

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Comercio Exterior

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la Obtención del Título de:

Ingeniería en Comercio Exterior

TEMA:

**PROMOVER LA EXPORTACIÓN DE CHIFLE AL MERCADO CHINO POR PARTE DE
LA EMPRESA ECOFRUT**

AUTORES:

ANGÉLICA MARÍA OSORIO VILLOTA

CAROLYN SHIRLEY TORO CAMPUZANO

TUTOR:

ECON. LUIS LANDY CAMPOS

Guayaquil – Ecuador

2013

AGRADECIMIENTO

En primera instancia mis más sinceros agradecimientos a Dios por permitirme alcanzar esta meta, a mis padres por el apoyo y las palabras de motivación para avanzar, no decaer y continuar en la lucha.

Agradecimientos especiales a Pamela Manz Elzey, por el apoyo brindado; sin el mismo no se hubiera cristalizado y obtenido los frutos alcanzados.

A mi abuelito Rafael Villota Reyes, por sus palabras de aliento y superación.

A mis maestros, quienes con su entrega logran día a día transmitir los más amplios conocimientos en cada uno de los estudiantes.

Angélica Osorio Villota.

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a mi amado Dios, a mi fiel amigo Jesús quien ha sido mi piedra Angular, gracias Señor porque me permitiste aprender y comprender que contigo todo es posible.

Gracias a mi querida madre, quien a sido la persona ideal y especial, quien me ha dado las fuerzas necesarias para llegar a donde estoy.

A la Universidad Laica Vicente Roca fuerte por haberme permitido estudiar en sus extrañadas aulas, a mis estimados profesores quienes nos dieron y compartieron su tiempo y comprensión para educarnos para formar parte de la vida profesional y laboral.

A mis tías queridas Bella y Elsa quienes aportaron con su granito de arena a mi educación universitaria.

Carolyn Toro Campuzano.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por guiar e iluminar mis pasos, por permitirme alcanzar el objetivo deseado, por la fuerza que me transmite día a día para seguir en esta lucha que es la vida.

A mi padre Miguel Osorio Álvarez, gestor y motivador del comienzo y culminación de esta carrera.

A mi madre Doris Villota Briones, por ser el soporte y clave principal en el desarrollo de esta obra.

A mis hermanas Yully y Brigitte Osorio, por estar a mi lado siempre.

Angélica Osorio Villota.

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mi distinguida madre, por ser quien ha estado a mi lado a lo largo de todos los años de mis estudios, apoyándome para que hoy pueda ser una persona de bien. A mi Señor Dios quien ha sido mi principal maestro a lo largo de estos años, inculcándome los valores espirituales necesarios en este mundo.

Carolyn Toro Campuzano.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor del Proyecto de Investigación presentado por las egresadas; Srta. **ANGÉLICA MARÍA OSORIO VILLOTA**, con Cedula de Ciudadanía N° **092651702-0**, y Srta. **CAROLYN SHIRLEY TORO CAMPUZANO** con Cedula de Ciudadanía N° **092451450-8**, para optar al título de **INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**. Considero que dicho trabajo reúne los requisitos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe y con los requisitos y méritos suficientes para su aprobación.

En la ciudad de Guayaquil, a los 24 días del mes de Enero del 2013.

Econ. Luis Landy Campos

C.I. 060090338-9

CERTIFICADO DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Por medio de la presente, la Srta. **ANGÉLICA MARÍA OSORIO VILLOTA**, con Cedula de Ciudadanía N° 092651702-0, y Srta. **CAROLYN SHIRLEY TORO CAMPUZANO** con Cedula de Ciudadanía N° 092451450-8, declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente a la suscrita y se responsabiliza de los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran como producto de la investigación realizada.

De la misma forma cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto ha sido ejecutado con el propósito de Promover la Exportación de Chifles de Plátano Ecuatoriano hacia China por parte de la Empresa Ecofrut S.A.

Autora:

Angélica María Osorio Villota.

C.C.: 092651702-0

Carolyn Shirley Toro Campuzano.

C.C.: 092451450-8

RESUMEN

Frente a la creciente demanda en el consumo de los Snacks a nivel mundial, y ante el crecimiento comercial de China, que aparece en el ámbito internacional como una potencia comercial a corto plazo, ha incurrido en que la empresa Ecofrut S.A cuya planta procesadora tiene sede en el cantón Duran - Guayaquil, ponga su mirada en este país de Asia, con la ayuda de los departamentos de Producción y Exportación han procedido a realizar una investigación de este mercado, pues existe desconocimiento por parte de las empresas ecuatorianas exportadoras de Chifles de Plátano debido a que las exportaciones de Chifle que realizan la mayoría de las empresas, lo hacen solo a Europa, Centro América y Estados Unidos. Nuestro proyecto de investigación tiene como finalidad el planificar y concretar las ventas hacia China, dándole el valor agregado al producto y a la entrega de este, para que sea de estímulo al potencial cliente. La Empresa Ecofrut cuenta con la maquinaria apta y acorde a la producción de chifles de plátano, conocidos también como Plantain Chips. La producción de los chifles de plátano son bajo estrictas normas internacionales, esto ayuda a que el producto pueda llegar con fuerza al nicho en mención. Ecofrut cuenta con su propia hacienda para la producción del plátano, esto hace que los costos de producción se aminoren en comparación con la competencia, ayudando a que el precio final del producto se encuentre acorde al mercado. Finalmente con la apertura de un nuevo mercado en China, Ecofrut posicionaría su marca Tropical Gourmet a nivel internacional pues la marca representa sinónimo de calidad y distinción, y con mas participaciones en ferias se lograra estar a corta distancia del cliente, siendo así Ecofrut y los Chifles de plátano serian la Marca que represente al Ecuador en el consumo de Snacks en la ciudad de China

INDICE GENERAL

Agradecimiento	I
Dedicatoria	II
Aprobación del tutor	III
Cesión de derechos	IV
Resumen	V

CAPÍTULO I

Tema	1
Diagnóstico	2
Definición del Problema de Investigación	2
Justificación	2
Objetivos	3
Intencionalidad de la Investigación	3

CAPÍTULO II

2.1. Estado del Conocimiento	4
2.2. Fundamentación Teórica	8
2.2.1. Estudio del Plátano	11

2.2.1.1 Valor Nutritivo	12
2.2.1.2 Historia del Chifle	14
2.2.1.3 Zonas de distribución de plátano en el Ecuador	14
2.2.1.4 Otros productos derivados del plátano	15
2.2.2.-Promoción de Chifle de Plátano - Definición de promoción	17
2.2.2.1.-Técnicas de Ventas	18
2.2.2.2.- Negociaciones	20
2.2.2.4.-Selección de Ferias	21
2.2.3.-Exportación al mercado Chino	23
2.2.3.1.-Reseña de China y su capital Pekín	24
2.2.3.2.-Definición de exportación	25
2.2.3.3.-Fomento a la Exportación	26
2.2.3.4.-Convenios Bilaterales	26
2.2.4.-Logística y exportación	28
2.2.4.1.-Proceso de producción	29
2.2.4.2.-Empaque y Embalaje	38
2.2.4.3.-Presentación del Producto.....	42
2.2.4.4.-Cargue en Planta	42
2.2.4.5.-Transporte local.....	43
2.2.4.6.-Documentación	44
2.2.4.7.-Despacho de Aduanas	44
2.2.4.8.-Transporte Internacional.....	45
2.2.4.9.-Cierre de la Exportación	47
2.2.5.-Balanza Comercial	50
2.2.5.1.-Superávit vs Déficit Comercial.....	52
2.2.5.2.- Beneficios para el País	54

2.3.-Hipótesis	55
2.4.-Variables o criterios de investigación	55
2.5.-Indicadores	56

CAPÍTULO III

3.-Metodología.....	57
3.1.-Universo Muestral.....	57
3.1.1.-Característica Esenciales.....	57
3.2.-Métodos, Técnicas e Instrumentos.....	58
3.3.-Procesamiento de Datos.....	59
3.3.1.-Análisis General.....	66
3.3.2.-Análisis General.....	72
3.4.-Cronograma	72
3.5.-Resultados Productos.....	73
3.6.-Viabilidad o Factibilidad de la Investigación.....	73

CAPÍTULO IV

La Propuesta	74
1.-Titulo de la Propuesta	74
2.-Justificación	75
3.-Fundamentación	76
4.-Objetivos	76
5.-Importancia	77
6.-Ubicación Sectorial y Física	77
7.-Factibilidad	78

8.-Descripción de la Propuesta.....	79
9.-Impacto.....	79
10.-Evaluación.....	80
4.2.-Estados Financieros.....	80
4.2.1.-Presupuesto	80
4.2.2.-Balance Inicial Proyectado	82
4.2.3.-Flujo de Efectivo Proyectado	85
4.2.4.-Estado de Resultado Proyectado	88
4.2.5.-Balance General Proyectado	91
4.2.6.-Determinación Costos Fijos vs. Costos Variables	94
4.2.7.-Gráfico Punto de Equilibrio	96
4.2.8.-Presupuesto de Ingresos	99
4.2.9.-Presupuesto de Gastos	100

CAPÍTULO V

5.1.-Conclusiones	101
5.2.-Recomendaciones	102

Bibliografía.....	103
-------------------	-----

Anexos

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se redacta con carácter profesional, con el fin de la obtención del título de Ingenieras en Comercio Exterior; presentando el tema: PROMOVER LA EXPORTACIÓN DE CHIFLE AL MERCADO CHINO POR PARTE DE LA EMPRESA ECOFRUT

Con el fin de incrementar los destinos, para el envío de los chifles bajo la marca Tropical Gourmet; se ha realizado los estudios pertinentes para que el mismo ingrese al Mercado Chino, este proyecto aportará directamente a la empresa ECOFRUT S.A. y a su vez dará impulso al país acelerando las exportaciones, colaborando en las estadísticas de la Balanza Comercial.

El vigente proyecto se compone de V capítulos comprendidos en:

Capítulo I, análisis y descripción del problema; motivo por el cual no se ha exportado hacia China. Situaciones que han impedido incorporar a este país asiático como cliente, limitando la progresión de las ventas.

Capítulo II, desarrolla la fundamentación teórica, las bases conceptuales, antecedentes que permiten sustentar la investigación.

Estas bases se cimentan en el estudio del plátano, sus bondades; técnicas de ventas, procesos y logística de exportación.

Estadísticas y Balanza Comercial que permitirán medir cifras, evaluar y emitir criterios.

Capítulo III, estudia la metodología de la exploración; encaminada a la búsqueda e implementación de instrumentos de apoyo, diseños de estudio y valoración del propósito.

Capítulo IV, presenta la propuesta con el tema “Diseño de un plan estratégico, para introducir la Marca Tropical Gourmet al Mercado Chino”

Adicional, los Estados Financieros que reflejan los valores de Inversión, y demás rubros que permitirán el progreso y ejecución del plan.

Capítulo V, Indican las conclusiones y recomendaciones; luego del estudio y análisis del proyecto se ultima que el mismo es viable y rentable.

CAPÍTULO I

1.1. TEMA

PROMOVER LA EXPORTACIÓN DE CHIFLE AL MERCADO CHINO POR PARTE DE LA EMPRESA ECOFRUT



1.2.- Diagnóstico

El desconocimiento por parte de la Empresa Ecofrut S.A. en la exportación de Chifles al Mercado Chino, afecta de manera directa en el volumen de sus ventas; al no permitir la diversificación de este mercado, generando como resultado una limitación en su cartera de clientes, así como en sus ingresos.

Ecofrut S.A. nace en 1994 como una empresa ecuatoriana dedicada exclusivamente a la producción de hojuelas de plátano. Su moderna planta de producción, localizada en la cercanía del puerto de Guayaquil, fue diseñada por un grupo internacional de consultores especializados en Snacks con sede en los EE.UU. la planta está equipada con tecnología de punta por empresas líderes en la fabricación de equipos de alta calidad para la industria de Snacks.

¹ECOFRUT sigue la normativa internacional HACCP² para la elaboración de alimentos procesados.

¹ Dpto. de Calidad, empresa Ecofrut S.A

² Entiéndase como HACCP: El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.

1.3.- Definición del Problema de Investigación

El desconocimiento en los procesos de exportación para introducir los chifles de plátano de la marca Tropical Gourmet al país asiático de China, impiden a la empresa ECOFRUT S.A. Incrementar y formar parte de mercado en mención; limitándose a la cartera fija de clientes y a su vez a la generación de ingresos.

Esta situación, conlleva a la restricción y al no avance por generar nuevos horizontes comerciales; conociendo que El país de China desde el año 2010 se convirtió en la segunda potencia económica de todo el mundo, es así que se debe aprovechar esta fortaleza y realizar los estudios de mercado correspondientes para incorporar el chifle de plátano en el mercado de consumo más grande del mundo.

Actualmente la Empresa se encuentra actualizando sus operaciones comerciales con los demás clientes y viendo las expectativas que puede generar el ingreso de la Marca Tropical Gourmet al mercado de China. La puerta de entrada es la experiencia que tienen como exportadores a los mercados de Estados Unidos y Europa.

¿Cómo afecta el desconocimiento por parte de la Empresa Ecofrut, en la exportación de Chifles al mercado Chino durante el período 2012-2013?

1.4.- Justificación

Este proyecto de investigación tiene como finalidad ampliar el panorama de las exportaciones de la empresa Ecofrut S.A, mediante la diversificación de este mercado, aumentando la capacidad productiva para incentivar a que más clientes se sumen a la cadena de consumo a nivel internacional y a su vez pueda contribuir al crecimiento de la Balanza Comercial del Ecuador.

La importancia de la investigación permite la apertura de una nueva ruta en las negociaciones comerciales con un país asiático, siendo esta una oportunidad para que más exportadores se sumen al nuevo reto de buscar otros mercados; generando ingresos, oportunidades laborales y superávit en la Balanza Comercial.

La empresa al Generar nuevas ventas para la sociedad asiática aumentara su experiencia en las exportaciones, y abarcara mejoras en la competitividad de la industria de los Chifles de Plátano en el Ecuador.

1.5.- Objetivos:

General.-

Introducir las exportaciones de Ecofrut S.A. hacia el Mercado Chino a través de ferias, envío de muestras comerciales; de manera que se ampliará el mercado de consumo de Chifles de Plátano, además de generar divisas y beneficios sociales para el país.

Específico.-

- ✓ Exponer el producto en ferias internacionales.
- ✓ Promover el producto y la marca a través de redes sociales.
- ✓ Acercar y acordar citas con posibles clientes.
- ✓ Enviar muestras comerciales a los potenciales clientes.
- ✓ Ofrecer un producto de calidad a través de un proceso logístico adecuado.

1.6.- Intencionalidad de la Investigación

Generar contratos de Compras – Ventas con potenciales clientes para exportar los Chifles bajo la marca ecuatoriana Tropical Gourmet hacia el mercado Chino.

Generar la apertura de un nuevo mercado, para que la marca sea reconocida globalmente, y el producto pueda ser apetecido por más consumidores.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.- Estado del Conocimiento

Haciendo énfasis en nuestra investigación, se ha tomado como referencia al filósofo,

Político y economista inglés John Stuart Mill (1806 - 1873) y al empresario norteamericano Henry Ford (1863 - 1947, creador de la Ford Motor Company.³

El Sr. Mill quien fue parte de la escuela clásica, En su teoría del intercambio introdujo la utilidad como factor determinante del valor de cambio de un bien, a la par con su coste de producción. En el campo de la economía internacional se le debe la introducción del término «relación real de intercambio». Su teoría del valor la presentó en función de los costos de producción en la que los costos monetarios representan fundamentalmente a los costos reales de las utilidades del trabajo y la abstinencia del consumo de los capitalistas.

Por su parte el Sr. Ford, quien fabricaba en serie los coches, los costos de producción del automóvil se reducirían ostensiblemente, lo cual contribuiría a bajar también el precio de venta en la calle, circunstancia que haría aumentar la demanda, el mercado y las ganancias, hoy en día esta idea la conocemos como el Fordismo. Planteamiento que fue utilizado por muchas compañías, el Ingeniero Ford fue fiel a sus ideas sobre la competencia y el libre mercado, no intentó monopolizar sus hallazgos en materia de organización empresarial, sino que intentó darles la máxima difusión; en consecuencia, no tardaron en surgirle competidores dentro de la industria automovilística, y pronto la fabricación en

³ Ford Motor Company: empresa dedicada a la fabricación y ensamblaje de vehículos.

cadena se extendió a otros sectores y países, abriendo una nueva era en la historia industrial.

Si se toma el pensamiento de estos dos grandes personajes para esta investigación, se podrá analizar que con una mayor producción a base de mucho esfuerzo, y un precio acorde al mercado, que este apto para el bolsillo del cliente (incluso de mismo trabajador), se puede generar una ganancia que pueda satisfacer a la empresa y de beneficio a sus trabajadores.

En la historia, siglos antes (XVII) China estuvo en un punto clave para el mercado Europeo, estos veían a China como una fuente de mercado propio donde colocar sus excedentes de mercancías, sin embargo el comercio en el Oriente se veía afectado con otros países, por el aislamiento de sus gobernantes, quienes solo permitían un ingreso limitado de embarcaciones, así como un tiempo corto de estadía.

Con muchos sucesos de por medio tales como las 3 guerras del Opio⁴, un régimen tributario generado por su gran competidor Japón, en 1911, se funda la República China, época de lucha campesina y de aplicación del marxismo.

Finalmente tenemos su ingreso al punto de vista internacional con la inclusión a la Organización Mundial de Comercio en el 2001.

Retomando nuestros orígenes finaliza el siglo XIX y el Ecuador presenta un cambio radical en los principales productos de exportación de ese entonces, estos eran el cacao, y banano mejorando sus precios.

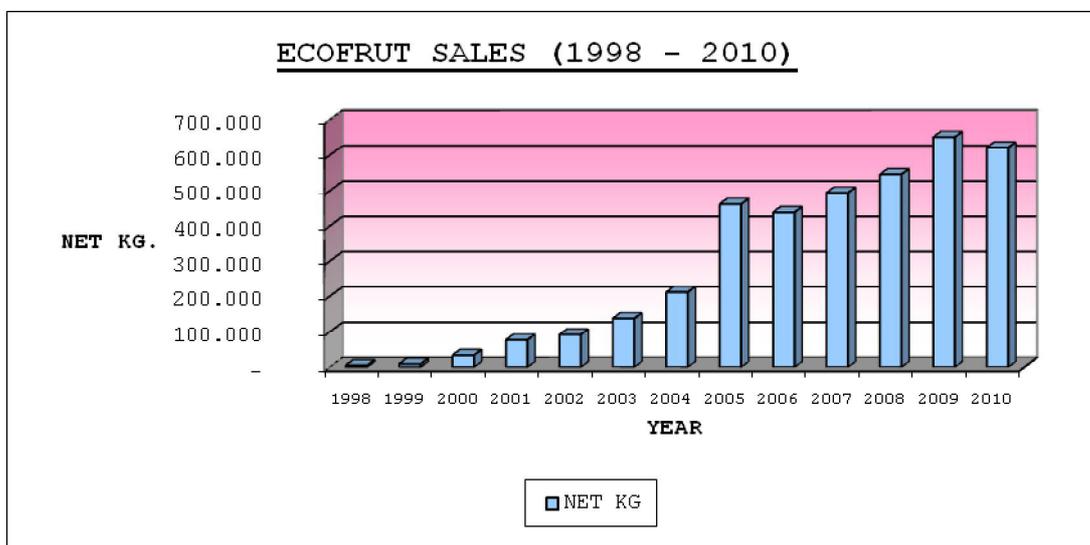
Las exportaciones de chifles ha sido un incentivo para la balanza comercial ecuatoriana en los últimos veinte años, sin embargo aún existen muchos países a quienes llamar la atención en el consumo de este delicioso y saludable producto. Si bien el mercado asiático (en particular el país de China) en los últimos años ha crecido en el nivel de importaciones de productos para consumo humano, la

⁴ Vease: <http://www.claseshistoria.com/imperialismo/resistenciaopio.htm>

búsqueda por diversificar la Marca Tropical Gourmet en este nicho inexplorable aun para las marcas ecuatoriana, es y será una meta significativa y enriquecedora para la empresa Ecofrut S.A.

Según las estadísticas en las exportaciones de Ecofrut los primeros 9 años de iniciadas las exportaciones, se generaron un 40 por ciento de ventas igualitarias. Haciendo una comparación de los últimos años, se puede notar un incremento de las ventas en un 80%.

Gráfico N. 1



Fuente: Dpto. de Exportaciones – Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Esto por el grado de aceptación del producto (Europa, USA, etc.) y por la lealtad que nos han demostrado los clientes, pues se reconoce que debido al alta demanda de este producto otras industrias también se ha inclinado por la producción y exportación de Chifle.

En la agricultura ecuatoriana, el consumo del plátano ha sido establecido como un producto básico en la dieta alimentaria, esto ha derivado a que en la actualidad el Ecuador sea un país exportador y generador de ingresos en este ámbito de la producción. La economía ecuatoriana ha presentado un robusto y continuo

crecimiento en los últimos años, ocasionando varios logros como por ejemplo el no haber sufrido graves consecuencias de recesión durante la crisis económica global de 2009.

Es significativo, destacar la firmeza de la actividad bananera, en el contexto de la economía del País, la exportación de la fruta un antes y después del boom petrolero en la década de los 70 mantiene una posición importante, como fomentador de divisas a la balanza comercial del Ecuador así también fuentes de empleo para el pueblo ecuatoriano, este es un rubro muy importante en comparación de otros rubros productivos (petróleo, camarón, etc.).

Se puede observar que hoy en día la economía a escala internacional ha sufrido cambios incesantes que al Ecuador nos hace tomar el acelerador y salir a toda marcha a generar producción, tomando a los principales productos como la piedra angular de las exportaciones.

No olvidar que la naturaleza juega un papel muy importante en la cosecha del plátano, el medio ambiente ha cambiado mucho a lo largo de estos años, hoy en día se necesita más tiempo para la cosecha, el grado de la fruta debe estar en su punto para un corte perfecto y despacho directo a su cocción.

Las condiciones ambientales de las provincias en donde se cosecha la fruta permiten que la oferta de banano sea constante durante los primeros nueve meses del año⁵ (escases de fruta de Septiembre a Diciembre). Hay un total de 170.897 hectáreas, siendo Guayas, Los Ríos y El Oro, Santo Domingo de los Tsachilas principales provincias productoras.

El banano es una fruta que se produce tanto para la exportación como para el consumo interno y el excedente es utilizado para la elaboración de alimentos

⁵ Entre los meses de Septiembre a Diciembre debido a las bajas temperaturas la producción de plátano tiende a decrecer.

industrializados aptos para el consumo humano como flakes⁶, harina, polvo, banano deshidratado, banano congelado, chifles, puré, etc.).

