



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Comercio Exterior

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la Obtención del Título de:

Ingeniero en Comercio Exterior

TEMA

***“PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PROCESADO A BASE DE
HABAS PARA EL MERCADO CHILENO, PERIODO 2013”***

AUTORAS

CUERO MEDINA ANGEE MARGARITA
OYOLA MANCHENO JENNIFER JESÚS

TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

MAGÍSTER IVÁN RIOFRÍO ÁLVAREZ

Guayaquil, 2013



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Director de la Escuela de Comercio Exterior de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: ***“Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas para el Mercado Chileno, Periodo 2013”***, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

La formulación del problema de investigación se refiera a:

¿Por qué promover la inserción de nuevos productos en la oferta exportable del Ecuador?

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales, viabilidad e importancia del tema:

Presentado por los Egresados:

Srta. Angee Margarita Cuero Medina

C.C. 092686700 – 3

Srta. Jennifer Jesús Oyola Mancheno

C.C. 091812201 – 1

MSc. Iván Riofrio Álvarez

Tutor

CERTIFICADO DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Angee Cuero Medina y Jennifer Oyola Mancheno, declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada por nosotras.

De la misma forma cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de promover la diversificación de la oferta exportable del Ecuador a través de la inserción de nuevos productos, especialmente industrializados a fin de contribuir en el desarrollo socioeconómico de las Pymes en el país.

Srta. Angee Cuero Medina**C.C. 092686700 – 3**

Srta. Jennifer Oyola Mancheno**C.C. 091812201 – 1**

CONTENIDO

DEDICATORIA – Angee Cuero Medina.....	15
AGRADECIMIENTO – Angee Cuero Medina.....	16
DEDICATORIA – Jennifer Oyola Mancheno.....	17
AGRADECIMIENTO – Jennifer Oyola Mancheno.....	18
RESUMEN EJECUTIVO	19
SUMMARY.....	22

CAPITULO I

Introducción.....	25
1.1 Tema	29
1.2 Definición del Problema.....	29
1.3 Delimitación del Problema.....	34
1.4 Justificación de la Investigación.	35
1.5 Objetivo General y Específicos de la Investigación.....	36
1.5.1 Objetivo General	36
1.5.2 Objetivos Específicos	36
1.6 Intencionalidad de la Investigación.....	37

CAPITULO II

Marco Teórico.....	38
2.1 Principales Teorías del Comercio Internacional	38
2.1.1 Ventaja Comparativa.....	38

2.1.2 Ventaja Absoluta	39
2.1.3 Modelo de Economías Abiertas.....	39
2.2 Análisis del Rol de las Mipymes en las Exportaciones del Ecuador	40
2.3 Análisis General de las Exportaciones del Ecuador	42
2.3.1 Exportaciones Petroleras y No Petroleras.....	45
2.3.1.1 Exportaciones de Productos Tradicionales	45
2.3.1.2 Exportaciones de Productos No Tradicionales.....	47
2.3.2 Principales Destinos de las Exportaciones del Ecuador.....	48
2.4 Breve Reseña Histórica del Café en el Ecuador	50
2.4.1 Características del Sector Cafetalero del Ecuador	52
2.4.2 Organizaciones Gremiales del Sector Cafetalero del Ecuador.....	54
2.4.3 Zonas de Producción y Mapa Cafetalero del Ecuador	55
2.4.4 Evolución de las Exportaciones de Café Ecuatoriano	58
2.4.4.1 Principales Destinos de Exportación de Café Ecuatoriano.....	59
2.5 Cultivo de Habas en el Ecuador	61
2.6 Indicadores Generales de Chile	63
2.6.1 Aspectos Demográficos.....	64
2.6.2 Marco Económico de Chile.....	65
2.6.3 PIB Per Cápita.....	66
2.6.4 Balanza Comercial	66
2.6.5 Comercio Bilateral Ecuador – Chile	67
2.6.6 Principales Productos Exportados y Tendencias	68
2.6.7 Principales Productos Importados y Tendencias.....	68
2.6.2 Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado Chileno	68
2.7 Marco Legal.....	71

2.7.1 Constitución del Ecuador.....	71
2.7.2 Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones COPCI	71
2.7.3 Ley Especial Sector Cafetalero	72
2.7.4 Arancel de Aduanas del Ecuador	73
2.7.5 Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 - 2013	74
2.7.6 Exporta Fácil	75
2.7.7 Principales Organismos de Control y Regulación	75
2.7.8 INCOTERMS.....	75
2.8 Estado del Conocimiento o Estado de Arte	77
2.9 Fundamentación Teórica.....	78
2.10 Hipótesis de la Investigación	78
2.11 Variables o Criterios de la Investigación	78
2.11.1 Variable Independiente.....	78
2.11.2 Variable Dependiente	78
2.12 Indicadores.....	79

CAPITULO III

Metodología de la Investigación	80
3.1 Diseño de la Investigación.....	80
3.2 Fuentes de Información.....	80
3.2.1 Información Primaria	80
3.2.2 Información Secundaria.....	81
3.3 Diseño de la Entrevista	81

CAPITULO IV

La Propuesta.....	84
Resumen de la Propuesta	84
Justificación de la Propuesta.....	85

UNIDAD I

ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO	87
1.1 El Producto.....	87
1.1.1 Características del Café a Base de Habas	88
1.1.2 Información Nutricional del Café a Base de Habas	89
1.1.3 Modo de Preparación	89
1.2 La Empresa	90
1.3 Estructura Legal de la Empresa	91
1.4 Situación Actual de IMS S.A.....	91
1.5 Procedimiento para el Reinicio de Actividades de IMS S.A.....	92
1.6 Requisitos para el Reinicio de la Compañía	92
1.6.1 Tipo de Empresa	93
1.6.2 Condiciones de los Accionistas	93
1.6.3 Objeto Social de la Empresa	94
1.7 Estructura Administrativa	94
1.7.1 Misión	95
1.7.2 Visión.....	95
1.7.3 Organigrama de la Empresa	95
1.7.4 Distribución de Funciones y Responsabilidades	96
1.7.4.1 De la Dirección General	96

1.7.4.2 De la Dirección de Comercio Exterior	97
1.7.4.3 De la Dirección Financiera	97
1.7.5 Valores y Principios	97
1.7.6 Macrolocalización	98
1.7.7 Microlocalización	98

UNIDAD II

Plan de Marketing Internacional y Análisis del Mercado 99

2.1 Importancia del Plan de Marketing en el Proyecto de Exportación	99
2.2 Matriz del Plan de Marketing Internacional	100
2.3 Análisis FODA	101
2.4 Análisis de la Situación Externa – Mercado Chileno	102
2.4.1 Tendencias de Consumo de Café en Chile	102
2.4.2 Café Ecuatoriano en Chile.....	103
2.4.3 Acuerdos Comerciales entre Ecuador y Chile	105
2.5 Marketing Mix	107
2.5.1 El Producto – Nombre	107
2.5.1.1 Logo del Producto	108
2.5.2 Determinación del Precio	112
2.5.3 Estudio de Canales de Distribución.....	112
2.5.3.1 Importadores/Distribuidores	112
2.5.3.2 Mayoristas	113
2.5.3.3 Supermercados	114
2.5.4 Promoción	117

UNIDAD III

Proceso de Exportación	122
3.1 Régimen de Exportación	122
3.2 Registro como Exportador.....	122
3.3 Procedimiento de Exportaciones en Ecuador.....	123
3.4 Determinación de la Partida Arancelaria	125
3.5 Contacto con el Comprador	127
3.6 Contrato de Compra – Venta Internacional de Mercaderías	128
3.7 Incoterm Negociado	128
3.8 Documentación Requerida para Exportar	129
3.8.1 RUC.....	130
3.8.2 Factura Proforma	130
3.8.3 Factura Comercial	130
3.8.4 Lista de Empaque – Packing List	131
3.8.5 Conocimiento de Embarque	131
3.8.6 Certificado de Origen.....	131
3.8.7 Certificado Fitosanitario.....	132
3.9 Embalaje y Etiquetas.....	132
3.10 Puerto de Origen	134
3.11 Inspección Antinarcoóticos.....	135
3.12 Acceso al Mercado Chileno.....	136
3.12.1 Forma de Pago en Chile.....	138
3.12.2 Transporte Internacional.....	138
3.12.2.1 Envíos Comerciales.....	141
3.12.2.2 Muestras sin Valor Comercial – Exporta Fácil.....	142

3.12.2.3 Tiempos de Nacionalización en Chile.....	144
3.13 Caso Práctico – CAFECOM S.A.	145

UNIDAD IV

Evaluación Financiera	154
4.1 Inversión Inicial.....	154
4.2 Gastos de Constitución de la Empresa	155
4.3 Estructura del Financiamiento	156
4.4 Préstamo	156
4.5 Depreciación de Activos	158
4.6 Remuneraciones	159
4.7 Determinación de Costos e Ingresos	160
4.8 Gastos de Ventas o de Exportación	161
4.9 Estado de Situación Inicial	162
4.10 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	163
4.11 Flujo de Efectivo Proyectado.....	164
4.12 Valor Actual Neto VAN y Tasa Interna de Retorno TIR	164
Conclusiones.....	166
Recomendaciones.....	167
Anexos	168
Bibliografía.....	183

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1.- Participación de las Mipymes en las Exportaciones Totales del Ecuador.....	41
Tabla No. 2.- Total Exportaciones del Ecuador 2007 – 2012	43
Tabla No. 3.- Exportaciones de Productos Tradicionales 2007 - 2012	46
Tabla No. 4.- Exportaciones de No Tradicionales Primarios 2007 – 2012.....	47
Tabla No. 5.- Exportaciones de No Tradicionales Industrializados 2007 - 2012.....	48
Tabla No. 6.- Principales Destinos de Exportaciones No Petroleras del Ecuador	49
Tabla No. 7.- Importancia del Sector Cafetalero del Ecuador.....	53
Tabla No. 8.- Índices del Sector Cafetalero 2012	54
Tabla No. 9.- Superficie y Área de Producción Cafetalera del Ecuador 2012.....	56
Tabla No. 10.- Superficie, Producción y Ventas de Café.....	57
Tabla No. 11.- Principales Destinos de las Exportaciones de Café Ecuatoriano	60
Tabla No. 12.- Cultivo de Habas en el Ecuador.....	62
Tabla No. 13.- Indicadores Generales de Chile.....	63
Tabla No. 14.- Población de Chile por Ciudad Principal	64
Tabla No. 15.- Población por Edad y por Sexo de Chile.....	65
Tabla No. 16.- Balanza Comercial Chile con el Mundo	66
Tabla No. 17.- Balanza Comercial Total Ecuador – Chile	67
Tabla No. 18.- Balanza Comercial No Petrolera Ecuador – Chile.....	67
Tabla No. 19.- Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado Chileno	69
Tabla No. 20.- Estado del Conocimiento o Estado de Arte.....	77
Tabla No. 21.- Información Nutricional del Café a Base de Habas.....	89
Tabla No. 22.- Estructura Organizacional de IMS S.A.	96

Tabla No. 23.- Matriz de Plan de Marketing Internacional	100
Tabla No. 24.- Exportaciones de Café en Grano, 2007 – 2012	104
Tabla No. 25.- Costos de Transporte.....	141

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.- Ingreso de Remesas I Semestre 2007 – I Semestre 2012	35
Gráfico No. 2.- Participación de las Mipymes en las Exportaciones Totales del Ecuador.....	42
Gráfico No. 3.- Total Exportaciones del Ecuador 2007 – 2012	43
Gráfico No. 4.- Exportaciones 2012 – Productos Primarios e Industrializados	44
Gráfico No. 5.- Exportaciones 2012 – Petroleras y No Petroleras	45
Gráfico No. 6.- Exportaciones Productos Tradicionales 2007 – 2012.....	46
Gráfico No. 7.- Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas Ene. – Sep. 2012.....	50
Gráfico No. 8.- Exportaciones de Café y Derivados 2001 – 2012.....	58
Gráfico No. 9.- Exportaciones de Café y Derivados 2001 – 2012/ Toneladas	59
Gráfico No. 10.- Principales Destinos de las Exportaciones de Café Ecuatoriano...	60
Gráfico No. 11.- Exportaciones de Café en Grano 2007 - 2012.....	104

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No. 1.- Productos de Exportación del Ecuador	42
Imagen No. 2.- Café	51
Imagen No. 3.- Mapa Cafetalero del Ecuador	55
Imagen No. 4.- Habas	61
Imagen No. 5.- Bandera y Ubicación Geográfica de Chile	64
Imagen No. 6.- Logo – Empresa PROALDE.....	80
Imagen No. 7.- Café a Base de Habas - Preparación	87
Imagen No. 8.- Logo – Empresa International Multiples Service IMS S.A.....	90
Imagen No. 9.- Actividad IMS S.A.	90
Imagen No. 10.- Macrolocalización de la Empresa	98
Imagen No. 11.- Nombre del Producto	107
Imagen No. 12.- Envase del Producto.....	107
Imagen No. 13.- Logo del Producto.....	108
Imagen No. 14.- Presentación del Producto en Frasco	109
Imagen No. 15.- Presentación del Producto en Funda.....	110
Imagen No. 16.- Presentación del Producto en Bolsitas	111
Imagen No. 17.- Artículos Publicitarios.....	119
Imagen No. 18.- Valla Publicitaria 1	120
Imagen No. 19.- Valla Publicitaria 2	121
Imagen No. 20.- Partida Arancelaria del Café a Base de Habas – Ecuador	126
Imagen No. 21.- Partida Arancelaria del Café a Base de Habas - Chile	127
Imagen No. 22.- Embalaje para la Exportación de Café a Base de Habas	133

Imagen No. 23.- Ubicación Geográfica CONTECON	135
Imagen No. 24.- Ejemplo Inspección Antinarcoáticos en Ecuador	136
Imagen No. 25.- Ubicación Geográfica del Puerto San Antonio – Chile	140
Imagen No. 26.- Factura Comercial – CAFECOM S.A.	145
Imagen No. 27.- Packing List – CAFECOM S.A.	146
Imagen No. 28.- Bill of Lading b/l – CAFECOM S.A.	147
Imagen No. 39.- Certificado Fitosanitario de Exportación – CAFECOM S.A.	148
Imagen No. 30.- Certificado de Origen – CAFECOM S.A.	149
Imagen No. 31.- Certificado Sanitario – CAFECOM S.A.	150
Imagen No. 32.- Certificado Sanitario – CAFECOM S.A.	151
Imagen No.33.- Certificado de Origen – Organización Internacional del Café/COFENAC	152
Imagen No.34.- Certificado de Origen – Organización Internacional del Café/COFENAC	153

DEDICATORIA

Con profundo e infinito amor a Dios, mi madre Margot y hermano Juan, por ser mis fieles compañeros y por su apoyo incondicional en cada camino recorrido y éxitos logrados en mi vida.

Angee Cuero Medina

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa”.

Mahatma Gandhi

AGRADECIMIENTO

Mi sincera gratitud a la Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” de Guayaquil, especialmente a la Escuela de Comercio Exterior, sus directivos y maestros por sembrar día a día el espíritu emprendedor en cada enseñanza en pro de formar profesionales de gran nivel académico y humanístico. Mi afectuoso reconocimiento a nuestro tutor y maestro Magíster Iván Riofrío por su valioso y oportuno aporte en la guía del desarrollo del presente proyecto.

Angee Cuero Medina

“Educar no es dar carrera para vivir, sino temprar el alma para las dificultades de la vida”.

Pitágoras

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre y hermana por su constante apoyo que han tenido al formarme no solo como estudiante sino como un ser humano, enseñándome la humildad en la victoria y el valor ante la derrota.

Jennifer Oyola Mancheno

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fortaleza y sabiduría para seguir adelante y no permitir detenerme en el camino y guiar mi vida siempre.

A mi madre y hermana por su apoyo constante en cada etapa de mi vida.

A los maestros (as) que con sus enseñanzas día a día y consejos lograron formar un buen ser humano.

A Magíster Iván Riofrío por compartir sus conocimientos y apoyo en la guía de la tesis.

A mis compañera (os) por haber sido parte de mi vida estudiantil y compartir buenos momentos durante los 5 años de nuestra carrera.

Jennifer Oyola Mancheno

RESUMEN EJECUTIVO

Un pilar fundamental para el progreso económico del Ecuador se genera a través del establecimiento de una cultura exportadora y el desarrollo del comercio exterior del país. De allí que radica la importancia del sector exportador ecuatoriano. Entre los ejes de impulso a dicho sector están aumentar la participación de las exportaciones no petroleras, profundizar su crecimiento en valor y volumen exportado, incrementar el número de productos vendidos internacionalmente y con ello la participación de las empresas especialmente <<Mipymes>> en el comercio y generar nuevas plazas de empleo.

En el Ecuador la producción exportable se concentra principalmente en productos basados en el modelo <<primario – extractivo – exportador>>. El éxito de los principales productos de exportación ecuatorianos (petróleo, cacao, banano, camarón, café y atún) en mercados internacionales, han marcado grandes periodos de estabilidad y prosperidad económica en el país.

Por otro lado, las Mipymes integran un grupo sumamente importante para la economía ecuatoriana, generando alrededor del 80% del trabajo productivo¹ según el Ministerio de Industrias y Competitividad del Ecuador <<MIPRO>>.

¹ Ministerio de Industrias y Competitividad del Ecuador <<MIPRO>>

Productos como café, cacao de aroma, artesanías, textiles, snacks, entre otros, producidos y elaborados por manos ecuatorianas son muy valorados en mercados internacionales y han ubicado en primeros lugares el nombre del Ecuador. Detrás de cada producto vendido en el exterior se hallan pequeños y medianos productores que con trabajo duro, esfuerzo y perseverancia día a día apoyan en el proceso de sobrepasar fronteras llevando la marca país a mercados mundiales.

Por lo tanto, existe la necesidad de promover la participación sostenida y sustentable de las Mipymes a fin de fomentar el potencial exportador de las mismas, a través de acciones estratégicas como capacitación tecnológica, acceso a financiamientos, asistencia en procesos de exportación, capacitación de negocios e idiomas, información de acceso a mercados, incentivos al desarrollo de nuevos productos, participación en ferias, misiones comerciales, asesoría oportuna, fomentar procesos de industrialización que adicione valor agregado a sus productos, entre otros aspectos.

En el marco del comercio exterior ecuatoriano, es preciso desarrollar nuevas alternativas de producción que implique la inserción de nuevos productos en la oferta exportable del país, a través de la optimización de los recursos naturales del Ecuador. Los instrumentos y políticas de fomento a las exportaciones como Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Plan Nacional del Buen Vivir, Exporta Fácil acercan cada vez más a nuevos actores a participar en la venta internacional de nuestros productos.

A nivel internacional, el café es una de las bebidas más populares que ha conquistado al mundo entero, sin distinguir cultura, religión, raza, géneros, ni condición social, por lo que está considerada entre las cuatro bebidas más consumidas a nivel mundial.

El enfoque del presente proyecto está orientado a ofrecer una alternativa al café tradicional mediante la bebida a base de habas cuyo sabor es sumamente similar al mencionado, situación que generaría una gran oportunidad de ubicar este producto nuevo en la perspectiva externa generando no solo valor agregado a uno de los productos agrícolas del Ecuador sino también fortalecer la posición de la marca país en la plataforma exterior.

La realidad es que el mundo competitivo del siglo XXI va evolucionando minuto a minuto y con ello se van generando nuevas opciones de negocios a nivel mundial por lo que es preciso que el Ecuador participe activamente en los mercados externos que cada vez demandan productos nuevos, de alta calidad e incorporados de valor agregado.

Finalmente es oportuno incentivar a través del conocimiento, nuevas industrias y perfeccionamiento agro-industrial que coadyuven al adelanto socioeconómico del estado. Consecuentemente, la promoción a las exportaciones ecuatorianas debe constituirse como un plan fundamental para el progreso y crecimiento de la economía en miras del desarrollo.

SUMMARY

An essential part for the economic development of Ecuador is generated through the establishment of an export culture and the development of the outside trade of the country. In this point lies the importance of the Ecuadorian outside trade. One of the axis for the impulse to this sector is to increase the non-oil exportation, deepen its growth in value and volume exported, increase the number of internationally sold products and with that, increase the participation of companies, specially <<Mipymes>> in the trade, and generate new jobs.

In Ecuador, exportable production is concentrated mainly in products based on the <<primary – extractive – export>> model. The success of Ecuador's main export products (petroleum, cocoa, bananas, shrimp, coffee and tuna) in international markets, have marked long periods of stability and economic prosperity in the country.

“Mipymes” integrate an extremely important group for the Ecuadorian economy, generating around 80% of productive work according to the Ministry of Industry and Competitiveness of Ecuador <<MIPRO>>.

Products like coffee, cocoa, handicrafts, textiles, snacks, among others, produced and developed by Ecuadorian hands are highly valued in international markets and have placed the name of Ecuador in the top. Behind every product that is sold abroad are small and medium producers who, with hard work, effort and perseverance day by day support in the process of overcome the borders, taking national brand to global markets.

Therefore, it's necessary to promote sustained and sustainable participation of "Mipymes" in order to promote the exporting potential of them, through strategic actions like technology training, access to financing, assistance in export processes, business and languages training, access to market information, incentives to develop new products, participation in trade fairs, trade missions, timely advice, promote industrialization processes which provide more value to their products, among others.

From the point of view of Ecuadorian foreign trade, we need to develop new ways of production involving the insertion of new products in the country's export supply, through the optimization of the natural resources of Ecuador. The instruments and policies to promote export, like Organic Code of Production, Trade and Investment, National Plan for Good Living, Easy Export, take new players closer to participate in international sales.

Internationally, coffee is one of the most popular drinks, that has conquered the whole world without distinguish culture, religion, race, genre, and social condition, for that is considerate between the four drinks most consumed globally.

The approach of this project is orientated to give an alternative to the traditional coffee through the drink based on beans which taste is very similar to the mentioned product, this situation would generate a great opportunity to set this new product in the outside view, producing not only more value to one of the agricultural products of Ecuador but strength the position to the country brand in the outside platform.

The reality is that the competitive world of the XXI century is evolving minute by minute and with that generates new business options globally, for that it's necessary that Ecuador participate actively in the outside markets that every time demands new products, with high quality and more value.

Finally, it is appropriate to encourage through knowledge, new production and agro-industrial development that contribute to social-economic advance of the state. Consequently, the Ecuadorian export promotion plan should be established as a fundamental plan to the progress and growth of the economy on the road to development.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Históricamente, el Ecuador ha sido considerado como un país agroexportador <<*modelo primario – extractivo – exportador*>>. Esto significa que la economía ecuatoriana es proveedora principalmente de materia prima en el mercado internacional y a su vez importadora de productos terminados o de mayor valor agregado.

Según cifras del Banco Central del Ecuador, en el 2012 las exportaciones totales alcanzaron 23,847 millones de dólares FOB. Al identificar el crecimiento por tipo de producto, se determina que las exportaciones de productos primarios corresponden al 18,444 del total exportado es decir el 77% frente al 23% <<5,403 millones>> para los industrializados.

Tradicionalmente ha existido una marcada dependencia y concentración en la oferta exportable del Ecuador. En 1920 el cacao (“la pepa de oro”) determinó una época de auge económico, para los años 50 el rumbo monetario se sujetó en los precios internacionales relacionados con el banano, mientras que para los 70 el petróleo (“boom petrolero”) concretó las bases de ingresos de divisas para el país hasta la actualidad.

Para disminuir los márgenes de dependencia el camino es apuntar hacia la diversificación a través de la optimización de los recursos naturales y posterior inserción de nuevos productos potencialmente atractivos en el mercado internacional, y que el Ecuador posee debido a su estratégica situación geográfica.

Las exportaciones como parte de la estructura del comercio exterior, integran un aporte determinante de fuentes de ingreso de divisas en el mundo. Para el Ecuador, se establecen como uno de los pilares fundamentales que ha sostenido la economía ecuatoriana a través de décadas, activando el crecimiento socio-económico del país a través del fomento productivo y generación de fuentes de empleo.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, establece que la concentración de la producción exportable del Ecuador está determinada en el sector primario – extractivista y en los productos tradicionales de exportación. Es decir una concentración y limitada diversidad de la oferta exportable del país, lo cual atribuye al incremento de la dependencia externa y la vulnerabilidad en los precios internacionales de los productos primarios exportados². Una de las estrategias del plan en mención es precisamente promover el desarrollo de la oferta exportable del país.

Promover el desarrollo de oferta exportable en las industrias nacientes para consolidar el nuevo patrón de especialización de la economía enfocado en los sectores secundario-terciarios, generadores de valor, en el empleo de mano de obra calificada, en el desarrollo de tecnología y capacidades humanas especializadas.**(Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, Estrategia 3).**

² Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, <http://plan.senplades.gob.ec/estrategia3>

La estrategia referida sumada al cambio en la transformación de la matriz productiva del país que permita superar el <<*modelo primario – extractivo – exportador*>> involucra un reto para los actores del sector productivo.

La transformación de la matriz productiva implica el paso de un patrón de especialización primario exportador y extractivista a uno que privilegie la producción diversificada, ecoeficiente y con mayor valor agregado, así como de los servicios basados en la economía del conocimiento y la biodiversidad (...) Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado - alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos. **(Transformación de la Matriz Productiva, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, p. 11-12).**

Es precisamente basado en este marco en que el presente trabajo propone el desarrollo de un producto alternativo como lo es una bebida cuyo sabor es similar al café tradicional, es obtenido de habas y es muy saludable.

Actualmente el cultivo, producción, comercialización, industrialización, manejo y exportación de café es considerado como uno de los sectores más importantes de la economía ecuatoriana, ya que su desarrollo genera significativas fuentes de empleo e ingreso de divisas para el país.

Con relación a las ventajas del café, el objetivo fundamental del trabajo en mención es incentivar la producción de un nicho de mercado naciente que incorpora valor agregado a una las leguminosas más consumidas en el país. En el Ecuador, existen registros de elaboración de sucedáneos de café a base de quinua, cebada, trigo, haba y soja; la producción del mismo está en crecimiento debido a las ventajas alimenticias del producto que se encuentra totalmente libre de cafeína, característica que lo convierte en una bebida apta para personas de toda edad. Además el haba contiene importantes fuentes de fibra, proteínas, minerales y vitaminas.

Por otro lado, las micro, pequeñas y medianas empresas conocidas como <<pymes>> representan una de las principales fuerzas económicas, especialmente en los países en vías de desarrollo como el Ecuador. El aporte de las pymes está dado en función del estímulo a la actividad privada, impulso de nuevos emprendedores, innovación de nuevos productos, generación de fuentes de empleo, participan en la diversificación de las actividades económicas, entre otros aspectos que las constituyen como una importante asistencia en el comercio de bienes y servicios en el país.

Desde el punto de vista del comercio exterior ecuatoriano, las pymes según datos del Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador, generan el 95% de las unidades productivas y el 80% del empleo en el país. A pesar de la importante aportación en el progreso económico y la contribución del empleo en tasas superiores que las grandes empresas o corporaciones, durante el periodo 2007 – 2012 las microempresas alcanzaron el 3% del total de las exportaciones ecuatorianas. Mientras que las pequeñas y medianas empresas totalizaron el 1% y 5% respectivamente.

1.1. Tema

El tema del proyecto de investigación se define a continuación:

“Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas para el Mercado Chileno, periodo 2013”

El presente tema se sustenta en la incorporación de valor agregado a los productos agrícolas de exportación ecuatorianos, considerando el excelente potencial agrícola que posee el Ecuador ya que es considerado como uno de los principales países que coloca productos de alta calidad en mercados internacionales.

El factor tecnológico e industrial aplicados en procesos productivos del Ecuador, toma un papel determinante y de vital importancia para el país en vía de desarrollo, generando no sólo fuentes significativas de ingresos, a su vez mejorando la calidad de vida de los ciudadanos a través de la reactivación de zonas productivas e industriales y su inclusión en el proceso de exportación del país.

1.2. Definición del Problema

La definición del problema se define mediante la siguiente interrogativa:

¿Por qué promover la inserción de nuevos productos en la oferta exportable del Ecuador?

En un análisis basado en datos obtenidos del Banco Central del Ecuador, del total de exportaciones ecuatorianas de los últimos 5 años, se registra una creciente tendencia a excepción del 2009 donde hubo una caída atribuida a la crisis económica mundial del año en mención y cuya repercusión también afectó a la economía ecuatoriana. Sin embargo la tasa de crecimiento promedio anual de las exportaciones ecuatorianas durante el mismo periodo ha sido en términos positivos para el país estableciéndose en un 11.76%. Es así que para el año 2012, las ventas externas totalizaron los USD 23,847 FOB.

Sin embargo, el patrón exportador de la economía ecuatoriana está estructurado por la colocación en el mercado internacional de productos que si bien es cierto, han activado la economía ecuatoriana desde la época colonial, a su vez, también han acumulado grandes índices de concentración y dependencia manifestada en la Balanza Comercial del Ecuador, siendo los productos más representativos del portafolio ecuatoriano, el petróleo y en la categoría de productos tradicionales el banano, café, camarón, cacao y atún.

El modelo agro – exportador del Ecuador data desde la época colonial y ha marcado grandes periodos tanto económicos como políticos que han influido directamente en la economía del país. Productos como cacao o “pepa de oro”, banano y petróleo han sido base esencial en el desarrollo del país.

El cacao es uno de los productos más representativos del Ecuador. Durante un siglo aproximadamente los ingresos obtenidos en el mercado internacional del cacao sustentaron las bases económicas del país.

Según fuentes históricas, desde principios de 1600 ya habían pequeñas plantaciones de cacao a orillas del río Guayas y se expandieron a orillas de sus afluentes el Daule y Babahoyo, ríos arriba, lo cual originó el nombre de cacao "Arriba" en el mercado internacional. En este periodo el cacao ya se consagraba como el principal producto de exportación del país, citado por Alberto Acosta en la publicación "*Breve Historia Económica del Ecuador*".

El problema radicaba en que la producción del principal producto, el cacao, era extensivo, pero no requería de una gran inversión en capital, ni de invención tecnológica (...) Finalmente, al basarse gran parte de la economía nacional en la producción y exportación de un solo bien (cacao), nos ligo profundamente a los vaivenes de la economía mundial (europea y posteriormente la norteamericana), he hizo que nuestra economía fuera tremendamente sensible a los shocks externos. **(Resumen: Breve Historia Económica del Ecuador, Alberto Acosta, <http://historiaecuador.blogspot.com/>)**

En 1630 ya se registraron envíos de hasta 40.000 fanegas (110 libras), creciendo en 1775 a 50.000 cargas (81 libras); en 1809 aumenta la producción a 150.000 quintales y llega en 1821 a 180.000 quintales.

Durante los años de lucha por la independencia (1800-1822), la producción de cacao fue la fuente más importante para su financiamiento. Significaba entre el 40 al 60% de las exportaciones totales del país y pagaba hasta el 68% de los impuestos del Estado.

Siendo el cacao el principal producto generador de divisas y recursos, permitió la creación de los primeros bancos del país y fue también el soporte para el manejo político y económico de los grupos gobernantes de turno³.

En el Ecuador, el producto más fuerte que ha dinamizado intensamente la economía ecuatoriana, es el petróleo o también llamado oro negro. El primer pozo petrolero fue descubierto por la empresa inglesa Anglo en Ancón, ciudad que actualmente pertenece a la Provincia de Santa Elena. En 1925 se iniciaba la producción petrolera, sin embargo, en 1928 se dieron los primeros y mínimos índices de exportación.

Según registros del Banco Central del Ecuador, en 1971, las exportaciones petroleras representaban el 6% del general de las exportaciones totales ecuatorianas. En el año de 1972 el Ecuador exportó 42 millones de barriles de crudo, lo cual es comparado a lo vendido durante los años 1928 y 1957. Es decir que los barriles que se exportó durante 29 años, la misma cantidad de crudo el país vendió tan solo en un año; dando inicio al boom petrolero y a una era caracterizada por la dependencia petrolera y su marcada concentración en la Balanza Comercial del Ecuador hasta la actualidad.

³ Ecuacocoa

El banano, considerado otro de los principales productos de exportación ecuatorianos, incursionó en el portafolio exportable ecuatoriano desde 1877 con destino a Chile. El Ecuador desde 1952 es el primer exportador de banano a nivel mundial, según la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, exceptuando los años 1982 y 1983, periodo por el cual el país se vio afectado por los estragos del fenómeno del niño, hecho natural que arrasó con las plantaciones y ascendió a Costa Rica, considerado actualmente el segundo exportador de banano.

