta pregunta confirma que presentación es más factible para introducir el producto al mercado.

3.6.2. Entrevista al posible importador.

Nombre: José Sejas

Empresa: Grupo Interbank

Cargo: Gerente Comercial

1. ¿Cuántos años lleva laborando en la empresa?

En el Grupo Interbank he laborado durante siete años, pero en diferentes cargos, como Gerente Comercial solo tengo tres años.

2. ¿Cómo se encuentra el panorama actual de la economía Perú?

El país tiene amplias perspectivas de crecimiento en la actualidad, lo cual no es desconocido por las demás naciones, es más las estadísticas lo muestran, en un par de años

Perú ha crecido en términos comerciales, sociales y financieros. Por ello es que los inversionistas buscan a este país como un punto de inversión.

3. ¿Cómo observar usted el panorama para los supermercados Plaza Vea?

Nuestros supermercados han tenido una amplia acogida entre las familias peruanas, la gran mayoría de estas nos prefieren y nuestra cobertura de mercado actual es casi absoluta, teniendo sucursales en todo Perú permitiendo que los peruanos puedan acceder a cualquiera de nuestras instalaciones de forma rápida.

4. ¿Estaría dispuesto a importar y comercializar mediante los supermercados Plaza Vea una conserva elaborada a base de grosella verde?

Los parámetros para forjar relaciones comerciales con una empresa o un exportador que quiere ofrecer sus productos al mercado peruano por medio de nuestras instalaciones son la calidad del producto, la garantía de una buena conservación del producto, la cantidad que se importaría y principalmente el precio de estos productos que obviamente represente ganancia para nosotros. Después de analizar estas variables estaría dispuesto a importar y comercializar este producto de acuerdo a los resultados encontrados.

5. ¿Estaría dispuesto a importar este producto bajo el incoterm CPT?

El Incoterm FOB es utilizado por la mayoría de nuestros proveedores, sin embargo se considera que existen ventajas con el costo referente al CPT así que no tendríamos ningún inconveniente.

6. ¿Estaría dispuesto en importar una cantidad promedio de 1000 Cajas de conserva de grosella verde al año para comercializarlas en Lima?

Respecto a la cantidad la considero apropiada para conocer la factibilidad que tendrá el producto en el mercado y analizar si puede crecer la demanda por parte de las familias limeñas.

7. ¿Cuál cree que es la perspectiva de crecimiento para un producto como la conserva de grosella verde en Lima?

Las conservas de diferentes productos en Lima son muy demandadas, por ser un sabor nuevo el mismo que es exportado, creo que todo depende del sabor y calidad del mismo, además de las estrategias que se puedan aplicar para promocionar el producto; si estos tres factores se manejan de una forma óptima las perspectivas de crecimiento para este producto es muy amplia.

8. ¿Considera usted que este producto tendrá una buena demanda en los supermercados Plaza Vea?

La red de supermercados es amplia y tiene una amplia cobertura, pero todo dependerá de la promoción que se realice al producto y la calidad del mismo.

3.6.2.1. Análisis.

En la entrevista realizada se puede observar que el posible importador se encuentra prevé buenas perspectivas de crecimiento para la conserva de grosella verde y considera adecuada la cantidad que se considera a exportar en el año, de esta forma se establece que Lima es un buen mercado para el producto y el canal de distribución es adecuado para obtener una buena demanda de parte del público objetivo.

3.6.3. Entrevista al productor de grosella verde en el cantón “El Triunfo”.

Nombre: César Moreira

Profesión: Agricultor

Años de labor: 10 años

1. ¿Cuál es la situación actual del cantón “El Triunfo” respecto a la economía?

En la actualidad, el cantón “El Triunfo” se sustenta en la agricultura y en el comercio por lo que la mayoría de los habitantes se encuentran dedicados a una de estas dos actividades.

2. ¿Cómo es la economía de los agricultores el cantón?

Los agricultores se dedican al cultivo de caña de azúcar, banano, arroz y diferentes variedades de frutas por lo que la economía dentro del cantón es regular, algunas personas prefieren migrar a las ciudades grandes.

3. ¿Existe alguna organización que los agricultores hayan creado para manejar temas comerciales?

Los agricultores no mantienen una organización oficial para el manejo de tipo comercial, sin embargo en este aspecto se mantienen unidos por lo que sí existe congregaciones para cada tipo de producto.

4. Dentro del cantón ¿Se han incentivado proyectos para la producción y exportación de algún producto?

Por lo general en el cantón solo se cultiva y se vende la cosecha obtenida, por lo que no se ha producido o exportado algún producto realizado por los agricultores.

5. ¿Considera que la grosella verde es un producto factible para la producción?

La grosella verde se produce de forma amplia en el cantón “El Triunfo” por lo que sí es un producto factible para su producción especialmente por su calidad y sabor.

6. ¿Cree usted que los agricultores que con un plan de exportación los agricultores podrán producir y exportar un conserva de grosella verde?

Los agricultores no han logrado producir o exportar algún producto debido a que no han tenido un plan para realizar aquello, sin embargo si se tienen los requerimientos y detalles específicos para la producción y comercialización de la conserva de grosella verde los agricultores del cantón podrá organizarse e invertir en el proyecto con su producción beneficiándose de los resultados.

3.6.3.1.Análisis.

De acuerdo a la entrevista realizada se puede observar que los agricultores puede crear una organización para la producción y exportación de la conserva de grosella verde, a la cual se le asistirá para que lleve a cabo el plan de exportación. Además se establece que los agricultores serán beneficiados por los resultados del proyecto.

Capítulo IV

4. La propuesta

4.1.Título de la propuesta

Diseño de un plan de exportación de conserva de grosella verde a Lima-Perú.

4.2.Justificación de la Propuesta

Esta propuesta tiene como objetivo el diseño de un plan de exportación de conservas elaboradas a base de grosellas verdes a Lima-Perú, la misma que será distribuida a través del canal detallista del país importador. La novedad de este estudio es que se toma en consideración a comunidades agrícolas con un alto potencial en el cultivo del fruto a utilizar como materia prima, siendo familias del cantón El Triunfo de la provincia del Guayas.

El cantón mencionado presenta un gran potencial en el cultivo de grosellas, siendo uno de los cantones especializados de esta fruta, por otra parte se considera un cantón que no ha aprovechado adecuadamente su potencial, atravesando sus pobladores problemas económicos relacionados al desempleo.

A través de esta propuesta se pueden identificar varios beneficiarios, por un lado tenemos a los agricultores del cantón el triunfo ya que un proyecto de exportación les daría mayores ingresos lo que mejoraría su condición económica y por el otro lado este proyecto generaría plazas de trabajo lo que beneficiaría a personas cercanas a la comunidad, puestos de trabajo dignos y remunerados considerando las disposiciones gubernamentales.

Hay que considerar que un proyecto de este tipo mostraría el potencial que tienen los agricultores del país para mirar más allá de las fronteras nacionales, sino que extender su oferta con valor agregado al extranjero, potenciando la agricultura y mejorando la calidad de vida en las zonas rurales del país.

4.3.Objetivo general de la propuesta

Diseñar un plan de exportación de conservas de grosella verde a Lima-Perú para el desarrollo del sector agrícola del cantón “El Triunfo” del Guayas.

4.4.Objetivo específico de la propuesta

- Establecer las características principales del mercado peruano (Lima).
- Determinar la viabilidad del cantón “El Triunfo” para exportar este producto.
- Fijar las condiciones de exportación de conservas al mercado peruano.
- Diseñar la oferta, tanto su imagen y métodos de promoción.

4.5.Hipótesis de la propuesta

Si se diseña un plan de exportación de conservas de grosella verde a Lima Perú entonces se desarrollará el sector agrícola del cantón “El Triunfo” del Guayas.

4.6. Listado de contenidos y flujo de la propuesta

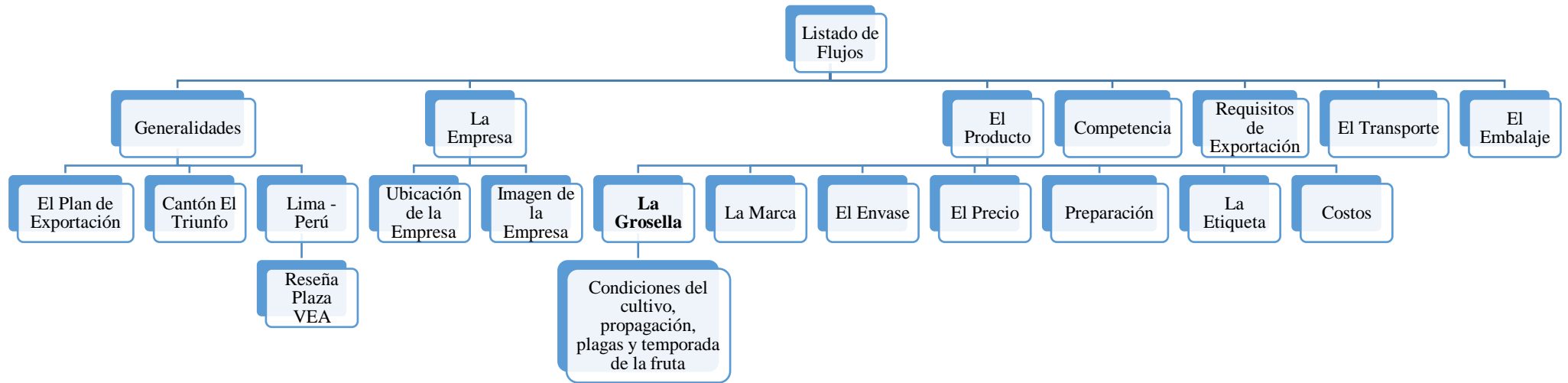


Figura25: Listado de flujo de la propuesta

4.7.Desarrollo de la Propuesta

El objetivo esencial de este proyecto es la exportación de conservas elaboradas a base de grosellas verdes, como un medio a través del cual los agricultores de “El Triunfo” aprovechen sus capacidades y conocimientos para la producción de productos con valor agregado mejorando su calidad de vida y dándose a conocer al exterior.

4.7.1. Generalidades de la propuesta.

4.7.1.1.Plan de Exportación.

4.7.1.1.1. Participantes.

El cantón El Triunfo es especializado en la agricultura, concentrándose principalmente en la caña de azúcar, banano y el arroz a los que destina en gran proporción sus hectáreas, estando dividido en cinco recintos entre el cual destaca el denominado “Dos Bocas” (Prefectura del Guayas, 17 de diciembre de 2011, p.10).

Cabe indicar que el Recinto Dos Bocas es uno de los más adecuados para la siembra de grosellas debido a su ambiente y tierra fértil característica de El Triunfo, estando compuesta de 47 familias, sin embargo la infraestructura de la zona es limitada teniendo incluso un alto potencial agrícola ya que la misma Prefectura desarrolla capacitaciones para que los pobladores puedan aprovechar sus tierras de una forma más óptima, destinándose 10 hectáreas para la producción de grosellas (Prefectura del Guayas, 9 de febrero de 2010, p.1).

4.7.1.1.2. Producción.

Según el Ministerio de Ambiente del Ecuador (septiembre del 2012) la producción anual del árbol de grosellas es de 9 toneladas por hectáreas, teniendo en cuenta que son dos cosechas en el año, siendo entre abril y mayo la primera y la segunda entre agosto y septiembre. Al ser 9 toneladas por hectáreas, considerando que son 10 hectáreas las que se cultivarán, se podrá obtener 90 toneladas de grosella al año (p.9).

En la preparación de la conserva de grosella realizada por la autora se pudo evidenciar que para obtener 300 gramos del producto se requerían de 428 gramos de la fruta, de esta forma se realiza el siguiente cálculo para determinar la cantidad de envases a producir en el año.

Cosecha: 90 toneladas = 90.000 Kilos = 90.000.000 gramos

Porción por envase: 428 gramos

Cantidad de envases = Cosecha en gramos / Porción en gramos

Cantidad de envases = 90.000.000/ 428

Cantidad de envases = 210.280

De esta forma se puede determinar que la cantidad de envases a producir en el año serán 210.280, teniendo en cuenta que son dos cosechas y dos envíos al año, la cantidad de envases por cada venta serán 105.140.

4.7.1.1.3. El contenedor.

La medida de la caja será de 26 cm de largo x 28 cm de ancho x 25 cm de altura la cual será de cartón de dos ondas brindando mayor resistencia a la manipulación del contenido. La cantidad del producto que se transportarán en cada caja serán 24 envases de conservas ingresando en un contenedor de 40 pies un total de 2.320 cajas, siendo 58 cajas por pallet.

En este caso la cantidad de envases producidos por envío no ingresarán en un solo contenedor, por ello se enviarán dos contenedores, teniendo cada uno un total de 52.570 envases que ocuparán 2.190 cajas de 24 unidades y una caja con un total de 10 unidades.

Tabla 15.
Detalle de envíos, costos y precios.

Envíos al año	Contenedores de 40 pies	Cajas por contenedor	Envases por contenedor	costo de la mercancía (\$ 1,02)	Precio de la mercancía (\$ 1,99)	Capacidad del contenedor (2.320 cajas)
----------------------	--------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	--	---	---

	1	2.191	52.570	\$53.621,40	\$104.614,30	94,44%
2	1	2.191	52.570	\$53.621,40	\$104.614,30	94,44%
	1	2.191	52.570	\$53.621,40	\$104.614,30	94,44%
	1	2.191	52.570	\$53.621,40	\$104.614,30	94,44%
			Total			
2	4	8.764	210.280	\$214.485,60	\$418.457,20	94,44%

Hay que tener en cuenta que el contenedor no irá a toda su capacidad, sino en un 94,44%.