Para generar valor agregado al producto y aumentar la calidad de servicio, al cliente se le facilitara los costos, la negociación y logística de transporte para el envío del producto al destino que se indique, a esto último mediante cotización con las diferentes navieras que existen en el mercado ecuatoriano y que particularmente se encuentren en la ciudad de Guayaquil.

Se pronostica un aumento de ventas, mediante estudios se ha analizado el mercado chino, China cuenta con 1300 millones de habitantes que a su vez son potenciales clientes, mediante el envío de muestras comerciales de Chifles de plátano, Ecofrut S.A. Encontró aceptación del producto, este envío se realizó para la ciudad capital de China, Pekín (Beijing), y después de haber degustado del producto, indicaron el deseo de comenzar con la importación de un primer pedido.

Siendo una de las primeras empresas en la producción y exportación de chifles, y por la competitividad que se encuentra a nivel local e internacional se puede reflejar en los pedidos la satisfacción del cliente por cada hojuela de plátano cosechado y producido listo para su consumo.

2.2.- Fundamentación Teórica

El plátano es considerado uno de los cultivos más importantes en el mundo, ocupando este alimento el cuarto lugar en importancia, después del arroz, trigo y la leche. Los bananos son consumidos extensivamente en los trópicos de ciertos países del Caribe y Sudamérica (incluido Ecuador), donde se cultivan y en las zonas templadas es apreciado por su sabor, gran valor nutritivo y por la disponibilidad en la mayor parte del año.

⁶ Vease <http://definicion.dictionarist.com/flake>

Las condiciones climáticas adecuadas para el cultivo se ubican entre una latitud de 30° norte y 30° sur del Ecuador, acentuándonos como segundo país exportador de este producto después de Colombia a nivel de Sudamérica.

Entre las acciones que motivo a Ecofrut S.A. a fijar su mirada en China para las exportaciones; es por el estudio su agricultura. Se conoce que este país no cuenta con un suelo fértil, ni con un clima propicio para la siembra de esta planta herbácea; constituyéndose este factor en ventajas para introducir el producto ecuatoriano ya procesado.

Al no conocer el proceso, la tramitología y las posiciones del Mercado Chino, Ecofrut S.A. se encuentra limitado al no explorar nuevos horizontes, perspectivas de negocio; ya que estos factores no permite el crecimiento en la demanda de nuestro fruto.

ECOFRUT S.A. a través de sus 18 años de experiencia como exportadores a Estados Unidos, Europa, Centroamérica y Sudamérica; tiene como objetivo y contando con una capacidad productiva apta para nuevos mercados, incluir a China, como el primer país del Continente Asiático en sus exportaciones de Chifles de plátano resaltando la marca Tropical Gourmet; para lograr sus objetivo esforzándose en la capacitación total de su personal, adquiriendo los conocimientos necesarios para ejecutar el plan propuesto; para de esta forma aportar al fomento de las exportaciones ecuatorianas.

A nivel de país, el gobierno ha realizado la invención de un organismo de apoyo para el comercio exterior; el cual es Pro Ecuador-Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, es la recientemente creada Institución Pública que se encargará de ejecutar las políticas y normas de exportaciones e inversiones del país.

Pro Ecuador tendrá como objetivos:

- Promover la oferta exportable del Ecuador

- Reforzar la presencia del Ecuador en principales mercados.
- Impulsar la cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior.
- Promover la capacitación de inversiones que generen encadenamientos productivos y de tecnología.
- Fomentar la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados.
- Promover la inserción estratégica en el comercio internacional de las empresas: grandes, medianas y pequeñas, y de los actores de la economía popular y solidaria.
- Promover la innovación tecnológica para la diversificación y empoderamiento de la oferta exportable.
- Captar fondos de cooperación para el desarrollo, destinados a los ámbitos de acción del Instituto.
- Administrar la red de Oficinas Comerciales Internacionales.
- Ejecutar los proyectos de inversión.

Para promover también la exportación se cuenta con las Oficinas Comerciales de Ecuador (OCE), las cuales funcionan con el objetivo de potenciar el Comercio Exterior del Ecuador en diversos mercados estratégicos. Son el nexo directo entre las propuestas de negocios extranjeras y los empresarios ecuatorianos.

Actualmente las OCE trabajan bajo la coordinación general del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración y específicamente Pro Ecuador.

La Red de Oficinas Comerciales en el mundo, son aquellas responsables de impulsar la oferta exportable ecuatoriana de bienes y servicios en el exterior.

Dentro de sus funciones tenemos:

- La apertura de nuevos mercados para productos ecuatorianos.

- La exploración de las características de la demanda y el consumo en otros países.
- La identificación de oportunidades comerciales, compradores y requisitos de ingreso a los mercados.
- La participación en eventos de promoción comercial como ferias, misiones comerciales, ruedas de negocio.
- Operan actualmente veinticuatro OCE, distribuidas en todos los continentes, con excepción de Oceanía, en donde la apertura de una OCE en Australia sigue siendo una posibilidad.
- Entre las ciudades donde existen las OCE, tenemos las siguientes:
- Sao Paulo, Hamburgo, Ottawa, Santiago, Seúl, Paris, Tokio, Lima, Ancaras, Caracas, Moscú, Teherán, Los Ángeles, Madrid, Estocolmo, Guatemala, Beijing, Londres, México D.F. Nueva York, Nueva Delhi, Bruselas, Shanghái, Pretoria.
- Destacando que la Ciudad de Pekín (Beijing) la capital de China es nuestro mercado Meta; esta Institución servirá como nexo y apoyo para promover la oferta exportable como es el Chifle de Plátano, obteniendo como resultado la apertura e ingreso de los productos a ofertar.

2.2.1.- Estudio del Plátano

El plátano verde se cultiva (como si fuera una hortaliza) en zonas de la selva tropical; su especie es *Musa Paradisiaca* y pertenece a la familia de las Musáceos, a pesar de que su Origen según estudios, sostiene que proviene de Asia, su cultivo se da en todas las regiones tropicales y subtropicales de América Latina y el Caribe.

Es el cuarto cultivo más importante del mundo, después del arroz, el trigo y el maíz. Además de ser considerado un producto básico y de exportación, constituyendo una importante fuente de empleo e ingresos en numerosos países en desarrollo.

Dentro de las variedades de plátano que se cultivan en el Ecuador están: Barraganete, Enano, Barraganete Común y Dominico, de los cuales los más comerciales son el Barraganete Común y el Dominico. El Dominico apetecido en el mercado interno y el Barraganete en el mercado internacional.



Plátano Barraganete



Plátano Dominico

2.2.1.1.-Valor Nutritivo

El Plátano es muy rico en hidratos de carbono, estos, también llamados Carbohidratos glúcidos o sacáridos, son un grupo de compuestos orgánicos que contiene hidrogeno, oxígeno y carbono. Son los compuestos orgánicos más abundantes en la naturaleza. Aparecen en el reino Vegetal y Animal (procedentes de la fotosíntesis).

Los plátanos son apetecidos, sobretodo en la dieta de los niños principalmente en la edad escolar, también es apetecido por deportistas o para cualquier persona que requiera un bocado en cualquier momento.

Por sus propiedades organolépticas de textura, sabor y aroma, el Plátano ha pasado a formar parte de la dieta alimentaria; ya que posee un alto valor nutritivo el mismo que es rico en vitaminas del grupo B, como la B 6, la cual ayuda a producir anticuerpos, los cuales son necesarios para combatir muchas enfermedades. Mantener la función neurológica normal.

Producen hemoglobina. La hemoglobina transporta el oxígeno en los glóbulos rojos hasta los tejidos. Una deficiencia de vitamina B6 puede causar una forma de anemia.

Descomponen proteínas. Cuanto mayor sea el consumo de proteínas, mayor será la cantidad de vitamina B6 que necesite.

Mantiene el azúcar (glucosa) en la sangre en los rangos normales.

El ácido fólico que, anteriormente conocido como vitamina B9, es importante para la correcta formación de las células sanguíneas, es componente de algunas enzimas necesarias para la formación de glóbulos rojos y su presencia mantiene sana la piel y previene la anemia.

La vitamina A que ayuda a la formación y al mantenimiento de dientes, tejidos blandos y óseos, membranas mucosas y piel sanos. Se conoce también como retinol, ya que produce los pigmentos en la retina del ojo.

Esta vitamina favorece la buena visión, especialmente ante la luz tenue. También se puede requerir para la reproducción y la lactancia.

Los Chifles de Plátano poseen minerales como el potasio, este potencial eléctrico ayuda a generar las contracciones musculares, el impulso nervioso y regular la función cardíaca.

Finalmente tenemos el magnesio, el cual es importante ya que participa en la transmisión de los impulsos nerviosos, en la contracción y relajación de músculos, en el transporte de oxígeno a nivel tisular y participa activamente en el metabolismo energético.

Todas estas vitaminas y minerales hacen del consumo de los Chifles de Plátano un alimento completo y muy adecuado para todas las edades.

2.2.1.2.- Historia del Chifle

Tomás de Berlanga, sacerdote dominico, llegó a la española, hoy República Dominicana y Haití, en 1510. Tomás de Berlanga fue nombrado obispo de Panamá. El rey le ordenó que se trasladara al Perú para que pusiera fin a las conflictivas relaciones de Francisco Pizarro y Diego de Almagro. La gestión fue infructuosa. De Lima pasó a Portoviejo. Durante el viaje de retorno a Panamá fue a parar en el archipiélago de Galápagos, descubrimiento que comunicó al rey. El padre José María Vargas, historiador de arte, recordaba al obispo Berlanga por los episodios mencionados y porque introdujo dos importantes vegetales en el Nuevo Mundo, el plátano y la caña de azúcar. Se dice que trajo las especies de las islas Canarias.

Ya sea por honrar a la Orden de Predicadores o porque de Santo Domingo pasó a la costa del Ecuador, el plátano que se utiliza en algunas composiciones culinarias se denomina “dominico”. Con el verde dominico se hacen los chifles.

2.2.1.3.- Zonas de distribución de plátano en el Ecuador

Ecofrut S.A. cuenta con su propia Hacienda (El Palmar), cuya ubicación es en el Km. 3 de la vía Baba-Guare, en la provincia de los Ríos. Con una extensión de aproximadamente 120 hectáreas de cultivo esta hacienda brinda la facilidad para la siembra, cultivo y la producción del plátano.

A pesar de esto la empresa Ecofrut S.A. también utiliza los servicios de pequeños productores a quienes les compra el plátano (pelado), y los cuales están ubicados en diversas zonas como la provincia de los Ríos, El Oro, Guayas y Oriente.

La planificación para la distribución del plátano consiste en entregas semanales de fruta en la planta de Ecofrut. Para el caso de los productores de plátano independientes, mediante una constante comunicación se les solicita, con una

semana de anticipación planificar las cantidades de fruta que necesitara, así como también el día y fecha de entrega de la fruta.



La fruta que se entregara en la planta de Ecofrut debe estar pelada en su totalidad, limpia, en buen estado⁷, y se la debe entregar por kilos en fundas de color transparente de tamaño grande.



2.2.1.4.- Otros productos derivados del plátano

Existen algunos derivados del plátano con los cuales se puede realizar un sin número de productos, algunos de ellos para su exportación, así también existen derivados que pueden ser desechados ya que no son aptos para su consumo.

Entre los derivados del plátano se puede encontrar la harina de plátano (producto de exportación), utilizado para la elaboración de bizcochos, galletas.

⁷Plátano Limpio y sin impurezas



Harina de Plátano

Los patacones congelados es otra opción en la exportación del plátano, estos después de su respectiva entrega son pelados, troceados, ingresados a la fritura para una semi-cocción, y enseguida congelación, empaquetado y almacenamiento.



Patacones Congelados

En la producción de los chifles existe una cierta cantidad producto que al ser procesado el plátano este genera residuos, estos residuos son conocidos como rechazo. El rechazo se lo vende para la alimentación a una granja criadora de cerdos, en el cantón Duran.

La fibra que proviene de las hojas del plátano sirve para fabricar papel fuerte y se usa para los billetes y bolsitas de té. El 'cáñamo de Manila' es la fibra que se extrae de las hojas de la variedad de plátano 'abacá' que se usa para hacer bolsas y sogas.



Las hojas se usan en la preparación y el almacenamiento de alimentos y en la construcción de techos

Asimismo del Plátano se puede originar la goma de pegar en base a almidón que se extrae de los pseudo-tallos se usa para fabricar los envases de bananas.

2.2.2.- Promoción de Chifle de Plátano - Definición de promoción.

Se trata de ejecutar una serie de técnicas integradas en el plan estratégico de ventas, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un mercado determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de los pedidos.

Mediante la promoción y aplicando las estrategias antes mencionadas se obtendrá como resultado:

- Presencia comercial de la empresa Ecofrut S.A. en China.
- Incrementar las ventas de los Chifles de Plátano.
- Contrarrestar acciones de la competencia.
- Conseguir nuevos clientes.
- Potenciar la marca Tropical Gourmet.

- Generar liquidez económica para la empresa.

2.2.2.1.- Técnicas de Ventas

Debido a que los chinos producen tres veces más alimentos que otros países, y para que Ecofrut S.A obtenga beneficios de las exportaciones hacia China se han aplicado algunas técnicas de venta las cuales se pronostica serán aceptadas por los potenciales clientes.

En la cultura China se conoce que el comprador puede cambiar de opinión incluso antes de tener el contrato listo para firmar, es por esto que la persona encargada del Área de exportaciones planea viajar a China, por petición de la empresa para concordar una cita de negocios. El personal de Ecofrut tiene conocimientos del idioma inglés, y los clientes a contactar a pesar que hablan mandarín también tienen conocimiento del idioma inglés.

Ecofrut se contacto con el consulado de China en la ciudad de Guayaquil y para viajar a China será necesario contar con visa de negocios, los documentos que les solicitan son:

1. Copia de Cedula de Identidad
2. Una fotografía de tamaño carnet
3. Itinerario de viaje o copia del boleto ida y vuelta
4. Reserva del hotel en China



Ecofrut solicitó la reserva para una estadía de cinco días en el hotel de cuatro estrellas Beijing Double Happiness Courtyard.

Las técnicas de ventas empleadas por la empresa Ecofrut S.A consistirá en un descuento especial para las primeras compras, esto quiere decir que por ser compras confirmadas, cada una llevara un descuento del 2% en el precio de venta por cada pedido. Solo se aplicará para las primeras tres compras, sin embargo también la empresa aplicara un descuento de 5% para las compras en las que el 50% del pago se realice por adelantado, el 50% del pago restante lo enviaran al finalizar el despacho de la carga del puerto de origen (Guayaquil).

También la empresa planea el obsequio de 3 cajas de muestras adicionales para cada contenedor, a fin de que el cliente pueda regalar estas muestras y no necesariamente el producto que ha comprado, este plan se aplicaría solo para los primeros 3 meses.

A diferencia de las décadas anteriores, cuando China era muy pobre, los regalos, sobre todo de origen occidental eran muy apreciados. En la actualidad, China produce e importa casi todo lo imaginable y los regalos ya no son una novedad, sin embargo, estos aún siguen siendo bien apreciados y especialmente en las ciudades pequeñas o pueblos, que seguirán desempeñando un papel importante en su relación de negocios.

2.2.2.2.- Negociaciones.

En Ecofrut S.A sus ventas las maneja en dólares. Para las exportaciones de la marca tropical Gourmet hacia China se ha pactado con los potenciales compradores usar esta moneda. ⁸Al confirmar la venta se le proveerá al cliente los datos de número de cuenta y nombre de banco para que pueda realizar la transferencia del pago.

También se planteara el uso de la Carta de Crédito, esta deberá ser a la vista, confirmada e irrevocable. En el caso de que el cliente solicite una compra con la apertura de este documento, el departamento de Exportaciones de Ecofrut requerirá los servicios de su banco en origen, el mismo que cuenta con sus oficinas principalmente el área de Comercio Exterior y será quien se encargue de la tramitología que implica el cobro y pago por la aplicación de este documento. Además para el caso de que el cliente desee aplicar una exportación con Carta de Crédito se la ayudara con el 2% de descuento en su compra.

Las cartas de crédito son instrumentos de pago que se utilizan en las operaciones comerciales para garantizar el cumplimiento de las obligaciones a proveedores y compradores.

La Carta de Crédito también implica costos tanto para el que compra como para el que vende, generalmente los bancos cobran un porcentaje de interés por el total de los valores que se manejan, a pesar de no ser del todo beneficioso Ecofrut S.A. se interesa en mantener una buena relación con el cliente por ello se acepta este tipo de términos.

⁸ Entiéndase como la Actualización de Tasa de cambio de moneda.

2.2.2.3.- Ferias Internacionales

Los ciudadanos chinos consumen el 27 % de los productos de lujo del mundo, equivalente a 145 mil millones de dólares, cifra que representa a un tercio del mercado mundial "premium"⁹.

La importancia de participar en Ferias, es una herramienta promocional que se diferencia de las demás ya que en ella se puede utilizar los cinco sentidos (ver, oír, saborear, tocar y oler) para la promoción de los productos.

*Importancia de la Participación en Ferias.-

Herramienta Promocional.

Se utilizan los cinco sentidos.

Gran herramienta de comunicación.

Centro de reunión, proveedores, distribuidores, vendedores, etc.

Acceso rápido a información de mercados, competencia.

2.2.2.4.- Selección de Ferias.-

La mejor época para la reunión inicial entre proveedores internacionales e importadores/distribuidores chinos es durante trade shows organizados en y por China. Estas conferencias proveen servicios de traducción e infraestructura de negocios, que de otra manera la empresa exportadora debería proveer, con los consecuentes gastos. Esta instancia es útil para completar las gestiones iniciadas en forma remota, para conocer personalmente a los gestores del proyecto y cimentar las bases de futuras colaboraciones.

⁹ <http://definicion.de/premium/>

Puntos a considerar previos a la elección:

- Tener definida una estrategia de Promoción.
- Conocimiento previo de las tendencias del Mercado.
- Conocimiento previo de datos arancelarios, impuesto, transporte, etc.

Conocimiento de la competencia.

*Tipos de Feria:

Ferias Generales.

Ferias Especializadas.

Ferias Multisectoriales.

*Ejemplos:

Ferias Generales: Anuga, Alemania, Sial, Francia.

Ferias Especializadas: Boston Seafood Show, Fruit Logistics, Summer fancy Food, Winter Fancy Food

Ferias multisectoriales: Cantón China¹⁰.

Intermodal

¿Cómo escoger correctamente una Feria?

La elección de la feria a participar dependerá principalmente:

Tipo de Producto

Objetivo de la empresa

Mercado Objetivo

Clientes Potenciales (visitantes de la feria)

¹⁰ Vease <http://camarachina.ec/>

Reputación de los organizadores

Número de visitantes

*Decisiones a tomar, previo a la inscripción:

Presupuesto

Participación conjunta o individual

Stand orientado a la exposición del producto

Requerimientos del stand (localización, tipo, tamaño, etc.)

Condiciones de venta durante la feria.

El mayor y más antiguo trade show en importación/exportación de China es la Feria de Cantón, que se celebra en forma bi-anual en la ciudad de Guangzhou, y cuenta con 55 años de historia. Las costumbres y reglas de etiqueta de negocios merecen un estudio por anticipado. Por ejemplo, al repartir tarjetas de negocio, debe empezarse por el oficial de mayor rango, y continuar en forma descendente siguiendo la jerarquía. Al dar o recibir las tarjetas o impresos informativos deben usarse ambas manos. Las posiciones en una mesa de conferencia o durante una comida también deben seguir la jerarquía de los participantes. Estas reglas de protocolo son determinantes de un buen primer contacto en persona, y merecen estudio detenido y cuidadoso.

2.2.3.- Exportación al mercado Chino

La línea de productos Tropical Gourmet es bien conocida en los Estado Unidos y Europa, en los últimos años los gustos de los habitantes de China se ha inclinado a primero notar que es lo que consumen en los otros continentes, también se sabe que los habitantes de China cuidan de cierta manera algo extrema su salud. los habitantes de China prefieren comprar y consumir productos que vienen de otros países antes que consumir producto de su región, esto debido a los

acontecimientos de los últimos años; adulteración de los productos en fábricas, violación de las normas de calidad, entre otros.

2.2.3.1.- Reseña de China y su capital Pekín

China es el país más poblado del mundo, con aproximadamente 1.300 millones de habitantes, lo que hace que sólo por la cantidad de posibles clientes sea ideal para exportar. En los últimos años en China la población rural pasó de 71% a 64% y la urbana de 29% a 36%, la población se agolpa principalmente en la zona oriental, sobre la costa de los mares de China meridional y oriental. La provincia más poblada es Sichuan con más de 100 millones de habitantes, en una superficie equivalente a la de España. La densidad media en el este del país, es de 300 habitantes por kilómetro cuadrado y en el oeste de 40.

El crecimiento demográfico de China es bastante rápido. Con arreglo a las estadísticas, en 1949 la población china fue de 540 millones. A partir de la década del 70, el Estado ha venido aplicando la política de planificación familiar consistente en "procreación sana y buena crianza", logrando que el índice de natalidad se redujera del 34,11 por mil en 1969 al 16,57 por mil en 1997, y la tasa de crecimiento vegetativo, del 26,08 por mil al 10,06 por mil. De conformidad con la tasa de crecimiento vegetativo de 1970 a 1997, se calcula que durante más de 20 años de aplicación de la planificación familiar, en China hubo unos 300 millones de habitantes menos.

China con casi 1300 millones de habitantes se divide entre étnicas, existen un total de 56 minorías, las que superan o se aproximan a los 5 millones son los zhuang, los manchúes, los hui, los yi, los miao, los uigur, los tujia, los tibetanos y los mongoles, y entre éstas la población de los zhuang sobrepasa los 15 millones, siendo la más numerosa de las minorías étnicas.

Pekín, también conocido como Beijing es la capital de la República Popular China y compone el corazón cultural, político y social del país. Se trata de una ciudad vibrante y caótica en constante evolución que se desarrolla a pasos de gigante mientras lucha por mantener su carácter tradicional.

Pekín es una ciudad de contrastes en la que los modernos rascacielos se alzan majestuosos junto a las pequeñas casas tradicionales ubicadas en los antiguos hutongs¹¹ de la ciudad.

2.2.3.2.- Definición de exportación

La palabra Exportación tiene su origen en el vocablo latino -exportatio- y menciona la acción y efecto de exportar (vender mercancías a otro país). La exportación también es el conjunto de mercancías o géneros que se exportan.

Puede decirse, que una exportación es un bien o servicio que es enviado a otra parte del mundo con fines comerciales. El envío puede concretarse por distintas vías de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo. Incluso puede tratarse de una exportación de servicios que no implique el envío de algo físico. Ese es el caso de quienes ofrecen su trabajo a través de Internet y lo envían en formato Digital (documentos de texto, imágenes, etc.).

