

# **Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil**



## **Facultad de Ciencias Económicas**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Previo a la obtención del título de**

**INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

**Tema:**

**EXPORTACION DE ACEITES ESENCIALES DE CARDAMOMO (*Elettaria  
cardamomum*) HACIA MERCADO ALEMAN**

**Realizado por las egresadas:**

**SANDRA NATALI BURGOS OLVERA  
CINDY KATHERINE YAGUAL CEDEÑO**

**Tutor:**

**Dipl. Herman Sozoranga Sandoval**

**Julio - 2013**

**Guayaquil – Ecuador**

## **Declaración de Autoría y Cesión de Derechos a la Universidad**

Sandra Natali Burgos Olvera y Cindy Katherine Yagual Cedeño, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo nos corresponde totalmente 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 Normativa Institucional vigente.

---

Srta. Sandra Natali Burgos Olvera  
Cédula # 0926573437

---

Srta. Cindy Katherine Yagual Cedeño  
Cédula # 0927037192

## **Certificación del Tutor del Proyecto de Investigación**

Certifico que el Proyecto de Investigación Titulado, **EXPORTACION DE ACEITES ESENCIALES DE CARDAMOMO (*Elettaria cardamomum*) HACIA EL MERCADO ALEMÁN**, ha sido elaborado por las egresadas: Srta. Sandra Natali Burgos Olvera, y la Srta. Cindy Katherine Yagual Cedeño bajo mi tutoría, el mismo que reúne los requisitos para ser defendido ante el Tribunal Examinador que se designe para el efecto.

Atentamente

---

**Dipl. Herman Sozoranga Sandoval**

## **Agradecimiento**

El presente proyecto de investigación primeramente nos gustaría agradecer a Dios por estar con nosotras en todo momento y por hacer realidad este sueño anhelado.

A nuestras familias por el apoyo incondicional ya que han sido de gran ayuda para que podamos terminar este proyecto con éxito.

También nos gustaría agradecer a nuestros profesores durante toda nuestra carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a nuestra formación.

A mi compañera de Tesis ya que recorrer este camino junto a ella significó mucho para la amistad que nos une a lo largo de toda la carrera universitaria.

**Natali Burgos**

## **Agradecimiento**

Nuestro mayor agradecimiento a DIOS, porque nos ha guiado por nuestro caminos, para alcanzar cada una de las metas planteadas en nuestras vidas.

A nuestras familias por todo el esfuerzo, apoyo incondicional y el sustento que nos han brindado para poder lograr nuestros objetivos.

A mis queridos docentes, les agradecemos infinitamente su paciencia, confianza, y fé depositadas en nosotras. Además de sus conocimientos que han enriquecido día a día nuestras vida profesional.

**Cindy Yagual**

## **Dedicatoria**

Queremos dedicar este trabajo a Dios que nos ha dado sabiduría y fortaleza durante todo el desarrollo de este proyecto de investigación, a nuestros padres por estar ahí siempre en todo momento ya que gracias a su apoyo incondicional constituyen un eje principal de nuestras vidas y nos dan la suficiente motivación para seguir adelante y cumplir todos nuestros anhelos profesionales.

**Natali Burgos**

## **Dedicatoria**

Con mucho orgullo dedicamos nuestro Proyecto de Investigación a:

Nuestros Padres, por aportar cada día en mí gran fortaleza y vida para cumplir todos mis anhelos profesionales y personales.

Mi madre y hermana, por la confianza y apoyo diario depositado en mí.

**Cindy Yagual**

## **RESUMEN**

Con el hecho de vivir en un Estado tan rico en el aspecto ecológico y natural como lo es Ecuador nace la idea de realizar un proyecto de exportación de un producto que obtenemos de la naturaleza pero que posteriormente es industrializado por el hombre. El Aceite Esencial de Cardamomo es un producto industrializado utilizado como base para la elaboración de una gran cantidad de alimentos, perfumes, fragancias, entre otros.

Esta es una importante ventaja de llegar a diversos mercados como lo es Alemania, pues el crecimiento poblacional e industrial hace que tengamos inmensas posibilidades de entrar a este país; considerando también ayudar a que la Empresa Kuen S.A. a la apertura de nuevos mercados.

Así pues, en nuestro proyecto de exportación brindo información de la empresa que represento; hago una descripción del producto a exportar; un análisis del mercado meta que nos permite llegar a identificar las ventajas de exportar a Alemania; la logística y operación que más nos conviene y finalmente, un análisis financiero que nos da los resultados sobre si es conveniente invertir o no en este proyecto

## INDICE

<i>INTRODUCCIÓN</i> .....	
<i>CAPÍTULO I</i> .....	18
<i>MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN</i> .....	18
1.1 Tema.....	18
1.2 Diagnóstico: Ambito/Contexto.....	18
1.3 Definición del problema de investigación.....	19
1.4 Justificación. ....	19
1.5 Objetivos: .....	20
1.6 Intencionalidad de la investigación.....	20
<i>CAPITULO II</i> .....	21
<i>MARCO TEÓRICO</i> .....	21
2.1Estado del conocimiento.....	21
2.2Fundamentación teórica.....	23
2.2.1 Antecedentes históricos.....	23
2.2.2Tipos de aceites esenciales elaborados en el Ecuador.....	25
2.2.3 Ficha étnica del producto.....	26
2.2.4Características del aceite esencial de Cardamomo.....	27
2.2.5Proceso de elaboración.....	27
2.2.6Proceso de extracción del aceite esencial.....	29
2.2.7 Identificación de variables intervinientes en el proceso de extracción de aceite esencial	34
2.2.8 Flujograma del proceso productivo realizado por la empresa .....	35
2.2.9 Formas de consumo del producto. ....	37
2.2.10 Hábitos de consumo: .....	37
2.2.11 Presentación y comercialización del producto .....	38
2.2.12 Logística y transporte.....	39
2.2.13 Logística del Ecuador al puerto de destino .....	40

2.2.14 Medidas arancelarias y no arancelarias.....	41
2.2.15 Requisitos de etiquetado. ....	42
2.2.16 Posición arancelaria. ....	43
2.2.17 Canales de distribución del aceite esencial de cardamomo .....	44
2.2.18 Requisitos específicos .....	45
2.2.19 Requerimientos para el ingreso al mercado Alemán.....	45
<i>CAPITULO III</i> .....	47
<i>MERCADO</i> .....	47
3.1 Tratamiento de las importaciones (despacho de aduanas; documentación necesaria) .....	47
3.1.1 Documentación .....	47
3.1.2 Zonas y depósitos francos.....	48
3.2 Importación temporal. ....	49
3.2.1 Licencia de importación y autorizaciones previas .....	49
3.2.2 Requisitos Sanitarios / Fitosanitarios.....	50
3.2.3 Requisitos para muestras.....	50
3.3 Requisitos específicos para productos Ecuatorianos con potencial .....	50
3.3.1 Requisitos arancelarios, (sistema arancelario, aranceles promedio aplicados, preferencias arancelarias al Ecuador). ....	51
3.3.2 Requisitos de embalaje y etiquetado.....	51
3.3.3 Requisitos del Comprador.....	52
3.3.4 Condiciones de Pago y Compra.....	52
3.3.5 ¿Cómo obtener un Certificado de Origen? .....	52
3.4 Requisitos de Exportación Sanitarios, Fitosanitarios y Reglas de Origen .....	53
3.4.1 Declaración de Exportación .....	54
3.4.2 Trámite en aduana. ....	54
3.4.3 Regímenes Aduaneros de Exportación .....	54
3.5 Cotización De Exportación .....	54
3.5.1 Procedimientos para Exportar desde Ecuador .....	56
3.5.2 Fase Pre- Embarque. ....	56
3.5.3 Obtención del Certificado de Firma Electrónica (Token).....	57
3.5.4 Quipux envío y recepción de documentos electrónicos .....	60
3.5.5 Proceso para registrarse en el Ecuapass.....	61
3.5.6 Sistema ventanilla única ecuatoriana .....	62
3.6 Etapa post embarque.....	67

3.7 Modalidades de exportación .....	67
3.7.1 Proceso de exportar por medio de Exporta Fácil.....	68
3.7.2 Comercio Exterior de Alemania .....	69
3.7.3 Exportaciones de Alemania.....	71
3.8 Importaciones desde Alemania.....	74
3.9 Situación de la Balanza Comercial entre Ecuador – Alemania.....	76
3.9.1 Importaciones del Ecuador desde Alemania.....	78
3.9.2 Exportaciones del Ecuador hacia Alemania .....	79
3.9.3 Acuerdo Comercial entre Ecuador y Alemania .....	82
3.10 Principales Competidores .....	85
3.11 Hipótesis.....	85
3.11.1 Variables o Criterios de Investigación.....	86
3.12 Indicadores.....	87
<i>CAPITULO IV</i> .....	<i>88</i>
<i>METODOLOGIA</i> .....	<i>88</i>
4.1 Tipo de investigación. ....	88
4.2 Universo y muestra de la in investigación, tipo de investigación. ....	88
4.2.1. Población y muestra.....	88
4.3 Métodos Técnicas e Instrumentos.....	89
4.4 Análisis del negocio a través del FODA. ....	90
4.5 Modelo de la Encuesta:.....	91
<i>CAPITULO V</i> .....	<i>111</i>
<i>ANALISIS FINANCIERO</i> .....	<i>111</i>
5.1 Título de la Propuesta .....	111
5.2 Importancia .....	del
proyecto.....	111
5.3	
Factibilidad.....	111
5.4 Viabilidad.....	112
5.5 Desarrollo de la Propuesta .....	112
5.6 Presupuesto .....	112
5.6.1 Inversión.....	112
5.6.2 Depreciaciones.....	113
5.6.3 Costos de venta.....	114

5.6.4Gastos.....	115
5.6.5 Ingresos .....	118
5.6.6 Planilla de cálculo del precio de exportación FOB .....	119
5.6.7 Estado de resultados.....	124
5.6.8 Balance general.....	124
5.6.9Flujo de caja .....	125
5.6.10Análisis de rentabilidad.....	125
5.6.11Índices financieros .....	127
<i>CONCLUSIONES</i> .....	131
<i>BIBLIOGRAFIA</i> .....	135
<i>RECOMENDACIONES</i> .....	136

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Aceite esencial de Cardamomo.....	22
Figura 2. Ámbito privado de la negociación internacional .....	23
Figura 3. Extracción por arrastre con vapor.....	29
Figura 4. Diagrama planta .....	30
Figura 5. Caldero .....	31
Figura 6. Extractor.....	33
Figura 7. El vaso separador.....	33
Figura 8. Forma de consumo del aceite esencial de cardamomo.....	37
Figura 9. Hábitos de consumo.....	38
Figura 10. Productos sustitutos .....	39
Figura 11. Etiqueta con logotipo de la flor.....	42
Figura 12. Canales de distribución .....	45
Figura 13. Pasos para exportar .....	56
Figura 14. Pre-Embarque .....	56
Figura 15. Contenedor del Certificado Digital Token.....	57
Figura 16. La Firma Electrónica .....	59
Figura 17. Recepción de documentos electrónicos .....	60
Figura 18. Beneficios de la firma electrónica.....	60

Figura 19. Para registrarse en el Ecuapass.....	61
Figura 20. Solicitud del Uso- Representante Legal .....	62
Figura 21. Sistema ventanilla única ecuatoriana .....	63
Figura 22. VUE- Declaración Jurada De Origen .....	64
Figura 23. VUE- Certificado De Origen .....	65
Figura 24. VUE- Certificado De Origen SGP.....	65
Figura 25. VUE- Solicitud de Documentos Previos.....	66
Figura 26. VUE- Aprobación de los DCP por parte de los Organismos de Control.....	66
Figura 27. Balanza comercial de Alemania .....	70
Figura 28. Inversión extranjera en el Ecuador .....	72
Figura 29. Exportaciones de Alemania.....	73
Figura 30. Exportaciones alemanas .....	74
Figura 31. Importadores de Alemania .....	75
Figura 32. Balanza comercial de Alemania .....	76
Figura 33. Balanza comercial de Ecuador .....	77
Figura 34.- ¿Usted conoce que es el cardamomo? .....	93
Figura 35. ¿Usted ha utilizado el aceite esencial de cardamomo? .....	94
Figura 36. ¿A usted le gustaría utilizar el aceite esencial de cardamomo ecuatoriano?.....	95
Figura 37. Usted cree que el Ecuador debe promover el consumo del aceite esencial de cardamomo? .....	96
Figura 38. ¿Usted conoce los beneficios para su salud que ofrece el aceite esencial de cardamomo? .....	97
Figura 39. ¿Cómo le gustaría consumir al cardamomo?.....	98
Figura 40. ¿Cada qué tiempo le gustaría comprar aceite esencial de cardamomo?.....	99
Figura 41. Actualmente qué porcentaje de su producción exporta? .....	101
Figura 42. Cuál fue su motivación para exportar esta semilla en aceite esencial? .....	102
Figura 43. ¿Cuenta con un Departamento de Exportaciones? .....	103
Figura 44. ¿A qué países exporta actualmente? .....	104
Figura 45. Cómo decide a qué países exportar? .....	105
Figura 46. ¿Cuáles son los obstáculos para exportar? .....	106
Figura 47. ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva internacional que lo ha ayudado a exportar exitosamente a dichos países?.....	107
Figura 48. ¿Según usted qué lo ha ayudado a exportar exitosamente?.....	108
Figura 49. ¿Cuál sería su recomendación para otras empresas que desean exportar o están empezando a hacerlo? .....	109

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Constituyentes del aceite esencial de Cardamomo .....	34
Cuadro 2. Flujograma del proceso productivo.....	35
Cuadro 3. Puertos marítimos de Alemania .....	39
Cuadro 4. Principales navieras de Ecuador .....	40
Cuadro 5. Posición arancelaria.....	43
Cuadro 6. Oficinas de finanzas federales de Alemania .....	46
Cuadro 7. Zonas y depósitos francos .....	49
Cuadro 8. Emisoras de certificados de origen.....	53
Cuadro 9. Tiempo de entrega de paquete EMS.....	67
Cuadro 10. Certificado internacional .....	68
Cuadro 11. Certificado internacional .....	68
Cuadro 12. Importaciones desde Alemania .....	74
Cuadro 13. Principales productos importados por Ecuador desde Alemania. ....	78
Cuadro 14. Exportaciones del Ecuador hacia Alemania.....	79
Cuadro 15. Aranceles aplicados por Alemania a productos ecuatorianos .....	80
<i>Cuadro 16. Exportación de aceite esencial. ....</i>	<i>81</i>
Cuadro 17. Exportaciones ecuatorianas de aceites esenciales al mundo .....	82
Cuadro 18. Variables o Criterios de Investigación .....	86
Cuadro 19.- ¿Usted conoce que es el cardamomo? .....	93
Cuadro 20. ¿Usted ha utilizado el aceite esencial de cardamomo? .....	94
Cuadro 21. ¿A usted le gustaría utilizar el aceite esencial de cardamomo ecuatoriano? .....	95
Cuadro 22. ¿Usted cree que el Ecuador debe promover el consumo del aceite esencial de cardamomo? .....	96
Cuadro 23. ¿Usted conoce los beneficios para su salud que ofrece el aceite esencial de cardamomo? .....	97
Cuadro 24. ¿Cómo le gustaría consumir al cardamomo? .....	98

Cuadro 25. ¿Cada qué tiempo le gustaría comprar aceite esencial de cardamomo? .....	99
Cuadro 26. Actualmente qué porcentaje de su producción exporta?.....	101
Cuadro 27. Cuál fue su motivación para exportar esta semilla en aceite esencial?.....	102
Cuadro 28. ¿Cuenta con un Departamento de Exportaciones?.....	103
Cuadro 29. ¿A qué países exporta actualmente? .....	104
Cuadro 30. ¿Cómo decide a qué países exportar?.....	105
Cuadro 31. ¿Cuáles son los obstáculos para exportar? .....	106
Cuadro 32. ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva internacional que lo ha ayudado a exportar exitosamente a dichos países?.....	107
Cuadro 33. ¿Según usted qué lo ha ayudado a exportar exitosamente? .....	108
Cuadro 34. ¿Cuál sería su recomendación para otras empresas que desean exportar o están empezando a hacerlo? .....	109
Cuadro 35. Inversión .....	113
Cuadro 36. Depreciación de los activos fijos .....	114
Cuadro 37. Costos directos .....	114
Cuadro 38. Costos directos de mano de obra.....	114
Cuadro 39. Costos indirectos de fabricación .....	115
Cuadro 40. Gastos administrativos.....	115
Cuadro 41. Gastos de ventas .....	116
Cuadro 42. Gastos generales .....	116
Cuadro 43. Gastos de operación.....	117
Cuadro 44. Ingresos .....	118
Cuadro 45. Precio de exportación FOB año 1 .....	119
Cuadro 46. Precio de exportación FOB año 2 .....	120
Cuadro 47. Precio de exportación FOB año 3 .....	121
Cuadro 48. Precio de exportación FOB año 4 .....	122
Cuadro 49. Precio de exportación FOB año 5 .....	123
Cuadro 50. Estado de resultados .....	124
Cuadro 51. Balance General.....	124
Cuadro 52. Flujo de caja.....	125
Cuadro 53. Financiamiento .....	126
Cuadro 54. Flujo de caja inversionista .....	126
Cuadro 55. TIR y VAN .....	127
Cuadro 56. Ratio de endeudamiento.....	127

Cuadro 57. Capacidad de pago de intereses y rotación de activos fijos.....	127
Cuadro 58. Punto de equilibrio .....	127

## INTRODUCCIÓN

La exportación de productos ha sido siempre el mejor recurso que cada país posee para equilibrar y desarrollar su economía. Ecuador, un país con gran capacidad para la agricultura apuesta a la exportación.

Considerando el avance social, económico, comercial, nacional e internacional de los productos interno bruto, elaborados o pre-elaborado, hacemos contar que el comercio exterior ha evolucionado de forma masiva a través de los tiempos, más aún en el siglo 21, las grandes demandas de que hace contar el flujo de divisas mercantiles mejorando el desarrollo, el empleo y actividades afines.

Ecuador es un país biodiverso, su privilegiada localización geográfica ha permitido que sea el hábitat de importantes especies animales y vegetales.

La diversidad vegetal que se encuentra en la extensa selva amazónica y los bosques que se encuentran en la Costa y en la Sierra, constituyen el recurso más importante del país ya que cubren un 38% del territorio.

Sin embargo, esta diversidad es una ventaja que no ha sido aprovechada para promover un desarrollo económico sustentable, entre otras cosas porque no se ha planteado programas y proyectos productivos que promuevan un aprovechamiento sostenible y rentable de esta biodiversidad.

El ingenio de los creadores de la empresa Kuen S.A. es tan grande que comercializa el aceite esencial de cardamomo, el cual es un producto poco conocido en nuestro medio pero que en el pasar de los años se está dando a conocer tanto en el área local como internacional.

El mercado de los aceites esenciales a nivel internacional está en continuo crecimiento y su consumo está orientado a diversos sectores industriales tales como: farmacéutico, cosmetológico, alimentario y de perfumería.

Como ya se ha expuesto nuestro proyecto cuenta con un gran contenido social y ambiental que podría representar una oportunidad rentable de negocio. Sin embargo, es necesario de antemano realizar un estudio de mercado y una evaluación del proyecto que sustente la viabilidad para la exportación de este aceite hacia mercado alemán. Así mismo conoceremos los términos financieros, técnicos, etc., y que soporte la planeación, realización, desarrollo y sostenimiento de éste.



# CAPÍTULO I

## MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Tema

#### **EXPORTACIÓN DE ACEITES ESENCIALES DE CARDAMOMO (*Elettaria Cardamomum*) HACIA MERCADO ALEMÁN**

### 1.2 Diagnóstico: Ambito/Contexto

KUEN S.A., es una empresa ecuatoriana, la misma produce aceites esenciales, al ser ecuatoriana, trabaja con comunidades ecuatorianas, siendo de gran importancia para los ingresos de los habitantes, ayudando así al bienestar de la comunidad, tanto al trabajador como al conglomerado en sí. Al ser una productora, debe de integrar la rentabilidad inherente en el negocio, sin olvidar el valor agregado que imparte al medio ambiente, al integrar ambos no debe descuidar sus objetivos, sin causar daños al medio ambiente.

KUEN S.A. posee una serie de productos muy reconocidos, con buenos niveles de calidad, entre ellos los aceites esenciales, los cuales se extraen de las plantas y de ellos se obtiene su mayor esencia, y las altas propiedades de las plantas, pudiéndose usar de diversas formas, sea para uso corporal o medicinal.

Dentro de toda la variedad de aceites se encuentra el aceite esencial de Cardamomo, su origen es del sur de la India y de Ceilán, se dice de ella que sirve como afrodisiaco y otros países lo usan para efectos medicinales, y para relajar el cuerpo. Como es el caso de los escandinavos que la usan como aderezo en las carnes.

Los aceites esenciales provienen de las plantas, las mismas que contienen desde sus inicios factores muy atrayentes para el hombre, siendo usadas en cosméticos, perfumes, medicinal, y de manera farmacéutica.

El aceite esencial se lo puede usar en las diferentes industrias como son:

- Industria cosmética y farmacéutica: En perfumes, y conservantes.

- Industrias alimenticias y derivadas: En lácteos, galletas y saborizantes.
- Industria de productos de limpieza: En desinfectantes, y productos de uso hospitalario.
- Industria de plaguicidas: como agentes pulverizantes, atrayentes y repelentes de insectos, etc.

El aceite esencial brinda pureza al ambiente y dosifica la piel de las personas que lo usan, su delicioso aroma causa una hermosa sensación y armoniza la atmósfera. Siendo así produce en la piel de las personas una exquisita belleza, en donde el rostro de las personas y el cuerpo quedan como piel de bebé al ser tersa y suave.

### **1.3 Definición del problema de investigación.**

El Ecuador ha tenido un bajo rendimiento en los productos a exportar, porque su iniciativa se ha visto detenida por el frenesí debido a que solo han sido los productos tradicionales los que han tenido el adecuado cuidado del gobierno y del mercado de manera general.

Sin embargo, los factores internos y externos conllevan a un declive de estos productos, haciéndonos encasillar hacia nuevos mercados, como son los productos no tradicionales, y por ello podemos decir que el proyecto que realicemos será enfocada en la exportación de un producto no tradicional como es el aceite esencial de cardamomo.

### **Formulación del problema**

¿De qué manera afecta la baja oferta y la poca promoción de las exportaciones del aceite esencial del cardamomo hacia Alemania en el año 2013?

### **1.4 Justificación.**

Es necesario conocer el mercado, el producto en cuestión, y todo tipo de información necesaria para poder lanzar el producto, siguiendo estas premisas, es importante analizar las preferencias de los consumidores y realizar una encuesta para saber el posicionamiento del producto en el mercado local y ver así el impacto internacional que

este causará; además se analizará si conocen todas las funciones que tiene el aceite esencial de cardamomo, tanto en las áreas de los, cosméticos, alimenticias, farmacéuticas, y de limpieza.

Al ser Ecuador rico en diversidad de flora y fauna tiene el potencial inmenso de poder comercializar el aceite esencial de Cardamomo, y así desarrollar la agro-exportación, y firmar alianzas con Alemania, y por ende aumentar los ingresos del país.

## **1.5 Objetivos:**

### **Objetivo general**

Determinar el nivel de incidencia de la baja producción de aceites esenciales de cardamomo, en el desarrollo económico del país para poder comercializarlo en el exterior, por medio de un estudio de factibilidad realizado a través de una investigación

### **Objetivos específicos:**

- Canalizar los sistemas más adecuados para la de exportación del aceite esencial de cardamomo hacía el mercado alemán.
- Determinar si la exportación del aceite esencial de cardamomo es factible y representará en el futuro una alternativa para exportar productos no tradicionales.

## **1.6 Intencionalidad de la investigación**

Mediante nuestro proyecto de investigación se analizará la oportunidad de exportar el aceite de cardamomo ecuatoriano hacia el mercado de Alemania, así como impulsar la exportación, mejorando con ello la producción del país al aprovechar los incentivos que actualmente existen.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### *2.1 Estado del conocimiento*

##### **Comercio internacional.**

Diferentes pensamientos iniciaron el estudio del comercio internacional, factores determinantes como la división del trabajo y el libre cambio constituye el mejor modo de alcanzar el máximo bienestar.

Los negocios internacionales no consisten en invertir con sus operaciones en otros países. Lo único que una firma debe llevar a cabo consiste en la exportación o la importación de productos” (Hill, 2001, p. 28).

Podríamos asegurar que la negociación se constituye como una práctica tan antigua como el hombre, producto de su vida en sociedad y del predominio de la razón sobre la fuerza.

De allí que la negociación pudiera ser considerada como una suerte de “racionalidad comunicativa”, este concepto, en palabras de Habbermas “posee connotaciones que en última instancia se remontan a la experiencia central de la capacidad de aunar sin coacciones y de generar consenso que tiene un habla argumentativa en que diversos participantes superan la subjetividad inicial de sus respectivos puntos de vista y merced a una comunidad de convicciones racionalmente motivada se aseguran a la vez la unidad del mundo objetivo y de la intersubjetividad del contexto en que desarrollan sus vidas” (Habbermas, p. 27, 2003).<sup>1</sup>

En el comercio internacional hay una interacción internacional de diversos mercados entre sí, en donde deben los mismos opinar, decidir, y tomar acciones en los negocios y foros internacionales en los que estén inmersos, sean públicos o privados.

“Al mismo tiempo que aumenta la proporción de intercambios internacionales frente a los domésticos aumenta la frecuencia de las negociaciones entre personas de

---

<sup>1</sup>Negocios Internacionales / Charles W. Hill / MC Graw Hill / 2001

diferentes países y culturas. Los expertos estiman que más del 50 por cien de un gerente internacional es invertido en la negociación” (Lewicky, 2003, p. 340).

El estar introducido en el mercado debe estar a la vanguardia de los cambios que en él se produzcan y estar preparados para el medio en sus diversas áreas.