4.7.1.1.4. Manejo de la mercancía.

- Documentos

Según PROECUADOR(9 de septiembre del 2015) los documentos exigibles para la exportación son cuatro, en los cuales se menciona:

1. Carta de Porte: Es aquella que contiene información sobre el desplazamiento y el contenido de las mercancías a exportar estableciendo las condiciones del transporte contratado.
2. Factura Comercial: Es el sustento de la transacción realizada entre las partes contratantes, es decir el exportador y el importador.
3. Declaración aduanera de exportación: Denominada DAE, es un formulario en el cual se registran las exportaciones que una persona desea llevar a cabo, siendo presentada con otros documentos de soporte para formalizar la exportación.
4. Lista de empaque: Es un complemento de la factura comercial, misma que es entregada al transportista ayudando a identificar las mercancías que se envían al exterior (p.3).

- Transporte.

Se exportará vía terrestre desde el cantón “El Triunfo” a la ciudad de Lima – Perú, manejando el incoterm CPT (Carriage Paid To) “Transporte Pagado Hasta” en donde el vendedor deberá realizar todos los trámites correspondientes a la exportación y asumir parte

del transporte hasta un tramo acordado, el cual debe estar designado en el contrato firmado por las partes (PROECUADOR, 29 de junio del 2016, p.1).

De esta forma, si el vendedor contrata el transporte hasta Lima pero se compromete a pagar parte del transporte solo hasta la salida de la frontera ecuatoriana, el importador comprador deberá asumir todos los costos de transporte y riesgos desde ese punto.

Según PROECUADOR(9 de septiembre del 2015) las etapas que se deben seguir para la exportación de Ecuador a Perú es la siguiente:

Tabla 16.

Etapas del comercio Ecuador-Perú.

Etapas	Exportación	
	Duración (días)	Costo
Preparación de documentos	5	150
Autorización de aduana y controles técnicos	2	130
Transporte por contenedor hasta Lima	1	750

Cabe recalcar que este producto se exportaría bajo la partida arancelaria 2007 referente a “Productos conocidos como jaleas, purés, confituras, mermeladas, pastas de frutas, obtenidos por cocción, teniendo como ingredientes el azúcar u otro edulcorante” siendo la sub partida 2007.99 referente a “Los demás confituras, jaleas y mermeladas” en donde este corresponde (PROECUADOR, 2 de febrero del 2013, p.2).

Por otra parte el envío se realizará vía terrestre a través de la empresa “Trading Solutions S.A”, la misma que está ubicada en Guayaquil específicamente en la Av. Miguel H. Alcívar en Kennedy Norte en Torres del Norte, Torrea A en el primer piso Oficina 106. Esta empresa ofrece transporte de carga terrestre de Guayaquil a Lima, costo que para el tipo de carga a enviar se estimó en \$750 dólares por cada carga siendo dos en el año.

4.7.1.2.Cantón El Triunfo.

Este cantón de la provincia del Guayas es conocido por ser uno de los principales del país que cosecha grosella verde, siendo de gran calidad gracias al clima que presenta y su suelo

húmedo tropical (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de “El Triunfo”, 15 de noviembre del 2014, p.12).

La migración de sus habitantes es frecuente, debido a que poseen un acceso limitado a fuentes de trabajo. La agricultura se vuelve importante ya que representa el 47.1% de plazas de trabajo ocupadas, en virtud de que sus habitantes son especializados en esta actividad a pesar que sólo el 22% de ellos pertenece a zonas rurales (SENPLADES, 21 de febrero de 2014, p.1).

A fin de potenciar la agricultura como una actividad vital para los habitantes de este cantón, las autoridades de la provincia han empezado a promover proyectos para mejorar su situación económica a través de la cual se crearán plazas de trabajo y por ende la población económicamente activa que bordea el 49% (Prefectura del Guayas, 7 de marzo del 2015, p.5).

4.7.1.3.Ciudad de Lima – Perú.

El Perú es uno de los países que ha venido impulsando al sector agrícola para incrementar la exportación de frutas especialmente al mercado estadounidense, sin embargo ha desatendido el mercado local importándose productos procesados que suplan las necesidades de la población. A mayor demanda de frutas en el exterior, mayor es la producción que destina para su comercialización en el mercado internacional (Ministerio de Agricultura y Riesgo del Perú, 3 de julio de 2015, p.8).

De acuerdo a Vigil(3 de julio del 2014) la ciudad de Lima es una de la que posee el mayor desarrollo económico y comercial del país, siendo la ciudad en las que se iniciaron los centros comerciales y que son considerados los más importantes establecimientos retail del país. El centro comercial más importante de Lima y de todo Perú es el Mega Plaza, el cual inició en el año 2005 y revolucionó el comercio al detalle (p.10).

Lima posee un total de 9.6 millones de habitantes con un crecimiento anual de 200.000, mismos que poseen un poder adquisitivo adecuado lo cual ha provocado que exista una mayor demanda de alimentos enfocados en la variedad en la calidad (FAO, 25 de enero de 2016, p.5). Esta es considerada una de las ciudades más pobladas de América Latina, ubicándose en el quinto puesto y equivalente al tercio de la población de todo Perú por lo que es una ciudad con grandes ventajas para el comercio. Cabe recalcar que esta prosperidad se debe al crecimiento económico que ha tenido Perú desde inicios del siglo 21, siendo una de las economías que más ha crecido en toda América latina.

De acuerdo a El Comercio Economía (24 de mayo del 2010), los supermercados más famosos de Lima son Metro y Vea, siendo Metro el que posee el 90% de liderazgo en relación a los demás supermercados de la ciudad. En el caso de participación de ventas, el 45% se concentra en Metro mientras que el 44% se concentra en Vea (p.8).

Hay que tener en claro que el Supermercado Vea es uno de los supermercados peruanos junto a Mass y Vivanda, siendo el líder en ventas a nivel nacional. En el caso de Metro, éste es un establecimiento peruano pero sus propietarios son chilenos, siendo éste establecimiento junto al supermercado Wong, pertenecientes a la empresa Centros Comerciales Sudamericanos Cencosud S.A, de origen chileno con presencia en Perú, Argentina, Brasil, Chile y Colombia (Infomarketing.PE, 1 de febrero del 2016, p.7).

Se considera viable distribuir el producto de la empresa propuesta a través del supermercado VEA, esto debido a que presenta una alta cobertura en la ciudad objetivo y a su vez posee una mayor cobertura nacional en relación a supermercados Metro.

- Metro posee un total de 68 tiendas distribuidas en todo el Perú, siendo 46 las establecidas en Lima (Metro Censoud, diciembre 2016, p.1).
- VEA posee un total de 95 tiendas, de las cuales 62 se encuentran en Lima (Plaza VEA, diciembre 2016, p.1).

4.7.1.3.1. Reseña de Plaza Vea.

Según Supermercados Peruanos S.A(12 de abril del 2016), Plaza Vea es uno de los formatos pertenecientes a la empresa Supermercados Peruanos S.A, siendo los presidentes del directorio el sr Carlos Rodríguez y Pastor Persivale. Esta empresa pertenece al grupo financiero Interbank creado el año 1994 tras la adquisición del banco Interbank y luego diversificándose en Supermercados, aseguradoras, hoteles, cines, restaurantes de comida rápida y farmacias (p.2).

Plaza Vea pertenecía en sus inicios a la empresa Santa Isabel, siendo iniciado este formato el año 2002. Fue en el año 2003 cuando el grupo financiero Interbank adquirió el control de esta empresa y sus formatos, los cuales crearon nuevo formatos bajo la empresa “Santa Isabel” como Vivanda y Mass, empresa que cambiaría su denominación a Supermercados Peruanos S.A en el año 2004 con el fin de expandirse a nivel nacional.

4.7.2. Análisis de Atractividad de la Industria.

El proyecto es atractivo ya que el mercado peruano está abierto a nuevas tendencias de sabores de frutas tropicales. Para el presente análisis se tomará en cuenta las cinco fuerzas de Porter:

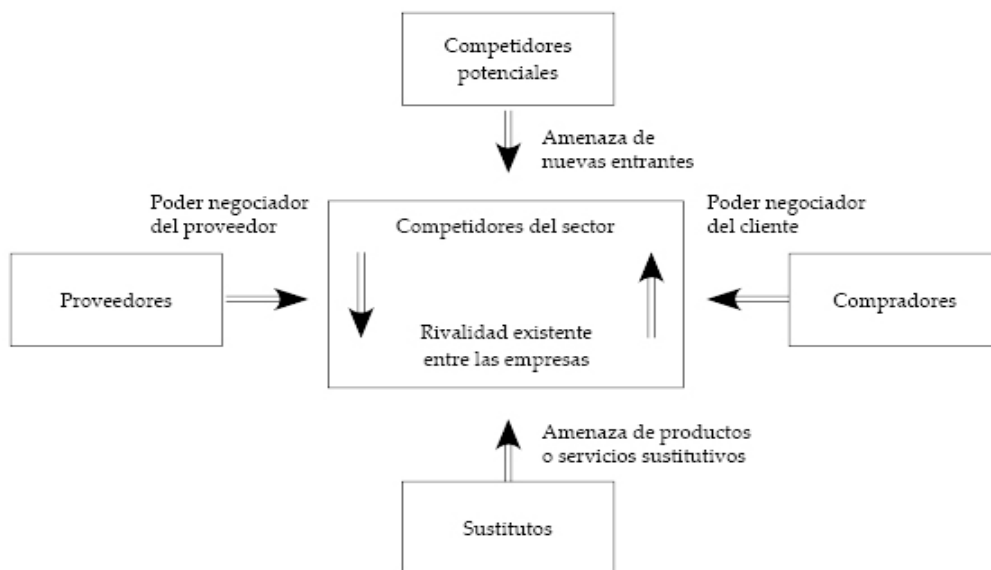


Figura26: PORTER

Por otro lado, para evaluar el riesgo se establece los parámetros de medición a fin de definir en qué escenario se encuentra la compañía y que riesgos se pueden presentar.

Tabla 17.
de Riesgos.

Tabla

	RIESGO	CALIFICACIÓN	PUNTAJE
BAJO	Sin Riesgo A+	A+	1
	Riesgo Bajo A-2	A-	2
MEDIO	Medio bajo	B+	3
	Medio alto	B-	4
ALTO	Alto riesgo	C+	5
	No recomendable	C-	6

- **Poder del cliente.- Medio**

El poder del cliente es medio ya que si existen productos similares pero no se comercializa la mermelada de grosella.

- **Poder de los proveedores.- Bajo**

El poder de los proveedores es bajo ya que se cuenta con la materia prima desde el origen de la cadena de suministro.

- **Nuevos entrantes.- Alta**

La amenaza de los nuevos competidores es alta ya que cualquier emprendedor puede ingresar al mercado tanto por la facilidad de ingreso como de inversión inicial.

- **Productos sustitutos.- Alto**

El poder de los sustitutos es alto ya que existen varias marcas que ofrecen productos similares los cuales pueden ser de elección de ciertos clientes.

- **Rivalidad entre competidores.- Alto**

El poder de competidores es alto ya que existen varias empresas dedicadas a esta actividad, pero es importante mencionar que ninguna ofrece la mermelada con la misma materia prima.

Tabla 18.
Análisis PORTER.

FUERZAS	PESO	VALOR	ALTA 5-6	MEDIA 3-4	BAJA 1-2	TOTAL
Poder del cliente.	0.30	3		X		0.90
Poder de los proveedores.	0.20	1			X	0.20
Nuevos entrantes.	0.20	5	X			1.00
Productos sustitutos.	0.12	5		X		0.60
Rivalidad entre competidores	0.18	5	X			0.90
Total	1.00					3.60

De acuerdo a lo expuesto en la tabla anterior, refleja una calificación de 3.60 con un riesgo medio bajo B+.

4.7.3. FODA.

Tabla 19.

FODA.

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Calidad de exportación.• Condiciones climáticas óptimas para el desarrollo de la materia prima.• Generación de empleos para las personas aledañas al sector.• Costos bajos de exportación.• Poco tiempo de llegada de la mercancía.	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de conocimiento de los requerimientos de exportación por parte de los productores.• Vulnerabilidad de la materia prima (grosella) de contraer plagas.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Convenio bilateral para la facilitación del Comercio en materia de Obstáculos técnicos..• Producto de mayor acogida en el mercado de estudio por su valor agregado.• Interés de la comunidad en exportar el producto.• Compromiso en el proceso logístico.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Calentamiento global que dificulta la proliferación de árboles de la fruta.• Perdidas de cosechas por desastres naturales.• Entrada de nuevos competidores al mercado.

4.7.4. La empresa.

4.7.4.1. Ubicación de la empresa.

Según SENPLADES (21 de febrero del 2014) en el último censo se registraron un total de 44,8 mil habitantes en el cantón El Triunfo, los cuales representaron el 1,2 % de la provincia. El cantón El Triunfo es especializado en la agricultura, concentrándose principalmente en la caña de azúcar, banano y el arroz a los que destina en gran proporción sus hectáreas, estando dividido en cinco recintos entre el cual destaca el denominado “Dos Bocas” (Prefectura del Guayas, 17 de diciembre del 2011, p.11).

Cabe indicar que el Recinto Dos Bocas es uno de los más adecuados para la siembra de grosellas debido a su ambiente y tierra fértil característica de El Triunfo, estando compuesta

de 47 familias, sin embargo la infraestructura de la zona es limitada teniendo incluso un alto potencial agrícola ya que la misma Prefectura desarrolla capacitaciones para que los pobladores puedan aprovechar sus tierras de una forma más óptima, destinándose 10 hectáreas para la producción de grosellas (Prefectura del Guayas, 9 de febrero del 2010, p.10).

El equipo de la empresa estará compuesto por un gerente el cual responderá a los socios. También tendrá a su disposición una asistente, a esto se suma el personal de producción compuesto por un total de 10 personas entre los que se incluye un jefe, una persona que gestione el talento humano y los movimientos contables de la empresa, sumando también a dos personas que se encarguen de la limpieza de las áreas.