Con la referencia citada anteriormente es preciso relacionar la actividad agrícola con el PEA y PIB. Según datos obtenidos por el Instituto de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC), para el año 2010 se registró que la población económicamente activa distribuidas por los sectores productivos más dinámicos de la economía del Ecuador se determinaba en el área de servicios con un 53.0% seguida por el 28.4% establecida por la agricultura y pesca, en tanto que la industria tuvo una participación del 18.6%. Con los presentes índices estadísticos se observa que la población activa ecuatoriana se desarrolla principalmente en el área de servicios y agricultura.

El Producto Interno Bruto de la estructura económica ecuatoriana, en base a datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador, ha demostrado una tendencia creciente, estableciendo una tasa de crecimiento promedio anual durante el periodo 2007 – 2011 de 12.14%. En tanto que en el año 2011, el PIB registró en USD 65,945 millones y consecuentemente el PIB per cápita alcanzó los USD 4,578 millones.

1.3. Delimitación del Problema

- **Acción:** Proceso de Exportación de Café Procesado a Base de Habas
- **Campo:** Comercio Exterior.
- **Área:** Incorporación de Valor Agregado a los Productos Agrícolas de Exportación Ecuatorianos.
- **Periodo:** 2013
- **Marco Espacial:** Chile.

1.4. Justificación de la Investigación

El presente trabajo investigativo se justifica en el fomento de las exportaciones como medio de sustentabilidad para la economía ecuatoriana a través del ingreso de divisas al país.

Entre los ingresos que percibe el país, éstos son atribuidos en gran medida por las remesas y las exportaciones. Según los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador, se visualiza la disminución del flujo de remesas en el país. Este comportamiento en la variación de las remesas percibidas se atribuye al entorno económico por el que están sujetos los emigrantes ecuatorianos en los países europeos y que afecta directamente a la economía ecuatoriana debido a los miles de dólares que no ingresaron al país en el 2012.

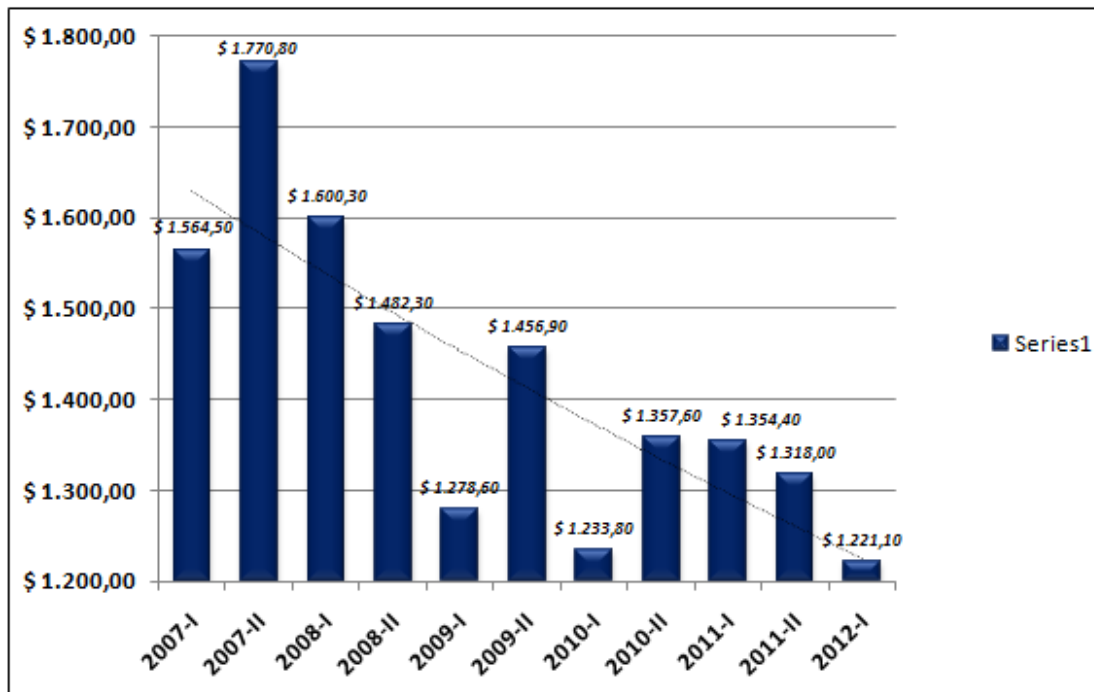


Gráfico No. 1

Ingreso de Remesas- I Semestre 2007 – I Semestre 2012

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaborado por: Las Autoras

En el segundo semestre del 2012, el monto generado por el ingreso de remesas al país alcanzó USD 625.3 millones, datos inferiores a los percibidos en el mismo periodo del 2011 en el cual ingresó USD 698.3 millones por concepto de remesas; es decir una estimación inferior del 10.5%.

En un análisis de las remesas provenientes de España, en el segundo semestre de 2012 alcanzaron USD 194.5 millones, cifra que comparada con el segundo semestre del 2011 de USD 272.5 millones, registra un 29.2% inferior a lo recibido por el país. Situación que comprueba la evidente crisis económica que afecta al país europeo. En tanto que en Italia se registró una reducción del 11.6% en la percepción de remesas en el mismo periodo de análisis.

En los datos citados anteriormente se concluye que es indispensable tomar acciones en función al incentivo a las exportaciones y la promoción de nuevas alternativas exportables como medio de ingresos de divisas para el país.

1.5. Objetivo General y Específicos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

- Desarrollar un plan estratégico para la comercialización internacional de café procesado a base de habas a través de Exporta Fácil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Diseñar un plan de marketing y elementos promocionales para el café a base de habas.
- Incentivar la optimización de los recursos agrícolas del Ecuador mediante la generación de valor agregado.
- Analizar los costos de exportación la ejecución del plan exportable del café a base de habas.

1.6. Intencionalidad de la Investigación

La intencionalidad se enmarca en promover nuevas alternativas de exportación que coadyuve a la incursión de productos de alta calidad y potencialmente competitivos que el Ecuador ofrece internacionalmente.

Además del desarrollo de nuevas actividades de siembra que intensifiquen la producción agrícola y a su vez la generación de valor agregado a estos productos que permitan ingresos económicos para el crecimiento de la economía ecuatoriana.

Es imprescindible la aplicación de medios y mecanismos que permitan una promoción eficiente y eficaz dirigida a mejorar la competitividad del Ecuador consolidando al país como generador de valor agregado a sus productos, además de fomentar el emprendimiento para las pequeñas y medianas empresas exportadoras, por lo que es importante impulsar el desarrollo de proyectos que impliquen el impulso a las exportaciones de nuevos productos permitiendo la expansión de la oferta exportable ecuatoriana.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

En el marco teórico del presente proyecto investigativo se ha considerado temas relacionados con las principales teorías del comercio internacional, análisis general de las exportaciones del Ecuador, estudios del café así como su impacto en la economía ecuatoriana, instrumentos legales que sustentan la promoción de las exportaciones del país, estado de arte, fundamentación teórica entre otros parámetros que aportan como referencia y respaldo de la información descrita para la ejecución del proyecto en mención.

2.1. Principales Teorías del Comercio Internacional

2.1.1. Ventaja Comparativa

La ventaja comparativa se refiere a los costos de oportunidad por la producción de los mismos bienes relativos entre países. La producción mundial y el consumo se incrementan al máximo cuando cada país se especializa en la producción y el comercio de bienes en los que tiene una ventaja comparativa. (Tucker, p. 464).

2.1.2. Ventaja Absoluta

Se tiene una ventaja absoluta cuando se puede producir más bienes a partir de una cantidad específica de recursos que cualquier otro individuo. La ventaja absoluta es el resultado de las diferencias en la productividad. Una persona que cuenta con mejor tecnología, más capital o mejores habilidades que otra, tiene una ventaja absoluta con respecto a esta última. La ventaja absoluta también se aplica al caso de los países, y permite obtener ganancias de la especialización y el intercambio. (Esquivel y Parkin, p. 43).

2.1.3. Modelo de Economías Abiertas

El modelo de economías abiertas se refiere a las relaciones comerciales que un país mantiene con el resto del mundo por lo tanto existe una participación de la oferta y demanda entre países, es decir, el comportamiento entre exportaciones e importaciones de los mercados.

Una economía abierta interactúa con otras economías en dos sentidos: compra y vende servicios en los mercados mundiales de productos, y compra y vende activos de capital como acciones y bono en el mercado financiero mundial. (Gregory, p. 692).

En una economía abierta <<como la del Ecuador>> las exportaciones reflejan un impacto positivo en el crecimiento económico ya que a través del ingreso de divisas se fomenta el desarrollo productivo generando fuentes de empleo. En este tipo de economías, las ventas internacionales están relacionadas con factores como desgravaciones arancelarias, facilitación del comercio internacional, variación de precios en los mercados internacionales, tipos de cambio, etc. Dentro de una economía abierta la demanda por importaciones depende sustancialmente de las necesidades y del nivel de ingresos en el país demandante ya que estas compras internacionales pueden ser de materia prima, insumos, bienes sustitutos, bienes suntuarios, bienes de capital o bienes de consumo.

2.2. Análisis del Rol de las Mipymes en las Exportaciones del Ecuador

Las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras constituyen un significativo aporte para la economía ecuatoriana cuyo desarrollo permite la generación de empleos, productividad, ingresos y progreso para el país.

En el Ecuador, según el MIPRO, las Mipymes representan el 95% de las unidades productivas generando aproximadamente el 80% del empleo productivo, de ahí que radica su importancia en la cooperación del crecimiento socioeconómico del país. Sin embargo esta realidad contrasta con la participación estadística real de las micro, pequeñas y medianas empresas en las exportaciones totales del país.

Durante el periodo 2007 – 2012 las microempresas participaron con el 3% del total de las exportaciones ecuatorianas. Mientras que las pequeñas y medianas empresas alcanzaron apenas el 1% y 5% respectivamente.

Como se muestra a continuación, las grandes empresas concentran el 91% del total de las ventas externas del país, según cifras estadísticas emitidas por el Ministerio de Industrias y Competitividad, las mismas que suman los rubros correspondientes a las exportaciones tradicionales y no tradicionales del Ecuador.

Tabla No. 1

Participación de las Mipymes en las Exportaciones Totales del Ecuador

Período	Exportaciones*	Micro 3%	Pequeña 1%	Mediana 5%	Grande 91%
2007	\$ 5.992.749.560,00	\$ 179.782.486,80	\$ 59.927.495,60	\$ 299.637.478,00	\$ 5.453.402.099,60
2008	\$ 7.097.737.540,00	\$ 212.932.126,20	\$ 70.977.375,40	\$ 354.886.877,00	\$ 6.458.941.161,40
2009	\$ 6.898.419.370,00	\$ 206.952.581,10	\$ 68.984.193,70	\$ 344.920.968,50	\$ 6.277.561.626,70
2010	\$ 7.816.699.880,00	\$ 234.500.996,40	\$ 78.166.998,80	\$ 390.834.994,00	\$ 7.113.196.890,80
2011	\$ 9.377.485.080,00	\$ 281.324.552,40	\$ 93.774.850,80	\$ 468.874.254,00	\$ 8.533.511.422,80
2012	\$ 9.683.148.300,00	\$ 290.494.449,00	\$ 96.831.483,00	\$ 484.157.415,00	\$ 8.811.664.953,00

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador

(*) Suma de Exportaciones de Productos Tradicionales y No Tradicionales

Elaborado por: Las Autoras

Gráficamente se demuestra una elevada desventaja de participación de las Mipymes en las exportaciones totales a pesar de su gran importancia socioeconómica para el país. Por lo tanto es preciso fomentar la asistencia de este sector en pro de mejorar las condiciones de vida de todos los involucrados en los procesos productivos y exportables del Ecuador.

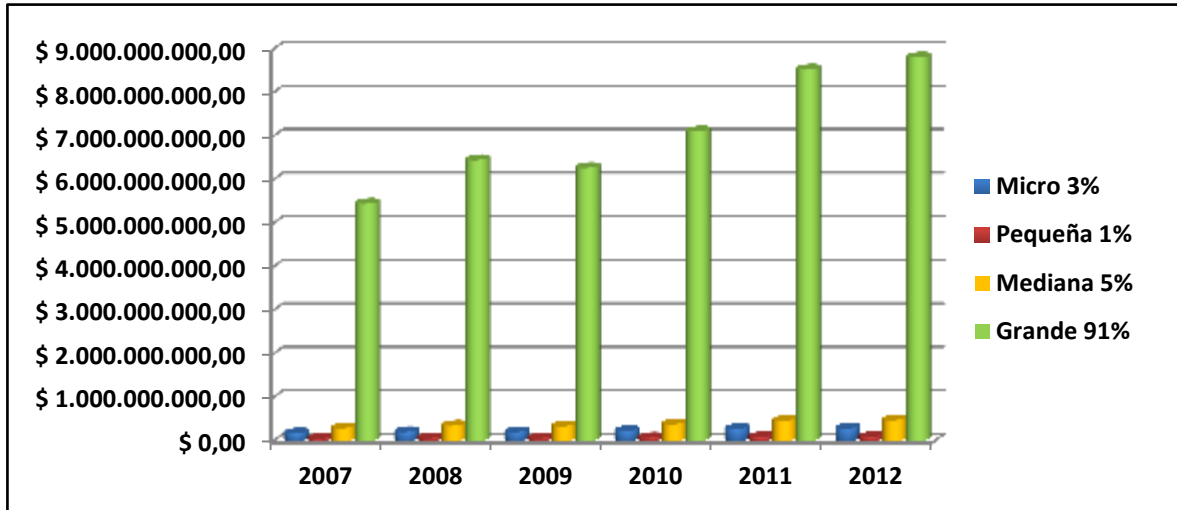


Gráfico No. 2

Participación de las Mipymes en las Exportaciones Totales del Ecuador

Fuente: MIPRO. Elaborado por: Las Autoras

2.3. Análisis General de las Exportaciones del Ecuador

El Ecuador cuenta con una gran variedad de productos que actualmente son reconocidos mundialmente por su alta calidad y que han generado una perspectiva global de la marca país. Los principales productos no petroleros que el Ecuador ofrece al mundo por sectores están clasificados en agroindustrias; alimentos procesados, artesanías, turismo, automotriz, banano, cacao y elaborados; café, flores, frutas no tradicionales, madera, metalmecánica, pesca y acuicultura; plásticos, farmacéuticos y cosméticos; textiles, cuero y confecciones.



Imagen No. 1

Productos de Exportación del Ecuador/ Fuente: www.agronegocios.com.ec

Según datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, las exportaciones del país en los últimos 6 años han mantenido una tendencia creciente a excepción del 2009, año en el cual se registró una caída en las ventas atribuida a la crisis mundial. En el siguiente periodo las exportaciones ecuatorianas ascendieron, es así que en el 2010 crecieron en un 26.16% como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla No. 2
Total Exportaciones del Ecuador 2007 – 2012

Periodo	Total Exportaciones
<i>Millones USD FOB</i>	
2007	14,321
2008	18,818
2009	13,863
2010	17,489
2011	22,322
2012	23,847

Fuente: Información correspondiente a Datos Estadísticos de la Página Web del Banco Central del Ecuador. Elaborado por: Las Autoras

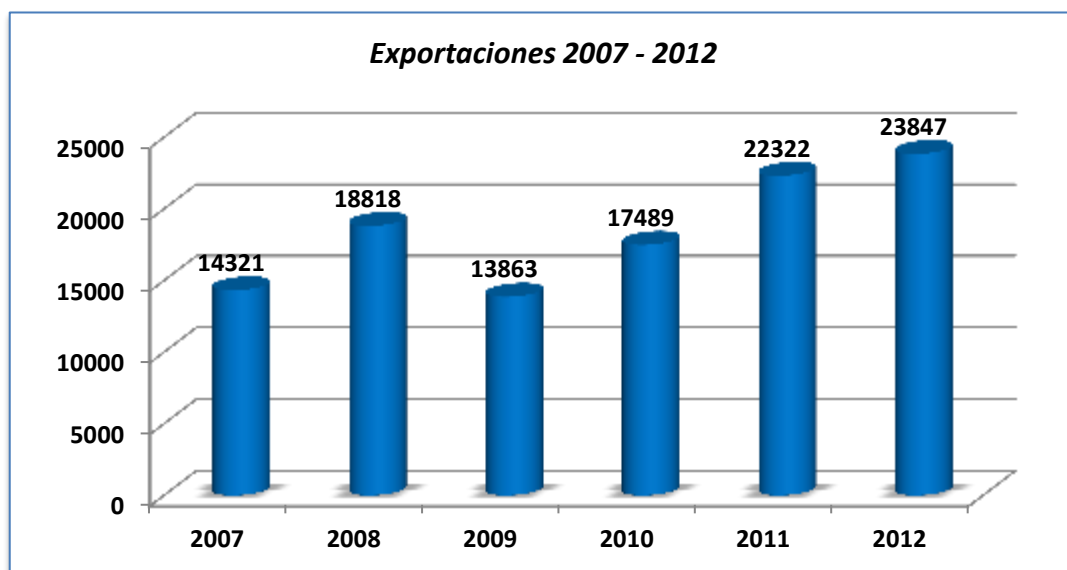


Gráfico No. 3
Total Exportaciones del Ecuador 2007 – 2012

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaborado por: Las Autoras

En el 2012 las exportaciones totales alcanzaron 23,847 millones de dólares FOB. Al identificar el crecimiento por tipo de producto, se determina que las exportaciones de productos primarios corresponden al 18,444 del total exportado mientras que 5,403 millones para los industrializados.

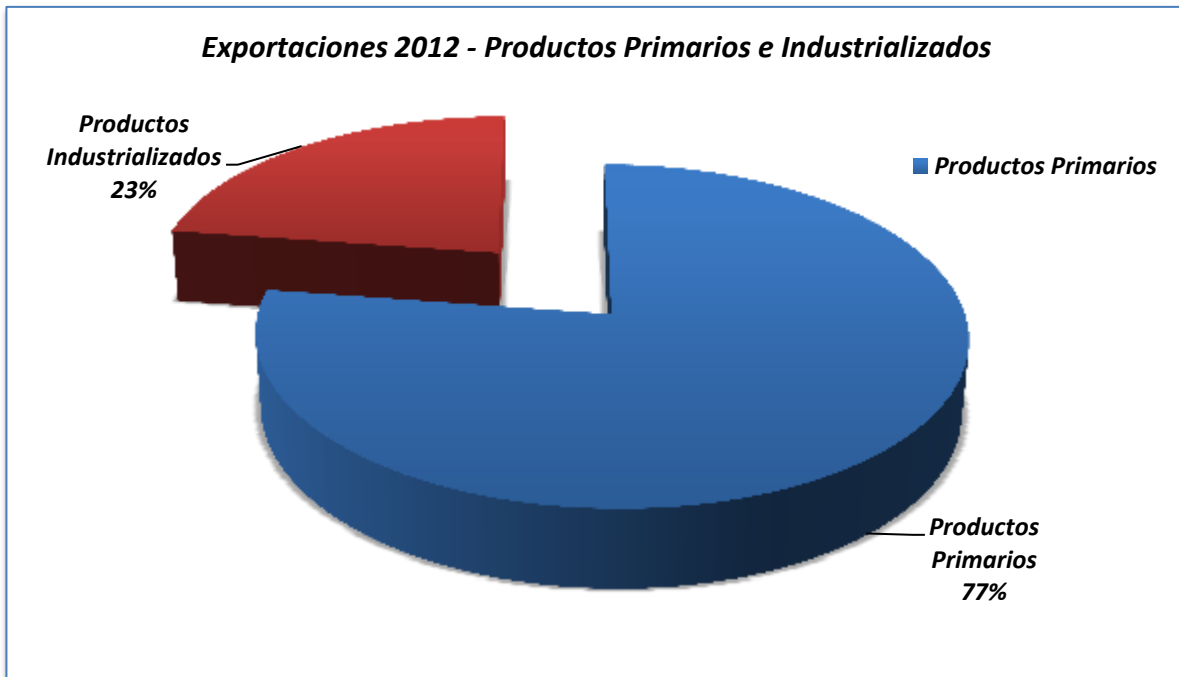


Gráfico No. 4

Exportaciones 2012 – Productos Primarios e Industrializados

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaborado por: Las Autoras

Entre los productos considerados primarios se citan al petróleo crudo, banano y plátano, café, camarón, cacao, abacá, madera, atún, pescado, flores naturales entre otros. En la categoría de industrializados se encuentran los productos derivados del petróleo, café elaborado, elaborados de cacao, harina de pescado, productos elaborados del mar, químicos y fármacos, manufacturas de metales entre otros.

2.3.1. Exportaciones Petroleras y No Petroleras

Las exportaciones petroleras del Ecuador están conformadas por la venta externa de petróleo crudo y sus derivados, mientras que las no petroleras corresponden a la venta de productos tradicionales y no tradicionales. En el 2012 el país exportó 13,791 millones de dólares por concepto de exportaciones petroleras frente al 10,055 millones de productos no petroleros.



Gráfico No. 5

Exportaciones 2012 – Petroleras y No Petroleras

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaborado por: Las Autoras

2.3.1.1. Exportaciones de Productos Tradicionales

Los productos considerados como Tradicionales son el banano y plátano, café y elaborados, camarón, cacao y elaborados, atún y pescado. Conforman el principal portafolio exportable del país y los valores atribuidos por la venta de los mismos son determinantes para la sostenibilidad de la economía ecuatoriana.

Tabla No. 3
Exportaciones de Productos Tradicionales 2007 – 2012
Miles de USD FOB

Productos Tradicionales						
Periodo	Total Exportaciones	Banano y plátano	Café y elaborados	Camarón	Cacao y elaborados	Atún y pescado
2007	2.447.094	1.302.549	123.300	612.887	239.361	168.996
2008	2.966.100	1.640.528	130.137	712.724	290.259	192.451
2009	3.436.025	1.995.654	139.716	664.419	402.634	233.602
2010	3.705.706	2.032.769	160.946	849.674	424.912	237.405
2011	4.528.931	2.246.465	260.177	1.178.389	586.520	257.380
2012	4.406.979	2.080.472	259.931	1,283.189	455.558	327.829

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

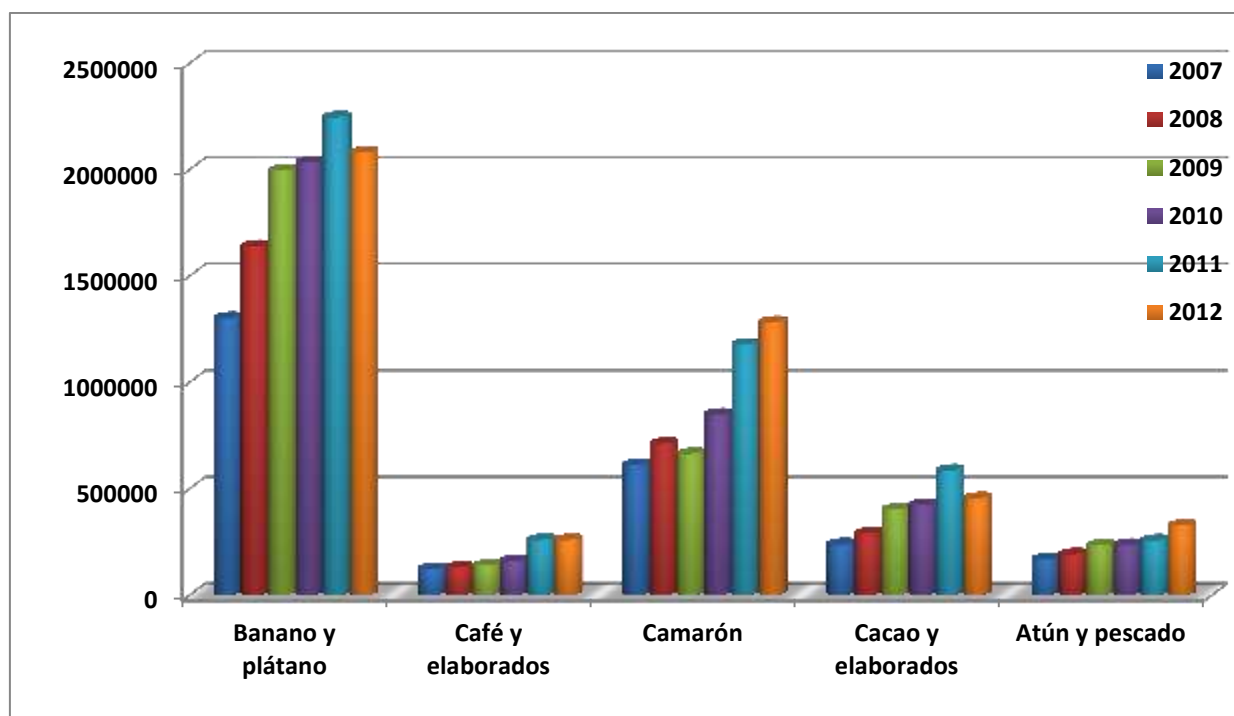


Gráfico No. 6

Exportaciones Productos Tradicionales 2007 – 2012 / Miles USD FOB

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaborado por: Las Autoras

2.3.1.2. Exportaciones de Productos No Tradicionales

Los productos No Tradicionales es posible clasificarlos en dos grupos: Productos No Tradicionales Primarios y Productos No Tradicionales Industrializados.

En términos generales, las exportaciones correspondientes a estos rubros han mantenido un constante crecimiento en los últimos 4 años. En el 2012 las exportaciones de productos no tradicionales primarios totalizaron 1.621.396 en miles de dólares FOB y los no tradicionales industrializados 4.027.455.

Tabla No. 4

Exportaciones de No Tradicionales Primarios 2007 – 2012/ Miles de USD FOB

PRIMARIOS NO TRADICIONALES								
Periodo	Total Primarios	Flores naturales	Abacá	Madera	Productos mineros	Frutas	Tabaco en rama	Otros primarios
2008	981.844	557.560	14.928	113.942	98.089	57.800	29.803	109.723
2009	958.268	546.701	12.888	99.473	62.714	73.612	38.429	124.452
2010	1.042.941	607.765	13.126	131.476	89.139	66.070	37.142	98.222
2011	1.264.223	675.679	12.907	150.510	166.281	76.731	41.656	140.459
2012	1.621.396	767.264	16.989	161.572	439.626	76.325	44.611	115.009

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

A continuación se cita la tabla de productos no tradicionales industrializados y su evolución durante el periodo 2007 – 2012.

Tabla No. 5

Exportaciones de No Tradicionales Industrializados 2007 – 2012/ Miles de USD FOB

No Tradicionales Industrializados	2008	2009	2010	2011	2012
Total Industrializados	3.149.793	2.504.126	3.068.053	3.584.332	4.027.455
Jugos y conservas de frutas	166.732	180.575	197.231	164.435	129.537
Harina de pescado	65.952	74.626	97.161	117.474	114.694
Enlatados de pescado	906.633	632.774	603.739	872.651	1.125.387
Otros elaborados del mar	19.953	17.331	18.769	22.363	31.402
Químicos y fármacos	122.083	118.691	190.229	204.826	254.737
Vehículos	411.392	256.344	374.891	394.058	504.576
Otras manufac. de metales	338.008	276.406	332.753	301.870	394.653
Prendas de vestir de fibras textiles	29.167	21.508	22.019	26.256	24.905
Otras manufac. de textiles	105.938	141.476	169.027	152.765	113.159
Manufac. de cuero, plástico y caucho	158.596	128.331	159.116	216.423	218.943
Maderas terciadas y prensadas	50.787	43.180	48.565	49.394	62.635
Extractos y aceites vegetales	254.163	210.728	196.893	371.391	363.899
Elaborados de banano	32.109	36.364	38.048	81.538	83.891
Manufac. de papel y cartón	49.456	34.790	47.076	62.378	67.723
Otros industrializados	438.824	331.002	572.536	546.511	537.315

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

2.3.2. Principales Destinos de las Exportaciones del Ecuador

En la categoría de productos petroleros con el 60% del total exportado, Estados Unidos constituye el destino principal de las exportaciones petroleras ecuatorianas. Seguido de Perú 12%, Chile 12% y Panamá 7% respectivamente.

Tabla No. 6

Principales Destinos de Exportaciones No Petroleras del Ecuador

Principales Destinos de Exportaciones No Petroleras del Ecuador		
Miles USD FOB		
Enero – Septiembre del 2012		
País	Monto	Participación %
Estados Unidos	1654606	22.54%
Colombia	778382	10.61%
Venezuela	623341	8.49%
Rusia	516567	7.04%
Italia	372364	5.07%
España	343146	4.68%
Alemania	285641	3.89%
Holanda (Países Bajos)	260835	3.55%
Chile	240360	3.27%
Perú	228873	3.12%
Francia	182470	2.49%
Bélgica	164393	2.24%
China	142046	1.94%
Reino Unido	127281	1.73%
Japón	123364	1.68%
Brasil	104998	1.43%
Vietnam	93425	1.27%
Argentina	80534	1.10%
México	72762	0.99%
Turquía	69230	0.94%

Fuente: Boletín Nov/Dic 2012 – PROECUADOR

Elaborado por: Las Autoras

Con cerca del 22.54% de participación del total de ventas externas del país, durante los tres primeros trimestres del 2012 el mercado estadounidense es el principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador. Seguido de Colombia con el 10.61%, Venezuela con un 8.49% y Rusia con 7.04%. Cabe señalar que de los 20 principales destinos de las exportaciones ecuatorianas, 8 corresponden a países de América.

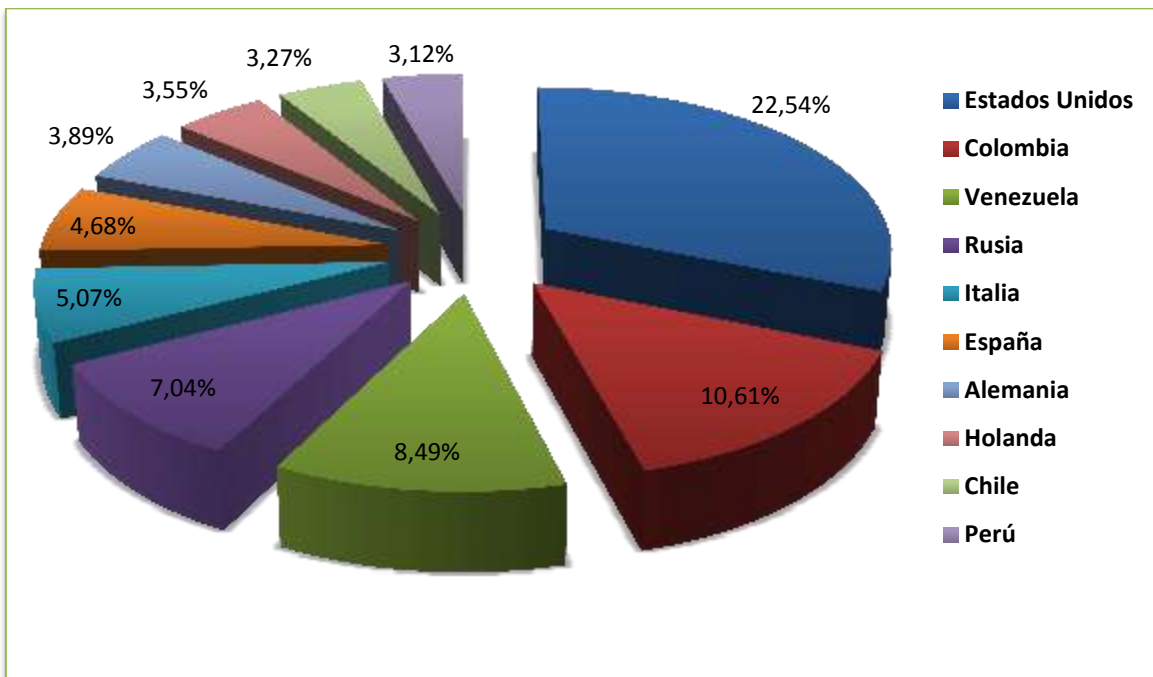


Gráfico No. 7

Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas Ene. – Sep. 2012

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaborado por: Las Autoras

2.4. Breve Reseña Histórica del Café en el Ecuador

Según la Página Web de Nestlé, señala que el cultivo de café data del año 1100, periodo en el cual el café en la Península Arábiga se tostaba, hervía y se preparaba una bebida. Además la información indica que los árabes se esforzaron en prevenir que otros países adquieran los granos de café. A pesar de esto, a mediados del siglo XV algunas semillas fueron obtenidas de Arabia extendiéndose su cultivo en el Cairo y en el Imperio Turco. En América, el cultivo de café inicia en 1723 en la Martinica, luego los portugueses lo trasladan a Brasil. Posteriormente a mitad del siglo XVII las semillas fueron introducidas en Guatemala, después en Puerto Rico, Costa Rica, Venezuela, Colombia y Ecuador⁴.