“Algunos puntos importantes en una negociación internacional que no lo son para una nacional, y que pueden llegarse a convertir en barreras dentro de un acuerdo global son: El ambiente de la negociación, las diferencias culturales y subculturales, las diferencias ideológicas, la burocracia, las leyes, los gobiernos extranjeros, la inseguridad financiera causada por la inseguridad del sistema financiero y monetario internacional y, la inestabilidad política y los repentinos cambios económicos” (Martin, Mayfield, Mayfield, Herbig, 1998, p. 341).<sup>2</sup>

La OMC, es una organización que se encarga de resolver las diferencias comerciales, que examinan las políticas comerciales, y donde los gobiernos pueden dar a conocer las políticas comerciales y llegar acuerdos mutuos. Esta también como foro universal la UNCTAD, que es la Conferencia de las Naciones Unidas en materia de Comercio y Desarrollo. En el plano de la integración económica y la negociación comercial entre los países, están los mecanismos e instancias de lo regional y sub-regional. (Arboleda, p. 16, 1998)

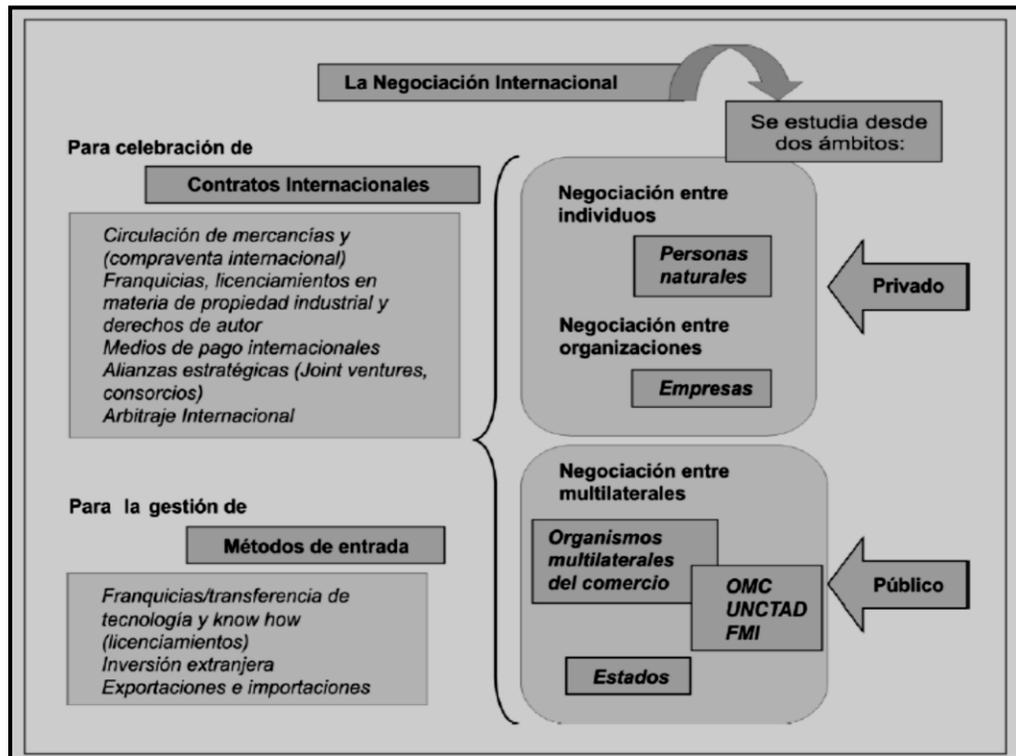
Figura 1. Aceite esencial de Cardamomo



---

<sup>2</sup>Elementos Esenciales de la Negociación / Lewicky Roy J. / 2003

**Figura 2. *Ámbito privado de la negociación internacional***



## 2.2 *Fundamentación teórica.*

### 2.2.1 *Antecedentes históricos*

La historia nos remonta a los 3500 años antes de Cristo, en donde el aceite esencial era de mucha práctica en aquellas épocas así en la actualidad, siendo usado para curaciones, y diversos rituales que los primitivos realizaban, basados en sus creencias, así como cuando incineraban maderas aromáticas, siendo el humo un ritual para los dioses.

Los luchadores, los guerreros, untaban sus cuerpos con estos aceites para así aliviar los dolores causados en las guerras, para alejar de ellos malas energías que fueron depositados por sus rivales, y para sentirse más fuertes.

Pasaron los años y al conocer las propiedades de los aceites esenciales, estos fueron plasmados en manuales de medicina, uno de ellos fue escrito por el emperador chino Kiwang-ti.

Los egipcios quienes descubrieron los aceites esenciales, y ellos fabricaban perfumes artesanales, siempre se sintieron maravillados con la hermosura que implica sentirse aliviado de dolores de cuerpo y del alma, como es el relajamiento, el stress, y por ello veían en los aceites esenciales, una forma natural de poder curarse, con mucha más razón si venía de la tierra, y en su estado original servía no solo como medicina, sino como ungüento al tener los más exquisitos aromas, y a la vez provoca cambios en los estados de ánimo de quienes lo usaban, sean estos como relajamiento, meditación y hasta excitación, al ser estos descubiertos por los primeros habitantes es donde se comienza a desarrollar a través de los años el uso de los aceites esenciales.

Tal es el caso que en Irak, se descubrió en el año 1975 un esqueleto que fue enterrado hace sesenta mil años de antigüedad, en donde tenía polen de milenrama, hierba cana y Jacinto, con ello se certifica que antiguamente los muertos eran enterrados con esencias naturales, para poder apaciguar los malos olores y los malos espíritus.

El modo de usarlos era por medio de la destilación, en donde calentaban en ollas de arcillas cubiertos con filtros de lino, y así el humo quedaba compenetrado en el filtro, y así se lo exprimía y era usado para medicina

El Dr. Jean Valnet, cirujano de la armada francesa, era quien curó a los soldados heridos en guerra, con ungüentos basados en aceites esenciales. En el siglo XX, el padre de la aromaterapia del siglo XX, es el químico René Maurice Gatefosse.

La francesa, Margueritte Maury suministró la técnica de masajes en el centro nervioso de la columna vertebral y en el rostro, y para los dolores reumáticos, ella no usaba la técnica de suministración por vía oral; así mismo lo usaban en centros de belleza como para embellecer y rejuvenecer la piel de las mujeres.

El papel que ha tenido los aceites esenciales, ha sido un rol muy importante en la humanidad, no solo por sus funciones sino por ser determinante en la riqueza de los pueblos, siendo aprovechada su máxima esencia, tanto como para hacer licores, tabacos, medicinas, y en los alimentos.

## **2.2.2 Tipos de aceites esenciales elaborados en el Ecuador**

En Ecuador se elaboran aceites esenciales de diversos olores, por la gran cantidad que tiene de vegetación:

- Canela.
- Cardamomo.
- Hierba Luisa.
- Eucalipto.
- Jengibre.
- Limón.
- Naranja.
- Lavanda.
- Ishpink.
- Anís.
- Mejorana.
- Pimienta.
- Orégano.
- Perejil.
- Mandarina.
- Ciprés.
- Pino.
- Cúrcuma.
- Romero.
- Palo Santo.
- Guaviduca.
- Almizclillo.

En el país existen algunas empresas productoras y procesadoras de aceites esenciales, como:

- Fundación Chankuap

- Fundación Familia Salesiana Salinas
- Agroalegre
- Agro Trading
- Aromas de Tungurahua
- Sisacuma
- Amazon aroma
- ILE
- INEXA
- JENKER S.A.
- ERPE

Para poder ser mejores en el producto terminado, Ecuador cuenta con un 60% de los cultivos de Ecuador con certificación orgánica, BCS-Alemania 3, es por ello que su compromiso en brindar productos de buena calidad y así cumplir con los estándares internacionales de calidad, como son el HACCP, son las siglas en ingles para "Análisis de riesgos y de puntos críticos de control", y bajo las normas ISO, cumpliendo lo indicado siguen las premisas de un proceso productivo adecuado.

### ***2.2.3 Ficha étnica del producto***

Es una planta herbácea perenne, originaria de los bosques monzónicos de la India Meridional, de la familia del jengibre. Etimológicamente el cardamomo proviene del griego kardamomon, yuxtaposición de kard (berro de jardín amargo) también deriva de una raíz árabe que significa (calentar) y amomon (palabra oriental que designaba un tipo de especia), proviene de la familia de zingiberáceas.<sup>4</sup>

De los rizomas nacen todas sus raíces, estando a 15 y 20 centímetros del suelo, estos son aptos para la producción en climas muy cálidos, húmedos y lluviosos. Cada fruto contiene de 4 a 36 semillas, son estas las que le dan olor y sabor al cardamomo, miden de 3

---

<sup>3</sup>Agrocalidad (2011) [www.agrocalidad.com.ec](http://www.agrocalidad.com.ec)

<sup>4</sup>Enciclopedia El Cardamomun de Guatemala (2010)

a 4 milímetros de diámetro y son de color café oscuro o negro, estas son usadas hasta en un 8% al momento de elaborar los aceites esenciales.

#### **2.2.4 Características del aceite esencial de Cardamomo**

Los aceites esenciales al ser mezclados con sustancias químicas bio-sintetizadas dan un olor a flores, árboles, frutos, hierbas, especias, semillas. Estas se oxidan al ser expuestas al aire, se extraen con destilación al ser separados del agua, al flotar por ser su densidad menor, son insolubles al agua, y el resto del agua es eliminada con sulfato de sodio; así mismo son solubles en alcohol, en ceras y aceites vegetales.

Los aceites esenciales tienen diversas sustancias naturales, siendo únicos en cada una de sus virtudes, no deben poseer químicos en su proceso de explotación, deben estar lo más libre de impurezas, para que su más fina esencia quede expuesta y pueda estar lista para su uso, es por ello que cada una puede cumplir una función específica como analgésicos, fungicidas, diuréticos, y toman un poder sobrenatural sobre los sentidos del ser humano, al ser untados sobre él.

En Ecuador se producen los aceites esenciales de los árboles como pino, eucalipto, ciprés, hierbas como la hierba luisa, albahaca, romero, menta, frutas como naranja, limón, mandarina, entre otros: palo santo, cúrcuma, cardamomo, jengibre, pimienta negra, Ishpink<sup>5</sup>, ellos producen fenoles y terpenos, siendo un proceso de autodefensa que las mismas plantas fabrican.

#### **2.2.5 Proceso de elaboración**

##### **Clima y Suelos**

Puede resistir las temporadas de lluvia, así como se adecua sus cultivos a las sombras y al sol, no es apta para estar en terreno secos, así como es importante que sea sembrada en pendiente de hasta 25%, para obtener una buena cosecha.

##### **Propagación**

---

<sup>5</sup> Ishpink.- Planta nativa de la Amazonía ecuatoriana con beneficios aroma terapéuticos, también conocida como canela amazónica.

El cardamomo se propaga por semilla y por partes de plantas. Una vez que es cosechada, se lo realiza por frutos maduros y grandes, luego estos se secan a la sombra.

## **Siembra**

La siembra puede hacerse bajo sombra, y bajo sol, pero lo recomendado es hacerlo bajo la sombra, en un bosque raleado con 50-60% de sombra.

## **Manejo de la Plantación**

### **Fertilización**

Cabe recalcar que en países como Alemania los productos que se comercializan son netamente orgánicos, basado en esta premisa, su cultivo debe ser en suelo orgánico, lo que es más aceptable para este tipo de planta porque sus productos estarán más expuesto a lo natural y no han sido realizado con químicos y sus plagas han sido eliminadas con químicos.

Para plantas jóvenes, es recomendable fertilizar básicamente con nitrógeno, dos veces al año, a diferencia de las demás que deben ser fertilizadas con nitrógeno, fósforo y potasio.

### **Cosecha**

Luego de ser cultivada la planta, su producción demora en dos años y medio o tres años, florecen marzo y abril y se prolonga hasta agosto y septiembre, después de esto se cosecha pasando cinco meses más, como por septiembre y se prolonga hasta febrero o marzo, recogiénolos de manera manual cuando alcanzan un color amarillo, siendo de fácil acceso a cosechar, por ciclos que van entre 35 a 40 días, las mismas que deben ser secadas el mismo día o máximo al día siguiente.

Se empaican en bolsas plásticas negras para que no pierdan color y se almacenan en estañones<sup>6</sup> herméticos para evitar la pérdida del aroma.

### 2.2.6 Proceso de extracción del aceite esencial.

*Figura 3. Extracción por arrastre con vapor*



Al aplicar el proceso de extracción se obtiene una materia prima libre de impurezas, y para obtener un aceite mucho más puro se vierte el destilado poco a poco, con un embudo que tenga un filtro de papel.

Al destilar la planta se lo debe hacer cuando esta esté seca, ya que si se usa fresca, no se obtendrá un buen aceite porque estará con impurezas, al contener mucílagos<sup>7</sup>.

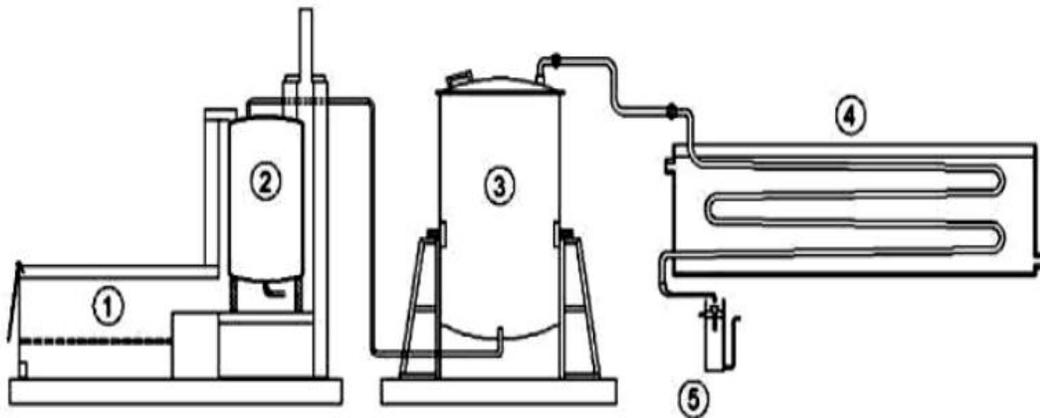
---

<sup>6</sup> Estañones.- Recipientes cilíndricos huecos que preservan el producto.

<sup>7</sup> Mucílagos.- El **mucílago** es una sustancia vegetal viscosa, coagulable al [alcohol](#). También es una solución acuosa espesa de una goma o [dextrina](#) utilizada para suspender sustancias insolubles y para aumentar la viscosidad.

Al calentar la caldera se evapora el agua y el aceite volátil, ellos se condensan en el refrigerante, el agua es colocada en el colector y luego se aísla con un embudo que tiene un grifo. Se recomienda que el arrastre de vapor deba tener una presión de 40 psi, y una temperatura de condensación de 40°C.

*Figura 4. Diagrama planta*



De acuerdo al diagrama de la planta, enunciamos que:

- 1) Hogar.
- 2) Hervidor.
- 3) Extractor.
- 4) Condensador.
- 5) Separador (Florentino).

El método de extracción con arrastre de vapor está compuesto por los siguientes elementos:

- Generador de vapor.
- Extractor.
- Condensador.
- Separador.

**Ventajas:**

- La extracción por arrastre de vapor es un proceso que asegura un producto de buena calidad.
- Rendimientos altos del aceite extraído.
- Obtención del aceite puro.
- Bajo costo.

**Desventajas:**

- Al ser sensibles al calor, no puede ser expuesto a él.
- Una operación incorrecta de este método puede producir un aceite esencial de baja calidad y con evidente aroma a tostado.

**Caldero o generador de vapor.**

Aquí se calienta el agua a una presión muy superior a la atmosférica; en donde el combustible se consume, mientras que en otro compartimiento se deja el agua separada, para ser convertida en vapor.

*Figura 5. Caldero*



## **Elementos, términos y componentes de una caldera**

- Agua de alimentación.
- Agua de condensado.
- Vapor seco.
- Vapor húmedo.
- Condensador.
- Estanque de acumulación:.
- Desaireador.
- Purga de fondo.
- Purga de superficie.
- Fogón.
- Combustible.
- Agua de calderas.
- Ciclos de concentración.
- Alcalinidad.
- Desoxigenación.
- Incrustación.
- Dispersante.
- Antincrustante.
- Anticorrosivo.
- Índice de vapor/combustible.

## **Extractor**

En un fondo falso que posee el extractor se coloca la cardomomo para que sea extraído, el proceso consiste en colocar el recipiente dentro de una cesta perforada, El sistema distribuidor de vapor se localiza debajo del fondo falso. En el fondo, posee un grifo de desagüe, para permitir la salida de vapor de agua condensado.

*Figura 6. Extractor*



**Condensador o intercambiador de calor.**

En el condensador los vapores ya están líquidos, siendo este equipo gran facilitador de separar el aceite y el agua, algo que no es tan fácil porque la unión de estos es insoluble, y es que la realiza la transferencia de calor de un fluido a otro fluido.

**El vaso separador.**

Es el recipiente donde se realiza la decantación debe ser rápida y completa. El volumen de agua condensada siempre es mayor que la cantidad de aceite.

*Figura 7. El vaso separador.*



## Recolector

Como su nombre lo indica, recoge el aceite una vez que está separado del agua, estos deben ser resistentes al material porque el aceite puede dañarlo.

## Constituyentes del aceite esencial de cardamomo

La composición del aceite al ser expuesto por extracción al vapor es la siguiente, claro está que en cada composición de la extracción del aceite depende del tipo de semilla que es su momento esté inmersa en el proceso productivo.

*Cuadro 1. Constituyentes del aceite esencial de Cardamomo*

	Método de extracción
Constituyente %	Arrastre
1,8 cineol	23.3
Sabinero	4.9
Limoneno	2.1
Alfa terpinil acetato	28.6
Alfa terpineol	2.7
Terpinen - 4- ol	14
Linalool	3.8
Beta pineno	2.9
Linalil acetato	2.3

### 2.2.7 Identificación de variables intervinientes en el proceso de extracción de aceite esencial

#### Caldero o generador de vapor

Se debe de considerar:

- Capacidad y presión requerida.
- Durabilidad
- Accesibilidad para la inspección y limpieza.

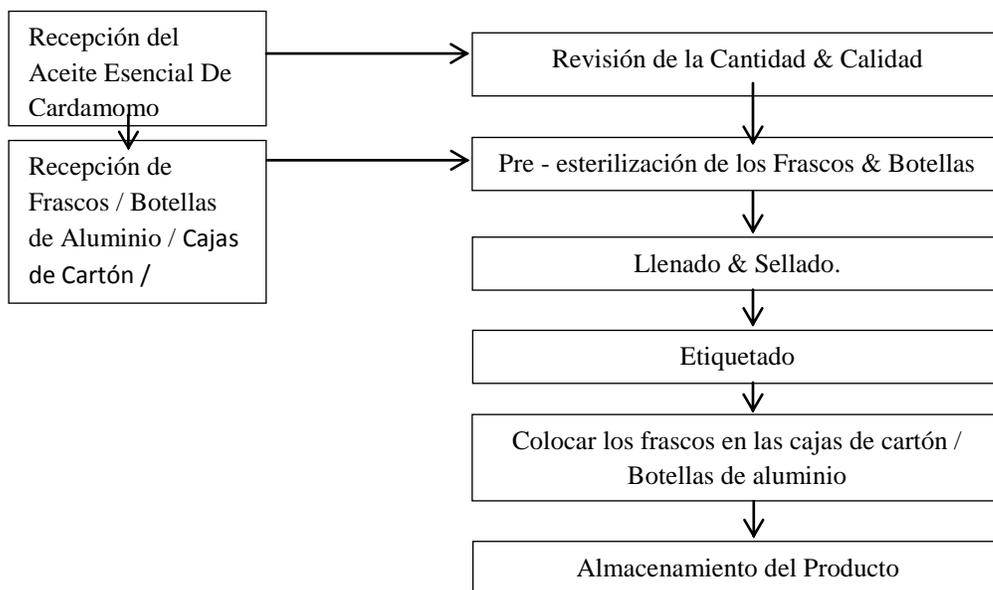
## Extractor

En el Extractor debemos considerar:

- Presión manométrica del extractor (Pman)
- Dimensiones en función de la materia prima de acuerdo al volumen de aceite esencial requerido.

### 2.2.8 Flujograma del proceso productivo realizado por la empresa

**Cuadro 2. Flujograma del proceso productivo**



**Fuente: Kuen S.A.**

**Elaborado: Cindy Yagual y Natali Burgos**

### Recepción de la materia prima

En cuanto a la materia prima, lo que es el aceite de cardomomo se lo envasará en botellas de vidrio.

### Recepción de los materiales indirectos

Se reciben los frascos, las botellas, las cajas y las etiquetas que han sido compradas a los proveedores y se realizará un conteo de las botellas, y un monitoreo de la calidad de los productos.

### **Pre-esterilizado de los frascos.**

Se procede a esterilizar los frascos con vapor, ya que no solo contamina el producto y el compuesto varia, sino que contamina el medio ambiente y es nocivo para la salud de quienes lo usan.

### **Envasado.**

La máquina de envasado está programada de tal manera que al ser llenas del producto que vendemos, no se derrame, ni quede tan llena, ni a medio llenar, sino en una cantidad exacta entre el aceite y la tapa que sella el frasco, el mismo que es de color ámbar, para así garantizar la máxima calidad del mismo.

### **Etiquetado, colocación en cajas y envío a bodega**

Se etiquetan los frascos según como se vayan llenando, y son colocados en cajas, cuya medida soportan 100 frascos de aceites esenciales de 1000 ml.

Los estándares a seguir son:

- Que cada frasco esté sellado.
- Los recipientes deben tener un espacio-vacío entre la superficie del aceite y la tapa del frasco.
- Con letra legible el frasco debe contener en su etiqueta la identidad del producto, su origen, ingredientes, peso neto y bruto, advertencias especiales, fecha de caducidad, y forma de almacenamiento.

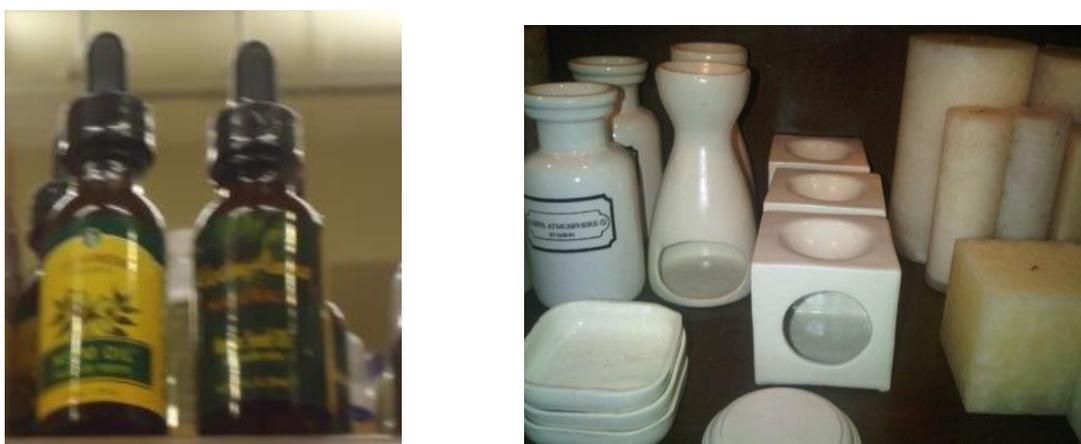
### **Bodegaje**

Las cajas deben ser almacenadas cuidadosamente en una bodega adecuada y bajo el enunciado de frágil, para que no se quiebren, en cuanto al cuidado del aceite no deben estar expuestos al calor, a la luz y al aire, la temperatura no debe ser mayor a los 30 grados.

### 2.2.9 Formas de consumo del producto.

El aceite esencial de cardamomo se vende principalmente en envases pequeños de vidrio. En aromaterapia varían entre 2 ml. y 10 ml. y en aceites corporales entre 30 ml. y 100 ml. Nuestro proyecto abarca el consumo masivo, proveer en el país de Alemania a las grandes cadenas de spa, centros de belleza y relajamiento, en donde ellos a su vez podrán venderlo a los clientes y lo usarán para las sesiones que ellos brindan, por lo cual lo comercializaremos en frascos de vidrio de 1000 ml.

*Figura 8. Forma de consumo del aceite esencial de cardamomo*



### 2.2.10 Hábitos de consumo:

Un pico de consumo se da en los meses de octubre y noviembre dándose el caso que por fechas festivas estas pueden aumentar ya que navidad y año nuevo son días en donde uno muestra a través de un regalo, el aprecio que siento por una persona, o por el simple hecho en que diciembre se juega al amigo secreto, el cual consiste en darse regalos a escondidas con una persona que ha sido elegida mediante un sorteo.

El resto de los meses la compra es no es visible ya que el consumo es solo de un mercado específico como es el estético, como en cremas, jabones y para los spa.

**Figura 9. Hábitos de consumo**



**Factores de decisión:**

Los factores de decisión de los aceites esenciales se relacionan con cuatro aspectos, en el siguiente orden:

- La fragancia.
- Su uso, sea cosmético o para la salud.
- Nivel de pureza, su naturalidad.
- Precio.

**2.2.11 Presentación y comercialización del producto**

El producto está posicionado en la mente de los consumidores en una medida de frascos de vidrios de entre 0.16 onzas y 0.5 onzas.

**Productos sustitutos y complementarios**

Dentro de los productos sustitutos están:

- El popurrí
- Incienso
- Velas
- Jabones

**Figura 10. Productos sustitutos**



### **2.2.12 Logística y transporte.**

El país de destino es Alemania, el cual cuenta con un principal puerto, en la ciudad de Hamburgo, y sus navieras más cotizadas son Hamburg Sud y Hapag Lloyd, sin embargo en el mercado existen más navieras que ofrecen excelentes precios y calidad en el servicio que ofrecen, la demanda aflora en los meses de agosto y diciembre por la tendencia al consumismo. El servicio de transporte debe ser bien negociado porque este es uno de los rubros más caros al momento de exportar los productos, en donde serán embarcadas la mercadería en el puerto, llámese al sitio en donde los barcos operan en donde se embarca, carga y viceversa.

Para nuestro proyecto el período de demora del traslado de la mercadería desde Guayaquil al puerto de Alemania varía entre 30 a 35 días. A continuación se mencionan los puertos marítimos de Alemania:

**Cuadro 3. Puertos marítimos de Alemania**

PUERTOS MARÍTIMOS DE ALEMANIA
Bremen
Bremerhaven
Brunsbüttel
Elsfleth
Emden
Hamburg
Haren/Ems
Kiel, Schleswig-holstein
Leer, Germany
Lubeck, Schleswig-holstein
Otterndorf
Rendsburg
Rostock

Fuente: Mediterranean Shipping Company <http://www.msc.com>

## 2.2.13 Logística del Ecuador al puerto de destino

Los productos comercializados desde el Ecuador, son embarcados desde el Puerto Marítimo de Guayaquil operado por la empresa Contecon Guayaquil SA CGSA, siendo pioneras en el uso de grúas en la implementación de los contenedores, mejorando los procedimientos al indicar el peso real de los contenedores a transportarse y así mejorar el tiempo de despacho de los mismos.

CGSA es una filial de International Container Terminal Services, Inc. (ICTSI), líderes en lo relacionado a puertos, es por ello que el servicio que ofrecerán será de óptima calidad.

Depende del tipo de negociación, del destino de la mercadería, y de la naviera en la que se comercialice, enunciaremos los gastos de desaduanización en Alemania. Tanto el IVA, como del 19% y los gastos de desaduanización en Alemania, se deben considerar los siguientes recargos que fluctúan dependiendo de los precios del mercado:

**BAF:** (Bunker Adjustment Factor), está relacionado directamente con el precio del petróleo, al cual se ajusta el recargo.

**CUC:** (Chasis Usage Charge), está relacionado con la movilización interna de los contenedores dentro del puerto.

**THC:** (Terminal Handling Charge), costo de la manipulación en la terminal de contenedores, el cargo dependerá del puerto.