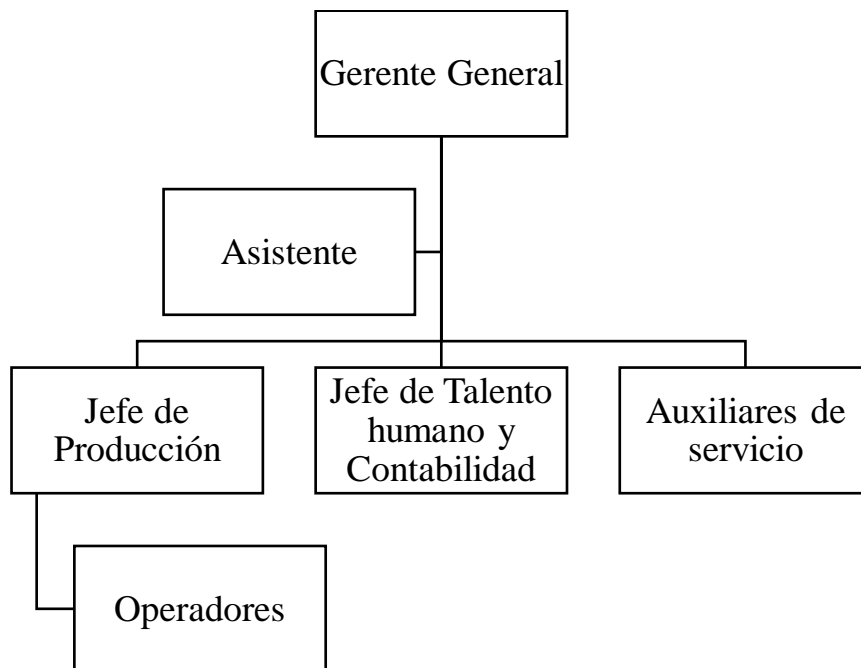


Figura27: Organigrama de la empresa

4.7.4.2. Imagen de la empresa.

La empresa se llamará Frutas & Conservas S.A, la misma que se constituirá como una sociedad anónima entre la autora del proyecto y los miembros de la comunidad que aporten con capital. Se escoge este nombre debido a que la empresa podrá en un futuro

ofrecer otro tipo de productos ya sean fruta o conservas al mercado peruano o a cualquier otro mercado, de esta manera no se limita a un solo producto.

El slogan será “El Sabor de Nuestra Tradición”, escogido debido a que la conserva de grosellas es un producto que pertenece a la tradición de la costa ecuatoriana.



Figura28: Logo de la empresa y Slogan

Quienes figuren como socios responderán solo con el monto aportado para la constitución de la empresa por lo que no arriesgarán otros bienes de su propiedad que no estén ligados con la empresa Frutas & Conservas S.A. Según Derecho Ecuador (17 de julio del 2013), la empresa debe ser inscrita en la Superintendencia de Compañías, la misma que la aprobará e inscribirá en el Registro Mercantil. El capital mínimo para constituir una sociedad anónima es de USD \$800 dólares (p.5).

Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (noviembre de 2016) el año 2014 se implementó un plan de constitución de empresas cuya modalidad fue el registro electrónico, mismo que estuvo disponible en la provincia del Guayas, permitiendo reducir el trámite que duraba entre 1 y 2 meses a dos días con un costo de 190 dólares en relación a 700 a 1500 dólares que costaba el anterior trámite (p.1).

La persona que desee registrar la empresa debe:

- Ingresar a la página web de la Superveniencia de Compañías, Valores y Seguros <http://www.supercias.gob.ec/portaConstitucionElectronica/>.
- Registrarse como un usuario.

- Una vez registrado, iniciar sesión y seleccionar reserva de denominación aprobada para la empresa a constituir.
- Llenar el formulario de “Solicitud de Constitución de Compañía” en el sistema.
- Adjuntar documentos habilitantes y seleccionar un Notaría de preferencia dentro de la lista de notarías presentadas en estado activo.
- Se dará una notificación a la Notaria seleccionada, recibiendo el usuario el total de los valores a pagar, el número de trámite y la institución bancaria en la que deberá realizar el pago.
- Una vez realizado el pago, Realizar el pago, el notario notificado deberá ingresar al sistema, validar la información dada por el usuario y asignarle una fecha y hora específicas para la forma de escrituras y nombramientos de la empresa.
- Una vez realizada la firma, la información se enviará al Registro Mercantil a través del sistema para validar el trámite
- El sistema genera un número de expediente y enviará dicha información al Servicio de Rentas Internas, el cual darán un RUC inmediatamente para la empresa.
- Una vez cumplido estos requisitos, el sistema conformará que el trámite de constitución ha finalizado.

4.7.5. El producto.

4.7.5.1.La marca.

La marca del producto será “El Triunfo”, escogido ya que involucra a agricultores del cantón, dando a conocer sus conocimientos y mano de obra especializada en el mercado exterior a través del producto a ofrecer, el cual será la conserva de grosella verde.

Se escogió como slogan “Sabor y Textura Incomparables”, los cuales son atributos que los consumidores limeños consideran importantes para una conserva.



Figura29: Marca del producto y Slogan

4.7.5.2.El Envase.

La presentación que se manejará para distribuir las conservas en el mercado peruano será la de 300 gramos en envase de vidrio, siendo la escogida por este mercado. El envase de vidrio también brinda ventajas ya que permite una correcta conservación del contenido (QuimNet, 8 de octubre del 2012, p.1).



Figura30: Envase de la conserva

4.7.5.3. Precio.

El precio va a depender de los costos de producción, hay que tener en cuenta que el precio en el que se comercializa las conservas en Perú es de entre 6 a 7 soles equivalente a \$1,79 - \$2,09 respectivamente (Plaza Vea, noviembre de 2016, p.1). Cabe recalcar que es un precio base a considerar.

4.7.5.4. Preparación.

Para la preparación de la grosella se necesitan como ingredientes:

- Grosellas 428 gramos
- 107 gramos de Azúcar
- 13 gramos de Canela
- 107 ml de agua
- Un Limón, 6 ml.

De esta preparación se obtendrán 300 gramos de conservas.

- Se lavan las grosellas y se colocan en una olla con el agua a fuego lento durante 10 minutos hasta que estén tiernas.
- Se extraen las semillas y luego se coloca nuevamente al fuego junto al azúcar y el zumo de limón.

- Se revuelve de forma continua hasta que la mezcla hierva en unos 45 minutos moviendo de forma continua para evitar que se queme.
- Una vez se haya alcanzado la consistencia adecuada, se colocan en los envases previamente esterilizados.
- El producto durará 10 meses.
- El tiempo de duración del producto una vez abierto es de 6 semanas, es decir un mes y medio en refrigeración.

4.7.5.5.La etiqueta.

Según PROECUADOR(4 de Abril de 2013) la guía de etiquetado que utiliza el Perú fue emitida el año 2009 a través del decreto 006 mencionando que todo producto distribuido en dicho país debe contar con los siguientes requisitos esenciales:

- Identificación del producto
- La empresa fabricante y su domicilio legal.
- Cantidad neta del producto, ya sea en peso, volumen o cualquier medida.

Se deben incluir la lista de ingredientes, fecha de vencimiento, instrucciones para la conservación una vez abierto y contenido nutricional, a su vez hacer énfasis en cualquier tipo de contraindicación para el consumo del mismo (p.24).

Considerando lo anterior, se presenta a continuación el diseño de etiqueta para el producto propuesto:



Figura31:Etiqueta de la conserva



Figura32: Producto con etiqueta

Cabe recalcar que este producto se exportaría bajo la partida arancelaria 2007 referente a “Productos conocidos como jales, purés, confituras, mermeladas, pastas de frutas, obtenidos por cocción, teniendo como ingredientes el azúcar u otro edulcorante” siendo la sub partida 2007.99 referente a “Los demás confituras, jaleas y mermeladas” en donde este corresponde (PROECUADOR, 2 de febrero del 2013, p.1).

4.7.5.6. Costos de producción por producto.

- Grosellas 428 gramos: El precio es de \$12,85 por cada 11 kilos (Moreira, 26 de septiembre de 2015, p.10). El precio por kilo es de \$1,17 ctvs., siendo el precio por la cantidad requerida \$0,50ctvs.
- 107 gramos de Azúcar: El kilo se comercializa a \$0,94 centavos, sin embargo hay que tener en cuenta que en “El Triunfo” se encuentran ingenios azucareros siendo el precio por la cantidad requerida \$ 0,10 centavos.
- 13 gr. De Canela: El kilo de la canela cuesta \$ 7,69 centavos. El precio por la cantidad requerida son \$0,10 ctvs.
- 107 ml de agua \$ 0,02 ctv.
- Limón, 6 ml (cont. 15 ml): El precio que se maneja en el mercado es de \$1,5 por kilo. El peso promedio de un limón es de 50 gramos siendo el precio por la cantidad requerida de \$0,03 ctv.
- El costo de impresión de etiquetas corresponde a \$ 0,05.

Sólo en materia prima se requerirán \$ 0,80 ctvs., a los que se debe sumar los costos operativos.

4.7.5.7. Canal de distribución del producto

Se define como canal de distribución a las 62 tiendas pertenecientes al supermercado VEA localizadas en Lima - Perú.

4.7.5.7.1. Canal Indirecto

Se define un canal indirecto dado a que intervienen intermediarios (mayorista, minorista, etc), este canal es usado generalmente para los productos de consumo y de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, etc.

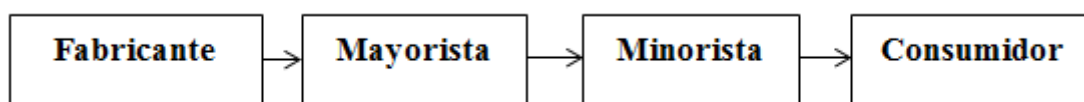


Figura33: Canal de distribución conserva de grosellas

4.7.5.8. La mermelada.

Tabla 20.
producto.

Ficha técnica del

	FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
NOMBRE DEL PRODUCTO	CONSERVA DE GROSELLA VERDE		
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	Conserva de grosella verde		
GENERALIDADES	La grosella es un fruto considerado una baya, rica en fibra y vitamina C, cuando el fruto se madura presenta un color verde pálido o amarillo claro, suele consumirse en estado natural pero a su vez pueden elaborarse dulces y conservas aunque su producción es artesanal.		
CALIDAD Y/O CARACTERÍSTICAS	PESO	300 Gr.	
	ENVASE	Vidrio	
	TAMAÑO	12 cm de alto x 7 cm de ancho.	
	EMBALAJE	22 mg	
	UNIDADES	0.35 mg	
	PRECIO	\$ 1,99	
	NANDINA	2007.91.10 “Los demás confituras, jaleas y mermeladas”	
	INGREDIENTES		
	GROSELLAS	428 Gr	
	AZÚCAR	107 Gr	
	CANELA	13 Gr.	
AGUA	107 ML.		
LIMÓN,	6 ML.		
REQUISITOS MINIMOS Y NORMATIVIDAD	No tiene registro debido a que este tipo de alimentos no lo requieren, sin embargo cuenta con una notificación sanitaria.		
CONDICIONES Y CONSERVACIÓN	Debe mantenerse en un lugar fresco y seco.		

Tabla 21.
100 gramos de Grosellas.

Nutrientes que aportan

Contenido por 100 Gramos	Gramos
Humedad	91.9 g
Proteína	0.155 g
Grasa	0.52 g
Fibra	0.8 g
Vitaminas	0.51 g

Calcio	5.4 mg
Fósforo	17.9 mg
Hierro	3.25 mg
Caroteno	0.019 mg
Tiamina	0.025 mg
Riboflavina	0.013 mg
Niacina	0.292 mg
Ácido ascórbico	4.6 mg

Esta tabla muestra cómo está compuesto 100 gramos de grosellas tanto en humedad, es decir cantidad de agua, los minerales que aporta, vitaminas entre otros nutrientes teniendo en cuenta de “g” equivale a gramos y “mg” equivale a miligramo. Con esto se evidencia que la grosella está compuesta principalmente por agua.

4.7.6. Competencia.

Entre las marcas que se pueden encontrar en Perú y que distribuyen conservas de frutas figuran Fanny, Gloria, D'Marco, Bells y Mackays. Cabe recalcar que Fanny es aquella que ofrece mayor variedad referente a conservas, sin embargo no cuenta con un producto que sea a base de grosellas. En Perú la única marca que ofrece conservas que contengan grosellas es Mackay con la presentación de 340 gramos pero mezclada con arándano a un precio de S. 18 soles (Plaza Vea, noviembre del 2016, p.1).

En el caso de Ecuador, una de las marcas nacionales es “Conservas Guayas”, la cual ofrece mermeladas elaboradas a bases de frutas tales como fresa, mora, durazno, piña y guayaba. A su vez entre los sabores que exportan se encuentra el higo, el pechiche y la naranjilla (Conservas Guayas, noviembre del 2016, p.1). Se considera una competencia indirecta ya que si bien aún no vende a Perú, podría hacerlo en un futuro y a su vez cuenta con la experiencia necesaria.

4.7.6.1. Precios de la competencia

Los precios de la competencia de la mermelada se ven influenciados por su composición alimenticia, su proceso productivo, la marca, el tipo de envase, su contenido neto y sus propiedades nutricionales. Sin embargo el costo de la mermelada en envase de vidrio de 300 gramos se encuentra entre 7,00 soles aproximadamente. A continuación se detallan precios de marcas reconocidas en presentación de vidrio de frutas como fresa y frambuesa, cabe indicar que la mermelada de grosella es nueva en el mercado por lo que se definen sabores referenciales:

Tabla 22.
la competencia.