⁴ www.nestle.com.ec/marcas/cafe/lahistoriadelfcafe



Imagen No. 2 – Café

Fuente: www.google.com

El cultivo de café en Ecuador comienza a partir del año 1860 en Jipijapa, provincia de Manabí. Durante el periodo comprendido desde 1871 y 1876 la producción de café estaba en una etapa sin mayor rendimiento. Con la apertura del comercio mundial se generó un importante impulso a las pequeñas plantaciones de aquella época, iniciando grados de desarrollo hasta que el café se constituyó en un producto de exportación conjuntamente con otros productos como el cacao.

En 1903 el cultivo de café pierde importancia y es abandonado por los productores, sin embargo, dos años después se retornó con su cultivo y lo producido se exportaba a Europa desde el Puerto de Manta. Para el año 1935 las exportaciones de café ascendieron a 220.000 sacos, en 1960 a 552.000 sacos, en 1975 la cifra bordeaba 1'018.000 sacos, ya para 1989 se exportó 1'810.000 sacos mientras que en 1995 el promedio de venta externa descendió a 1'080.000 sacos⁵.

2.4.1. Características del Sector Cafetalero del Ecuador

El café es uno de los principales productos ecuatorianos de exportación y cumple con un rol importante en la sostenibilidad de la economía ecuatoriana. Por la ubicación, condiciones geográficas y diversos ecosistemas del país, es posible encontrar cultivos de café tanto en la Costa como en la Sierra, Amazonía e inclusive en la Región Insular.

Ecuador es uno de los principales países de América del Sur en la producción de café ya que se exportan todos los tipos de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta. En cuanto a la estacionalidad, la producción depende de cada región, el café arábigo se produce desde marzo hasta octubre y el café robusta desde junio hasta octubre. El cultivo de café en Ecuador comienza a partir de 1860 y actualmente más de 100 mil familias se dedican a la producción cafetalera.

⁵ www.elcafe.com

Tabla No. 7
Importancia del Sector Cafetalero del Ecuador

Importancia Económica
Ingreso de divisas al estado, generación de ingresos económicos para las familias dedicadas a la producción cafetalera, fuente de ingresos para los participantes de la cadena productiva desde los transportistas, comerciantes, obreros de la industria del café tanto soluble como en grano, microempresarios, exportadores.
Importancia Social
Generación de empleo directo para más de 100 mil familias de productores y vinculadas al sector, agroindustria artesanal, participación de distintas etnias como kichwas, shuars, tsáchilas, afroecuatorianos, entre otros, organizaciones de cafetaleros.
Importancia Ecológica
Adaptabilidad de cafetales a los diversos agroecosistemas de la Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos, los cafetales constituyen el hábitat para varias especies de flora y fauna nativas de cada región, regulan el balance hídrico de los ecosistemas, entre otras.

Fuente: PROEC_AS2013_CAFE – Análisis Sectorial de Café PROECUADOR

Elaborado por: Las Autoras

De conformidad con el estudio realizado por el Consejo Cafetalero Nacional Cofenac, el entorno cafetalero hasta diciembre del 2012 refleja índices actualizados que a continuación se describen. La producción de café arábigo asciende al 62% y el robusta al 38%.

Tabla No. 8
Índices del Sector Cafetalero 2012

Índices Sector Cafetalero 2012	
Superficie Total	199,215 hectáreas
Área de café arábigo	136,385 hectáreas
Área de café robusta	62,830 hectáreas
Área cosechada	149,411 hectáreas
Producción nacional	650.000 sacos de 60 kilos
Producción de café arábigo (%)	62%
Producción de café robusta (%)	38%
Consumo interno	150.000 sacos de 60 kilos
Producción exportable	400.000 sacos de 60 kilos
Capacidad instalada de la industria	1'200.000 sacos de 60 kilos
Capacidad instalada de exportadores en grano	800.000 sacos de 60 kilos

Fuente: Consejo Cafetalero Nacional COFENAC

Elaborado por: Las Autoras

Además se determina que solo el 75% de la superficie total corresponde a cafetales cosechados debido a características como abandono de cafetales y áreas cafetaleras en crecimiento. Mientras que en la distribución de la superficie cafetalera del Ecuador por provincias resaltan Manabí, Loja, Orellana y Sucumbíos como las mayores productoras.

2.4.2. Organizaciones Gremiales del Sector Cafetalero del Ecuador

Entre los principales gremios del sector cafetalero ecuatoriano constan la Asociación Nacional de Exportadores ANECAFE, Asociación de Cafés Especiales del Ecuador ACEDE, Consejo Cafetalero Nacional, COFENAC. Además de Federaciones y Asociaciones de Productores de Café que exportan como Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Productores Ecológicos del Sur FAPECAFES, Federación de Asociaciones Artesanales de Producción

Cafetalera Ecológica Manabí FECAFEM, Asociación Cafetaleros de Santa Cruz, Asociación Agroartesanal de Caficultores Rio Intag.

2.4.3. Zonas de Producción y Mapa Cafetalero del Ecuador

La producción por tipo de café se distribuye en las cuatro regiones geográficas del Ecuador.

- Café Tipo Arábigo Lavado: Loja, Zamora Chinchipe, Manabí, El Oro, Imbabura, Carchi y Galápagos.
- Café Tipo Arábigo Natural: Loja, Manabí, Zamora Chinchipe, El Oro, Imbabura, Carchi y Galápagos.
- Café Tipo Robusta: Sucumbíos, Orellana, Napo, Pichincha, Los Ríos y Guayas.
- Café Industrializado (Soluble): Guayas y Manabí.



Imagen No. 3

Mapa Cafetalero del Ecuador

Fuente y Elaboración: COFENAC, 2009

Tabla No. 9
Superficie y Área de Producción Cafetalera del Ecuador – 2012

Provincias	Café Arábigo		Café Robusta		Área Cafetalera Nacional	
	Superficie Total	Área de Producción	Superficie Total	Área de Producción	Superficie Total	Área de Producción
<i>Datos en Hectáreas</i>						
Esmeraldas	900	675	6345	4759	7245	5434
Manabí	70050	52538	0	0	70050	52538
Santa Elena	1800	1350	0	0	1800	1350
Guayas	6355	4766	425	319	6780	5085
Los Ríos	3520	2640	6610	4958	10130	7598
El Oro	9730	7298	0	0	9730	7298
Carchi	195	146	0	0	195	146
Imbabura	300	225	0	0	300	225
Pichincha	850	638	1300	975	2150	1613
Santo Domingo	0	0	2650	1988	2650	1988
Cotopaxi	1000	750	800	600	1800	1350
Bolívar	3410	2558	2580	1935	5990	4493
Chimborazo	650	488	0	0	650	488
Cañar	270	203	0	0	270	203
Azuay	230	173	0	0	230	173
Loja	29345	22009	0	0	29345	22009
Sucumbíos	0	0	17320	12990	17320	12990
Orellana	0	0	20000	15000	20000	15000
Napo	0	0	4800	3600	4800	3600
Pastaza	40	30	0	0	40	30
Morona Santiago	290	218	120	90	410	308
Zamora Chinchipe	6350	4763	0	0	6350	4763
Galápagos	1100	825	0	0	1100	825
Total	136385	102289	62830	47123	199215	149411

Fuente: COFENAC

Elaborado por: Las Autoras

La provincia de Manabí con una superficie total de 70.050 hectáreas y 52.538 áreas productivas es la provincia principal del sector cafetalero en el país, siendo la zona de Jipijapa uno de los lugares más importantes de producción del producto. La extensión de cultivo de café en Manabí abarca el 38.6% del total producido, seguido de Sucumbíos con un 17.36%, Orellana 11.89%, El Oro 7.67%, Loja 4.01% y la diferencia se distribuye en las demás provincias ecuatorianas.

Tabla No. 10
Superficie, Producción y Ventas de Café

Superficie, Producción y Ventas de Café (Grano de Oro)					
Años	Plantada	En Edad Productiva	Cosechada	Producción	Ventas
2008	191189	182433	168479	32096	29980
2009	198511	185201	171923	33624	32099
2010	191080	163130	144031	31347	29101
2011	122856	110474	98347	23829	20191

Fuente: COFENAC

Elaborado por: Las Autoras

En el 2011 la producción total de café fue de 23,829 toneladas métricas y las ventas alcanzaron 20,191 Tm. Las hectáreas plantadas fueron de 122,856 y cosechadas 98,347. Estos índices demuestran que el sector cafetalero ha sufrido una disminución en la producción y ventas del 2011 comparado al año 2009, periodo en el cual se registra la mayor producción de los últimos 5 años con un total de 33,624 toneladas métricas de producción y 32, 099 Tm. vendidas.

2.4.4. Evolución de las Exportaciones de Café Ecuatoriano

Considerado como uno de los productos tradicionales del Ecuador, el ingreso de divisas para el país generados por la exportación de café se ha incrementado progresivamente en los últimos años. Según cifras del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, las exportaciones cafetaleras del Ecuador presentan un crecimiento sostenido del 21.78% anual durante el periodo de evaluación desde el 2001 hasta el 2012.

Las exportaciones de café y derivados en el año 2011 alcanzaron una cifra importante de 260,100 (en miles FOB), es decir aproximadamente un 61% más que el 2009. Para el 2012 las cifras estadísticas reflejan una breve caída del total exportado tanto en valores FOB como en toneladas vendidas.

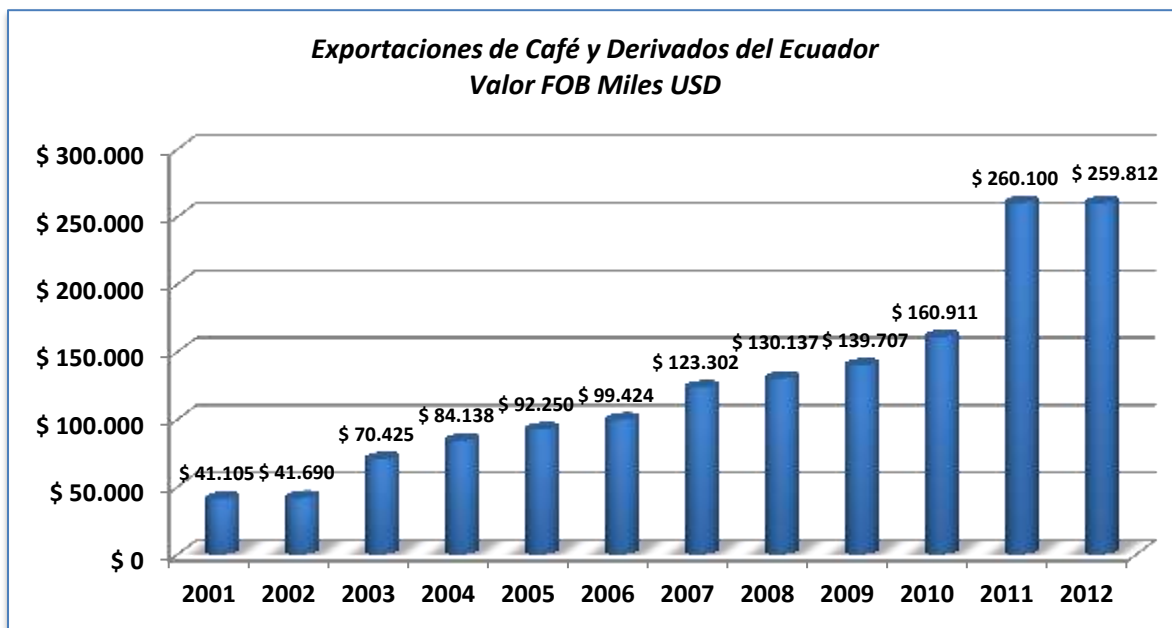


Gráfico No. 8

Exportaciones de Café y Derivados 2001 – 2012

Fuente: PROEC_AS2013_CAFE / Elaborado por: Las Autoras



Gráfico No. 9

Exportaciones de Café y Derivados 2001 – 2012/ Toneladas

Fuente: PROEC_AS2013_CAFE –Elaborado por: Las Autoras

En cuanto al total de toneladas exportadas de café, para el año 2012 se refleja de igual forma una caída en las ventas. De forma general a través del gráfico se observa que el periodo comprendido de los años 2002 – 2005 la cantidad de café se mantuvo en ascenso. Para los tres siguientes años 2006 – 2008 la variación disminuyó. En tanto que en 2009 – 2010 y 2011 – 2012 la cantidad total vendida descendió.

2.4.4.1. Principales Destinos de Exportación de Café Ecuatoriano

El principal destino de las exportaciones de café ecuatoriano y sus derivados es Colombia con un 23.52% del total exportado seguido de Alemania con 22.38%, Polonia con el 20.31%, Rusia con un 14.51%, entre otros.

Tabla No. 11

Principales Destinos de las Exportaciones de Café Ecuatoriano

Principales Destinos de las Exportaciones de Café desde Ecuador					
Miles USD FOB					
País	2008	2009	2010	2011	2012
Colombia	10,628	33,985	34,162	83,519	61,578
Alemania	28,668	24,179	37,012	52,922	58,595
Polonia	27,223	27,368	27,289	36,933	53,172
Rusia	22,890	20,368	21,713	34,610	37,981
Estados Unidos	5,974	9,582	13,726	22,837	8,838
Japón	7,569	4,807	6,549	5,035	5,486
Holanda (Países Bajos)	4,681	2,024	3,765	4,362	5,704
Reino Unido	5,837	3,417	965	729	6,083
Turquía	2,823	3,184	3,674	3,171	4,852
Perú	3,849	3,262	3,458	3,399	3,513
Otros	12,001	9,540	10,608	14,596	16,020
Total	132,142	141,716	162,921	262,111	261,824

Fuente: PROEC_AS2013_CAFE – Análisis Sectorial de Café PROECUADOR

Elaborado por: Las Autoras

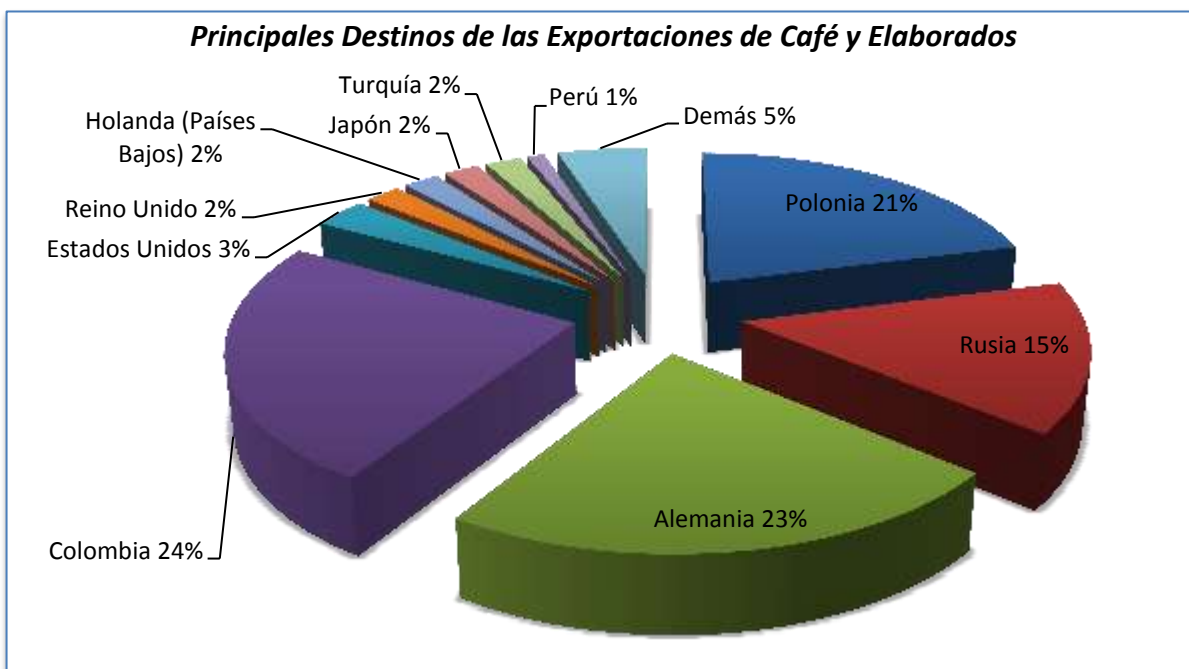


Gráfico No. 10

Principales Destinos de las Exportaciones de Café Ecuatoriano

Fuente: PROEC_AS2013_CAFE – Análisis Sectorial de Café PROECUADOR

2.5. Cultivo de Habas en el Ecuador

El haba es una de las leguminosas más antiguas que se produce en el mundo. En Ecuador constituye una de las fuentes alimenticias más completas para la población, convirtiéndose en un producto indispensable de fuentes de proteínas, principalmente en el sector Andino del país donde grandes grupos de indígenas y campesinos la cultivan.

El cultivo de haba es resistente a bajas temperaturas siendo ideal para el páramo andino ya que la planta es capaz de resistir temperaturas entre 1° a 8° grados centígrados sin disminuir su producción ni calidad. El sembrío de esta leguminosa se ha convertido en un cultivo tradicional en las comunidades indígenas y campesinas de la sierra ecuatoriana. Las principales áreas de producción de habas en el Ecuador están distribuidas en tres sectores que comprenden diez provincias de la región interandina del país.

Zonas de Producción	Provincias de Cultivo
Norte	Carchi, Imbabura
Central	Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua
Sur	Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay, Loja



Imagen No. 4

Habas

El valor nutritivo del haba depende de su condición ya que el grano aporta valores nutricionales más altos en el haba seca que en la fresca como se detalla a continuación.

Tabla No. 12
Cultivo de Habas en el Ecuador

Valor Nutritivo	Haba Fresca	Haba Seca
Kcal (n)	54.25	317
Proteína (g)	4.60	19.40
Grasa (g)	0.40	5.0
Hidratos de Carbono (g)	8.60	55.0
Fibra (g)	4.20	15.0
Potasio (mg)	320	760
Hierro (mg)	1.70	9.5
Fósforo (mg)	37.80	380
Magnesio (mg)	20.0	160
Vitamina B1 (mg)	-	0.35
Niacina (mg)	-	5.40
Folatos (mg)	-	140

Fuente: INIAP

Elaborado por: Las Autoras

El haba es fuente de caloría, proteína, hidratos de carbono, fibra, potasio, hierro, fósforo, magnesio, vitamina B1, entre otros componentes que favorables e indispensables para la buena salud.

2.6. Indicadores Generales de Chile

Chile es un país ubicado en el extremo sudoeste de América con 4300 km de longitud y 180 km de ancho. Limita al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina, al sur con el Polo Sur y al oeste con el Océano Pacífico.

Tabla No. 13
Indicadores Generales de Chile

Demografía	Capital	Santiago
	Idioma	Español
	Ubicación Geográfica	Al sureste de América del Sur, entre Argentina y Perú
	Población (julio 2012)	17,067,369
	Tasa de Crecimiento Población 2012	0.88%
	Índice de Desarrollo Humano 2011	Desarrollo Humano Muy Alto
Producción	Producto Interno Bruto 2012	USD 268.3 miles de millones
	Per Cápita 2012	18,400
	Crecimiento del PIB	5%
	Composición del PIB por sector 2012:	
	Agricultura	3.50%
	Industria	37.00%
Comercio Exterior	Servicios	59.50%
	Exportaciones al Mundo 2011	
	Importaciones del Mundo 2011	
	Exportaciones Ecuat. a Chile 2012	USD 2,013,315 miles
	Importaciones Ecuat. desde Chile 2012	USD 597,148 miles
	Balanza Comercial Bilateral Ecuador – Chile 2012	USD 1,416,166 miles
	Principales Productos Exportados a Chile 2012	Aceites crudos de petróleo 84%, bananas frescas cavendish 5%, atunes en conserva 2% (...)
Principales Productos Importados desde Chile 2012	Demás preparaciones alimenticias 9%, manzanas 6%	
Precios	Inflación anual 2012	2.80%
Moneda	Moneda	Pesos Chilenos
	Tipo de Cambio por USD 2012 est.	488.90

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Las Autoras



Imagen No. 5

Bandera y Ubicación Geográfica de la República de Chile

2.6.1. Aspectos Demográficos

En Chile, el mayor índice de población está ubicada en su capital Santiago con un total de 7'213,110 habitantes según el censo 2012 del Instituto de Estadísticas y Censo de Chile. Le siguen la ciudad de Concepción con 945,650, Valparaíso 930,220, La Serena 412,585, Antofagasta 346,125, Temuco 339,664, Iquique 278,250, Rancagua 276,527, Puerto Montt 266,200.

Tabla No. 14

Población de Chile por Ciudad Principal

Población de Chile por Ciudad Principal	
Ciudad	Habitantes
Santiago	7'213,110
Concepción	945,650
Valparaíso	930,220
La Serena	412,585
Antofagasta	346,125
Temuco	339,664
Iquique	278,250
Rancagua	276,527
Puerto Montt	266,200

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censo, INE Chile (Censo 2012)

Elaborado por: Las Autoras

En cuanto a la edad, el 59% de los chilenos tienen entre 15 a 54 años. Le siguen con el 21.40% las personas entre 0 – 14 años, y con un 9.40% personas mayores de 65 años.

Tabla No. 15
Población por Edad y por Sexo de Chile

Población por Edad y por Sexo			
Edades	Hombre	Mujer	Participación %
0 – 14 años	1'850,839	1'784,259	21.40%
15 – 54 años	5'850,877	5'953,630	59.00%
65 años en adelante	659,559	938,195	9.40%

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censo, INE Chile (Censo 2012)

Elaborado por: Las Autoras

2.6.2. Marco Económico de Chile

Mientras que en 2006 – 2009 Chile crecía a una tasa similar o inferior a la del mundo y de América Latina, el Ministerio de Secretaría General de la Residencia destaca que entre 2010 y 2012 superó en 1.6 puntos porcentuales la expansión de la economía mundial y en 1 punto la de Latinoamérica. En medio de la crisis que afecta a los países desarrollados, este cambio ha permitido a Chile ocupar en el 2012 el primer lugar entre los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y el cuarto en la región. Además es la sexta economía que más ha crecido en el mundo durante el 2012⁶.

⁶ OCE Santiago, "Chile y los diez indicadores económicos del 2012", Chile, 2013

2.6.3. PIB Per Cápita

Chile es el tercer país que ha incrementado su ingreso per cápita desde 2009 a la fecha, pasando de \$15,206 a \$18,354⁷, el más elevado de la región. La última proyección del PIB per cápita ajustado por la paridad del poder adquisitivo que hizo el Fondo Monetario Internacional (FMI), indica que en dos años Chile alcanzará un nivel de \$20,252. Además, a partir del presente año se ubicó dentro de las primeras 50 economías del mundo.

2.6.4. Balanza Comercial

Según las estadísticas, la Balanza Comercial de Chile se ha mantenido superavitaria en el periodo de análisis 2007 – 2011, esto se debe al incremento de las exportaciones que han presentado un crecimiento promedio anual de 4.46%.

Tabla No. 16

Balanza Comercial Chile con el Mundo

Balanza Comercial Chile con el Mundo							
Millones en USD							
Indicador	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ene-nov.	2007 - 2011
Exportaciones	69,971	66,462	53,732	70,525	80,928	77,494	4.46%
Importaciones	47,154	61,911	42,427	52,884	66,415	70,725	8.94%
Saldo Comercial	20,817	4,551	11,304	17,641	14,512	6,725	-8.62%

Fuente: Aduana Nacional de Chile

Elaborado por: Las Autoras

⁷ OCE Santiago, "Chile y los diez indicadores económicos del 2012", Chile, 2013

2.6.5. Comercio Bilateral Ecuador – Chile

La Balanza Comercial total entre Ecuador y Chile presenta un dinamismo alto en el periodo 2007 – 2012, al alcanzar una Tasa de Crecimiento Promedio Anual de 48% en el saldo comercial a favor de Ecuador.

Tabla No. 17
Balanza Comercial Total Ecuador – Chile

Balanza Comercial Total Ecuador – Chile						
Miles USD FOB						
Indicador	2007	2008	2009	2010	2011	2012.
Exportaciones	664,539	1,509,367	899,982	842,629	1,106,159	2,013,315
Importaciones	468,256	542,185	469,152	533,940	588,676	597,149
Saldo Comercial	196,284	967,182	430,830	312,688	517,483	1,416,166

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

En el caso del saldo no petrolero, se presenta deficitario para el Ecuador, sin embargo se observa que las exportaciones de productos no petroleros desde Ecuador a Chile han presentado un crecimiento promedio anual de 23%.

Tabla No. 18
Balanza Comercial No Petrolera Ecuador – Chile

Balanza Comercial No Petrolera Ecuador – Chile						
Miles USD FOB						
Indicador	2007	2008	2009	2010	2011	2012.
Exportaciones	128,086	167,704	156,108	202,063	326,855	358,022
Importaciones	407,584	484,144	457,130	508,137	588,137	570,311
Saldo Comercial	(279,498)	(316,440)	(301,023)	(306,839)	(261,283)	(212,288)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

2.6.6. Principales Productos Exportados y Tendencias

Las exportaciones no petroleras en el periodo 2007 – 2012 han presentado una tasa de crecimiento promedio anual de 22%, entre los principales productos ecuatorianos exportados a Chile destacan banano tipo “cavendish valery” con una participación en el 2011 de 33.35%, seguido de atunes en conserva con el 12.17%; grasas y aceites vegetales con el 7.22%; los demás camarones congelados con el 5.40% ; piñas frescas y secas con el 4.21%; palmitos en conserva con el 3.85%, entre otros productos como cocinas, conservas de pescado, rosas, aceite de pescado y demás que gozan de una alta preferencia en el mercado chileno.

2.6.7. Principales Productos Importados y Tendencias

Las importaciones no petroleras realizadas por Ecuador desde Chile en el periodo de análisis 2007 – 2012 han presentado una tasa de crecimiento del 6.95%. los principales productos no petroleros que provee Chile a Ecuador por su participación en el 2012 son demás preparaciones no alimenticias con el 9.53%; manzanas frescas con una participación 6.58%; seguido de los demás medicamentos para uso humano de 6.40%; demás conductores eléctricos con el 3.87% entre otros productos como demás papel y cartón, cloruro con un contenido de potasio, uvas frescas, entre otros productos⁸.

2.6.8. Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado Chileno

En la siguiente tabla se citan los principales productos con potencial en el mercado chileno.

⁸ PROEC_GC2013_CHILE

Tabla No. 19

Productos Ecuatorianos con Potencial en el Mercado Chileno

Subpartida	Descripción	Valoración
030613	Camarones, langostinos, quisquillas	Dilemas
060314	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, te	Dilemas
030419	Filetes y demás pescados frescos y congelados	Dilemas
030429	Filetes y demás pescados congelados (Astromerluzas)	Dilemas
392020	Placas, hojas ,películas, bandas y laminas de polímeros de propileno	Dilemas
401110	Neumáticos nuevos de caucho del tipo utilizado en automóviles de turis	Dilemas
611030	Suéteres , jerséis, pullovers, cardigans chalecos y artículos similares	Dilemas
730630	Tubos de hierro o acero sin alear , soldados de sección circular de hi	Dilemas
691090	Los demás fregaderos, lavados, baneras y similares	Dilemas
080450	Guayabas, mangos, mangostanes, frescos o secos	Dilemas
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar	Dilemas
382319	Los demás ácidos grasos monocarboxilicos industriales	Dilemas
650200	Cascos para sombreros, trenzados o fabricados por unión de bandas de c	Dilemas
392329	Sacos, bolsas y cucuruuchos de los demás plásticos	Dilemas
071080	Las demás legumbres y hortalizas	Dilemas
621430	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas velos y artículos simi	Dilemas
340119	Los demás jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivas.	Dilemas
901890	Los demás instrumentos y aparatos de la medicina, cirugía, odontología	Dilemas
080300	Bananas o plátanos, frescos o secos	Estrellas
160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Estrellas
151620	Grasas y aceites vegetales, y sus fracciones	Estrellas
200891	Palmitos, preparados o conservados o con alcohol	Estrellas
080430	Pinas , frescas o secas	Estrellas
732111	Aparatos de cocción calientaplatos	Estrellas
180500	Cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo	Estrellas
060311	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, te	Estrellas
300490	Los demás medicamentos preparados	Estrellas
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	Estrellas
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Estrellas
150420	Aceites y grasas de pescado y sus fracciones, excepto los aceites de h	Estrellas
960810	Bolígrafos	Estrellas
401120	Neumáticos nuevos de caucho del tipo utilizado en autobuses y camiones	Estrellas
401199	Los demás neumáticos nuevos de caucho	Estrellas
060319	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, te	Estrellas
854449	Los demás conductores eléctricos, para una tensión inferior o igual a	Estrellas
081190	Otras frutas congeladas	Estrellas
550932	Hilados retorcidos o cableados con un contenido de fibras discontinuas	Estrellas
392410	Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa	Estrellas
151329	Los demás aceites de palmiste o de babasu, y sus fracciones	Estrellas
170490	Los demás artículos de confitería sin cacao	Estrellas
392030	Placas, hojas, películas, bandas y laminas de polímetros de estireno, n	Estrellas
060390	Flores y capullos, para ramos o adornos, secos, blanqueados, te	Estrellas
650400	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de bandas	Estrellas
940390	Partes y piezas de madera, para muebles	Estrellas
611521	Calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y dem	Estrellas
220720	Alcohol etílico y aguardiente desnaturalizado, de cualquier graduación	Estrellas
620331	Chaquetas (sacos) de lana o de pelo fino, para hombres o ni	Estrellas

730661	Los demás tubos o perfiles	Estrellas
110630	Harina, sémola y polvo de los productos del capítulo 08	Estrellas
392390	Los demás artículos para el transporte o envasado de plástico	Estrellas
121190	Las demás plantas, partes de plantas	Estrellas
030239	Los demás atunes, frescos o refrigerados, excluido los hígados, huevas	Estrellas
940330	Muebles de madera para oficina	Estrellas
940310	Muebles de metal del tipo de los utilizados en las oficinas	Estrellas
060312	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, te	Estrellas
392310	Cajas, jaulas y artículos similares de plástico	Estrellas
611710	Chales, pañuelos	Estrellas
611011	Suéteres, jerséis, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	Estrellas
640192	Los demás calzados que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla	Estrellas
620462	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mu	Estrellas
620342	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón	Estrellas
392330	Bombonas, botellas frascos y artículos similares	Estrellas
610910	Camisetas de punto de algodón, para mujeres o ni	Estrellas
90121	Café tostado sin descafeinar	Estrellas
382410	Preparaciones aglutinantes para moldes o núcleos de función	Estrellas
620520	Camisas de algodón, para hombres o ni	Estrellas
220840	Ron y aguardiente de cana o tafia	Estrellas
650590	Los demás sombreros y tocados, de punto, encaje, fieltro o de otros pr	Estrellas
291822	Acido o-acetilsalicílico, sus sales	Estrellas
611530	Calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y dem	Estrellas
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares de lan	Estrellas
940540	Luminarias para alumbrado publico	Estrellas
392690	Las demás manufacturas, de plástico	Estrellas
620213	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares, de fib	Estrellas
950590	Artículos para diversión y fiestas	Estrellas
392010	Placas, hojas, películas, bandas y laminas de polímeros de etileno, no	Estrellas
442010	Estatuillas y demás objetos de adorno de madera	Estrellas
392350	Tapones, tapas, capsulas y demás dispositivos de cierre	Estrellas
440722	Maderas aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada,	Estrellas
392220	Asientos y tapas de w.c.	Estrellas
610342	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos, para hombres o ni	Estrellas
620343	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de fibra sintetic	Estrellas
620630	Camisas, blusas y blusas camisetas, para mujeres o ni	Estrellas
420310	Prendas de vestir de cuero natural o regenerado	Estrellas
610343	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos, para hombres o ni	Estrellas
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	Estrellas
340213	Agentes de superficie orgánicos, no iónicos, incluso acondicionados pa	Estrellas
940161	Sillas y asientos de madera, tapizados	Estrellas
391990	Las demás placas, hojas, bandas, cintas, películas, autoadhesivas, de	Estrellas
320820	Pinturas y barnices a base de polímeros acrílicos o vinilicos	Estrellas
620442	Vestidos de algodón, para mujeres o ni	Estrellas
630790	Los demás, artículos confeccionados	Estrellas
420229	Bolsos de mano, con la superficie exterior de fibra vulcanizada	Estrellas

Fuente: PROEC_CHILE

Elaborado por: Las Autoras

2.7. Marco Legal

2.7.1. Constitución del Ecuador

La Constitución o Carta Magna es la norma fundamental del Estado Ecuatoriano y cuya característica principal es la supremacía sobre cualquier otra norma del ordenamiento jurídico.