¹¹ <http://spanish.china.org.cn/spanish/hutong/index.htm>



2.2.3.3.- Fomento a la Exportación

El fomento a las exportaciones se da cuando un país brinda oportunidades o facilidades a sus empresarios para exportar hacia otros países con los cuales tengan convenios o tratados internacionales que agilicen el ingreso de la mercancía.

El fomento a la exportaciones también se da cuando el gobierno de un país le brinda a sus empresarios facilidades para la producción y exportación de sus productos, por ejemplo en el caso de los agricultores vemos al gobierno proveyendo de urea para sus tierras, sabemos que la urea brinda mas nutrientes a las tierras que debido a con el paso del tiempo se debilitan necesitan ser más cuidadas.

2.2.3.4.- Convenios Bilaterales

No existen muchos convenios comerciales con China a lo largo de la historia sin embargo, se dieron un total de siete convenios en los ámbitos de cooperación, comercio y seguridad entre Ecuador y China en el transcurso del 2012.

Se firmó un acuerdo de cooperación técnica y económica entre ambos países, que contempla una donación a Ecuador de USD 4,7 millones, y un canje de notas sobre la donación de dos equipos de escaneo de contenedores avaluado en USD 6,5 millones.¹²

Los empresarios chinos también manifestaron la intención de instalar una fábrica de autos para que el país sea un distribuidor para toda la región. También hay interés por la creación del vuelo directo entre Ecuador y China.

Del lado ecuatoriano se presentó al Gobierno chino el marco jurídico que rige el comercio, las inversiones y la producción en el país. Además, se suscribió un memorando de entendimiento de cooperación entre la Secretaría Nacional del Agua (Senagua) y el Instituto del Río Yangtsé.

Además, se analizó la posibilidad de concretar un acuerdo comercial, con el fin de incrementar las exportaciones nacionales hacia regiones chinas.

Aunque las exportaciones no petroleras de Ecuador hacia la República Popular China son relativamente pequeñas, Ecuador tiene su vista, y la orientación de su economía, fijada cada vez más en el Pacífico. El país tiene una solicitud pendiente de afiliación como miembro del foro Asia-Pacífico... En la cumbre de APEC en Hanoi, Vietnam, en noviembre 2006, la República Popular China votó por apoyar las aspiraciones de Ecuador y Colombia para hacerse miembros del

¹² Fuente: <http://www.telegrafo.com.ec/actualidad/item/ecuador-y-china-firmaron-convenios-sobre-cooperacion-comercio-y-seguridad.html>

foro. Luego, en una visita a Ecuador en Marzo de 2007, el miembro del politburó chino Li Changchun afirmó que China apoya a Ecuador para hacerse socio de dicha organización.

Aunque la China ha indicado que su apoyo depende de las opiniones de los otros miembros de APEC, con excepción de algunas reservas planteadas por Japón, la solicitud de Ecuador se ve de manera favorable, y probablemente va a seguir adelante.

Ecuador también ha solicitado su ingreso a la Asociación de Naciones del Asia Sureste (ASEAN). Tanto como para APEC, la China ha manifestado su apoyo a la solicitud de Ecuador de afiliarse a la ASEAN.

Con seguridad, la aceptación de Ecuador a estos dos foros va a profundizar el enfoque de Ecuador en China y otros países asiáticos como socios comerciales.

Si el ingreso a APEC y ASEAN puede jalonar a Ecuador hacia Asia, la expiración de la Andean Trade Preferences Drug Enforcement Act (ATPDEA) puede empujar a Ecuador por este rumbo.

Bajo las condiciones de ATPDEA, una gran variedad de productos ecuatorianos podrían entrar al mercado estadounidense sin aranceles.

El vencimiento de estas preferencias va a aumentar la tarifa para los productos ecuatorianos que entran a las EEUU desde 0% a 17%, eliminando así muchos de los incentivos para los exportadores ecuatorianos que buscan seguir enfocándose en los mercados estadounidenses, y forzándolos a centrar más sus actividades en otros mercados como los asiáticos. Como una indicación de esta dinámica, el presidente de Ecuador comentó específicamente que, como reacción al vencimiento del convenio, Ecuador tendría que mirar aún más hacia Asia, y específicamente hacia la China, para mantener su mercado comercial.

2.2.4.- Logística y exportación

Se explicará en forma breve la siguiente exportación:

La Empresa RUIFUHANG FOOD TRADE CO. LTD. Realizó una compra a la empresa ECOFRUT S.A.

Orden de Producción: RF01-2013

Producto: Plantain Chips “Tropical Gourmet” Clasificadas de la siguiente manera:
600 Cajas Salted 85gr. 400 Cajas Spicy 85gr. Y 288 Cajas Sweet 85gr.

Factura Proforma: RF01-2013

Packing List: RF01-2013

Factura Definitiv: RF01-2013

Forma de Pago: La empresa Ecofrut S.A. ha solicitado a la empresa RUIFUHANG FOOD TRADE CO. LTD. El envío del 50% del total de la factura para iniciar el proceso de producción y el 50% previa confirmación de zarpe del buque.

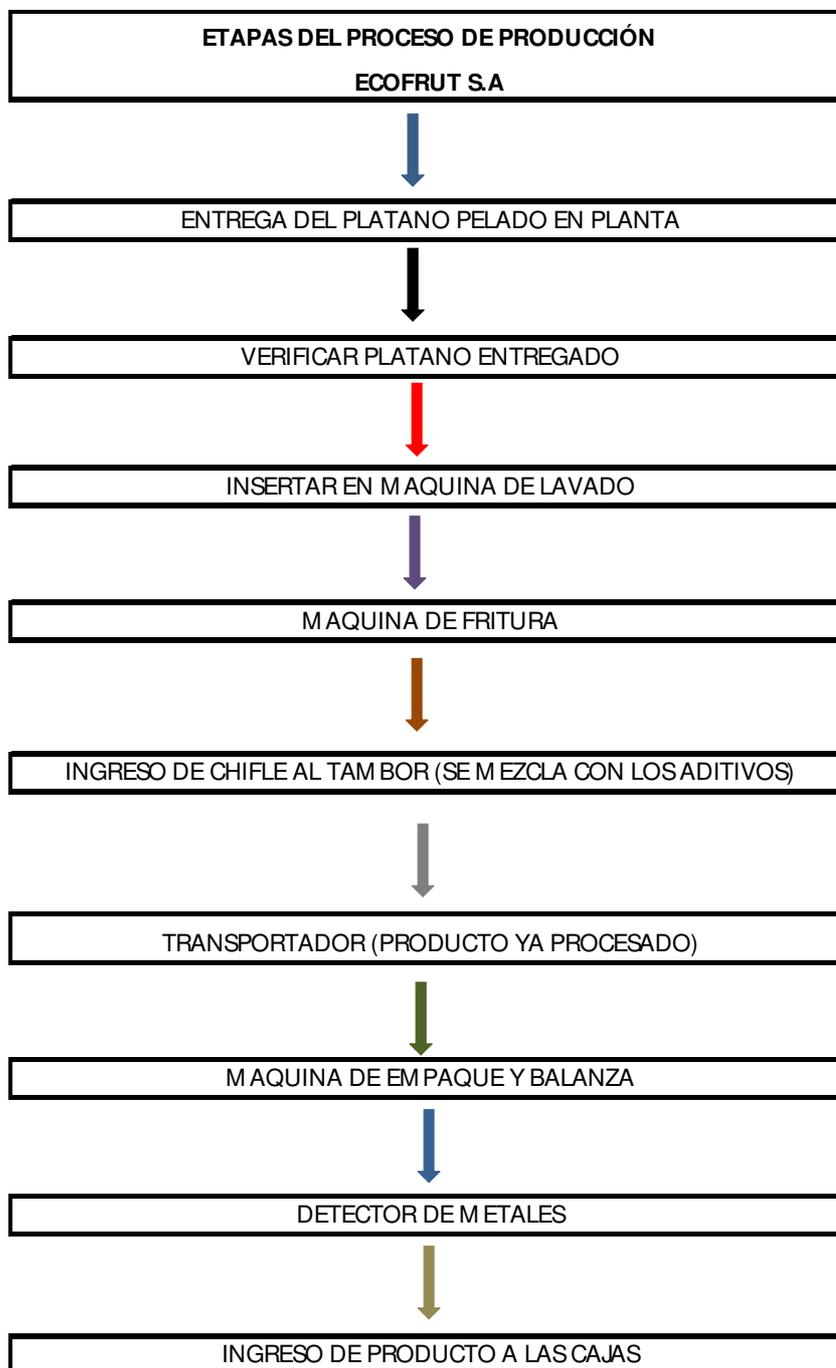
Pedido: Contenedor1 x 20 St.

Término de Negociación: FOB

Puerto de destino: Tianjin

2.2.4.1.- Proceso de producción

Gráfico N. 2



Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Departamento: Control de Calidad

Resumen de funciones

Dar soporte en la implementación. Estandarización (normalización), con base en los requisitos del cliente, regulaciones nacionales e internacionales para el aumento de competencia de la organización.

Elaboración, Revisión, Actualización e Implementación de Procedimientos y Registros requeridos para el desempeño de los procesos de la organización.

Planificar, asegurar, controlar y mejorar cada uno de los requerimientos legales y regulatorios, estándares voluntarios y demás requisitos que requieran y puedan mejorarse.

Deberes mayores y responsabilidades:

- Documentar, mantener e implementar cada uno de los procedimientos actuales para el desempeño del sistema de gestión de seguridad alimentaria vigente.
- Verificar el fiel cumplimiento de lo establecido en cada uno de los componentes del SGSA.¹³
- Planificación y Realizar Auditorías internas de seguimiento y verificación para el Sistema de Seguridad e Inocuidad Alimentaria Creación e Implementación de procedimientos y registros para implementación del SGSA.
- Identificar cambios que se requieran ser revalidados o validados para la eficacia del SGSA.

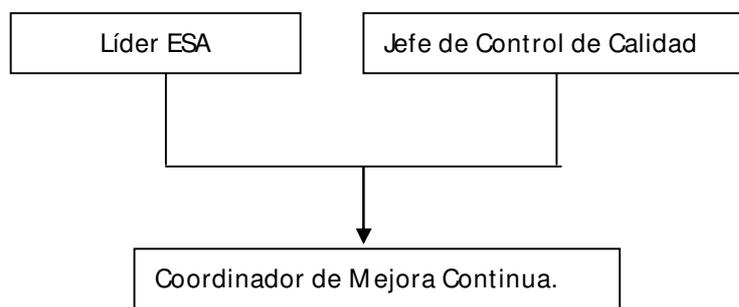
¹³SGSA: Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria

- Actualización del Sistema Gestión de Seguridad Alimentaria.
- Gestionar el cumplimiento de los objetivos e indicadores del SGSA.
- Coordinar y dar seguimiento a las actividades del Equipo de Seguridad Alimentaria.
- Mejora continua del SGSA.

Requerimientos/responsabilidades para la seguridad alimenticia:

- Informar e Identificar los problemas con el Sistema de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos.

Relación de la organización



Departamento: Control de Calidad

Resumen de funciones

Realizar Análisis (materia prima, producto en proceso, producto terminado, cloro residual), obtener resultados cuidando que no se salgan de parámetro establecidos por las especificaciones, en caso de suceder informar inmediatamente a la Jefe de Control de Calidad.

Deberes mayores y responsabilidades:

- Realizar Análisis a la materia prima, producto en proceso y producto terminado.
- Análisis para la Seguridad del Agua (Cloro Residual)
- Dosificación de Insumos utilizados en la elaboración del producto terminado.

Requerimientos/responsabilidades para la seguridad alimenticia:

Informar e Identificar los problemas con el Sistema de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos.

Relación de le organización

Jefe de Control de Calidad

Analista de Control de Calidad

Departamento: Control de Calidad

Resumen de funciones

- Planificación, aseguramiento, control y mejora de la Calidad en todos los procesos de manufactura de productos de la Empresa ECOFRUT S.A.

Deberes mayores y responsabilidades:

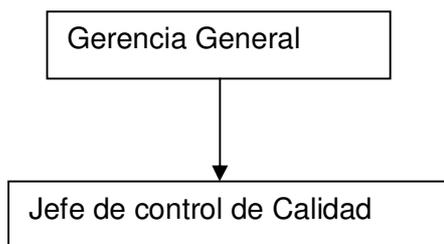
- Es responsable del asegurar la calidad de materia prima, productos en procesos, productos terminados, insumos, materiales de empaque.
- Asegurar y mantener la calidad de los alimentos procesados, mediante implementación de medidas de control de proceso así como también de higiene y sanitización para prevenir contaminación en los productos terminados.
- Analizar los resultados de forma objetiva para planificar, asegurar, controlar y mejorar los procesos, además de la actualización tecnológica de la empresa en lo que refiere a aseguramiento de calidad.
- Es responsable de verificar el estatus de cumplimiento de cada uno de los indicadores de aseguramiento de calidad.
- Gestionar las quejas y reclamos.
- Representante técnico de la Empresa, realizar trámites en Instituto de Higiene "LIP/CONSEP"¹⁴/Jefatura de Salud.
- Desarrollo e innovación de Productos.
- Tramitar las compras de equipos y/o insumos de Producción y Control de Calidad.
- Elaboración/Revisión/Aprobación de Artes y formatos para empaques primarios y secundarios respectivamente, de los productos procesados en ECOFRUT S.A.
- Responsable del área de microbiología.
- Responsable de metrología.

Requerimientos/responsabilidades para la seguridad alimenticia:

Verificación de las actividades descritas por el SGSA, identificación de desviaciones, comunicación de situaciones que afecten a la seguridad alimentaria.

Relación de le organización

14 CONSEP: Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas



Departamento: Aseguramiento de la Calidad

Resumen de funciones

Liderar el equipo para la Seguridad e Inocuidad Alimenticia, asegurar el entrenamiento y educación de los miembros del equipo, asegurar que el Sistema de Gestión de Seguridad e Inocuidad Alimenticia se establezca, mantenga y actualice y reportar a la alta Gerencia la efectividad y conveniencia del Sistema de Gestión de Seguridad e inocuidad Alimenticia.

Deberes mayores y responsabilidades:

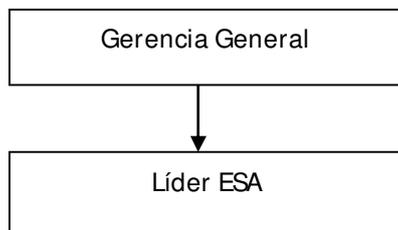
- Nombrar a los miembros del equipo para la Seguridad e Inocuidad Alimenticia.
- Implementación del SGSA.
- Convocar mensual al comité para revisar, actualizar y verificar el cumplimiento de lo descrito en el Sistema de Seguridad e Inocuidad Alimenticia.
- Reportar a la alta Dirección.

Requerimientos/responsabilidades para la seguridad alimenticia:

- Dirigir al Equipo de la Inocuidad de los Alimentos y organizar su trabajo
- Asegurar que se establece, implementa, mantiene y actualiza el Sistema de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos.

- Informar a la alta dirección de la organización sobre la eficacia y adecuación del Sistema de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos.

Relación de la organización



Departamento: **Exportaciones**

Resumen de funciones:

- Identificar potenciales clientes así como el desarrollo de los actuales.
- Planificar el orden de ejecución de los pedidos.
- Brindar asesoría a los clientes con relación al desarrollo de sus marcas privadas.
- Planificar, Revisar y Coordinar el Programa de Embarques que debe ejecutarse cada semana previa coordinación con los Departamentos de Producción y Calidad.
- Supervisar que las operaciones en la planta, proceso de producción y stock de materiales sean manejados bajo el esquema de "justo a tiempo".
- Generar reportes estadísticos de las exportaciones y desarrollar cuadros comparativos de ventas.
- Controlar y Supervisar las tareas relacionadas a la Logística de Exportación.
- Cumplir con lo descrito y aplicable del SGSA.

Deberes mayores y responsabilidades:

- Gestionar la actividad de la empresa en el mercado exterior: cerrar negocios, rentabilidad, presentación, promociones y desarrollo de los productos.
- Definir una estrategia de marketing (estudios de mercado y de la competencia), estrategia de venta (con el fin de ingresar en los distintos mercados extranjeros).
- Establecer nuevos contactos comerciales en diferentes países y dar seguimiento a las relaciones con los clientes ya comprometidos.
- Supervisión y control de los riesgos de exportación: cobranzas y seguros de exportación.
- Es responsable de comunicar la información necesaria de la compañía y los productos retirados a las autoridades reglamentarias/reguladores y al cliente/consumidor.
- Comunicar los cambios o nuevos requisitos de los clientes.
- Realizar las encuestas de satisfacción del cliente.

Requerimientos/responsabilidades para la seguridad alimenticia:

Tiene la responsabilidad de informar a las personas indicadas sobre los problemas con el Sistema de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos.

Relación de la organización

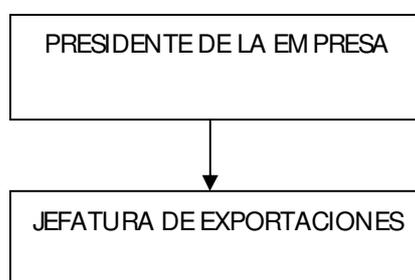
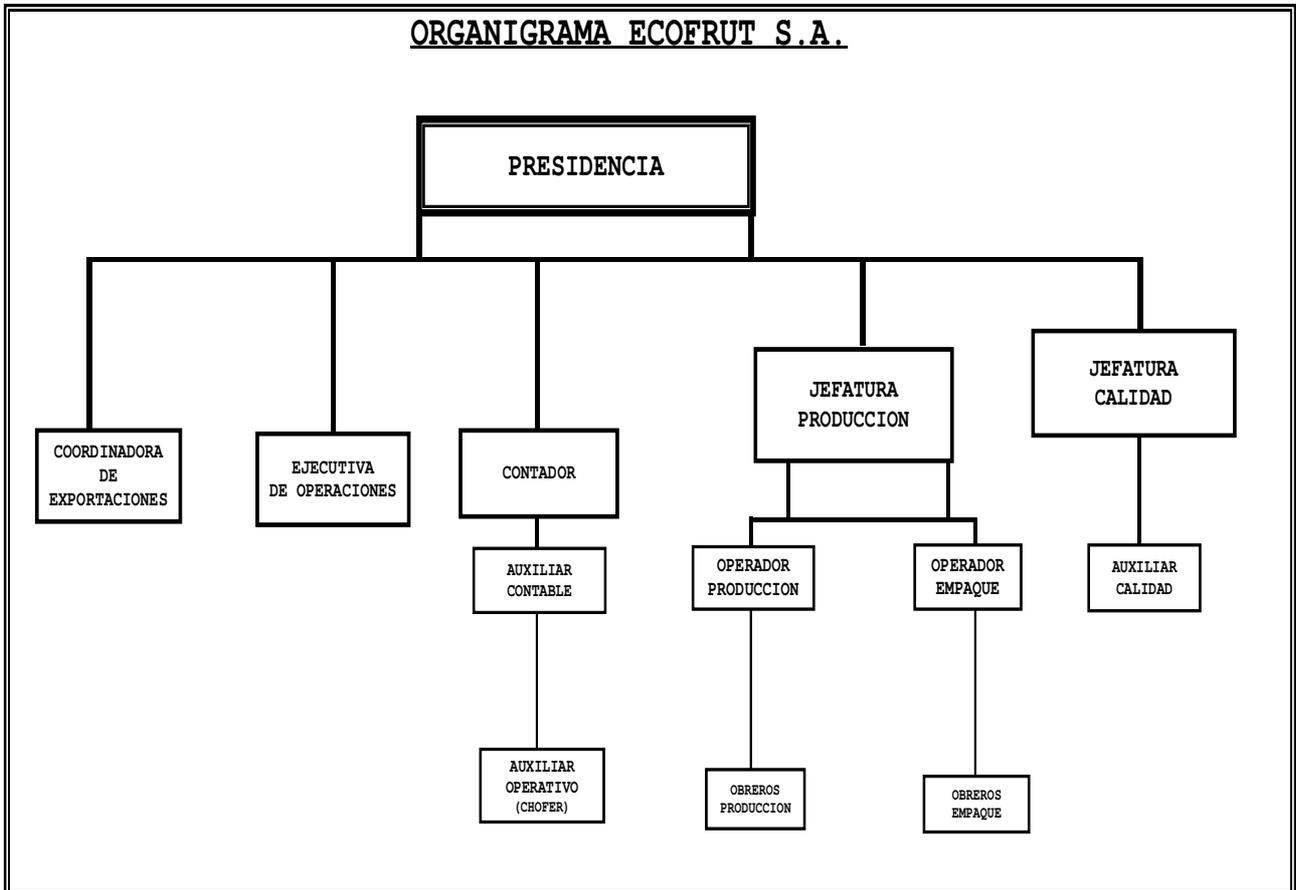


Gráfico N. 3



Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

2.2.4.2.- Empaque y Embalaje

El empaquetado de las fundas se lo realiza en una maquina empaquetadora la cual está preparada para este tipo de producto.

La funda debe ser reciclable y contener la siguiente información:

- Nombre del producto
- Nombre y origen de los principales ingredientes
- Volúmenes y pesos netos
- Vida en percha
- Manera de conservación
- Nombre y lugar del importador

- Lugar de Origen

El color de las letras y marcas usadas para etiquetar deberá ser en contraste con el fondo.

Las letras de la etiqueta deben ser uniformes y de 8 puntos por lo menos o de 5.5 puntos si el paquete es de 150 cm², o menos.

El origen de los ingredientes se lo pueden poner en paréntesis.

La vida en percha debe estar cerca de las instrucciones de almacenamiento.

Como los chifles deben ser consumidos una vez abierta la funda, deberá incluirse en las fundas las palabras “Use by date” (使用日期)¹⁵.

Empaque:

Las cajas, pallets o empaques de exportación debe tener la siguiente información externa:

Shipping Marks:

Debe colocar la marca en al menos dos lados del empaque externo en el formato siguiente: Marcas

Peso bruto/Peso neto: XXXX kg Tamaño: largo × ancho × altura en cm País de Origen: Ecuador

¹⁵ Ver: <http://translate.google.com.ec/?hl=es&tab=wT#es/zh-TW/>



Como se puede ver en el ejemplo, no hay problema el que las marcas y el arte quede como manifiesta la bolsa del producto, lo que se debe colocar son todas las propiedades técnicas fecha de fabricación, fecha de caducidad, país de origen, dirección del cliente, teléfono del cliente en china, nombre de la empresa importadora, son los requerimientos mínimos.

La máquina empaquetadora presenta las siguientes características:

Cambio de tubo formador para diferentes anchos de bolsas.