Precios referenciales de

MARCA	GRAMOS	COSTO
Gloria	320	S/. 6.99
Bell's	240	S/. 6.49
La Verónica	220	S/. 10.90
Fanny	230	S/. 7.99
A-1	300	S/. 9.29
D'Marco	210	S/. 10.50

4.7.7. Requisitos de exportación del producto.

La persona que desee exportar deberá considerar algunos requisitos, en primer lugar los productos alimenticios deben tener un registro sanitario, el cual es emitido por el instituto nacional de higiene y medicina tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" del Ministerio de Salud Pública. Este registro es necesario no sólo a nivel nacional sino que sirve de soporte en el extranjero.

La persona exportadora deberá contar con un RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas y a su vez estar registrada en la página web oficial de la SENAE, Secretaria Nacional

de Aduana del Ecuador. Si bien es cierto, toda exportación debe contar también con una Declaración aduanera única de Exportación. En sí los requisitos para exportar según PROECUADOR(noviembre del 2014) son:

- El Ruc del exportador
- Certificado de firma digital o TOKEN otorgado por el BCE o Security Data.
- Estar registrado en Ecuapass.
- La Factura Comercial Original
- Certificado de Origen del Producto
- El registro como exportador en la página del SENAE
- Documento de transporte (p.8).

Según PROECUADOR(9 de septiembre de 2015) los documentos exigidos para exportar al Perú son el conocimiento de embarque, factura comercial, declaración aduanera de exportación, lista de embarque y recibo de manejo en terminal (p.3).

El trámite de exportación detalla dos fases:

4.7.7.1.Fase de pre-embarque

Esta fase se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque, documento en el cual se consigna los datos de la intención previa de exportación, para ello se utiliza el formato electrónico de la misma publicada en la página web de la Aduana los datos del exportador, detalle de la mercadería, peso, cantidad y borrador de factura.

4.7.7.2.Fase de post-embarque

Dentro de esta fase se presenta la Declaración Aduanera Única (DAU) definitiva, en un tiempo no superior a 30 días hábiles posteriores al embarque de la carga. Los transportistas de la carga deben enviar la información correspondiente a los manifiestos de carga de exportación con los documentos de transportes:

- Copia de la lista de embarque.
- Copia de certificado de origen.
- Copia de la factura comercial.

En caso de que haya sido aceptado el proceso se envía un mensaje al exportador o agente de aduana con el número de refrendo de la DAU, el mismo debe ser presentado al departamento de exportaciones del Distrito junto con los documentos que acompañan a la misma.

4.7.8. Clasificación arancelaria en Ecuador de la conserva de grosellas.

De acuerdo a Servicio Ecuatoriano de Normalización(4 de septiembre del 2016):

Sección IV: Productos de la industria alimenticia; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.

Capítulo 20: Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.

2007.91.10----Confituras, jaleas y mermeladas.

20071000	- Preparaciones homogeneizadas	kg	30	
20079110	--- Confituras, jaleas y mermeladas	kg	20	
20079120	--- Purés y pastas	kg	30	
20079911	---- Confituras, jaleas y mermeladas	kg	30	
20079912	---- Purés y pastas	kg	30	

Figura34: Clasificación arancelaria Ecuador

4.7.9. Clasificación arancelaria en Perú de la conserva de grosellas.

De acuerdo a Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 13 de Noviembre de 2016, p.1):

0811.90-Los demás

0811.90.10.00--Con adición de azúcar u otro edulcorante.

0811.90.99.00--- Los demás

0811.90	- Los demás:
<u>0811.90.10.00</u>	- - Con adición de azúcar u otro edulcorante
<u>0811.90.91.00</u>	- - - Mango (<i>Mangifera indica</i> L)
<u>0811.90.92.00</u>	- - - Camu Camu (<i>Myrciaria dubia</i>)
<u>0811.90.93.00</u>	- - - Lúcuma (<i>Lúcuma obovata</i>)
<u>0811.90.94.00</u>	- - - «Maracuyá» (parchita) (<i>Passiflora edulis</i>)
<u>0811.90.95.00</u>	- - - Guanábana (<i>Annona muricata</i>)
<u>0811.90.96.00</u>	- - - Papaya
<u>0811.90.99.00</u>	- - - Los demás

Figura35: Clasificación arancelaria Perú

4.7.10. Término de negociación

El término de negociación que se utilizará es el CPT (Carriage Paid To). Dentro de este Incoterm se establece que el exportador transporta la mercancía hasta el puerto del comprador sin contratar seguro. Por otro lado la responsabilidad del embarque es del importador (Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas, 13 de noviembre del 2016, p.1).

Dentro de sus características se mencionan:

- El medio de transporte es pagado por el exportador hasta el lugar de entrega pactado.
- Es usado para transporte terrestre o multimodal.

Adicional como responsabilidad del comprador se menciona que debe contratar un seguro para la mercancía, asume los gastos exceptuando el flete y se responsabiliza de los riesgos de transporte. Sin embargo, el vendedor paga los costos de la carga y reserva y contrata la compañía transportista encargada del traslado de la carga.

4.7.11. Permisos sanitarios y otros.

El registro sanitario para alimentos procesados no es obligatorio, sin embargo se exige una notificación sanitaria la cual podrá servir de sustento para las exportaciones. Entre los requisitos para su obtención está que la planta en la que se produce el alimento a ofrecer tenga permiso de funcionamiento emitido por el Agencia de regulación, control y vigilancia

sanitaria (ARCSA, 10 de enero del 2015), siendo el siguiente paso la realización de la solicitud en Ecuapass registrado al representante legal del producto y del representante técnico (p.2).

Una vez hecho el registro, se deberá establecer la norma técnica bajo la cual se elaboró el producto o a su vez las especificaciones técnicas del fabricante debidamente detallado adjuntando especificaciones de la etiqueta, el envase y los embalajes. Una vez presentando dichos requisitos se emitirá un orden de pago con un lapso de cinco días para realizarse (PROECUADOR, 1 de octubre del 2013, p.1).

Cabe indicar que una vez realizado el pago se procederá a analizar la documentación y en caso de que se deban realizar rectificaciones por parte del fabricante, estas deberán ser llevadas a cabo en 15 días laborables como máximo, añadiendo que solo se podrán realizar dos rectificaciones o se dará de baja el proceso. Las empresas con certificado de buenas prácticas de manufactura no requerirán la notificación.

En el caso del Certificado de Origen, el cual es exigido como un documento de exportación siendo el primer paso para obtenerlo, el registro del exportador en Ecuapass luego de obtenerla deberá generar una declaración juramentada de origen denominada DJO la cual tendrá una duración de dos años siendo esencial para obtener todo certificado de origen (PROECUADOR, 10 de octubre del 2013, p.1).

El siguiente paso es generar el certificado de origen, pudiendo en este caso ser solicitada en Cámaras de Industrias del país, Cámaras de pequeña industria y cámaras de industrias ya que se exportará a Perú, mismo que pertenece a la Comunidad Andina de Naciones.

4.7.12. El transporte.

Tanto Ecuador como Perú poseen una estructura adecuada para el comercio vía terrestre, realizándose el envío a través de la empresa “Trading Solutions S.A”, la misma que está

ubicada en Guayaquil específicamente en la Av. Miguel H. Alcívar en Kennedy Norte en Torres del Norte, Torrea A en el primer piso Oficina 106.

Esta empresa ofrece transporte de carga terrestre de Guayaquil a Lima, costo que para el tipo de carga a enviar se estimó en \$750 dólares por cada carga siendo dos en el año asumidos por la empresa exportadora mientras que los riesgos son del comprador una vez la mercancía sea entregada al transportista.

4.7.13. El embalaje.

La medida de la caja será de 26 cm de largo x 28 cm de ancho x 25 cm de altura la cual será de cartón de dos ondas brindando mayor resistencia a la manipulación del contenido. La cantidad del producto que se transportarán en cada caja serán 24 envases sumando 2.320 en un contenedor de 40 pies.



Figura36: Caja de Cartón 26 cm de largo x 28 cm de ancho x 25 cm de altura

Cabe indicar que la cantidad de envases producidos por envío no ingresarán en un solo contenedor esto debido a que son 105.140, por ello se enviarán dos contenedores teniendo cada uno un total de 52.570 envases que ocuparán 2.190 cajas de 24 unidades y una caja con un total de 10 unidades

4.7.14. Resumen del plan de exportación.

1. Dentro del precio de venta se estipulará los costos por transporte de la mercancía, embalaje y agenciamiento aduanero.
2. Se realizarán dos exportaciones al año con contenedores de 40 pies siendo dos contenedores por cada envío en los cuales ingresarán 52.570 envases tomando en cuenta que las dimensiones de la caja 26 cm de largo x 28 cm de ancho x 25 cm de altura.
3. Se realizarán dos ventas al año, enviándose 105.140 envases en cada una siendo 210.280 envases al año.

4.8. Impacto/ Producto / Beneficio obtenido

Con los resultados del proyecto se espera en primer lugar aportar al desarrollo económico de las zonas agrícolas del recinto “Dos Bocas” del cantón “El triunfo” de la provincia del Guayas ya que a través de este proyecto se fomentan las exportaciones, generando empleo.

Cabe recalcar que la exportación de conservas de grosellas es un paso para que los agricultores empiecen a identificar oportunidades fuera del país, lo cual a su vez mejoraría la situación de los pobladores de zonas rurales en donde se identifica la mayor tasa de desempleo.

4.9. Análisis financiero

Para llevar a cabo el proyecto de investigación presente se necesitarán de dos préstamos que se realizarán al BANEcuador el cual es la Banca para el desarrollo productivo rural y urbano antes llamado Banco Nacional del Fomento, a través del cual se financiarán el capital de trabajo y los activos fijos necesarios para el inicio de las operaciones comerciales. Para ello se presenta a continuación la tabla de resumen de los pagos que se realizarán, mientras el detalle los préstamos y las amortizaciones de los mismos se pueden revisar en los *anexos 3 y 4*:

Tabla 23.
los pagos por concepto de préstamos.

Resumen de

ANOS	CAPITAL	INTERESES	TOTAL PAGADO
1	\$ 3.206,02	\$ 2.323,05	\$ 5.529,07
2	\$ 6.412,05	\$ 1.756,45	\$ 8.168,50
3	\$ 6.412,05	\$ 1.093,12	\$ 7.505,17
4	\$ 3.546,67	\$ 565,65	\$ 4.112,31
5	\$ 3.546,67	\$ 198,74	\$ 3.745,41
TOTAL PAGADO	\$ 23.123,46	\$ 5.937,00	\$ 29.060,46

Tabla24.
Budget

Capital

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE GROSELLAS
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN (capital budget)

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Circulantes	\$ 7.903,51	Pasivos a Corto Plazo	\$ 3.206,02
Caja Chica	\$ 350,00	Documentos por Pagar	\$ 3.206,02
Bancos	\$ 7.453,51		
Suministros de oficina	\$ 100,00		
Activos Fijos	\$ 22.800,00	Pasivos a Largo Plazo	\$ 19.917,43
Equipos de Computo	\$ 1.000,00	Prestamos Bancarios	\$ 19.917,43
Muebles y Enseres	\$ 1.000,00		
Equipos de Oficina	\$ 500,00		
Vehiculos	\$ 20.000,00		
Herramientas	\$ 300,00		
Activos Diferidos	\$ 2.330,00	TOTAL PASIVOS	\$ 23.123,46
Gastos de Constitucion	\$ 1.000,00		
Housing y Dominio Prepagado	\$ 330,00		
Publicidad Prepagados	\$ 1.000,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 33.033,51	PATRIMONIO	\$ 9.910,05
		Capital Social	\$ 9.910,05
		PASIVOS+PATRIMONIO	\$ 33.033,51

INVERSIONES REQUERIDAS	
ACTIVO FIJO	\$ 22.800,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.233,51
TOTAL	\$ 33.033,51

FINANCIAMIENTO DE ACTIVOS FIJOS		
BAN ECUADOR	70%	\$ 15.960,00
INVERSOR	30%	\$ 6.840,00
TOTAL	100%	\$ 22.800,00

FINANCIAMIENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO		
BAN ECUADOR	70%	\$ 7.163,46
INVERSOR	30%	\$ 3.070,05
TOTAL	100%	\$ 10.233,51

RESUMEN DE INVERSIONES	
BAN ECUADOR	\$ 23.123,46
TOTAL INVERSOR	\$ 9.910,05
TOTAL	\$ 33.033,51

El Presupuesto de inversión para el proyecto de exportación de conserva de grosella asciende a \$33,033.51 teniendo que realizar dos préstamos bancarios financiando con uno de ellos el 70% de los activos fijos (\$ 15.960) y con el otro el 70% del capital de trabajo necesario (\$ 23.123,46) debiendo financiar el restante el inversor, es decir el 30% del monto total de la inversión el cual asciende a \$ 9.910,05 considerando ambos préstamos.

Tabla25.
de Producción

Costo

COSTOS DE PRODUCCIÓN			PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE GROSELLAS				
PRODUCTO			COSTO TOTAL		PVP		
Grosellas			\$ 1,02	\$ 1,99			
VALORES UNITARIOS			\$ 1,02	\$ 1,99			

PVP UNITARIO POR AÑO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1,99	\$ 2,09	\$ 2,19	\$ 2,30	\$ 2,42

COSTO UNITARIO POR AÑO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1,02	\$ 1,07	\$ 1,12	\$ 1,18	\$ 1,24

PRODUCCIÓN UNIDADES POR AÑO DE OPERACIÓN				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
210.280	220.794	231.834	243.425	255.597
210.280	220.794	231.834	243.425	255.597

COSTOS DE PRODUCCIÓN POR LÍNEA DE PRODUCTO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 214.393	\$ 236.368	\$ 260.596	\$ 287.307	\$ 316.756
\$ 214.393	\$ 236.368	\$ 260.596	\$ 287.307	\$ 316.756

VENTAS EN DÓLARES POR LÍNEA DE PRODUCTO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 418.457	\$ 461.349	\$ 508.637	\$ 560.773	\$ 618.252
\$ 418.457	\$ 461.349	\$ 508.637	\$ 560.773	\$ 618.252

El costo de cada envase asciende a \$1,02 y el precio de venta al comprador asciende a \$1,99 equivalente a 6,56 soles, cabe indicar que este fue establecido según los costos directos e indirectos de producción además de los desembolsos hasta que el producto llegue al punto de destino acordado según el incoterm seleccionado, siendo esteel CPT (Carriage Paid To) “Transporte Pagado Hasta. (Ver anexo 5 – 10). El precio seleccionado se encuentra en el rango aceptado por el público encuestado, el mismo que correspondió a 4,97 a 6,61 soles que equivalen a entre \$1,51 a \$2.