### *Cuadro 4. Principales navieras de Ecuador*

LÍNEAS NAVIERAS DE TRÁFICO INTERNACIONAL CON DESTINO A PUERTOS EN ALEMANIA			
Razon Social:	HAMBURG SÚD ECUADOR S.A.	TRANSOCEANICA CIA. LTDA.	MAERSK DEL ECUADOR C.A.
Representate:	Sr. Marcio V. Galavoti Rocchi	Ing. Carl Riemann Schwarz	Sr. Marcos Eduardo Hansen
Dirección:	Av. Las Monjas #10 y C.J. Arosemena. Edificio Berlin Planta Baja, Bloque B.	Maleón 1401 e Illingworth. Piso 7	Av. Juan Tanca Macengo Km 1.8 y Jose Santiago Castillo S/N, Edificio CONAUTO
Teléfonos:	593-42-207989	593-42-598060	593-42-682531
Fax:	593-42-207990	593-42-598098	593-42-682533
Pag. Web:	<a href="http://www.hamburgsud.com">www.hamburgsud.com</a>	<a href="http://www.transoceanica.com.ec">www.transoceanica.com.ec</a>	<a href="http://www.maersksealand.com">www.maersksealand.com</a>
Email:	<a href="mailto:hsdg@gye.hamburgsud.com">hsdg@gye.hamburgsud.com</a> ; <a href="mailto:marcio.rocchi@gye.hamburgsud.com">marcio.rocchi@gye.hamburgsud.com</a>	<a href="mailto:transoc@transoceanica.com.ec">transoc@transoceanica.com.ec</a>	<a href="mailto:ecvadm@maersk.com">ecvadm@maersk.com</a> ; <a href="mailto:ecutopsec@maersk.com">ecutopsec@maersk.com</a>

Fuente: Organización Mundial de Comercio, OMC

## **Impuestos**

- Derechos de Aduana (promedio 4%).
- Impuesto sobre el volumen de importación (IVA: 7% comestibles y los demás 19%).
- "Derechos reguladores" (fijados por la Comisión de la UE).
- Impuestos específicos sobre el consumo (por ejemplo al contenido del alcohol, tabaco)

Las exportaciones hacia el país Alemania depende mucho de los aranceles que están impuestos en Europa, el gravamen promedio es del 4% para los productos manufacturados.

La tasas ad valorem están contenidas en el Arancel Externo Común Europeo, depende de la base para calcular los impuestos, lo que nos lleva al valor de aduana, a este se le adiciona seguro de transporte, descarga y carga hasta el punto de entrada de los bienes al área aduanera de la UE, mas el Impuesto al Valor Agregado (IVA). En Alemania el IVA es del 19% y una reducida del 7%, aplicable a los productos alimenticios, hotelería, y libros.

### **2.2.14 Medidas arancelarias y no arancelarias**

#### **Medidas arancelarias**

Estas varían de acuerdo al tipo de productos que se exportan, para los manufacturados la tasa es del 4.2%, los textiles y confecciones tienen tarifas altas y sistema de cuotas, los procesados tienen una tasa 17.3% y muchas cuotas tarifarias, provocando con ello precautelar la comercialización de sus productos.

#### **Medidas no arancelarias.**

El Reglamento (CE) N° 1234/2007 del Consejo (DO L-299 16/11/2007) indica medidas no arancelarias para productos agrícolas, y dentro de las normas impuestas en la Comunidad Europea está la excelencia de los productos que se exportan hacia Alemania, los mismos que deben tener buena calidad y presencia, y deben ser frescos.

El Reglamento (CE) n° 2406/96 del Consejo (DO L-334 23/12/1996) indica normas comunes de comercialización para productos de pesca, en donde debe tomar en cuenta calidad, talla o peso, envasado, presentación y etiquetado.

### **2.2.15 Requisitos de etiquetado.**

Como es de rigor, cada etiqueta de los productos que ingresan en Alemania debe contener en su etiqueta la procedencia, especificaciones, contenido, composición, duración, recomendaciones, y advertencias, cumpliendo así las normas establecidas que protegen al consumidor.

#### **Etiquetado ecológica europea:**

La etiqueta ecológica comunitaria, o logotipo de la flor, es la marca oficial de la Unión Europea, consiste en aquellos productos hechos de manera orgánica, en donde su proceso productivo fue realizado sin químicos, siendo estos los que menor impacto ambiental causen. Los grupos regulados son los textiles, calzado, productos de limpieza, electrodomésticos, artículos de papel.

*Figura 11. Etiqueta con logotipo de la flor*



El Reglamento (CE) n° 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-27 30/01/2010) (CELEX 32010R0066) establece los requisitos básicos para la concesión de la etiqueta ecológica.

## 2.2.16 Posición arancelaria.

Los aceites esenciales son la partida arancelaria 3301 “Aceites esenciales, incluidos los «concretos» o «absolutos»; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas.

*Cuadro 5. Posición arancelaria*

<b>Sección VI :</b>	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXAS
<b>Capítulo 33 :</b>	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética
<b>Partida Sist. Armonizado 3301 :</b>	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluido los
<b>SubPartida Sist. Armoniz. 330190 :</b>	- Los demás:
<b>SubPartida Regional 33019010 :</b>	Destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de
<b>SubPartida Nacional 3301901000 :</b>	DESTILADOS ACUOSOS AROMATICOS Y DISOLUCIONES ACUOSAS DE ACEITES ESENCIALES
<b>Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 3301901000-0000 :</b>	
<b>Codigo Producto Nacional (TNAN) 3301901000-0000-0000 :</b>	

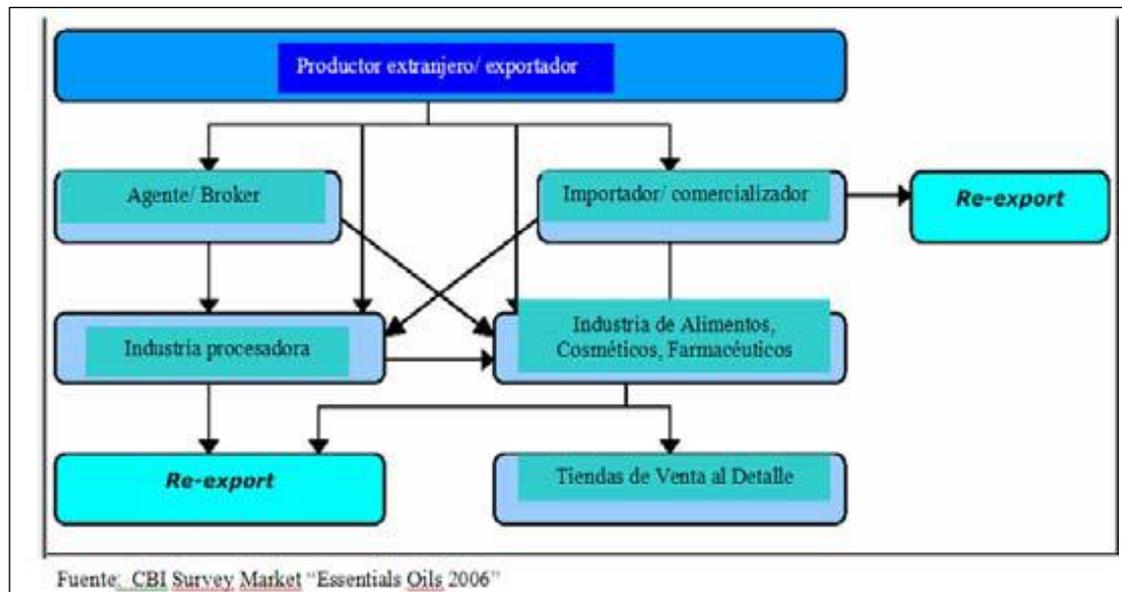
<b>Código de Producto (TNAN)</b>	0000
<b>Antidumping</b>	0 %
<b>Advalorem</b>	0 %
<b>FDI</b>	0.5 %
<b>ICE</b>	0 %
<b>IVA</b>	12 %
<b>Salvaguardia por Porcentaje</b>	0 %
<b>Salvaguardia por Valor</b>	
<b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b>	
<b>Techo Consolidado</b>	0 %
<b>Incremento ICE</b>	0 %
<b>Afecto a Derecho Específico</b>	
<b>Unidad de Medida</b>	Kilogramo Bruto (KG)
<b>Observaciones</b>	
<b>Es Producto Perecible</b>	NO
<b>Valor Fijo Adicional Arancel</b>	
<b>Aplicación Valor Fijo Adicional Arancel</b>	

### 2.2.17 Canales de distribución del aceite esencial de cardamomo

Ecuador importa el aceite esencial de cardamomo, y en el área manufacturera se adquiere el producto por medio de los importadores, usando las siguientes nomenclaturas:

- Agentes
- Importadores
- Industria Procesadora
- Producto terminado (manufactureros)

**Figura 12. Canales de distribución**



### 2.2.18 Requisitos específicos

Entre los principales certificados se pueden mencionar los siguientes:

- Certificado de Origen: Lo concede el MIPRO, en donde certifica la procedencia de la mercadería que se exporta y para acogerse a las preferencias arancelarias concedidas al Ecuador deben de seguir el al Reglamento que norma la verificación y certificación del origen preferencial de las mercancías ecuatorianas de exportación.

### 2.2.19 Requerimientos para el ingreso al mercado Alemán

Los requisitos para que los productos ecuatorianos circulen por el libre comercio dentro de Alemania sin ninguna restricción son los siguientes:

- Los enunciados en el Reglamento y política comercial de la Unión Europea.

- Leyes de Comercio Alemán.

La entidad responsable de ver que todas las leyes se cumplan es el Ministerio de Finanzas, así como promover la inversión, y la entrada de capital, siendo la Oficina Federal quien trabaja en conjunto con el Ministerio de Finanzas en sí.

**Cuadro 6. Oficinas de finanzas federales de Alemania**

Responsabilidades	Oficinas de Finanzas Federales
Ley General de Aduanas	Hamburg
Ley General Tributaria	Potsdam
Lucha contra el trabajo no declarado y el empleo ilegal	Cologne
Derechos sobre consumos específicos	Neustadt an der Weinstraße
Disposiciones específicas del tráfico fronterizo de mercancías	Nuremberg

Fuente: Alemania, Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior <http://www.oficinascomerciales.es/icex/>  
 Elaboración: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

## **CAPITULO III**

### **MERCADO**

#### **3.1 Tratamiento de las importaciones (despacho de aduanas; documentación necesaria)**

El arancel aduanero común e integrado (TARIC), da preferencias para exenciones de pago en los aranceles a los productos de acuerdo al uso que se le dé. Los principales regímenes aduaneros son:

- Depósito aduanero.- Son mercancías que están en el depósito listas para ser importadas.

- Perfeccionamiento activo.- Son mercancías que necesitan arreglo o modificación de los proveedores de los que fueron comprados, siendo importadas para ello y luego reexportadas.

- Importación temporal.- Como su nombre lo indica son mercancías importadas y luego reexportadas, todo el proceso es en un corto período.

- Suspensión arancelaria.- Es la mercadería exenta del pago de aranceles de inputs, cuando la producción es comunitaria.

- Exención arancelaria: Las exenciones están dadas en materiales educativos, científicos y personales relacionados con una mudanza.

##### **3.1.1 Documentación**

Se debe presentar tres ejemplares del Documento Único Administrativo (DUA) en la oficina de la aduana, o en el sistema automático, debe ser escrita en alemán o en inglés, según lo establece el Código Aduanero Comunitario, siendo un ejemplar para el país donde se formalizan los trámites de entrada, otro para el país de destino para efectos estadísticos y el último se entrega al destinatario con la firma de la autoridad aduanera, los datos que debe contener los tres ejemplares del DUA son:

- Datos del importador, exportador y representante. Destino aduanero (despacho a libre práctica, despacho a consumo, importación temporal, tránsito, etc.)

- Datos de identificación de las mercancías (código TARIC peso, unidades), localización y embalaje.

- Datos de los medios de transporte.

- País de origen y país de exportación.

- Información comercial y financiera (Incoterms, valor facturado, moneda de facturación, tipo de cambio, seguro, etc.).

- Lista de documentos asociados al DUA (licencias de importación, certificados de inspección, documento de origen, documento de transporte, factura comercial, etc.).

- Declaración y modo de pago de los impuestos a la importación (derechos arancelarios, IVA, impuestos especiales, etc.).

Se debe de adjuntar junto al DUA los siguientes documentos:

- Prueba de origen, normalmente utilizada para aplicar preferencias arancelarias.

- Certificado de la naturaleza específica del producto.

- Factura comercial.

- Declaración del valor en aduana.

- Certificados de inspección (sanitaria, veterinaria y fitosanitaria).

- Documento de vigilancia de la Comunidad Europea.

- Certificado CITES.

- Documentos que justifiquen la solicitud de inclusión en un contingente arancelario.

- Documentos requeridos a efectos de los impuestos especiales.

- Documentos que justifiquen una solicitud de exención del IVA.

### **3.1.2 Zonas y depósitos francos**

En Alemania existen zonas francas, que consiste en dar mercado abierto a los comerciantes al reducir los trámites aduaneros, y donde todas las mercaderías están exentas de aranceles y del IVA, tanto para países de la Unión Europea y para países que no forman parte de ella. Las zonas francas son:

- Zona I, las mercancías se mantienen bajo supervisión de la aduana en un espacio determinado.

- Zona II, aquí las mercancías se mantienen en almacenes temporales de aduanas, y la carga está sujeta a una declaración con el fin de beneficiarse del régimen.

**Cuadro 7. Zonas y depósitos francos**

ZONA LIBRE	ZONA LIBRE	DIRECCIÓN DE ADUANA
CONTROL TIPO I	CONTROL TIPO II	
Germany Freihafen Bremerhaven		Hauptzollamt Bremen
		Hans-Böckler-Straße 56
		Free zones
		D-28217 BREMEN
		Tel: 0421-38.97.0
		Fax: 0421-38.97 116
		E-Mail: poststelle@hzahb.bfinv.de
Freihafen Cuxhaven		Hauptzollamt Oldenburg
		Friedrich-Rüder-Str. 2
		D-26135 OLDENBURG
		Tel: 0441-2 10 25-0
		Fax: 0441-2 10 25 26
		E-Mail: poststelle@hzaol.bfinv.de

### 3.2 Importación temporal.

Las importaciones temporales están libres de impuestos, incluyendo el IVA, lo cual beneficia a que su salida sea de igual manera, existiendo una declaración oral o una por escrito como constancia para la aduana de los bienes a importarse, en donde se debe tener un carnet ATA (Temporary Admission).

#### 3.2.1 Licencia de importación y autorizaciones previas

Para poder exportar nuestros productos a Alemania se debe cumplir con los requisitos que ellos imponen, como es obtener el número de aduana, el cual consta de 7 dígitos y va precedido de la abreviatura “DE”. Las entidades que conceden las licencias de importación son la Oficina Federal de Economía y Control de las Exportaciones (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle - BAFA) y la Oficina Federal de Agricultura y Alimentación (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung - BLE). Así mismo se debe ver las tasas de derecho de aduana y sus normas.

### **3.2.2 Requisitos Sanitarios / Fitosanitarios.**

Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) y la Comisión del Codex Alimentarius, son quienes velan por la seguridad alimenticia y que se cumpla con la protección al medio ambiente, así como la protección al consumidor, siendo así que el riesgo de la propagación de plagas se vea disminuido, y erradicar las enfermedades de los animales de los países a los que se importo, a través de un muestreo y análisis de la composición zoonosológicas, y de las fuentes de proteínas. Quienes no son de la Unión Europea deberán cumplir con:

- Las verificaciones veterinarias.
- Las normas sanitarias.
- Los países desde los que se permite importar.
- Las inspecciones el control de enfermedades.
- La comercialización de ciertos productos.

Los reglamentos fitosanitarios son muy estrictos en cuanto a la comercialización de semillas y material de propagación para la agricultura, la horticultura y la silvicultura, siendo de mucho cuidado que productos se exportan, debido a los rigurosos reglamentos que imparten para obtener un buen nivel de alimentación.

### **3.2.3 Requisitos para muestras**

Los productos que son para muestras, no deben de superar los 250 Euros por remesa de importación para productos industrializados, y 50 Euros cuando son alimentos, y deben de tener la leyenda de muestra gratis, para así evitar que sean vendidos, con esto se incentiva el comercio, siempre que los exportadores se rijan al sistema ATA (Temporary Admissions), es un convenio internacional de Aduanas administrado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

### **3.3 Requisitos específicos para productos Ecuatorianos con potencial**

Las normas y reglamentos internacionales que exige la Unión Europea para que los productos ecuatorianos ingresen a Alemania son:

- Requisitos fitosanitarios.
- Zoosanitarios.
- Normativas de envase.
- Etiquetado y embalaje.
- Normas de calidad.
- Reglamentos de transporte y seguridad.
- Normativas ambientales.

### **3.3.1 Requisitos arancelarios, (sistema arancelario, aranceles promedio aplicados, preferencias arancelarias al Ecuador).**

El sistema arancelario funciona de manera que está promulgado a nivel general con diversos países, los códigos de las partidas arancelarias, las mismas que están formadas por ocho códigos, que es una clasificación internacional estandarizada, siendo compatibles con el Sistema Armonizado (SA).

Es por ello que debe de existir un correcto uso de los productos que se adquieren para así estar protegidos de multas, y sanciones de cualquier índole por la Aduana, además de gozar con las ventajas en los aranceles, producto de los acuerdos con los países integrantes del Mercosur, impulsando los tratados de libre comercio con Perú y Colombia, y aprovechar los acuerdos bilaterales de Brasil.

### **3.3.2 Requisitos de embalaje y etiquetado.**

Se debe averiguar todo aspecto aceptable de las etiquetas del país en donde se venderá el producto o servicio, y las demás regulaciones del producto que se den en el mercado, depositadas en el Codex Alimentarius Commission (CAC) 49, según el BLE (Agencia Federal para la Agricultura y Alimentos), antes de iniciar el negocio y de exportar la mercadería, o exportar alimentos, existiendo una protección sobre los alimentos, para así velar por el bienestar de los consumidores.

### **Cualidades y tendencias y funcionalidad de los envases**

- Envases con función ecológica.
- Envases de tipo liviano.
- Presentar envases que identifiquen la individualidad al producto.
- Cualidades distintivas del diseño.

### **3.3.3 Requisitos del Comprador**

Uno de los factores más influyentes al momento de consumir en el mercado alemán, es el factor preocupante, presente en la actualidad como es el del medio ambiente, se enfocan mucho si el producto ha sido procesado de manera ecológica, no impera el diseño, ni los colores, siendo los grupos influyentes, tanto el medio ambiente, como el precio

### **3.3.4 Condiciones de Pago y Compra**

Las condiciones de pago deben ser acordadas entre el comprador y vendedor, y según las condiciones negociadas, serán por FOB (Free On Board) y CIF (Cost, Insurance and Freight), siendo el Banco Federal quien absorbe la información de los cobros y pagos emitidos por todas las instituciones bancarias, los mismos que están bajo la autoridad del Ministerio de Finanzas, el cual regula a la aduana.

#### *3.3.5 ¿Cómo obtener un Certificado de Origen?*

Pasos a seguir:

1. Registro en el Sistema de Identificación Previa a la Certificación de Origen en la página web del MIPRO.
2. Visita de verificación en la empresa productora si se trata de la primera exportación o si existe perfil de riesgo que puede motivar observaciones de las aduanas de destino.
3. Elaboración del informe técnico, para ver si el producto cumple con las reglamentaciones, esto lo elabora el funcionario delegado.

4. Una vez aprobado, se deberá cancelar el valor del Certificado de origen (USD 10.00) en la Dirección de Gestión Financiera y retira los formularios en la Dirección de Operaciones Comerciales.

6. El usuario llena los datos del Certificado de origen y presenta en la Dirección de Operaciones Comerciales el certificado, junto a los documentos.

7. El funcionario habilitado revisa el contenido del certificado de origen, verifica la información con otros documentos como la factura, luego procede a legalizar el certificado de origen, a través de la firma y sello que se encuentra registrado en las Aduanas de los países de destino.<sup>8</sup>

Los certificados de origen son emitidos por y para los siguientes acuerdos comerciales:

***Cuadro 8. Emisoras de certificados de origen***

Institución Emisora	Acuerdo Comercial y Sistemas de Preferencia Arancelarias
El MIPRO (Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato)	Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC)
El MIPRO (Cuenca)	Acuerdo Comerciales: SGP de procedencia a terceros países, CAN, ALADI y MERCOSUR.

### **3.4 Requisitos de Exportación Sanitarios, Fitosanitarios y Reglas de Origen**

Para poder exportar los aceites esenciales, siendo estos productos naturales sin ningún químico externo, se deberá contar con el Registro Sanitario, el mismo que deberá ser emitido en el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez” del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, como lo designa el código de salud de los alimentos procesados o aditivos, medicamentos en general, productos naturales procesados, siendo sancionados quienes incumplan con esta ley, ya que demuestra que el producto no tiene una clara procedencia de su proceso.

---

<sup>8</sup>Proecuador (2012) [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)

### **3.4.1 Declaración de Exportación**

Todas las exportaciones deben presentar electrónicamente la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema implementado por el SENA E, en conjunto con:

- Factura comercial original.
- Licencias/Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Documento de Transporte (Copia No Negociable) <sup>9</sup>

### **3.4.2 Trámite en aduana.**

Ecuapass, el nuevo sistema de la aduana agiliza el trámite de una exportación al interior de la aduana. Se realiza la DAE, y luego se obtiene el AISV (Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos) y se ingresa la carga a Zona Primaria. . La DAE finaliza con el ingreso al Ecuapass de la información que contiene el documento de transporte, por parte de las empresas navieras y consolidadoras de carga.

**Aforo.-** Lo realiza la administración aduanera al verificar físicamente el documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercadería.

### **3.4.3 Regímenes Aduaneros de Exportación**

**Exportación a Consumo.-** Régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

## **Herramientas De Las Negociaciones Internacionales**

- Cotización de Exportación.
- Instrumentos y condiciones de pago.

### **3.5 Cotización De Exportación**

La cotización debe contemplar lo siguiente:

---

<sup>9</sup>SENAE (2012) [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

- a) **Objeto:** Contiene las características del producto.
- b) **Formas de pago:** Es según el acuerdo logrado entre las partes involucradas.
- c) **Producto y embalaje:** Se especifica el tipo de protección para que el producto llegue a su destino en buen estado.
- d) **Entrega de la mercancía:** Dependerá del tipo de INCOTERM que utilice.

## **Instrumentos y Condiciones de Pago**

Muchas se hacen por cartas de crédito, siendo una promesa de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante), ante una persona (beneficiario). Existen diferentes modalidades:

- Revocable
- Irrevocable
- Notificada
- Confirmada
- A la vista
- A plazo
- Transferible.

Si el pago de sus exportaciones es mediante carta de crédito y no conoce al cliente, exija que la carta de crédito documentaria sea irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.

**a) Cuenta abierta:** Para el pago se realiza una transferencia bancaria, consistiendo en enviarle al importador toda la documentación y al tenerla, es cuando se procesa el pago.

**b) Cobranza bancaria internacional:** Orden que un vendedor gira a su banco para cobrar al comprador una determinada suma, contra la entrega de documentos enviados.

### 3.5.1 Procedimientos para Exportar desde Ecuador

*Figura 13. Pasos para exportar*



Fuente: Proecuador

#### **Paso 1**

Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.

#### **Paso 2**

Obtener firma digital o TOKEN.

#### **Paso 3**

Registrarse como exportador en ECUAPASS<sup>10</sup>

### 3.5.2 Fase Pre- Embarque.

*Figura 14. Pre-Embarque*



<sup>10</sup>Banco Central del Ecuador (2012) [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Los documentos que deberá completar el exportador previo al embarque serán los siguientes:

- Factura comercial original.
- DAE (Declaración Aduanera de Exportación)
- Lista de empaque.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (Preferencial o no preferencial dependiendo del país al cual se exporte)
- Documento de Transporte multimodal Vía Marítima= Bill of Loading / Vía Terrestre = Carta de Porte Internacional (CPI)/ Vía Aérea= Guía Aérea).

#### **Requisitos para ser Exportador en la ADUANA**

- Tener RUC.

#### **3.5.3 Obtención del Certificado de Firma Electrónica (Token)**

El Ruc es muy importante, porque se podrá identificar a una persona que trabaje, acto verificado por el Operador de Comercio Exterior (OCE); siendo los que certifiquen, el ente regulador como es CONATEL-SENATEL.

El certificado de firma electrónica es otorgada por el Banco Central, la empresa Security Data y la Cámara de Comercio.

*Figura 15. Contenedor del Certificado Digital Token*



### **Características:**

- Dispositivo Seguro (PIN)
- NO es una Flash –NO almacena datos
- Vida útil 10 años

### **Certificado de Persona Natural:**

- a) Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros,
- b) Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares la libreta militar).
- c) Factura de luz, agua o teléfono del domicilio de cualquiera de los últimos tres meses, que certifique la dirección domiciliaria.
- d) Registro único de contribuyentes (RUC) en caso de tenerlo
- e) Registro único de proveedores (RUP) en caso de tenerlo
- f) Ser persona física y mayor de edad.
- g) Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad.

### **Certificado de Persona Jurídica:**

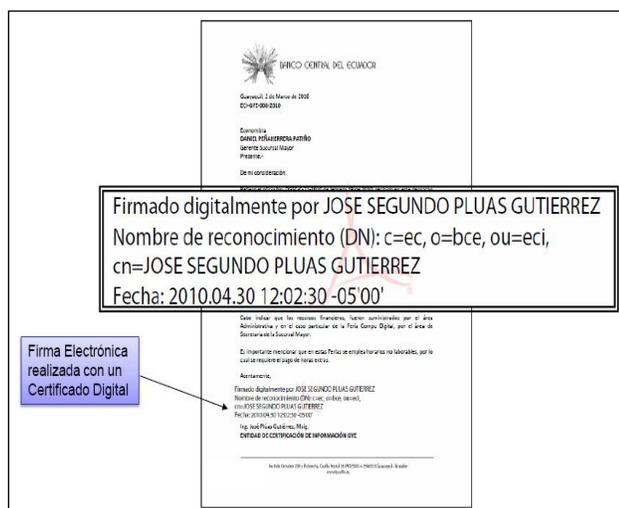
- a) Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros,
- b) Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares la libreta militar).
- c) Original o copia certificada y legible del nombramiento o certificado laboral que certifique el cargo de la persona, actualizado, firmado por el representante legal o emitida por el departamento de recursos humanos de la entidad solicitante.
- d) Registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa
- e) Registro único de proveedores (RUP) en caso de tenerlo
- f) Original o copia certificada y legible del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.

- g) Original o copia certificada de constitución de la Empresa solicitante en la cual conste el nombre de la persona o las personas que llevarán la representación legal de la misma (notariada)
- h) Autorización firmada por el representante legal, donde conste el número, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa para emisión de certificado de Firma Electrónica.
- i) Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad.