Conforma las fundas a partir de rollos de polipropileno que es con lo que se produce el empaque.

Transporta el producto sin romperlo o estropearlo por medio de bandeja vibratoria desde la tolva hasta la balanza de pesaje.

El sellado deber ser en tres lados, una costura posterior vertical y dos costuras horizontales dentadas por mordazas de temperatura constante.

La estructura es fabricada en acero inoxidable que garantiza una alta calidad y durabilidad, cumpliendo además con exigencias sanitarias para envasado de productos alimenticios.

Soporte para la bobina con guías de centrado.

Arrastre automático de la bolsa conformada con centrado de la impresión por medio de sensor de marcas.

Accionamiento electro neumático para el sellado vertical, horizontal y para el corte.

Corte de la funda en zig-zag o recto, por accionamiento neumático.

Controles de temperatura con termocuplas¹⁶ para las mordazas de sellado vertical y horizontal.

De ser requerido puede ser construida para sellado de polietileno, por sellado de impulsos.

Las fundas se las conoce como Film, son fabricadas por la empresa Celoplast S.A ubicada ¹⁷en el norte de la ciudad de Guayaquil, estas fundas se compran en forma de rollos, su costo se da por el peso de cada rollo.



Las fundas ya con producto incluido son puestas en cajas fabricadas por la empresa Cartopel SA. Quienes también tienen contrato con Ecofrut S.A. para su elaboración, esta empresa está ubicada en la ciudad Cuenca.



Las cajas que Ecofrut S.A. utiliza son de cartón corrugado con un espesor de 1.5 mm. El formato de producto por caja es de dimensiones: 50cm de ancho x 28 cm de largo x 16cm de alto ingresan 24 fundas de 85g. En cajas con dimensiones 50cm de ancho x 29 cm de largo x 28 de alto cm ingresan 48 fundas de 85g.

¹⁶ Vease: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Termocuplas/4831936.html>

¹⁷ Dirección: Av. C. J. Arosemena. Km. 2

2.2.4.3.-Presentación del Producto

El producto con el que cuenta Ecofrut S.A. para exportar tiene las siguientes presentaciones:

Sabores: Salado (salted), Dulce (Sweet), Picante (Spicy) y Ajo (Garlic).

Tamaño: Fundas 142g (grande), 85g (mediano), 40g (pequeño).



Las empresas Chinas mostraron su interés más por la marca Tropical Gourmet en los Sabores Salted, Spicy and Sweet.

2.2.4.4.- Cargue en Planta

Al terminar el proceso y el empaquetado del producto las cajas son puestas en pallets, Ecofrut S.A. cuenta con plataformas para transportar los pallets con las cajas dentro del contenedor.

Las plataformas (mulas) tienen un marcado de dirección (trasero) y ruedas de doble 3" diámetro de las ruedas de carga, con un objetivo y la inserción en la plataforma muy simple. Incluye asas y controles de pie.

La empresa cuenta con un muelle donde se estaciona el transporte con el contenedor, para que la mula ingrese al contenedor hay una plancha metálica que se cruza entre el muelle y contenedor.

Debido a que la carga es suelta el personal se encarga de ingresar y posicionar las cajas dentro del contenedor

Con respecto a la estiba en un contenedor de 20ST ingresan 1288 cajas, mientras que en un contenedor de 40HC ingresan 3000 cajas.

2.2.4.5.- Transporte local

Ecofrut S.A. tiene un contrato con la empresa de transporte CORTRADEC S.A¹⁸. Al tener listo el producto a exportar se confirma con la naviera la fecha de embarque, la naviera envía vía correo electrónico la orden de retiro del contenedor, con esta orden el departamento de exportación de Ecofrut se comunica con la empresa de transporte para planificar el día y la hora en que la unidad debe retirar el contenedor de los depósitos donde se encuentre, para que a su vez pueda estar en la planta.

Cuando el transporte llega con el contenedor a planta se procede a embarcar la carga, el tiempo que se origina depende, si es un contenedor de 20St el tiempo es de aproximadamente una hora y treinta minutos, si es contenedor de 40HC el tiempo aproximado es entre dos y treinta minutos a tres horas.

Una vez finalizada la estiba se procede a cerrar puertas del contenedor y despachar el transporte rumbo al puerto Marítimo.

¹⁸ CORTRADEC: Corporación de Transportistas del Ecuador

2.2.4.6.- Documentación

Mientras el contenedor está siendo cargado el departamento de exportación se encarga de reunir la documentación para que el transporte pueda ingresar al puerto sin contratiempos.

La mayoría de los contenedores ingresan por el puerto de Contecon, en ciertas ocasiones suelen ingresar por los puertos de Aretina y Naportec.

Los documentos a reunir son:

- ✓ AISV ¹⁹ documento que Ecofrut lo genera vía internet en el sistema del puerto (ya sea Contecon, TPG²⁰, etc.).

Este documento es primordial para el ingreso del contenedor al puerto ya que contiene toda la información del despacho.

- ✓ Lista de empaque el cual contiene datos de las cajas, peso del producto.
- ✓ Guía de embarque con datos del destino, puerto de ingreso y datos de la carga
- ✓ Documento Aduanero de Exportación (DAE).

La Declaración Aduanera de Exportación (DAE) lo genera el Agente de aduana, quien vía electrónica se encarga de procesarlo y enviarlo a la empresa para poder incluirlo con la demás documentación.

- ✓ Guía de Remisión con datos de la carga necesaria para el transportista mientras se dirige hacia el puerto, esto en caso sea consultado por un agente de la comisión de transito.

2.2.4.7.- Despacho de Aduanas

En el puerto al ingresar la mercadería se debe cancelar un valor por concepto de Handling, esto significa mover el contenedor desde el transporte hacia el barco.

¹⁹ AISV: Autorización para el Ingreso y Salida de Vehículos

²⁰ TPG: Terminal Portuario de Guayaquil

Este es un gasto local S.A. tiene que cancelar para que la carga pueda ser despachada a su lugar de destino.

Así también puede suceder por casos fuera del control de la empresa las inspecciones antinarcoóticos de la mercancía antes que ingrese al barco, estas pueden ser pre-embarque como inspección- aforo. Los gastos que incurren por estas inspecciones son canceladas por la empresa sin recargos hacia el cliente.

2.2.4.8.- Transporte Internacional

Ya despachado el contenedor en el buque asignado, la naviera junto con la empresa Ecofrut proceden a la revisión del Bill of Lading. Generalmente la emisión de los Bill of Lading²¹ (BL) originales se entregan en el país de destino de la mercadería, esto a fin de que el cliente pueda recibirla antes que su pedido ingrese al puerto en destino y así pueda retirar la carga sin contratiempos.

²¹ Vease <http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+I-B+p-717+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/bill+of+lading.htm>

Gráfico N. 4

SHIPPER Ecofrut S.A. Km. 5,5 Autopista Durán-Bolicho R.U.C. 0991191277001 Telf: 2-804404		GYE GYE-28458	
CONIGNEE RUIFUHANG FOOD TRADE CO., LTD CONTACT/CONTACTO: IRENE LIANG TITLE/CARGO: PRESIDENT/PRESIDENTE XUNMEI COMMUNITY, FENGZE DISTRICT FUJIAN - BEIJING.		 EXPOTRADE Kennedy Norte, Av. Miguel H. Alcivar y Eugenio Almazan Edificio Inrapallo Mz. 207, Solar 1, Planta Baja, Of:2	
NOTIFY THE SAME AS CONSIGNEE			
VESSEL MAERSK		ORIGINAL GUAYAQUIL-ECUADOR	
MAERSK NIJMEGEN		TIANJIN GYE-28458	
Marsk & Numbers TCLU578969 SEAL # B4G70265 T0137604	No. Of Pkgs or Shipping unds 1 CNT	Description Of Goods & Pkgs 20 ST. Container STC: 1288 CASES PLANTAIN CHIPS: 600 Cases Salted Plantain Chips 85GR. 400 Cases Spicy Plantain Chip 165GR. 85 Cases Sweet Plantain Chips 85GR. AES ITN:X20121210004007 ****RELEASE ORIGINALS @ DESTINATION**** *****ALL CHARGES COLLECT*****	Gross Weigth 6728.00 Kg 14832.55 Lb
Ocean Freight 1X 20 St. 1800 BL ORIGEN 55 total 1855			
China Shipping 86-22 60455562 MAERSK NIMEGEM SHIPPING ON BOARD: 17/ENERO/2013			

Guayaquil January 17, 2013

Fuente: Forwarder Expotrade S.A

Elaborado por: Las Autoras

La empresa ha solicitado una cotización de flete internacional hacia el destino China, para un contenedor de 20 Standard, el Bróker Expotrade S.A. presento la siguiente opción:

ECU-2012-Q-11-E-FC-0119



Fecha : 9 de Noviembre, 2 012
Ciente : Ecofrut S.A
Contacto : Srta. Carolyn Toro

Ref: Cotización Embarques Exportación Marítimo - hacia Puertos Chinos:

Términos: FOB
Servicio: Marítimo FCL
Origen: Guayaquil, Ecuador
Destino: Tianjin, China

Flete Marítimo:

Destination Port	20' ST	Transit Time	Salidas	Naviera
Tianjin	\$ 1.800,00	30 días	Semanal	Hanjing

Cargos Locales en Origen

Documentacion	\$ 50,00	x B/L	+ IVA
Handling Naviera	\$ 45,00	x/cont	+ IVA
Handling DAMCO	\$ 50,00	x B/L	+ IVA
Transferencia Export	\$ 90,00	x/cont	+ IVA, para fletes pagados en Ecuador
OTHC	\$ 115,00	x/cont	MOL + \$ 15 + IVA si el pago es en Ecuador
B/L fee	\$ 25,00	x/cont	+ IVA, si la emisión es en origen

** En caso de Inspeccion Antinarcocticos \$ 350 + IVA, en cualquier operador portuario, ya incluye los costos por el espacio, alquiler de montacargas y cuadrillas por 2 horas

** Si es fin de semana costo por Inspeccion \$ 400+ IVA

* En caso de requerirse sello adicional el mismo tiene costo de USD 25+ Iva por sello

Esperamos haber cumplido sus expectativas. En caso de requerir información adicional no dude en contactarnos.

Observaciones:

-Tarifa válida hasta el 31 de Enero, 2 013

-Tarifa no aplica para carga peligrosa o sobredimensionada.

-Tarifa incluye BAF y CAF, los mismos que son variables y se ajustan mes a mes.

-Tarifa sujeta a confirmación, espacio en el buque y disponibilidad de equipos.

-La emisión de una nueva factura por responsabilidad del cliente tendra un valor de \$ 15 + IVA.

-Valores a pagar a Contecon, TPG, Banapuerto o cualquier operador portuario son responsabilidad del exportador

2.2.4.9.- Cierre de la Exportación

La exportación finaliza con el envío de la documentación al cliente, los documentos son enviados en un sobre sellado al destino que el cliente en mención indique. La documentación a entregar se detalla a continuación:

- ✓ Factura Comercial

- ✓ Lista de empaque del producto despachado
- ✓ Certificado de Origen ingresado en el sistema Ecuapass y entregado por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).
- ✓ Certificado de Calidad

Los certificados de calidad son todavía opcionales al momento de exportar un producto pero sin duda el poseer una certificación de calidad emitida por un ente público o institución privada de acreditación facilita el acceso a un mercado. Sin embargo, lo que sí es obligatorio para exportar son las verificaciones y registros realizados por los diferentes entes de control sanitario, los cuales, involucran inspecciones en los establecimientos y permiten la emisión de certificados sanitarios de exportación.



En el caso del Certificado de origen para realizarlo es necesario ingresar al sistema de la aduana con la firma digital de la persona encargada del dpto. de exportación, pues será con la firma digital que se podrá autorizar el traspase del certificado de Origen después de su revisión y aprobación.



En el caso de China el certificado de preferencias que aplica es el Certificado para terceros Países el cual está vigente. En este caso, aplicará el arancel

correspondiente a terceros países (origen no preferencial) y sin beneficio ni rebaja arancelaria alguna. Una vez realizado el despacho, el exportador puede solicitar la expedición de un certificado “a posteriori”, cuya presentación en la aduana de importación, permitiría beneficiarse, siempre de forma justificada y con carácter excepcional, del tratamiento arancelario más favorable que corresponde al país de origen de la mercancía.

Certificado de Inspección otorgado por la Empresa Felvenza S.A



Ecofrut mantiene un contrato con la empresa Felvenza la cual está encargada de la inspección en planta de la mercancía a exportar.

Al momento de citar el contenedor en planta también se le envía un correo a Felvenza solicitando un inspector. Cada inspector está dotado de una cámara fotográfica y cinta de embalaje propia de su empresa; con estos instrumentos el Sr. Inspector verifica las cajas, le toma fotos al producto, cierra las cajas y confirma por medio de la lista de empaque, que el producto a ingresar en el contenedor es el indicado.

Las fotografías tomadas son para el formulario que llenara el inspector y posterior entrega de un Certificado de Inspección con los sellos y firmas del representante de la empresa de la compañía inspectora.

Finalmente la exportación concluye con el envío de la factura SRI más tres copias legibles de Bill of Lading (en sobre sellado) al Agente de aduana con el que trabaja la empresa Ecofrut S.A. para que realice el ingreso al sistema de la aduana los datos que generaron la exportación. Esta información se cruzara con el sistema del Servicio de Rentas Internas para los respectivos análisis en los meses que realizan las declaraciones de los impuestos.

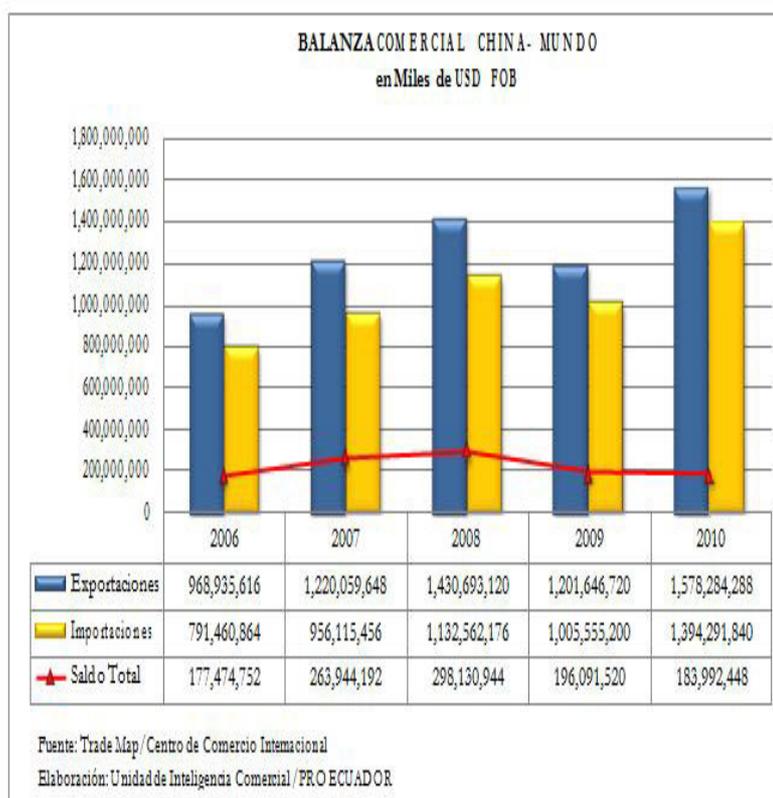
2.2.5.- Balanza Comercial

El término balanza se asimila a la posibilidad de que el país se encuentre "equilibrado", cuando el saldo que resulta de restar las importaciones a las exportaciones es cercano a cero.

La balanza se considera desequilibrada cuando este mismo saldo es mayor (superávit) o inferior (déficit) a cero.

Balanza Comercial de China

Gráfico N. 5



Principales productos importados por China

En la Tabla No 6., se presentan los 15 principales productos importados por China en el período 2006–2010, se detalla la participación para el año 2010.

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR CHINA DESDE EL MUNDO

Gráfico N. 6

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR CHINA DESDE EL MUNDO								
Miles de USD								
Subpartida	Descripción	2006	2007	2008	2009	2010	TCPA 2006-2010	Participación 2010
2709.00	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos.	66,411,904	79,858,328	129,330,936	89,255,594	135,112,480	19.43%	9.69%
8542.31	Circuitos integrados : Circuitos electrónicos integrados : Procesadores y controladores	-	79,773,528	80,904,544	70,947,528	86,033,864	-	6.17%
2601.11	Minerales de hierro y sus concentrados sin aglomerar	18,859,400	30,937,516	57,069,520	47,047,800	75,207,224	41.31%	5.39%
9013.80	Los demás dispositivos, aparatos e instrumentos de óptica.	32,796,880	41,947,660	45,041,488	35,123,596	46,835,396	9.32%	3.36%
8542.32	Circuitos integrados : Circuitos electrónicos integrados : Memorias	-	24,903,272	22,813,392	21,755,034	34,940,468	-	2.51%
8542.39	Circuitos integrados : Circuitos electrónicos integrados : Los demás	-	19,465,808	22,052,284	23,680,270	30,861,476	-	2.21%
2710.19	Destilados de petróleo ligero, no especificado en otra parte	15,118,383	15,715,018	27,285,528	15,401,571	20,033,786	7.29%	1.44%
1201.00	Habas de soja, incluso quebrantadas.	7,488,868	11,473,093	21,815,276	18,787,276	25,078,512	35.28%	1.80%
8471.70	Unidades de memoria.	13,294,906	14,881,369	17,348,324	16,681,988	20,769,870	11.80%	1.49%
8473.30	Partes y accesorios de máquinas de la partida 8471	18,179,904	16,836,360	14,978,151	13,123,686	18,658,298	0.65%	1.34%
8542.21	Circuitos integrados monolíticos, digitales (exc. tarjetas provistas de un circuito integrado)	79,953,688	-	-	-	-	-100.00%	0.00%
7403.11	Cátodos y secciones de cátodos, de cobre refinado	5,223,828	10,291,542	9,804,319	15,580,922	21,708,998	42.78%	1.56%
8517.70	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	-	13,858,570	13,574,506	13,905,328	16,979,026	-	1.22%
8534.00	Circuitos impresos.	8,697,299	10,777,979	11,064,648	9,461,177	12,084,250	8.57%	0.87%
8529.90	Las demás partes identificables para emisores de radiotelefonía, radio	19,262,444	7,657,519	8,148,741	6,050,875	7,108,317	-22.06%	0.51%
	Demás Productos	506,173,360	577,737,894	651,330,519	608,752,565	842,879,875	13.60%	60.45%
	TOTAL PRODUCTOS	791,460,864	956,115,456	1,132,562,176	1,005,555,200	1,394,291,840	15.21%	100.00%

Fuente: Trade Map/Centro de Comercio Internacional

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial /PRO ECUADOR

Balanza Comercial de Ecuador

2.2.5.1.- Superávit vs Déficit Comercial

Inversión Extranjera Directa (Miles de dólares)

Gráfico No. 7

País / Años	2008 (2)	2009 (2)	2010 (2)
TOTAL	1.005.699,0	318.896,9	167.296,3
AMÉRICA	558.550,1	267.603,2	90.302,6
Estados Unidos	-14.636,7	-37.547,0	6.741,8
ASIA	49.392,4	69.523,9	44.864,8
China	46.537,6	56.296,9	44.959,8
Chipre	22,4	4.671,9	-
Corea del Sur	422,6	518,1	381,4
Filipinas	1.900,0	12.750,0	-
Israel	122,9	-76,4	479,7
Japón	2.866,2	68,4	58,2
Rusia	240,7	63,3	11,0
Singapur	-2.922,7	-5.294,0	-1.536,7
Taiwán	-3,0	252,0	-294,0
Otros países	205,7	273,7	805,3

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Las Autoras

Indicadores del Sector Externo: Balanza de Pagos

Se llama Balanza de Pagos a la relación entre la cantidad de dinero que un país gasta en el extranjero y la cantidad que ingresa de otras naciones. El concepto de balanza de pagos no sólo incluye el comercio de bienes y servicios, sino también el movimiento de otros capitales, como la ayuda al desarrollo, las inversiones extranjeras, los gastos militares y la amortización de la deuda pública.

Millones de dólares

Gráfico No. 8

EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS					IMPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS					P.I.B
Bienes (1) Total	Petroleras	No petroleras	Servicios	TOTAL	Bienes (1)			Servicios	TOTAL	
h=i+j	i	j	k	l=h+k	m=n+o	n	o	p	q=m+p	t
19.460,8	11.720,6	7.740,2	1.441,6	20.902,4	17.912,1	3.357,8	14.554,3	3.013,0	20.925,2	54.208,5
14.412,0	6.964,6	7.447,4	1.336,5	15.748,6	14.268,5	2.338,3	11.930,1	2.618,3	16.886,8	52.021,9
18.137,1	9.673,2	8.463,9	1.473,4	19.610,5	19.641,1	4.042,8	15.598,3	3.018,8	22.659,9	57.978,1
PORCENTUALES CON RESPECTO AL PIB										
EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS					IMPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS					
Bienes Total	Petroleras	No petroleras	Servicios	TOTAL	Bienes			Servicios	TOTAL	
					Total	Petroleras	No petroleras			
31,1	15,0	16,1	5,2	36,3	22,5	1,6	20,9	7,8	30,3	
22,7	8,9	13,7	4,1	26,7	24,3	1,2	23,2	6,7	31,1	
21,3	8,3	13,0	3,6	24,8	24,9	0,9	24,0	6,5	31,4	
22,7	9,2	13,5	3,1	25,8	22,4	2,6	19,8	5,7	28,1	
24,4	13,0	11,4	3,1	27,5	23,5	3,0	20,5	6,0	29,6	
28,3	15,9	12,4	2,7	31,1	26,3	4,6	21,6	5,8	32,1	
31,6	18,1	13,5	2,5	34,1	27,4	5,7	21,6	5,6	33,0	
32,7	18,3	14,4	2,6	35,3	28,7	5,7	23,0	5,7	34,3	
35,9	21,6	14,3	2,7	38,6	33,0	6,2	26,8	5,6	38,6	
27,7	13,4	14,3	2,6	30,3	27,4	4,5	22,9	5,0	32,5	
31,3	16,7	14,6	2,5	33,8	27,4	4,5	22,9	5,0	32,5	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

Balanza de Pagos**Miles de dólares****Gráfico No. 9**

Transacciones \ Período	2008	2009	2010
1 CUENTA CORRIENTE (A+B+C+D)	1.461,2	-90,4	-1.794,3
A Bienes	1.548,7	143,6	-1.504,0
A1 Exportaciones	19.460,8	14.412,0	18.137,1
Mercancías generales	19.069,5	14.126,6	17.766,4
Mercancías según CAE	18.818,3	13.863,1	17.489,9
Petróleo y derivados	11.720,6	6.964,6	9.673,2
Las demás	7.097,7	6.898,4	7.816,7
Comercio no registrado (3)	251,2	263,5	276,5
Otras exportaciones	391,2	285,4	370,7
A2 Importaciones	-17.912,1	-14.268,4	-19.641,1
Mercancías generales	-17.889,3	-14.245,6	-19.618,3
Mercancías según CAE	-17.737,3	-14.096,9	-19.468,7
Bienes de consumo (4)	-4.037,4	-3.119,5	-4.306,4
Otras	-13.699,9	-10.977,4	-15.162,2
3 ERRORES Y OMISIONES	-184,2	-124,9	-119,1
BALANZA DE PAGOS GLOBAL (1+2+3)	933,9	-2.647,2	-1.212,3
FINANCIAMIENTO	-933,9	2.647,2	1.212,3
Activos de reserva (8)	-952,2	681,0	1.170,0
Uso del crédito del FMI	-	-	-
Financiamiento excepcional	18,3	1.966,2	42,3

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

2.2.5.2.- Beneficios para el País.