Tabla26.
Resultado

Estado de

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE GROSELLAS

ESTADO DE RESULTADOS O PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

2016

VENTAS (DESGLOSE)	2016	2017	2018	2019	2020
Conservas de Grosella	\$ 418.457,20	\$ 461.349,06	\$ 508.637,34	\$ 560.772,67	\$ 618.251,87
VENTAS TOTALES	\$ 418.457,20	\$ 461.349,06	\$ 508.637,34	\$ 560.772,67	\$ 618.251,87
Conservas de Grosella	\$ 214.392,60	\$ 236.367,84	\$ 260.595,55	\$ 287.306,59	\$ 316.755,51
(-) TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 214.392,60	\$ 236.367,84	\$ 260.595,55	\$ 287.306,59	\$ 316.755,51
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 204.064,60	\$ 224.981,22	\$ 248.041,80	\$ 273.466,08	\$ 301.496,35
(-) Gastos Operativos	\$ 112.557,09	\$ 124.486,80	\$ 136.476,48	\$ 149.665,12	\$ 164.172,64
Gastos Administrativos	\$ 46.934,41	\$ 51.627,85	\$ 56.790,64	\$ 62.469,70	\$ 68.716,67
Gastos Ventas	\$ 62.062,67	\$ 68.268,94	\$ 75.095,84	\$ 82.605,42	\$ 90.865,96
Gastos de Exportación	\$ 3.560,00	\$ 4.590,00	\$ 4.590,00	\$ 4.590,00	\$ 4.590,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 91.507,51	\$ 100.494,43	\$ 111.565,32	\$ 123.800,96	\$ 137.323,72
(-) Gastos Financieros	\$ 2.323,05	\$ 1.756,45	\$ 1.093,12	\$ 565,65	\$ 198,74
Utilidad antes de Reparto	\$ 89.184,46	\$ 98.737,97	\$ 110.472,20	\$ 123.235,31	\$ 137.124,98
(-) 15% a Trabajadores	\$ 13.377,67	\$ 14.810,70	\$ 16.570,83	\$ 18.485,30	\$ 20.568,75
Utilidad antes de Impto/Renta	\$ 75.806,80	\$ 83.927,28	\$ 93.901,37	\$ 104.750,01	\$ 116.556,23
(-) 22% Impto. Renta	\$ 16.677,49	\$ 18.464,00	\$ 20.658,30	\$ 23.045,00	\$ 25.642,37
Utilidad antes de Reservas	\$ 59.129,30	\$ 65.463,28	\$ 73.243,07	\$ 81.705,01	\$ 90.913,86
(-) 10% Reserva Legal	\$ 5.912,93	\$ 6.546,33	\$ 7.324,31	\$ 8.170,50	\$ 9.091,39
Utilidad del Ejercicio	\$ 53.216,37	\$ 58.916,95	\$ 65.918,76	\$ 73.534,51	\$ 81.822,47

Se puede observar que durante los 5 años de proyección se obtienen utilidades, lo cual verifica la factibilidad del proyecto de exportación de conserva de grosella verde.

Tabla27.
de Caja

Flujo

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE GROSELLAS					
		AÑOS	0	1	2	3	4
a) Ingresos Operacionales			\$ 418.457,20	\$ 461.349,06	\$ 508.637,34	\$ 560.772,67	\$ 618.251,87
Recuperación de Ventas			\$ 418.457,20	\$ 461.349,06	\$ 508.637,34	\$ 560.772,67	\$ 618.251,87
b) Egresos Operacionales			\$ 326.949,69	\$ 356.264,64	\$ 397.072,02	\$ 436.971,71	\$ 480.928,15
Costo de Producción			\$ 214.392,60	\$ 236.367,84	\$ 260.595,55	\$ 287.306,59	\$ 316.755,51
Gastos Administrativos			\$ 46.934,41	\$ 51.627,85	\$ 56.790,64	\$ 62.469,70	\$ 68.716,67
Gastos de Ventas			\$ 62.062,67	\$ 68.268,94	\$ 75.095,84	\$ 82.605,42	\$ 90.865,96
Costos de Exportación			\$ 3.560,00		\$ 4.590,00	\$ 4.590,00	\$ 4.590,00
c) Flujo de Caja Operacional (a-b)			\$ 91.507,51	\$ 105.084,43	\$ 111.565,32	\$ 123.800,96	\$ 137.323,72
d) Ingresos NO Operacionales	\$ 33.033,51	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aportación de Accionistas	\$ 9.910,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamos Bancarios	\$ 23.123,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
e) Egresos NO Operacional	\$ 33.033,51	\$ 5.529,07	\$ 38.223,67	\$ 40.779,87	\$ 41.341,45	\$ 45.275,71	
Gastos Financieros		\$ 2.323,05	\$ 1.756,45	\$ 1.093,12	\$ 565,65	\$ 198,74	
Amortización de Capital		\$ 3.206,02	\$ 6.412,05	\$ 6.412,05	\$ 3.546,67	\$ 3.546,67	
Beneficios de los Trabajadores			\$ 13.377,67	\$ 14.810,70	\$ 16.570,83	\$ 18.485,30	
Impuestos - SRI			\$ 16.677,49	\$ 18.464,00	\$ 20.658,30	\$ 23.045,00	
Presupuesto de Capital Inicial:	\$ 33.033,51	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Activos Fijos	\$ 22.800,00						
Capital de Trabajo	\$ 7.903,51						
Activos Diferidos	\$ 2.330,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
F) Flujo de Caja NO Operacional (d-e)	\$ -	\$ (5.529,07)	\$ (38.223,67)	\$ (40.779,87)	\$ (41.341,45)	\$ (45.275,71)	
G) Flujo de Caja NETO (c+f)		\$ 85.978,44	\$ 66.860,76	\$ 70.785,46	\$ 82.459,51	\$ 92.048,01	
h) Flujo de Caja Inicial		\$ -	\$ 85.978,44	\$ 152.839,20	\$ 223.624,66	\$ 306.084,17	
i) Flujo de Caja Final (g+h)	0	\$ 85.978,44	\$ 152.839,20	\$ 223.624,66	\$ 306.084,17	\$ 398.132,18	

El flujo de caja realizado al proyecto de exportación de conserva de grosella verde a Lima-Perú muestra que los resultados proyectados son positivos obteniendo al año cinco un flujo de Caja de \$398.132,18 dólares.

La Tasa Interna de Retorno Financiera del negocio muestra resultados positivos justificándose en el punto de vista financiero debido a que se obtiene una TIR de 289,21% y un VAN positivo recuperando lo invertido en el primer año, mientras que el inversionista obtiene una TIR de 847,81% mostrando ser rentable con una VAN positivo recuperando la inversión en el primer año.

Tabla 28.
VAN del inversionista

TIR y

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA - DEL INVERSIONISTA						
INVERSIONES	0	1	2	3	4	5
Activos Fijos	\$ 6.840,00					
Capital de Trabajo	\$ 2.371,05					
Otros	\$ 699,00					
G) Flujo de Caja NETO (c+f)	-	85.978,44	66.860,76	70.785,46	82.459,51	92.048,01
Flujo de Caja NETO	(9.910,05)	85.978,44	66.860,76	70.785,46	82.459,51	92.048,01
Flujo de Caja Acumulado	-\$ 9.910,05	\$ 76.068,39	\$ 142.929,15	\$ 213.714,60	\$ 296.174,11	\$ 388.222,13

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	847,81%	PERIODO DE
VALOR ACTUAL NETO, VAN	\$ 275.176,11	RECUPERACIÓN
PAYBACK PERIOD	AÑO 1	DE LA INVERSIÓN

Tabla 29.
VAN del negocio

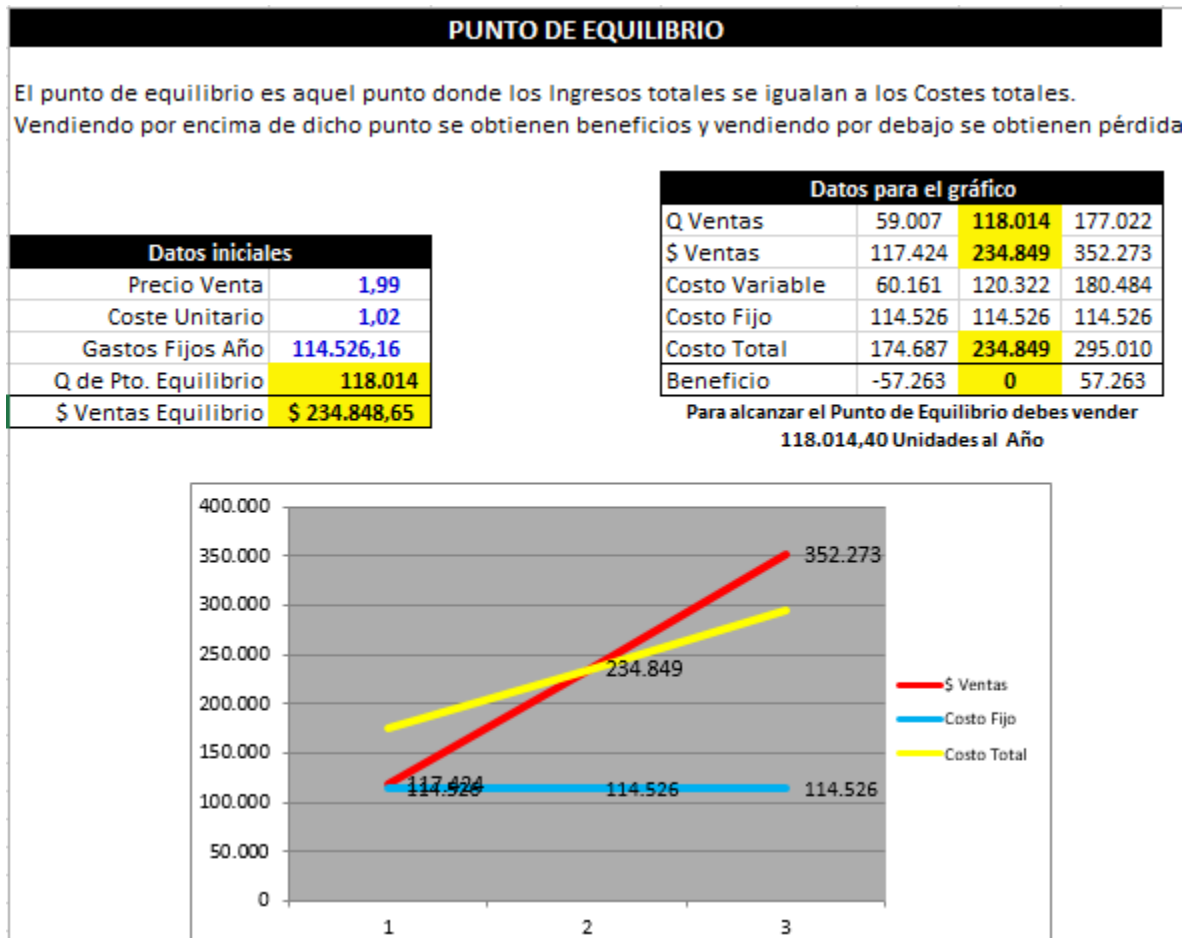
TIR y

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA - DEL NEGOCIO						
INVERSIONES	0	1	2	3	4	5
Activos Fijos	\$ 22.800,00					
Capital de Trabajo	\$ 7.903,51					
Otros	\$ 2.330,00					
Flujo de Caja Operativo	-	91.507,51	105.084,43	111.565,32	123.800,96	137.323,72
Flujo de Caja NETO	(33.033,51)	91.507,51	105.084,43	111.565,32	123.800,96	137.323,72
Flujo de Caja Acumulado	-\$ 33.033,51	\$ 58.474,00	\$ 163.558,43	\$ 275.123,75	\$ 398.924,71	\$ 536.248,42

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	289,21%	PERIODO DE
VALOR ACTUAL NETO, VAN	\$ 368.451,19	RECUPERACIÓN
PAYBACK PERIOD	AÑO 1	DE LA INVERSIÓN

Tabla30.

Punto de Equilibrio.



En el punto de equilibrio realizado se muestra que el proyecto de exportación se debe vender 118.014 unidades para alcanzar el punto de equilibrio.