**Certificado de Representante Legal:**

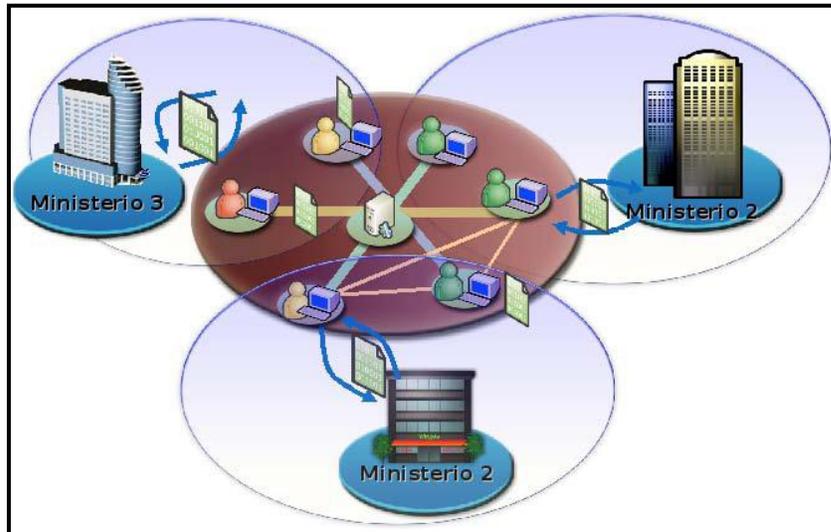
- a) Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros,
- b) Papeleta de votación actualizada, (para extranjeros, certificado de empadronamiento y para militares la libreta militar).
- c) Registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa
- d) Registro único de proveedores (RUP) en caso de disponerlo
- e) Original o copia certificada y legible del nombramiento del representante legal adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- f) Original o copia certificada de constitución de la Empresa solicitante en la cual conste el nombre de la persona o las personas que llevarán la representación legal de la misma (notariada)
- g) Presentarse físicamente en la entidad que emitirá el certificado para firmar el contrato y validar la identidad

**Figura 16. La Firma Electrónica**



### 3.5.4 Quipux envío y recepción de documentos electrónicos

*Figura 17. Recepción de documentos electrónicos*



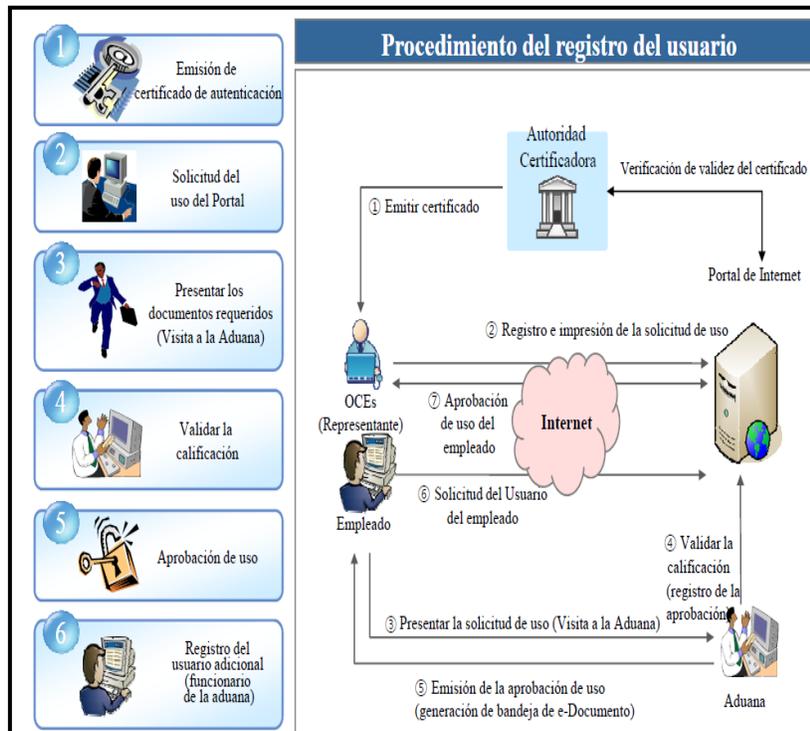
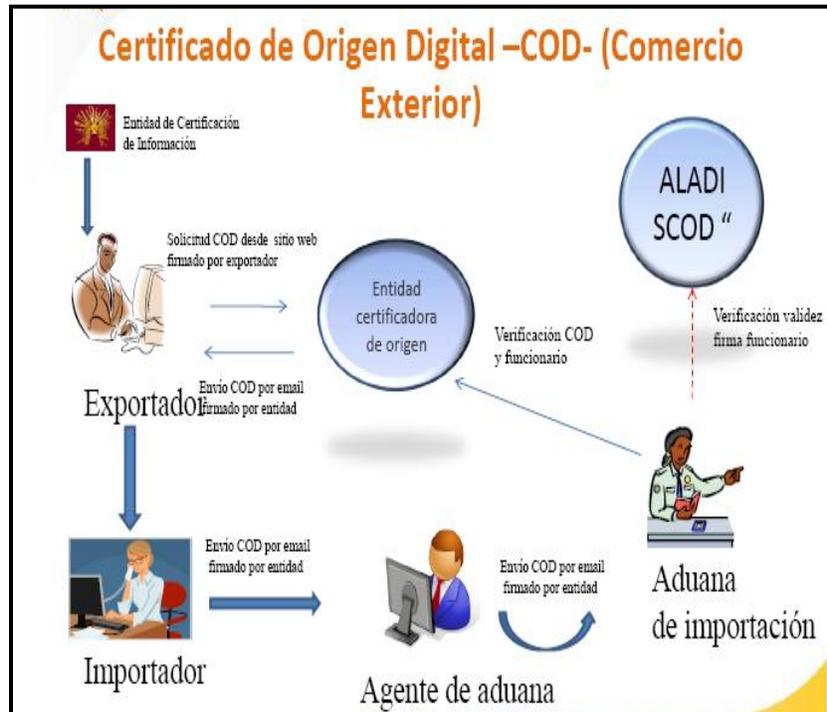
**Beneficios:**

*Figura 18. Beneficios de la firma electrónica*

- Acceso Web,
- Interconectado con las entidades del estado
- Firma Digital (seguridad) inviolabilidad de la información
- Tiempo de entrega y recepción **inmediata**
- Cero Papeles
- Ahorro de espacio físico, costos operativos, costo de recursos
- Agilita la gestión de documentos en el sector público

### 3.5.5 Proceso para registrarse en el Ecuapass.

Figura 19. Para registrarse en el Ecuapass



**Figura 20. Solicitud del Uso- Representante Legal**

**Solicitud del uso(Representante)** ◀ ▶ ↻

**Información de empresa**

\* RUC empresa  Consultar

Razón Social

Dirección de empresa

Teléfono empresa

**Información de representante**

\* ID.usuario  Comprobar disponibilidad

\* Doc. Identificación RUC  Comprobar disponibilidad

\* Nombre Usuario

\* Contraseña  \* Confirmación de Contraseña

\* Preguntas de Clave1 ¿Mes que te casaste?  \* Respuesta de Clave1

\* Preguntas de Clave2 ¿Iglesia donde se casó?  \* Respuesta de Clave2

\* Preguntas de Clave3 ¿Nombre de su ciudad preferida?  \* Respuesta de Clave3

\* Dirección

\* Teléfono1  Teléfono2

Celular  Porta  Fax

\* Correo Electrónico

\* Confirmación de correo electrónico

Posición  Representantes  SENA E Correo Electrónico

\* Recibir correo Electrónico  Recibir  No recibir  Recibir mensaje SMS  Recibir  No recibir

Tipo de OCEs  Agente de Aduana  Agregar Eliminar

No	Código de OCEs	En el informe se clasifican	Solicitar nuevo código

Identificación única de certificado digital  🔍

<input type="checkbox"/>	Nombre del archivo	Tamaño de archivo	Adjuntar archivo
<input type="checkbox"/>			KByte <input type="button" value="Cargar"/> <input type="button" value="Descargar"/>

Tamaño total de : Agregar Eliminar

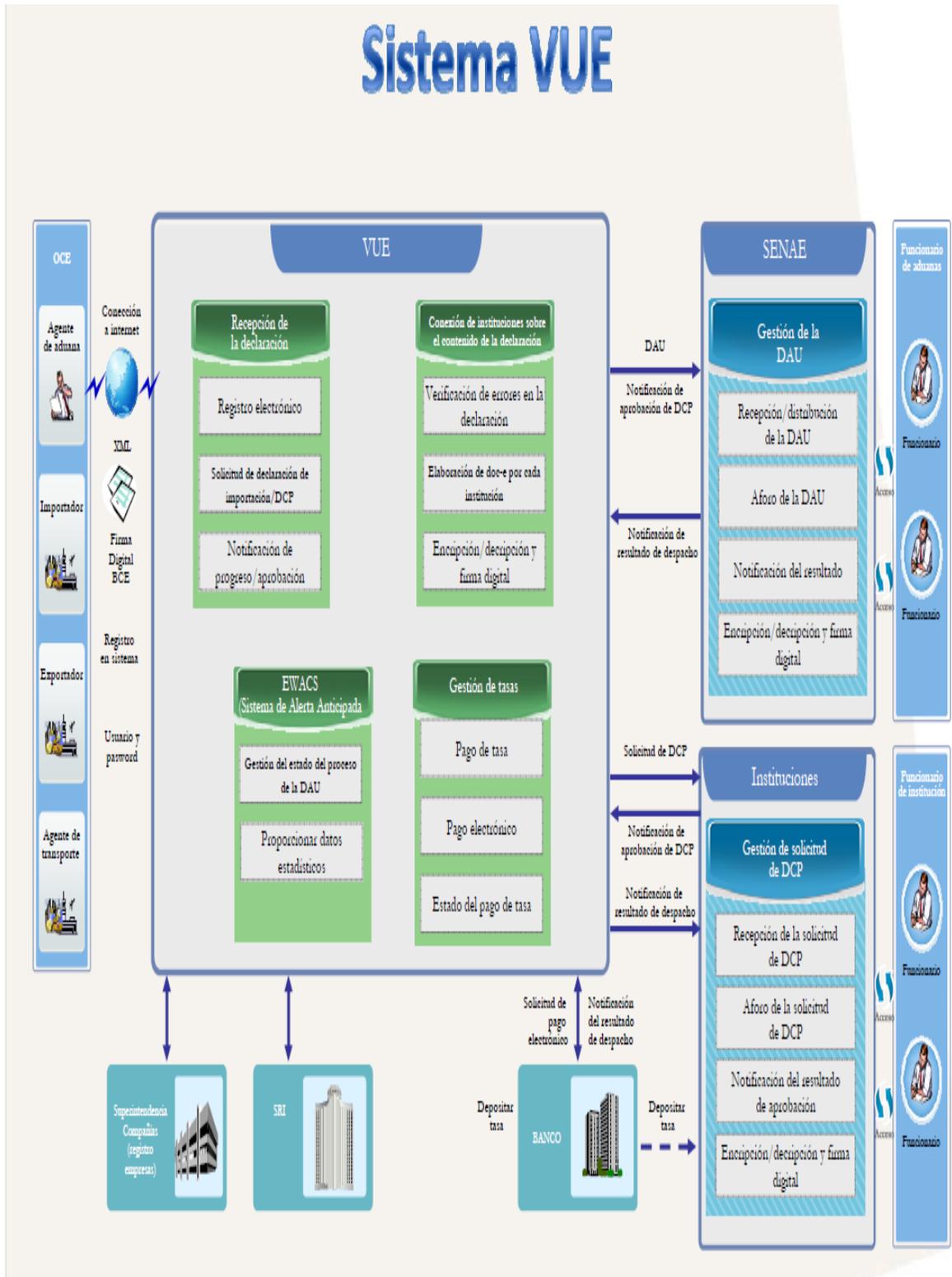
**Registrar**

### 3.5.6 Sistema ventanilla única ecuatoriana

#### Beneficios

1. Ahorro de tiempo de procesamiento de solicitud de un DCP
2. Reducción de costos y tiempos relacionados con los traslados físicos por parte del importador/ exportador para realizar el tramite
3. Eliminación de privilegios y tratos preferenciales no justificados
4. Minimizar pasos o documentos anexos del tramite
5. Incremento del alcance geográfico del tramite
6. Permitir acceder las 24 horas los 365 días del año
7. Permitir hacer seguimiento del estado del tramite (trazabilidad).

Figura 21. Sistema ventanilla única ecuatoriana





**Figura 23. VUE- Certificado De Origen**

Proceso de trámite de soporte de Usuario | Página Web de SENA | Guía del uso | Mi página **Cerrar sesión**

**Ecuapass**

Tramites operativos | Servicio de Informacion | Soporte al Cliente | Ventanilla Única

Menu izquierdo | Ventanilla Única > 4.4 Elaboración de CO | Soporte de Usuario

### Solicitud Tramites

MIPRO

Certificados de Origen SGP	Seleccionar
Certificados de Origen ATPDEA	Seleccionar
Certificados de Origen CAN/ALADI	Seleccionar
Certificados de Origen CAN/MERCOSUR	Seleccionar
Certificados de Origen ACE65	<b>Seleccionar</b>
Certificados de Origen Terceros Países	Seleccionar
Certificados de Origen Acuerdo de Cartagena	Seleccionar
Modulo de Subida en Lote Para Certificados de Origen	Seleccionar

**Figura 24. VUE- Certificado De Origen SGP**

Proceso de trámite de soporte de Usuario | Página Web de SENA | Guía del uso | Mi página **Cerrar sesión**

**Ecuapass**

Tramites operativos | Servicio de Informacion | Soporte al Cliente | Ventanilla Única

Menu izquierdo | Ventanilla Única > 4.4 Elaboración de CO | Soporte de Usuario

### Certificado SGP

Propietario | Información | Productos | Localización | Enviar

\* Número de documento: --Selección-- [ ] [ ] [ ] **Consultar**

Co Owner

:: Selección del propietario del certificado : Identifique si el certificado a generar es para usted o para uno de sus apoderados

\* RUC: --Selección--

**Guardar temporal** **Traer** **Enviar certificado**



### 3.6 Etapa post embarque

#### 3.6.1 Alternativa en el Registro de Operaciones con la Entidad Exporta Fácil.

Si bien es cierto PRO ECUADOR es la entidad pública, adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio e inversión, también existe la entidad Exporta Fácil que ayuda a fomentar las exportaciones, a las pequeñas, medianas y grandes empresas.

### 3.7 Modalidades de exportación

#### Servicio EMS

##### Descripción

Es el envío más rápido, en donde por medio de un código de barra que está en la guía de envío, se indica que debe ser considerado de alta prioridad, y por medio de este código se puede realizar un rastreo del paquete, el cual debe ser hasta 30 Kg cada paquete.

*Cuadro 9. Tiempo de entrega de paquete EMS*

<b>EMS INTERNACIONAL</b>		
<b>Trayecto</b>	<b>Tiempo Mínimo</b>	<b>Tiempo Máximo</b>
<b>América</b>	4	5
<b>Europa</b>	6	7
<b>Resto del Mundo</b>	8	10

#### Servicio certificado

##### Descripción:

El envío de este paquete es preferencial, y así mismo se rastrea el equipo por medio del código de barra.

**Pequeño Paquete:** El paquete puede pesar hasta 2 (dos) kilos a nivel internacional.

**Encomienda Postal:** Depende del peso aceptado por el país.

*Cuadro 10. Certificado internacional*

<b>CERTIFICADO INTERNACIONAL</b>		
<b>Trayecto</b>	<b>Tiempo mínimo</b>	<b>Tiempo máximo</b>
<b>América</b>	7	8
<b>Europa</b>	9	11
<b>Resto del mundo</b>	12	13

### 3.7.1 Proceso de exportar por medio de Exporta Fácil

#### Características.

*Cuadro 11. Certificado internacional*



- Una Declaración Aduanera Simplificada (DAS) corresponde a 1 exportación.
- Las exportaciones podrán tener un valor declarado de hasta USD \$5000 (FOB).
- Los paquetes pueden ser hasta 30 kilos por cada exportación.

### **Seguro Obligatorio.**

El seguro privado es obligatorio para productos exportados cuyo valor FOB superen los USD\$50, el cual lo cubre de todo siniestro, estando asegurado ante cualquier eventualidad, el valor a pagarse depende de la tasa que cobra el seguro, junto a un porcentaje de deducible, valores que son normales porque toda compañía de seguros lo cobra.

### **Embalaje**

Cada cliente debe embalar sus productos dependiendo del material que esté elaborado y de que es lo que se va a exportar, teniendo en cuenta siempre las medidas de seguridad para que lleguen en buen estado a su destino, siendo su peso máximo de 31,50. Si no dispone de embalaje se debe adquirir cajas en Correos del Ecuador de los siguientes tamaños:

- Pequeñas: 25x25x15
- Medianas: 40x30x20
- Grande: 45x70x52

### **Restricciones y Prohibiciones**

Objetos prohibidos para exportar en general:

1. Dinero.
2. Armas de Fuego
3. Drogas o Estupefacientes

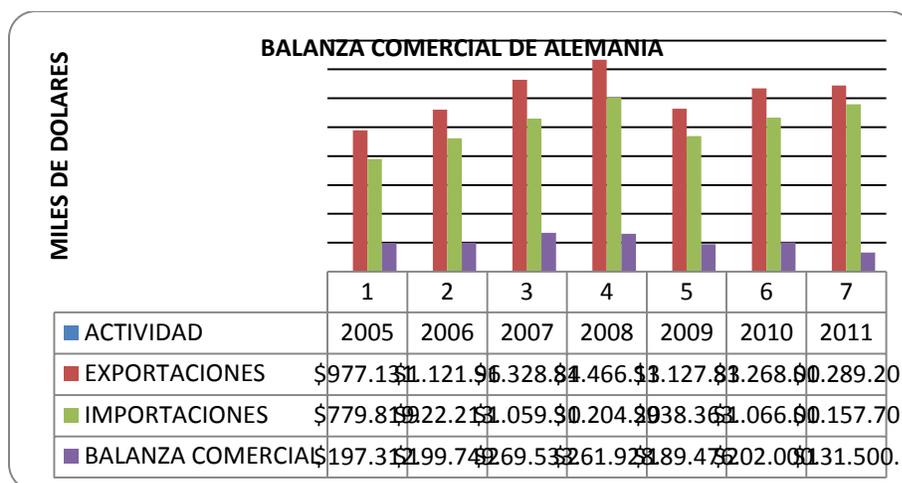
### **3.7.2 Comercio Exterior de Alemania**

#### **Evolución reciente y consideraciones generales.**

Alemania es un país muy estricto en hacer cumplir sus reglas al momento de importar productos, sobre todo los alimenticios por la excelente calidad que exigen de ellos, siendo así un gran importador en la escala económica, ocupando un tercer lugar en el mundo.

Si bien es cierto, desde muchos años fue el primer exportador mundial, hasta que China ocupó en el año 2009 el primer lugar. Las exportaciones retrocedieron en 2009 un -17,9% y las importaciones en -16,4%.

**Figura 27. Balanza comercial de Alemania**



Fuente: Banco Central del Ecuador

### Participación en feria y exposiciones de Alemania

Es el país de mayor concentración de ferias internacionales, al reunirse los líderes más importantes de diversos sectores, esto constituye un lugar cotizado para asistir porque influye en tener una buena penetración en el mercado, y el exportador puede dar a conocer el producto a venderse, y a la vez medir el nivel de competencia al que estaría expuesto

Las ferias internacionales a la que asistiremos son:.

#### **AGRITECHNICA - Exposición internacional sobre tecnología agrícola**

**Lugar:** Hannover, Baja Sajonia

**Fecha:** del 10. - 19.11.2013

**Periodicidad:** bienal

**Página Web:** [www.dlg.org](http://www.dlg.org)

### **ANUGA FOODTEC - Feria internacional sobre tecnologías de productos alimenticios y bebidas**

**Lugar:** Colonia, Renania del Norte-Westfalia

**Fecha:** del 24. - 27.03.2015

**Periodicidad:** trienal

**Página Web:** [www.anugafoodtec.de](http://www.anugafoodtec.de)

### **BIOTECHNICA - Feria internacional sobre biotecnología**

**Lugar:** Hannover, Baja Sajonia

**Fecha:** del 08. – 10.10.2013

**Periodicidad:** anual

**Página Web:** [www.biotechnica.de](http://www.biotechnica.de)

### **CEMAT Hannover - Feria internacional de Logística Intra-empresarial**

**Lugar:** Hannover, Baja Sajonia

**Fecha:** del 19. - 23.05.2014

**Periodicidad:** trienal

**Página Web:** [www.cemat.de](http://www.cemat.de)

### **3.7.3 Exportaciones de Alemania**

#### **Oferta**

Alemania comercializa a la UE.15 productos industrializados que generen valor agregado, y con ello se posesiona como uno de los países más importantes del comercio internacional. Siendo así que para el año 2013, Alemania espera invertir en Ecuador dentro de todos los sectores que este posee, como lo enunció, el Presidente de la República del Ecuador, Rafael Correa “Siempre hubo la voluntad política de concretar un acuerdo con la Unión Europea (UE), que no es un acuerdo de libre comercio, por eso nos hemos demorado tanto”

Marco Albuja, Viceministro de Relaciones Exteriores e Integración Política, señaló que son “tres los instrumentos que se pueden negociar y que son válidos”. El primero se refiere al TLC, “con el que el Presidente ha sido enfático en indicar que no se lo firmará”.

El segundo tiene que ver con los Acuerdos Comerciales para el Desarrollo, que incluyen los ámbitos de negociación política, de cooperación bajo el nuevo esquema que plantea el país y comercial, que es similar al que plantea la Organización Mundial del Comercio (OMC), para lo cual “hemos desarrollado un instrumento que se llama Convenio de Inversiones para el Desarrollo (CID)”. Finalmente, están los Contratos de Inversión, “que están muy arraigados en la cultura de la inversión”.

**Figura 28. Inversión extranjera en el Ecuador**

**Inversión extranjera en el Ecuador (1)**

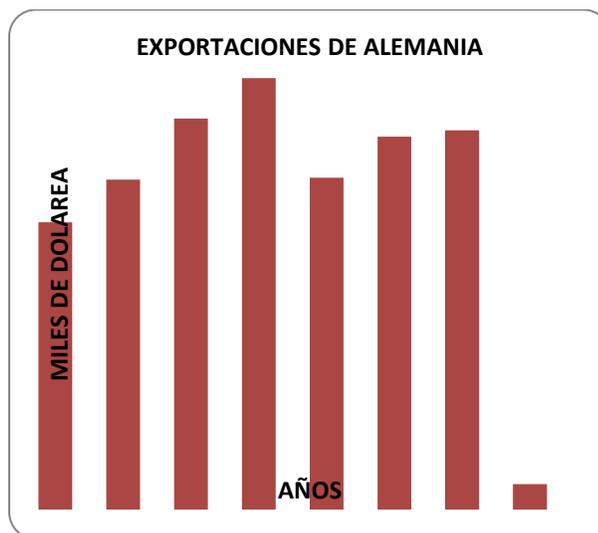
Sector	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Industria manufacturera	1.235,74	3.660,22	141,00	11.885,64	5.646,91	450,00	670,00	1,80	3.793,94	2.539,72
Servicios prestados a las empresas	0,36	31,67	12,64	3,79	1,52	11,43	19,36	831,72	427,77	2.406,88
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	0,00	0,31	0,00	8,97	1,60	1,38	0,50	0,00	0,00	8,78
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	23,25	4,15	1,98	1.457,00	3.206,73	24,36	75,91	54,56	0,20	1,63
Servicios comunales sociales y personales	0,00	0,00	5,20	0,00	11,22	0,00	0,18	0,00	7,54	0,80
Electricidad, gas y agua	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,24	0,50
Construcción	0,40	0,00	0,00	0,49	0,00	10,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Exploración de minas y canteras	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Comercio	3.075,05	168,70	646,97	-1.610,09	3.130,59	2.982,68	8.388,53	-2.298,29	-4.598,17	-6.336,70
<b>Total</b>	<b>4.334,80</b>	<b>3.867,05</b>	<b>807,79</b>	<b>11.745,81</b>	<b>11.998,57</b>	<b>3.479,84</b>	<b>9.154,48</b>	<b>-1.410,22</b>	<b>-368,49</b>	<b>-1.378,39</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador - Diseño editorial másQmenos.

El año pasado se cumplió 125 años de relaciones bilaterales entre Ecuador y Alemania, en donde los acuerdos comerciales se han firmado con ambos países para incentivar la producción y así cooperar entre ambos.

**Principales productos exportados:** automóviles, maquinarias, químicos, metalúrgicos, electrotécnicos, óptica y medicinal, telecomunicaciones, etc.

**Figura 29. Exportaciones de Alemania.**



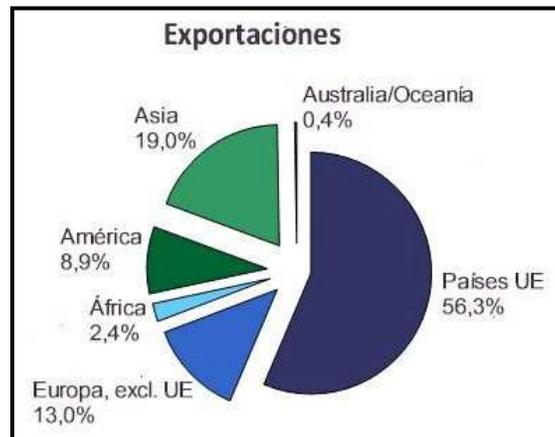
### **Principales socios comerciales globales (importaciones + exportaciones)**

- Francia (9,2%).
- Países Bajos (7,6%).
- EE.UU. (6,3%).
- China (6,2%).
- Italia (6,1%).
- Reino Unido (5,8%).
- Austria (5,2%).
- Bélgica (4,8%).
- Suiza (4,3%).
- Polonia (3,7%).

### **Destinos de las Exportaciones alemanas.**

Del total de las exportaciones alemanas realizadas en el año 2011, Ecuador representa un 0.04%, no obstante el primer lugar es Francia, por el valor de € 101.554,7 millones, y sus importaciones fueron € 66.464,4 millones, siendo las exportaciones más altas que las importaciones, entre el 9.6% y 7.3% respectivamente. Estados Unidos se sitúa en un lugar muy importante para las exportaciones de Alemania, ocupa un 7%, de bienes exportables.

**Figura 30. Exportaciones alemanas**

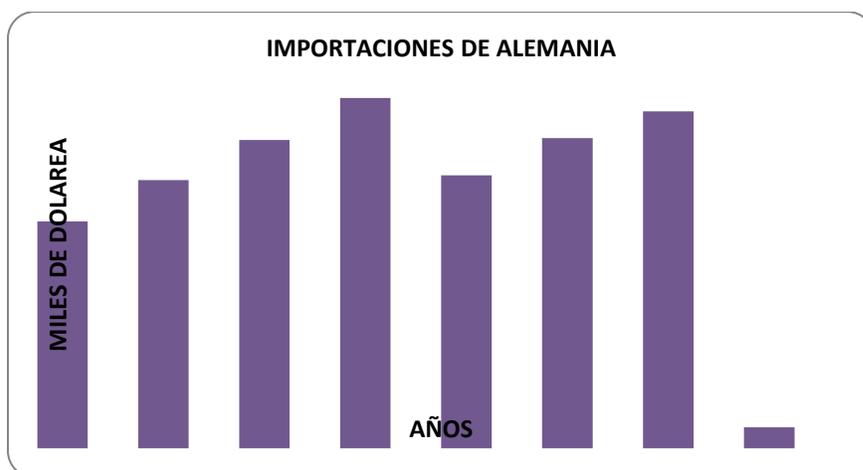


### 3.8 Importaciones desde Alemania

**Cuadro 12. Importaciones desde Alemania**

Importaciones totales	USD 1,260,297,537 miles (2011)
Importaciones per cápita	USD 15,501 (2011 est.)
Principales productos importados	Petróleo crudo, destilados de petróleo, gas natural, medicamentos preparados, barcos, computadores, partes de aeronaves
Principales proveedores	China, Holanda, Francia, Estados Unidos de América, Italia, Reino Unido, Austria, Suiza.