El Ecuador se beneficiará con el aumento de más puestos de trabajos, futuras inversiones por parte de empresarios extranjeros y reconocimiento a nivel mundial por parte de nuestros productos con marca ecuatoriana. La industria agrícola

umentara la producción de plátano para satisfacer la alta demanda de este producto.

2.3.- Hipótesis

Realizando la promoción exhaustiva del chifle en el mercado Chino, la empresa Ecofrut S.A encontrará clientes potenciales e incentivará mediante una competencia leal a que demás empresas puedan o deseen expandirse en la búsqueda de nuevos mercados.

2.4.- Variables o Criterios de Investigación

V.I.- Realizar la promoción exhaustiva del chifle en el mercado Chino.

V.D.- Ecofrut S.A encontrará clientes potenciales para la exportación.

Gráfico No. 10

VARIABLES	CONCEPTOS	INDICADORES	INSTRUMENTOS	INDICES
INDEPENDIENTE	POSICIONAMIENTO DEL MERCADO CHINO	* ESTUDIO DEL MERCADO CHINO	CHARLAS, CONFERENCIAS, TECNICAS DE EXPORTACION.	PROEQUADOR
		* TECNICAS DE NEGOCIACION	* CAMPAÑA PROMOCIONAL PARA INTRODUCCION DEL PRODUCTO	DEPARTAMENTO DE EXPORTACION
		APERTURA DE MERCADO CHINO	FERIAS, REUNIONES-CONTACTOS	CAMARA ECUATORIANO-CHINA
DEPENDIENTE	DIVERSIFICACION DEL MERCADO CHINO	PROCESO LOGISTICO-DOCUMENTAL	CONSTANTE COMUNICACIÓN	DEPARTAMENTO DE EXPORTACION
		* OFERTA EXPORTABLE	* PERSONAL IDONEO EN LA ELABORACION DEL PRODUCTO	AEREA DE PRODUCCION
		* INCREMENTO EN VENTAS	* PROCESO LOGISTICO ADECUADO Y DE CALIDAD	

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

2.5.- Indicadores

1. Estudio del Mercado Chino.
2. Técnicas de Negociación.
3. Apertura del Mercado Chino.
4. Proceso Logístico Documental.
5. Oferta Exportable.
6. Incremento en Ventas.

CAPÍTULO III

3.- METODOLOGÍA

La presente investigación es de nivel Exploratorio porque nos permitirá la apertura y estudio de un mercado, el cual nos ayudará a crear estrategias para lograr posicionamiento en el mercado.

Diseño del Estudio

Según el Diseño Cuantitativo, este trabajo es de Investigación-Acción, porque está orientado a la búsqueda y apertura hacia el Mercado Chino, evitando así la limitación en la diversificación de clientes; contribuyendo al crecimiento de la empresa.

3.1.- Universo Muestral

El universo es de 25 personas, es estratificada porque va dirigida a departamentos específicos de la Entidad Comercial; es no probabilística tomada por juicio de expertos, dirigidos a profesionales entendidos en el tema y comprendidas entre:

Dpto. Producción: 20 Personas

Dpto. de Exportación: 5 Personas

3.1.1.- Características Esenciales:

La población es homogénea, porque los departamentos a quienes van dirigidos los instrumentos se encuentra entrelazados en una comunicación y coordinación permanente.

El proyecto será desarrollado en tiempo actual, respecto al espacio; está enfocado a las áreas de Producción y Exportación de la empresa Ecofrut S.A.

3.2.- Métodos, Técnicas e Instrumentos

Se usarán las siguientes técnicas para esta investigación:

*Encuesta

Datos Informativos:

Empresa: Ecofrut S.A.

Encuesta dirigida a: Dpto. de Exportación/Producción.

3.3.- Procesamiento de Datos

EMPRESA: ECOFRUT S.A.
ENCUESTA DIRIGIDA A: PERSONAL DEL DPTO. DE EXPORTACIÓN
DIRECCION: KM. 5 1/2 AUTOPISTA DURAN BOLICHE
FECHA: 30 de Octubre 2012

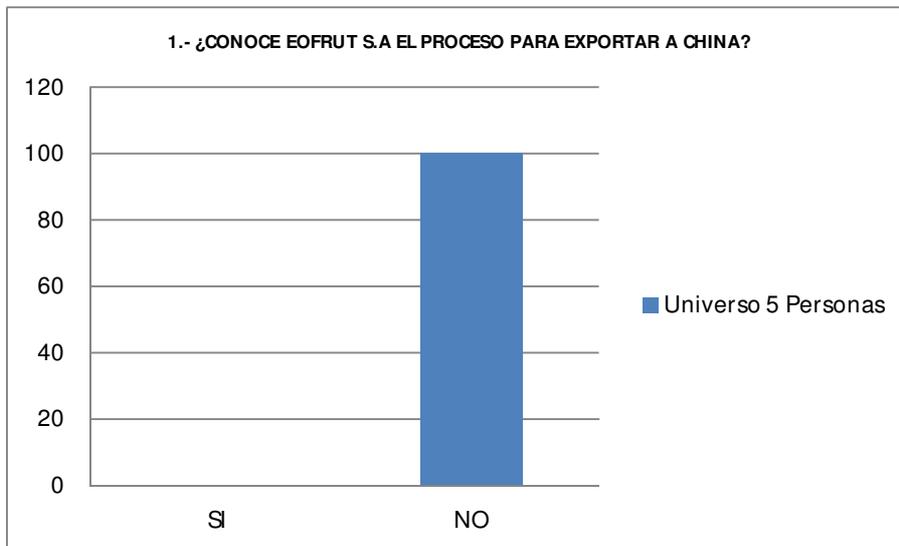
1.- ¿CONOCE ECOFRUT S.A EL PROCESO PARA EXPORTAR A CHINA?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	0	0
NO	5	100
TOTAL	5	100

FUENTE: ECOFRUT S.A

ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 11



ANÁLISIS:

Es por este motivo (el no tener mucho conocimiento para exportar a China) el esfuerzo de la Empresa en acrecentar sus directrices al consumo en el mercado Chino mediante estudios y análisis.

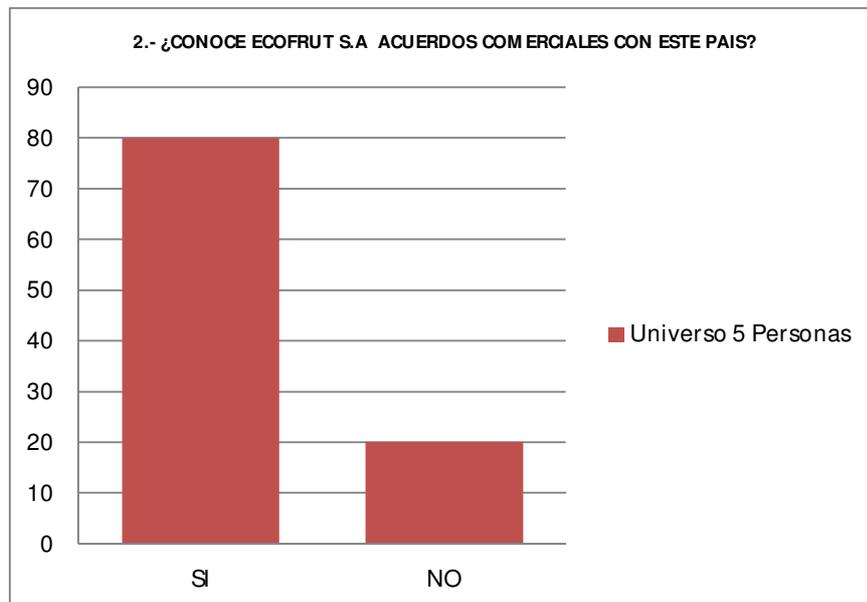
2.- ¿CONOCE ECOFRUT S.A ACUERDOS COMERCIALES CON EL PAÍS DE CHINA?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	4	80
NO	1	20
TOTAL	5	100

FUENTE: ECOFRUT S.A

ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO Y CAROLYN TORO

Gráfico No. 12



ANÁLISIS:

Tenemos el conocimiento de los tratados existente entre el Ecuador y China, es por esto que las posibilidades de generar ventas y ganancias se incrementan.

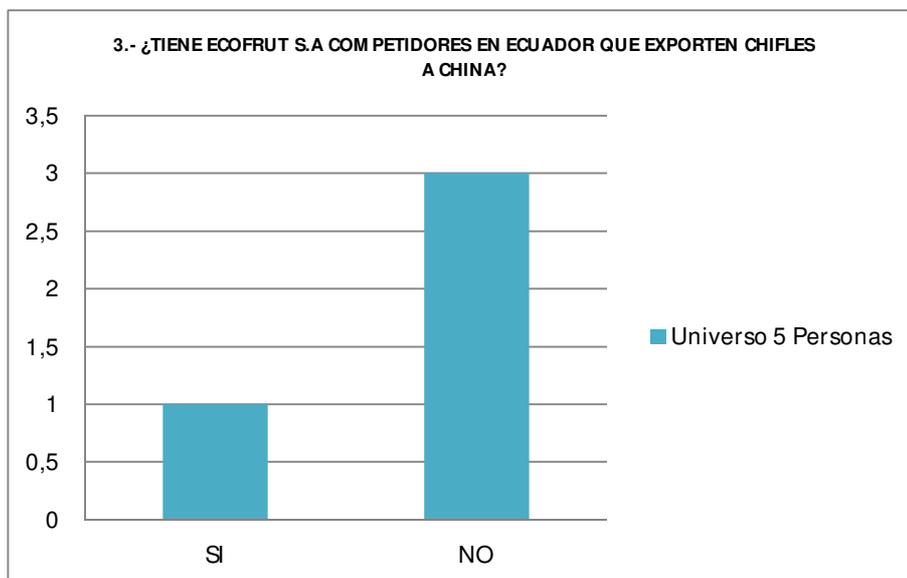
3.- ¿TIENE ECOFRUT S.A COMPETIDORES EN ECUADOR QUE EXPORTEN CHIFLES A CHINA?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	1	25
NO	3	75
TOTAL	4	100

FUENTE: ECOFRUT S.A

ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 13



ANÁLISIS:

Ecofrut S.A. estuvo investigando el mercado interno ecuatoriano y confirmó que existe el interés de un competidor por exportar hacia China, sin embargo también se confirmó que Ecofrut S.A. tiene sus pasos más avanzados con respecto a este competidor.

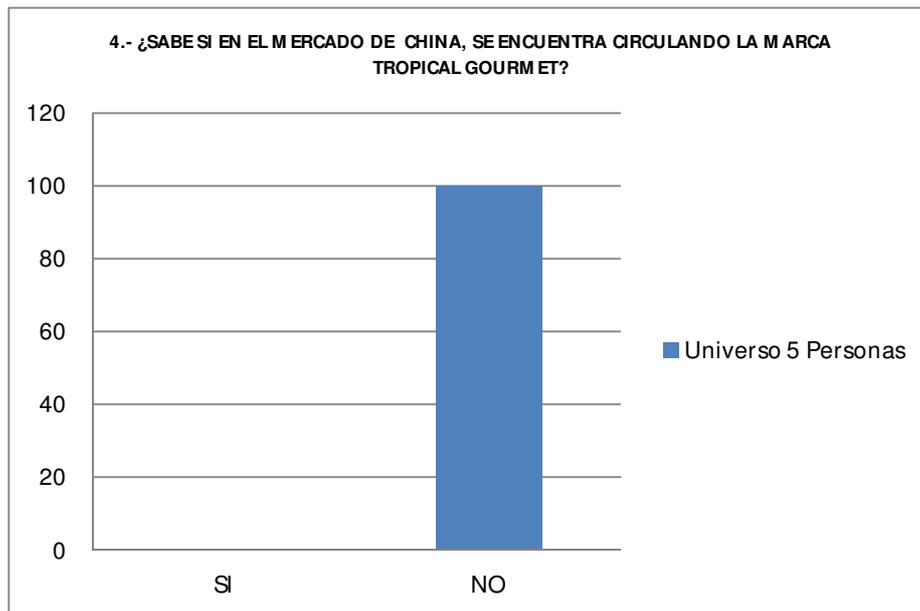
4.- ¿SABE SI EN EL MERCADO DE CHINA SE ENCUENTRA CIRCULANDO LA MARCA TROPICAL GOURMET?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	0	0
NO	5	100
TOTAL	5	100

FUENTE: ECOFRUT S.A

ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 14



ANÁLISIS:

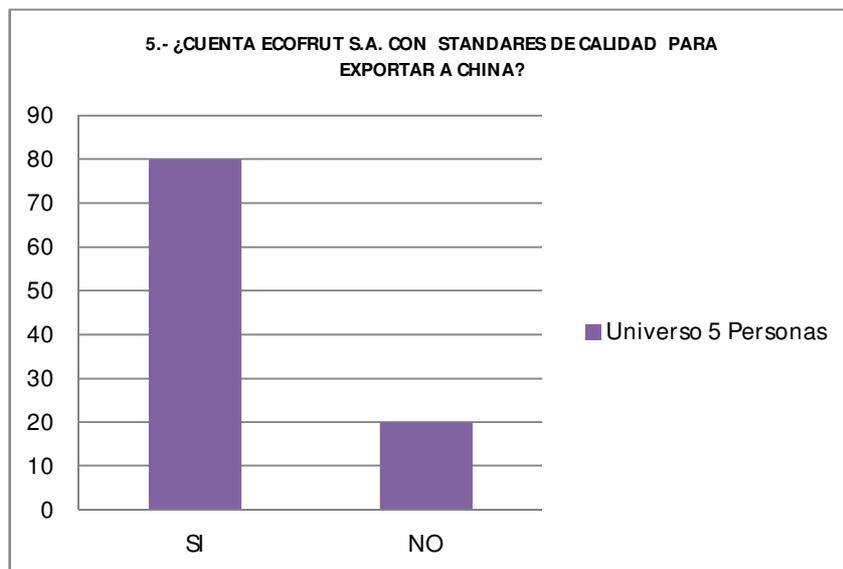
Definitivamente sabemos que no existe el producto Tropical Gourmet en China, en un trabajo en conjunto con Pro Ecuador se realizó el estudio de la marca en China (Pekín) y los resultados fueron positivos.

5.- ¿CUENTA ECOFRUT S.A. CON STANDARES DE CALIDAD PARA EXPORTAR A CHINA?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	4	80
NO	1	20
TOTAL	5	100

FUENTE: ECOFRUT S.A
 ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 15



ANÁLISIS:

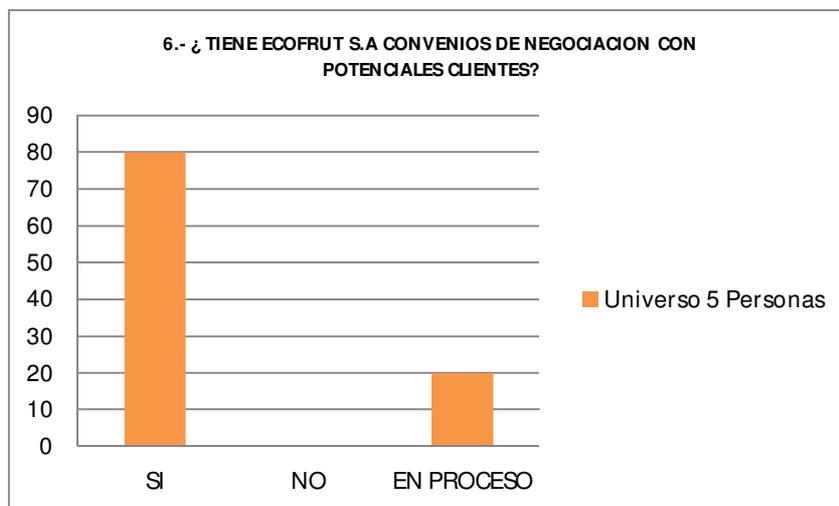
Ecofrut S.A cuenta con estándares de calidad, también estos momentos se encuentra en proceso de aplicación del ISO 22000 el cual es el máximo estándar internacional para los alimentos procesados.

6.- ¿TIENE ECOFRUT S.A CONVENIOS DE NEGOCIACIÓN CON POTENCIALES CLIENTES?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	4	80
NO	0	0
EN PROCESO	1	20
TOTAL	5	100

FUENTE: ECOFRUT S.A
 ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 16



ANÁLISIS:

Correcto, Ecofrut S.A. ha estado en negociaciones con los potenciales clientes en China para asegurar tanto las ventas como posición en el mercado Chino.

7.-¿CUENTA ECOFRUT S.A CON LA LOGÍSTICA PARA LA ENTREGA DEL PRODUCTO Y LA RESPECTIVA DOCUMENTACIÓN AL CLIENTE EN DESTINO?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	5	100
NO	0	0
QUIZAS	0	0
TOTAL	5	100

FUENTE: ECOFRUT S.A

ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 17



ANÁLISIS:

Mediante contratos con las navieras que tienen destinos hacia China, así como las respectivas empresas de transporte se puede generar los fletes a costos razonables para generar la exportación.

3.3.1.- Análisis General

Se puede ver que la Empresa Ecofrut S.A tiene las habilidades para comenzar con las exportaciones hacia China. Según se denota ellos tienen conversaciones sostenidas con potenciales clientes de la ciudad de Pekín, la marca Tropical Gourmet²² no tiene circulación en mencionada ciudad.

A su vez Ecofrut S.A tiene estándares de calidad y está en proceso de obtención de la norma ISO 22000 la cual es la máxima norma internacional para los alimentos procesados, precisamente por tener potenciales cliente en la región de Pekín los cuales están interesados con una primera venta de un contenedor de 20St con producto variado (salado, dulce y picante) con tamaño de 85g. Ellos se han adelantado a investigar los temas logísticos para facilitar la primera exportación.

²² Tropical Gourmet es Marca Registrada en Ecuador por Ecofrut S.A

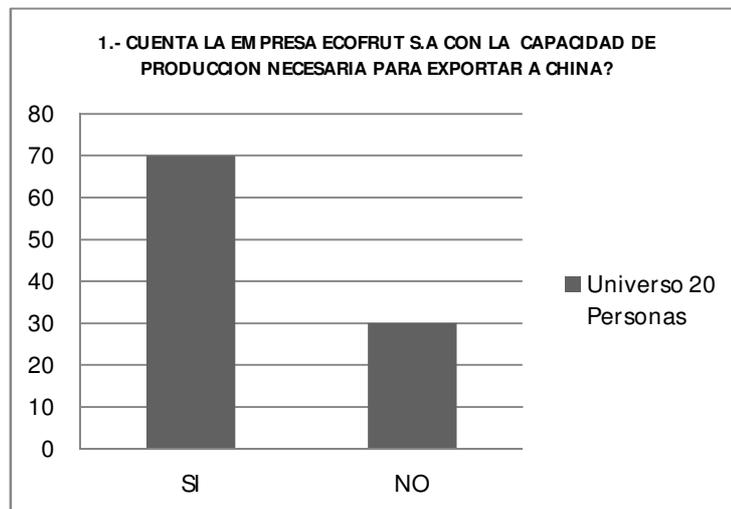
EMPRESA: ECOFRUT S.A.
ENCUESTA DIRIGIDA A: PERSONAL DEL DPTO. DE PRODUCCIÓN
DIRECCIÓN: KM. 5 1/2 AUTOPISTA DURAN BOLICHE FECHA:
FECHA: 30 de Octubre de 2012

1.- ¿CUENTA LA EMPRESA ECOFRUT S.A CON LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN NECESARIA PARA EXPORTAR A CHINA?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	14	70
NO	6	30
TOTAL	20	100

FUENTE: ECOFRUT S.A AÑO: 2012
 ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 18



ANÁLISIS:

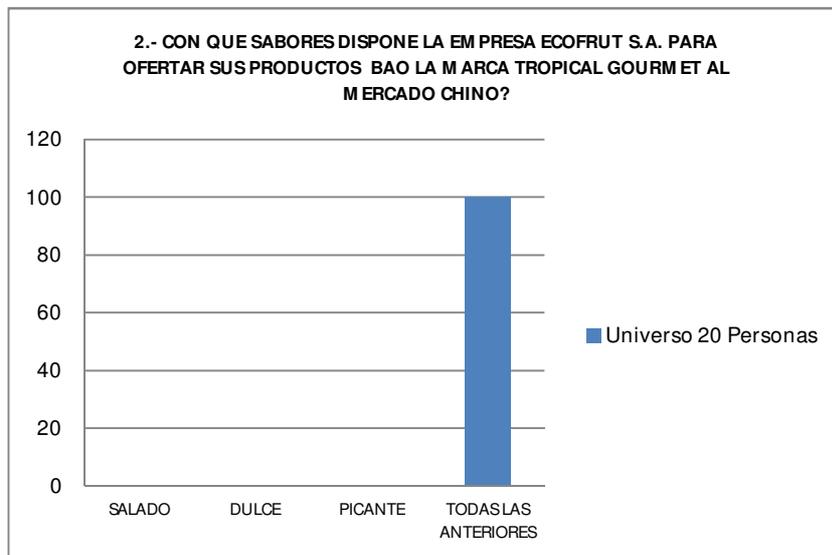
ECOFRUT S.A. Cuenta con la capacidad necesaria para ingresar al mercado Chino; ya que dispone de una planta altamente equipada y proveedores responsables, esta fusión nos permitirá alcanzar el objetivo trazado.