Tabla31.
Financieros

Indicadores

Indicadores Financieros				
RATIOS FINANCIEROS		2016	2017	2018
RATIOS DE LIQUIDEZ				
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	2,5	2,8	2,7
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	2,0	2,8	2,6
Capital de Trabajo	en dinero	214.393	236.368	260.596
Riesgo de Ilquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos)	en porcentaje	93%	27%	22%
RATIOS DE ENDEUDAMIENTO				
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	42%	38%	35%
Pasivo Corriente / Pasivo	en porcentaje	10%	28%	30%
Pasivo / Patrimonio	en veces	28%	30%	32%
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	17,2	12,9	15,5
RATIOS DE ACTIVIDAD (Uso de Activos)				
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	3,7	2,7	2,2
Rotación de Inventarios = Ventas / Inventario Promedio	en veces	79,5	75,0	67,2
Ratios de Rentabilidad				
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	49%	49%	49%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	23%	23%	23%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	en porcentaje	45%	0%	9%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	45%	45%	49%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	94%	92%	94%
OTROS INDICADORES		2016	2017	2018
Punto de Equilibrio (en Dinero)	en dinero	234.849	246.591	258.921
Identidad de Dupont:				
a) Utilidad Neta / Ventas	Margen Neto	45%	0%	9%
b) Ventas / Activos	Rotación Act	3,7	2,7	2,2
c) ROA = a) * b)		165%	1%	19%
d) Deuda / Activos	Apalancamiento	42%	38%	35%
e) 1 - Apalancamiento		58%	62%	65%
f) ROE = c) / e)		285%	1%	30%

4.10. Relato de lo sucedido en la investigación

Luego de realizar la investigación que consiste en el diseño de un plan de exportación de conserva de Grosella Verde a Lima-Perú, se logró constatar que el mercado meta es idóneo para la oferta del producto puesto que al realizar la investigación de campo los consumidores

demonstraron conocer la fruta en cuestión permitiendo que el producto sea de más fácil introducción al público objetivo, además los consumidores se mostraron dispuestos a la compra del producto a pesar de que el mismo sea importado, estableciendo un precio de compra competitivo con el mercado, la encuesta realizada fue uno de los aspectos más difíciles de realizar debido a que el lugar de destino no era conocido por la investigadora, sin embargo los limenses se mostraron dispuestos a el llenado de la encuesta lo que permitió que la investigación fuera desarrollada normalmente.

Al desarrollar el plan de exportación para la conserva de grosella, se determinaron varios factores fundamentales para que la exportación del producto sea óptima, siendo los mismos la identidad corporativa de la compañía, los diseños publicitarios tanto de la empresa como del producto y todos los requisitos para que el proceso de exportación a su vez establecidos en el marco teórico de la presente investigación tales como los documentos que acompañan a la Declaración Aduanera Ecuatoriana, el certificado de origen y la factura comercial; durante el proceso investigativo se pudo determinar el canal de distribución adecuado para la exportación de conserva de grosella verde. Además la factibilidad financiera del proyecto de investigación fue demostrada mediante herramientas de análisis financiero de la inversión como la Tasa Interna de Retorno y el Valor Actual Neto que permitieron denotar que el proyecto es rentable.

Conclusiones

En la presente investigación se realizó un plan de exportación de conservas de grosella verde a Lima-Perú con el objetivo de aportar al desarrollo del sector agrícola del cantón "El Triunfo" del Guayas, siendo el cantón de mayor producción de esta fruta en el país aportando e incentivando a la diversificación de exportaciones de productos con valor agregado concluyéndose que el presente modelo logístico y financiero del proyecto es viable y sostenible en el tiempo.

Al analizar el aporte neto del plan de exportación al desarrollo del sector agrícola del cantón "El Triunfo" se puede observar que la mayoría de la Población Económicamente Activa de este cantón se dedica a la agricultura y al establecer una asociación de productores de grosella verde que concentren la producción dándole un valor agregado convirtiendo la fruta en grosella con la dirección adecuada permitirá que puedan recibir las ganancias de la exportación del producto, teniendo este fruto y su derivado una amplia aceptación en el mercado meta evidenciada en los resultados de la encuesta a los limenses.

Respecto a los gustos y preferencias del público meta se pudo constatar que existe una gran aceptación por parte de los limenses para el consumo de conservas de grosellas, esto debido a que conocen la fruta lo cual ocasiona que estén dispuesto a consumir sus derivados. Se considera un mercado atractivo por ser de una población alta, considerada una de las ciudades más pobladas de Latinoamérica.

En el análisis de los factores nacionales y extranjeros que podrían influir en el riesgo de la inversión del proyecto no se encontraron grandes amenazas debido a que el proceso logístico de exportación que se escogió es el más adecuado, los productores ofrecen una fruta de calidad con procesos de transformación que conservarán la esencia de la misma y el mercado meta mostró aceptación al producto propuesto por lo que no existen limitaciones para llevar a cabo el proyecto de investigación, además la factibilidad financiera fue comprobada

obteniendo óptimos resultados con utilidades los cinco años de operaciones proyectadas con una TIR del negocio de \$ 368.451,19% y un VAN de \$368.451,06recuperando la inversión en primer año, siendo en el caso del inversor una TIR de 847,81% y un VAN de \$ 275.176.11 recuperando la inversión al año 3 mostrando ser altamente rentable.

Se establece que la empresa estará ubicada en el recinto "Dos Bocas", la cual contará con 10 empleados además de los productores de la fruta, la compañía tendrá el nombre de "Frutas & Conservas" y el nombre del producto será Conservas "El Triunfo" en envases de 300 gramos y a un precio de venta al comprador de \$ 1,99 equivalente a 6,56 soles, realizando dos transacciones al año siendo cada una de dos contenedores al comprador Supermercados Peruanos S.A.

Recomendaciones

Se recomienda que la empresa “Frutas & Sabores” incremente el poder de asociación con más productores empezando por el cantón “El Triunfo” y con el pasar de los años se puede expandir a otras zonas del Ecuador que también realicen el cultivo de la grosella verde para aumentar su capacidad instalada y por ende exportar más productos con valor agregado, diversificando su producción con nuevos productos y obteniendo mayores ganancias.

Se recomienda que otras empresas realicen asociaciones con productores debido a que se verifica que la producción en conjunto con el primer eslabón de la cadena productiva puede crear varios beneficios no solo a la empresa sino que los productores tendrán ingresos asegurados con un cliente fijo.

Se recomienda que el plan de exportación realizado sea llevado a cabo de la forma estipulada debido a que con los procesos mencionados se podrá obtener la ganancia proyectada lo cual es necesario para que la empresa crezca industrialmente. Además, se recomienda que después de algunos años de operación la empresa se tecnifique con nuevas maquinarias lo que permitirá aprovechar la mayor capacidad instalada de la empresa.

Referencias Bibliográficas

- Agrocalidad. (8 de noviembre de 2013). *Agrocalidad*. Obtenido de Agrocalidad obtiene la Certificación ISO 9001:2008: <http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad-obtiene-la-certificacion-iso-90012008-2/>
- ALADI. (15 de noviembre de 2011). *Asociación Latinoamericana de Integración*. Obtenido de Oportunidades Comerciales Ecuador Perú: http://www.aladi.org/biblioteca/Publicaciones/ALADI/Secretaria_General/Foco/Oportunidades_comerciales/2011/F_OC_EC_005_11_PE.pdf
- Alcaldía de Guayaquil. (diciembre de 2016). *Alcaldía de Guayaquil*. Obtenido de Guayaquil - Puerto Principal de Ecuador: <http://guayaquil.gob.ec/negocios>
- ARCSA. (10 de enero de 2015). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de Emisión de Permisos de Funcionamiento: <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Asamblea Nacional. (20 de octubre de 2008). *Asamblea Nacional*. Obtenido de CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Asamblea Nacional. (22 de diciembre de 2010). *Superintendencia de Control y Poder del Mercado*. Obtenido de CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES COPCI: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (diciembre de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Boletín Trimestral de la Balanza de Pagos del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/297-bolet%C3%A1n-trimestral>
- Banco Mundial. (4 de marzo de 2016). *Banco Mundial*. Obtenido de Importaciones de bienes y servicios (% del PIB): <http://datos.bancomundial.org/indicador/NE.IMP.GNFS.ZS?end=2015&locations=PE&start=2011&view=chart>
- BBC. (17 de agosto de 2016). *BBC*. Obtenido de BBC: "Lima es de las ciudades más importantes de América Latina para los negocios": <http://www.capital.com.pe/actualidad/bbc-lima-es-de-las-ciudades-mas-importantes-de-america-latina-para-los-negocios-noticia-987910>
- Bruzos, T. (5 de abril de 2016). *Sabelotodo.Org*. Obtenido de Grosella: <http://www.sabelotodo.org/agricultura/frutales/grosella.html>
- Cámara de Industrias de Guayaquil. (abril de 2011). *Cámara de Industrias de Guayaquil*. Obtenido de Acuerdos Comerciales del Ecuador: http://www.industrias.ec/archivos/documentos/acuerdos_comerciales.pdf
- CCG. (15 de febrero de 2011). *Cámara de Comercio de Guayaquil*. Obtenido de Relación Comercial Ecuador-Perú: <http://www.lacamara.org/website/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20per.pdf>
- CEPAL. (2010). Crecimiento y diversificación de las exportaciones. *CEPAL*, 118.
- Coll, P. (2012). *Regímenes Aduaneros Económicos: Procesos logísticos en el comercio internacional*. Barcelona: Marge Books. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=WvyZcJjNfQC&pg=PA33&dq=regimenes+especiales+de+exportacion+2010&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Comunidad Andina de Naciones. (28 de noviembre de 2016). *La Comunidad Andina de Naciones*. Obtenido de Somos Comunidad Andina: <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=189&tipo=QU&title=somos-comunidad-andina>
- Conservas Guayas. (noviembre de 2016). *Conservas Guayas*. Obtenido de Mermeladas: <http://www.conservasguayas.com/portfolio.html>
- Correa, Rafael. (19 de mayo de 2011). *Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana*. Obtenido de REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. : <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- CPI. (1 de mayo de 2014). *Compañía Peruana de Estudios de Mercados y de Opinión Pública*. Obtenido de Market Report: Población Peruana 2014: http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_201405_1.pdf
- Derecho Ecuador. (17 de julio de 2013). *Derecho Ecuador*. Recuperado el 19 de abril de 2016, de Sociedad Anonima: <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>
- El Comercio Economía. (24 de mayo de 2010). *El Comercio Economía*. Obtenido de Los supermercados preferidos por los peruanos: una lucha aparte: <http://elcomercio.pe/economia/peru/supermercados-mas-preferidos-peruanos-lucha-aparte-noticia-484238>
- Escartín, E. (2012). *La Fisiocracia*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Espinosa, J., Espinoza, D., & Jacome, G. (2013). *Desarrollo de estrategias para el fortalecimiento de exportaciones de calzado para dama producido por Pymes asociadas a la Cámara de Calzado de Tunngurahia-Caltu hacia el mercado Venezolano*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 4 de julio de 2016, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5782/1/UPS-QT03933.pdf>
- Expreso. (30 de enero de 2015). Diario Expreso. *Guayas, la que más valor aporta al PIB*. Obtenido de Guayas, la que más valor aporta al PIB: http://expreso.ec/historico/guayas-la-que-mas-valor-aporta-al-pib-BXGR_7489277
- FAO. (25 de enero de 2016). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de Agricultura urbana y periurbana en América Latina y el Caribe LIMA: <http://www.fao.org/ag/agp/greencities/es/CMVALC/lima.html>
- García, O. (2015). *Negociación Internacional*. Madrid: Global Marketing Strategies S.L.
- Global Negotiator. (26 de marzo de 2015). *Global Negotiator*. Obtenido de <http://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>: <http://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de “El Triunfo”. (15 de noviembre de 2014). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de “El Triunfo”*. Obtenido de PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DIAGNÓSTICO: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/PLAN%20DE%20ORD_15-11-2014.%20DIAGNOSTICO%20GOBIERNO%20AUTONOMO%20DESCENTRALIZADO.pdf
- Gobierno de La Rioja - España. (1 de marzo de 2013). *Gobierno de La Rioja - España*. Obtenido de EL CULTIVO DEL GROSELLERO: http://www.larioja.org/medio-ambiente/es/reserva-biosfera/desarrollo-sostenible/experiencias-sostenibles/cultivo-experimental-frutos-bosque.ficheros/633860-717185_3_1_Ficha_grosella.pdf
- INEI. (13 de noviembre de 2016). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Obtenido de Estadísticas trimestrales y datos generales: <https://www.inei.gob.pe/>
- INEI. (noviembre de 2016). *Intituto Nacional de Estadística e Infromática*. Obtenido de Población Estimada al 30 de junio, por años calendario y sexo, según departamento: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>
- Infomarketing.PE. (1 de febrero de 2016). *Infomarketing.PE*. Obtenido de Supermercados Peruanos ocupa el primer lugar en Perú en el ranking de supermercados: <http://www.infomarketing.pe/marketing/noticias/supermercados-peruanos-ocupa-el-primer-lugar-en-peru-en-el-ranking-de-supermercados/>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (17 de agosto de 2016). *Incoterms: Responsabilidaddes Incoterm CPT*. Obtenido de Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/213-responsabilidades-cpt-incoterm>
- Instituto Nacional de Estadísticas e Informática INEI. (9 de diciembre de 2016). *Instituto Nacional de Estadísticas e Informática INEI*. Obtenido de Evolución de las Exportaciones e Importaciones: <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/exportaciones-e-importaciones/1/>
- INTA. (agosto de 2013). *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*. Obtenido de Cultivo de grosellas: http://inta.gob.ar/sites/default/files/manual_grosella1.pdf
- Lucio, E. (2011). *El comercio Internacional*. Universidad de Congreso. Obtenido de http://www.ucongreso.edu.ar/grado/carreras/lcomer/2006/com_intern/El_Comercio_Internacional_1.pdf
- Ludeña, L. (2014). *Teoría Económica para economías emergentes*. Lima: Revista Cultura.
- MAGRAMA. (20 de febrero de 2013). *Ministerior de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*. Obtenido de Grosellas: http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/grosella_tcm7-315351.pdf
- Malamud, A. (2011). *Conceptos, teorías y debates sobre la integración regional*. Lisboa: Universidad de Lisboa.
- Mc Graw Hill. (23 de diciembre de 2015). *Mc Graw Hill Education*. Obtenido de La Oferta, la demanda y el mercado: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>