Fuente: International Trade Center TRADEMAP

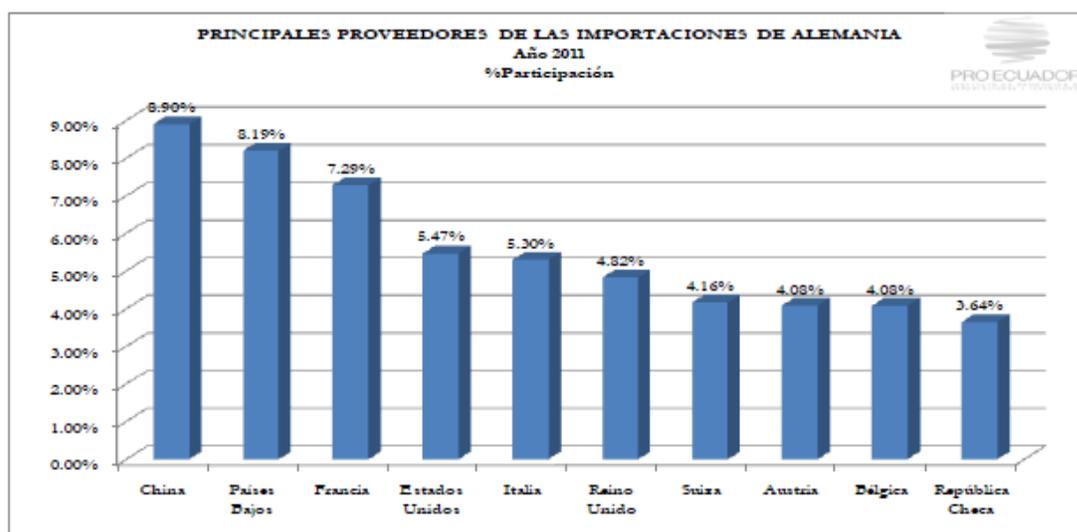


Fuente: International Trade Center TRADEMAP

### Principales proveedores de las importaciones de la República Federal de Alemania

En el año 2011, Ecuador proveyó de bienes hacia Alemania en un 0.06%, donde los países bajos ocupan un lugar importante del 8.19%, y China en primer lugar con un 8.90%, demostr

*Figura 31. Importadores de Alemania*



Fuente: International Trade Center TRADEMAP, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)  
 Elaboración: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

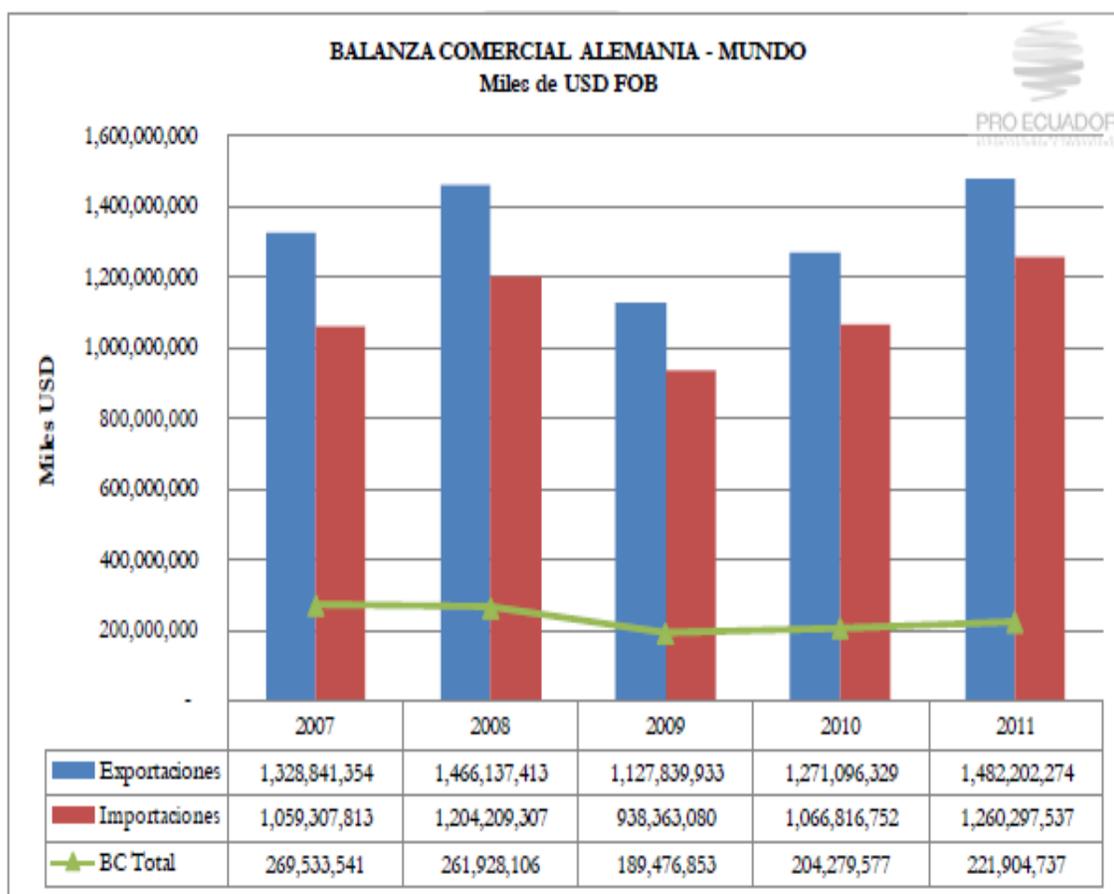
### 3.9 Situación de la Balanza Comercial entre Ecuador – Alemania.

#### Balanza Comercial de Alemania

Su liderazgo, basado en la más grande tecnología al realizar maquinarias, materiales eléctricos, vehículos, y productos químicos, lo ha llevado hasta convertirse en la cuarta potencia mundial, basado en su gran poder de negociación son un miembro muy activo y fuerte de la Unión Europea.

Mostramos la balanza comercial de 5 años, desde el año 2007 al 2011, en donde vemos el desarrollo predominante al tener superávit en su balanza comercial.

*Figura 32. Balanza comercial de Alemania*



Fuente: International Trade Center TRADEMAP, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Elaboración: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

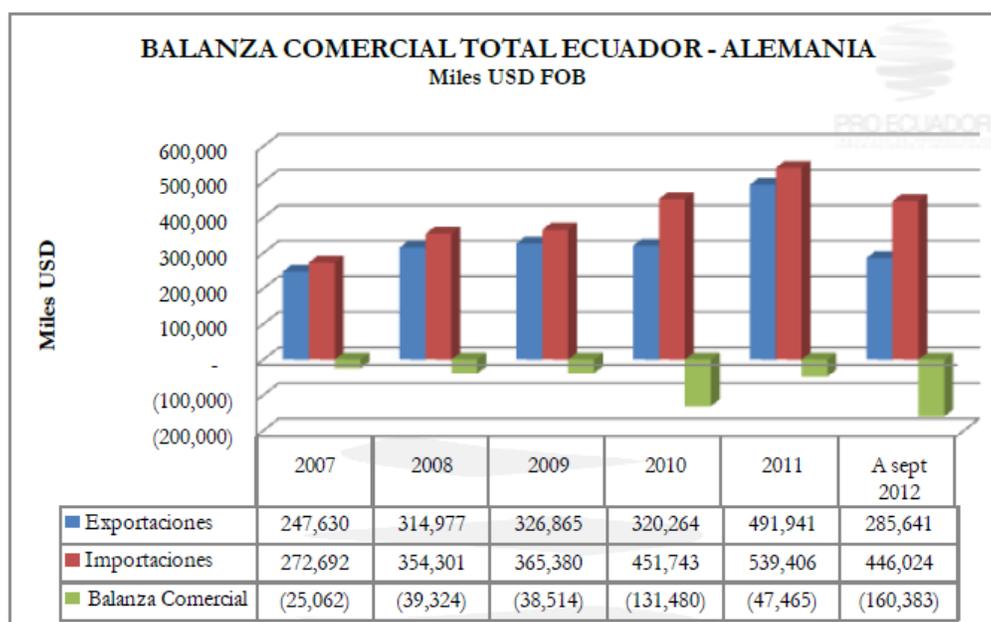
Caso contrario ocurrió en Ecuador, durante el período del año 2007 hasta septiembre del año 2012, en donde las estadísticas realizadas por el Banco Central del Ecuador demuestran una balanza comercial deficitaria en los últimos cinco años tomados como muestra, esto se debe al incremento de precios de los artículos de denominación ecuatoriana, en comparación con los artículos extranjeros y para ser más específicos los de procedencia china, en donde el producto terminado es mucho más económico, logro obtenido por gran tecnología que poseen, por el bajo costo maquinaria /mano de obra, siendo así las importaciones hechas de Alemania en el año 2012 de un 0.03%.

**Figura 33. Balanza comercial de Ecuador**

BALANZA COMERCIAL ECUADOR - ALEMANIA 2007-2012							
	2007	2008	2009	2010	2011	A sept 2012	TCPA 2007-2011
Exportaciones	247,630	314,977	326,865	320,264	491,941	285,641	18.72%
Importaciones	272,692	354,301	365,380	451,743	539,406	446,024	18.59%
Balanza Comercial	(25,062)	(39,324)	(38,514)	(131,480)	(47,465)	(160,383)	

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

### 3.9.1 Importaciones del Ecuador desde Alemania.

Las importaciones más importantes han sido:

- Maquinarias industrializadas.
- Derivados del petróleo.
- Vehículos.
- Abonos minerales.

*Cuadro 132. Principales productos importados por Ecuador desde Alemania.*

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE ALEMANIA □			
Miles USD FOB			
Subpartida	Descripción	2012 FOB Enero-Septiembre	%Participación
8422.30.90.00	LAS DEMÁS MAQUINAS PARA LAVAR VAJILLA	24,558	5.51%
7307.99.00.00	LOS DEMÁS ACCESORIOS DE TUBERÍA DE FUNDICION DE HIERRO O ACERO NO COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE	16,646	3.73%
3004.90.29.00	LOS DEMÁS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	11,149	2.50%
8502.13.10.00	GRUPOS ELECTRÓGENOS DE POTENCIA SUPERIOR A 375 KVA	9,563	2.14%
3822.00.90.00	LOS DEMÁS REACTIVOS DE DIAGNOSTICO O DE LABORATORIO	8,567	1.92%
8517.61.00.00	ESTACIONES BASE PARA COMUNIACIÓN EN RED, CON O SIN CABLE	7,441	1.67%
8703.23.90.90	LOS DEMÁS VEHÍCULOS A GASOLINA CILINDRADA ENTRE 1.500 CM3 Y 3.000 CM3, NO CONTEMPLADAS EN OTRA PARTE	6,914	1.55%
9018.90.90.00	LOS DEMÁS INSTRUMENTOS Y APARATOS DE MEDICINA	6,851	1.54%
2933.39.90.00	LOS DEMÁS COMPUESTOS HETEROCÍCLICOS CON HETEROÁTOMO NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	5,847	1.31%
8428.31.00.00	LOS DEMÁS APARATOS ELEVADORES ESPECIALMENTE CONCEBIDOS PARA EL INTERIOR DE MINAS.	5,844	1.31%
3808.92.99.00	LOS DEMÁS INSECTICIDAS A BASE DE BROMURO DE METILO	5,755	1.29%
8526.91.00.00	APARATOS DE RADIONAVEGACIÓN	4,172	0.94%
3905.29.00.00	LOS DEMÁS COPOLIMEROS DE ACETATO DE VINILO	4,126	0.92%
8426.41.90.00	LAS DEMÁS MÁQUINAS Y APARATOS AUTOPROPULSADOS SOBRE NEUMATICOS NO COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE	3,874	0.87%
9018.39.00.00	LAS DEMÁS JERINGAS, AGUJAS, CATÉTERES, CÁNULAS E INSTRUMENTOS SIMILARES	3,776	0.85%
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>125,083</b>	<b>28.04%</b>
	<b>LOS DEMÁS PRODUCTOS</b>	<b>320,942</b>	<b>71.96%</b>
	<b>TOTALES</b>	<b>446,025</b>	<b>100.00%</b>

### 3.9.2 Exportaciones del Ecuador hacia Alemania

Nuestro principal producto exportable es el banano, el cual siempre ha predominado entre las exportaciones que realiza Ecuador, por su exquisito sabor, textura y por su nivel proteínico.

Presentamos las exportaciones realizadas de enero a septiembre del 2012 hacia Alemania:

*Cuadro 14. Exportaciones del Ecuador hacia Alemania.*

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA ALEMANIA □			
Miles USD FOB			
Subpartida	Descripción	2012 FOB Enero-Septiembre	%Participación
0803.00.12.00	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	129,571	45.36%
2101.11.00.00	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	40,479	14.17%
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	23,004	8.05%
1604.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	21,611	7.57%
1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	15,969	5.59%
0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	7,482	2.62%
4407.22.00.00	MADERAS ASERRADAS O DESBASTADAS LONGITUDINALMENTE DE TROPICALES VIROLA, IMBUIA Y Balsa	6,717	2.35%
0306.13.91.00	LOS DEMÁS CAMARONES CONGELADOS	6,304	2.21%
2401.20.20.00	TABACO RUBIO	5,537	1.94%
0710.80.90.00	LAS DEMÁS HORTALIZAS, AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS, EXCEPTO ESPÁRRAGOS	5,177	1.81%
1803.10.00.00	PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR	2,780	0.97%
0804.30.00.00	PIÑAS (ANANÁS) FRESCAS Y SECAS	2,214	0.77%
0704.10.00.00	COLIFLORES Y BRÉCOLES («BROCCOLI») FRESCOS O REFRIGERADOS	1,866	0.65%
6109.10.00.00	CAMISetas DE ALGODÓN	1,492	0.52%
2008.91.00.00	PALMITOS EN CONSERVA	1,368	0.48%
<b>SUBTOTAL</b>		<b>271,571</b>	<b>95.1%</b>
<b>LOS DEMÁS PRODUCTOS</b>		<b>14,070</b>	<b>4.9%</b>
<b>TOTALES:</b>		<b>285,641</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Como podemos notar, tenemos una gran apertura hacia el mercado alemán, lo que nos facilita la exportación de los aceites esenciales de cardamomo.

### **Aranceles aplicados por Alemania a productos ecuatorianos**

La siguiente tabla muestra los aranceles mínimos que Alemania aplica a los productos importados desde Ecuador.

***Cuadro 15. Aranceles aplicados por Alemania a productos ecuatorianos***

<b>ARANCELES PROMEDIO APLICADOS POR ALEMANIA A LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS</b>		
0803.00	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	15.3%
2101.11	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	0%
1801.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	0%
1604.14	ATUNES EN CONSERVA	0%
1511.10	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	0%
0603.11	ROSAS FRESCAS CORTADAS	0%
4407.22	MADERAS ASERRADAS O DESBASTADAS LONGITUDINALMENTE DE TROPICALES VIOLA, IMBUIA Y Balsa	0%
0306.13	LOS DEMÁS CAMARONES CONGELADOS	7.2%
2401.20	TABACO RUBIO	0%
0710.80	LAS DEMÁS HORTALIZAS, AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS, EXCEPTO ESPÁRRAGOS	0%
1803.10	PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR	0%
0804.30	PIÑAS (ANANÁS) FRESCAS Y SECAS	0%
0704.10	COLIFLORES Y BRÉCOLES («BROCCOLI») FRESCOS O REFRIGERADOS	0%
6109.10	CAMISetas DE ALGODÓN	0%
2008.91	PALMITOS EN CONSERVA	0%

Fuente: Market Access Map

## Índices de exportación del aceite esencial ecuatoriano.

El mercado de aceites esenciales no ha sido del todo explotado en estos años, pero su crecimiento se ha visto acelerado con el pasar de los años, debido al alto índice de la estética, de lo naturalista, de estar sano y en forma, y por alto rating que tiene la farándula ecuatoriana, lo que muchos seguidores ven como ícono de moda a imitar.

Solo en el año 2010 las exportaciones ecuatorianas de aceites esenciales hacia el mundo, representaron el 0.0021% del gran total.

VALOR FOB/ MILES USD						
Subpartida	Descripción	2006	2007	2008	2009	2010
3301299000	- - - Demas aceites esenciales, excepto de agrios	2.14	0.94	1.23	0.97	0.98
3301909000	- - Demas oleoresinas de extraccion; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias analogas; subproductos terpenicos residuales de la desterpenacion de los aceites esenciales	0	0	0.36	0	0
3301199000	Los demás aceites esenciales de agrios (citricos)	0	0	0.1	0	0
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>2.14</b>	<b>0.94</b>	<b>1.69</b>	<b>0.97</b>	<b>0.9</b>

*Cuadro 16. Exportación de aceite esencial.*

Como se lee en el siguiente cuadro, en el año 2010 las exportaciones ecuatorianas de aceites esenciales fueron aproximadamente de USD 360,000 y para los primeros cuatro meses del año 2011 fue de USD \$135,000, mientras que en el año 2010 alcanzó un TCPA del 24%, como notamos es una cifra muy buena para un mercado que recién nace y que está lista para ser explotado.

**Cuadro 17. Exportaciones ecuatorianas de aceites esenciales al mundo**

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE ACEITES ESENCIALES AL MUNDO									
MILES USD									
Subpartida	Descripción	2006	2007	2008	2009	2010	2011 (ene/abr)	TCPA 2006-2010	Participación 2010
3301199000	Los demás de los demás aceites esenciales de agrios (cítricos)	0	25.7	94.08	114.67	269.9	62		74.90%
3301299000	-- Demas aceites esenciales, excepto de agrios	130.66	113.11	76.8	19.38	81.62	58.82	-11%	22.65%
3301240000	-- Aceites esenciales de menta piperita	21.34	0	36.91	79.82	0			0.00%
3301190000	-- Demas aceites esenciales de agrios	0	18.56	0	0	0			0.00%
3301292000	-- Aceites esenciales de eucalipto	0	0	0	5.72	4.05	3.75		1.12%
3301909000	-- Demas oleorresinas de extraccion; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias analogas; subproductos terpenicos residuales de la desterpenacion de los aceites esenciales	0	0	2.42	3.56	2.5	10.55		0.69%
3301120000	-- Aceites esenciales de naranja	0	0	0.4	0.56	2.05			0.57%
3301140000	-- Aceites esenciales de lima	0	1.91	0	0	0			0.00%
3301130000	-- Aceites esenciales de limon	0	0.44	0.59	0.85	0			0.00%
3301901000	-- Destilados acuosos aromaticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales	0	0	0	0	0.21			0.06%
3301300000	- Resinoides	0.11	0	0.01	0	0			0.00%
3301293000	Los demás aceites esenciales, excepto de agrios (cítricos) de lavanda o de lavandín	0	0	0	0.07	0			0.00%
3301250000	-- Aceites esenciales de las demas mentas, excepto de piperita	0	0	0	0	0			0.00%
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>152.11</b>	<b>159.72</b>	<b>211.21</b>	<b>224.63</b>	<b>360.33</b>	<b>135.12</b>	<b>24%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

### 3.9.3 Acuerdo Comercial entre Ecuador y Alemania

Alemania es miembro de la Unión Europea (UE) y de la OMC automáticamente, conocida por razones jurídicas como Comunidades Europeas (CE). El sistema generalizado

de preferencia (SGP), tiene como finalidad erradicar la pobreza, y promover el desarrollo sostenible del mercado internacional a nivel general y sobre todo apoyar a los países menos adelantados como lo estipula dentro de sus regímenes, es por ello que otorga franquicias de derechos de aduana o aranceles reducidos sobre sus exportaciones. Como beneficia la exportación, hacen diferenciación sobre los sensibles y no sensibles, estando los productos agrícolas como sensibles, existiendo también los productos no agrícolas sensibles como son los textiles, las prendas de vestir, las alfombras y el calzado.

Actualmente, las exportaciones ecuatorianas se benefician del SGP, de acuerdo a la Resolución del Parlamento Europeo número 45, del 21 de octubre de 2010, en donde solo 16 países han accedido a este beneficio, de acuerdo a su poca afluencia al realizar exportaciones. Este beneficio depende de la preferencia arancelaria que le otorguen, distinguiéndose para cada país participante. La preferencia se da solo en productos originarios de un país beneficiario del SGP, excluye las armas y municiones.

**Países miembros de la Unión Europea:**

- Alemania.
- Austria.
- Bélgica.
- Bulgaria.
- Chipre.
- Dinamarca.
- Eslovaquia.
- Eslovenia.
- España.
- Estonia.
- Finlandia.
- Francia.

- Grecia.
- Hungría.
- Holanda
- Irlanda
- Italia.
- Letonia.
- Lituania.
- Luxemburgo.
- Malta.
- Polonia.
- Portugal.
- Reino Unido.
- República Checa.
- Rumania
- Suecia.

## **Regímenes**

Los países beneficiarios cuentan con cinco regímenes con arreglo al SGP:

- Régimen general,
- Régimen especial de estímulo a la protección de los derechos laborales,
- Régimen especial de estímulo a la protección del medio ambiente.
- Régimen especial en favor de los países menos desarrollados,
- Régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de droga.

## **Régimen general**

### **Beneficios**

Los productos sensibles se benefician de una reducción arancelaria, mientras que los productos no sensibles acceden a franquicia de derechos al mercado de la UE.

### **Normas de origen**

Las preferencias del SGP solo son para los productos originarios de un país beneficiario, en donde la norma de origen indica que deben de ir acompañados de un certificado de origen.

### **3.10 Principales Competidores**

Nuestro principal competidor es Guatemala, la producción de aceite esencial de cardamomo lo destina en su totalidad a elaborar pergamino. Sin embargo la producción total no abastece la demanda que actualmente existe en el mercado internacional, y por ello la compra se basa en la conformidad de lo que el mercado ofrece, o en productos sustitutos

Además de este país, están el Medio Oriente, Asia y Europa que si bien es cierto satisfacen la demanda externa, pero su mercado interno no pueden cubrirlo, encontrado Ecuador un lugar importante para exportar el aceite esencial de cardamomo, basándonos en una buena estrategia para posicionarnos en el mercado mencionado.

### **3.11 Hipótesis**

Si se promueven las exportaciones del aceite esencial de cardamomo a Alemania se podrá incrementar la Oferta Exportable de Aceites Esenciales de Cardamomo.

**Cuadro 18. Variables o Criterios de Investigación**

<b>Variab</b>	<b>Concepto</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instru</b>	<b>Índices</b>
Independiente Oportunidades Comerciales con Alemania	* Estrategias para Mejorar el comercio entre las regiones. * Preferencias arancelarias para ingresar al mercado alemán.	* Mejor competencia. * Ganar un mercado potencial.	* Encuestas	*Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración * UE
Dependiente Incremento de Oferta Exportable de Aceites Esenciales de Cardamomo	* Apoyo económico gubernamental a los Productores. * Vender el producto a un mercado de alta demanda.	* Incremento de Exportaciones. * Ingreso de divisas *Crecimiento del negocio.	* Encuestas	*Ministerio de Industria y Competitividad  *SENAE  *Pro Ecuador  *BCE *MAGAP

### 3.11.1 Variables o Criterios de Investigación

**V.I.**= Promoción de las exportaciones de los aceites esenciales de cardamomo hacia el Mercado Alemán

**V.D.**= Incremento de oferta exportable de aceites esenciales de cardamomo.

### **3.12 Indicadores**

- Incremento de Exportaciones.
- Ganar un mercado potencial.
- Mejor competencia.
- Ingreso de divisas.
- Crecimiento del negocio.

## **CAPITULO IV**

### **METODOLOGIA**

#### **4.1 Tipo de investigación.**

Se creará una empresa que realizará exportaciones de aceites esenciales a Alemania, en donde se usará el tipo de investigación que detallamos:

##### **Descriptiva.-**

Se usará este método de investigación porque se describirá los hechos que conlleva a la variable que se menciona en el proyecto, como es de la promoción de las exportaciones de los aceites esenciales de cardamomo hacia el mercado Alemán, y describirá todo lo que ocurre a su alrededor.

##### **De Campo.-**

La investigación es de campo porque se partirá de hechos reales para realizar el proyecto, y se usará la encuesta, y la entrevista.

#### **4.2 Universo y muestra de la investigación, tipo de investigación.**

##### **4.2.1. Población y muestra**

El proyecto va dirigido para un nicho de mercado comprendido en mujeres de la edad promedio entre 20 a 30 años, estadísticamente son quienes usan aceites esenciales o en su efecto su derivado, producto mismo de su edad, siendo la población a estudiarse de 45 personas, dando como resultado 41 personas a encuestar.

Siendo la fórmula de la población:

El tamaño de la muestra la obtenemos mediante la fórmula finita.

**n**= Tamaño de la muestra.

**N**= Tamaño de la población.

**E**= Error, se considera 5%

**En donde:**

N= 45

E= 5%, 0.005

n= 41

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1)+1} = \frac{45}{(0,05)^2 (45 -1)+1} = 41 \text{ personas a encuestar}$$

### **4.3 Métodos Técnicas e Instrumentos**

En nuestro proyecto investigativo se utilizara la técnica de recolección de datos a través de encuestas a personas implicadas en el tema, además realizaremos entrevistas a los directivos de la empresa KUEN S.A y dos empresas más dedicadas a la misma actividad, esto nos permitirá conocer la factibilidad y de la exportación del aceite de cardamomo hacia el mercado alemán; y a la vez determinar si Alemania es un mercado promisorio.

#### **Personas a encuestar**

Para la identificación y selección de las personas a encuestar y consecución de información de contacto, se procedió a explorar diferentes fuentes de información disponibles en el tema.

Se procuró identificar mínimo 20 extractores, productores, transformadores y/o procesadores, comercializadores y entidades de apoyo, involucrados en la oferta del aceite esencial de cardamomo.

#### **4.4 Análisis del negocio a través del FODA.**

##### **Fortalezas**

Son los factores positivos, favorables para la empresa.

Entre los factores positivos tenemos:

- La inversión de maquinarias satisface las necesidades del cliente.
  - Todo el proceso productivo cuenta con los certificados de calidad que exige el mercado alemán.
- Contar con arancel cero, y el sistema de preferencia
- Programas para capacitar constantemente a los trabajadores para reducir los siniestros.
- Mercado internacional abierto para Ecuador.
- Fuentes de financiamiento interno para la pequeña y grande empresa.

##### **Oportunidades.**

Entre los factores positivos tenemos:

- La existencia de un mercado insatisfecho.
- Aprovechar el exceso de mano de obra especializada que actualmente existe en el país.
- El auge del consumismo por productos sanos y naturales
- Envases adecuados que conserven la frescura del producto.
- Creación de canales de distribución

##### **Debilidades**

Entre los factores negativos tenemos:

- La falta de capacitación al personal específicamente en el área de preparados

- No contar con un certificado de calidad apto para la exportación
- No tener políticas adecuadas.
- No cumplir con el producto terminado a tiempo.

### **Amenazas**

Entre los factores negativos tenemos:

- Competencia de la misma UE.
- Creación de impuestos por parte de Ecuador o del país comprador.
- Competencia en precios.

### **4.5 Modelo de la Encuesta:**

Se realizó la encuesta al productor de aceite esencial de cardomomo, la empresa Kuen S.A., como referencia para determinar que ocurre en el mercado y tomar decisiones al momento de realizar nuestro proyecto.

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA DE COMERCIO  
EXTERIOR**

**PROYECTO DE EXPORTACION DEL ACEITE ESENCIAL DE CARDOMOMO  
HACIA MERCADO ALEMAN**

Nombre Encuestador:

Edad:            Sexo:

Email:

Ciudad de Residencia:

**Marque con una cruz (x) la respuesta elegida:**

1.- ¿Usted conoce que es el cardamomo?