En la sección séptima de la Constitución de la República del Ecuador correspondiente a la Política Comercial del país, se estipula la promoción a las exportaciones, además señala a las Mipymes del sector artesanal del país.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal⁹. (Constitución de la República del Ecuador, Sección Séptima, Política Comercial, p. 146).

2.7.2. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones COPCI

El Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones COPCI, es la normativa que regulariza las operaciones de comercio exterior en el Ecuador. Así como el fomento productivo de las ZEDE, y diversificación de las exportaciones en el país.

⁹ Constitución de la República del Ecuador, Sección Séptima, Política Comercial, p.146.G

En el literal o del artículo 4 del COPCI se estipula como uno de los principales fines, la promoción y diversificación de las exportaciones.

Art. 4.- Fines.-

o) Fomentar y diversificar las exportaciones; (COPCI)

En el artículo 53 del Título I del libro III del COPCI, refiere al fomento a la micro, pequeña y mediana empresa Mipymes.

Capítulo I.- Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código (Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, COPCI).

2.7.3. Ley Especial Sector Cafetalero

Las políticas legales para el fomento y regulación de las importaciones y exportaciones de café en el Ecuador se refieren a marcos jurídicos como la Ley Especial del Sector Cafetalero y Convenio Internacional del Café OIC.

El Consejo Cafetalero Nacional COFENAC es la institución creada de la Ley Especial del Sector Cafetalero publicada en el Registro Oficial No. 657 del 20 de Marzo de 1995. La ley en mención faculta al COFENAC, la organización, dirección y definición de la Política Cafetalera del Ecuador por lo que se convierte en la entidad rectora y reguladora de la caficultura ecuatoriana. La División Técnica de la COFENAC realiza actividades de investigación, desarrollo, capacitación, asistencia técnica, crédito y actividades relacionadas con la promoción de las exportaciones¹⁰.

2.7.4. Arancel de Aduanas del Ecuador

El Arancel de Aduana es un listado que a través de dígitos presenta de forma estructurada y sistematizada la descripción de las mercancías que son objeto del comercio internacional. Su función es identificar las mercancías que existen en el mundo por medio de códigos numéricos facilitando la operatividad en aduana y constituyéndose en un lenguaje común.

La estructura arancelaria utilizada en Ecuador es la NANDINA, la cual constituye la Nomenclatura Común de los países miembros de la Comunidad Andina o Acuerdo de Cartagena: Bolivia, Colombia, Perú y Ecuador. La NANDINA está conformada en base al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. La NANDINA comprende las partidas arancelarias, subpartidas, códigos numéricos, notas de sección, notas de capítulo, notas complementarias y reglas generales de interpretación a fin de una adecuada clasificación arancelaria de los productos.

¹⁰ Consejo Cafetalero Nacional COFENAC, <http://www.cofenac.org/quienes-somos>

El código numérico de la NANDINA está conformado por ocho dígitos. Los dos primeros corresponden a la identificación del capítulo, el tercero y cuarto a la partida arancelaria, el quinto y sexto número indican la subpartida del Sistema Armonizado y los dos últimos dígitos señalan las subpartidas regionales.

2.7.5. Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013

Una de las políticas comerciales internacionales del Ecuador está planteada en el Plan Nacional del Buen Vivir en el cual se han establecidos objetivos entre los cuales consisten en el fomento a la diversificación de las exportaciones.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, es uno de los instrumentos establecidos por el ejecutivo para concertar todas las políticas de carácter público a través de la gestión y la inversión pública. Entre las 12 estrategias que condescienden el esquema de la SENPLADES, inmersas en la diversificación de las exportaciones y destinos de las mismas:

Aumento de la productividad real y diversificación de las exportaciones, exportadores y destinos mundiales.

El aumento de la productividad real, la diversificación productiva y la transformación de las exportaciones e importaciones son instrumentos de esta estrategia, porque permiten mejorar el desempeño de la economía para el Buen Vivir, desarrollar el mercado interno, reducir la dependencia externa del país y disminuir la vulnerabilidad de la economía ante choques exógenos en el nivel de la demanda exterior y de los precios internacionales de los productos primarios tradicionales de exportación.

La estrategia apunta a diversificar los productos, los destinos y las y los productores que participan en el comercio internacional. **(Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013).**

2.7.6. Exporta Fácil

Exporta fácil es un programa de incentivo de las exportaciones dirigido específicamente a las Mipymes del Ecuador, fomentando la inserción de productos potencialmente exportables en el ámbito internacional de los pequeños y medianos productores del país.

2.7.7. Principales Organismos de Control y Regulación

Entre las principales entidades públicas y privadas que participan en el fomento de las exportaciones ecuatorianas y en la aplicación de los procesos operativos de control y regulación, se cita al Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Instituto de Promoción e Inversiones del Ecuador (PROECUADOR), Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), Correos del Ecuador, Cámara de Comercio, Federación Ecuatoriana de Exportadores FEDEXPOR, entre otros.

2.7.8. INCOTERMS

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y

cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa¹¹.

Las reglas Incoterms 2010 se clasifican según el medio de transporte negociado en el contrato de compra venta entre las partes.

- Reglas para cualquier modo o modos de transporte:

- EXW (En Fábrica)
- FCA (Franco Porteador)
- CPT (Transporte Pagado Hasta)
- CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
- DAT (Entregada en Terminal)
- DAP (Entregada en Lugar)
- DDP (Entregada Derechos Pagados)

- Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores:

- FAS (Franco al Costado del Buque)
- FOB (Franco a Bordo)
- CFR (Costo y Flete)
- CIF (Costo, Seguro y Flete)

¹¹ Cámara de Comercio Internacional, *Obligaciones, Costos y Riesgos*, Publicación N° 715S de ICC

2.8. Estado del Conocimiento o Estado de Arte

El café obtenido a base de habas es un producto nuevo en el mercado ecuatoriano por lo tanto ya sean publicaciones, estudios y evaluaciones relacionadas al tema son limitadas. En el presente proyecto investigativo se comprobó que existen tesis realizadas por estudiantes universitarios previo a la obtención de títulos de grado en áreas administrativas en la Escuela Superior del Litoral y Escuela Politécnica del Ejército.

Tabla No. 20

Estado del Conocimiento o Estado de Arte

Tesis No. 1
<p>Tema: <i>PROYECTO DE COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ DE HABAS (CAFÉ ORGÁNICO), ACTUANDO COMO INTERMEDIARIOS, PARA EL CONSUMO LOCAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y COMO UNA OPCIÓN DE EXPORTACIÓN.</i></p> <p>Escuela Politécnica Superior del Litoral (ESPOL) – Facultad de Economía y Negocios.</p> <p>Autoras: Karina Aspiazu Villavicencio y Jessica Navarro Moncayo</p> <p>Fecha de Tesis: 2009</p>
Tesis No. 2
<p>Tema: <i>PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL DE CAFÉ HECHO EN BASE DE HABAS.</i></p> <p>Escuela Politécnica Superior del Litoral (ESPOL) – Facultad de Economía y Negocios.</p> <p>Autoras: Grace Merchán Martínez, Sahyli Araujo Chaguay y Cinthia Salazar Coronel. Fecha de Tesis: Abril del 2009</p>
Tesis No. 3
<p>Tema: <i>PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE CAFÉ DE HABA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA – PROVINCIA DE COTOPAXI.</i></p> <p>Escuela Politécnica del Ejército (Sede: Latacunga) – Carrera de Ingeniería Comercial</p> <p>Autor: Walter Estrella T.</p> <p>Fecha de Tesis: Abril del 2008</p>

Fuente: www.dspace.espol.edu.ec / www.repositorio.espe.edu.ec

Elaborado por: Las Autoras

2.9. Fundamentación Teórica

El presente proyecto se sustenta en estudios de campo, documentos y textos bibliotecarios tanto virtuales como físicos, además de información de páginas web de las instituciones inmersas en los procesos de exportación del Ecuador, e índices estadísticos y datos operativos del área exportable de las diversas entidades en el país y en Chile a través de sus respectivas direcciones electrónicas. Además de consultas personales a los diferentes implicados de la investigación.

2.10. Hipótesis de la Investigación

La implementación de un plan para exportar y promocionar el producto no tradicional café a base de habas fomentará la diversificación de la oferta exportable.

2.11. Variables o Criterios de la Investigación

2.11.1. Variable Independiente

Implementación de un plan para exportar y promocionar el producto no tradicional café procesado a base de habas.

2.11.2. Variable Dependiente

Diversificación de la oferta exportable.

2.12. Indicadores

Indicador 1	• Características del producto
Indicador 2	• Capacitación y asistencia técnica
Indicador 3	• Volumen de exportación
Indicador 4	• Costos de exportación
Indicador 5	• Precio del producto
Indicador 6	• Diseño del Producto
Indicador 7	• Calidad del Producto
Indicador 8	• Valor Agregado Incorporado

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño de la Investigación

Para la presente investigación se llevó a cabo la fase descriptiva y exploratoria. La primera a través de una entrevista dado el tamaño de productores de café a base de habas que se comprobó en el país. La segunda fase mediante la observación del producto.

3.2 Fuentes de Información

3.2.1 Información Primaria

El método principal de recopilación de información primaria será a través de la herramienta de la entrevista. Para efectos del presente capítulo se realizó una entrevista de campo al Gerente General de PROALDE Señor Edgar Campoverde. PROALDE es una de las empresas que produce café a base de habas en el Ecuador. **Anexo No. 3.**



Imagen No. 6

Logo Empresa PROALDE/ Fuente: PROALDE

3.2.2 Información Secundaria

Se obtuvieron datos mediante información on line. Además de publicaciones como boletines del Banco Central del Ecuador, PROECUADOR, Ministerio de Industrias y Competitividad, Secretaria Nacional de Aduana del Ecuador, Arancel del Ecuador, Constitución de la República del Ecuador, Aduana de Chile, PROCHILE, Arancel de Chile, textos, publicaciones empresariales, artículos de prensa escrita y consultas vía correo electrónico.

3.3 Diseño de la Entrevista

Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” De Guayaquil

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Comercio Exterior

Instrumento de Entrevista

Aplicado al: Sr. Edgar Campoverde – Productor de Café de Habas

Tema: *“Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas para el Mercado Chileno, periodo 2013”*

Generalidades:

El presente instrumento de entrevista tiene como objetivo fundamental receptar las opiniones de los productores de café de habas y su intención de exportar el producto.

1. ¿Cuál es el nombre y ubicación de la empresa?

2. ¿Qué motivó el emprendimiento de esta actividad?

3. ¿Cuántos productos comercializa PROALDE?

4. ¿Usted es productor de haba o cuenta con proveedores?

5. ¿Luego de adquirir la materia prima, qué necesita para procesar el haba hasta convertirla en un producto sucedáneo del café tradicional?

6. ¿Cuál es la breve explicación del producto?

7. ¿Cuenta el producto con Registro Sanitario?

8. ¿En qué lugares comercializa el producto café de habas?

9. ¿En qué presentación comercializa su producto?

10. Ha enviado muestras al exterior

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DESARROLLADO POR LA EMPRESA INTERNATIONAL MULTIPLES SERVICES S.A. PARA LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PROCESADO A BASE DE HABAS PARA EL MERCADO CHILENO, PERIODO 2013

RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

La idea del producto investigado es ofrecer una bebida sucedánea al café cuya materia prima son habas secas y tostadas, como uno de los mecanismos de ampliación de la oferta exportable del país superando el modelo primario – extractivo – exportador que históricamente ha sido caracterizado por las exportaciones ecuatorianas.

El actual documento consiste de cuatro secciones resumidas en la planificación administrativa de la empresa, la preparación del plan de marketing internacional, la explicación del proceso de exportación y por último la evaluación financiera. En la primera unidad se describe las características, beneficios, tabla nutricional del café a base de habas. Además se menciona la estructura y situación legal de la empresa International Multiples Services S.A. En este capítulo se estableció la misión, visión, distribución organizacional, valores institucionales y localización de la empresa.

En la segunda sección se analizó el mercado meta, se implementó las estrategias competitivas y el plan de marketing con la finalidad de que el producto tenga éxito entre los consumidores. En esta unidad se diseñó la marca, la presentación del empaque y los distintos elementos promocionales con el propósito de que la empresa objeto de la presente investigación logre una masiva aceptación en destino.

La tercera unidad corresponde a la parte operativa y documental del proceso de exportación. Se menciona además los requisitos de ingresos en el mercado chileno, se determinó el costo de exportación del producto incluyendo los valores generados según el término de negociación aplicado que para este caso fue Free on Board <<FOB>>. Adicionalmente, en esta parte se determinó la partida arancelaria consultando las Notas Explicativas del Sistema.

Finalmente en la última sección se evaluó la planificación financiera, es decir, la inversión inicial del proyecto, los estados financieros proyectados, las conclusiones y recomendaciones generadas por los resultados.

JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

La justificación de la propuesta analizada responde a la siguiente pregunta *¿por qué exportar café procesado a base de habas a Chile?* Según la información proporcionada por la Oficina Comercial de PROCHILE ubicada en la ciudad de Guayaquil, los últimos rankings e informes internacionales de organismos como Banco Mundial o Economist Intelligence Unit, Chile ha sido considerado como el país más estable y seguro de Sudamérica, además como un buen aliado para hacer negocios, un país abierto al mundo que promueve el libre comercio y que busca activamente acuerdos con otras naciones y bloques comerciales.

Ernst&Young situó a Chile entre los países que más ha crecido en su economía junto con China, India, Rusia y Brasil. La reciente versión 2013 del ranking “Doing Business” indica que Chile avanzó en el índice de apertura de negocios del lugar 62 al 27.

Actualmente, con el Acuerdo de Complementación Económica ACE No. 65, el 97% del universo arancelario se encuentra exento de pago de aranceles entre Ecuador y Chile. Mientras que el café es considerado como uno de los principales productos ecuatorianos con oportunidades en el país del cono sur. Adicional a lo citado, en base a los índices estadísticos del Banco Central del Ecuador, Chile es el destino principal de las exportaciones de café en grano por lo que se convierte en un mercado ideal para introducir un sucedáneo de café con valor agregado.

UNIDAD I

ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

1.1. El Producto

La idea del producto es ofrecer una bebida cuyo color, sabor, aroma, y textura son muy similares al del café tradicional, pero su producción es a base de la transformación de habas secas y tostadas. Una particularidad muy importante es que el café de haba al ser un alimento nutritivo, puede ser consumido a cualquier edad. El café a base de habas es un producto totalmente libre de cafeína, característica que lo convierte en un aliado perfecto para la salud y como un sustituto para aquellas personas que el consumo de café tradicional pudiera causar ciertas afecciones a su cuerpo.



Imagen No. 7

Café de Habas – Preparación

Fuente: Las Autoras/ Elaborado por: Las Autoras

En el Ecuador, a través de la presente investigación, se evidenció que las actividades relacionadas con la producción y comercialización de café a base de habas es una industria naciente que se perfila con grandes expectativas de crecimiento a nivel local. En todo caso, no se han registrado índices de exportación del producto. Países como Perú e incluso Colombia, conocido mundialmente por su café, están incursionando en la producción del café de haba aunque en cantidades reducidas.

El café a base de habas debido a sus múltiples propiedades nutritivas, pues la materia prima para su elaboración son habas secas cuyo contenido es rico en proteína vegetal, alto contenido en fibra, lo que permite mantener los niveles de glucosa y colesterol estables. Además es una fuente de vitaminas, minerales, fósforo, calcio, condiciones que ayudan a conservar la energía del cuerpo. A su vez, concentran una cantidad significativa de carbohidratos permitiendo recuperar rápidamente el gasto energético, por lo tanto, son muy favorables para personas que realizan esfuerzos físicos.

1.1.1. Características del Café a Base de Habas

Entre las principales características¹² del café de habas, se citan las siguientes:

- Desarrolla y conserva la memoria.
- Producto alimenticio y nutritivo.
- 100% natural sin cafeína, grasas ni azúcares.
- Recomendado para personas con diabetes o gastritis.
- Elimina grasas de las arterias.
- Disminuye el colesterol.
- Ayuda a mejorar los síntomas en los enfermos de Alzheimer.

¹² PROALDE

1.1.2. Información Nutricional del Café a Base de Habas

A continuación se especifica el valor nutricional del café a base de habas. Tamaño por porción¹³: 1 cdra. (1.8 g).

Tabla No. 21

Información Nutricional del Café a Base de Habas

Valor Diario	
Grasa Total	0 g
Grasa Saturada	0 g
Colesterol	0 mg
Sodio	0 mg
Carbohidratos Totales	3 g
Fibra Dietética	0 g
Azúcares	0 g
Proteínas	1 g
Vitamina A	0%
Calcio	0%
Vitamina C	0%
Hierro	1%
Porciones por Envase	

Nota: Información correspondiente por tamaño de porción de 1 cdra.

1.1.3. Modo de Preparación

La preparación del producto es similar al del café tradicional. Es necesario hervir agua de acuerdo al número de tazas a servir, luego colocar en el filtro o una prensadora una cucharada del café y agregar azúcar al gusto.

¹³ PROALDE

1.2. La Empresa

El nombre de la empresa objeto del presente plan de negocio corresponde al de Internacional Multiples Services S.A. empresa que se dedicará a la exportación de café procesado a base de habas. La empresa IMS S.A. contará con el proveedor del café de habas ubicado en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Entre las primeras acciones está diseñar el modelo visual del producto que incluye desde el nombre hasta los elementos promocionales, aspectos que se han desarrollado en la unidad ii.

International Multiples Services S.A.

Imagen No. 8

Logo Empresa International Multiples Services S.A.

Elaborado por: Las Autoras



International Multiples Services S.A.

Exportador

Imagen No. 9

Actividad IMS S.A.

Fuente: Las Autoras/ Elaborado por: Las Autoras



Proveedor de Café de Habas



**Productor – Zonas Agro
Proveedor de Materia Prima al
Fabricante**

1.3. Estructura Legal de la Empresa

La compañía IMS International Multiples Services S.A. se constituyó mediante escritura pública otorgada ante el Notario Trigésimo del Cantón Guayaquil, el 28 de mayo del 2007 y fue aprobada por la Superintendencia de Compañías, a través de la Resolución 07.G.IJ. **Anexo No. 1.**

En cuanto al anuncio de constitución de la compañía, se publicó el día viernes 15 de junio del 2007 en el Diario El Telégrafo en la ciudad de Guayaquil. En tanto que el capital autorizado de la compañía es de \$2,000.00 y el capital social de \$1,000.00 dividido en mil acciones de un dólar cada una y cuyo capital puede ser aumentado por resolución de la Junta General de Accionistas.

1.4. Situación Actual de IMS

Luego de permanecer paralizada aproximadamente 5 años, la empresa International Multiples Services S.A. ve la oportunidad para restablecer sus actividades mediante la asesoría en comercio exterior.

En el periodo de constitución, la empresa se dedicaba a la importación de productos tecnológicos. Sin embargo, las tarifas no lograron ser competitivas en el mercado, a más de los aranceles que sumaban un elevado costo de importación que en ciertos casos superaba el margen de ganancia, siendo éste un factor determinante para suspender las actividades de la empresa.

1.5. Procedimiento para el Reinicio de Actividades de IMS S.A.

1. Ingresar al portal Web de Superintendencia de Compañías www.supercias.gob.ec, usuarios en línea.
2. Digitar el RUC y contraseña, y acceder a la opción *Su compañía online* y verificar el estado de la misma.
3. Hacer una solicitud dirigida a la Superintendencia de Compañías solicitando el reinicio de la Compañía.
4. Acceder nuevamente a la página web de la Superintendencia y dar clic en la opción *nombre de compañías*, luego un clic más en el link *estado de solicitud*.
5. Una vez que ha sido aprobada la solicitud, se procede a la activación de la misma siempre y cuando no tenga valores pendientes.

1.6. Requisitos para el Reinicio de la Compañía

- Solicitud de Reinicio de Actividad.
- Copia de nombramiento de Representante Legal de IMS S.A.
- Copia de la cédula o pasaporte y certificado de votación del Representante Legal de IMS S.A.
- Copia del RUC.
- Planilla de servicio básico donde está situada la compañía.

1.6.1. Tipo de Empresa

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Ley de Compañías, Art. 143)¹⁴.

1.6.2. Condiciones de los Accionistas

Son atribuciones de la Junta General de Accionistas:

- a) Nombrar al Presidente, al Gerente General, y al Comisario;
- b) Aceptar las excusas o renunciaciones de los nombrados funcionarios y removerlos, cuando estimen conveniente;
- c) Fijar las remuneraciones, honorarios o viáticos de los mismos si lo estimare conveniente;
- d) Conocer los informes, balances, inventarios y más cuentas que el Gerente General someta anualmente a su consideración y aprobarlos u ordenar su rectificación;
- e) Ordenar el reparto de utilidades en caso de haberlas y fijar, cuando proceda, la cuota de éstas para la formación de fondo de Reserva Legal de las Sociedades, porcentaje que no podrá ser menor del fijado por en la Ley;

¹⁴ Ley de Compañías, Sección VI, Compañía Anónima, Art. 143

- f) Ordenar la formación de reservas especiales de libre disposición;
- g) Conocer y resolver cualquier punto que le sometan a su consideración el Presidente, el Gerente General o el Comisario;
- h) Reformar los presentes estatutos.

1.6.3. Objeto Social de International Multiples Services S.A.

(...) La prestación de todo tipo de asesoría, formulación, planificación, diseño, gestión, control, administración, seguimiento, auditoria, certificación y evaluación de proyectos; económicos, ambientales, sociales, educativos, empresariales o de inversión (...) También se dedicará a la comercialización, importación y exportación al granel, en estado natural, procesado o envasado de productos tales como azúcar, maíz, trigo, soya, aceites, semillas, sorgo, bobina de papel, lenteja, productos no tradicionales y tradicionales como el banano, frutas, café, cacao, flores y otros; Intermediación en la comercialización de toda clase de productos agrícolas especialmente banano, otras frutas y vegetales en estado natural, procesado o envasado... (Escritura Pública de Constitución de la Compañía IMS International Multiples Services, p. 6, literal J)¹⁵.

1.7. Estructura Administrativa

La estructura administrativa de International Multiples Services S.A. se compone de la misión, visión, distribución de funciones en las distintas áreas dentro de la empresa, establecimiento de los objetivos, valores y principios orientados a formalizar la cultura organizacional entre las personas que conforman el equipo de trabajo y la administración.

¹⁵ Escritura Pública de Constitución de la Compañía IMS International Multiples Services S.A., p. 6, literal J

1.7.1. Misión

Exportar y promocionar nuevos productos agrícolas incorporados de valor agregado fortaleciendo las micro, pequeñas y medianas empresas <<*mipymes*>>.

1.7.2. Visión

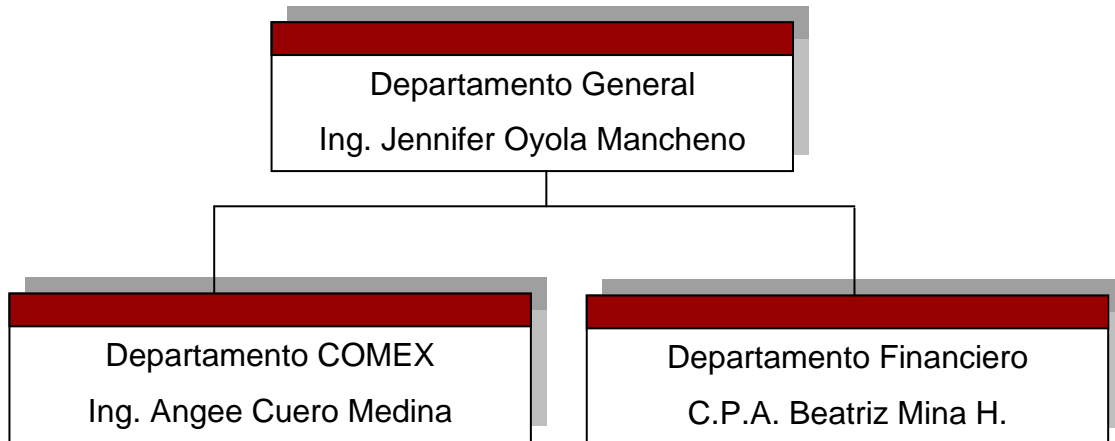
Introducir nuevas líneas de productos de pequeños productores en mercados internacionales.

1.7.3. Organigrama de la Empresa

La estructura organizacional que se distribuirá en International Multiples Services S.A. está conformada por niveles gerenciales y operativos que desarrollaran sus respectivas funciones delegadas.

Para la empresa es de suma importancia la adecuada selección del personal ya que del mismo dependerá en gran medida del éxito o fracaso de las actividades de IMS S.A. Por lo tanto los niveles gerenciales serán administrados por personas cuyo títulos sean de tercer nivel o superior. Así como también su rendimiento será evaluado mensualmente y se los incentivará con el pago justo y a tiempo de sus sueldos, además del cumplimiento de sus beneficios dispuestos por ley.

Tabla No. 22
Estructura Organizacional de IMS S.A.



Elaborado por: Las Autoras

1.7.4. Distribución de Funciones y Responsabilidades

1.7.4.1. De la Dirección General

- Representar legalmente la empresa.
- Planificar, supervisar y controlar la selección del personal realizando funciones del área de recursos humanos.
- Elaborar presupuestos de ventas mensuales.
- Diseñar programas promocionales y de mercadeo internacional.
- Ayudar a los proveedores a mejorar constantemente las técnicas de proceso a través de asesorías permanentes.

1.7.4.2. De la Dirección de Comercio Exterior

- Coordinar las actividades relacionadas a la promoción internacional del producto y venta internacional.
- Enviar muestras a los potenciales clientes en el exterior.
- Preparar informes de cierre de negocios al finalizar la semana.
- Dirigir, supervisar y evaluar el procedimiento de exportación.
- Obtener los debidos requisitos exigibles para la exportación.

1.7.4.3. De la Dirección Financiera

- Cumplir con las obligaciones en materia fiscal y tributaria de la empresa como: IVA, retenciones, declaraciones, y demás actividades relacionadas.
- Elaborar y evaluar los estados financieros periódicamente a fin de informar a la dirección general de la empresa.
- Dirigir y supervisar al operador local.
- Diseñar el presupuesto general de la empresa.
- Cumplir con la obligación puntual de los gastos correspondientes de la actividad de la empresa.

1.7.5. Valores y Principios

Los valores y principios que guiarán la organización y a todos los miembros del equipo de producción son:

- Calidad e Innovación
- Respeto, Honestidad e Integridad
- Trabajo en Equipo
- Flexibilidad y Creatividad

1.7.6. Macrolocalización

La empresa International Multiples Services S.A. estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas.



Imagen No. 10

Macrolocalización de la Empresa

Fuente: www.google.com

1.7.7. Microlocalización

La empresa estará ubicada específicamente en La Ciudadela Mucho Lote 2, al norte de la ciudad, frente al Terminal de Guayaquil. Se adecuará una oficina de trabajo en el domicilio de una de las autoras del presente proyecto y las actividades se desarrollarán online.

UNIDAD II

PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL Y ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 Importancia del Plan de Marketing Internacional en el Proyecto

El plan de marketing es uno de los elementos indispensable dentro de la realización de un plan de negocios ya que permite analizar el mercado meta, los competidores, los potenciales consumidores, desarrollar las características visuales del producto, determinar el precio, plaza, y elementos promocionales a fin de que el producto que la empresa ofrece tenga éxito en el mercado de destino.

El plan de marketing internacional debe ser el punto de partida de una empresa que pretenda orientar la comercialización de sus productos hacia el mercado exterior. Este plan tiene como finalidad la elaboración y puesta en práctica de un programa de marketing en los mercados exteriores y por etapas, sobre la base de una acertada cuantificación de los objetivos, un análisis del entorno al que quiere dirigirse y de las capacidades necesarias de la empresa para llevar a cabo el plan (Ballesteros Román, 1998, p.83)¹⁶.

Por lo tanto, el plan se convierte en un mapa o instrumento para la empresa, donde se establecerán las diversas estrategias, mecanismos y acciones que se implementarán para que el producto tenga éxito en el mercado chileno.

¹⁶ Comercio Exterior: Teoría y Práctica, Capítulo 4, La Internacionalización de la Empresa, Pag. 83, Alfonso Ballesteros Román

2.2 Matriz del Plan de Marketing Internacional

En la tabla descrita a continuación se estableció las estrategias y respectivas acciones para lograr el objetivo del plan de marketing.

Tabla No. 23
Matriz de Plan de Marketing Internacional

<i>Plan de Marketing Internacional</i>
<i>Objetivo General</i>
Exportar y promover un nuevo concepto de bebida caliente a base de habas.
<i>Estrategias</i>
<ul style="list-style-type: none">- Analizar el mercado externo.- Crear el concepto visual del producto.- Establecer los precios en destino.- Determinar los principales canales de distribución.- Delinear estratégicamente las herramientas promocionales.
<i>Acciones</i>
<ul style="list-style-type: none">- Diseñar la marca, logotipo, presentación del producto.- Evaluar los componentes del precio.- Sondear compradores potenciales en Chile.- Crear elementos promocionales efectivos.

Elaborado por: Las Autoras

2.3 Análisis FODA

El análisis FODA es una de las técnicas más importantes de evaluación para las empresas y está conformada por dos variables controlables de carácter internas que son las fortalezas y debilidades, y dos variables no controlables que corresponden a los factores externos de la organización éstos son las oportunidades y amenazas.



2.4 Análisis de la Situación Externa – Mercado Chileno

Para analizar la situación externa es preciso investigar el mercado meta y aspectos como frecuencia de consumo del café tradicional que sirvan como referencia para la aceptación del café a base de haba.

2.4.1 Tendencias de Consumo de Café en Chile

La tendencia de consumo de café en Chile se ha incrementado en los últimos años. El Centro de Estudios del Retail -CERET¹⁷- que es parte del área de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, en un estudio realizado reveló los altos niveles de inserción del café en hogares chilenos por lo que la bebida está presente en más del 90% de las viviendas. El estudio además revela que el café más consumido en Chile es el soluble. El incremento en el consumo de café por parte de los chilenos es una realidad evidente que se sustenta en el crecimiento de la demanda de este producto. En un artículo publicado por uno de los diarios más importantes de Chile <<La Nación>> indica el incremento en el consumo de esta bebida.

El consumo de esta bebida caliente en Chile ha aumentado de manera creciente en los últimos años <<el 2005 la tasa per cápita de café soluble era de 188 gramos mientras en el 2009 llegó a 212 gramos>> lo que ha llevado a la industria a diversificar su oferta. (Chile - Diario La Nación, Sección Economía, 31/05/2010)¹⁸.