- Metro Censoud. (diciembre de 2016). *Metro Censoud*. Obtenido de Tiendas en LIMA:
<https://metro.com.pe/tiendas/lima>
- Ministerio de Agricultura y Riesgo del Perú. (3 de julio de 2015). *Ministerio de Agricultura y Riesgo del Perú*. Obtenido de Fichas técnicas: <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/32-sector-agrario/frutas>
- Ministerio de Agricultura, Acuicultura, Ganadería y Pesca. (17 de septiembre de 2012). *Ministerio de Agricultura, Acuicultura, Ganadería y Pesca*. Obtenido de MAGAP levanta información de agricultores en Guayas: <http://www.agricultura.gob.ec/magap-levanta-informacion-de-agricultores-en-guayas/>
- Ministerio de Ambiente. (septiembre de 2012). *Ministerio de Ambiente*. Obtenido de Especies Forestales Bosques Secos Ecuador: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/Bosques-Secos4.pdf>
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. (16 de junio de 2013). *Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación*. Obtenido de Procesos de Integración Regional: <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/politicaExteriorCooperacion/Iberoamerica/Paginas/ProcesosDeIntegracionRegional.aspx>
- Ministerio de Comercio exterior . (9 de octubre de 2014). *Ministerio de Comercio exterior* . Obtenido de ECUADOR Y PERÚ FIRMARON CONVENIO PARA FACILITAR EL COMERCIO BILATERAL: <http://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-y-peru-firmaron-convenio-para-facilitar-el-comercio-bilateral/>
- Ministerio de Salud Chileno. (2015). *Ministerio de Salud Chileno*. Recuperado el 01 de 02 de 2016, de Reglamento sanitario chileno de los alimentos:
<http://web.minsal.cl/portal/url/item/d61a26b0e9043de4e0400101650149c0.pdf>
- Moreira, C. (26 de septiembre de 2015). El Diario Manabita. *La grosella se vende desde el árbol y se va para la Sierra*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/368770-la-grosella-se-vende-desde-el-arbol-y-se-va-para-la-sierra/>
- Municipio de "El Triunfo". (10 de enero de 2016). *Municipio El Triunfo*. Obtenido de Cantón El Triunfo: <http://el-triunfo.gob.ec/ENLACES/CANTON%20EL%20TRIUNFO.html>
- Ordóñez, D. (31 de diciembre de 2014). *Eumed.Net*. Obtenido de EL COMERCIO EXTERIOR DEL ECUADOR: ANALISIS DEL INTERCAMBIO DE BIENES DESDE LA COLONIA HASTA LA ACTUALIDAD: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/ddoi.html>
- Paredes, M. (2015). *Diseño de un sistema de exportación de un edulcorante natural a base de Stevia a países europeos*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Recuperado el 29 de julio de 2016, de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/606/1/T-ULVR-0572.pdf>
- Peri, G. (2011). *Estrategias de priorización de Exportaciones: un análisis de experiencias exitosas*. Fundación INAI. Recuperado el 4 de julio de 2016, de <http://www.inai.org.ar/archivos/notas/Informe%20final%20Experiencias%20exitosas%20INAI%202011.pdf>
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). *Buen Vivir*. Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/inicio>

- Plaza Vea. (noviembre de 2016). *Plaza Vea*. Obtenido de Mermeladas: <http://www.plazavea.com.pe/mermelada>
- Plaza Vea. (Noviembre de 2016). *Plaza VEA*. Obtenido de Mermeladas: <http://www.plazavea.com.pe/grosella>
- Plaza VEA. (diciembre de 2016). *Plaza VEA*. Obtenido de Nuestras Tiendas: http://vea.plazavea.com.pe/principal/nuestras-tiendas?_ga=1.104814272.1392354947.1470674897
- Precio del Dólar.Pe. (8 de octubre de 2016). *Precio del Dólar.Pe*. Obtenido de Precio del Dólar.Pe: <http://www.precio-dolar.pe/>
- Prefectura del Guayas. (9 de febrero de 2010). *Prefectura del Guayas*. Obtenido de Inspección Recinto Comuna San Pablo, Dos Bocas - El Triunfo: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/en/noticias/inspeccion-recinto-comuna-san-pablo-dos-bocas-el-triunfo>
- Prefectura del Guayas. (17 de diciembre de 2011). *Prefectura del Guayas*. Obtenido de Estudio de impacto ambiental: <http://www.guayas.gob.ec/dmdocuments/medio-ambiente/eia/EIA%20&%20PMA%20CANTON%20EL%20TRIUNFO.pdf>
- Prefectura del Guayas. (7 de marzo de 2015). *Prefectura del Guayas*. Obtenido de Estudiantes de Yaguachi y El Triunfo promovieron productos de su emprendimiento en una casa abierta: <http://www.guayas.gob.ec/notiproductividad/estudiantes-de-yaguachi-y-el-triunfo-promovieron-productos-de-su-emprendimiento-en-una-casa-abierta>
- Prefectura del Guayas. (25 de marzo de 2016). *Prefectura del Guayas*. Obtenido de Historia de la Provincia del Guayas: <http://www.guayas.gob.ec/historia>
- Proaño, S. (2013). *Estudio de Exportación de la Pitahaya ecuatoriana hacia el mercado Europeo*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 29 de julio de 2016, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7456/10.C06.000225.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- PROECUADOR. (noviembre de 2012). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Análisis Sectorial de Frutas no Tradicionales: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf
- PROECUADOR. (noviembre de 2013). *Instituciones de promoción de exportaciones e inversiones*. Obtenido de Análisis sectorial de frutas no tradicionales: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf
- PROECUADOR. (2 de febrero de 2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Ficha Producto Mercado: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/02/P-1302-MERMELADA_DE_ARAZ%C3%81-CAN-R0036A.pdf
- PROECUADOR. (4 de marzo de 2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Balanza Comercial: <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- PROECUADOR. (6 de Junio de 2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Guía al Exportador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>

- PROECUADOR. (4 de abril de 2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Guía de Etiquetado para Alimentos y Productos Textiles: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/Guia-de-Etiquetado-para-Alimentos-y-Productos-textiles.pdf>
- PROECUADOR. (10 de octubre de 2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Requisitos para obtener certificado de origen: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/Flyer-CERTIFICADOS-DE-ORIGEN-2.pdf>
- PROECUADOR. (1 de octubre de 2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Procedimiento para obtener la notificación sanitaria de alimentos procesados: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/Flyer-ALIMENTOS-PROCESADOS-2016-1.pdf>
- PROECUADOR. (8 de junio de 2013). *PROECUADOR*. Obtenido de Incoterms: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- PROECUADOR. (noviembre de 2014). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Guía del Exportador: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/GuiaExportador.pdf>
- PROECUADOR. (septiembre de 2015). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Perú perfil logístico Septiembre 2015: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/PERFIL-LOG%3%8DSTICO-PER%3%9A-2015.pdf>
- PROECUADOR. (9 de septiembre de 2015). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Perú Perfil Logístico: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-peru-2015/>
- ProEcuador. (enero de 2015). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Ficha técnica Perú: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/Ficha-T%3%A9cnica-Per%3%BA-Enero-2015.pdf>
- PROECUADOR. (29 de junio de 2016). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de CPT (Transporte Pagado Hasta): <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/cpt-transporte-pagado-hasta/>
- PUCE. (16 de octubre de 2013). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de Glosario Economía Internacional: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/13-teoria-neoclasica/128-glosario-economia-internacional>
- QuimNet. (8 de octubre de 2012). *QuimNet*. Obtenido de 7 beneficios de los envases de vidrio: <http://www.quiminet.com/articulos/7-beneficios-de-los-envases-de-vidrio-2861100.htm>
- Revista Líderes. (23 de marzo de 2014). *Revista Líderes*. Obtenido de Las empresas apuntan a producir y sustituir importaciones: <http://www.revistalideres.ec/lideres/empresas-apuntan-producir-sustituir-importaciones.html>
- Sandoval, D. (2014). *Diseño de estrategias para la comercialización y exportación de flores al mercado ruso enfocado en la asociación de productores y exportadores de flores*

- (*Exploflores*). Quito: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7392/1/UPS-QT06284.pdf>
- SENAE. (12 de diciembre de 2012). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Para exportar: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- SENPLADES. (enero de 2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Transformación de la Matriz Productiva: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- SENPLADES. (21 de febrero de 2014). *Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Cifras Generales Cantón El Triunfo: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0909_EL%20TRIUNFO_GUAYAS.pdf
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (4 de Septiembre de 2016). *Listado de aranceles*. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización: <http://apps.inen.gob.ec/formularios/ListadoAranceles>
- Sistema de Bibliotecas y Biblioteca Central del Perú. (11 de Julio de 2015). *Sistema de Bibliotecas y Biblioteca Central del Perú*. Obtenido de El Perú y el comercio internacional : una visión global: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v02_n3/comercio01.htm
- SUNAT. (13 de noviembre de 2016). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*. Obtenido de Partidas Arancelarias: <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=811200000>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (noviembre de 2016). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de Constitución Electrónica: <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Supermercados Peruanos S.A. (12 de abril de 2016). *Supermercados Peruanos S.A.* Obtenido de Quiénes Somos: <http://www.supermercadosperuanos.com.pe/web/qsomos-empresa>
- UNAM. (18 de abril de 2013). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Introducción al Comercio Internacional: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2951/4.pdf>
- Universidad de Lima. (2 de diciembre de 2012). *Universidad de Lima*. Obtenido de El comercio exterior y el progreso del Perú: <http://www.ulima.edu.pe/node/2935>
- Vicepresidencia del Ecuador. (23 de abril de 2014). *Vicepresidencia del Ecuador*. Obtenido de Cambio de la Matriz Productiva: Secretaría Técnica: <http://www.vicepresidencia.gob.ec/secretaria-tecnica-del-comite-interinstitucional-para-el-cambio-de-la-matriz-productiva/>
- Vigil, P. (23 de julio de 2014). *Conexión ESAN*. Obtenido de Beneficios del desarrollo de los centros comerciales en el Perú: <http://www.esan.edu.pe/conexion/bloggers/marketing-para-todos/2014/07/beneficios-desarrollo-centros-comerciales-peru/>
- Zerda, A., & Rincón, N. (1998). *La pequeña y mediana industria en la encrucijada*. Santa Fe: Universidad Nacional de Colombia.

Anexos

Anexo1. Encuesta

1. ¿Usted consume productos exportados?

Sí

No

2. ¿Ha probado Grosella o Bayas ecuatorianas?

Sí

No

3. ¿En general como califica este producto?

Excelente

Regular

Bueno

Malo

4. ¿Conoce o ha probado la conserva de grosella?

Sí

No

5. Le gustaría consumir la conserva de grosella exportada

Sí

No

6. En caso de responder sí. ¿En qué lugar le gustaría adquirirla?

Supermercados

Tiendas de Barrio

Mini-Markets

Otros

7. En promedio. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por la conserva de grosella?

S/1,65 – S/3,31 ó \$0,50 - \$1,00

S/4,97 – S/6,61 ó \$1,51 - \$2,00

S/3,32 – S/4,96 ó \$1,01 - \$1,50

S/6,62 – S/8,30 ó \$2,01 - \$2,51

8. ¿En qué presentación le gustaría adquirirla?

Sachets pequeños

Envases de Vidrio

Sachets grandes

Anexo2. Depreciación de Activos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	Monto de Adq.	Valor Residual	Monto a Depreciar	VIDA UTIL (Años)	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Equipos de Computo	\$ 1.000,00	\$ 120,00	\$ 880,00	3	33,33%	\$ 293,33	\$ 24,44
Muebles y Enseres	\$ 1.000,00	\$ 120,00	\$ 880,00	5	20%	\$ 176,00	\$ 14,67
Equipos de Oficina	\$ 500,00	\$ 60,00	\$ 440,00	5	20%	\$ 88,00	\$ 7,33
Vehiculos	\$ 20.000,00	\$ 2.400,00	\$ 17.600,00	5	20%	\$ 3.520,00	\$ 293,33
Herramientas	\$ 300,00	\$ 36,00	\$ 264,00	5	20%	\$ 52,80	\$ 4,40
TOTAL						\$ 4.130,13	\$ 344,18

ACTIVOS DIFERIDOS	Monto a Amortizar	Amort. Anual	Amort. Mensual
Gastos de Constitucion	\$ 1.000,00	\$ 200,00	\$ 16,67
Housing y Dominio Prepagado	\$ 330,00	-	\$ 27,50
Publicidad Prepagados	\$ 1.000,00	200	\$ 16,67
TOTAL			\$ 60,83

Anexo3. Condiciones del Préstamo para activos fijos y amortización

CONDICIONES	BAN ECUADOR
MONTO DEL PRESTAMO	\$ 15.960,00
TASA EFECTIVA ANUAL (%)	10,35%
ANOS	5
FRECUENCIA DE PAGOS	12
TASA PERIODO (%)	0,86%
Nº DE PAGOS A EFECTUAR	60