Si                        No

2.- ¿Usted ha utilizado el aceite esencial de cardamomo?

Si  No

3.- ¿A usted le gustaría utilizar el aceite esencial de cardamomo Ecuatoriano?

Si  No

4.- ¿Usted cree que el Ecuador debe promover el consumo del aceite esencial de cardamomo?

Si  No

5.- ¿Usted conoce de los beneficios para su salud ofrece el aceite esencial de cardamomo?

Si  No

6.- ¿Como le gustaría consumir al cardamomo?

En semillas molidas   
En semillas enteras   
En aceite   
Como planta medicinal

7.- ¿Cada qué tiempo le gustaría comprar aceite esencial de cardamomo?

Una vez a la semana   
Dos veces o más a la semana   
Rara vez   
Nunca

Sugerencias y Recomendaciones:

---

---

---

## 1. PREGUNTA

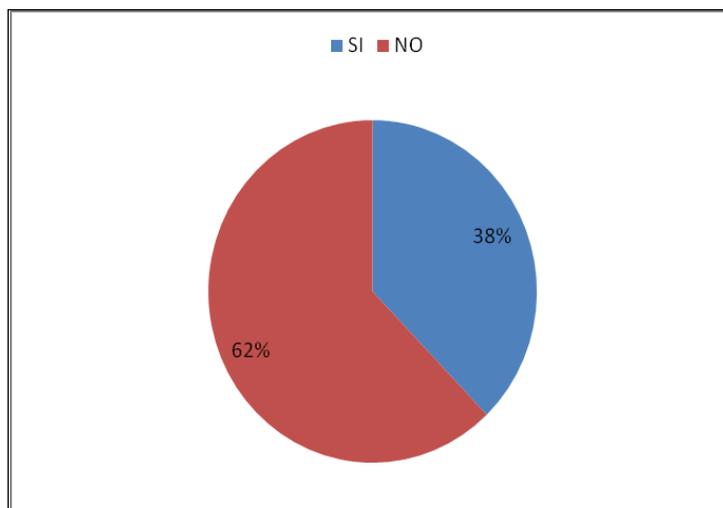
*Cuadro 19.- ¿Usted conoce que es el cardamomo?*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	16	38%
NO	25	62%
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Mercado Ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

*Figura 34.- ¿Usted conoce que es el cardamomo?*



**Fuente: Mercado ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

### **Análisis:**

Se concluye que existe un porcentaje alto de desconocimiento del producto, lo que no permite generar una mayor diversificación en las exportaciones y una menor dependencia de los productos tradicionales.

## 2. PREGUNTA

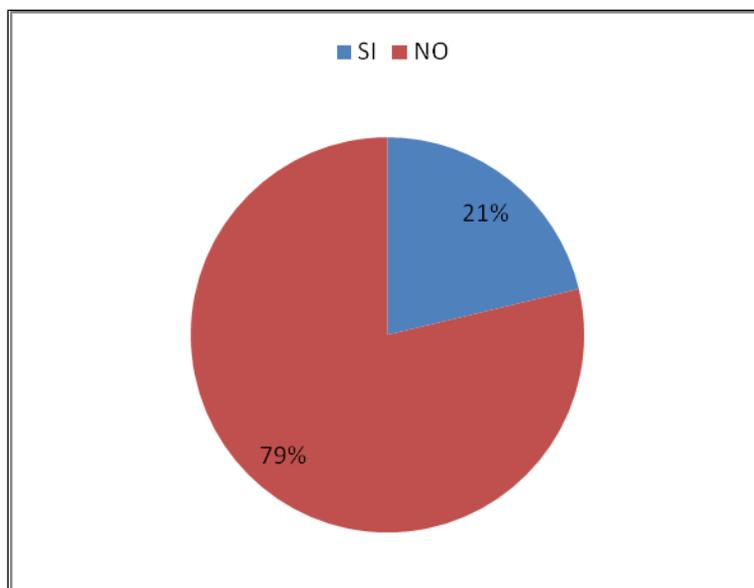
*Cuadro 20. ¿Usted ha utilizado el aceite esencial de cardamomo?*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	9	21%
NO	32	79%
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Mercado ecuatoriano

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

*Figura 35. ¿Usted ha utilizado el aceite esencial de cardamomo?*



**Fuente:** Mercado ecuatoriano

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

### **Análisis:**

Se obtiene como resultado un alto porcentaje de no utilización del producto; a pesar de que éste es muy apetecido en los países árabes y el sudeste de Asia; debido a que no hay una mejor participación de los micro productores ecuatorianos.

### 3. PREGUNTA

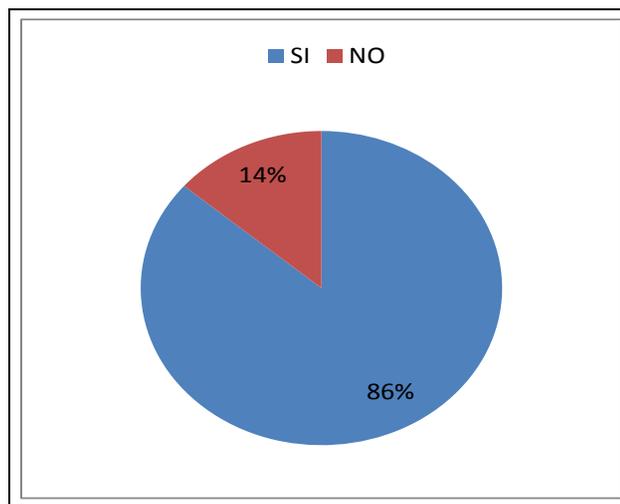
*Cuadro 21. ¿A usted le gustaría utilizar el aceite esencial de cardamomo ecuatoriano?*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	35	86%
NO	6	14%
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Mercado ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

*Figura 36. ¿A usted le gustaría utilizar el aceite esencial de cardamomo ecuatoriano?*



**Fuente: Mercado ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

#### **Análisis:**

Existe una respuesta positiva a conocer y hacer uso de este producto, puesto que se presenta como una alternativa nueva en el mercado de aromaterapia y siempre el consumidor siente la necesidad de probar nuevos productos.

#### 4. PREGUNTA

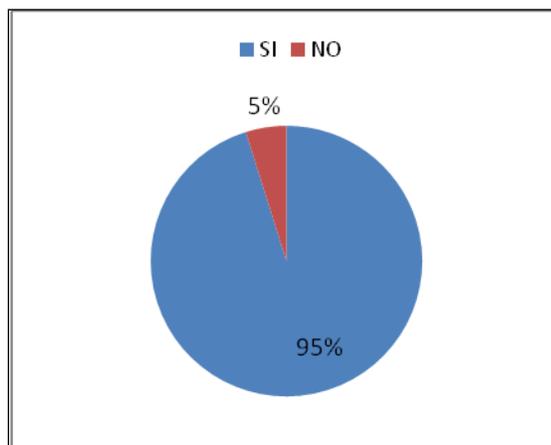
*Cuadro 22. ¿Usted cree que el Ecuador debe promover el consumo del aceite esencial de cardamomo?*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	39	95%
NO	2	5%
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Mercado Ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

*Figura 37. Usted cree que el Ecuador debe promover el consumo del aceite esencial de cardamomo?*



**Fuente: Mercado ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

#### **Análisis:**

Los resultados muestran la necesidad de explotar nuevas opciones en el mercado de productos no tradicionales, y a su vez la oportunidad de promover el uso de aceites esenciales en el Ecuador, debido a que contamos con una cultura tradicional en cuanto a la medicina natural.

## 5. PREGUNTA

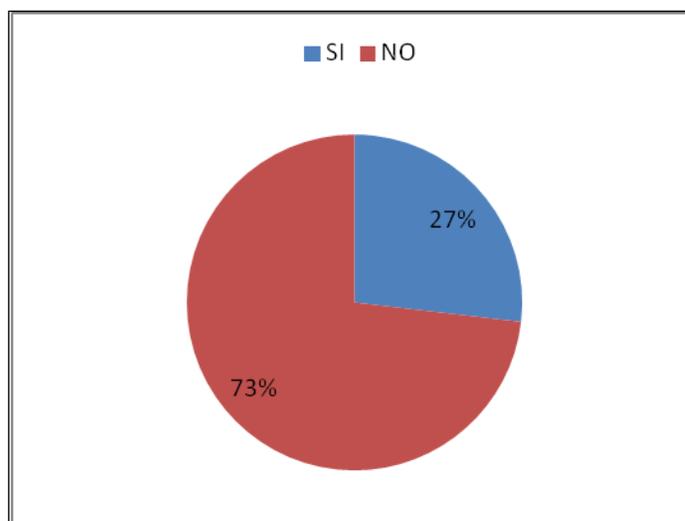
*Cuadro 23. ¿Usted conoce los beneficios para su salud que ofrece el aceite esencial de cardamomo?*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	11	27%
NO	30	73%
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Mercado Ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

*Figura 38. ¿Usted conoce los beneficios para su salud que ofrece el aceite esencial de cardamomo?*



**Fuente: Mercado Ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

### **Análisis:**

Se observa un desconocimiento considerable de las propiedades del producto lo que genera a su vez su poca comercialización a nivel local. Se concluye que las empresas que se dedican a esta actividad deben enfocarse en dar una mejor promoción del producto y de sus propiedades.

## 6. PREGUNTA

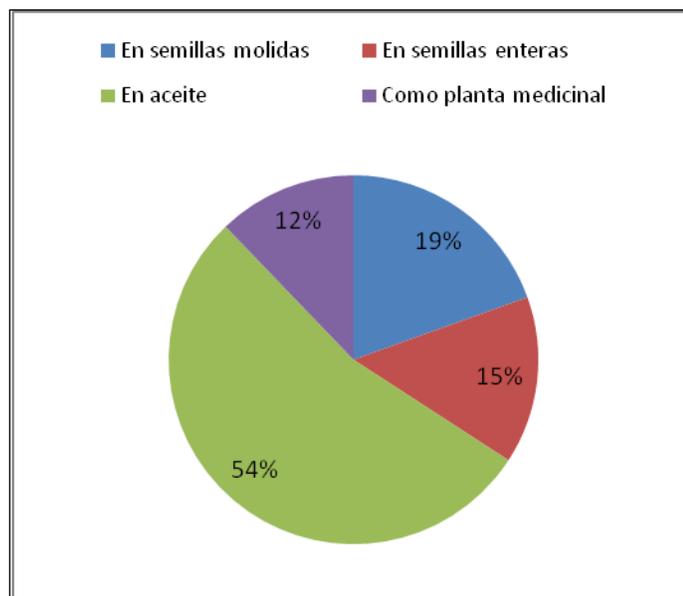
*Cuadro 24. ¿Cómo le gustaría consumir al cardamomo?*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
En semillas molidas	8	20%
En semillas enteras	6	15%
En aceite	22	54%
Como planta medicinal	5	12%
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Mercado Ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

*Figura 39. ¿Cómo le gustaría consumir al cardamomo?*



**Fuente: Mercado ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

### **Análisis:**

Como resultado, se nota que hay un desconocimiento por parte de la población del uso y los beneficios del aceite, lo que conlleva a un mercado a explotar porque la mayoría no lo conoce y se inclinan a productos sustitutos.

## 7. PREGUNTA

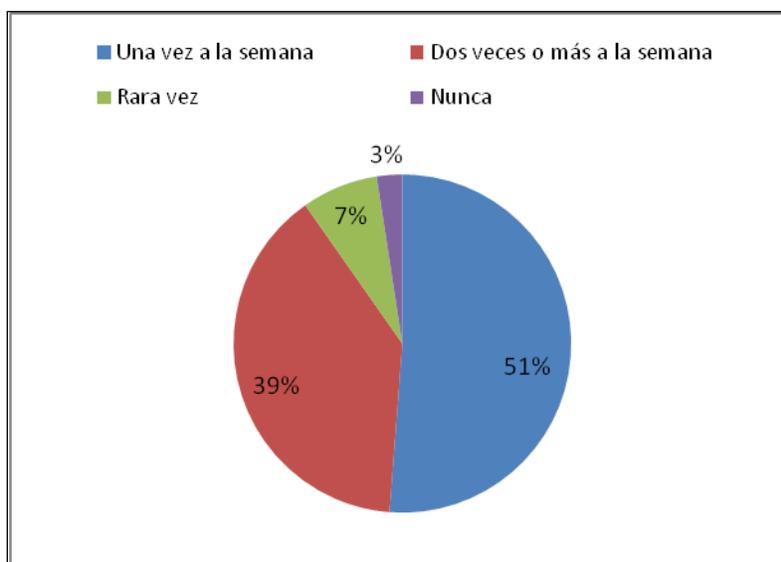
*Cuadro 25. ¿Cada qué tiempo le gustaría comprar aceite esencial de cardamomo?*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Una vez a la semana	21	51%
Dos veces o más a la semana	16	39%
Rara vez	3	7%
Nunca	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Mercado ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

*Figura 40. ¿Cada qué tiempo le gustaría comprar aceite esencial de cardamomo?*



**Fuente: Mercado ecuatoriano**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

### **Análisis:**

En función de las necesidades de cada encuestado, sus preferencias y el tiempo del que disponen se obtiene como resultado un porcentaje alto que muestra intención de un consumo razonable una vez por semana.

## **Modelo de la Entrevista**

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE LA EMPRESA KUEN S.A.**

1. ¿Actualmente qué porcentaje de su producción exporta?
2. ¿Cuál fue su motivación para exportar esta semilla en aceite esencial? (actitud hacia la exportación)
3. ¿Cuenta con un departamento de exportaciones? (¿o cuál es el departamento o la persona / posición responsable de las exportaciones de la empresa? ¿Tiene el apoyo y compromiso del equipo directivo de la empresa?)
4. ¿A qué países exporta actualmente –indicar porcentajes-? ¿Exporta a Alemania?
5. ¿Hace Inteligencia de mercado o comercial para determinar donde existen oportunidades para sus productos o servicios? (¿Cómo decide a qué países exportar?) ¿Cómo la hace? ¿Qué beneficios considera que le da)
6. ¿Cuáles son los retos que ha encontrado y obstáculos para exportar?
7. ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva internacional que lo ha ayudado a exportar exitosamente a dichos países? (¿Qué diferencia a sus productos o servicios del resto?)
8. ¿Según Usted que es lo que ha hecho bien para lograr exportar exitosamente? ¿Por qué?
9. ¿Cuál sería su recomendación para otras empresas que desean exportar o están iniciando a hacerlo?

**TABULACION ENTREVISTA:**

**1. PREGUNTA**

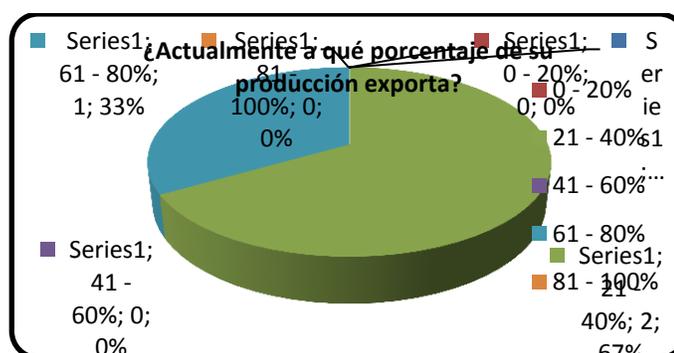
*Cuadro 26. Actualmente qué porcentaje de su producción exporta?*

1.- Actualmente qué porcentaje de su producción exporta?		
0 - 20%	0	0%
21 - 40%	2	67%
41 - 60%	0	0%
61 - 80%	1	33%
81 - 100%	0	0%

**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

*Figura 41. Actualmente qué porcentaje de su producción exporta?*



**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

**Análisis:**

Se observa que solo una empresa ha logrado incrementar su volumen de producción exportable mientras que las dos empresas restantes aún están en un proceso de insertar su producto en el mercado extranjero.

## 2. PREGUNTA

*Cuadro 27. Cuál fue su motivación para exportar esta semilla en aceite esencial?*

2.- Cuál fue su motivación para exportar esta semilla en aceite esencial?		
Excedente Producción Nacional	1	33%
Producto Apetecible en el Mercado Europeo	2	67%

**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

*Figura 42. Cuál fue su motivación para exportar esta semilla en aceite esencial?*



**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

### **Análisis:**

Es notable que existe la oportunidad en el mercado extranjero debido a la apertura que tienen los productos naturales en Europa y esto constituye una suficiente motivación para que el empresario se anime a exportar.

### 3. PREGUNTA

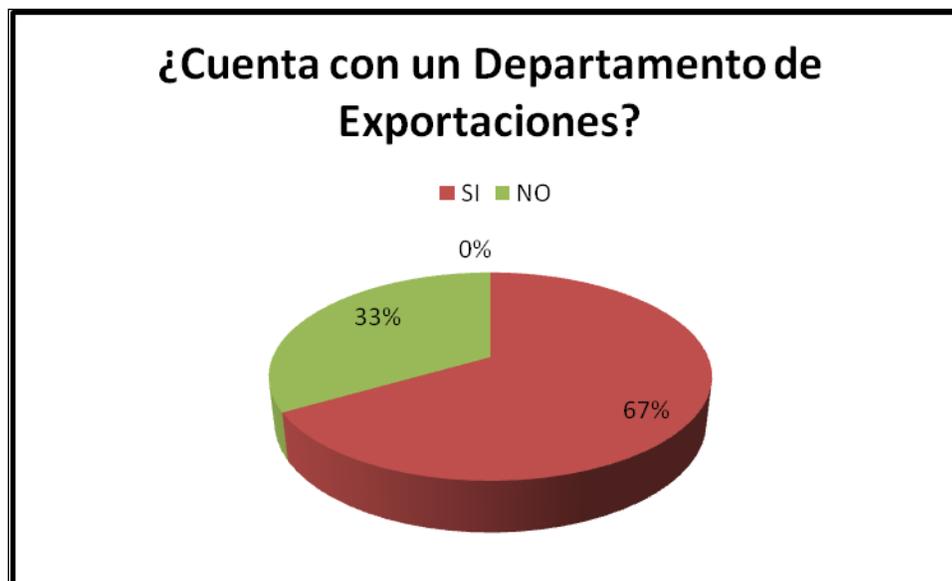
*Cuadro 28. ¿Cuenta con un Departamento de Exportaciones?*

3.- ¿Cuenta con un Departamento de Exportaciones?		
SI	2	67%
NO	1	33%

**Fuente:** Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

*Figura 43. ¿Cuenta con un Departamento de Exportaciones?*



**Fuente:** Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

#### **Análisis:**

Al tener volúmenes considerables exportados las empresas entrevistadas reflejan un manejo competente de sus exportaciones puesto que a mayor volumen esto implica una mayor organización para garantizar el éxito de la negociación.

#### 4. PREGUNTA

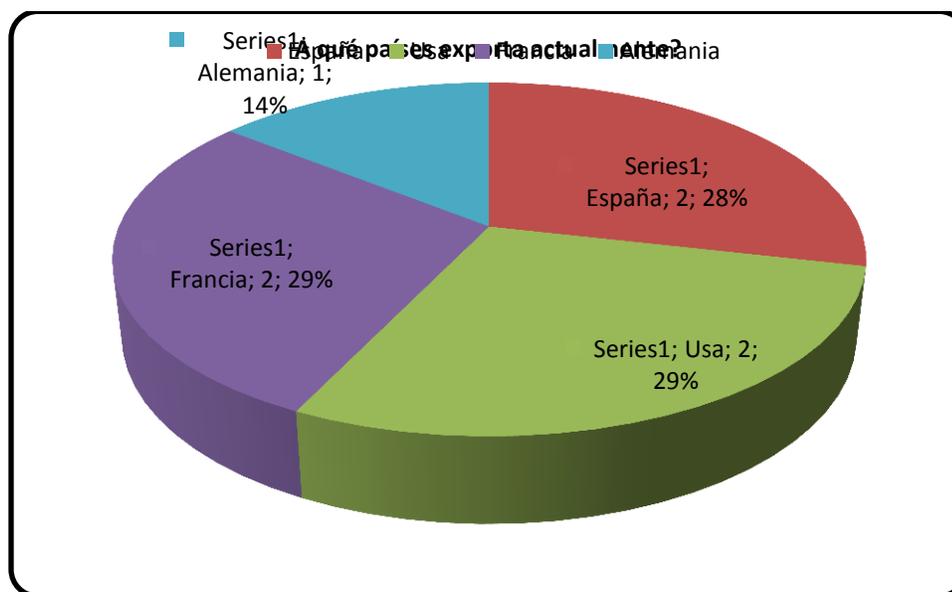
*Cuadro 29. ¿A qué países exporta actualmente?*

4.- ¿A qué países exporta actualmente?		
España	2	29%
Usa	2	29%
Francia	2	29%
Alemania	1	14%

**Fuente:** Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

*Figura 44. ¿A qué países exporta actualmente?*



**Fuente:** Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

#### **Análisis:**

Se observa un posicionamiento considerable en Norteamérica así como en Francia y España, sin embargo notamos que aún falta mucho por hacer en el mercado alemán lo que simplemente nos reafirma a Alemania como un mercado de oportunidades.

## 5. PREGUNTA

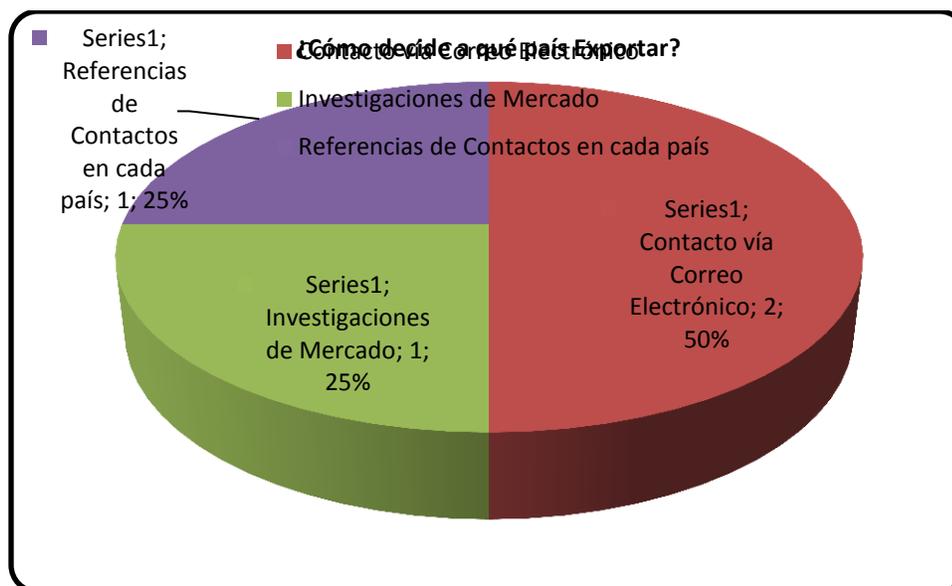
*Cuadro 30. ¿Cómo decide a qué países exportar?*

5.- ¿Cómo decide a qué países exportar?		
Contacto vía Correo Electrónico	2	50%
Investigaciones de Mercado	1	25%
Referencias de Contactos en cada país	1	25%

**Fuente:** Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

*Figura 45. Cómo decide a qué países exportar?*



**Fuente:** Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

### **Análisis:**

Se evidencia que los exportadores cuentan con información de primer orden lo que les permite saber muy bien el destino al que envían su producto, de primer orden por factores como la distancia y el hecho de estar empezando a exportar a estos mercados se enfocan más en establecer contacto vía internet pero a pesar de estar empezando hacer esfuerzos por tener mayor información de dichos mercados a través de estudios y de establecer contactos en determinados países.

## 6. PREGUNTA

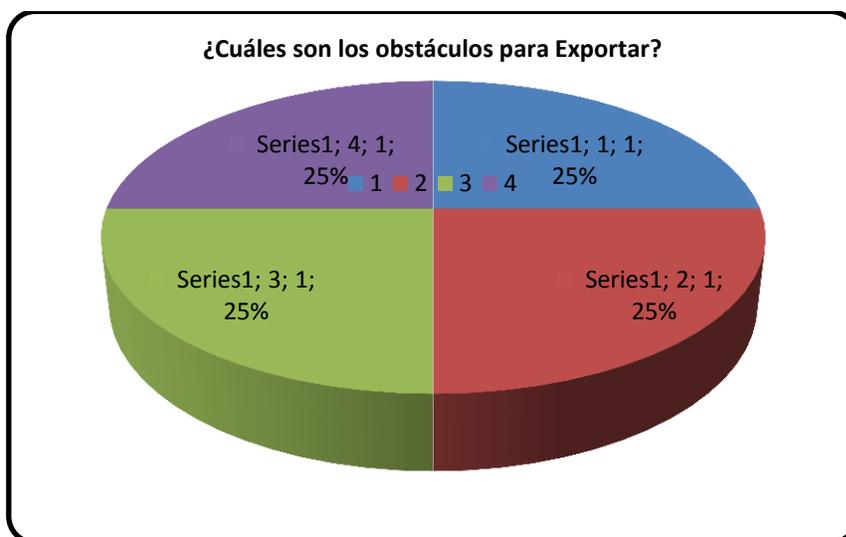
**Cuadro 31. ¿Cuáles son los obstáculos para exportar?**

6.- ¿Cuáles son los obstáculos para exportar?			
1. Desconocimiento Inicial de Certificaciones de USA Y Europa		1	25%
2. Retrasos en Obtención de Permisos		1	25%
3. Barreras para Arancelarias		1	25%
4. Dificultad de encontrar nuevos mercados		1	25%

**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

**Figura 46. ¿Cuáles son los obstáculos para exportar?**



**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

### **Análisis:**

Como conclusión podemos decir que no solamente existe desconocimiento al momento de exportar sino también a nivel comercial aún existen muchas trabas para ingresar a nuevos mercados como el alemán.

## 7. PREGUNTA

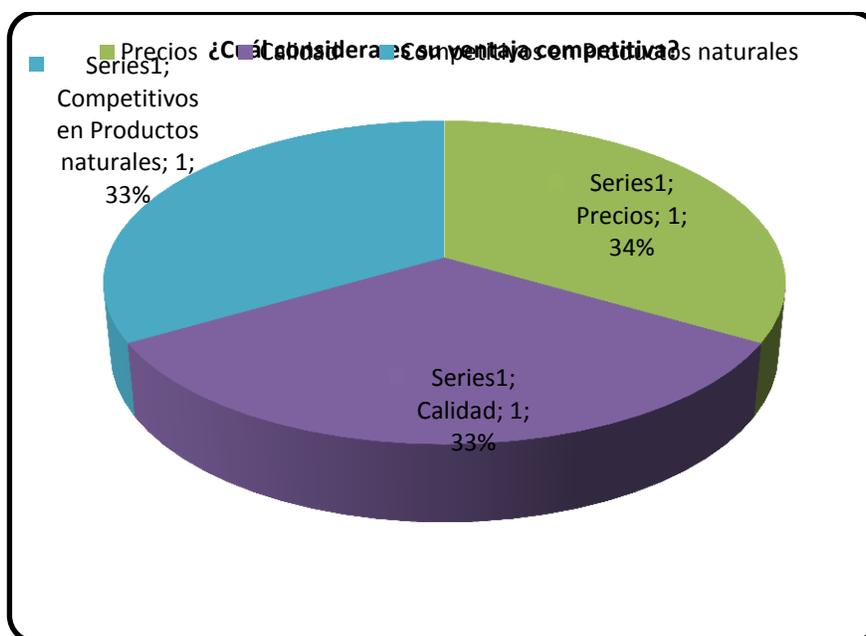
**Cuadro 32. ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva internacional que lo ha ayudado a exportar exitosamente a dichos países?**

7,- ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva internacional que lo ha ayudado a exportar exitosamente a dichos países?	
Precios	1
Calidad	1
Competitivos en Productos naturales	1

**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

**Figura 47. ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva internacional que lo ha ayudado a exportar exitosamente a dichos países?**



**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

### **Análisis:**

El principal eje que hace a este producto competitivo es el precio puesto que al ser elaborado de manera artesanal genera menores costos. Otro factor muy importante es que los productos naturales son muy apetecidos y valorados en Europa y Norteamérica.