¹⁷ <http://www.ceret.cl/noticias/en-chile-sobre-el-90-de-los-hogares-consume-cafe-y-el-soluble-es-el-mas-demandado/>

¹⁸ Diario La Nación, Sección Economía, 31/05/2010

En base al artículo citado, se menciona que a medida que han pasado los años, en Chile las personas cada vez desean probar nuevos sabores de café y que aspectos como la televisión pagada y la mayor facilidad para viajar ha generado la cultura de esta bebida caliente en las zonas urbanas. Al mismo tiempo se señala que la edad promedio de consumo del café ha evolucionado, cambiando de 20 años a 16-17 años iniciando con bebidas dulces como lo son cappuccino, machiatto o combinaciones con chocolate. Finalmente, la publicación revela que en el 2009 las ventas de café se incrementaron en un 9.2% en los supermercados y almacenes tradicionales.

2.4.2 Café Ecuatoriano en Chile

Los datos emitidos por el Banco Central del Ecuador, a través de su portal web, posicionan a Chile como uno de los principales socios comerciales en cuanto al café en grano se refiere. Los índices estadísticos indican la participación de las exportaciones ecuatorianas de subpartida nandina 0901.21.10.00 que corresponde a la descripción nandina <<café en grano>>.

En un análisis realizado desde enero del 2007 a noviembre del 2012 se registra un total de 93.65 en miles de toneladas vendidas a Chile y en términos FOB un total de 282.01 miles FOB como se demuestra en la tabla anterior, superando incluso las cifras vendidas a Estados Unidos quien es el principal socio comercial del Ecuador.

Tabla No. 24

Exportaciones de Café en Grano, Periodo 2007 – 2012

Ene. 2007 – Nov. 2012		
País	Toneladas	Fob (Miles USD)
Chile	93.65	282.01
Estados Unidos	48.18	199.30
Holanda	5.75	65.46
Corea (Sur)	7.32	54.49
España	20.28	40.05
Canadá	2.58	11.84
China	0.36	6.14
Reino Unido	0.77	5.43
República Checa	0.14	1.62
Rusia	0.57	1.20

Nota: Cifras correspondientes a las exportaciones totales de la subpartida 0901211000 <<café en grano>> durante el periodo 2007 – 2012. Fuente: Banco Central del Ecuador.

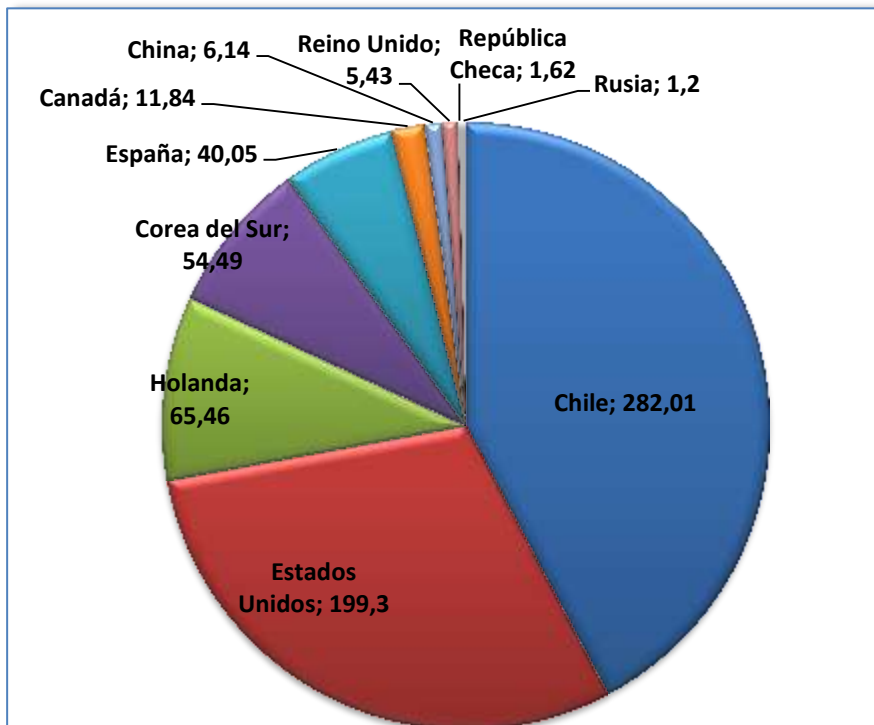


Gráfico No. 11

Exportaciones de Café en Grano 2007 – 2012/ Miles FOB

Fuente: PROECUADOR

Los índices demuestran la oportunidad que representa para el Ecuador el mercado chileno, puesto que al ser éste el principal socio comercial de café en calidad de producto primario – extractivo, el enfoque está en función de introducir a dicho mercado el café procesado y a su vez con un valor diferenciado que para este caso sería una bebida a base de habas secas tostadas, cuyo sabor es similar al del café tradicional.

2.4.3 Acuerdos Comerciales entre Ecuador y Chile

Actualmente Ecuador mantiene un Acuerdo de Complementación Económica ACE No.65 con la República de Chile. Entre los principales objetivos del Acuerdo en mención, cabe señalar la intención de intensificar las relaciones económicas y comerciales entre ambos países, estimular la expansión y diversificación del comercio entre los citados. Además eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios, aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión entre las partes propiciando un intensivo aprovechamiento de sus mercados, y fortaleciendo su capacidad competitiva en los intercambios mundiales. **Anexo No. 2.**

El Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y Ecuador ACE N°32, se firmó en Chile el 20 de diciembre de 1994 y entró en vigencia el 1º de enero del 1995. Debido a las listas de desgravación establecidas en el Acuerdo, desde el 1º de enero del 2000 el 96,6% de los productos se encuentran libres de arancel, mientras que el 3,4% restante se encuentra excluido de los beneficios arancelarios negociados en el ACE.

Las tratativas para ampliar el ACE N° 32 se iniciaron en septiembre del 2005 y con motivo de la visita de Estado del Presidente Rafael Correa a Chile, en marzo

del 2008, los dos países suscribieron el nuevo ACE N°65, que profundiza las disciplinas ya existentes en el ACE N°32, en materias como obstáculos técnicos al comercio, normas sanitarias y fitosanitarias, normas de origen y asuntos aduaneros; e incorpora un nuevo capítulo de solución de controversias mucho más detallado, con procedimientos distintos y más completos que los del anterior.

La entrada en vigencia del ACE N°65 se concretó en febrero de 2010. Cabe destacar, que durante el 2008 los dos países firmaron también un Acuerdo de Asociación Estratégica (AAE), el que busca promover materias como la profundización y ampliación del diálogo político y social, de cooperación, de cultura y económico-comercial¹⁹. La normativa actual regula materias como el programa de desgravación arancelaria, prácticas desleales de comercio, salvaguardias, normas técnicas, cooperación científica y tecnológica, normas fito y zoosanitarias, transporte marítimo y aéreo, solución de controversias, sector automotor y compras gubernamentales, entre otras. Las reglas de origen y los procedimientos aduaneros están regulados por los Capítulos del Acuerdo No. 4 y 5 respectivamente²⁰.

Con el ACE No. 65, el 97% del universo arancelario se encuentra exento de pago de aranceles entre ambos países generando una gran oportunidad de colocar productos en territorio chileno reduciendo los costos de importación en destino y fomentando la competitividad. En el Artículo 3.1 del Acuerdo, se estipula que ambos países otorgarán trato nacional a las mercancías de la otra parte de conformidad con el Artículo III del GATT 1994, incluidas las notas interpretativas por lo que este artículo ha sido incorporado al ACE No.65 y forma parte del mismo.

¹⁹ <http://www.direcon.gob.cl>

²⁰ www.aduana.cl

2.5 Marketing Mix

2.5.1 El Producto – Nombre

La estructura del nombre del producto se compone de las palabras café y habas. La idea del nombre del producto es relacionar la bebida del café con la base de la preparación <<habas tostadas>>. Para definir el nombre se tuvo en cuenta los aspectos de brevedad, simplicidad y posibilidad de que el consumidor recuerde la marca. El efecto que se busca es que el comprador asocie el nombre de la marca con el café de haba.

Cafaba

Imagen No. 11

El mejor Café de Habas del Ecuador

Nombre del Producto

Fuente: Las Autoras/ Elaborado por: Las Autoras

El envase utilizado son fundas desodificadoras especiales para conservar el aroma y el sabor del café a base de habas.



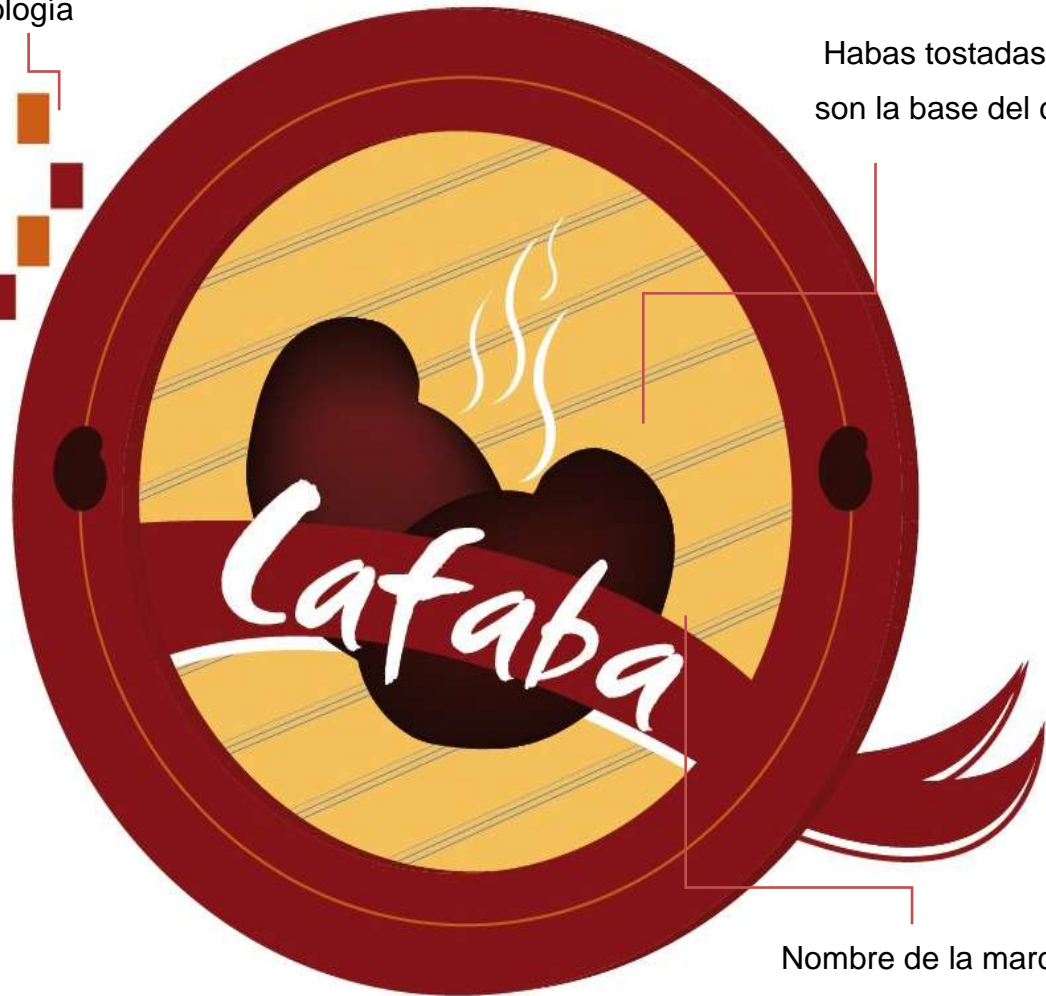
Imagen No. 12

Envase del Producto

Fuente: Las Autoras/ Elaborado por: Las Autoras

2.5.1.1 Logo del Producto

Simbología



Habas tostadas que son la base del café.

Nombre de la marca

COFFEE-ECUADOR

Mensaje en inglés que refuerza el concepto distintivo.

Imagen No. 13

Logo del Producto

Diseñado por: Las Autoras

Para la presentación en frasco, el diseño de la etiqueta, se muestra a continuación.



Imagen No. 14

Presentación del Producto en Frasco

Diseñado por: Las Autoras



Imagen No. 15

Presentación del Producto en Funda

Diseñado por: Las Autoras



Imagen No. 16

Presentación del Producto en Bolsitas

Diseñado por: Las Autoras

2.4.2 Determinación del Precio

El precio es uno de los factores más importantes del producto. De este indicador depende el consumo y determina la calidad ante el cliente. Antes de establecer el precio se debe analizar varios criterios como los costos de producción, empaque, diseño, costos de exportación, entre otros aspectos que se especificarán en la unidad iv correspondiente al estudio financiero del presente proyecto.

2.5.3 Estudio de Canales de Distribución

2.5.3.1 Importadores/Distribuidores

Se compone de empresas que importan y distribuyen alimentos en Chile, realizando todo el manejo del producto, desde su importación hasta su distribución a los puntos de ventas. El importador compra los productos a las empresas extranjeras y se encarga de realizar las formalidades aduaneras para su internación. Se ocupa además de su almacenamiento y de la gestión de venta. En ese sentido, asume el riesgo completo de la operación en Chile.

En algunos casos, algunas funciones (como la distribución o almacenaje) no son realizadas directamente por el importador/distribuidor, sino que son subcontratadas por éstos a terceras empresas. Los importadores/distribuidores de alimentos en Chile están bastante concentrados y manejan una amplia variedad de productos. Se trata de un segmento que tiene fuertes barreras de entrada, debido a las altas exigencias sanitarias que deben cumplir y a la existencia de importadores de gran tamaño que dominan el mercado.

2.5.3.2 Mayoristas

Se componen de las empresas que realizan solo el proceso de comercialización y de logística asociado a la distribución de diversos alimentos. La mayoría de estas empresas no se concentran solo en alimentos, sino que se dedican a variados rubros (productos de aseo, higiene personal, menaje, etc.). Algunos han desarrollado también marcas propias, en especial en el rubro de abarrotes y aseo.

La distribución mayorista de alimentos en Chile se caracteriza por concentrarse en grandes cadenas, las cuales se han formado principalmente mediante la adquisición de empresas independientes, por parte de grupos del retail, como es el caso del grupo SMU. Las cadenas de venta mayorista concentran poco más del 12% de las ventas del comercio, y se estiman en unos US\$ 2 mil millones. Este segmento está bastante concentrado en pocas empresas grandes, siendo las principales Adelco (www.adelco.cl), Rabié (www.rabie.cl), Promerco (www.promerco.cl) y SMU. Cuentan con modernas instalaciones en Santiago y regiones y con sistemas de logística avanzados, abasteciendo al comercio minorista (almacenes y pequeños negocios) y cadenas de supermercados y retail.

Asimismo, la mayoría de los productos que distribuyen no son importados por ellos, sino que por la empresa filial de los productores en Chile o por un representante local, asumiendo los distribuidores sólo las funciones de comercialización, almacenaje y logística de distribución de los productos. Solo en algunos casos – como, por ejemplo, volúmenes importantes o marcas propias– ellos asumen la importación de los productos.

2.5.3.3 Supermercados

El canal de supermercados en Chile ha experimentado un notable crecimiento en la última década. La cantidad de locales de venta ha crecido en forma exponencial, agregando nuevos rubros de productos y servicios a su oferta tradicional (ej. electrodomésticos, vestuario, artículos para el hogar, etc.), así como nuevos formatos de locales, tales como los hipermercados y autoservicios económicos.

El tamaño de la industria – medida en términos de ventas anuales de los supermercados - se estima en 2011 en US\$ 13.500 millones³⁸, mientras que - considerando solo las ventas de alimentos, artículos de aseo personal y del hogar – alcanzaría los US\$ 10.000 millones. Respecto de estos últimos productos, los supermercados representan el 72% de las ventas, seguido de los distribuidores mayoristas (14%) y las ferias libres y negocios de barrio (14%)

Según datos del INE de 2011, en Chile existían 1,155 salas de venta de supermercados con más de 3 cajas registradoras, lo cual es 77 más que en 2010. De estos, casi un 50% se encuentran ubicados en Santiago. Una de las principales características del canal de supermercados en Chile es la alta concentración de la industria. El 88% del mercado está en manos de 3 grandes cadenas, encabezadas por Walmart (33.4%) con sus marcas Líder, Ekono y A Cuenta. Le sigue Cencosud (30.5%) con sus marcas Jumbo y Santa Isabel y SMU (16.8%), con su marca Unimarc. Hay que tener presente que existe una tendencia entre las cadenas principales de supermercados de no importar directamente, sino que abastecerse de preferencia a través de importadores o distribuidores locales. Así, las cadenas evitan tener que efectuar trámites de importación y tener que manejar grandes stocks en sus bodegas, con los costos que ello conlleva.

Para la mayoría de los productos, las grandes cadenas de supermercados utilizan un sistema centralizado de compras, realizando la distribución a sus locales de ventas desde centros logísticos nacionales y regionales. Habitualmente, las compras son realizadas por categoría de productos, vale decir, existe un encargado diferente para cada tipo de alimento. Si una empresa vende más de un tipo de alimento, normalmente deberá entenderse y negociar con más de un encargado.

En el portal web Mercantil.com²¹ se identifican las diversas empresas en Chile dedicadas a la importación de productos alimenticios. El detalle de las Compañías localizadas en la página web citada, se especifica a continuación:

1. Razón Social: Inversiones Sms Limitada

Inversiones SMS Maruchan
Calle Salomón Sumar 3420, Bodega C
San Joaquín - Santiago
(56) - (2) – 25521334

2. Razón Social: Pibamour Sociedad Comercial y de Representaciones Ltda.

Empresa: Dilmah Tea
Calle Santa Elena De Huechuraba 1160
Huechuraba - Santiago
(56) - (2) – 27400440

²¹<http://www.chilnet.cl>

3. Razón Social: Anson Trading S.A.

Empresa: Anson Trading

Calle Rio Refugio 9641

Pudahuel - Santiago

(56) - (2) – 28277300

4. Razón Social: Importadora El Bosque Limitada

Empresa: Birkenstock

Calle Orrego Luco 054, Piso 2

Providencia - Santiago

(56) - (2) – 22332739

5. Razón Social: Frigoríficos Ideal S.A.

Empresa: Frigoríficos Ideal S A

Calle San Martín 660

Iquique

(56) - (57) – 574380

6. Razón Social: Goth Sociedad Anónima Comercial e Industrial

Empresa: Goth

Serrano 257

Santiago - Santiago

(56) - (2) – 26338466

7. Razón Social: Comercial La Montana Limitada

Empresa: La Montaña Ltda.

García Moreno 1046

Ñuñoa - Santiago

(56) - (2) – 22235896

8. Razón Social: Importadora Shirakiku Chile Limitada

Empresa: Importadora Shirakiku Chile Ltda.

Avenida Vitacura 4868

Vitacura - Santiago

(56) - (2) - 22187534

9. Razón Social: Unitrading S A

Empresa: Frutto Dil Campo

Avenida Holanda 3836

Ñuñoa - Santiago

(56) - (2) - 22255541

2.5.4 Promoción

La promoción de un producto radica en comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia del mismo impulsando sus características, atributos y beneficios a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso²². Las técnicas de promoción aplicadas tienen como objetivo principal inducir a los potenciales consumidores para que compren el producto. Para promocionar el café de haba se han identificado algunos medios importantes de promoción.

²² <http://www.crecenegocios.com/la-promocion-del-producto/>

- La venta personal consiste en promocionar el producto café a base de habas a través de una interacción directa o personal “cara a cara” con el comprador internacional.

- La promoción de ventas consiste en promocionar el café a base de habas a través del uso de incentivos o actividades destinados a inducir al importador a decidirse por su compra como ofertas, descuentos, cupones, regalos, sorteos, concursos, bonificaciones, premios, muestras gratis, entre otras actividades.

- La publicidad es determinante en el presente proyecto ya que consiste en dar a conocer, informar, persuadir o estimular la compra internacional por parte de los importadores en Chile y hacer recordar el producto. La publicidad es uno de los medios más efectivos para la promoción de un producto aunque su costo es parte del desembolso de la empresa.

- El marketing directo consiste en promocionar el café a base de habas a un determinado importador, a través de medios que permitan una comunicación directa con éste tales como el teléfono, el correo, el fax, el correo electrónico y especialmente el internet.

- Misiones Comerciales y participación de Ferias Internacionales organizadas por PROECUADOR, permitiendo tener un stand de presentación del producto en el cual se logrará generar contactos y oportunidades comerciales con empresas del sector alimenticio de Chile.

- El merchandising para el presente proyecto consiste en el conjunto de técnicas, características o actividades a través de alianzas estratégicas en el país de destino que permitan estimular la afluencia de público o aumentar las ventas en establecimientos o puntos de ventas. Actividades como exhibición de los productos, degustación del café, la entrega de artículos publicitarios tales como lapiceros, llaveros, camisetas, gorras, jarros o cartucheras que lleven consigo el logo o la marca del producto. Algunos diseños se muestran a continuación.



Imagen No. 17

Artículos Publicitarios

Diseñado por: Las Autoras

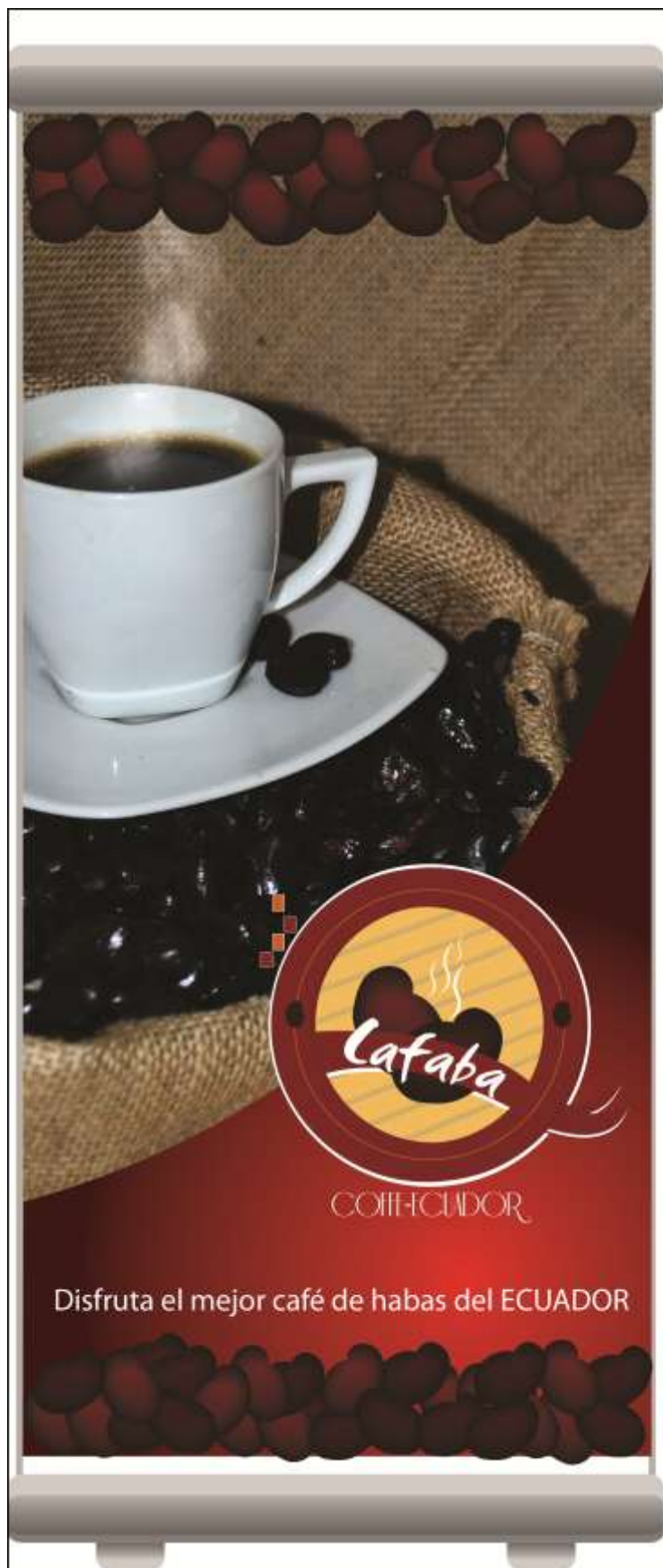


Imagen No. 18

Valla Publicitaria 1

Diseñado por: Las Autoras



UNIDAD III

PPROCESO DE EXPORTACIÓN

3.1 Régimen de Exportación

Art. 154.- Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Sección II).

3.2 Registro como Exportador

La primera fase antes de iniciar una exportación es el registro como exportador, para lo cual la empresa International Multiples Services S.A. deberá cumplir con los pasos que a continuación se detallan.



Paso 1.- Contar con el Registro Único de Contribuyente RUC indicando la actividad <<exportador>>.

Paso 2.- Obtener la firma digital o token.

Paso 3.- Registrarse como exportador en ECUAPASS.

3.3 Procedimiento de Exportaciones en Ecuador

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades, peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

3.4 Determinación de la Partida Arancelaria

En esta sección es necesario revisar las Notas Explicativas del Sistema Armonizado²³ para determinar la partida arancelaria correcta puesto que al consultar el Arancel de Aduana no se encontró una partida específica para el café a base de habas.

La sección 21.01 contiene los extractos y concentrados de café y sus sucedáneos.

21.01 Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados.

– Extractos, esencias y concentrados de café y preparaciones a base de estos extractos, esencias o concentrados o a base de café. (Arancel Nacional de Aduana).

Mientras que según las Notas Explicativas, en la partida 2101.30 se menciona los sucedáneos del café.

2101.30 – Achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados.

²³ COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES, *Versión Única en Español de las Notas Explicativas del Sistema Armonizado*

En el numeral 5 de lo que comprende esta partida, se especifica:

Numeral 5) La achicoria y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados. Se trata de todos los productos tostados destinados a sustituir e imitar al café por infusión en agua caliente o para añadirlos al café. Estos productos se designan a veces con el nombre de café seguido del de la materia base (café de cebada, café de malta, café de bellotas, etc.).

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Fis.	Adv. %
21.01		Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados. - Extractos, esencias y concentrados de café y preparaciones a base de estos extractos, esencias o concentrados o a base de café:		
2101.11.00	.00	-- Extractos, esencias y concentrados.....	kg	20
2101.12.00	.00	-- Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados o a base de café.....	kg	20
2101.20.00	.00	- Extractos, esencias y concentrados de té o de yerba mate y preparaciones a base de estos extractos, esencias o concentrados o a base de té o de yerba mate.....	kg	20
2101.30.00	.00	- Achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados.....	kg	20

Imagen No.20

Partida Arancelaria del Café a Base de Habas – Ecuador

Fuente: Arancel de Aduana del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

Analizando el Arancel de Aduanas de Chile, se encuentra la misma subpartida que paga el 6% de Ad – Valorem. Sin embargo conforme al Acuerdo de Complementación Económica ACE N°65 entre Ecuador y Chile, el Ad – V es 0.

S.A.				
21.01		Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados. - Extractos, esencias y concentrados de café y preparaciones a base de estos extractos, esencias o concentrados o a base de café:		
2101.11		-- Extractos, esencias y concentrados:		
2101.1110		--- Café instantáneo, sin aromatizar	KB	6
2101.1190		--- Los demás	KB	6
2101.1200		-- Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados o a base de café	KB	6
2101.20		- Extractos, esencias y concentrados de té o de yerba mate y preparaciones a base de estos extractos, esencias o concentrados o a base de té o de yerba mate:		
2101.2010		-- Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados de té y preparaciones, a base de té	KB	6
2101.2090		-- Los demás	KB	6
2101.3000		- Achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados	KB	6

Imagen No.21

Partida Arancelaria del Café a Base de Habas – Chile

Fuente: Servicio Nacional de Aduana de Chile – Arancel Aduanero Chileno

Elaborado por: Las Autoras

3.5 Contacto con el Comprador

La primera instancia en el proceso de exportar los productos de la empresa, es contactar al comprador en el país de destino y enviarle muestras para la aprobación del mismo y posteriormente proceder con la negociación internacional.

3.6 Contrato de Compra – Venta Internacional de Mercaderías

El contrato de compra – venta es el documento principal de toda transacción comercial internacional constituyéndose en el instrumento jurídico central de las negociaciones entre las partes. La Convención de las Naciones Unidas sobre Contratos de Compra – Venta Internacional de Mercaderías, es el ente regulador de este tipo de contratos.

3.7 Incoterm Negociado

El término negociado para la presente cotización es Free On Board <<FOB>>. Por lo tanto la empresa International Multiples Services S.A. debe cumplir con el trámite de exportación de la mercancía y asumir los costos vinculados a la misma, así como los del embalaje, transporte interno y estiba. La obligación de la empresa recae hasta que la mercancía es colocada a bordo del buque en el puerto de embarque designado.

En el término de negociación FOB:

- El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

- El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o

proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

- El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

- El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

3.8 Documentación Requerida para Exportar

3.8.1 RUC

Tanto las personas naturales como jurídicas, deben tener el Registro Único de Contribuyente o RUC actualizado en el Servicio de Rentas Internas, en el mismo debe estar descrito como exportador y autorizado para emitir facturas y comprobantes de ventas.

3.8.2 Factura Proforma

La factura proforma es la descripción detallada de la negociación y su contenido está dado por los datos del exportador como el nombre, dirección, teléfono; número de la factura proforma emitida, fecha y lugar de emisión, datos del importador, cantidad y descripción de la mercadería, término de negociación, precio unitario, precio total, condiciones de entrega, plazo y forma de pago.

3.8.3 Factura Comercial

La factura comercial es el documento emitido por el exportador y contiene los nombres del exportador e importador con sus respectivas direcciones, teléfonos entre otros datos referenciales. Además contiene los detalles de la mercadería, fecha y lugar de emisión de la factura, la unidad de medida, cantidad de unidades facturadas, precio unitario y total, moneda de la venta internacional, condición de venta, forma y plazo de pago, peso bruto, peso neto, marca, número de bultos que contiene la mercadería, medio de transporte designado y firma de la persona responsable de la empresa.

3.8.4 Lista de Empaque – Packing List

El propósito de la lista de empaque es indicar el contenido, peso bruto, peso neto y embalaje de la mercadería que se va exportar. Este documento es emitido por el exportador y los principales datos figurados corresponden a los el exportador e importador, marcas y números de bultos, lugar y fecha de emisión, modo de embarque, cantidad de bultos, descripción de la mercadería, total de peso bruto y neto, tipo de embalaje, y firma del exportador.

3.8.5 Conocimiento de Embarque

El conocimiento de embarque es el título que representa la propiedad de la mercadería. Es la prueba de recibo de la mercadería a bordo para el transporte marítimo. El conocimiento de embarque o b/l contiene datos del cargador, del exportador, del consignatario, del importador, nombre del buque, puerto de carga y descarga, debe indicar si el flete es pagadero en destino o en origen, marcas y números del contenedor o de los bultos, precinto, descripción de la mercadería como medidas, unidades físicas, pesos bruto y neto, volumen y fecha de embarque.

3.8.6 Certificado de Origen

Documento que certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza sólo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden. El exportador de café debe pagar una contribución agrícola del 2% sobre el valor FOB del embarque al COFENAC.

3.8.7 Certificado Fitosanitario

Es el documento probatorio de la condición de salubridad en que se encuentran determinados productos vegetales exportables. En Ecuador los certificados fitosanitarios son otorgados por las dependencias del Ministerio de Agricultura y Ganadería y no son obligatorios a efectos de autorizar las exportaciones sino que deben ser obtenidos por los exportadores a efectos de cumplir regulaciones sanitarias y de salubridad vigentes en los mercados de exportación.

Previo al embarque del producto, el exportador debe acercarse a AGROCALIDAD para solicitar la emisión del Certificado Fitosanitario del producto a exportar. Este proceso involucra una pre-inspección del producto en el establecimiento antes de que este se dirija al puerto de embarque.

3.9 Embalaje y Etiquetas

Para el ingreso de productos en Chile, las etiquetas deben ir en español e indicar los ingredientes, el contenido del empaque utilizando el sistema métrico o en unidades, número de registro. Los stickers son permitidos en el caso de productos importados, para indicar quien es el importador. Las instrucciones también deben ir en español.

Es de vital importancia elegir la adecuada protección del embalaje puesto que un error puede significar el fracaso de la operación al no llegar los productos a su destino en las condiciones previamente negociadas. Es necesario que el packaging exportador cumpla con características de seguridad extrema y adaptada al tipo de carga, del medio de transporte seleccionado y el destino de la mercadería. El café a base de habas se exportará en cajas de cartón.