2.- ¿CON QUÉ SABORES DISPONE LA EMPRESA ECOFRUT S.A. PARA OFERTAR SUS PRODUCTOS BAJO LA MARCA TROPICAL GOURMET AL MERCADO CHINO?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SALADO		
DULCE		
PICANTE		
TODAS LAS ANTERIORES	20	100
TOTAL	20	100

FUENTE: ECOFRUT S.A AÑO: 2012
 ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 19



ANÁLISIS:

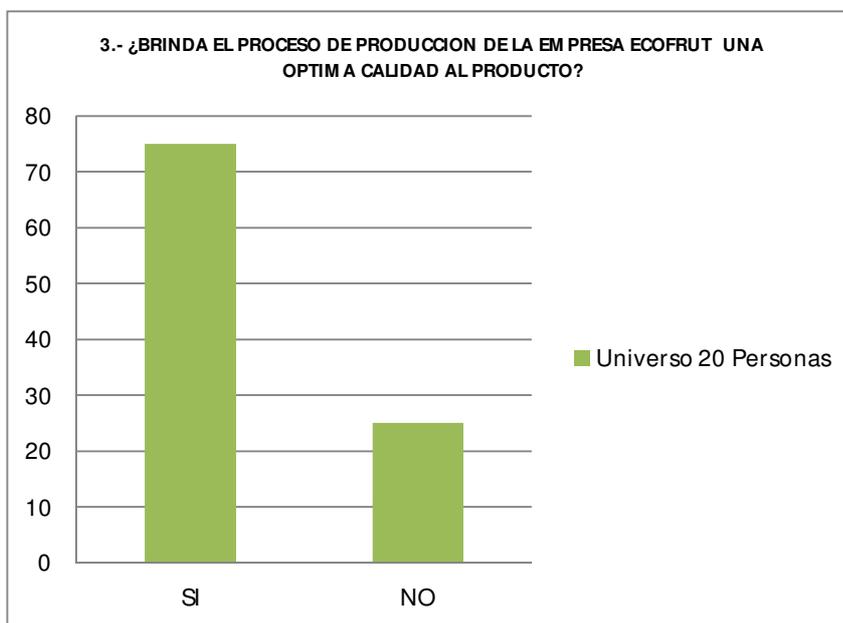
La empresa oferta los sabores de: salado, dulce, picante, entre otros que son apetecidos por muchos mercados entre uno de ellos el mercado Meta (China).

3.- ¿BRINDA EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA ECOFRUT UNA ÓPTIMA CALIDAD AL PRODUCTO?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	15	75
NO	5	25
TOTAL	20	100

FUENTE: ECOFRUT S.A AÑO: 2012
 ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 20



ANÁLISIS:

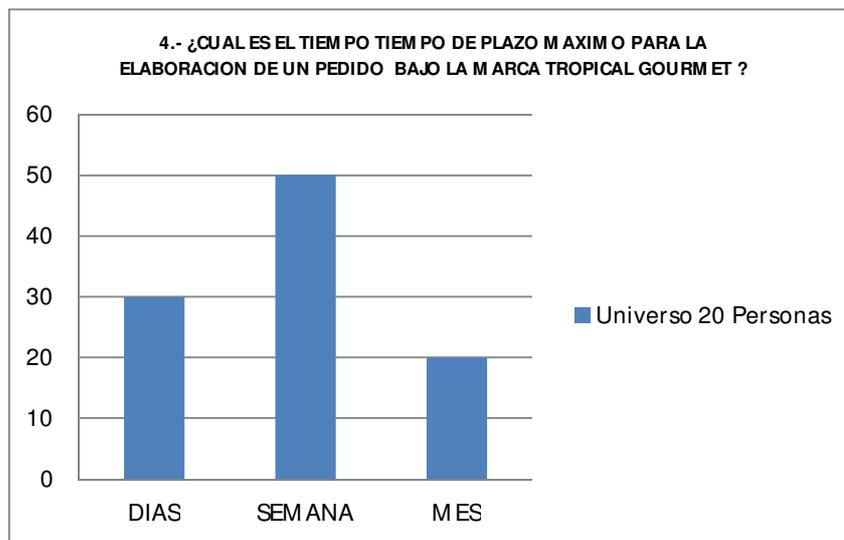
ECOFRUT S.A. posee estándares de calidad otorgados por Instituciones de acreditación así como del gobierno.

4.- ¿CUÁL ES EL TIEMPO DE PLAZO MÁXIMO PARA LA ELABORACIÓN DE UN PEDIDO BAJO LA MARCA TROPICAL GOURMET?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
DIAS	6	30
SEMANA	10	50
MES	4	20
TOTAL	20	100

FUENTE: ECOFRUT S.A AÑO: 2012
 ELABORADO POR: ANGÉLICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 21



ANÁLISIS:

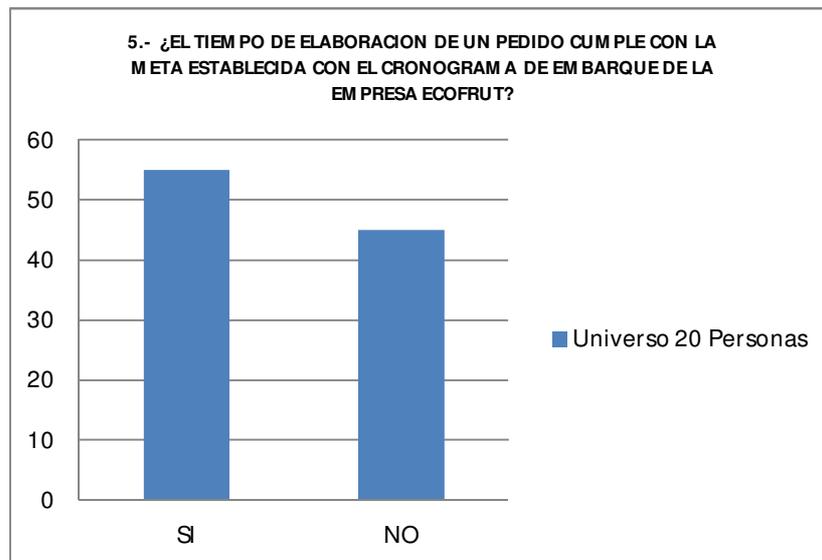
Para la elaboración del producto se requiere un tiempo máximo de dos semanas; esto puede variar dependiendo de la temporada de cosecha del mismo, son factores previstos con antelación para evitar demoras en la entrega.

5.- ¿EL TIEMPO DE ELABORACIÓN DE UN PEDIDO CUMPLE CON LA META ESTABLECIDA CON EL CRONOGRAMA DE EMBARQUE DE LA EMPRESA ECOFRUT S.A.?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	11	55
NO	9	45
TOTAL	20	100

FUENTE: ECOFRUT S.A AÑO: 2012
 ELABORADO POR: ANGELICA OSORIO - CAROLYN TORO

Gráfico No. 22



ANÁLISIS:

El tiempo de elaboración de los pedidos cumple con las fechas establecidas de entrega ya que se arma un cronograma, estableciendo los tiempos de cada proceso, obteniendo así la ejecución de los despachos.

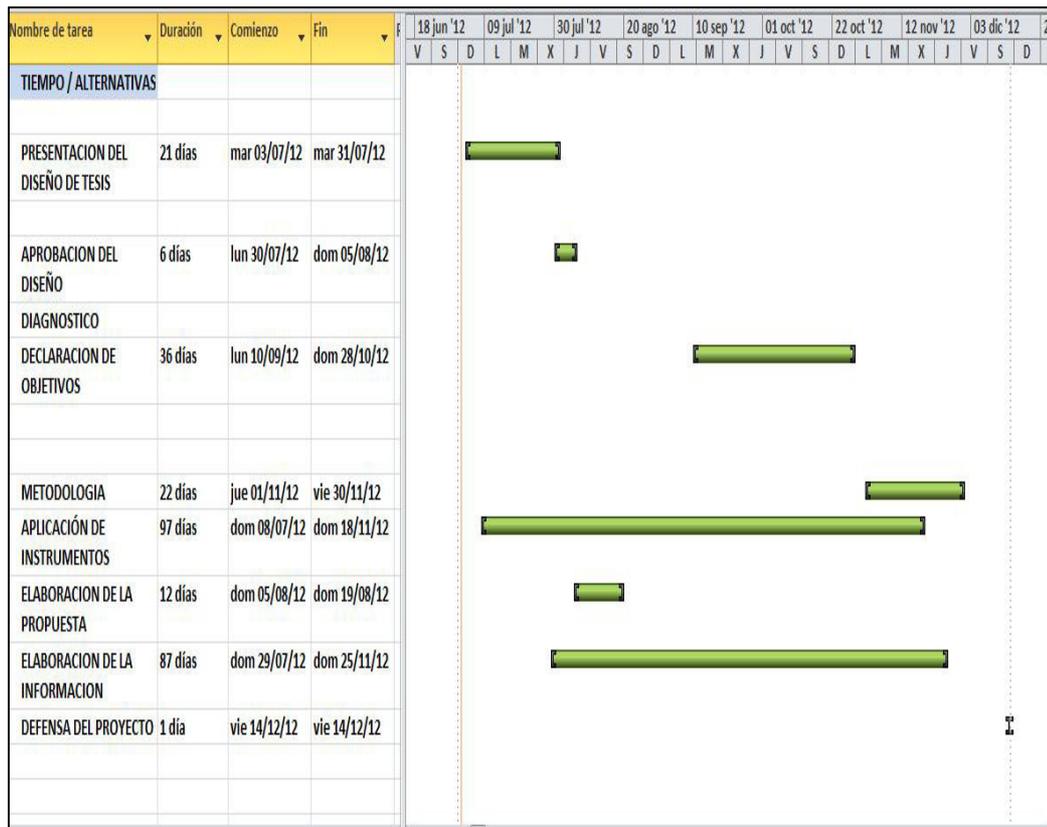
3.3.2.- Análisis General

De acuerdo a los resultados arrojados, con la aplicación de encuestas realizadas al Dpto. de Producción; se llega a la conclusión que la empresa ECOFRUT S.A. se encuentra apta para ingresar y formar parte de negociaciones con el Mercado Chino, introduciendo la marca Tropical Gourmet logrando ocupar un lugar importante en la mente de compradores versus consumidores

Le empresa llena las expectativas para la exportación.

3.4.- Cronograma

Gráfico No. 23



Fuente: Seminario de Comercio Exterior
 Elaborado por: Las Autoras

3.5.- Resultados Productos

Posicionando la marca Tropical Gourmet en el mercado Chino, se ampliara y aumentara la cartera de clientes; obteniendo como resultado presencia internacional en este continente, seguido de un beneficio monetario para la empresa, el capital humano y contribuyendo al desarrollo del país.

.

3.6.- Viabilidad o Factibilidad de la Investigación

Es viable y factible este proyecto porque mediante los procesos a emplear se demostrara que se puede estudiar y formar parte del grupo de proveedores internacionales del Mercado Chino; ya que el Ecuador cuenta con Acuerdos Comerciales de Cooperación en materia de servicios, educación, alimentos procesados entre otros; mismos que los respaldan e impulsan a la realización de este interesante y enriquecedor plan.

CAPÍTULO IV

4.1.- LA PROPUESTA

4.1.1.- TITULO DE LA PROPUESTA

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO, PARA INTRODUCIR LA MARCA TROPICAL GOURMET AL MERCADO CHINO.

Es importante mencionar que la Empresa Ecofrut S.A cuenta con el capital monetario suficiente para aumentar su capacidad productiva, esto se demostrara en los estados financieros de la empresa. Ya que Ecofrut S.A. desconoce cómo aplicar el proceso de exportación hacia el mercado Chino, y Debido a la exigencia que han mostrados en este país sus consumidores al momento de ingresar un nuevo producto. Sin embargo es por la experiencia en las ventas realizadas a diversos países de Europa y USA., y también por los planes ya aplicados para conseguir clientes, Ecofrut S.A. podrá manejar una nueva área de negocios en el País Asiático.

A través del plan estratégico de negocio y capacitación del personal, obteniendo calidad humana altamente calificado y apta para la gestión trazada; se plantea una investigación de los consumidores del mercado chino, dimensionando la cultura, el idioma y aspectos fundamentales que permitan la introducción del producto; se ha escogido a la ciudad de Pekín como destino de la primera exportación.

La indagación consiste en llevar el producto en presentación de tres sabores para que mediante degustación conocer que es lo que piensan los potenciales clientes.

Más adelante se harán las conclusiones del caso para dependiendo de esto proceder con la apertura de las exportaciones de Chifle de plátano.

Estudiando los gustos y preferencias, además de las variables demográficas y geográficas de este país; el objetivo de la empresa ECOFRUT S.A. es de ingresar al Mercado Chino.

4.1.2.- Justificación

El no tener presencia comercial en China, impide a Ecofrut S.A aumentar sus niveles de posicionamiento en mencionado nicho frente a la competencia de otras empresas productores quienes también están en planes de buscar en China nuevos clientes, la empresa quiere adelantarse a los acontecimientos, es por esto que se necesita el estudio de mercado, conocer más a fondo si la población de la ciudad de Pekín están dispuestos a consumir chifles producidos en un país que no es del todo muy conocido pero que si logra posicionarse tendría un nicho muy importante para las ventas y mayor conocimiento del poder de consumo de los habitantes de ese país.

A pesar de que la empresa Ecofrut S.A cuenta con la capacidad suficiente para producir y exportar más de sus productos Tropical Gourmet, no se ha generado ventas hacia China por los siguientes motivos:

- Desconocimiento de las directrices para exportar al mercado Chino
- Poca atención en los tratados comerciales que el Ecuador tiene con el país de China
- Falta de información acerca de ferias comerciales en China (Pekín) para participar

Mediante reuniones con el personal administrativo de la empresa Ecofrut S.A. se busca soluciones fundamentales ante la creciente demanda por las exportaciones de chifles que se pueden generar al mercado Chino, existen potenciales clientes con los cuales están en continuas conversaciones con la empresa. Las constantes conversaciones vía correo electrónico implican confirmaciones de ventas y producción de los Chifles de plátano para ser exportados al mercado Chino.

Con el estudio de mercado se denotara si Ecofrut puede adaptarse a las necesidades del mercado chino. Si los resultados son positivos entonces esta empresa las gestiones que se ameriten para comenzar con la exportación al mercado asiático

4.1.3.- Fundamentación

Frente a la mayor demanda del plátano ecuatoriano para consumo a nivel internacional en los últimos años, la empresa Ecofrut S.A con 14 años de experiencia en la exportación de chifles a los mercados de Europa y USA, decide incursionar en el mercado Chino.

Ecofrut S.A mantiene conversaciones con potenciales clientes en Pekín la ciudad escogida para su primera venta.

Mediante los cuadros estadísticos se analiza la posibilidad de exportar a China, las preguntas hechas a los departamentos de Producción y Exportación dan las directrices necesarias para que Ecofrut S.A. identifique las herramientas que posee para poderlas aplicar y las que no, buscarlas para conseguir los medios necesarios y generar la exportación.

China posee acuerdos comerciales con otros países asiáticos como Japón, Rep. Corea, Taiwan, si Ecofrut S.A. logra posicionar la Marca Tropical Gourmet en Pekín, seria este el gran paso para poder llevar los chifles de plátano a más países que conforman el continente Asiático.

4.1.4.- Objetivos

China es uno de los países con mayor potencial de crecimiento en el mundo, jugando un papel crucial en el comercio internacional. China cuenta con una media

anual de crecimiento del 10% (PIB²³), superando al de Japón en el año 2010, convirtiéndose en el país con el segundo PIB más alto del mundo. Es por este motivo que Ecofrut S.A se proyecta.

En el mercado chino coexisten básicamente dos realidades. El mercado de las zonas rurales, que representa un 70 por ciento del total; y un mercado urbano, con diferencias entre ciudades grandes y medianas, que representa poco más de 400 millones de individuos. Es en las grandes ciudades que encontramos a Pekín como nuestro objetivo, donde el perfil de los consumidores se asemejan un poco más al de los mercados de Occidente es aquí donde Ecofrut S.A. hace uso de sus cualidades para ver su producto.

4.1.5.- Importancia

La propuesta planteada será de gran utilidad, porque permitirá capacitar al personal involucrado en todos los procesos a exportar; se realizará el análisis del mercado y la aplicación de las técnicas de internacionalización ya que de esta manera el ingreso de los productos al Mercado Chino, obteniendo así un crecimiento comercial para la empresa ECOFRUT S.A.

El personal de exportaciones se ha contactado para mayor asesoría con las oficinas de Pro Ecuador en la ciudad de Guayaquil, para recibir conocimiento acerca de cómo se manejan las exportaciones hacia el mercado de China.

4.1.6.- Ubicación Sectorial y Física

Los beneficiarios de esta propuesta serán la empresa privada como gestora y ejecutora del proyecto, personal de la misma, los canales de distribución utilizados y el Estado ecuatoriano; ya que por medio de la práctica de este plan ingresarán divisas al país; generando plazas de empleo y el desarrollo de obras sociales.

²³ PIB: Producto Interno Bruto / <http://www.lavanguardia.com/economia/20110120/54104527845/el-crecimiento-del-pib-chino-en-2010-supera-las-expectativas-y-llega-al-10-3.html>

La investigación se lleva a cabo en la Ciudad de Duran donde queda ubicada la planta y las oficinas de Ecofrut S.A., Guayaquil donde se harán las gestiones del caso para recabar también mas información y en la Provincia de los Ríos donde queda ubicada la Hacienda de Ecofrut S.A. y desde donde también se recabara información concerniente a la plantación del plátano.



4.1.7.- Factibilidad

Elaborar un plan estratégico de negocio y capacitación del personal de la empresa ECOFRUT S.A. es factible, ya que:

1. A pesar de no contar con la capacitación necesaria para exportar a China, existen medios de aprendizaje e ilustración dirigidos al personal.
2. La Empresa RUIFUHANG FOOD TRADE CO., LTD domiciliada en Beijing, China tienen confirmado el primero pedido. La empresa Ecofrut cuenta con la capacidad con respecto a las maquinarias para el proceso de un contenedor adicional mensual, junto con más pedidos pendientes, el personal de producción distribuido en dos

turnos rotativos semanales, y teniendo metería prima estable en la entrega estaría presto a cumplir la meta establecida para producir los pedidos en mención.

4.1.8.- Descripción de la Propuesta

Ecofrut S.A comienza a trabajar en este proyecto a comienzos del 2012, y ya anunciado los planteamientos para generar la primera venta. Se trabajara en la elaboración de la primera producción, del primer pedido para la empresa RUIFUHANG FOOD TRADE CO., LTD.²⁴ Se ha procedido a pedir la respectiva cotización para el destino Beijing. Trabajando en conjunto también con la naviera se hará la reserva del buque para que en la tercera semana de Enero 2013 después de finalizar la producción de esta orden, Ecofrut despache el contenedor rumbo al destino solicitado.

Siendo más detallado este proceso, lo mostramos a continuación:

- 1.- Orden solicitada por el cliente, confirmada
- 2.- Orden de Producción enviada al Dpto. de producción para que sea ejecutada
- 3.- Proceso de cotización con las navieras y envió de tabla de cotización al cliente para que nos confirme con quien desea se despache su contenedor.
- 4.- Proceso de adjuntar documentación para emitir el despacho del contenedor. Y finalmente enviar la documentación al cliente en destino.

4.1.9.- Impacto

La empresa Ecofrut S.A. pronostica un impacto positivo con un aumento considerable de sus ventas hacia China para los próximos tres años, esto de acuerdo a los pronósticos de los estados financieros realizados, la presencia con la que se ha impactado al potencial cliente de China, y la capacidad productiva con al que cuenta Ecofrut para generar más producción.

²⁴ Véase: <http://www.ruifuhang.com/>

4.1.10.- Evaluación

La empresa Ecofrut S.A. ha conseguido establecer una relación productiva con la empresa RUIFUHANG FOOD TRADE CO., LTD. Esto podrá generar en una primera venta del producto tropical Gourmet Plantain Chips al mercado de Pekín. Los instrumentos usados para esta venta fueron de gran utilidad para mantener al cliente satisfecho, así como una continúa comunicación con el cliente lo cual insta a que el contenedor llegue sin inconvenientes a su destino.