Puntos decisivos para que el producto este a la par de la competencia.

## 8. PREGUNTA

*Cuadro 33. ¿Según usted qué lo ha ayudado a exportar exitosamente?*

8.- ¿Según usted qué lo ha ayudado a exportar exitosamente?	
Equipo de trabajo eficiente	2
Contáctos idóneos	2

**Fuente:** Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

*Figura 48. ¿Según usted qué lo ha ayudado a exportar exitosamente?*



**Fuente:** Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma

**Elaborado:** Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño

### **Análisis:**

Todas las empresas coinciden en que la combinación perfecta para el éxito de la exportación está en su personal y en la comunicación tanto interna como externa, factores que aseguran el progreso del negocio.

## 9. PREGUNTA

**Cuadro 34. ¿Cuál sería su recomendación para otras empresas que desean exportar o están empezando a hacerlo?**

9.- ¿Cuál sería su recomendación para otras empresas que desean exportar o están empezando a hacerlo?	
Enfocarse en una Buena promoción del producto.	1
Apostar por los productos no tradicionales	1

**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

**Figura 49. ¿Cuál sería su recomendación para otras empresas que desean exportar o están empezando a hacerlo?**



**Fuente: Empresas KUEN S.A., Esencias Herbales Naturales & Sisacuma**

**Elaborado: Natali Burgos Olvera y Cindy Yagual Cedeño**

### Análisis:

Como conclusión los entrevistados concuerdan en que es clave una buena promoción del producto para poder llegar a más mercados y siempre arriesgarse por los productos no tradicionales ya que significan una oportunidad poco explotada y que con una buena administración aseguran éxito.

## 4.6 RESULTADOS

### CONCLUSIÓN DE LA ENCUESTA

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de mercado referente a las encuestas de los entes involucrados se obtiene:

<b>CAUSA</b>	<b>EFEECTO</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>
Desconocimiento de la semilla de cardamomo como aceite esencial.	Escasa participación de las decisiones políticas de las instituciones competentes en el manejo de las importaciones del aceite esencial de cardamomo	Fomentar la comercialización, promoción del aceite esencial y reflejar las ventajas y los beneficios que generan al país la importación de las mismas.

### CONCLUSIÓN DE LA ENTREVISTA

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de mercado referente a las entrevistas realizadas en tres empresas del mismo sector se obtiene:

<b>CAUSA</b>	<b>EFEECTO</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>
Carencia de Condiciones Idóneas en cuanto a Políticas comerciales.	Dificultad para ingresar al Mercado alemán.	Fomentar la exportación del producto hacia mercados potenciales a través de acuerdos comerciales.

## **CAPITULO V**

### **ANALISIS FINANCIERO**

#### **5.1 Título de la Propuesta**

**“Exportación del aceite esencial de cardamomo hacia el mercado Alemán”**

#### **5.2 Importancia del proyecto.**

Los recursos naturales como es la tierra, se han visto desatendidos en los últimos años, pese a que es muy importante la actividad de agro-exportación del Ecuador, y es una pirámide a seguirla, por la existencia de mercados crecientes en pro de los beneficios que conllevar el uso de productos 100% natural, es por ello que nuestro proyecto al reconocer esta importancia, explota todas estas oportunidades latentes en el mercado.

#### **5.3 Factibilidad**

Para efectos de la ejecución de este trabajo, se consideraron las condiciones actuales de los procesos de exportación, las cuales nos permitieron determinar una descripción real de la situación actual de la empresa Kuen S.A. y a su vez conocer la situación del mercado del Ecuador frente a la exportación de este producto industrializado no tradicional, como lo es el aceite esencial de cardamomo, con el fin de establecer parámetros de acción dirigidos a la promoción de acciones y procesos propios de la gerencia, que permitan alcanzar los objetivos previstos. A través de esta investigación, se espera contribuir a proporcionar las herramientas a la empresa en mención que empiece a incursionar en el ámbito de la exportación de productos nacionales no tradicionales, lo que les va a permitir conocer los requisitos y características de dicho proceso de exportación, que no están conformados por excesivos requerimientos, sino más bien se consideran una oportunidad de expansión.

## **5.4 Viabilidad**

La investigación a realizarse es factible puesto que está respaldada por la empresa KUEN S.A. la misma que proporcionará las respectivas facilidades para visitar sus instalaciones y conocer los procesos de producción, de esta manera se podrá diseñar la propuesta para exportar el Aceite Esencial de Cardamomo; esta investigación tiene una proyección de duración de 5 meses en los que en cooperación mutua con la empresa privada se conocerá el mercado del Cardamomo y nuestras posibilidades de competir e ingresar a Alemania, luego de ello nuestro proyecto será estudiado por un período de 5 años.

## **5.5 Desarrollo de la Propuesta**

Se realizará un estudio para determinar la factibilidad del proyecto, demostrando con ello la aceptación que tendrá en el mercado Alemán y porque no enfocarnos con un reconocimiento mundial, siendo Ecuador un país rico a nivel agrícola.

## **5.6 Presupuesto**

### **5.6.1 Inversión**

**Cuadro 35. Inversión**

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
20	ESCRITORIOS CON ARCHIVADOR	300.00	6,000.00
2	ESCRITORIO TIPO GERENTE	180.00	360.00
1	MESA DE JUNTA	600.00	600.00
10	SILLAS PARA LA JUNTA	120.00	1,200.00
20	SILLAS EJECUTIVAS	100.00	2,000.00
10	SILLAS DE ESPERA	80.00	800.00
15	ARCHIVADORES	50.00	750.00
	<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>11,710.00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
6	COPIADORAS	500.00	3,000.00
8	MESA EJECUTIVA	450.00	3,600.00
2	ANILLADORAS	300.00	600.00
2	ENCUADERNADORAS	500.00	1,000.00
3	CORTADORAS	300.00	900.00
20	ACONDICIONADORES DE ACIRE	900.00	18,000.00
20	TELEFONOS	120.00	2,400.00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>29,500.00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
20	COMPUTADORAS	1,800.00	36,000.00
9	IMPRESORAS	250.00	2,250.00
3	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1,500.00	4,500.00
20	SOFTWARE OFFICE	225.00	4,500.00
20	SOFTWARE OFFICE TMAX	1,500.00	30,000.00
20	LICENCIA WINDOWS	300.00	6,000.00
20	LAPTOP	1,200.00	24,000.00
10	TABLET	800.00	8,000.00
	<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		<b>115,250.00</b>
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>			
4	GENERADOR DE VAPOR	15,000.00	60,000.00
4	EXTRACTOR	8,000.00	25,000.00
4	CONDENSADOR	4,500.00	20,000.00
4	VASO SEPARADOR	2,500.00	10,000.00
1	RECOLECTOR	3,500.00	3,500.00
2	TUBERIAS	4,200.00	8,400.00
15	GAS	55.00	825.00
5	BALANZA 15 KG	35.00	175.00
5	MOLINO DE MARTILLO	4,200.00	21,000.00
5	EQUIPO DE DESTILACION	4,850.00	24,250.00
5	CALDERO	5,000.00	25,000.00
5	EQUIPO DE DECANTACION	397.00	1,985.00
5	MOLINO DE CUCHILLAS	3,120.00	15,600.00
5	SECADO DE MADERA TIPO ARMARIO	305.00	1,525.00
5	SECADO SOLARES	285.00	1,425.00
40	ENVASE DE ALMACENAMIENTO	250.00	10,000.00
20	MESAS DE TRABAJO	120.00	2,400.00
1	BALANZA SEMIAUTOMATICA DE PISO	500.00	500.00
1	BOMBA PARA CISTERNA	315.00	315.00
	<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		<b>231,900.00</b>
<b>VEHICULO</b>			
2	CAMIONETA	45,000.00	90,000.00
2	CAMION	65,000.00	130,000.00
	<b>TOTAL VEHICULOS</b>		<b>220,000.00</b>
<b>EDIFICIOS</b>			
1	EDIFICIO	810,000.00	810,000.00
1	BODEGA DE MATERIALES RECICLADOS	80,000.00	80,000.00
1	BODEGA DE PRODUCTOS TERMINADOS	80,000.00	80,000.00
	<b>TOTAL EDIFICIO</b>		<b>970,000.00</b>
<b>TERRENO</b>			
1	TERRENO	100,000.00	100,000.00
	<b>TOTAL TERRENO</b>		<b>-</b>
<b>CERTIFICACIONES Y REGISTROS</b>			
	PATENTES, CERTIFICADOS Y REGISTROS		3,500.00
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>1,681,860.00</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

## 5.6.2 Depreciaciones

La depreciación es la pérdida contable del valor del activo fijo, por la función que se le de, para generar de este una productividad, mientras pasan los años, sufre un desgaste de valor, es decir a nivel contable decrece el valor.

**Cuadro 36. Depreciación de los activos fijos**

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	11,710.00	10%	97.58	1,171.00
EQUIPO DE COMPUTACION	115,250.00	33%	3,169.38	38,032.50
VEHICULO	220,000.00	20%	3,666.67	44,000.00
EDIFICIO	970,000.00	5%	4,041.67	48,500.00
EQUIPO DE OFICINA	29,500.00	10%	245.83	2,950.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	231,900.00	10%	1,932.50	23,190.00
<b>TOTAL</b>	<b>1,578,360.00</b>		<b>13,153.63</b>	<b>157,843.50</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

### 5.6.3 Costos de venta

**Cuadro 37. Costos directos**

COSTO DIRECTOS DE FABRICACION									
CONCEPTO	Unidad	Precio	Cantidad	Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CARDAMOMO	KILOS	50	2,080	104,000	1,248,000	1,304,160	1,362,847	1,424,175	1,488,263
COMBUSTIBLE (BUNKER)	LITROS	3	40	100	3,600	3,762	3,931	4,108	4,293
AGUA	LITROS	1	5,000	5,000	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
<b>COSTO DIRECTO</b>					<b>1,257,600</b>	<b>1,314,192</b>	<b>1,373,331</b>	<b>1,435,131</b>	<b>1,499,711</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 38. Costos directos de mano de obra**

COSTOS DIRECTOS						
MANO DE OBRA						
CANT.	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	obrero 1	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	obrero 2	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	obrero 3	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	obrero 4	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
<b>4</b>	<b>TOTAL</b>	<b>24,000</b>	<b>25,080</b>	<b>26,209</b>	<b>27,388</b>	<b>28,620</b>
	APORTE PATRONAL	2,676	2,796	2,922	3,054	3,191
	DECIMO CUARTO	318	1,329	1,389	1,452	1,517
	DECIMO TERCERO	1,833	2,090	2,184	2,282	2,385
	FONDO DE RESERVA	-	2,090	2,184	2,282	2,385
	<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>28,827</b>	<b>33,386</b>	<b>34,888</b>	<b>36,458</b>	<b>38,099</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

### Cuadro 39. Costos indirectos de fabricación

COSTO INDIRECTOS DE FABRICACION									
CONCEPTO	Unidad	Precio	Cantidad	Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJAS DE CARTON	CAJAS	0.3	1327	\$ 398.01	1,592	1,664	1,739	1,817	1,899
ENVASES DE VIDRIO DE 1000 CC	BOTELLAS	1	10608	\$ 10,608.00	42,432	44,341	46,337	48,422	50,601
CINTA DE EMBALAJE / 12 MTS	METROS	0.7	40	\$ 28.00	112	117	122	128	134
ETIQUETAS ADHESIVAS	UNIDAD	0.45	10400	\$ 4,680.00	18,720	19,562	20,443	21,363	22,324
PALLET	UNIDAD	18	20	\$ 361.83	1,447	1,512	1,581	1,652	1,726
<b>TOTAL</b>			<b>22374.71</b>	<b>15714.01</b>	<b>64,303</b>	<b>67,197</b>	<b>70,221</b>	<b>73,381</b>	<b>76,683</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

#### 5.6.4Gastos

Los gastos de la empresa de asesoría de imagen corporativa están distribuidos en:

- Gastos administrativos.
- Gastos de venta
- Gastos generales
- Gastos de operación
- Cuadro 40. Gastos administrativos.

DETALLE DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	54,000	56,430	58,969	61,623	64,396
1	CONTADOR	24,000	25,080	26,209	27,388	28,620
1	ASISTENTE CONTABLE	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	ASISTENTE CONTABLE	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	ASISTENTE DE IMPUESTOS	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	ASISTENTE DE GERENCIA	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	ASISTENTE DE IMPORTACIONES	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	JEFA DE RECURSOS HUMANOS	18,000	18,810	19,656	20,541	21,465
1	ASISTENTE DE RECURSOS HUMANOS	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	ASISTENTE DE SISTEMAS	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	DIGITADOR	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	BODEGUERO	8,400	8,778	9,173	9,586	10,017
1	ASISTENTE DE BODEGA	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	ASISTENTE DE BODEGA	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	ASISTENTE DE BODEGA	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	CONSERJE	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	GUARDIA	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	GUARDIA	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	GUARDIA	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	GUARDIA	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	MENSAJERO EXTERNO	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	MENSAJERO INTERNO	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
<b>23</b>	<b>TOTAL</b>	<b>226,200</b>	<b>236,379</b>	<b>247,016</b>	<b>258,132</b>	<b>269,748</b>
	APORTE PATRONAL	25,221	26,356	27,542	28,782	30,077
	DECIMO CUARTO	1,829	7,643	7,987	8,346	8,722
	DECIMO TERCERO	17,279	19,698	20,585	21,511	22,479
	FONDO DE RESERVA	-	19,698	20,585	21,511	22,479
	<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>270,529</b>	<b>309,775</b>	<b>323,715</b>	<b>338,282</b>	<b>353,505</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 41. Gastos de ventas**

GASTO DE VENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	JEFE DE VENTAS	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
6	<b>TOTAL</b>	<b>46,600</b>	<b>48,697</b>	<b>50,888</b>	<b>53,178</b>	<b>55,571</b>
	APORTE PATRONAL	9,366	9,787	10,228	10,688	11,169
	DECIMO CUARTO	477	1,994	2,084	2,177	2,275
	DECIMO TERCERO	3,583	4,058	4,241	4,432	4,631
	FONDO DE RESERVA	-	4,058	4,241	4,432	4,631
	<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>60,026</b>	<b>68,594</b>	<b>71,681</b>	<b>74,907</b>	<b>78,278</b>
	PROMOCIONES	3,600	3,762	3,931	4,108	4,293
	PUBLICIDAD	18,000	18,810	19,656	20,541	21,465
	PERMISOS DE VÍA PUBLICA					
	<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>81,626</b>	<b>91,166</b>	<b>95,269</b>	<b>99,556</b>	<b>104,036</b>

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 42. Gastos generales**

GASTOS DE GENERALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MANTENIMIENTO DE PLANTA	60,000.00	62,700.00	65,521.50	68,469.97	71,551.12
	LIMPIEZA	30,000.00	31,350.00	32,760.75	34,234.98	35,775.56
	CAPACITACIÓN DE PERSONAL	60,000.00	62,700.00	65,521.50	68,469.97	71,551.12
	FUMIGACIÓN	42,400.00	44,308.00	46,301.86	48,385.44	50,562.79
	UNIFORMES	10,400.00	10,868.00	11,357.06	11,868.13	12,402.19
	IMPUESTO PREDIAL	3,600.00	3,762.00	3,931.29	4,108.20	4,293.07
	CUERPO DE BOMBEROS	3,000.00	3,135.00	3,276.08	3,423.50	3,577.56
	REPARACIONES DE MAQUINARIAS	15,600.00	16,302.00	17,035.59	17,802.19	18,603.29
	IMPREVISTOS DE PRODUCCION	12,000.00	12,540.00	13,104.30	13,693.99	14,310.22
	VIÁTICOS	120,000.00	125,400.00	131,043.00	136,939.94	143,102.23
	GASTOS DE REPRESENTACION	4,800.00	5,016.00	5,241.72	5,477.60	5,724.09
	TELEFONO	5,400.00	5,643.00	5,896.94	6,162.30	6,439.60
	ENERGIA ELECTRICA	18,000.00	18,810.00	19,656.45	20,540.99	21,465.33
	INTERNET	25,200.00	26,334.00	27,519.03	28,757.39	30,051.47
	ALIMENTACION	54,000.00	56,430.00	58,969.35	61,622.97	64,396.00
	AUTORIA CONTROL Y PROCESOS	48,000.00	50,160.00	52,417.20	54,775.97	57,240.89
	SEGUROS	18,767.20	19,611.72	20,494.25	21,416.49	22,380.24
	TRANSPORTE PERSONAL	30,000.00	31,350.00	32,760.75	34,234.98	35,775.56
	<b>TOTAL GASTOS GENERALES SIN DEP.</b>	<b>561,167.20</b>	<b>586,419.72</b>	<b>612,808.61</b>	<b>640,385.00</b>	<b>669,202.32</b>

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 43. Gastos de operación**

<b>DETALLE DE GASTOS</b>					
<b>GASTOS DE OPERACION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1 JEFE DE PLANTA	24,000.00	25,080.00	26,208.60	27,387.99	28,620.45
1 JEFE DE PRODUCCION	24,000.00	25,080.00	26,208.60	27,387.99	28,620.45
1 JEFE DE LOGISTICA	24,000.00	25,080.00	26,208.60	27,387.99	28,620.45
1 ASISTENTE DE PRODUCCION	6,000.00	6,270.00	6,552.15	6,847.00	7,155.11
1 ASISTENTE DE PRODUCCION	6,000.00	6,270.00	6,552.15	6,847.00	7,155.11
<b>5 TOTAL</b>	<b>84,000.00</b>	<b>81510</b>	<b>85177.95</b>	<b>89010.96</b>	<b>93016.45</b>
APORTE PATRONAL	9,366.00	9,787.47	10,227.91	10,688.16	11,169.13
DECIMO CUARTO	397.50	1,661.55	1,736.32	1,814.45	1,896.10
DECIMO TERCERO	6,416.67	6,792.50	7,098.16	7,417.58	7,751.37
FONDO DE RESERVA	-	6,792.50	7,098.16	7,417.58	7,751.37
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>100,180.17</b>	<b>106,544.02</b>	<b>111,338.50</b>	<b>116,348.73</b>	<b>121,584.43</b>

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

<b>GASTOS DE EXPORTACION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
REGISTRO EN EL ECUAPASS	80	-	-	-	-
CERTIFICADO FITOSANITARIO \$14 C/30 Kg.	6,754	7,058	7,376	7,708	8,054
CERTIFICADO FITOSANITARIO DOCUMENTO	30	31	33	34	36
CERTIFICADO DE CALIDAD VALIDO POR 10 AÑOS	900	941	983	1,027	1,073
ANALISIS DE LABORATORIO	900	941	983	1,027	1,073
EMBALAJE - \$1.20 POR CAJA	4,776	4,991	5,216	5,450	5,696
MARCADO Y UNITARIZACION	45	47	49	51	54
COSTO PORTUARIOS	86	90	94	98	103
FACTURA COMERCIAL Y LISTA DE BULTOS	6	6	7	7	7
FLETE INTERNO	180	188	197	205	215
DECLARACION ADUANERA	75	78	82	86	89
CONSTANCIA DE VERIFICACION	75	78	82	86	89
DOCUMENTOS DE TRANSPORTE	51	53	56	58	61
MANIPULEO LUGAR DE EMBARQUE INTERNACIONAL	285	298	311	325	340
BANCARIOS	2,400	2,508	2,621	2,739	2,862
AGENTES	360	376	393	411	429
CARTA DE INSPECCION	150	157	164	171	179
CERTIFICADO DE ORIGEN	60	63	66	68	72
ANALISIS PARAMETROS FÍSICO-QUÍMICO	360	376	393	411	429
ANÁLISIS GC ACOPLADO A MASAS - 1 POR AÑO	400	418	437	456	477
MANIPULEO INSPECCION ANTINARCOTICOS	250	261	273	285	298
SELLO CONTENEDOR	20	21	22	23	24
HONORARIOS INSPECCION ANTINARCOTICOS	150	157	164	171	179
<b>TOTAL GASTOS DE EXPORTACION</b>	<b>18,393</b>	<b>19,137</b>	<b>19,999</b>	<b>20,899</b>	<b>21,839</b>

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

### 5.6.5 Ingresos

**Cuadro 44. Ingresos**

PRESUPUESTO DE INGRESOS							
INGRESOS POR VENTA	UNID.	P.U.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACEITE ESENCIAL EN BOTELLA DE VIDRIO 1000 ML	10,400	105	3,276,000	3,439,800	3,611,790	3,792,380	3,981,998
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>10,400</b>	<b>105</b>	<b>3,276,000</b>	<b>3,439,800</b>	<b>3,611,790</b>	<b>3,792,380</b>	<b>3,981,998</b>

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

#### **Fechas de venta:**

Se venderá en las fechas de enero, abril y octubre, porque la vía de transporte es marítima y la fecha de destino es luego de 1 mes en la que se embarque, es por ello que la venta de enero llegará en febrero para las fiestas de la celebración del día del amor, las ventas de abril llegará en mayo para las fiestas de la celebración del día de la madre, y las ventas de octubre llegará en noviembre para las fiestas de la celebración de Navidad en diciembre, las mismas que ya se empiezan a vender desde noviembre.

#### **Cantidad a producir:**

Se producirá 10400 botellas de 1000 ml en los meses mencionados como son enero, abril y octubre, en cajas de medida de 33x31.5x14, entran 8 botellas de vidrio de 1000 ml en cada caja, es decir transportaremos 1300 cajas.

#### **Forma de exportar:**

Se exportará en un contenedor de 40 pies, en donde entrarán 20 pallets, cada pallets contendrá 65 cajas de aceite esencial.

AÑO	CANTIDAD A PRODUCIR ANUALMENTE	CANTIDAD A PRODUCIR TRES VECES AL AÑO	PRECIO	INGRESOS
1	31200	10400	\$ 105.00	\$ 3,276,000.00
2	31275	10425	\$ 109.98	\$ 3,439,800.00
3	31679	10560	\$ 114.01	\$ 3,611,790.00
4	32072	10691	\$ 118.24	\$ 3,792,379.50
5	32455	10818	\$ 122.69	\$ 3,981,998.48

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

## Contenedor de 40 pies



### 5.6.6 Planilla de cálculo del precio de exportación FOB

**Cuadro 45. Precio de exportación FOB año 1**

	RUBROS	VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
	1.1. Materias primas e insumos	
	1.1.1. Materia Prima Nacional	1,257,600.00
	1.3. Mano de obra directa y cargas sociales	28,827.33
	1.4. Costes Financieros y de Operación	189,463.20
	1.5. Subtotal Rubro 1	1,475,890.53
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
	2.1. Departamento de exportación (costes operativos)	430,735.47
	2.2. Publicidad en el exterior	21,600.00
	2.3. Otros gastos	561,167.20
	2.4. Subtotal Rubro 2	1,013,502.67
<b>3. Gastos Ex Fábrica ( EX WORKS)</b>		
	3.1. Costes de envases y etiquetas	65,973.16
	3.2. Coste de Empaques y Embalajes	3,151.37
	3.3. Documentación para embarque ( factura, lista de empaque etc...)	9,490.17
	3.4. Subtotal Rubro 3	78,614.70
<b>4. Gastos de exportación</b>		
	4.1. Carga y estiba contenedor	51.00
	4.2. Costes Navieros ( THC Origen)	285.00
	4.3. Costes Portuarios ( THC Puerto Origen)	86.00
	4.4. Manipuleo Inspección Antinarcóticos ( Pago a Puerto)	250.00
	4.5. Sellos contenedor ( Pago a Puerto)	20.00
	4.6. Honorarios por Inspección Antinarcóticos ( Pago Agente de Aduana)	150.00
	4.7. Honorarios Agente de Aduana	360.00
	4.8. Otros Rubros	2,880.00
	4.9. Subtotal Rubro 5	4,082.00
<b>5. Utilidades</b>		
	5.1 Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	590,356.21
	5.2. Recargo o adición al Rubro 2 ( 10 %)	101,350.27
	5.3. Recargo o adición al Rubro 3 ( 15 %)	11,792.20
	5.4. Subtotal Rubro 4	703,498.68
<b>6. PRECIO FOB</b>		
	6.1. Precio FOB Total ( sumatoria del rubro 1 al 5)	3,275,588.58
	6.2. Precio FOB por unidad	105

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 46. Precio de exportación FOB año 2**

	<b>RUBROS</b>	<b>VALORES</b>
<b>1. Costos de Producción</b>		
	1.1. Materias primas e insumos	
	1.1.1. Materia Prima Nacional	1,314,192.00
	1.3. Mano de obra directa y cargas sociales	33,385.66
	1.4. Costes Financieros y de Operación	176,832.32
	<b>1.5. Subtotal Rubro 1</b>	<b>1,524,410.98</b>
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
	2.1. Departamento de exportación (costes operativos)	484,913.41
	2.2. Publicidad en el exterior	22,572.00
	2.3. Otros gastos	586,419.72
	<b>2.4. Subtotal Rubro 2</b>	<b>1,093,906.13</b>
<b>3. Gastos Ex Fábrica ( EX WORKS)</b>		
	3.1. Costes de envases y etiquetas	68,941.95
	3.2. Coste de Empaques y Embalajes	3,293.19
	3.3. Documentación para embarque ( factura, lista de empaque etc...)	9,833.62
	<b>3.4. Subtotal Rubro 3</b>	<b>82,068.76</b>
<b>4. Gastos de exportación</b>		
	4.1. Carga y estiba contenedor	53.30
	4.2. Costes Navieros ( THC Origen)	297.83
	4.3. Costes Portuarios ( THC Puerto Origen)	89.87
	4.4. Manipuleo Inspección Antinarcóticos ( Pago a Puerto)	261.25
	4.5. Sellos contenedor ( Pago a Puerto)	20.90
	4.6. Honorarios por Inspección Antinarcóticos ( Pago Agente de Aduana)	156.75
	4.7. Honorarios Agente de Aduana	376.20
	4.8. Otros Rubros	3,009.60
	<b>4.9. Subtotal Rubro 5</b>	<b>4,265.69</b>
<b>5. Utilidades</b>		
	5.1. Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	609,764.39
	5.2. Recargo o adición al Rubro 2 ( 10 %)	109,390.61
	5.3. Recargo o adición al Rubro 3 ( 15 %)	12,310.31
	<b>5.4. Subtotal Rubro 4</b>	<b>731,465.32</b>
<b>6. PRECIO FOB</b>		
	6.1. Precio FOB Total ( sumatoria del rubro 1 al 5)	3,436,116.88
	6.2. Precio FOB por unidad	110

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 47. Precio de exportación FOB año 3**