Imagen No. 22

Ejemplo de Embalaje para Café

Fuente: Buencafé

Los airbags (bolsas de aire), protegen las mercaderías relleno los espacios libres que se generan en el interior del contenedor, furgón o bodega de buque impidiendo su desplazamiento. Los espacios pueden ser grandes o pequeños, anchos o angostos, verticales, horizontales u oblicuos y de diferentes formas. Una o más bolsas de aire pueden ser colocadas en ellos a fin de inmovilizar la carga. Son resistentes a la humedad ambiente y soportan esfuerzos de hasta 35 toneladas.

La protección con airbags es sencilla y rápida. Las bolsas se colocan desinfladas en los espacios entre las mercaderías y se llenan en menos de un minuto con aire comprimido. Al llegar la mercadería a su destino, los airbags se desinflan en muy pocos segundos para retirarlos, con absoluta seguridad para quien los manipula. Se suministran para un solo uso o para varios y en diferentes medidas, siendo aptos para proteger casi todo tipo de productos, sin comprometer al medio de transporte.

3.10 Puerto de Origen

El Puerto Marítimo de Guayaquil está localizado en la costa occidental de América del Sur, en un brazo del mar, el Estero Salado, a diez Kilómetros al Sur del centro comercial de la ciudad del mismo nombre²⁴. El Puerto Marítimo de Guayaquil tiene una infraestructura moderna que le permite brindar servicios a todo tipo de naves, así como manipular y almacenar contenedores o cualquier tipo de carga seca o refrigerada.

Las Terminales de Contenedores y de Multipropósito del Puerto Marítimo de Guayaquil “Libertador Simón Bolívar”, están operadas por la empresa Contecon Guayaquil S.A., la misma que es una compañía ecuatoriana constituida el 4 de mayo del 2007 y que forma parte del grupo multinacional ICTSI²⁵.

Contecon Guayaquil S.A. fue creada luego del proceso y adjudicación de la concesión de las Terminales de contenedores y multipropósito del Puerto de Guayaquil Libertador Simón Bolívar, por un periodo de 20 años, e inició la operación y prestación de servicios y actividades portuarias desde el 1ero de

²⁴ <http://www.apg.gob.ec>

²⁵ <http://www.cgsa.com.ec>

Agosto del 2007; siendo que, en la actualidad por este puerto se moviliza el 70% del comercio exterior ecuatoriano que maneja el Sistema Portuario Nacional, y según el informe oficial de la CEPAL (año 2006) del ranking de los principales puertos de Latinoamérica y el Caribe, el Puerto Marítimo de Guayaquil se encuentra en el puesto número 9.



Imagen No. 23

Ubicación Geográfica CONTECON

Fuente: <http://www.cgsa.com.ec>

3.11 Inspección Antinarcoáticos

La Policía Nacional del Ecuador a través de la Dirección Nacional Antinarcoáticos realizará el control, inspección e identificación de amenazas relacionadas con el narcotráfico que pongan en riesgo las exportaciones, garantizando los derechos ciudadanos, en apoyo de la seguridad ciudadana; utilizando para este fin todo el recurso humano y medios técnicos disponibles, procedimientos que están amparados en las siguientes normas legales vigentes:

1. Constitución de la República del Ecuador.

2. Convención de las Naciones Unidas Contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Psicotrópicas, ratificado por el Ecuador mediante Decreto Ejecutivo No. 1329 publicado en el Registro Oficial No. 400 de 21 de marzo de 1990.
3. Codificación de la Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.
4. Código de Procedimiento Penal.
5. Ley Orgánica de la Policía Nacional del Ecuador y Reglamento Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la Dirección Nacional Antinarcóticos.



Imagen No. 24

Ejemplo de Inspección Antinarcóticos en Ecuador

Fuente: <http://www.exportafacil.gob.ec>

3.12 Acceso al Mercado Chileno

Las importaciones en Chile están afectas al pago de los siguientes impuestos:

1. Arancel general o derecho ad valorem sobre el valor CIF (que incluye el coste de la mercancía + prima de seguro + valor del flete). El arancel general es del 6% para mercancías originarias de países sin acuerdo comercial con Chile.

En caso de mercancías originarias de algún país con el cual Chile ha suscrito un acuerdo comercial, el arancel puede ser cero o estar afecto a una rebaja porcentual.

2. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA): 19% aplicado sobre el valor CIF + derecho ad valorem.

El pago de los aranceles por la importación de bienes se puede realizar una vez que la declaración de importación (Documento Único de Ingreso o DIN) ha sido confeccionada y validada por la Aduana. El pago se puede realizar de forma electrónica, ingresando al sitio Web de la Tesorería General de la República (www.tesoreria.cl) o a través de los bancos comerciales o entidades financieras autorizadas.

El plazo máximo de pago de los derechos aduaneros es de 15 días desde la fecha de emisión de la declaración de ingreso. Si se paga fuera de plazo, hay que efectuar el pago directamente en la Tesorería General de la República, donde recalculan el monto en base al incremento del IPC y los correspondientes intereses de demora. Con el comprobante de pago se procede a retirar las mercancías para su posterior traslado al destino final.

3.12.1 Forma de Pago en Chile

En términos generales, el exportador deberá negociar estratégicamente la forma de pago de sus productos, de acuerdo a los términos del contrato de compraventa y teniendo en cuenta el grado de credibilidad que le inspire el comprador. El tipo de pago negociado es Carta de Crédito debido a que es la forma de pago más segura y recomendable para la empresa por sus primeros inicios en procesos exportables. Es preferible que la carta de crédito documentaria sea irrevocable y pagadera contra la entrega de los documentos respectivos.

La Carta de Crédito es la forma de pago más recomendada para el exportador que recién se inicia, ya que al contar con entidades bancarias comprometidas en la operación, la carta de crédito se transforma en un compromiso de pago. Otorga la seguridad de que las mercancías serán pagadas una vez enviadas y tan pronto el exportador cumpla las condiciones previamente establecidas.

Bajo este sistema, el importador ordena a su banco comercial (banco emisor) pagar a un tercero (exportador) por medio de un banco ubicado en el país de importación (banco receptor). Este pago se efectúa una vez que el exportador cumple con lo estipulado en la carta crédito.

3.12.2 Transporte Internacional

El ingreso de las mercancías ecuatorianas al mercado chileno se realiza a través de las vías marítima, aérea y, en menor escala, terrestre.

El transporte de mercancías por vía marítima es de gran importancia. Así, el 88.6% del volumen físico de mercaderías de la importación y exportación se movilizan por vía marítima utilizando las instalaciones portuarias y sus vías de conectividad intermodal. En Chile existen 10 empresas portuarias estatales y 23 puertos privados. Actualmente de las 10 empresas estatales, el sector privado participa en 6 como concesionarios monoprotectores de frentes de atraque. Los principales puertos son Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, San Antonio, Puerto Montt y Punta Arenas.

Existen varias líneas navieras que sirven el tráfico Chile – Ecuador, sin embargo, en el caso de las importaciones vía marítima procedentes de Ecuador, las compañías más utilizadas son: Compañía Chilena de Navegación Interoceánica (www.ccni.cl) y la Compañía Sudamericana de Vapores (www.csav.cl). En ambas compañías la ruta mayoritariamente utilizada es Guayaquil – San Antonio. El segundo puerto chileno más utilizado para estos productos es Valparaíso y en algunos casos es Coronel (de la región del Biobío).

La terminal portuaria más cercana a la ciudad de Santiago es el Puerto de San Antonio. San Antonio es el puerto principal de Chile, posee cuatro grúas Gantry, dos de ellas Post Panamax, una grúa Gottwald, una grúa Level Luffing, especializada en transferencia de graneles sólidos. Además San Antonio, cuenta con modernos equipos de transferencia de carga y porteo.

La distancia que separa al puerto de la capital del país es de 100 kilómetros a través de la Autopista del Sol. A través del Camino de la Fruta, se conecta con la zona centro – sur del país del cono sur. A su vez, cuenta con rutas que comunican al puerto con las ciudades circundantes a la provincia de Mendoza en Argentina.

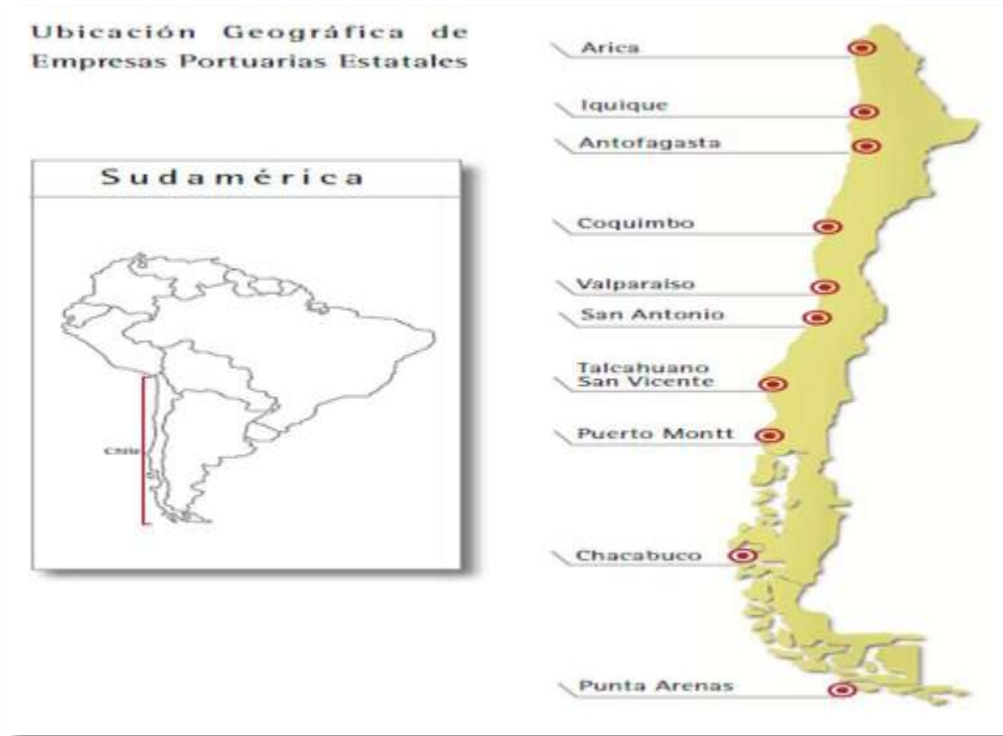


Imagen No. 25

Ubicación del Puerto San Antonio – Chile

Fuente: <http://www.google.com.ec/search?hl=es&q=ubicacion+puertos+de+chile>

PAIS DE DESTINO	PUERTO DE DESCARGA	T/T APROX.
CHILE	SAN ANTONIO	8 – 15 días

El tiempo de tránsito promedio de transporte de las mercancías ecuatorianas a puertos chilenos va entre 8 y 15 días dependiendo del número de puertos en que las naves hagan escala.

A continuación se cita un cálculo referencial de valores aproximados de fletes y costos asociados al mismo entre Ecuador y Chile durante el periodo Abril – Mayo del 2012.

Tabla No. 25
Costos de Transporte

Contenedor de 20´	
\$ 343 + THCO ²⁶ \$ 132 + THCD ²⁷ \$ 105	
Contenedor de 40´	
\$ 503 + THCO \$ 132 + THCD \$ 105	
Gastos Locales en Puerto de Embarque (Ecuador)	
Consolidación	\$ 50.00 + IVA 12%
Gasto Portuario	\$ 50.00 + IVA 12%
Inspección Antinarcoáticos	\$ 20.00 + IVA 12%
Almacenaje	\$ 0.31 + IVA 12% por TN/m ³ x día (mín. \$ 10.54 + IVA, del 1ro. Al 8vo. día)
Manejo por Transferencia	6 % del valor flete (para fletes Prepaid)
Bill of Lading B/L	\$ 100.00
Manifiesto de Carga	\$ 100.00/ bl

Figura N°

Costos de Transporte

Fuente: www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-chile-2013

Una vez en el puerto chileno, la carga es trasladada en camiones a su destino final. En la mayor parte de los casos se trata de camiones propios de cada empresa. En otros, especialmente cuando se utilizan las ISO BAGS, corresponden a empresas especializadas como Sitrans (www.sitrans.cl), que cuentan con convenios con Fullpack.

3.12.2.1 Envíos Comerciales

La Aduana de Chile puede exigir que la declaración aduanera de las mercancías esté acompañada de los documentos que le sirven de base, los cuales variarán en función de las características particulares de cada operación.

²⁶ Origin Terminal Handling Cost (Costos de manipulación de la carga en el Puerto de Origen)

²⁷ Destination Terminal Handling (Costos de manipulación de la carga en el Puerto de Destino)

Como ejemplo de documentos eventualmente solicitados por la Aduana se puede mencionar los siguientes:

- Licencia de Importación
- Factura Comercial
- Lista de Empaque
- Factura de Flete
- Póliza de Seguro
- Documentos de Transporte (b/l)
- Certificado de Origen
- Certificado Fitosanitario
- Certificación de inspección previa al embarque
- Documento que demuestre la exención de derechos e impuestos

Procedimientos	Duración (Días)	\$ Costos
Preparación de documentos	7	\$ 205
Autorización de aduana y control técnico	2	\$ 100
Puertos y manejo terminal	3	\$ 210
Transporte interno y manejo	3	\$ 450
Total	15	\$ 965

3.12.2.2 Muestras sin Valor Comercial – Exporta Fácil

Se entiende por muestras sin valor comercial a aquellas mercancías que únicamente tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en Chile, deben mencionar los documentos de transporte que son mercaderías consignadas a régimen de muestras.

La oferta de servicios aéreos de carga a Chile es prestado por 2 aerolíneas (LAN Cargo y TACA Cargo). La ruta y los vuelos se realizan únicamente con conexión en ciudades como Quito, Guayaquil a Santiago. Las frecuencias de las aerolíneas LAN y TACA son diarias aunque los servicios directos se prestan únicamente en vuelos de pasajeros. También hay que considerar el trabajo de las empresas DHL, Correos de Chile y Correos del Ecuador, particularmente para el envío de muestras sin valor comercial.

En esta parte es preciso citar el programa Exporta Fácil para el envío de muestras a través de la modalidad Servicio Certificado. Servicio postal al cual se le asigna un código de barras para su adecuado rastreo; tiene un trato preferencial y Pequeño Paquete: Servicio certificado en el cual se pueden enviar hasta 2 Kilos a nivel internacional, el cual puede ser utilizado en el envío de muestras.

Exporta Fácil es una herramienta que facilita las exportaciones ecuatorianas orientada a fomentar la inclusión de las micro, pequeñas, medianas empresas <<Mipymes>> y artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo con la competitividad de los productos del Ecuador y beneficiando su economía. A su vez, Exporta Fácil es un sistema simplificado en el cual los exportadores pueden realizar el envío de muestras de sus productos al país de destino, accediendo al servicio desde cualquier parte del país haciendo uso de una herramienta web para iniciar los trámites de exportación y obtener la información necesaria para exportar de forma simple, segura y oportuna.

3.12.2.3 Tiempos de Nacionalización en Chile

Por tiempo de nacionalización se entiende el lapso en el que se desarrollan los trámites aduaneros con el fin de legalizar la entrada de la mercancía a territorio nacional de destino. Dado que este factor puede afectar la entrega de sus mercancías y costos de su proceso. El trámite de nacionalización en Chile dura una vez llegado el buque y presentada la declaración en aduana entre 2 a 3 días hábiles.

3.13 Caso Práctico: Exportación de CAFECOM S.A.

Cafecom S.A. es una de las empresas más representativas del país que comercializa internacionalmente café. Además trabajan con varias Asociaciones de caficultores del país en la provincia de Loja, en las zonas de Cariamanga, el Airo y las Aradas, y en las Islas Galápagos – Santa Cruz.

Cafecom S.A. con su eslogan “Pasión por el Café” es una de las empresas ecuatorianas que ya opera en el mercado chileno logrando que una gran variedad de productos ecuatorianos de café ingresen a Chile. Según fuentes de Cancillería del Ecuador, con el apoyo de la Oficina Comercial del Ecuador en Santiago la empresa con sede en Guayaquil y productora de los mejores cafés de altura nacional realizó la entrega de su primer contenedor a la empresa Chilena MundoSan, localizada en Buin al sur de Santiago en Julio del 2010.

Para efectos de ejemplo, citamos un juego de documentos de exportación de café facilitado por la empresa mencionada que sirva como referencia para las exportaciones de café a base de habas.



CAFECOM S.A.
CONTRIBUYENTE ESPECIAL
RESOLUCIÓN
No. NAC - PCTRSGE 13-00163
RUC: 0991342060001

VIA A DALLE KM 7 | LOTIZACION SANTA CECILIA
AV. DÉCIMA Y CALLE PRIMERA MZ. 8 SL. 1
PBX. 593 4 225 9730
E-MAIL: pedidos@cafecom.ec
GUAYAQUIL - ECUADOR

DATOS

CLIENTE: IMPORTADORA Y ALIMENTOS ICB FOOD SERVICE LIMITADA DIRECCIÓN: CAUPOLICAN 5991 Y OUILICURA CIUDAD: SANTIAGO - CHILE	FECHA: 15 JUN 13 RUC / CI: 77.365.6203 TELÉFONO: 0052-4871430	FORMA / PAGO: _____ NOTA / ENTREGA: _____ ORDEN / COMPRA: _____
---	--	---

AUT. SRI.1112546550 - FECHA DE AUTORIZACIÓN: 04 DE ABRIL DEL 2013

FACTURA
SERIE 001-002
Nº 0012962

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
	13900	CAFÉ COPACASANA ENTERO DE 500 GR TOTAL DE 1390 CAJAS DE 10 UNIDADES	3,29	45.415,00
	1000	CAFÉ COPACASANA MOLIDO DE 500 GR TOTAL DE 100 CAJAS DE 10 UNIDADES	3,23	3.230,00
KILOS NETOS: 7250 KG KILOS BRUTOS: 8052,00 KG TERMINO DE NEGOCIACION F.O.B				

SON: CUARENTA Y SEETE MIL SETECIENTOS CINCO,00 NOVENOS DOLARES	SUBTOTAL \$ 47.705,00
FIRMA AUTORIZADA: 	RECIBI CONFORME: _____
TOTAL IVA 0% \$ 47.705,00	
TOTAL IVA 12% _____	
IMPORTE DE IVA _____	
TOTAL \$ 47.705,00	

VASQUEZ DEMETRIO JORGE "PAPA" RUC: 1983174891 - AUT 234 - TEL: 240138
 CUSCA 823 Y LORENZO DE SARACCA - JUL 1983 812301-814380 FECHA DE CADUCIDAD 04/08/2014

ORIGINAL: ADQUIRENTE 100% COPIA: ERROR
 2DA. COPIA: SIN VALOR PARA EFECTO TRIBUTARIO

Imagen No. 26

Factura Comercial – CAFECOM

Fuente: CAFECOM




CLIENTE: IMPORTADORA Y ALIMENTOS ES FOOD SERVICE SMTA204 **FECHA:** 16/07/2013
DIRECCIÓN: CAUPOUCAN 9401 Y QUILICURA
CIUDAD: SANTIAGO DE CHILE **TELÉFONO:** 005624871800
INCOTERM: FOB

PACKING LIST

CAJAS	DESCRIPCIÓN
1350	CAFÉ COPACARANA ENTERO DE 500G
100	CAFÉ COPACARANA MOLIDO DE 500G
PESO NETO: 7250 kg PESO BRUTO: 8056,20 kg	
1.450,00	



Imagen No. 27

Packing List – CAFECOM


Fuente: CAFECOM

		BILL OF LADING FOR COMBINED TRANSPORT AND PORT TO PORT SHIPMENT		
SHIPPER CAFECOM S. A. VIA DAULE KM 7 1/2 LOTIZACION SANTA CECILIA AV. 10 MA Y CALLE MZ 8 BL 1 TEL: 042286730 RUC: 099134206001 GUAYAQUIL - ECUADOR		BL NO GYEVAL20130730		
CONSIGNEE A LA ORDEN DEL Banco Santander Chile		EXPORT REFERENCES FORWARDING AGENT - REFERENCES PORT AND COUNTRY OF ORIGIN		
NOTIFY IMPORTADORA Y ALIMENTOS ICB FOOD SERVICE LTDA CAUPOULCAN 8401 QUILICURA SANTIAGO - CHILE PHONE: 005624871800 CONTACTO: MARIA JOSE MORALES		DOMEST ROUTING / EXPORT INSTRUCTIONS / FOR DELIVERY CONTACT AIR MAINLAND & SEA CARGO SERVICE SA, AMSECARGO RUC: 0992731826001 SUCRE 222 Y PEDRO CARBO PISO No.5 OF. No. 54 Contacto: amquinde@amsecuador.com.ec		
PLACE OF RECEIPT (*)		ORIGINAL		
Vessel STADT JENA G10133	PORT OF LOADING GUAYAQUIL	FINAL DESTINATION (*)		
PORT OF DISCHARGE SAN ANTONIO- CHILE				
MARKS AND NUMBERS	NO. OF PKGS	Description of goods as per shipper's declaration	GROSS WEIGHT	MEASUREMENT
FCL/FCL CONT: SGCU2454079 01X20 SEAL: B0094728	1450 CAJAS	01 x 20' STD SAID TO CONTAIN 1450 CAJAS: 1350 CAJAS Café Copacabana Entero de 500g (13.500 unid-6750kn) 100 CAJAS Café Copacabana Molido de 500g (1.000 unid- 500kn) ***FREIGHT COLLECT*** DAE028-2013-40-00457084 TOTAL WEIGHT: 8056,20KGS SHIPPER'S LOAD STOW AND COUNT	8056.00 KGS	
FOR EXCESS AD VALOREM VALUE SEE SECTION 4.2.4 AND 4.2.5				
OCEANFREIGHT AND CHARGES <small>(Rates, weight and/or measurement subject to correction)</small>	RATE	PREPAID	COLLECT	(*) If the column Place of Receipt and/or Final Destination are left in this shipment will be treated as combined transport. Received the goods in the containers, cans, trailers, pallets units or other packages said to contain goods herein mentioned, in apparent good order and condition, except as otherwise indicated, to be transported, delivered or transhipped as provided herein. All of the provisions written, printed or stamped on either side hereof are part of this bill of lading contract. IN WITNESS WHEREOF, the carrier or agent thereof has signed bills of lading all of the same tenor and content as this being accomplished, the others to stand void. Dated at GUAYAQUIL, 30 DE JULIO 2013 [Signature]
TOTAL AMOUNT DUE				

Imagen No. 28

Bill of Lading B/L



Fuente: CAFECOM


REPÚBLICA DEL ECUADOR
 MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA
 AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD

CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN
 PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR EXPORT

Nº 2252453

Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection organization of Ecuador		A: Organización (es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization (s) of CHILE	
I. Descripción del Envío / Description of Consignment			
1. Nombre y dirección del exportador Name and address of exporter CAFECOM S.A. - KM 7 1/2 VÍA A DAULE Lotización Santa Cecilia Av Décima y Calle Primera Mz 9 Si 1		2. Nombre y dirección declarados del destinatario Declared name and address of consignee IMPORTADORA Y ALIMENTOS ICB FOOD SERVICE LIMITADA CAUPOLICAN 9401 QUILICURA	
3. Lugar de origen / Place of origin GUAYAQUIL - ECUADOR		4. Medios de transporte declarados / Declared means of conveyance STADT JENA G0535	
5. Punto de entrada declarado / Declared point of entry SAN ANTONIO, CHILE		6. Marcas distintivas / Distinguishing marks COPACABANA / CAFECOM S.A.	
7. Número y descripción de los bultos Number and description of packages 1450 CAJAS		8. Cantidad declarada y nombre del producto Name of produce and quantity declared 1350 CAJAS Café Copacabana Entero de 500g (13 500 unid-6750kn)/ 100 CAJAS Café Copacabana Molido de 500g (1 000 unid- 500kn)	
9. Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants Coffee spp.			
Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas. This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests			
II. Declaración Adicional / Additional Declaration NINGUNA			
III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment			
10. Fecha / Date NINGUNA		11. Tratamiento /Treatment NINGUNA	
12. Producto químico (ingrediente activo) Chemical (active ingredient) NINGUNA		13. Duración y temperatura Duration and temperature NINGUNA	14. Concentración Concentration NINGUNA
15. Información adicional /Additional information NINGUNA		Nombre y Funcionario Autorizado/Name of authorized officer 	
Lugar de expedición Place of issue COORDINACIÓN PROVINCIAL DE GUAYAS			
Fecha / Date martes, 30 de julio de 2013		Oficina / Office COORDINACIÓN PROVINCIAL GUAYAS OFICINA DE ACCESO A MERCADOS	

INSTITUCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y PROMOCIÓN TECNOLÓGICA Y FOMENTO
 AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD

Imagen No. 29

Certificado Fitosanitario de Exportación

Fuente: CAFECOM

[Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas en Chile

**CERTIFICADO DE ORIGEN
ACUERDO DE ASOCIACIÓN CHILE - ECUADOR**

Número de Certificado: 6094

PAÍS EXPORTADOR ECUADOR		PAÍS IMPORTADOR CHILE		
1. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Exportador CAFECOM S.A. ECUADOR, Guayaquil - Km 7.5 Via Daule, Lot. Sta. Cecilia RUC: 0991342060001				
2. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Importador IMPORTADORA Y ALIMENTOS ICB FOOD SERVICE LIMITADA CHILE, Santiago - CAUPOLICAN 9401 Y QUILICURA RUT: 77.965.620.9				
3. Descripción de las mercancías	4. Naladisa	5. Criterio de Origen	6. Número y Fecha Factura Comercial	7. Peso bruto (kg.) u otra medida
LOS DEMAS CAFE SIN DESCAFEINAR TOSTADO EN GRANO CAFE COPACABANA DE 500GR (1,350 CAJAS DE 10 UNIDADES)	09012100	A	001-002-0012962 16/07/2013	6750 kg.
LOS DEMAS CAFE SIN DESCAFEINAR TOSTADO Y MOLIDO CAFE COPACABANA DE 500GR (100 CAJAS DE 10 UNIDADES)	09012100	A	001-002-0012962 16/07/2013	500 kg.
8. Observaciones				
9. Declaración del Exportador El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la emisión del presente certificado. País de origen: Ecuador Firma		10. Firma de la autoridad competente o entidad habilitada Certifico la veracidad de la presente declaración Nombre Sello Lugar y fecha Firma		

Imagen No. 30

Certificado de Origen

Fuente: CAFECOM



LABORATORIO DE ANÁLISIS DE ALIMENTOS
Y PRODUCTOS PROCESADOS

INFORME TÉCNICO PARA REGISTRO SANITARIO

INF LASA 31-07-13-64431
ORDEN DE TRABAJO No. 0018179

DATOS DEL CLIENTE

SOLICITADO POR: CAFECOM S.A.
DIRECCIÓN: KM. 7,5 VIA A DAULE. LOTIZACIÓN SANTA CECILIA

IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

NOMBRE DE LA MUESTRA: CAFÉ TOSTADO ENTERO "COPACABANA"			
MARCA COMERCIAL: "COPACABANA"		FABRICANTE: CAFECOM S.A.	
TIPO DE ALIMENTO: CAFÉ Y DERIVADOS		COD. MUESTRA: 10173-13	IDENTIFICACIÓN: M1
ENVASE INMEDIATO: LAMINADO BOPP-BOPP METALIZADO - POLIETILENO CON VALVULA DE DESGASIFICACION DE LDPE/LDPE		FORMA DE CONSERVACIÓN: AMBIENTE FRESCO Y SECO	
CONTENIDO DECLARADO: 500 g	FECHA ELAB.: 18-07-2013	FECHA EXP.: 18-01-2015	LOTE: 199
CONTENIDO NETO ENCONTRADO: 500 g	FECHA RECEPCIÓN: 23-07-2013		FECHA DE ANÁLISIS: 23-07-2013/30-07-2013
FECHA RECEPCIÓN: 23-07-2013		FECHA DE ENTREGA: 31-07-2013	

ANÁLISIS MICROBIOLÓGICO

PARÁMETRO ANALIZADO	RESULTADO	UNIDAD	REQUISITO DE LA NORMA INEN 1123		MÉTODO DE ANÁLISIS
			MIN	MÁX	
AEROBIOS MESÓFILOS	10	UFC/ g	10×10^2	20×10^2	PEE-LASA-MB-03 BAM CAP 3
COLIFORMES TOTALES	< 3	NMP/ g	$3,0 \times 10^0$	$1,1 \times 10^1$	PEE-LASA-MB-01b BAM CAP 4
E. COLI	< 3	NMP/ g	< 3	---	PEE-LASA-MB-09b BAM CAP 4
LEVADURAS	< 10	UPC/ g	---	---	PEE-LASA-MB-04 BAM CAP 18
HONGOS	< 10	UPC/ g	$1,0 \times 10^2$	$2,0 \times 10^2$	PEE-LASA-MB-04 BAM CAP 18

CONCLUSIÓN: El producto analizado **CUMPLE** con los parámetros microbiológicos de acuerdo a la Norma INEN 1123:2006 para Café Tostado y Molido. Requisitos

Dr. Marco Galarraga Riales
GERENTE DE LABORATORIO

LASA se responsabiliza exclusivamente de los análisis, el resultado se refiere únicamente a la muestra recibida en el laboratorio. Las incertidumbres de los resultados para los ensayos se encuentran disponibles en los registros de Laboratorio LASA. Prohibida su reproducción parcial o total por cualquier medio sin permiso por escrito del laboratorio. Opiniones e Interpretaciones están fuera del alcance de acreditación OAE.

Page 1 of 1

Av. de la Prensa N63-113 y Gonzalo Gallo • Teléfonos: 2469- 614 / 2209-012
Telefax: 2468-659 • Cel.: 099 9236 287 • e-mail: info@laboratoriolasa.com
web: www.laboratoriolasa.com • Quito - Ecuador

Imagen No. 31

Certificado Sanitario

Fuente: CAFECOM

Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas en Chile



INFORME TÉCNICO PARA REGISTRO SANITARIO

INF. LASA 31-07-13-64432
ORDEN DE TRABAJO No. 0018179

DATOS DEL CLIENTE

SOLICITADO POR: CAFECOM S.A.
DIRECCIÓN: KM. 7.5 VÍA A DAULE. LOTIZACIÓN SANTA CECILIA

IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

NOMBRE DE LA MUESTRA: CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO "COPACABANA"			
MARCA COMERCIAL: "COPACABANA"	FABRICANTE: CAFECOM S.A.		
TIPO DE ALIMENTO: CAFÉ Y DERIVADOS	COD. MUESTRA: 10174-13	IDENTIFICACIÓN: M2	
ENVASE INMEDIATO: LAMINADO BOPP-BOPP METALIZADO - POLIETILENO CON VALVULA DE DESGASIFICACION DE LDPE/LDPE	FORMA DE CONSERVACIÓN: AMBIENTE FRESCO Y SECO		
CONTENIDO DECLARADO: 500 g	FECHA ELAB.: 18-07-2013	FECHA EXP.: 18-01-2015	LOTE: 182
CONTENIDO NETO ENCONTRADO: 500 g			
FECHA RECEPCION: 23-07-2013	FECHA DE ANÁLISIS: 23-07-2013/30-07-2013	FECHA DE ENTREGA: 31-07-2013	

ANÁLISIS MICROBIOLÓGICO

PARÁMETRO ANALIZADO	RESULTADO	UNIDAD	REQUISITO DE LA NORMA INEN 1123		MÉTODO DE ANÁLISIS
			MIN	MÁX	
AEROBIOS MESÓFILOS	10	UFC/g	10×10^2	20×10^3	PEE-LASA-MB-03 BAM CAP 3
COLIFORMES TOTALES	< 3	NMP/g	$3,0 \times 10^0$	$1,1 \times 10^1$	PEE-LASA-MB-01b BAM CAP 4
E. COLI	< 3	NMP/g	< 3	---	PEE-LASA-MB-09b BAM CAP 4
LEVADURAS	< 10	UFC/g	---	---	PEE-LASA-MB-04 BAM CAP. 18
HONGOS	< 10	UFC/g	$1,0 \times 10^2$	$2,0 \times 10^3$	PEE-LASA-MB-04 BAM CAP. 18

CONCLUSIÓN: El producto analizado **CUMPLE** con los parámetros microbiológicos de acuerdo a la Norma INEN 1123:2006 para Café Tostado y Molido. Requisitos


Dr. Marco Galjarrá Rojas
GERENTE DE LABORATORIO

LASA se responsabiliza exclusivamente de los análisis, el resultado se refiere únicamente a la muestra recibida en el laboratorio. Las incertidumbres de los resultados para los ensayos se encuentran disponibles en los registros de Laboratorio LASA. Prohibida su reproducción parcial o total por cualquier medio sin permiso por escrito del laboratorio.
* Opiniones e Interpretaciones están fuera del alcance de acreditación OAF.