4.2.- Estados Financieros

Los Estados Financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para informar de la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

4.2.1.- Presupuesto

Para poder realizar nuestro proyecto contaremos con el siguiente presupuesto:

Gráfico No. 24

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	* VALOR UNITARIO	* VALOR TOTAL
1	SUMINISTROS			
	Resmas	4	\$ 4,00	\$ 16,00
	Copias	100	\$ 0,05	5,00
	Marcadores	3	\$ 0,60	1,80
	Clip	3 Cjs	\$ 0,35	1,05
	Grapas	2 Cjs	\$ 0,60	1,20
	Total Suministros			25,05
2	VIATICOS			
	Transporte	7 ms	\$ 3,50	\$ 224,00
	Lunch	28	\$ 2,50	70,00
	Alojamiento	10	\$ 10,00	100,00
	Total Viáticos			394,00
3	TECNOLOGIA			
	Internet	7 ms	\$ 20,00	\$ 140,00
	Telefonía	7 ms	\$ 12,00	168,00
	Mouse Óptico Genius	2	\$ 8,60	17,2
	Total Tecnología			352,20
4	OTROS			
	Electricidad	7 ms	\$ 30,00	\$ 210,00
	Agua potable	7 ms	\$ 28,00	196,00
	TOTAL OTROS			406,00
	SUBTOTAL			\$ 1.177,25
	IVA			141,27
	TOTAL			\$1.318,52

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

4.2.2.- Balance Inicial Proyectado

Gráfico No. 25

BALANCE INICIAL ECOFRUT S.A. AL 01 DE ENERO DE 2013			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	132.500,00	PASIVOS CORRIENTES	86.000,00
Caja	72.000,00	Proveedores	50.700,00
Bancos	<u>60.500,00</u>	Cuentas por pagar	30.800,00
		Impuestos por pagar	4.500,00
ACTIVOS NO CORRIENTES	110.300,00	PASIVOS NO CORRIENTES	110.715,63
Terrenos	30.800,00	Préstamo BNF.	70.715,63
Equipos de Computación	4.500,00	Documentos por pagar	40.000,00
Maquinarias	75.000,00	TOTAL PASIVOS	196.715,63
ACTIVOS DIFERIDOS	2.300,00	PATRIMONIO	
Gastos de Constitución	<u>2.300,00</u>	Capital	<u>48.384,37</u>
TOTAL DE ACTIVOS	245.100,00	TOTAL DE PATRIMONIO	48.384,37
		TOTAL DE PAS. Y PATRIM.	245.100,00

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No. 26

BALANCE INICIAL			
ECOFRUT S.A.			
AL 01 DE ENERO DE 2014			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	108.200,00	PASIVOS CORRIENTES	119.200,00
Caja	60.200,00	Proveedores	69.000,00
Bancos	48.000,00	Cuentas por pagar	45.000,00
		Impuestos por pagar	5.200,00
ACTIVOS NO CORRIENTES	116.800,16	PASIVOS NO CORRIENTES	23.000,00
Terrenos	30.800,00	Documentos por pagar	23.000,00
Equipos de Computación	4.800,00		
Maquinarias	92.000,00	TOTAL PASIVOS	142.200,00
(-) Deprec.Acumulada	10.799,84	PATRIMONIO	
ACTIVOS DIFERIDOS	2.300,00	Capital	<u>85.100,16</u>
Gastos de Constitución	2.300,00		
		TOTAL DE PATRIMONIO	85.100,16
		TOTAL DE PAS. Y PATRIM.	227.300,16
TOTAL DE ACTIVOS	227.300,16		

Fuente: Ecofrut S.A
 Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No. 27

BALANCE INICIAL			
ECOFRUT S.A.			
AL 01 DE ENERO DE 2015			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	113.500,00	PASIVOS CORRIENTES	117.800,00
Caja	63.500,00	Proveedores	72.000,00
Bancos	50.000,00	Cuentas por pagar	40.000,00
		Impuestos por pagar	5.800,00
		PASIVOS NO CORRIENTES	15.800,00
ACTIVOS NO CORRIENTES	107.453,55	Documentos por pagar	15.800,00
Terrenos	30.800,00	TOTAL PASIVOS	133.600,00
Equipos de Computación	4.800,00		
Maquinarias	92.000,00	PATRIMONIO	
(-) Deprec. Acumulada	20.146,45	Capital	<u>89.653,55</u>
ACTIVOS DIFERIDOS	2.300,00	TOTAL DE PATRIMONIO	89.653,55
Gastos de Constitución	2.300,00		
		TOTAL DE PAS. Y PATRIM.	223.253,55
TOTAL DE ACTIVOS	223.253,55		

Fuente: Ecofrut S.A
 Elaborado por: Las Autoras

4.2.3.- Flujo de Efectivo Proyectado**Gráfico No. 28**

FLUJO DE CAJA ECOFRUT S.A. AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013	
<u>EFFECTIVO AL INICIO DEL PERIODO</u>	72.000,00
(+) ENTRADAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	
Efectivo recibido por Ventas al Contado producto Plantain Chips	235.814,09
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	235.814,09
DISPONIBLE DE EFECTIVO DEL PERIODO	307.814,09
(-) SALIDA DE EFECTIVO DEL PERIODO	
Efectivo pagado por compra de plátano	30.000,00
Efectivo pagado por Compa de otros insumos	5.400,00
Efectivo pagado por compra de empaques y cartones	14.400,00
Efectivo pagado por Gastos de Oficina	3.600,00
Efectivo pagado por Sueldos	66.000,00
Efectivo pagado por Bonificación Dpto. de Producción	10.680,00
Efectivo pagado por Servicios Básicos	28.200,00
Efectivo pagado por Logística	34.368,00
Efectivo Pagado por Comisiones de Venta	4.614,80
Efectivo Pagado por Préstamo (1er año)	20.000,00
Efectivo Pagado por Intereses(Documento pendiente de pago 8%)	3.200,00
Efectivo Pagado por Intereses Préstamo BNF (1er año)	3.571,88
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	224.034,68
FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PERIODO	83.779,41

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No. 29

FLUJO DE CAJA ECOFRUT S.A. AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014	
<u>EFFECTIVO AL INICIO DEL PERIODO</u>	60.200,00
(+) ENTRADAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	
Efectivo recibido por Ventas al Contado producto Plantain Chips	246.891,89
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	246.891,89
DISPONIBLE DE EFECTIVO DEL PERIODO	307.091,89
(-) SALIDA DE EFECTIVO DEL PERIODO	
Efectivo pagado por compra de plátano	3.124,80
Efectivo pagado por Compa de otros insumos	5.624,64
Efectivo pagado por compra de empaques y cartones	14.999,04
Efectivo pagado por Gastos de Oficina	3.749,76
Efectivo pagado por Sueldos	83.952,00
Efectivo pagado por Bonificación Dpto. de Producción	15.840,00
Efectivo pagado por Servicios Básicos	29.373,12
Efectivo pagado por Logística	35.797,71
Efectivo Pagado por Comisiones en Ventas	4.937,84
Efectivo Pagado por Préstamo BNF (2do año)	20.000,00
Efectivo Pagado por Intereses(Documento pendiente de pago 8%)	1.840,00
Efectivo Pagado por Intereses Préstamo BNF. (2do año)	3.571,88
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	222.810,79
FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PERIODO	84.281,10

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No. 30

FLUJO DE CAJA ECOFRUT S.A. AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015	
<u>EFFECTIVO AL INICIO DEL PERIODO</u>	63.500,00
(+) ENTRADAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	
Efectivo recibido por Ventas al Contado producto Plantain Chips	271.581,08
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	271.581,08
DISPONIBLE DE EFECTIVO DEL PERIODO	335.081,08
(-) SALIDA DE EFECTIVO DEL PERIODO	
Efectivo pagado por compra de plátano	3.254,79
Efectivo pagado por Compa de otros insumos	5.858,62
Efectivo pagado por compra de empaques y cartones	15.623,00
Efectivo pagado por Gastos de Oficina	3.905,75
Efectivo pagado por Sueldos	92.347,20
Efectivo pagado por Bonificación Dpto. de Producción	17.424,00
Efectivo pagado por Servicios Básicos	30.595,04
Efectivo pagado por Logística	37.286,89
Efectivo Pagado por Comisiones en Ventas	5.431,62
Efectivo Pagado por Préstamo BNF. (3er. año)	20.000,00
Efectivo Pagado por Intereses(Documento pendiente de pago 8%)	1.264,00
Efectivo Pagado por Intereses Préstamo BNF (3er año)	3.571,88
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO DEL PERIODO	236.562,79
FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PERIODO	98.518,29

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

4.2.4.- Estado de Resultado Proyectado

Gráfico No. 31

PRESUPUESTO DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ECOFRUT S.A. AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013		
VENTAS	235.814,09	
(-) COSTO DE PRODUCCION	22.800,00	
Utilidad Bruta de Ventas		213.014,09
(-) GASTOS		168.274,68
GASTOS ADMINISTRATIVOS	122.520,00	
Gastos de Oficina	3.600,00	
Gastos de Sueldos	76.320,00	
Gastos Bonificación Dpto. Producción	14.400,00	
Gastos Servicios Básicos	28.200,00	
Gastos de Logística	34.368,00	
Gastos de Logística y Exportación	34.368,00	
GASTOS DE VENTAS	4.614,80	
Comisiones en Ventas (2% Ventas)	4.614,80	
GASTOS FINANCIEROS	6.771,88	
Intereses Pagados por Doc Pendientes	3.200,00	
Intereses Pagados por Préstamo BNF.	3.571,88	
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		44.739,41
(-) 15% Participación Empleados		-6.710,91
Utilidad Gravable o ante de Impuestos		38.028,50
(-) 25% del Impuesto a al Rena		-9.507,12
Utilidad antes de Reservas		28.521,37
(-) 10% Reserva Legal		-2.852,14
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO (USD):		<u>25.669,24</u>

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No. 32

PRESUPUESTO DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS		
ECOFRUT S.A.		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014		
VENTAS	246.891,89	
(-) COSTO DE PRODUCCION	23.748,08	
Utilidad Bruta de Ventas		223.143,81
(-) GASTOS		189.862,15
GASTOS ADMINISTRATIVOS	143.714,72	
Gastos de Oficina	3.749,76	
Gastos de Sueldos	83.952,00	
Gastos Bonificación Dpto. Producción	15.840,00	
Gastos Servicios Básicos	29.373,12	
Depreciaciones	10.799,84	
Gastos de Logística	35.797,71	
Gastos de Logística y Exportación	35.797,71	
GASTOS DE VENTAS	4.937,84	
Comisiones en Ventas (2% Ventas)	4.937,84	
GASTOS FINANCIEROS	5.411,88	
Intereses Pagados por Doc Pendientes	1.840,00	
Intereses Pagados por Doc Pendientes	3.571,88	
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		33.281,66
(-) 15% Participacion Empleados		-4.992,25
Utilidad Gravable o ante de Impuestos		28.289,41
(-) 25% del Impuesto a al Rena		-7.072,35
Utilidad antes de Reservas		21.217,06
(-) 10% Reserva Legal		-2.121,71
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO (USD):		<u>19.095,35</u>

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No. 33

PRESUPUESTO DE ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ECOFRUT S.A. AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015		
VENTAS	271.581,08	
(-) COSTO DE PRODUCCION	24.736,41	
Utilidad Bruta de Ventas		246.844,67
(-) GASTOS		211.972,83
GASTOS ADMINISTRATIVOS	164.418,44	
Gastos de Oficina	3.905,75	
Gastos de Sueldos	92.347,20	
Gastos Bonificación Dpto. Producción	17.424,00	
Gastos Servicios Básicos	30.595,04	
Depreciaciones	20.146,45	
Gastos de Logística	37.286,89	
Gastos de Logística y Exportación	37.286,89	
GASTOS DE VENTAS	5.431,62	
Comisiones en Ventas (2% Ventas)	5.431,62	
GASTOS FINANCIEROS	4.835,88	
Intereses Pagados por Doc Pendientes	1.264,00	
Intereses Pagados por Préstamo BNF	3.571,88	
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		34.871,84
(-) 15% Participación Empleados		-5.230,78
Utilidad Gravable o ante de Impuestos		29.641,06
(-) 25% del Impuesto a la Renta		-7.410,27
Utilidad antes de Reservas		22.230,80
(-) 10% Reserva Legal		-2.223,08
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO (USD):		<u>20.007,72</u>

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

4.2.5.- Balance General Proyectado

Gráfico No. 34

BALANCE GENERAL REAL			
ECOFRUT S.A			
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	158.544,87	PASIVOS CORRIENTES	86.000,00
Efectivo	93.311,29	Proveedores	50.700,00
Bancos	60.500,00	Cuentas por pagar	30.800,00
CORRIENTES	115.043,58	Impuestos por pagar	4.500,00
Terrenos	30.800,00	PASIVOS NO CORRIENTES	100.000,00
Equipos de Computación	4.500,00	Documentos por pagar	40.000,00
Maquinarias	75.000,00	Préstamo BNF.	60.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	2.300,00	TOTAL PASIVOS	186.000,00
Gastos de Constitución	2.300,00	PATRIMONIO	
		Capital	59.090,01
		Reservas	3.079,84
		Utilidad del ejercicio	27.718,60
		TOTAL DE PATRIMONIO	89.888,45
TOTAL DE ACTIVOS	275.888,45	TOTAL DE PAS. Y PATRIM.	275.888,45

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No. 35

BALANCE GENERAL REAL ECOFRUT S.A AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	155.852,98	PASIVOS CORRIENTES	143.358,85
Efectivo	107.852,98	Proveedores	69.000,00
Bancos	48.000,00	Cuentas por pagar	45.000,00
ACTIVOS NO CORRIENTES	116.800,16	Impuestos por pagar	5.200,00
Terrenos	30.800,00	PASIVOS NO CORRIENTES	23.000,00
Equipos de Computación	4.800,00	Documentos por pagar	23.000,00
Maquinarias	92.000,00	TOTAL PASIVOS	166.358,85
(-) Deprec. Acumulada	10799,84	PATRIMONIO	
ACTIVOS DIFERIDOS	2.300,00	Capital	85.100,16
Gastos de Constitución	2.300,00	Reservas	2.349,41
		Utilidad del ejercicio	21.144,72
		TOTAL DE PATRIMONIO	108594,29
TOTAL DE ACTIVOS	274953,14	TOTAL DE PAS. Y PATRIM.	274.953,14

Fuente: Ecofrut S.A
 Elaborado por: Las Autoras

Gráfico No. 36

BALANCE GENERAL REAL			
ECOFRUT S.A			
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	157.852,98	PASIVOS CORRIENTES	137.645,11
Efectivo	107.852,98	Proveedores	72.000,00
Bancos	50.000,00	Cuentas por pagar	40.000,00
ACTIVOS NO CORRIENTES	107.453,55	Impuestos por pagar	5.800,00
Terrenos	30.800,00	PASIVOS NO CORRIENTES	15.800,00
Equipos de Computación	4.800,00	Documentos por pagar	15.800,00
Maquinarias	92.000,00	TOTAL PASIVOS	153.445,11
(-) Deprec.Acumulada	20.146,45	PATRIMONIO	
ACTIVOS DIFERIDOS	2.300,00	Capital	89.653,55
Gastos de Constitución	2.300,00	Reservas	2.450,79
		Utilidad del ejercicio	22.057,08
		TOTAL DE PATRIMONIO	114.161,42
TOTAL DE ACTIVOS	267.606,53	TOTAL DE PAS. Y PATRIM.	267.606,53

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

4.2.6.- Determinación de Costos Fijos vs. Costos Variables

Gráfico No. 37

PUNTO DE EQUILIBRIO 2013 ECOFRUT S.A. PLANTAIN CHIPS	
COSTO FIJO PLANTAIN CHIPS	
Gastos de Oficina	300,00
Mano de Obra Indirecta	2.200,00
Gastos Servicios Básicos	2.350,00
Gastos de Logística y Exportación	2.864,00
TOTAL COSTO FIJO	7.714,00
COSTO VARIABLE PLANTAIN CHIPS	
Compra Materia Prima	2.500,00
Compra de Insumos	450,00
Compra de Empaques y cartones	1.200,00
Mano de Obra Directa	3.300,00
Gastos Bonificación Dpto. Producción	890,00
TOTAL COSTO VARIABLE	8.340,00
SALTED PLANTAIN CHIPS	
DATOS:	
Precio de Venta Unitario	0,29
Unidades Vendidas	30.000,00
Costo Fijo Total	3.507,74
Costo Variable Total	3.792,39
Costo Variable Unitario	0,13
SPICY PLANTAIN CHIPS	
DATOS:	
Precio de Venta Unitario	0,30
Unidades Vendidas	20.000,00
Costo Fijo Total	2.413,93
Costo Variable Total	2.609,82
Costo Variable Unitario	0,13
SWEET PLANTAIN CHIPS	
DATOS:	
Precio de Venta Unitario	0,33
Unidades Vendidas	14.400,00
Costo Fijo Total	1.792,34
Costo Variable Total	1.937,83
Costo Variable Unitario	0,13

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

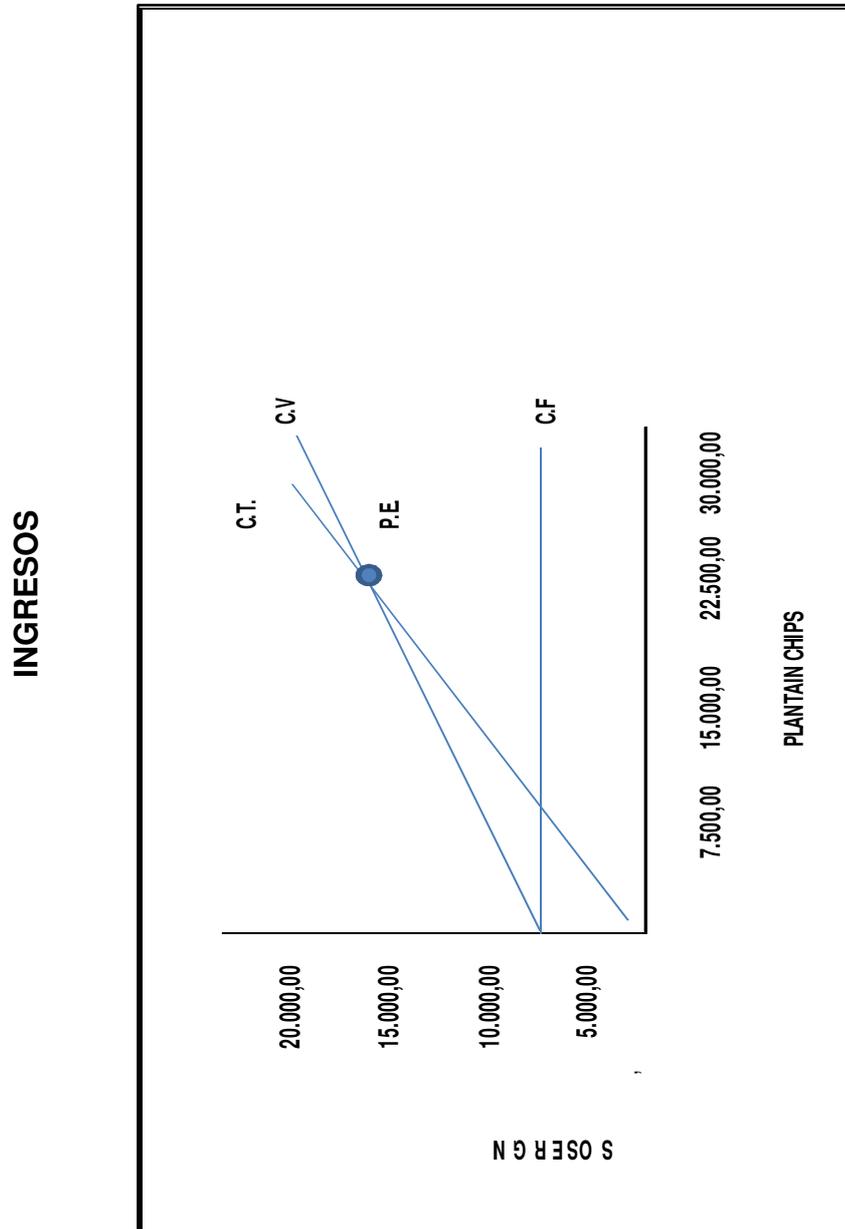
Gráfico No. 38

PUNTO DE EQUILIBRIO ECOFRUT S.A. PRIM ER EM BARQUE						
P.V.	CANTIDAD	INGRESO TOTAL	COSTO FLOJ	C.V.U	C.V. TOTAL	COSTO TOTAL
0,29	30.000,00	8.700,00	3.507,74	1,50	3.792,39	7.300,13
0,3	20.000,00	6.000,00	2.413,93	1,59	2.609,82	5.023,75
0,33	14.400,00	4.752,00	1.792,34	1,60	1.937,83	3.730,17
		19.452,00	7.714,01		10.080,00	16.054,05

Fuente: Ecofrut S.A
 Elaborado por: Las Autoras

4.2.7.- Gráfico Punto de Equilibrio

Gráfico No. 39



Fuente: Ecofrut S.A
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N. 40

TABLA DE AMORTIZACION

BENEFICIARIO:	ECOFRUT S.A			
INSTIT. FINANCIERA	BNF			
MONTO EN USD	60000,00			
TASA DE INTERES	11,00%		T. EFECTIVA	11,5719%
PLAZO	3	años		
GRACIA	0	años		
FECHA DE INICIO	25/01/2013			
MONEDA	DOLARES			
AMORTIZACION CADA	30	días		
Número de periodos	36	para amortizar capital		

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		60.000,00			
1	24-feb-2013	58.585,68	550,00	1.414,32	1.964,32
2	26-mar-2013	57.158,39	537,04	1.427,29	1.964,32
3	25-abr-2013	55.718,02	523,95	1.440,37	1.964,32
4	25-may-2013	54.264,44	510,75	1.453,57	1.964,32
5	24-jun-2013	52.797,54	497,42	1.466,90	1.964,32
6	24-jul-2013	51.317,20	483,98	1.480,35	1.964,32
7	23-ago-2013	49.823,28	470,41	1.493,92	1.964,32
8	22-sep-2013	48.315,67	456,71	1.507,61	1.964,32
9	22-oct-2013	46.794,24	442,89	1.521,43	1.964,32
10	21-nov-2013	45.258,87	428,95	1.535,38	1.964,32
11	21-dic-2013	43.709,42	414,87	1.549,45	1.964,32
12	20-ene-2014	42.145,77	400,67	1.563,65	1.964,32
13	19-feb-2014	40.567,78	386,34	1.577,99	1.964,32
14	21-mar-2014	38.975,33	371,87	1.592,45	1.964,32
15	20-abr-2014	37.368,28	357,27	1.607,05	1.964,32
16	20-may-2014	35.746,50	342,54	1.621,78	1.964,32
17	19-jun-2014	34.109,85	327,68	1.636,65	1.964,32
18	19-jul-2014	32.458,20	312,67	1.651,65	1.964,32
19	18-ago-2014	30.791,41	297,53	1.666,79	1.964,32
20	17-sep-2014	29.109,34	282,25	1.682,07	1.964,32
21	17-oct-2014	27.411,86	266,84	1.697,49	1.964,32
22	16-nov-2014	25.698,81	251,28	1.713,05	1.964,32
23	16-dic-2014	23.970,06	235,57	1.728,75	1.964,32
24	15-ene-2015	22.225,46	219,73	1.744,60	1.964,32
25	14-feb-2015	20.464,87	203,73	1.760,59	1.964,32
26	16-mar-2015	18.688,14	187,59	1.776,73	1.964,32
27	15-abr-2015	16.895,13	171,31	1.793,02	1.964,32
28	15-may-2015	15.085,68	154,87	1.809,45	1.964,32
29	14-jun-2015	13.259,64	138,29	1.826,04	1.964,32
30	14-jul-2015	11.416,86	121,55	1.842,78	1.964,32
31	13-ago-2015	9.557,19	104,65	1.859,67	1.964,32
32	12-sep-2015	7.680,48	87,61	1.876,72	1.964,32
33	12-oct-2015	5.786,56	70,40	1.893,92	1.964,32
34	11-nov-2015	3.875,28	53,04	1.911,28	1.964,32
35	11-dic-2015	1.946,48	35,52	1.928,80	1.964,32
36	10-ene-2016	0,00	17,84	1.946,48	1.964,32
			10.715,63	60.000,00	70.715,63

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

Gráfico N.41

FCN	16.237,20	9.591,08	20.869,29
Períodos	2013	2014	2015

TIR			
Periodo	Flujo Neto de Caja	FNC 30%	FNC 40%
0	-70.715,63	-70.715,63	-70.715,63
1	21.108,36	16.237,20	15.077,40
2	12.468,41	9.591,08	8.906,00
3	27.130,08	20.869,29	16.521,49
VAN		46.697,57	35.709,91

Símbolo	Valor
Tm	30%
TM	40%
Van	46.697,57
VAN	35.709,91

FORMULA TIR²⁵

$$TIR = \frac{van}{van - VAN} \times (TM - tm) + tm$$

TIR= 82,50%

²⁵ TIR: Tasa Interna de Retorno.

El presente proyecto arroja un índice de rentabilidad del 82,50 % aceptable y adaptable a la actividad económica y comercial a desempeñar por parte de Ecofrut.