8	31/08/15	133,04	295,56	428,05	15.073,33		
9	30/09/15	132,49	295,56	428,05	15.073,33		
10	30/10/15	129,95	295,56	425,50	14.777,78		
11	29/11/15	127,40	295,56	422,95	14.482,22		
12	29/12/15	124,85	295,56	420,41	14.186,67	CAPITAL	INTERESES
13	28/01/16	122,30	295,56	417,86	13.891,11	\$ 1.773,33	\$ 1.612,86
14	27/02/16	119,75	295,56	415,31	13.595,56		
15	28/03/16	117,21	295,56	412,76	13.300,00		
16	27/04/16	114,66	295,56	410,21	13.004,44		
17	27/05/16	112,11	295,56	407,67	12.708,89		
18	26/06/16	109,56	295,56	405,12	12.413,33		
19	26/07/16	107,01	295,56	402,57	12.117,78		
20	25/08/16	104,47	295,56	400,02	11.822,22		
21	24/09/16	101,92	295,56	397,47	11.526,67		
22	24/10/16	99,37	295,56	394,93	11.231,11		
23	23/11/16	96,82	295,56	392,38	10.935,56	CAPITAL	INTERESES
24	23/12/16	94,27	295,56	389,83	10.640,00	\$ 3.546,67	\$ 1.299,46
25	22/01/17	91,73	295,56	387,28	10.344,44		
26	21/02/17	89,18	295,56	384,73	10.048,89		
27	23/03/17	86,63	295,56	382,19	9.753,33		
28	22/04/17	84,08	295,56	379,64	9.457,78		
29	22/05/17	81,53	295,56	377,09	9.162,22		
30	21/06/17	78,99	295,56	374,54	8.866,67		
31	21/07/17	76,44	295,56	371,99	8.571,11		
32	20/08/17	73,89	295,56	369,45	8.275,56		
33	19/09/17	71,34	295,56	366,90	7.980,00		
34	19/10/17	68,79	295,56	364,35	7.684,44		
35	18/11/17	66,25	295,56	361,80	7.388,89	CAPITAL	INTERESES
36	18/12/17	63,70	295,56	359,25	7.093,33	\$ 3.546,67	\$ 932,55
37	17/01/18	61,15	295,56	356,71	6.797,78		
38	16/02/18	58,60	295,56	354,16	6.502,22		
39	18/03/18	56,06	295,56	351,61	6.206,67		
40	17/04/18	53,51	295,56	349,06	5.911,11		
41	17/05/18	50,96	295,56	346,51	5.615,56		
42	16/06/18	48,41	295,56	343,97	5.320,00		
43	16/07/18	45,86	295,56	341,42	5.024,44		
44	15/08/18	43,32	295,56	338,87	4.728,89		
45	14/09/18	40,77	295,56	336,32	4.433,33		
46	14/10/18	38,22	295,56	333,77	4.137,78		
47	13/11/18	35,67	295,56	331,23	3.842,22	CAPITAL	INTERESES
48	13/12/18	33,12	295,56	328,68	3.546,67	\$ 3.546,67	\$ 565,65
49	12/01/19	30,58	295,56	326,13	3.251,11		
50	11/02/19	28,03	295,56	323,58	2.955,56		
51	13/03/19	25,48	295,56	321,04	2.660,00		
52	12/04/19	22,93	295,56	318,49	2.364,44		
53	12/05/19	20,38	295,56	315,94	2.068,89		
54	11/06/19	17,84	295,56	313,39	1.773,33		
55	11/07/19	15,29	295,56	310,84	1.477,78		
56	10/08/19	12,74	295,56	308,30	1.182,22		

Anexo4. Condiciones del Préstamo para activos diferidos y amortización.

CONDICIONES		BAN ECUADOR
MONTO DEL PRÉSTAMO		\$ 7.163,46
TASA EFECTIVA ANUAL (%)		10,35%
ANOS		3
FRECUENCIA DE PAGOS		12
TASA PERIODO (%)		0,86%
Nº DE PAGOS A EFECTUAR		36

CAPITAL DE TRABAJO

# de pago	Fecha	Interés	Capital Pagado	Pago Mensual	Saldo		
0	03/01/15	Aprobación del Préstamo			\$ 7.163,46		
1	02/02/15	61,76	0,00	61,76	7.163,46		
2	04/03/15	61,76	0,00	61,76	7.163,46		
3	03/04/15	61,76	0,00	61,76	7.163,46		
4	03/05/15	61,76	0,00	61,76	7.163,46		
5	02/06/15	61,76	0,00	61,76	7.163,46		
6	02/07/15	61,76	0,00	61,76	7.163,46		
7	01/08/15	61,76	238,78	300,54	6.924,68		
8	31/08/15	59,70	238,78	298,48	6.685,89		
9	30/09/15	57,64	238,78	296,42	6.447,11		
10	30/10/15	55,58	238,78	294,36	6.208,33		
11	29/11/15	53,52	238,78	292,30	5.969,55		
12	29/12/15	51,46	238,78	290,24	5.730,77	CAPITAL	INTERESES
						\$ 1.432,69	\$ 710,19
13	28/01/16	49,40	238,78	288,19	5.491,98		
14	27/02/16	47,35	238,78	286,13	5.253,20		
15	28/03/16	45,29	238,78	284,07	5.014,42		
16	27/04/16	43,23	238,78	282,01	4.775,64		
17	27/05/16	41,17	238,78	279,95	4.536,86		
18	26/06/16	39,11	238,78	277,89	4.298,07		
19	26/07/16	37,05	238,78	275,84	4.059,29		
20	25/08/16	34,99	238,78	273,78	3.820,51		
21	24/09/16	32,94	238,78	271,72	3.581,73		
22	24/10/16	30,88	238,78	269,66	3.342,95		
23	23/11/16	28,82	238,78	267,60	3.104,17		
24	23/12/16	26,76	238,78	265,54	2.865,38	CAPITAL	INTERESES
						\$ 2.865,38	\$ 456,99
25	22/01/17	24,70	238,78	263,48	2.626,60		
26	21/02/17	22,64	238,78	261,43	2.387,82		
27	23/03/17	20,59	238,78	259,37	2.149,04		
28	22/04/17	18,53	238,78	257,31	1.910,26		
29	22/05/17	16,47	238,78	255,25	1.671,47		
30	21/06/17	14,41	238,78	253,19	1.432,69		
31	21/07/17	12,35	238,78	251,13	1.193,91		
32	20/08/17	10,29	238,78	249,07	955,13		
33	19/09/17	8,23	238,78	247,02	716,35		
34	19/10/17	6,18	238,78	244,96	477,56		
35	18/11/17	4,12	238,78	242,90	238,78		
36	18/12/17	2,06	238,78	240,84	0,00	CAPITAL	INTERESES
						\$ 2.865,38	\$ 160,56
		\$ 1.327,74	\$ 7.163,46	\$ 8.491,20			
		INTERESES	CAPITAL	TOTAL PAGADO			

Anexo5. Costos de fabricación directos por unidad.

Costos Material Directo	Costo Unitario	%	Unidades a producir
Grosellas	0,5	62,5%	210.280
Azúcar	0,1	12,5%	
Canela	0,1	12,5%	
Agua	0,02	2,5%	
Limón	0,03	3,8%	
Etiquetas	0,05	6,3%	
Total	0,8	100,0%	

Anexo6. Costos de fabricación directos mensual y anual.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Producidas	210.280	220.794	231.834	243.425	255.597
Costo de MD	0,8000	0,8400	0,8820	0,9261	0,9724
Costo de material directo/mes	14.018,67	15.455,58	17.039,78	18.786,35	20.711,96
Costo de material directo Anual	168.224,00	185.466,96	204.477,32	225.436,25	248.543,46
Inflación anual		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%

Anexo7. Costos de fabricación indirectos mensual y anual.

COSTO INDIRECTO DE FABRICACION	VALOR MES
Mano de obra indirecta	1.227,35
Deshierva manual	270,00
Energía eléctrica para producción	300,00
Agua (m3 x 300)	100,00
Arriendo de galpón	250,00
Útiles de seguridad industrial	264,00
Insumos para manten. y aseo planta	300,00
SUB-TOTAL MENSUAL	2.711,35
SUBTOTAL COSTO INDIRECTO ANUAL	32.536,20
(+) Uniformes Personal Planta	500,00
COSTO INDIRECTO FCION. ANUAL	33.036,20

COSTO INDIRECTO DE FABRICACION

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo indirecto de fabricación	33.036,20	34.688,01	36.422,41	38.243,53	40.155,71
Depreciación de maquinaria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN	33.036,20	33.036,20	33.036,20	33.036,20	33.036,20
Inflación anual estimada		5,0%	5,0%	5,0%	5,0%

Anexo8. Costos por mano de obra directa e indirecta.

Descripción	Nº de Personal	Sueldo Mensual Bruto individual	Total sueldos	13er sueldo	14to. Sueldo	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal IESS	IECE	SETEC	TOTAL COSTO MENSUAL
Mano de obra indirecta											
Jefe de Produccion	1	900,00	900,00	75,00	30,50	37,50	75,00	100,35	4,50	4,50	1.227,35
Personal directo											
Personal Operativo	2	400,00	800,00	66,67	30,50	33,33	66,67	89,20	4,00	4,00	1.094,37
Subtotal	2	400,00	800,00	66,67	30,50	33,33	66,67	89,20	4,00	4,00	1.094,37
TOTAL PERSONAL EN PLANTA	3		1.700,00	141,67	61,00	70,83	141,67	189,55	8,50	8,50	2.321,72

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Mano de Obra/mes	1.094,37	1.149,09	1.206,54	1.266,87	1.330,21
Costo de Mano Obra Anual	13.132,40	13.789,02	14.478,47	15.202,39	15.962,51
Inflación anual		5,0%	5,0%	5,0%	5,0%

Anexo9. Costos de producción hasta año cinco de operaciones.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MD	168.224,00	185.466,96	204.477,32	225.436,25	248.543,46
Costos de mano de obra directa	13.132,00	13.789,02	14.478,47	15.202,39	15.962,51
Costo indirecto de fabricación	33.036,20	33.036,20	33.036,20	33.036,20	33.036,20
Costos total de producción	214.392,20	232.292,18	251.991,99	273.674,84	297.542,17

Anexo10. Costos de producción unitarios.

Descripción	Totales	Porcentaje
Material Directo	168.224,00	78,5%
Mano de Obra	13.132,40	6,1%
Costo indirecto de fabricación	33.036,20	15,41%
TOTAL COSTO PRODUCCION ANUAL	214.392,60	100,0%

Unidades producidas 210.280

Costo de producción anual / Unidades producidas = Costo unitario

COSTO UNITARIO \$ 1,02

Descripción	Valor por unidad	Porcentaje
Material Directo	\$ 0,8000	78,47%
Mano de Obra	\$ 0,0625	6,13%
Costo indirecto de fabricación	\$ 0,1571	15,41%
TOTAL COSTO PRODUCCION ANUAL	\$ 1,02	100,0%

Anexo11. Presupuesto de Gastos Administrativos

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE GROSELLAS													AÑO 1
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS 2016													
CUENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUAL
Sueldos	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00	\$ 28.200,00
13 sueldo	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 2.000,00
14 sueldo	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 366,00
Vacaciones	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 1.000,00
Fondos Reserva	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Patronal	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 243,00	\$ 2.916,00
Servicios Básicos	\$ 200,00	\$ 201,00	\$ 202,01	\$ 203,02	\$ 204,03	\$ 205,05	\$ 206,08	\$ 207,11	\$ 208,14	\$ 209,18	\$ 210,23	\$ 211,28	\$ 2.467,11
Suministros	\$ 75,00	\$ 75,38	\$ 75,75	\$ 76,13	\$ 76,51	\$ 76,89	\$ 77,28	\$ 77,66	\$ 78,05	\$ 78,44	\$ 78,84	\$ 79,23	\$ 925,17
Arrendos	\$ 900,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 4.200,00
Depreciación A/F	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 344,18	\$ 4.130,13
Amortización A/D	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 60,83	\$ 730,00
TOTAL	\$ 4.453,51	\$ 3.854,89	\$ 3.856,27	\$ 3.857,66	\$ 3.859,05	\$ 3.860,46	\$ 3.861,86	\$ 3.863,28	\$ 3.864,71	\$ 3.866,14	\$ 3.867,57	\$ 3.869,02	\$ 46.934,41
Inflación Proyectada		0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%

Sueldos y Beneficios \$ 2.873,50

PERSONAL EN ROL	Personas	Sueldo	Total
Administrador	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Personas	1	Total	\$ 2.000,00

DETALLE DE SERVICIOS BASICOS	
Energía Eléctrica	\$100
Telefonía y Celulares	\$100
Total	\$200

SERVICIOS PRESTADOS	Personas	Sueldo	Total
Diseñador Web Master	1	\$ -	\$ -
Contadora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Personas	2	Total	\$ 350,00

A los trabajadores que están considerados bajo Honorarios Profesionales se les retiene el 10% del Valor de la factura; según lo estipulado por la ley que se paga en el mes siguiente al SRI

Anexo12. Presupuesto de Gastos en Ventas

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE GROSELLAS													
PRESUPUESTO DE GASTOS EN VENTAS 2016													AÑO 1
CUENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ANUAL
Suministros y Apoyo Publicitar	\$ 1.000,00	\$ 1.005,00	\$ 1.010,03	\$ 1.015,08	\$ 1.020,15	\$ 1.025,25	\$ 1.030,38	\$ 1.035,53	\$ 1.040,71	\$ 1.045,91	\$ 1.051,14	\$ 1.056,40	\$ 12.335,56
Publicidad en Facebook	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Distribución del Producto	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 2.143,93	\$ 25.727,11
TOTAL	\$ 3.000,00	\$ 3.005,00	\$ 3.010,03	\$ 3.015,08	\$ 3.020,15	\$ 3.025,25	\$ 3.030,38	\$ 3.035,53	\$ 3.040,71	\$ 3.045,91	\$ 3.051,14	\$ 3.056,40	\$ 62.062,67
Inflación Proyectada		0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%
Sueldos y Beneficios	\$ -												

PERSONAL EN ROL	Personas	Sueldo	Total
Ejecutivo de Marketing / Ventas	1	\$0	\$0
	1	Total	\$0

1

OBSERVACION:

A los trabajadores que están considerados bajo Honorarios Profesionales (Vendedoras en Islas) se les retiene el 10% del Valor de la factura; según los estipulado por la ley que se paga en el mes siguiente al SRI
 Dependiendo el Rendimiento del Ejecutivo de Marketing / Ventas, se estima un incremento en el sueldo de USD. \$50,00