Page 1 of 1

Av. de la Prensa NS3-113 y Gonzalo Gallo • Teléfonos: 2469-014 / 2269-012
Telefax: 2468-659 • Cel.: 099 9236 287 • e-mail: info@laboratoriolasa.com
web: www.laboratoriolasa.com • Quito - Ecuador



Imagen No. 32

Certificado Sanitario

Fuente: CAFECOM

[Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas en Chile]

ORIGINAL

<p>1. Exportador/Expendedor (nombre/clave) Exporter/Supplier (Name/code) CAFECOM S.A. VIA DAULE KM. 7 1/2 AV.10 MA Y CALLE MZ B GUAYAQUIL-ECUADOR U U P T</p>	<p style="text-align: center;">Certificado de origen</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ</p>
<p>2. Dirección para notificaciones Notify address IMPORTADORA Y ALIMENTOS ICR FOOD SERVICE LTDA. CAUPOLICAN 9401 OUILICURA SANTIAGO - CHILE</p>	<p>3. Número de referencia interno Internal reference No.:</p>
<p>6. País de destino (nombre/clave) Country of destination (name/code) CHILE A S E</p>	<p>4a. Clave de país Country code: 000</p> <p>4b. Clave de puerto de embarque Port of shipment code: 01</p> <p>4c. No. de serie Serial No.: 1269</p>
<p>8. País de transbordo (nombre/clave) Country of trans-shipment (name/code) DIRECCO U U U</p>	<p>5. País productor (nombre/clave) Producing country (name/code) ECUADOR U U P T</p>
<p>10. Marca de identificación de la DIC / ID identification mark Other marks: 008 - 0197 - - / 0021A CAFECOM S.A. FACT.0012962 100 CAJAS DE CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO</p>	<p>7. Fecha de exportación (DD/MM/AA) Date of export (DD/MM/YY) 30/07/2013</p> <p>9. Nombre del medio de transporte (nombre/clave) Name of carrier (name/code) BITOIT SPADT JRM A GT052S U U A B B</p>
<p>14. Descripción del café (forma, tipo, si procede) / Description of coffee (form/type, where relevant) Arábica verde <input type="checkbox"/> Robusta verde <input type="checkbox"/> Tostado <input checked="" type="checkbox"/> Soluble <input type="checkbox"/> Líquido <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Green Arabica Green Robusta Roasted Soluble Liquid Other</p>	<p>11. Cargados / Shipped in En sacos <input type="checkbox"/> A granel <input checked="" type="checkbox"/> En contenedores <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Bags Bulk Containers Other</p>
<p>15. Método de elaboración / Method of processing Descafeinado / Decaffeinated <input type="checkbox"/> Orgánico / Organic <input type="checkbox"/> Certificado / Certified <input type="checkbox"/> No certificado / Uncertified <input type="checkbox"/> Café verde / Green Coffee <input checked="" type="checkbox"/> Via seca / Dry <input type="checkbox"/> Via húmeda / Wet <input type="checkbox"/> Café soluble / Soluble coffee <input type="checkbox"/> Centrifugado / Spray-dried <input type="checkbox"/> Liofilizado / Freeze-dried <input type="checkbox"/></p>	<p>12. Peso neto de la partida Net weight of shipment 500,00 K.G.</p> <p>13. Unidad de peso Unit of weight Kg <input checked="" type="checkbox"/> Ib <input type="checkbox"/></p>
<p>16. POR EL PRESENTE SE CERTIFICA QUE EL CAFÉ ARRIBA DESCRITO FUE PRODUCIDO/BENEFICIADO EN EL PAÍS QUE SE INDICA EN LA CASILLA 5 Y EXPORTADO EN LA FECHA QUE SEGUJAMENTE SE HACE CONSTAR. ESTE CERTIFICADO SE EXPIDE EXCLUSIVAMENTE PARA FINES ESTADÍSTICAS DE LA DIC Y NO CONFIERE ORIGEN AL CAFÉ. (IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE COFFEE DESCRIBED ABOVE WAS PRODUCED/PROCESSED IN THE COUNTRY NAMED IN BOX 5 ABOVE AND HAS BEEN EXPORTED ON THE DATE SHOWN BELOW. THIS CERTIFICATE IS ISSUED SOLELY FOR THE STATISTICAL PURPOSES OF THE ICD AND DOES NOT CONFIRMS ORIGIN TO THE COFFEE.)</p> <p>Fecha / date: _____ Localidad / place: _____</p> <p style="text-align: center;"> Comisario Cafetalero Nacional COFENAC <i>Eutania de Bustamante</i> Eutania de Bustamante 30 JUL 2013 </p>	
<p>17. Otra información pertinente: ICC Resolución Número 420; Características especiales. Código del SA, Valor del embarque (información voluntaria) Other relevant information: ICC Resolution Number 420; Special characteristics, HS Code, Value of shipment (Voluntary information)</p> <p>a. Normas óptimas de calidad del café verde (ICC Resolución Número 420) Quality standards for green coffee (ICC Resolution 420)</p> <p>"1": Piena conformidad de las normas óptimas sobre defectos y humedad <input checked="" type="checkbox"/> "ND": El café no responde a las normas óptimas sobre defectos <input type="checkbox"/> "1": Full compliance with the target defect and moisture standards "ND": Coffee does not conform to the target defect standard</p> <p>"2": El café no responde a las normas óptimas sobre humedad <input type="checkbox"/> "NM": El café no responde a ninguna de las normas óptimas (ni la referente a defectos ni la referente a humedad) <input type="checkbox"/> "2": Coffee does not conform to the target moisture standard "NM": Coffee does not conform to either standard (target defect and moisture)</p> <p>b. Características especiales (especifique el nombre o el código): Special characteristics (please specify name or code):</p> <p>c. Código del Sistema Armonizado (SA): Harmonized System (HS) code: Código del SA / HS Code: 0901.21.20.00</p> <p>d. Valor (FOB) del embarque: Value (FOB) of the shipment: US\$3.200,00 <input type="checkbox"/> Moneda nacional / National currency <input checked="" type="checkbox"/> Dólares EEUU / US dollars <input type="checkbox"/> Euros / Euro</p> <p>e. Información adicional / Additional information:</p>	

Certificados de origen
 ICC 102-9



Organización Internacional del Café
 Agreement de Estadística

Imagen No. 33

Certificado de Origen – Organización Internacional de Café/ COFENAC

Fuente: CAFECOM

[Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas en Chile

ORIGINAL	1. Exportador/Expedidor (nombre/clave) <small>Exportator/Manager (name/code)</small> CAFECOM S.A. VIA DAUER KM. 7 1/2 AV. JO MA Y CALLE MZ A GUAYAQUIL-ECUADOR		Certificado de origen  INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFE ORGANIZACAO INTERNACIONAL DO CAFE ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFE	
	2. Dirección para notificaciones <small>Notify address</small> IMPORTADORA Y ALIMENTOS ICB FOOD SERVICE LTDA. CAUPOLICAN 9401 QUILICURA SANTIAGO - CHILE		3. Número de referencia interno <small>Internal reference No.</small>	
	6. País de destino (nombre/clave) <small>Country of destination (name/code)</small> CHILE		7. Fecha de exportación (DD/MM/AA) <small>Date of export (DD/MM/YY)</small> 30/07/2013	
	8. País de transbordo (nombre/clave) <small>Country of trans-shipment (name/code)</small> DIRRECTO		9. Nombre del medio de transporte (nombre/clave) <small>Name of carrier (name/code)</small> SHIPTE SMANT JEN & GIOESE	
	10. Marca de identificación de la OIC / OIC identification mark <small>Other marks: 00R - 01A7 - / 0021 -</small> CAFECOM S.A. FACT.0012962 1.350 CAJAS DE CAFE TOSTADO EN GRANO		11. Cargados / Shipped in: En sacos <input type="checkbox"/> A granel <input type="checkbox"/> En contenedores <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> <small>Bags Bulk Containers Other</small>	
	12. Peso neto de la partida <small>Net weight of shipment</small> 6.750,00 KM.		13. Unidad de peso <small>Unit of weight</small> kg <input type="checkbox"/> lb <input type="checkbox"/>	
	14. Descripción del café (forma, tipo, si procede) / Description of coffee (form/type, where relevant) Arábica verde <input type="checkbox"/> Robusta verde <input type="checkbox"/> Tostado <input checked="" type="checkbox"/> Soluble <input type="checkbox"/> Líquido <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> <small>Green Arabica Green Robusta Roasted Soluble Liquid Other</small>			
	15. Método de elaboración / Method of processing Descafeinado <input type="checkbox"/> Orgánico / Organo: Certificado / Certified <input type="checkbox"/> No certificado / Uncertified <input type="checkbox"/> <small>Café verde / Green Coffee: Via seca / Dry <input type="checkbox"/> Via húmeda / Wet <input type="checkbox"/> Café soluble / Soluble coffee: Centrifugado / Spin-dried <input type="checkbox"/> Liofilizado / Freeze-dried <input type="checkbox"/></small>			
	16. POR EL PRESENTE SE CERTIFICA QUE EL CAFE ARRIBA DESCRITO FUE PRODUCCION/BENEFICADO EN EL PAIS QUE SE INDICA EN LA CASILLA 5 Y EXPORTADO EN LA FECHA QUE SEGUJADAMENTE SE HACE CONSTAR. ESTE CERTIFICADO SE EXPIDE EXCLUSIVAMENTE PARA FINES ESTADISTICAS DE LA OIC Y NO CONFIERE ORIGEN AL CAFE. (IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE COFFEE DESCRIBED ABOVE WAS PRODUCE/PROCESSED IN THE COUNTRY NAMED IN BOX 5 AND HAS BEEN EXPORTED ON THE DATE SHOWN BELOW. THIS CERTIFICATE IS INTENDED ONLY FOR THE STATISTICAL PURPOSES OF THE ICD AND DOES NOT CONFER ORIGIN ON COFFEE.) Fecha / Date: Localidad / Place:		 Consejo Cafetalero Nacional COFENAC <i>Eulalia de Bustamante</i> Eulalia de Bustamante 30 JUL 2013	
	a. Firma del funcionario de Aduanas autorizado y referéndi de la Aduana <small>Signature of authorized Customs Officer and Cashier of Customs Authority</small>		b. Firma del funcionario autorizado del Organismo Certificante y referéndi del Organismo Certificante <small>Signature of authorized Certifying Officer and Cashier of Certifying Agency</small>	

Certificados de origen
ICC 102-9

Organización Internacional del Café
Reglamento de Estadística

Imagen No. 34

Certificado de Origen – Organización Internacional de Café/ COFENAC

Fuente: CAFECOM

Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas en Chile

UNIDAD IV

EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1 Inversión Inicial

La inversión inicial de la empresa está conformada por los rubros que a continuación se especifican.

International Multiples Services S.A.			
Inversión Inicial			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Total</i>
Equipos de Computación			
Computadora HP 8MHZ 4GB RAM	\$ 3,00	\$ 530,00	\$ 1.590,00
Impresora Multifunción Epson TX320	\$ 2,00	\$ 250,00	\$ 500,00
Subtotal			\$ 2.090,00
Muebles y Enseres			
Escritorio Ejecutivo	\$ 2,00	\$ 210,00	\$ 420,00
Silla Giratoria Modelo Secretaria	\$ 4,00	\$ 45,00	\$ 180,00
Archivadores vertical 4 cajoneras	\$ 2,00	\$ 160,00	\$ 320,00
Accesorios de oficina varios	\$ 3,00	\$ 30,00	\$ 90,00
Subtotal			\$ 1.010,00
Adecuaciones			
Instalaciones Varias			\$ 300,00
Subtotal			\$ 300,00
Vehículo			
Vehículo	\$ 1,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Total			\$ 15.400,00

Elaborado por: Las Autoras

El capital de trabajo con el que empezará el funcionamiento de la empresa asciende a \$ 14.600.00.

Capital de Trabajo	
Capital de Trabajo	14.600,00

El monto final de la inversión total equivale a \$ 30.000,00.

Inversiones	Total
<u>Inversión Fija</u>	
Activos	15,400
<u>Inversión Variable</u>	
Capital de Trabajo	14,600
<i>Inversión Total</i>	<i>30,000</i>

4.2 Gastos de Constitución de la Empresa

International Multiples Services			
Gastos de Constitución			
Detalle	Cantidad	PVP	Total
Permiso de funcionamiento de Municipio	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	1	\$ 300,00	\$ 200,00
Permiso del Ministerio de Salud	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Línea de Teléfono	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Registro de dominio Hosting	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Total			\$ 1.140,00

Elaborado por: Las Autoras

4.3 Estructura del Financiamiento

Para la presente unidad se requiere de un financiamiento de \$ 20,000 que representa aproximadamente el 66% del total de la inversión.

International Multiples Services S.A.	
Plan de Financiamiento	
Aporte de Socios	
Préstamo bancario	\$ 20.000,00
Capital propio	\$ 10.000,00
Total de Aportación	\$ 30.000,00

N°	Cantidad	Aporte	Total de Aporte
SOCIOS	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00

4.4 Préstamo

International Multiples Services S.A.							
FINANCIAMIENTO (PRESTAMO BANCARIO CFN)							
AÑOS	CUOTAS	FECHA	PAGO	CAPITAL	INTERES	SALDO	PRESTAMO BANCARIO
2014						\$ 20.000,00	CAPITAL \$ 20.000,00
	1	31-ene	-683,55	450,22	233,33	19.549,78	Interés % 14%
	2	28-feb	-683,55	455,47	228,08	19.094,31	PLAZO 36
	3	30-mar	-683,55	460,79	222,77	18.633,52	
	4	29-abr	-683,55	466,16	217,39	18.167,36	
	5	30-may	-683,55	471,60	211,95	17.695,76	
	6	29-jun	-683,55	477,10	206,45	17.218,66	
	7	30-jul	-683,55	482,67	200,88	16.735,99	
	8	30-ago	-683,55	488,30	195,25	16.247,69	
	9	29-sep	-683,55	494,00	189,56	15.753,70	
	10	30-oct	-683,55	499,76	183,79	15.253,94	
	11	29-nov	-683,55	505,59	177,96	14.748,35	
	12	30-dic	-683,55	511,49	172,06	14.236,86	
			-8.202,63	5.763,14	2.439,49		

2015	13	30-ene	-683,55	517,46	166,10	13.719,40
	14	27-feb	-683,55	523,49	160,06	13.195,91
	15	30-mar	-683,55	529,60	153,95	12.666,31
	16	29-abr	-683,55	535,78	147,77	12.130,53
	17	30-may	-683,55	542,03	141,52	11.588,50
	18	29-jun	-683,55	548,35	135,20	11.040,15
	19	30-jul	-683,55	554,75	128,80	10.485,40
	20	30-ago	-683,55	561,22	122,33	9.924,17
	21	29-sep	-683,55	567,77	115,78	9.356,40
	22	30-oct	-683,55	574,39	109,16	8.782,01
	23	29-nov	-683,55	581,10	102,46	8.200,91
	24	30-dic	-683,55	587,88	95,68	7.613,04
				-16.405,26	6.623,82	1.578,81
2016	25	30-ene	-683,55	594,73	88,82	7.018,30
	26	27-feb	-683,55	601,67	81,88	6.416,63
	27	30-mar	-683,55	608,69	74,86	5.807,94
	28	29-abr	-683,55	615,79	67,76	5.192,14
	29	30-may	-683,55	622,98	60,58	4.569,17
	30	29-jun	-683,55	630,25	53,31	3.938,92
	31	30-jul	-683,55	637,60	45,95	3.301,32
	32	30-ago	-683,55	645,04	38,52	2.656,29
	33	29-sep	-683,55	652,56	30,99	2.003,72
	34	30-oct	-683,55	660,18	23,38	1.343,55
	35	29-nov	-683,55	667,88	15,67	675,67
	36	30-dic	-683,55	675,67	7,88	0,00
			-24.607,89	7.613,04	589,59	

Elaborado por: Las Autoras

En la tabla anterior se especifica el monto del crédito que es de 3 años con pagos mensuales. Se utiliza una tasa activa del 14% que es la referencial para operaciones crediticias según el Banco Central. A su vez, se distribuyó el monto de la deuda así como el valor de los intereses por pagar.

4.5 Depreciación de Activos

International Multiples Services S.A.							
DEPRECIACION DE ACTIVOS							
DETALLE	TIEMPO AÑOS	PERIODO	% DEPRECIACION	valor Actual	DEPRECIACION	VALOR DEPRECIADO	DEPRECIACION ACUMULADA
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	0		\$ 2.090,00			
		1	33%		\$ 696,67	\$ 1.393,33	\$ 696,67
		2	33%		\$ 696,67	\$ 696,67	\$ 1.393,33
		3	33%		\$ 696,67	\$ 0,00	\$ 2.090,00
Total				\$ 2.090,00	\$ 2.090,00		
INSTALACIONES	5	0		\$ 300,00			
		1	20%		\$ 60,00	\$ 240,00	\$ 60,00
		2	20%		\$ 60,00	\$ 180,00	\$ 120,00
		3	20%		\$ 60,00	\$ 120,00	\$ 180,00
		4	20%		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 240,00
		5	20%		\$ 60,00	\$ 0,00	\$ 300,00
Total				\$ 300,00	\$ 300,00		
MUEBLES Y ENSERES	10	0		\$ 1.010,00			
		1	10%		\$ 101,00	\$ 909,00	\$ 101,00
		2	10%		\$ 101,00	\$ 808,00	\$ 202,00
		3	10%		\$ 101,00	\$ 707,00	\$ 303,00
		4	10%		\$ 101,00	\$ 606,00	\$ 404,00
		5	10%		\$ 101,00	\$ 505,00	\$ 505,00
		6	10%		\$ 101,00	\$ 404,00	\$ 606,00
		7	10%		\$ 101,00	\$ 303,00	\$ 707,00
		8	10%		\$ 101,00	\$ 202,00	\$ 808,00
		9	10%		\$ 101,00	\$ 101,00	\$ 909,00
		10	10%		\$ 101,00	\$ 0,00	\$ 1.010,00
Total				\$ 1.010,00	\$ 1.010,00		
VEHICULO	5	0		\$13.590,00			
		1	20%		\$2.718,00	\$10.872,00	\$2.718,00
		2	20%		\$2.718,00	\$8.154,00	\$5.436,00
		3	20%		\$2.718,00	\$5.436,00	\$8.154,00
		4	20%		\$2.718,00	\$2.718,00	\$10.872,00
		5	20%		\$2.718,00	\$0,00	\$13.590,00
Total				\$13.590,00	\$13.590,00		

Elaborado por: Las Autoras

4.6 Remuneraciones

International Multiples Services S.A.								
GASTOS DE SUELDOS								
CARGO	CONCEPTO	CANT	VALOR	2014	2015	2016	2017	2018
	Salario Anual			\$ 8.400,00	\$ 8.820,00	\$ 9.261,00	\$ 9.724,05	\$ 10.210,25
Administrador General	Salario Mensual	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 735,00	\$ 771,75	\$ 810,34	\$ 850,85
	Prestaciones patronal mensual 11,15% IESS			\$ 78,05	\$ 81,95	\$ 86,05	\$ 90,35	\$ 94,87
	Secap 0,50%			\$ 3,50	\$ 3,68	\$ 3,86	\$ 4,05	\$ 4,25
	Iece 0,50%			\$ 3,50	\$ 3,68	\$ 3,86	\$ 4,05	\$ 4,25
	Decimo Tercer sueldo 8,33%			\$ 58,31	\$ 61,23	\$ 64,29	\$ 67,50	\$ 70,88
	Decimo Cuarto Sueldo			\$ 18,17	\$ 18,17	\$ 18,17	\$ 18,17	\$ 18,17
	Fondos de reserva 8,33%			\$ 0,00	\$ 61,23	\$ 64,29	\$ 67,50	\$ 70,88
	Vacaciones 4,16%			\$ 29,12	\$ 30,58	\$ 32,10	\$ 33,71	\$ 35,40
	Prestaciones Sociales Mensual			\$ 190,65	\$ 260,50	\$ 272,62	\$ 285,34	\$ 298,70
	Prestaciones Sociales Anual			\$ 2.287,80	\$ 3.125,99	\$ 3.271,39	\$ 3.424,06	\$ 3.584,36
	Salario Anual			\$ 8.160,00	\$ 8.568,00	\$ 8.996,40	\$ 9.446,22	\$ 9.918,53
Administrador Dep. Comex	Salario Mensual	1	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 714,00	\$ 749,70	\$ 787,19	\$ 826,54
	Prestaciones patronal mensual 11,15% IESS			\$ 75,82	\$ 79,61	\$ 83,59	\$ 87,77	\$ 92,16
	Secap 0,50%			\$ 3,40	\$ 3,57	\$ 3,75	\$ 3,94	\$ 4,13
	Iece 0,50%			\$ 3,40	\$ 3,57	\$ 3,75	\$ 3,94	\$ 4,13
	Decimo Tercer sueldo 8,33%			\$ 56,64	\$ 59,48	\$ 62,45	\$ 65,57	\$ 68,85
	Decimo Cuarto Sueldo			\$ 18,17	\$ 18,17	\$ 19,17	\$ 20,17	\$ 21,17
	Fondos de reserva 8,33%			\$ 0,00	\$ 59,48	\$ 62,45	\$ 65,57	\$ 68,85
	Vacaciones			\$ 28,29	\$ 29,70	\$ 31,19	\$ 32,75	\$ 34,38
	Prestaciones Sociales Mensual			\$ 185,72	\$ 253,58	\$ 266,35	\$ 279,70	\$ 293,68
	Prestaciones Sociales Anual			\$ 2.228,66	\$ 3.042,91	\$ 3.196,15	\$ 3.356,46	\$ 3.524,18
	Salario Anual			\$ 3.840,00	\$ 4.032,00	\$ 4.233,60	\$ 4.445,28	\$ 4.667,54
Asistente Servicios Generales	Salario Mensual		\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 336,00	\$ 352,80	\$ 370,44	\$ 388,96
	Prestaciones patronal mensual 11,15% IESS			\$ 35,68	\$ 37,46	\$ 39,34	\$ 41,30	\$ 43,37
	Secap 0,50%			\$ 1,60	\$ 1,68	\$ 1,76	\$ 1,85	\$ 1,94
	Iece 0,50%			\$ 1,60	\$ 1,68	\$ 1,76	\$ 1,85	\$ 1,94
	Decimo Tercer sueldo 8,33%			\$ 26,66	\$ 27,99	\$ 29,39	\$ 30,86	\$ 32,40
	Decimo Cuarto Sueldo			\$ 18,17	\$ 18,17	\$ 19,17	\$ 20,17	\$ 21,17
	Fondos de reserva 8,33%			\$ 0,00	\$ 27,99	\$ 29,39	\$ 30,86	\$ 32,40
	Vacaciones			\$ 13,31	\$ 13,98	\$ 14,68	\$ 15,41	\$ 16,18
	Prestaciones Sociales Mensual			\$ 97,02	\$ 128,95	\$ 135,49	\$ 142,30	\$ 149,41
	Prestaciones Sociales Anual			\$ 1.164,22	\$ 1.547,39	\$ 1.625,86	\$ 1.707,65	\$ 1.792,93
	Total Gasto mensual			\$ 2.173,39	\$ 2.428,02	\$ 2.548,70	\$ 2.675,31	\$ 2.808,15
	Total Gasto Anual			\$ 26.080,68	\$ 29.136,29	\$ 30.584,40	\$ 32.103,72	\$ 33.697,80

Elaborado por: Las Autoras

[Promoción y Comercialización de Café Procesado a Base de Habas en Chile]

4.7 Determinación del Costos e Ingresos

El valor Ex – W del café a base de habas es de \$1,4 la funda de 200 gr. Se estima que la cantidad exportada para el primer año de operatividad de la empresa sumen 36000 fundas de 200 gr. de café a base de habas, es decir 3000 fundas mensuales. La tasa de incremento de las cantidades es del 4% según el índice de crecimiento del país en el 2012, mientras que para el incremento en los precios se tomó como referencia la tasa de inflación acumulada del 4,16% de 2012²⁸

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café a Base de Habas					
Cantidad	36000	37440	38937,60	40495,10	42114,91
Precio Unitario de Compra Ex – W	\$ 1,40	\$ 1,46	\$ 1,52	\$ 1,58	\$ 1,65
Total Costo	\$ 50.400,00	\$ 54.596,51	\$ 59.142,43	\$ 64.066,86	\$ 69.401,33

Elaborado por: Las Autoras

Para evaluar el ingreso por ventas, se estiman 12 exportaciones anuales equivalentes a 3000 fundas de café a base de habas de 200 gr. mensuales.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café a Base de Habas					
Cantidad	36000	37440	38937,60	40495,10	42114,91
Precio Unitario	\$ 3,60	\$ 3,75	\$ 3,91	\$ 4,07	\$ 4,24
Total Ingresos	\$ 129.600,00	\$ 140.391,01	\$ 152.080,53	\$ 164.743,37	\$ 178.460,56

Elaborado por: Las Autoras

²⁸ Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec) la inflación anual y acumulada a diciembre de 2012 se ubicó en 4,16%. Diario La Hora, 8 de Enero del 2013.

4.8 Gastos de Ventas o Exportación

El detalle de los gastos originados en las exportaciones se especifica a continuación en la siguiente tabla.

Gastos de Venta o Exportación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte Interno	\$ 120,00	\$ 124,99	\$ 130,19	\$ 135,61	\$ 141,25
Exportaciones por año	12	12	12	12	12
Subtotal	\$ 1.440,00	\$ 1.499,90	\$ 1.562,30	\$ 1.627,29	\$ 1.694,99
Seguro	\$ 50,00	\$ 52,08	\$ 54,25	\$ 56,50	\$ 58,85
Exportaciones por año	12	12	12	12	12
Subtotal	\$ 600,00	\$ 624,96	\$ 650,96	\$ 678,04	\$ 706,24
Agente Afianzado de Aduana	\$ 150,00	\$ 156,24	\$ 162,74	\$ 169,51	\$ 176,56
Exportaciones por año	12	12	12	12	12
Subtotal	\$ 1.800,00	\$ 1.874,88	\$ 1.952,88	\$ 2.034,11	\$ 2.118,73
Embalaje	\$ 60,00	\$ 62,50	\$ 65,10	\$ 67,80	\$ 70,62
Exportaciones por año	12	12	12	12	12
Subtotal	\$ 720,00	\$ 749,95	\$ 781,15	\$ 813,65	\$ 847,49
Cargue y Descargue	\$ 25,00	\$ 26,04	\$ 27,12	\$ 28,25	\$ 29,43
Exportaciones por año	12	12	12	12	12
Subtotal	\$ 300,00	\$ 312,48	\$ 325,48	\$ 339,02	\$ 353,12
TOTAL	\$ 4.860,00	\$ 5.062,18	\$ 5.272,76	\$ 5.492,11	\$ 5.720,58

Elaborado por: Las Autoras

4.9 Estado de Situación Inicial de la Empresa

International Multiples Services S.A.				
Estado de Situación Inicial				
<u>ACTIVOS</u>				\$ 30.000,00
<u>Inversión Variable</u>			\$ 14.600,00	
Capital de Trabajo	\$ 14.600,00			
<u>Inversión Fija</u>			\$ 15.400,00	
<u>Equipos de Computación</u>		\$ 2.090,00		
Computadora HP 8MHZ 4GB	\$ 1.590,00			
Impresora Multifunción Epson	\$ 500,00			
<u>Muebles y Enseres</u>		\$ 1.010,00		
Escritorio Ejecutivo	\$ 420,00			
Silla Giratoria Modelo Secretaria	\$ 180,00			
Archivadores vertical 4 cajoneras	\$ 320,00			
Accesorios de oficina varios	\$ 90,00			
<u>Vehículo</u>		\$ 12.000,00		
Vehículo				
<u>Adecuaciones</u>		\$ 300,00		
Instalaciones Varias	\$ 300,00			
PASIVO				\$ 20.000,00
Deuda por Pagar			\$ 20.000,00	
PATRIMONIO				\$ 10.000,00
Inversión Propia			\$ 10.000,00	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO				\$ 30.000,00

Elaborado por: Las Autoras

4.10 Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado

International Multiples Services S.A.					
Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Projectadas	\$ 129.600,00	\$ 140.391,01	\$ 152.080,53	\$ 164.743,37	\$ 178.460,56
(-) Costos Projectados	\$ 50.400,00	\$ 54.596,51	\$ 59.142,43	\$ 64.066,86	\$ 69.401,33
Utilidad Bruta Projectada	\$ 79.200,00	\$ 85.794,51	\$ 92.938,10	\$ 100.676,50	\$ 109.059,23
<u>Gastos</u>					
Administrativos	\$ 24.137,16	\$ 26.923,16	\$ 28.245,61	\$ 29.632,99	\$ 31.088,53
Ventas	\$ 4.860,00	\$ 5.062,18	\$ 5.272,76	\$ 5.492,11	\$ 5.720,58
Financieros (Intereses)	2439,49	1578,81	589,59	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación	\$ 3.257,67	\$ 3.257,67	\$ 3.257,67	\$ 2.561,00	\$ 2.561,00
Total Gastos Projectados	\$ 34.694,32	\$ 36.821,81	\$ 37.365,63	\$ 37.686,10	\$ 39.370,11
Utilidad Operacional Projectada	\$ 44.505,68	\$ 48.972,70	\$ 55.572,47	\$ 62.990,40	\$ 69.689,12
15% Participación de Trabajadores	\$ 6.675,85	\$ 7.345,90	\$ 8.335,87	\$ 9.448,56	\$ 10.453,37
Utilidad Projectada antes del Imp. Renta	\$ 37.829,83	\$ 41.626,79	\$ 47.236,60	\$ 53.541,84	\$ 59.235,75
25% Impuesto a la Renta	\$ 9.457,46	\$ 10.406,70	\$ 11.809,15	\$ 13.385,46	\$ 14.808,94
Utilidad Neta	\$ 28.372,37	\$ 31.220,09	\$ 35.427,45	\$ 40.156,38	\$ 44.426,81

Elaborado por: Las Autoras

En el rubro de gastos administrativos se sumaron los gastos generados por pagos de sueldos de cada empleado de la empresa y servicios básicos \$ 300,00 mensuales. Para los gastos de ventas se tomó como base los gastos inmersos en el proceso de exportación.

Una vez que se han determinado los costos y gastos en el Estado de Pérdidas y Ganancias se obtiene que la suma entre $\$50.400 + \$34.694,32 = \$85.094,32$. De este resultado se resta el precio de venta que es de $\$129.600$ lo cual equivale a una utilidad de $\$44.505,68$. Para especificar la utilidad por funda, se divide por las cantidades vendidas, es decir $\$1.24$ por cada unidad exportada.