4.2.8.- Presupuesto de Ingresos

Gráfico N. 42

PRESUPUESTO DE INGRESOS			
PRODUCTO	2013	2014	2015
	MONTOS	MONTOS	MONTOS
PLANTAIN CHIPS	235.814,09	246.891,89	271.581,08
TOTAL	235.814,09	246.891,89	271.581,08

Fuente: Ecofrut S.A
Elaborado por: Las Autoras

4.2.9.- Presupuesto de Gastos

Gráfico N.43

PRESUPUESTO DE GASTOS			
CONCEPTO	2013	2014	2015
Gastos de Oficina	3.600,00	3.749,76	3.905,75
Gastos de Sueldos	76.320,00	83.952,00	92.347,20
Gastos Bonificación Dpto. Producción	14.400,00	15.840,00	17.424,00
Gastos Servicios Básicos	28.200,00	29.373,12	30.595,04
Depreciaciones		10.799,84	20.146,45
Gastos de Logística y Exportación	34.368,00	35.797,71	37.286,89
Comisiones en Ventas	4.614,80	4.937,84	5.431,62
Gastos de Interés Documento	3.200,00	1.840,00	1.264,00
Gastos de Interés Préstamo BNF.	3.571,88	3.571,88	3.571,88
Gasto por Impuestos	4.500,00	5.200,00	5.800,00
Utilidades empleados	7.246,69	5.528,03	5.766,56
TOTALES	176.449,49	197.018,30	219.967,52

Fuente: Ecofrut S.A

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO V

5.1.- CONCLUSIONES

- ❖ Por la falta de conocimientos en los procesos de exportación en particular al Mercado Chino, la empresa ECOFRUT S.A. no ha podido adherir al país asiático como parte de su listado de clientes.
- ❖ Sin embargo también después de examinar cada paso con el cual la empresa Ecofrut logra obtener su primera venta y exportación al mercado chino, se denota que los implementos, el esfuerzo y dedicación hayan dado como resultado una futura relación comercial estable con el cliente de China.
- ❖ Analizando y estudiando el Mercado Chino se deduce que el mismo demanda el producto “Plantain Chips²⁶” y que luego de la instrucción implementada el proyecto es viable y rentable.
- ❖ Los estándares de calidad aplicados para las exportaciones del producto certifican una entrada segura al mercado Chino esto ya que los consumidores de ese país cada vez son más estrictos al momento de comprar un producto extranjero.
- ❖ La encuesta realizada a los departamentos de Producción y Exportación concluye que el personal de las dos aéreas carece de más incentivos a la producción y venta, esto generado por la poca comunicación con el área de gerencia.
- ❖ La decisión de dónde y a quién vender un producto debe tener en cuenta la etiqueta comercial y hábitos de consumo locales. Segundo, la elección del importador y distribuidor son esenciales, pues estos serán un limitante importante en el desarrollo del negocio. Tercero, la primera visita comercial es fundamental, dado que la cultura china resalta los vínculos de confianza

²⁶ Entiéndase Plantain Chips como Chifles de Plátano.

entre socios. Finalmente, el uso de Internet es distinto en China comparado con Europa, y esto requiere el desarrollo de contenidos virtuales especializados, tanto para distribuidores como consumidores finales.

5.2.- RECOMENDACIONES

- ❖ Con el propósito de establecer un nuevo mercado para las ventas de la marca Tropical Gourmet hacia China. Es necesario establecer un programa continuo de próximos embarques. Darle seguimiento a las proyecciones de ventas.
- ❖ Continuar en la búsqueda de potenciales clientes en China, la Marca Tropical Gourmet si bien es reconocida en otros países, aun es necesario seguir insistiendo en el mercado chino su introducción para así poder arraigar la marca
- ❖ Incentivar a los trabajadores de la empresa Ecofrut S.A. por medio de cursos de motivación.
- ❖ Se recomienda, capacitar constantemente al personal; el Gobierno ha creado una Institución llamada Pro Ecuador, la cual promueve e impulsa las exportaciones y negocios internacionales.
- ❖ Se sugiere realizar un seguimiento, ejecutar las técnicas de marketing desarrolladas en el cuerpo de este proyecto, a fin de estimular las ventas del producto.
- ❖ Se recomienda buscar los servicios de dos o más empresas de transporte, ya que al tener solo una empresa de este servicio esto podría generar a futuro incidentes (demoras o atrasos en entrega de unidades, falta de transporte, etc.) que implicaría descoordinación en la logística de exportación.

BIBLIOGRAFÍA:

Investigación de Campo:

- 1.- Empresa Ecofrut S.A, Km, 5.5 Autopista Duran-Boliche, Provincia del Guayas
- 2.- Hacienda el Palmar, el Km. 3 de la vía Baba-Guare, Provincia de los Ríos
- 3.- Banco Central del Ecuador, 9 de Octubre y Pichincha.
- 4.- Biblioteca de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Av. De las Américas
- 5.- Naviera CSAV, Malecón 1401 e Illingworth Guayaquil - Ecuador
- 6.- .Forwarder Expotrade S.A- Av. José Joaquín Orrantia y Leopoldo Benítez Vinuesa edificio Trade Building piso 3 ofic. 317
- 7.- SENA - Guayaquil Puerto Marítimo
- 8.- Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO): Avenida Francisco de Orellana y Justino Cornejo, Edificio Gobierno del Litoral, sexto piso
- 9.- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR): Av Fco de Orellana Mz 111 , Edf. World Trade Center Torre A Piso 13 Oficina 1301

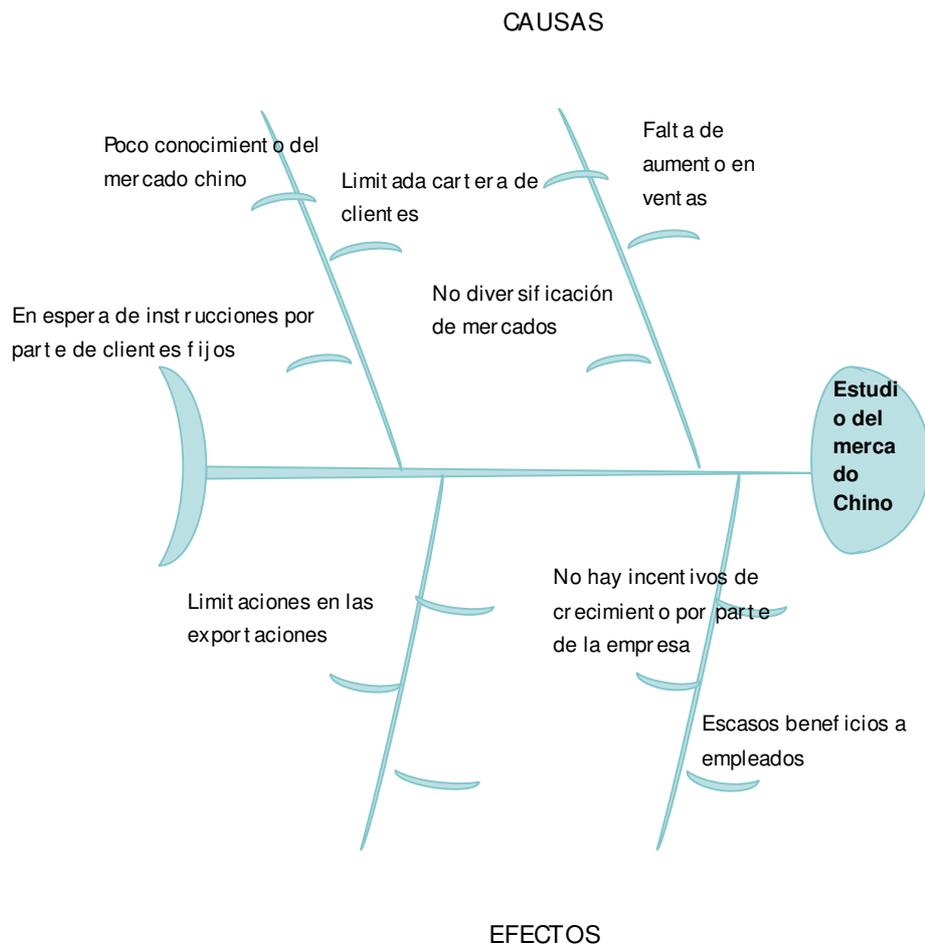
Publicación Electrónica:

- 1.- Autor: QualitySoft, Título: Libro Nacional de Importaciones, Año 2012
- 2.- Autor: Hugo Enrique del Pozo Barrezueta título de libro: REGLAMENTO AL TITULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL COPCI (Código Orgánico de la Producción, comercio e Inversiones), año de publicación: 29 de Diciembre del 2010.
- 3.-Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO (<http://www.mipro.gob.ec/>), Año de publicación 2010
- 4.- Autor: Carlos Szwarczer Pagina Monografías (<http://www.monografias.com>), año de Creación: Julio de 1997.

- 5.- Autor: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (<http://www.aduana.gov.ec/>), año de Creación 2011
- 6.- Todo Comercio Exterior (<http://www.todocomercioexterior.com.ec>), diseñados por: diseños web., Año 2012
- 7.- Ecofrut S.A. (<http://www.ecofrut.com>), diseñado por Darwin Castillo. Año: 2006.
- 8.- Banco Central del Ecuador.- (<http://bancocentral.com.ec>)
- 9.- Ecuapass - <https://portal.aduana.gob.ec/>

ANEXOS

Para realizar un breve diagnóstico de este proyecto, se utilizó la técnica de Espina de Pescado también llamada Diagrama de Ishikawa.



Fotografías Tomadas de una Inspección Antinarcóuticos realizado a la empresa Ecofrut:



PROFORMA INVOICE # RF01-2013/FACTURA PROFORMA # RF01-2013

DATE/FECHA: 07-nov-12

SHIPPER/REMITENTE:	ECOFRUT S.A.
ADDRESS/DIRECCION:	KM 5½ AUTOPISTA DURAN-BOLICHE DURAN, E C U A D O R

CONSIGNEE/CONSIGNATARIO:	RUIFUHANG FOOD TRADE CO., LTD
CONTACT/CONTACTO:	IRENE LIANG
TITLE/CARGO:	PRESIDENT/PRESIDENTE
ADDRESS/DIRECCION:	XUNMEI COMMUNITY, FENGZE DISTRICT, QUANZHOU FUJIAN - BEIJING. <u>CHINA</u>

PRODUCT DESCRIPTION/ DESCRIPCION DE PRODUCTO	BAG FORMAT/ FORMATO (GR)	#CASES/ # CAJAS	BAGS/CASE / FUNDAS/CAJA	# BAGS/ # FUNDAS	NET WEIGHT/ PESO NETO (KILOGRAMS)	GROSS WEIGHT/ PESO BRUTO (KILOGRAMS)	LIST PRICE/ PRECIO DE LISTA (USD/KG)+	DISCOUNT/ DESCUENTO (%)	NET PRICE/ PRECIO NETO (USD/KG)*	T O T A L VALUE (USD) / VALOR (USD)	
SALTED PLANTAIN CHIPS 85g	85	600	50	30.000	2.550,00	2.850,00	0,310	5,00	0,29	8.835,00	
SPICY PLANTAIN CHIPS 85g	85	400	50	20.000	1.700,00	1.900,00	0,320	5,00	0,30	6.080,00	
SWEET PLANTAIN CHIPS 85g	85	288	50	14.400	1.224,00	1.368,00	0,330	5,00	0,31	4.514,40	
TOTALS:		1.288		64.400	5.474,00	6.118,00				19.429,40	
										>> MERCHANDISE VALUE FOB GUAYAQUIL, ECUADOR (USD):	19.429,40
										>> PLUS COST OF CARTON ADHESIVES (USD):	221,77
										>> TOTAL AMOUNT DUE (USD):	19.651,17

*FOB GUAYAQUIL, ECUADOR.

REMARKS/OBSERVACIONES:

- (1) SALTED & SPICY PLANTAIN CHIPS MARKED WITH A 12-MONTH EXPIRATION DATE.
- (2) SWEET PLANTAIN CHIPS MARKED WITH A 9-MONTH EXPIRATION DATE.
- (3) PRODUCT PACKAGED UNDER CUSTOMER'S PRIVATE LABEL: GOLDEN PLANTAIN (ONE 40' HC CONTAINER)
- (4) FREIGHT COLLECT "PORT TO DOOR". FINAL DESTINATION: BEIJING, CHINA.

PACKING LIST # RF01-2013/LISTA DE EMPAQUE # RF01-2013

DATE/FECHA: 17-ene-13

SHIPPER/REMITENTE:	ECOFRUT S.A.
ADDRESS/DIRECCION:	KM 5½ AUTOPISTA DURAN-BOLICHE DURAN, E C U A D O R

CONSIGNEE/CONSIGNATARIO:	RUIFUHANG FOOD TRADE CO., LTD
CONTACT/CONTACTO:	IRENE LIANG
TITLE/CARGO:	PRESIDENT/PRESIDENTE
ADDRESS/DIRECCION:	XUNMEI COMMUNITY, FENGZE DISTRICT, QUANZHOU FUJIAN - BEIJING. <u>CHINA</u>

PRODUCT DESCRIPTION/ DESCRIPCION DE PRODUCTO	BAG FORMAT/ FORMATO (GR)	#CASES/ # CAJAS	BAGS/CASE / FUNDAS/CAJA	# BAGS/ # FUNDAS	NET WEIGHT/ PESO NETO (KILOGRAMS)	GROSS WEIGHT/ PESO BRUTO (KILOGRAMS)
SALTED PLANTAIN CHIPS 85g	85	600	50	30.000	2.550,00	2.850,00
SPICY PLANTAIN CHIPS 85g	85	400	50	20.000	1.700,00	1.900,00
SWEET PLANTAIN CHIPS 85g	85	288	50	14.400	1.224,00	1.368,00
TOTALS:		1.288		64.400	5.474,00	6.118,00

REMARKS/OBSERVACIONES:

- (1) SALTED & SPICY PLANTAIN CHIPS MARKED WITH A 12-MONTH EXPIRATION DATE.
- (2) SWEET PLANTAIN CHIPS MARKED WITH A 9-MONTH EXPIRATION DATE.
- (3) PRODUCT PACKAGED UNDER CUSTOMER'S PRIVATE LABEL: TROPICAL GOURMET (ONE 40' HC COI
- (4) FREIGHT COLLECT "PORT TO DOOR". FINAL DESTINATION: BEIJING, CHINA.

COMMERCIAL INVOICE # RF01-2013/FACTURA COMERCIAL # RF01-2013

DATE/FECHA: 07-nov-12

SHIPPER/REMITENTE:	ECOFRUT S.A.
ADDRESS/DIRECCION:	KM 5½ AUTOPISTA DURAN-BOLICHE DURAN, E C U A D O R

CONSIGNEE/CONSIGNATARIO:	RUIFUHANG FOOD TRADE CO., LTD
CONTACT/CONTACTO:	IRENE LIANG
TITLE/CARGO:	PRESIDENT/PRESIDENTE
ADDRESS/DIRECCION:	XUNMEI COMMUNITY, FENGZE DISTRICT, QUANZHOU FUJIAN - BEIJING. CHINA

PRODUCT DESCRIPTION/ DESCRIPCION DE PRODUCTO	BAG FORMAT/ FORMATO (GR)	#CASES/ # CAJAS	BAGS/CASE / FUNDAS/CAJA	# BAGS/ # FUNDAS	NET WEIGHT/ PESO NETO (KILOGRAMS)	GROSS WEIGHT/ PESO BRUTO (KILOGRAMS)	LIST PRICE/ PRECIO DE LISTA (USD/KG) +	DISCOUNT/ DESCUENTO (%)	NET PRICE/ PRECIO NETO (USD/KG) *	T O T A L VALUE (USD) / VALOR (USD)	
SALTED PLANTAIN CHIPS 85g	85	600	50	30.000	2.550,00	2.850,00	3,160	5,00	3,00	7.655,10	
SPICY PLANTAIN CHIPS 165g	165	400	35	14.000	2.310,00	2.510,00	3,280	5,00	3,12	7.197,96	
SWEET PLANTAIN CHIPS 85g	85	288	50	14.400	1.224,00	1.368,00	3,740	5,00	3,55	4.348,87	
TOTALS:		1.288		58.400	6.084,00	6.728,00				19.201,93	
										>> MERCHANDISE VALUE FOB GUAYAQUIL, ECUADOR (USD):	19.201,93
										>> PLUS COST OF CARTON ADHESIVES (USD):	26,40
										>> TOTAL AMOUNT DUE (USD):	19.228,34

*FOB GUAYAQUIL, ECUADOR.

REMARKS/OBSERVACIONES:

- (1) SALTED & SPICY PLANTAIN CHIPS MARKED WITH A 12-MONTH EXPIRATION DATE.
- (2) SWEET PLANTAIN CHIPS MARKED WITH A 9-MONTH EXPIRATION DATE.
- (3) PRODUCT PACKAGED UNDER CUSTOMER'S PRIVATE LABEL: GOLDEN PLANTAIN (ONE 40' HC CONTAINER)
- (4) FREIGHT COLLECT "PORT TO DOOR". FINAL DESTINATION: BEIJING, CHINA.

<p>1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country) ECOFRUT S.A. KM. 5.5 AUTOPISTA DURAN BOLICHE ECUADOR</p>	<p>Reference No Nº 049078 0060513</p> <p>ANDEAN TRADE PROMOTION AND DRUG ERADICATION ACT</p> <p>FORM A</p> <p>Issued in ECUADOR (country)</p> <p>See notes overleaf</p>
<p>2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)</p>	
<p>3. Means of transport and route (as far as known) BY OCEAN - GUAYAQUIL -</p>	<p>4. For official use ISSUED RETROSPECTIVELY</p>

5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
1	TROPICAL GOURMET 6 0 boxes	6 0 CASES SALTED PLANTAIN CHIPS 85G - KG-	"p"	kg	
2	TROPICAL GOURMET boxes	CASES GARLIC PLANTAIN CHIPS 85G - KG-	"p"	kg	
3	TROPICAL GOURMET boxes	CASES SPICY PLANTAIN CHIPS 85G - KG-	"p"	kg	
			"p"	kg	

ESPACIO EN BLANCO

0 -201

Advertencia :
 Cualquier alteración a texto del presente documento como supresiones, añadiduras, abreviaturas, borrados, o testaduras, etc lo invalidan.

11. Certification

It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.

Ing. Victor Toala Andiola
 ANALISTA

GUAYAQUIL - 201 - 4-T.

Place and date, signature and stamp of certifying authority

12. Declaration by the exporter

The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were

produced in **ECUADOR**
 (Country)

and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to.

UNITED STATES
 (Importing country)

DURAN - 201 -0 -0

Place and date, signature of authorized signatory

SURVEY CERTIFICATE

No. 636404

Page 1 of 4

INSPECTION ORDERED BY	ECOFRUT S.A. DURAN – ECUADOR
SUPPLY INTENDED FOR	RUIFUHANG FOOD TRADE CO., LTD
LOCATION	ECOFRUT PLANT
INSPECTION DATE	JANUARY 17th, 2013
COMMODITY	PLANTAIN CHIPS
QUANTITY	1,288 CASES
DESTINATION	TIANJIN – CHINA
INVOICE	RF01-2013

1. DESCRIPTION OF GOODS

OBJECT	Quantity Inspection
COMMODITY	Chips
ORIGIN	Ecuador

2. PROCEDURES

Sampling according to Mil Standard 105E Rule.

3. PERFORMED ACTIONS**3.1 Product Identification**

The inspector performed the commodity inspection, and to acknowledge of Exportation product sent by Plantain obtaining the following information:

PRODUCT	Salted Plantain chips
PACKING	Polypropylene bags
BAGS / NET WEIGHT	24 bags x 85 Gr.

PRODUCT	Spicy Plantain chips
PACKING	Polypropylene bags
BAGS / NET WEIGHT	24 bags x 85 Gr.



SURVEY CERTIFICATE

No. 636404

Page 2 of 4

PRODUCT	Sweet Plantain chips
PACKING	Polypropylene bags
BAGS / NET WEIGHT	24 bags x 85 Gr.

3.2 Container Inspection

Prior loading the container was checked by the FELVENZA S.A. inspector to verify the fitting for transporting the cargo. The inspector checked the walls, ceiling, floor and doors to verify the absence of cracks, and strange materials.

The drainage stoppers were also inspected. Door handles and gaskets were found in good conditions.

3.3 Loading inspection

It took place in Ecofrut Plant, located at km 5 ½ road Duran – Boliche. The FELVENZA S.A. inspector performed the merchandise check during the loading.

LOADING STARTED	13h25
LOADING FINISHED	16h30

To finish the operation the Inspector performed the sealing of the container

CONTAINER IDENTIFICATION	TCLU578969
SEAL FELVENZA S.A.	B4G70265
SEAL AGENCY	T0137604

3.4 Packing / Marks.

The product is packed into the polypropylene bags with the product name and net weight printed on each bag



3.5 Quantity Inspection

The Surveyor checked that the merchandise to export is as follow:

PRODUCT	Gr.	QUANTITY (cases)	QUANTITY (bags)	NET WEIGHT (Gr)
Salted Plantain chips	85	600	30.000	2.850.00
Spicy Plantain chips	85	400	14.000	2.510.00
Sweet Plantain chips	85	288	14.000	1.368,00
TOTAL		1.288	58.400	6.728.00

Attached is the cargo control report and photos.

SURVEY CERTIFICATE
No. 636404

Page 3 of 4

3.6 Stowage Control

Rows	Boxes
1	97
2	99
3	99
4	99
5	99
6	99
7	99
8	99
9	99
10	99
11	99
12	99
13	99
14	99
15	96
16	48

3.7 Packing / Mark

The container arrived to CONTECON at 23h55 and was checked by our Inspector to verify the conditions of the seals and the weight of the container.



The weights observed were the following:

ARRIVAL HOUR	23h55
CARGO WEIGHT(NET WEIGHT)	6.728.00 Kg.
CONTAINER	TCLU578969
VESSEL	CSAV LARAQUETE V.1251NB
SS - FRUTAS IMPORTS INC.	

SURVEY CERTIFICATE

No. 636404

Page 4 of 4

4. USE OF THE REPORT

This report is confidential and written/elaborated for exclusive use of the requesting client, their related companies and clients. It must not be published without the previous authorization of the authors.

4. DECLARATION OF THE FACTS

This report is based only on the facts presented to the assigned surveyors and it is submitted without any prejudice to the rights of whom it June concern. The authors reserve the right to rectify and/or add any information available later on to this report.

6. ELABORATION

The issuance of this report does not exonerate buyers or sellers from exercising the rights and responsibilities established under the buy/sell contract. Any contrary clauses can not jeopardize the assigned inspectors nor the contracting firm, the responsibilities of FELVENZA S.A. are limited to proven negligence and will not be in any case in excess of the honoraries and commissions perceived.


FELVENZA S. A.

Felipe Macias Malave
Operation's Supervisor
Guayaquil-Ecuador



ANNEX TO SURVEY CERTIFICATE

No. 636404



ANNEX TO SURVEY CERTIFICATE
No. 636404