4.11 Flujo de Efectivo Projectado

International Multiples Services S.A.					
Flujo de Efectivo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	\$ 30.000,00	\$ 28.372,37	\$ 31.220,09	\$ 35.427,45	\$ 40.156,38
Depreciaciones		\$ 3.257,67	\$ 3.257,67	\$ 3.257,67	\$ 2.561,00
Total	\$ 30.000,00	\$ 31.630,04	\$ 34.477,76	\$ 38.685,12	\$ 42.717,38

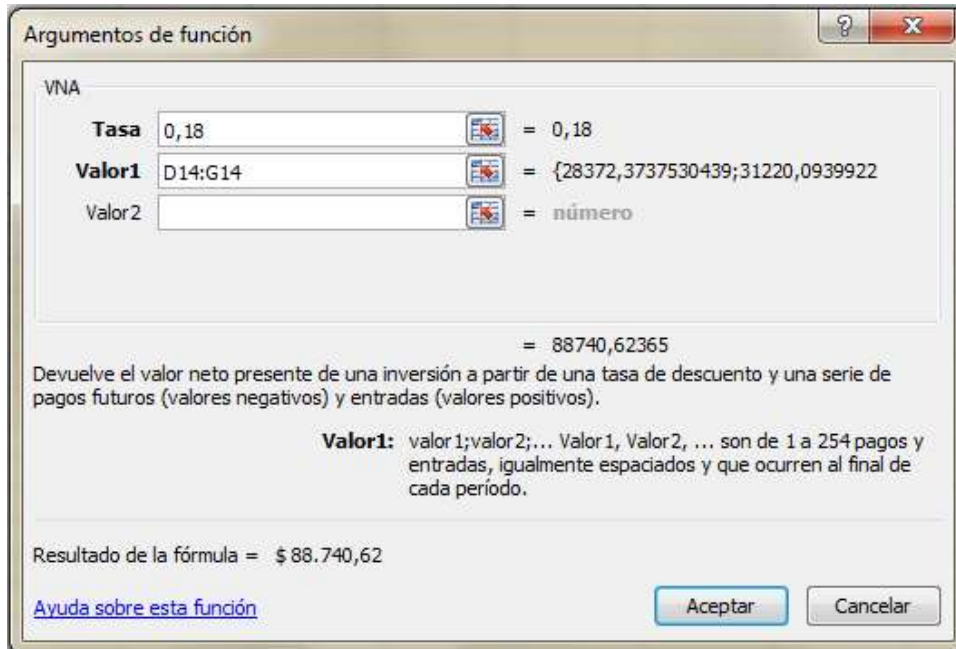
4.12 Valor Actual Neto VAN y Tasa Interna de Retorno TIR

Para el cálculo de Valor Neto Actual y la Tasa Interna de Retorno hemos aplicado las fórmulas de Excel.

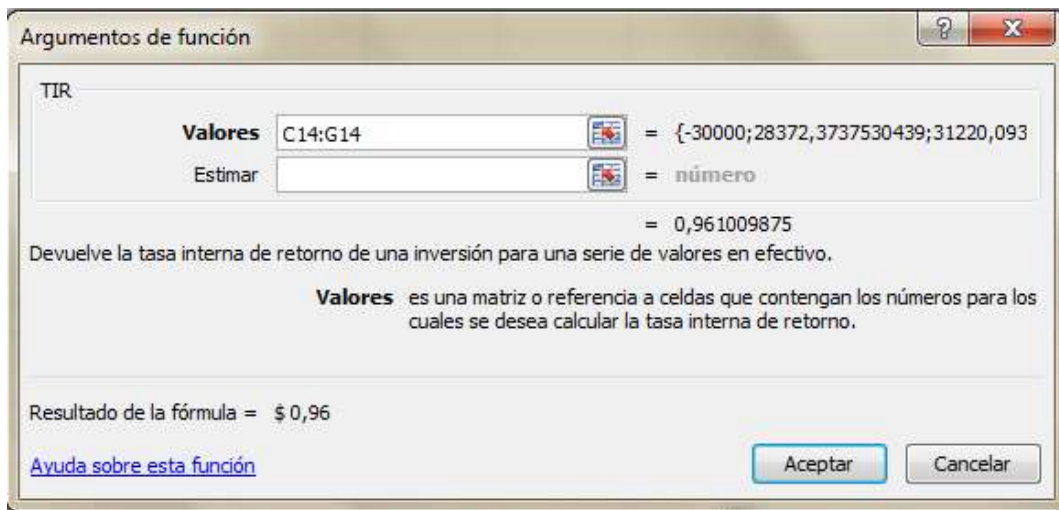
La tasa de descuento corresponde a la ponderación del porcentaje de los recursos, tasa pasiva, crédito, tasa activa, coeficiente, riesgo país e inflación que da como resultado una tasa de descuento del 18% para el respectivo cálculo.

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
\$ - 30.000,00	\$ 28.372,37	\$ 31.220,09	\$ 35.427,45	\$ 40.156,38

Tasa de Descuento	18%
--------------------------	-----



VAN	\$ 88.740,62
------------	---------------------



TIR	96%
------------	------------

La Tasa Interna de Retorno es del 96%, es decir mayor que la tasa de descuento por lo que el proyecto es rentable.

CONCLUSIONES

En la presente investigación se desglosan una serie de conclusiones que valoran la importancia del fomento a las exportaciones ecuatorianas y su impacto en la economía del país. Así como la necesidad de introducir nuevos productos en la oferta exportable del Ecuador, incorporar de valor agregado a productos agrícolas y fortalecer la participación de las <<Mipymes>> en mercados internacionales.

1. La producción exportable ecuatoriana se basa principalmente en productos basados en el modelo <<primario – extractivo – exportador>>, es decir sin valor agregado. Históricamente ha existido una marcada dependencia y concentración en la oferta exportable del país de productos como petróleo, banano, cacao, camarón, café y atún, lo cual ha derivado grandes periodos de estabilidad y prosperidad económica.
2. Las micro, pequeñas y medianas empresas <<Mipymes>> representan un papel determinante en las exportaciones ecuatorianas generando el 80% del empleo productivo. Exporta Fácil es una herramienta que impulsa la participación de las mismas en el comercio exterior del Ecuador.
3. Las fuentes más importantes de ingresos de divisas al país son aquellas obtenidas por las exportaciones y remesas. La caída en los últimos 4 años por concepto de remesas de los emigrantes debido a la crisis mundial, conlleva a la necesidad de promover las exportaciones del país a través de la diversificación en tres vías: por producto, destino y empresas exportadoras.

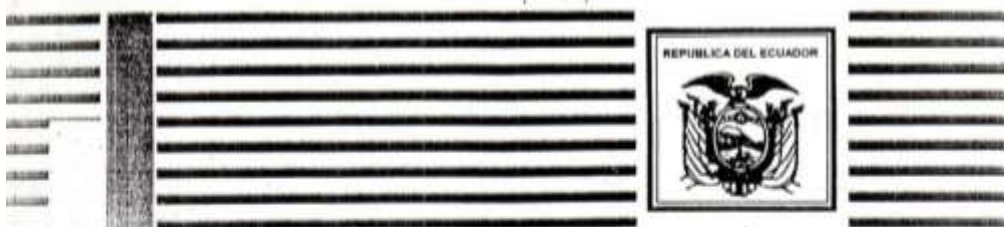
RECOMENDACIONES

Considerando el resultado del presente proyecto, es posible citar las siguientes recomendaciones:

1. Es prioritario para la sostenibilidad de la economía ecuatoriana desarrollar una cultura exportadora que implique la incorporación de valor agregado a los productos a fin de generar mayores fuentes de divisas, así como visualizar nuevos destinos de exportación. Para ello, se deben fortalecer las ferias internacionales y ruedas de negocios para lograr establecer oportunidades comerciales mejorando el volúmen de exportación y la diversificación de la canasta exportable del Ecuador.
2. Es de suma importancia incentivar la promoción de las exportaciones del Ecuador. Es conveniente que las empresas que participan en el comercio exterior cuenten con acceso a financiamientos así como la facilitación de acceso a mercados internacionales e impulsar el emprendimiento.
3. Es preciso desarrollar nuevas alternativas de producción optimizando los recursos naturales del país a través de acciones como capacitación tecnológica, asistencia en procesos de exportación y el desarrollo de nuevas industrias.

ANEXO No. 1

CONSTITUCIÓN DE INTERNATIONAL MULTIPLES SERVICES



REPUBLICA DEL ECUADOR

NOTARIA TRIGESIMA
DEL CANTON GUAYAQUIL

TESTIMONIO
DE LA ESCRITURA

ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN DE LA
COMPAÑÍA IMS INTERNATIONAL MULTIPLES
SERVICES S. A. -----

CUANTÍAS: CAPITAL AUTORIZADO: US\$ 2.000,00-----

CAPITAL SUSCRITO: US\$ 1.000,00 -----

DEL NOTARIO

Dr. Piero G. Aycart Vincenzini

COPIA CUARTA GUAYAQUIL 28 DE MAYO DEL 2000

REPUBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS



EXTRACTO

CONSTITUCION DE LA COMPAÑIA IMS INTERNATIONAL MULTIPLES SERVICES S.A..

La compañía IMS INTERNATIONAL MULTIPLES SERVICES S.A. se constituyó por escritura pública otorgada ante el Notario Trigésimo del Cantón GUAYAQUIL, el 28/Mayo/2007 , fue aprobada por la Superintendencia de Compañías, mediante Resolución 07.G.IJ.

0003578

- 1.- DOMICILIO: Cantón GUAYAQUIL, provincia de GUAYAS.
- 2.- CAPITAL: Suscrito US\$ 1.000,00 Número de Acciones 1.000 Valor US\$ 1,00; Capital Autorizado: US\$ 2.000,00
- 3.- OBJETO: El objeto de la compañía es: EL OBJETO SOCIAL DE LA COMPAÑIA ES DEDICARSE A:
A) IMPORTAR, EXPORTAR, COMPRAR, VENDER AL POR MAYOR Y MENOR, DISTRIBUIR, ARRENDAR, PRODUCIR, FABRICAR, INSTALAR, DAR MANTENIMIENTO Y REPARAR TODA CLASE DE EQUIPOS

Guayaquil, - 1 JUN 2007

Ab. Carlos Terán Buenaño
ESPECIALISTA JURIDICO





NUMERO DE REPERTORIO: 28.500
FECHA DE REPERTORIO: 07/Jun/2007
HORA DE REPERTORIO: 11:43

LA REGISTRADORA MERCANTIL DEL CANTON GUAYAQUIL
1-. **Certifica:** que con fecha siete de Junio del dos mil siete en cumplimiento de lo ordenado en la Resolución N° 07.G.IJ.0003578, dictada por el **Especialista Jurídico, Ab. Carlos Terán Buenaño**, el **1 de Junio del 2007**, queda inscrita la presente escritura pública junto con la resolución antes mencionada, la misma que contiene la **Constitución** de la compañía denominada: **IMS INTERNATIONAL MULTIPLES SERVICES S.A.**, de fojas **63.276 a 63.295**, Registro Mercantil número **11.353**.- Quedando incorporado el Certificado de Afiliación a la Cámara de Comercio de Guayaquil.-

ORDEN: 28500



REVISADO POR:

Mf.



AB. TATIANA GARCIA PLAZA
REGISTRO MERCANTIL
DEL CANTON GUAYAQUIL
DELEGADA

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
REGISTRO DE SOCIEDADES

CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES Y EXISTENCIA
LEGAL

No. 291511

DENOMINACIÓN DE LA COMPAÑÍA:
IMS INTERNATIONAL MULTIPLES SERVICES S.A.

NUMERO DE EXPEDIENTE: 127332 - 2007 RUC:

DIRECCIÓN: MZ. 2 #3

CIUDAD: GUAYAQUIL

TELÉFONO: 2432145

CERTIFICO QUE LA COMPAÑÍA ARRIBA CITADA, HA CUMPLIDO CON LAS DISPOSICIONES CONSTANTES EN LOS
ARTÍCULOS 20 Y 449 DE LA LEY DE COMPAÑÍAS VIGENTE.

LA COMPAÑÍA TIENE ACTUAL EXISTENCIA JURÍDICA Y SU PLAZO SOCIAL CONCLUYE EL: 07/06/2107

CERTIFICACIÓN VALIDA HASTA EL: 30/04/2008

CAPITAL SOCIAL: USD \$ 1,000.00

POR LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS:

Ab. Elena Paola Pinoargote Vázquez
Delegada del Secretario General

FECHA DE EMISIÓN: 02/07/2007 14:11:38

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO, COMO SUPRESIONES,
AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

elenavp



REPUBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS



RESOLUCION No. 07.G.IJ. 0003573

Ab. Carlos Terán Buenaño
ESPECIALISTA JURIDICO

CONSIDERANDO:

Que se ha presentado la escritura pública de constitución de la compañía IMS INTERNATIONAL MULTIPLES SERVICES S.A. otorgada ante el Notario Trigésimo del Cantón GUAYAQUIL , el 28/Mayo/2007 .

En ejercicio de las atribuciones asignadas mediante Resolución ADM.06491 del 27 de diciembre del 2006;

RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO.- APROBAR la constitución de la compañía IMS INTERNATIONAL MULTIPLES SERVICES S.A. y disponer que un extracto de la misma se publique, por una vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía.

ARTICULO SEGUNDO.- DISPONER: a) Que el Notario antes nombrado, tome nota al margen de la matriz de la escritura que se aprueba, del contenido de la presente resolución; b) Que el Registrador Mercantil o de la Propiedad a cargo del Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía inscriba la referida escritura y esta resolución; y, c) Que dichos funcionarios sienten razón de esas anotaciones; y, d) Cumplido lo anterior, remítase a la Dirección de Registro de Sociedades, la publicación original del extracto, copia de la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, copia de los nombramientos inscritos, copia de la afiliación a la Cámara de la Producción respectiva y copia del Registro Unico de Contribuyentes.

Comuníquese.- DADA y firmada en Guayaquil a

Ab. Carlos Terán Buenaño
ESPECIALISTA JURIDICO

- 1 JUN 2007



Exp. Reserva 7137776
Nro. Trámite 2.2007.1655

ANEXO No. 2

DECRETO – ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA
ECUADOR – CHILE ACE No. 65

REPUBLICA DEL ECUADOR

Ministerio
de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Nota No. 2325/GVMCEI /DGINC/10

Quito, 03 de febrero de 2010

ASUNTO: ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECUADOR-CHILE.

Señor Gerente,

El 10 de marzo de 2008, en ocasión de la visita del señor Presidente de la República a Chile, se firmó el Acuerdo de Asociación entre la República del Ecuador y la República de Chile

2. Previamente, el COMEXI emitió las Resoluciones No. 397 de 13 de septiembre de 2007 y No. 419 de 27 de febrero de 2008, en las que encomendó al Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración negociar y finalizar el proceso de adopción y suscripción del Acuerdo de Asociación con Chile, de conformidad con lo dispuesto por los señores Presidentes Michelle Bachelet y Rafael Correa, en el Comunicado de 6 de agosto de 2007.

3. El Acuerdo de Asociación entró en vigencia el 4 de octubre de 2008.

4. El Acuerdo de Asociación contempla 4 pilares:

- i. Diálogo Político y Social;
- ii. Cooperación;
- iii. Relación Económico-Comercial; y
- iv. Relación Cultural.

5. En materia económico-comercial, la Sección V, Artículo 9 del Acuerdo de Asociación dispone que las relaciones económicas y comerciales entre los dos países se regirán por lo dispuesto en el Acuerdo de Complementación Económica ACE No. 65.

6. El ACE No. 65 entró en vigencia el 25 de enero de 2010. Previamente, el señor Presidente de la República expidió el Decreto Ejecutivo No. 170 de 7 de diciembre de 2008, publicado en el Registro Oficial No. 90 de 17 de diciembre de 2009. (Se adjunta copia del Decreto y su anexo).

7. En el Capítulo 3 referente al Trato Nacional y Acceso a los Mercados se establece entre otros temas:

- a) Programa de liberalización: continúa aplicándose la desgravación ejecutada al amparo del ACE No. 32 y se mantiene vigente la misma Lista de Excepciones(Art. 3.2.1);

Al señor economista
Mario Pinto Salazar
GERENTE GENERAL
CORPORACIÓN ADUANERA ECUATORIANA
Guayaquil-

Av. 10 de Agosto y Carrón, Telf.: 299 284 – 2993 200. Fax: 2993 273. Quito-Ecuador.
www.mimrce.gov.ec



- b) Excepciones al Trato Nacional y Restricciones a la Importación y a la Exportación: además de lo contenido en el Anexo 3.2, en la II Reunión Extraordinaria de la Comisión del ACE No. 32 se acordó lo siguiente: "La Comisión convino que, en el caso de Ecuador, los artículos 3.1 y 3.6 del ACE No 65, sobre esta materia, no se aplicarán a las importaciones de neumáticos usados, reencachutados o recauchados (4012.11.00, 4012.12.00, 4012.19.00, 4012.20.00 NANDINA); y, ropa y calzado usados (6309.00.00 NANDINA), de conformidad con lo establecido en la Resolución No. 182 del 8 de enero de 2003 del COMEXI."

8. En el Capítulo 4 sobre Reglas de Origen, se establece, entre otras cosas:

- a) El mantenimiento de los porcentajes ALADI -40% y 50% para Ecuador y Chile, respectivamente- para el cálculo del valor agregado de contenido regional (Art. 4.4.2);
- b) La acumulación de materiales o mercancías originarios de las Partes e incluso los de Bolivia, Colombia y Perú (Art. 4.4.1 y 4.4.2);
- c) La determinación del margen de Mínimis -15% y 10% para Ecuador y Chile, respectivamente- (Art. 4.5);
- d) El otorgamiento de trato arancelario preferencial a favor de mercancías originarias vendidas luego de exposiciones (Art. 4.13);
- e) La concesión de certificados de origen escritos o electrónicos -este último deberá implementarse, a más tardar en los 2 años siguientes- (Art. 4.14);
- f) Procedimientos para verificación de origen-solicitudes de información, visitas de verificación, otros- (Art. 4.21);
- g) Reglas específicas de origen: debe tenerse presente que, de acuerdo con el Art. 4.27, mientras se definan los requisitos específicos de origen para los productos del sector textil y confecciones y calzado, capítulos del 50 al 64 de la NALADISA 2007, regirá lo dispuesto en la Resolución 252 del Comité de Representantes de la ALADI;
- h) Un formulario específico para la certificación de origen (Anexo 4.2);
- i) Administración a cargo de un Comité de Reglas de Origen. Al respecto se apreciará se nomine a los representantes de la Institución a su cargo.

Para los efectos de lo dispuesto en este Capítulo, se acordó con Chile establecer un periodo de transición de 180 días a partir de la entrada en vigor ACE No. 65. En dicho periodo las Partes seguirán aplicando lo establecido en el Capítulo III, sobre reglas de origen, del ACE No 32.

9. En el Capítulo 5 se establece el régimen en materia de Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio. Entre otras cosas, se señala lo siguiente:

- a) La designación de puntos de contacto para atender consultas (Art. 5.1.2);
- b) El desarrollo de un proceso dirigido a lograr que el despacho de mercancías se realice: (Art. 5.2)

Av. 10 de Agosto y Carrón. Telf.: 299 284 - 2993 200. Fax: 2993 273. Quito-Ecuador.
www.mttrree.gov.ec



- i. Dentro de las 48 horas siguientes a la llegada de la mercancía;
 - ii. En el lugar de llegada y sin que necesariamente sean trasladadas y depositadas provisionalmente en almacenes u otras instalaciones;
 - iii. Antes de la presentación de las mercancías a la autoridad aduanera, conforme a los procedimientos establecidos por cada Parte.
- c) La adopción de sistemas informáticos que permitan que los usuarios puedan transmitir sus declaraciones a través de ellos (Art. 5.3.2);
 - d) El desarrollo de sistemas electrónicos que faciliten el intercambio de información entre las Partes (Art. 5.3.4);
 - e) Un procedimiento aduanero específico para el envío de entregas rápidas (Art. 5.7);
 - f) La facultad de emitir resoluciones anticipadas de clasificación arancelaria (Art. 5.10);
 - g) La administración a cargo de un Comité de Asuntos Aduaneros y Facilitación del Comercio. Al respecto se apreciará nomine a los representantes de la Institución a su cargo.

Adicionalmente, este Capítulo contiene el anexo 5.1 sobre Cooperación y Asistencia Aduanera; a los efectos de su implementación, debe designarse un funcionario de enlace (Art. 3.2), por parte de la Institución a su cargo.

10. En el transcurso de este mes, se convocará a una reunión de coordinación interinstitucional a efectos de hacer una revisión de estos asuntos, así como de los proyectos de cooperación sometidos a consideración de Chile en la VIII Reunión de la Comisión Administradora del ACE No. 32 el 14 de enero pasado.

11. Remito la Edición Especial No. 26 del Registro Oficial publicada el 22 de enero de 2010, la misma que contiene el texto del ACE No. 65.

Alientamente,

Méntor Villagomez,

VICEMINISTRO DE COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN





Av. Eloy Alfaro
Avenida
Edificio MCGAP
PRX. 02 2 546690
Fax: 02 2 503813
www.mipromex.gov.ec

Oficio No. MIPRO-SCI-2010-0585-O

Quito, 23 de julio de 2010

Economista
Mario Pinto Salazar
GERENTE GENERAL
CORPORACIÓN ADUANERA ECUATORIANA
Presente.

De mi consideración:

Tengo a bien ratificar a Usted que, de conformidad con las reuniones de trabajo, coordinadas por la Cancillería, con delegados de esa Corporación, y al MIPRO, así como con las consultas con nuestra contraparte chilena, se han establecido las siguientes definiciones para la entrada en vigor del Acuerdo de Complementación Económica ACE-65, en la parte concerniente a la Certificación de Origen, que deberá ser aplicado por parte de las aduanas de los dos países, a partir del 26 de julio de 2010, como sigue:

1. Aplicación integral de las disposiciones en materia de origen y procedimientos establecidos en el ACE-65;
2. Utilización de los certificados de origen establecidos en el ACE 65 cuyo formulario me permito adjuntar; y
3. Mantenimiento de los sellos y las firmas de los funcionarios de las entidades habilitadas para certificar origen, que se detallan en casillero 10 del certificado de origen del ACE-65, que tienen registro en la Secretaría General de la ALADI.

No obstante a lo expuesto y de conformidad con lo establecido en el Artículo 4.27 del ACE-65 Disposición Transitoria, mientras se definan los Requisitos Específicos de Origen para los productos del sector textil y confecciones y calzado de los capítulos 50 al 64 de la NALADISA 2007, se deberá aplicar todo lo relativo a la reglas de origen establecidos en la Resolución 252 del Comité de representantes de la ALADI, incluido el formulario de certificación que se viene utilizando para importaciones de los países miembros de ALADI.

Por lo expuesto, agradeceré se sirva disponer a todas las distritos aduaneros, tomar debida nota en cuenta estas puntualizaciones, a efecto de que no tengamos inconvenientes en la aplicación del ACE-65, conforme la Nota No. 2325/GVMCEI/DGIN/10 de 03 de febrero de 2010 del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, cuya copia adjunto.

Atentamente,

Juan Francisco Ballén Mancero
SUBSECRETARIO DE COMERCIO E INVERSIONES

Anexo 4.2

CERTIFICADO DE ORIGEN

ACUERDO DE ASOCIACIÓN CHILE - ECUADOR

Número de Certificado:

PAIS EXPORTADOR		PAIS IMPORTADOR		
1. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Exportador				
2. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Importador				
3. Descripción de las mercancías	4. Naledisa 8 dígitos	5. Criterio de Origen	6. Número y Fecha de Factura Comercial	7. Peso bruto (kg.) u otra medida
8. Observaciones				
9. Declaración del exportador		10. Firma de la autoridad competente o entidad habilitada		
El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la emisión del presente certificado. País de origen..... Firma.....		Certifico la veracidad de la presente declaración Nombre..... Sello Lugar y fecha..... Firma.....		

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DEL CERTIFICADO DE ORIGEN

Para efectos de obtener un tratamiento arancelario preferencial, este documento debe ser llenado en forma legible y debe ser emitido por la autoridad competente o entidades habilitadas. Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

Número de Certificado: Llenar con el número de serie del certificado de origen. Corresponde a un número de serie que la autoridad competente o entidades habilitadas asignan a los certificados de origen que emiten.

País Exportador: Indique el nombre del país desde donde se exportan las mercancías.

País Importador: Indique el nombre del país importador.

Campo 1: Indique el nombre legal completo, la dirección (incluyendo ciudad y país) y el número de registro fiscal del exportador. El número de registro fiscal será: en Chile, el Rol Único Tributario (RUT) y en Ecuador Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Campo 2: Indique el nombre legal completo, la dirección (incluyendo ciudad y país) y el número de registro fiscal del importador. El número de registro fiscal será: en Chile, el Rol Único Tributario (RUT) y en Ecuador Registro Único de Contribuyentes (RUC). Si se desconoce el importador, señale "DESCONOCIDO".

Campo 3: Proporcione una descripción completa de cada mercancía. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada para relacionarla con la descripción de la mercancía contenida en la factura y en el sistema Naladis.

Campo 4: Para cada mercancía descrita en el Campo 3, identifique los ocho dígitos correspondientes en el sistema Naladis.

Campo 5: Para cada mercancía descrita en el Campo 3, indique qué criterio (a, b, c) es aplicable. Las reglas de origen se encuentran en el Capítulo 4 y Anexo 4.1 de este Acuerdo.

Criterio Preferencial

- (a) la mercancía sea obtenida en su totalidad o producida enteramente en el territorio de una u otra Parte, según la definición del artículo 4.26;
- (b) la mercancía sea producida en el territorio de una u otra Parte, a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios conforme a las disposiciones de este Capítulo;
- (c) la mercancía sea producida en el territorio de una u otra Parte, a partir de materiales no originarios que resulten de un proceso de producción o transformación confiriendo una nueva individualidad caracterizada por un cambio de clasificación arancelaria, un valor de contenido regional u otros requisitos según se especifica en el Anexo 4.1 de este Acuerdo.

Campo 6: Indique el número y fecha de la factura comercial.

Campo 7: Indique el peso bruto en kilogramos (kg.) u otras unidades de medida como volumen o número de productos que indiquen cantidades exactas.

Campo 8: Indique cualquier información referente a la comprobación de origen de las mercancías. En caso de facturación por un operador de un país no Parte indique la leyenda "Operación facturada por un operador de un país no Parte".

Campo 9: A ser llenado por el exportador.

Campo 10: A ser llenado por la autoridad competente o entidad habilitada. La fecha deberá ser aquella en la cual el certificado de origen fue llenado por la autoridad competente o entidad habilitada.

ANEXO No. 3**ENTREVISTA PROALDE****1. ¿Cuál es el nombre y ubicación de la empresa?**

El nombre de la empresa es Productos Alimenticios del Ecuador <<PROALDE>> y estamos ubicados en la provincia de Santo Domingo de las Tsáchilas.

2. ¿Qué motivó el emprendimiento de esta actividad?

Lo que me motivó a iniciar esta actividad de producir y comercializar productos naturales, es por salud y porque el Ecuador específicamente en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas posee un clima tropical húmedo el cual es ideal para el sembrío de productos agrícolas.

3. ¿Cuántos productos comercializa PROALDE?

Comercializamos: harina de plátano, cacao, chocolate en pasta, chifles, hortalizas deshidratadas y el producto estrella café de habas.

4. ¿Usted es productor de haba o cuenta con proveedores?

El haba seca la compré en zonas aledañas de Quito, Latacunga, Ambato y Riobamba, son diferentes proveedores.

5. ¿Luego de adquirir la materia prima, qué necesita para procesar el haba hasta convertirla en un producto similar al café tradicional?

Luego de adquirir la materia prima, el haba seca se procesa en la empresa PROALDE. La empresa cuenta con el equipo necesario para su debida elaboración. Se necesita una mesa de producción, balanza, tostador, molino, codificador y sellador.

6. ¿Cuál es la breve explicación del producto?

Bebida 100% natural, similar al café en sabor, textura, olor y color.

7. ¿Cuenta con Registro Sanitario el producto café de habas?

Sí, tenemos Registro Sanitario de este producto el cual es 08941 INHQAN 0208.

8. ¿En qué lugares comercializa el producto café de habas?

Su comercialización es nacional, centros naturista, tiendas, minimarkets, Comisariato y Supermaxi.

9. ¿En qué presentación comercializa su producto?

Son funditas plásticas de 200 g y 400 g. impresa en flexografía y tiene un costo en el mercado nacional de \$ 1.90 dólares americanos.

10. Ha enviado muestras al exterior

Sí, a México.

ANEXO No. 4

INFORMACIÓN REFERENTE A CHILE – ECUADOR

MAIL DE RICARDO ARRIAGADA V. – OFICINA COMERCIAL DE CHILE EN ECUADOR

20/09/13

Imprimir mensaje - Outlook

Información general.

De: **RICARDO ARRIAGADA VICENCIO** (rarrigada@direcon.gob.cl)

Enviado: lunes, 04 de febrero de 2013 9:54:51

Para: angee_c@hotmail.com (angee_c@hotmail.com)

1 archivo adjunto

Presentación_general.pdf (1259,8 kB)

Estimada Angee:

Con el mayor agrado te adjunto información referente a Chile – Ecuador, que esperando sean de tu utilidad,

Saludos cordiales,



Ricardo Arriagada Vicencio | Agregado Comercial

Oficina Comercial de Chile en Ecuador

Av. 09 de Octubre N°100 y Malecón piso22 Of.07

Edificio La Previsora, Guayaquil

Teléfonos (593 - 4 - 2) 30 03 43 / 30 15 41

www.prochile.gob.cl

ANEXO No. 5**MAIL DE LORENA SEGOVIA Y. – TÉCNICA DEL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y COMPETITIVAD**

20/09/13

Imprimir mensaje - Outlook

RE: IMPORTANCIA DE LAS EXPORTACIONES PARA PEQUEÑOS PRODUCTORESDe: **Lorena Segovia Yanzaguano** (lsegovia@mipro.gob.ec)

Enviado: viernes, 01 de febrero de 2013 14:10:37

Para: **Angee Cuero** (angee_c@hotmail.com)

1 archivo adjunto

IEM-312.xls (64,5 kB)

Estimada Angee.

El Ministerio de Industrias y Productividad cuenta con los siguientes incentivos para la promoción de la diversificación de la oferta exportable a nivel nacional:

Acceso a financiamiento

Esquemas asociativos

Fortalecimiento productivo a través del programa PRODUCEPYME

Fortalecimiento de capacidades productivas a través de Herramientas de Gestión Productiva

Facilitación de acceso a mercados nacionales e internacionales EXPORTAPYME

Impulso a emprendimientos CEDAE, Ferias Inversas, ERP

De otra manera, puede contactarse con el Ing. Ricardo Escobar, su correo electrónico es rescobar@mipro.gob.ec quien está encargado del programa Consorcios de Exportación y Origen.

Por la atención a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Lorena Segovia Y.
Técnica Especializada

Dirección de Desarrollo de MIPYMES

Ministerio de Industrias y Productividad

• Av. Eloy Alfaro N30 – 350 y Amazonas

• Tel.: + (593 2) 2546 690 • Ext. 308

www.industrias.gob.ec

Quito – Ecuador

Ministerio
de Industrias
y Productividad

Ecuador

GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPUBLICA DEL ECUADOR

BIBLIOGRAFÍA

1. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, www.bce.fin.ec/.
2. SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR (SENAE), www.aduana.gob.ec/.
3. ARANCEL DE ADUANA DEL ECUADOR, “Notas Explicativas del Sistema Armonizado”.
4. INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES (PROECUADOR), www.proecuador.gob.ec/
5. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES (COPCI), Ecuador, 2010.
6. MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y COMPETITIVIDAD DEL ECUADOR (MIPRO).
7. CONSEJO CAFETALERO NACIONAL (COFENAC), Ecuador, www.cofenac.org.
8. SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, “Plan Nacional para el Buen Vivir”, Ecuador, 2009 – 2013.
9. SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO, “Transformación de la Matriz Productiva”, Ecuador, 2013.
10. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, Sección Séptima.
11. ACOSTA, Alberto, “Breve Historia Económica del Ecuador”, Ecuador.

12. INSTITUTO DE ESTADISTICAS Y CENSOS DEL ECUADOR (INEC),
www.inec.gob.ec/.
13. TUCKER, Irvin B., “Fundamentos de Economía”.
14. ESQUIVEL Y PARKIN, “Microeconomía: Versión para Latinoamérica”.
15. GREGORY, “Principios de Economía”.
16. www.nestle.com.ec/lahistoriadelfe.
17. www.elcafe.com.
18. EXPORTA FÁCIL, Ecuador, www.exportafacil.gob.ec.
19. INSTITUTO DE ESTADÍSTICAS Y CENSO (INE), “Censo 2012”, Chile.
20. SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS, Chile, www.aduana.cl.
21. UNIVERSIDAD DE CHILE, Centro de Estudios del Retail (CERET).
22. PROCHILE, www.prochile.gob.cl.
23. ARANCEL DE ADUANA DE CHILE.
24. Información proporcionada por la Empresa PROALDE.
25. Información proporcionada por la Empresa CAFECOM S.A.