RUBROS		VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
1.1.	Materias primas e insumos	
1.1.1.	Materia Prima Nacional	1,373,330.64
1.3.	Mano de obra directa y cargas sociales	34,888.01
1.4.	Costes Financieros y de Operación	164,201.44
1.5.	<b>Subtotal Rubro 1</b>	<b>1,572,422.09</b>
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
2.1.	Departamento de exportación (costes operativos)	506,735
2.2.	Publicidad en el exterior	23,587.74
2.3.	Otros gastos	612,808.61
2.4.	<b>Subtotal Rubro 2</b>	<b>1,143,132.86</b>
<b>3. Gastos Ex Fábrica ( EX WORKS)</b>		
3.1.	Costes de envases y etiquetas	72,044.34
3.2.	Coste de Empaques y Embalajes	3,441.38
3.3.	Documentación para embarque ( factura, lista de empaque etc...)	10,276.14
3.4.	<b>Subtotal Rubro 3</b>	<b>85,761.85</b>
<b>4. Gastos de exportación</b>		
4.1.	Carga y estiba contenedor	55.69
4.2.	Costes Navieros ( THC Origen)	311.23
4.3.	Costes Portuarios ( THC Puerto Origen)	93.91
4.4.	Manipuleo Inspección Antinarcóticos ( Pago a Puerto)	273.01
4.5.	Sellos contenedor ( Pago a Puerto)	21.84
4.6.	Honorarios por Inspección Antinarcóticos ( Pago Agente de Aduana)	163.80
4.7.	Honorarios Agente de Aduana	393.13
4.8.	Otros Rubros	3,145.03
4.9.	<b>Subtotal Rubro 5</b>	<b>4,457.65</b>
<b>5. Utilidades</b>		
5.1	Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	628,968.84
5.2.	Recargo o adición al Rubro 2 ( 10 %)	114,313.29
5.3.	Recargo o adición al Rubro 3 ( 15 %)	12,864.28
5.4.	<b>Subtotal Rubro 4</b>	<b>756,146.40</b>
<b>6. PRECIO FOB</b>		
6.1.	Precio FOB Total ( sumatoria del rubro 1 al 5)	3,561,920.86
6.2.	Precio FOB por unidad	114

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 48. Precio de exportación FOB año 4**

RUBROS		VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
1.1.	Materias primas e insumos	
1.1.1.	Materia Prima Nacional	1,435,130.52
1.3.	Mano de obra directa y cargas sociales	36,457.98
1.4.	Costes Financieros y de Operación	151,570.56
1.5.	<b>Subtotal Rubro 1</b>	<b>1,623,162.05</b>
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
2.1.	Departamento de exportación (costes operativos)	529,538
2.2.	Publicidad en el exterior	24,649.19
2.3.	Otros gastos	640,385.00
2.4.	<b>Subtotal Rubro 2</b>	<b>1,194,574.75</b>
<b>3. Gastos Ex Fábrica ( EX WORKS)</b>		
3.1.	Costes de envases y etiquetas	75,286.33
3.2.	Coste de Empaques y Embalajes	3,596.24
3.3.	Documentación para embarque ( factura, lista de empaque etc...)	10,738.56
3.4.	<b>Subtotal Rubro 3</b>	<b>89,621.14</b>
<b>4. Gastos de exportación</b>		
4.1.	Carga y estiba contenedor	58.20
4.2.	Costes Navieros ( THC Origen)	325.23
4.3.	Costes Portuarios ( THC Puerto Origen)	98.14
4.4.	Manipuleo Inspección Antinarcóticos ( Pago a Puerto)	285.29
4.5.	Sellos contenedor ( Pago a Puerto)	22.82
4.6.	Honorarios por Inspección Antinarcóticos ( Pago Agente de Aduana)	171.17
4.7.	Honorarios Agente de Aduana	410.82
4.8.	Otros Rubros	3,286.56
4.9.	<b>Subtotal Rubro 5</b>	<b>4,658.24</b>
<b>5. Utilidades</b>		
5.1.	Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	649,264.82
5.2.	Recargo o adición al Rubro 2 ( 10 %)	119,457.47
5.3.	Recargo o adición al Rubro 3 ( 15 %)	13,443.17
5.4.	<b>Subtotal Rubro 4</b>	<b>782,165.47</b>
<b>6. PRECIO FOB</b>		
6.1.	Precio FOB Total ( sumatoria del rubro 1 al 5)	3,694,181.65
6.2.	Precio FOB por unidad	118

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 49. Precio de exportación FOB año 5**

RUBROS		VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
1.1.	Materias primas e insumos	
1.1.1.	Materia Prima Nacional	1,499,711.39
1.3.	Mano de obra directa y cargas sociales	38,098.58
1.4.	Costes Financieros y de Operación	138,939.68
1.5.	<b>Subtotal Rubro 1</b>	<b>1,676,753.66</b>
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
2.1.	Departamento de exportación (costes operativos)	553,367
2.2.	Publicidad en el exterior	25,758.40
2.3.	Otros gastos	669,202.32
2.4.	<b>Subtotal Rubro 2</b>	<b>1,248,331.48</b>
<b>3. Gastos Ex Fábrica ( EX WORKS)</b>		
3.1.	Costes de envases y etiquetas	78,674.22
3.2.	Coste de Empaques y Embalajes	3,758.07
3.3.	Documentación para embarque ( factura, lista de empaque etc...)	11,221.80
3.4.	<b>Subtotal Rubro 3</b>	<b>93,654.09</b>
<b>4. Gastos de exportación</b>		
4.1.	Carga y estiba contenedor	60.82
4.2.	Costes Navieros ( THC Origen)	339.87
4.3.	Costes Portuarios ( THC Puerto Origen)	102.56
4.4.	Manipuleo Inspección Antinarcoáticos ( Pago a Puerto)	298.13
4.5.	Sellos contenedor ( Pago a Puerto)	23.85
4.6.	Honorarios por Inspección Antinarcoáticos ( Pago Agente de Aduana)	178.88
4.7.	Honorarios Agente de Aduana	429.31
4.8.	Otros Rubros	3,434.45
4.9.	<b>Subtotal Rubro 5</b>	<b>4,867.86</b>
<b>5. Utilidades</b>		
5.1	Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	670,701.46
5.2.	Recargo o adición al Rublo 2 ( 10 % )	124,833.15
5.3.	Recargo o adición al Rublo 3 ( 15 % )	14,048.11
5.4.	<b>Subtotal Rubro 4</b>	<b>809,582.72</b>
<b>6. PRECIO FOB</b>		
6.1.	Precio FOB Total ( sumatoria del rubro 1 al 5)	3,833,189.81
6.2.	Precio FOB por unidad	123

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

### 5.6.7 Estado de resultados.

El estado de resultados nos muestra la utilidad que genera el crear una empresa de producción de aceites esenciales. En el estado de resultados podemos ver cuánto tenemos de ingresos provenientes de la actividad principal, y por ende los gastos que incurriremos.

**Cuadro 50. Estado de resultados**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>VENTAS</b>	3,276,000	3,439,800	3,611,790	3,792,380	3,981,998	18,101,968
(-) COSTO DE VENTAS	1,286,427	1,347,578	1,408,219	1,471,588	1,537,810	7,051,622
(-) COSTOS INDIRECTOS	64,303	67,197	70,221	73,381	76,683	351,785
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>1,925,269</b>	<b>2,025,025</b>	<b>2,133,350</b>	<b>2,247,410</b>	<b>2,367,506</b>	<b>10,698,561</b>
GASTOS GENERALES	1,031,896	1,113,043	1,163,129	1,215,470	1,270,166	5,793,705
(-) DEPRECIACION	157,844	157,844	157,844	119,811	119,811	713,153
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>735,530</b>	<b>754,139</b>	<b>812,377</b>	<b>912,129</b>	<b>977,528</b>	<b>4,191,703</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	63,154	50,524	37,893	25,262	12,631	189,463
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>672,375</b>	<b>703,616</b>	<b>774,485</b>	<b>886,867</b>	<b>964,897</b>	<b>4,002,240</b>
PARTICIPACION EMPLEADOS	100,856	105,542	116,173	133,030	144,735	600,336
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>571,519</b>	<b>598,073</b>	<b>658,312</b>	<b>753,837</b>	<b>820,163</b>	<b>3,401,904</b>
IMPUESTO RENTA	125,734	131,576	144,829	165,844	180,436	748,419
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>445,785</b>	<b>466,497</b>	<b>513,483</b>	<b>587,993</b>	<b>639,727</b>	<b>2,653,485</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

### 5.6.8 Balance general

**Cuadro 51. Balance General**

BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	500	704,410	1,212,970	1,781,871	2,401,239	3,060,764
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>500</b>	<b>704,410</b>	<b>1,212,970</b>	<b>1,781,871</b>	<b>2,401,239</b>	<b>3,060,764</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>
DEPRECIAC. ACUMULADA	-	157,844	315,687	473,531	593,342	713,153
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,420,517</b>	<b>1,262,673</b>	<b>1,104,830</b>	<b>985,019</b>	<b>865,208</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>1,578,860</b>	<b>2,124,927</b>	<b>2,475,643</b>	<b>2,886,701</b>	<b>3,386,257</b>	<b>3,925,972</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	631,544	505,235	378,926	252,618	126,309	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	100,856	105,542	116,173	133,030	144,735
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	125,734	131,576	144,829	165,844	180,436
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>631,544</b>	<b>731,826</b>	<b>616,045</b>	<b>513,619</b>	<b>425,183</b>	<b>325,170</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	947,316	947,316	947,316	947,316	947,316	947,316
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	445,785	466,497	513,483	587,993	639,727
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	445,785	912,282	1,425,766	2,013,758
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>947,316</b>	<b>1,393,101</b>	<b>1,859,598</b>	<b>2,373,082</b>	<b>2,961,074</b>	<b>3,600,801</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>1,578,860</b>	<b>2,124,927</b>	<b>2,475,643</b>	<b>2,886,701</b>	<b>3,386,257</b>	<b>3,925,972</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

## 5.6.9 Flujo de caja

*Cuadro 52. Flujo de caja*

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
SALDO INICIAL	947316	500	704410	1212970	1781871	2401239	947316
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS	0	3276000	3439800	3611790	3792380	3981998	18101968
<b>TOTAL IINGRESOS OPERATIVOS</b>		3276000	3439800	3611790	3792380	3981998	18101968
<b>OTROS INGRESOS</b>							
PRESTAMOS BANCARIOS	631544	0					0
<b>TOTAL OTROS INGRESOS</b>	631544	3276000	3439800	3611790	3792380	3981998	18101968
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	0	270529	309775	323715	338282	353505	1595805
GASTO DE OPERACION		100180	106544	111339	116349	121584	555996
GASTOS GENERALES		561167	586420	612809	640385	669202	3069983
GASTO DE VENTAS	0	81626	91166	95269	99556	104036	471654
GASTOS DE EXPORTACION		18393	19137	19999	20899	21839	100267
GASTOS DE PRODUCCION	0	1350731	1414775	1478440	1544969	1614493	7403407
UTILIDADES	0	0	100856	105542	116173	133030	455601
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	0	0	125734	131576	144829	165844	567983
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	0	2382627	2754408	2878688	3021441	3183534	14220697
<b>INVERSION</b>							
INVERSION INICIAL	1578860	0					0
<b>TOTAL INVERSION</b>	1578860	0	0	0	0	0	0
<b>FINANCIERO</b>							
PAGO DE CAPITAL	0	126309	126309	126309	126309	126309	631544
PAGO DE INTERESES	0	63154	50524	37893	25262	12631	189463
<b>TOTAL EGRESOS FINANCIEROS</b>	0	189463	176832	164201	151571	138940	821007
<b>TOTAL EGRESOS</b>	1578860	2572090	2931240	3042889	3173012	3322473	15041704
<b>SALDO FINAL</b>	-947316	703910	508560	568901	619368	659525	3060264
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	0	704410	1212970	1781871	2401239	3060764	4007580

Fuente Investigación de Mercado

Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

## 5.6.10 Análisis de rentabilidad

Mide si un negocio o empresa es rentable, de acuerdo a los resultados del VAN y el TIR, los mismos que son indicadores para medir la factibilidad de un proyecto.

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero. Nuestro TIR es de 74.78% por lo que el proyecto es rentable para el inversionista.

## INDICE DE RENTABILIDAD

El índice de rentabilidad mide la cantidad en que aumenta la inversión en relación con cada unidad monetaria invertida, este siempre debe ser mayor a uno, en nuestro caso es 1.26

**Cuadro 53. Financiamiento**

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
<b>INVERSION TOTAL</b>		1,578,860.00
Financiado	40%	631,544
Aporte Propio	60%	947,316
		1,578,860.00
TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	10.00%	0.10
		0.10
PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	631,544.00	63,154.40

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

## Flujo de Caja del Inversionista

**Cuadro 54. Flujo de caja inversionista**

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-1,578,860.00	704,410.10	1,212,970.03	1,781,871.07	2,401,239.00	3,060,764.17

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

**Cuadro 55. TIR y VAN**

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	5.00%
TASA DE RENDIMIENTO PR MAYOR AL 12%	
SUMATORIA DE FLUJOS	9,161,254.37
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	1,578,860.00
TASA DE RENTIMIENTO PRO	116.05%
SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS	
	7,684,007.65
VAN	<b>POSITIVO</b>
	<b>6,105,147.65</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R	MAYOR A 1
	1.26
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12
	25.86
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	<b>74.78%</b>

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

### 5.6.11 Índices financieros

**Cuadro 56. Ratio de endeudamiento**

	RATIO DE ENDEUDAMIENTO						PORCENTAJE					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Pasivo	631544	731826	616045	513619	425183	325170						
Total Activo	1578860	2124927	2475643	2886701	3386257	3925972	40%	34%	25%	18%	13%	8%

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

Nos indica lo apalancada, mediante financiación ajena, que esta la empresa.

**Cuadro 57. Capacidad de pago de intereses y rotación de activos fijos**

	CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES					VECES				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes impuesto e intereses	571519	598073	658312	753837	820163					
Gastos financieros	63154	50524	37893	25262	12631	9.05	11.84	17.37	29.84	64.93
	ROTACION DE ACTIVOS FIJOS					VECES				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	3276000	3439800	3611790	3792380	3981998					
Activos Fijos Totales	1420516.5	1262673	1104829.5	985018.5	865207.5	2.3	2.7	3.3	3.9	4.6

Fuente Investigación de Mercado  
Elaborado por Natali Burgos y Cindy Yagual

En el ratio de capacidad de pago de interés mientras más bajo sea, mayor es el riesgo para el prestamista de que puedan pagar la deuda.

En el ratio de rotación de activos fijos mientras más alto es el porcentaje, mayor es la rentabilidad del negocio, es decir que más rápido se convierte el activo en dinero.

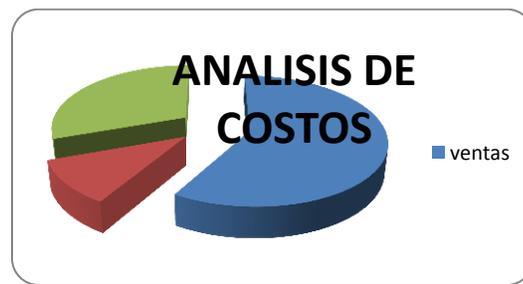
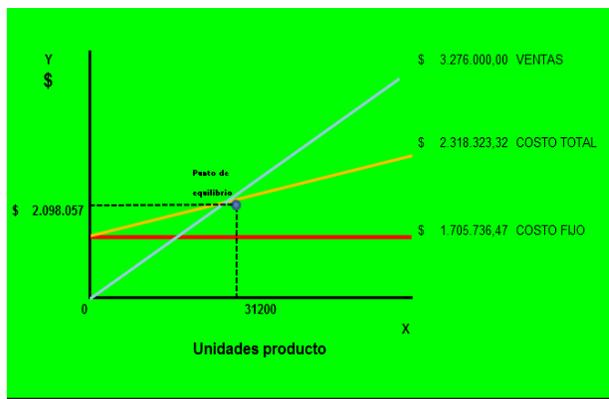
### 5.6.12 Punto de equilibrio

**Cuadro 58. Punto de equilibrio**

Año 1

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DATOS EN DOLARES	
ventas	3,276,000.00
costo variables	612,586.86
Costos fijos	1,705,736.47

DATOS EN DOLARES			
PE=	CF	=	1705736.47
1-	CV		0.81301
PE=		=	2098057.03



Año 2

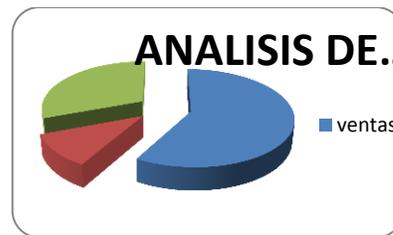
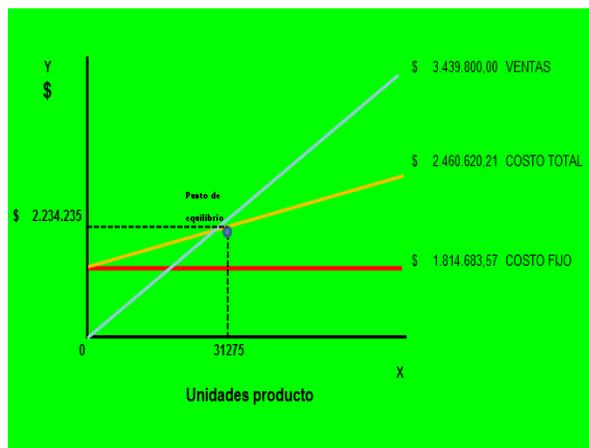
## PUNTO DE EQUILIBRIO

### DATOS EN DOLARES

ventas	3,439,800.00
costo variables	645,936.65
Costos fijos	1,814,683.57

### DATOS EN DOLARES

$$\text{PE} = \frac{\text{CF}}{1 - \text{CV}} = \frac{1814683.57}{0.81222}$$
$$\text{PE} = 2234235.45$$



## Año 3

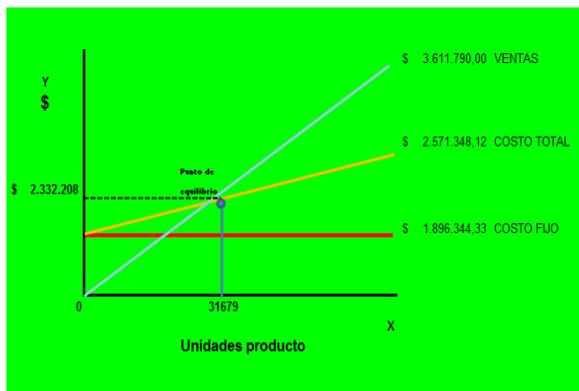
### PUNTO DE EQUILIBRIO

#### DATOS EN DOLARES

ventas	3,611,790.00
costo variables	675,003.79
Costos fijos	1,896,344.33

#### DATOS EN DOLARES

$$\begin{aligned} PE &= \frac{CF}{1 - CV} = \frac{1896344.33}{0.81311} \\ PE &= 2332208.41 \end{aligned}$$



### ANALISIS DE COSTOS

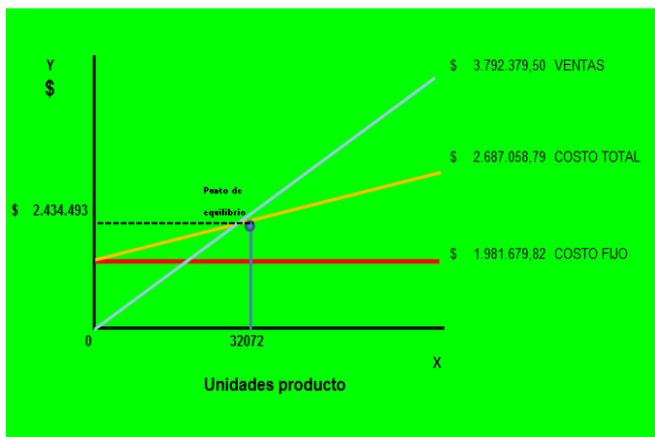


## Año 4

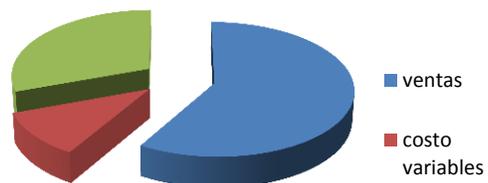
### PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS EN DOLARES	
ventas	3,792,379.50
costo variables	705,378.96
Costos fijos	1,981,679.82

DATOS EN DOLARES	
PE=	CF = 1981679.82
1- CV	0.81400
PE=	= 2434493.24



### ANALISIS DE COSTOS



Año 5

### PUNTO DE EQUILIBRIO

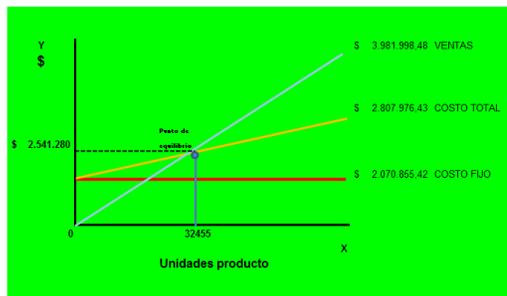
#### DATOS EN DOLARES

ventas	3,981,998.48
costo variables	737,121.02
Costos fijos	2,070,855.42

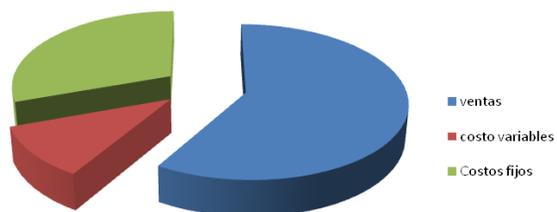
#### DATOS EN DOLARES

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{2070855.42}{0.81489}$$

$$PE = 2541280.29$$



### ANALISIS DE COSTOS



## CONCLUSIONES

- A lo largo de las investigaciones realizadas con bases científicas se han comprobado los efectos terapéuticos del aceite esencial de cardamomo alrededor del mundo, su uso se ha extendido y los conocimientos tradicionales son avalados por los descubrimientos científicos convirtiéndolos en una fuerte tendencia como opción alternativa de salud, belleza y bienestar.

- La industria de productos naturales en nuestro país es todavía incipiente, pero gracias a que se han reconocido el potencial terapéutico de las especies vegetales y la diversidad existente en nuestro país, en los últimos años se ha logrado avances importantes en la metodología de aislamiento de principios activos de las plantas medicinales y métodos analíticos. Pese a ello, la industria de los aceites esenciales aún no constituye una fuente de gran aporte al PIB.

- Las exportaciones de nuestro país, en el campo del aceite esencial de cardamomo, es aún, poco significativa, considerando que es un producto relativamente nuevo, Sin embargo consideramos que su participación como producto de exportación, contribuirá a la necesaria diversificación de nuestras exportaciones, sobre todo en productos con un importante valor agregado.

- El ingreso al mercado de Alemania del aceite esencial de cardamomo, está exento del pago del gravamen aduanero, gracias al SGP andino, que es un programa especial por medio del cual la Unión Europea profundiza las preferencias arancelarias concedidas en el marco del SGP, para los países miembros de la CAN.

- El mercado de productos naturales como es el caso de los aceites esenciales, es aún relativamente pequeño pero se encuentra en crecimiento, pues la utilización de este aceite natural, esta prevaleciendo sobre los sintéticos.

- El aceite esencial del presente proyecto está dirigido a una amplia gama de usuarios: productos cosméticos, de aromaterapia, medicina natural, farmacología, industria alimenticia, etc. Sin embargo lo más importante es resaltar las bondades de los mismos, así como su procedencia y forma de cultivo para construir un posicionamiento diferenciado.

- Los precios de aceites esenciales y oleorresinas pueden fluctuar grandemente dependiendo de la materia prima del aceite así podemos encontrar precios totalmente diferentes de un aceite a otro.

- El proceso productivo para la obtención del aceite esencial del cardamomo, se opto por el método de destilación por arrastre de vapor, el más óptimo y que garantiza mayor calidad del producto final.

- Con el estudio realizado para la empresa Kuen S.A.; se llega a la conclusión que esta empresa tiene dentro de sí un fuerte potencial para seguirse desarrollando en el área de la agricultura, particularmente en el rubro del aceite esencial de cardamomo, ya que las condiciones del mercado, indican una tendencia hacia el aumento de la demanda en este tipo de exportación.

- Particularmente en el caso de los productos analizados en el estudio, se encontraron excelentes oportunidades de negocio en Alemania, que aseguran mayores utilidades a la empresa Kuen S.A, ésta las considera como destinos próximos de sus exportaciones.

## BIBLIOGRAFIA

Agrocalidad <http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/>

Banco Central del Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elementos Esenciales de la Negociación / Lewicky Roy J. / 2003

Enciclopedia El Cardamomun de Guatemala (2010)

Hernández Álvarez Iván. (2003). Ejemplos de la microempresas en el Ecuador. Recuperado el 2012: <http://www.e-ducate.org/images/stories/ModeloReCyProCo.pdf>

Negocios Internacionales / Charles W. Hill / MC Graw Hill / 2001

Normas ISO (International Standard Organization) (1987). Recuperado 2000: <http://html.rincondelvago.com/normas-iso.html>

Pro Ecuador [www.proecuador.gob.ev](http://www.proecuador.gob.ev).

Robbins Stephen (1987), *Comportamiento Organizacional Teoría y Práctica*. San Diego State University. EE.UU. México

Sablich Huamani Charles Alexander. (2007). Módulo de administración y dirección de empresas. *Tipo y diseño de investigación*

SENAE (2012) [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

[www.monografias.com](http://www.monografias.com) (Monografías y Apuntes)

## **RECOMENDACIONES**

La empresa de exportación de aceites esenciales de cardamomo, estará creada bajo todas las normas legales, siendo de tal importancia que todos los trabajadores conozcan cada una de las políticas de la empresa y el proceso de producción, para así cumplir bajo un bien común con la integridad de la entidad, y con los indicadores financieros para obtener una rentabilidad alta.

Las recomendaciones del presente proyecto están basadas en un posicionamiento de la marca dentro del mercado objetivo, para lo cual se realizará lo siguiente:

- Un estudio de mercado, basado en investigaciones de mercado, para conocer preferencias, gustos, sabores preferidos, y realizar mejoras en el producto.
- Brindar capacitación continua, para poder ofrecer productos de alta calidad.
- Realizar un plan de marketing con una masiva publicidad, para dar a conocer el producto y tener la aceptación deseada en el mercado.
- Estar a la vanguardia de la competencia y siempre tener presente a los canales de distribución para que no afecte el proceso de venta de la empresa.
- Establecer alianzas con los proveedores para así asegurar el mercado, con el fin de obtener mejoras en los créditos y más beneficios en la diversificación, porque al depender de uno solo se crearía un monopolio, y es preferible no crear dependencia directa con un solo proveedor.

## ANEXOS

### 1. Encuesta

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA DE COMERCIO  
EXTERIOR

**PROYECTO DE EXPORTACION DEL ACEITE ESENCIAL DE CARDOMOMO  
HACIA MERCADO ALEMAN**

Nombre Encuestador:

Edad:           Sexo:

Email:

Ciudad de Residencia:

**Marque con una cruz (x) la respuesta elegida:**

1.- ¿Usted conoce que es el cardamomo?

Si            No

2.- ¿Usted ha utilizado el aceite esencial de cardamomo?

Si            No

3.- ¿A usted le gustaría utilizar el aceite esencial de cardamomo Ecuatoriano?

Si  No

4.- ¿Usted cree que el Ecuador debe promover el consumo del aceite esencial de cardamomo?

Si  No

5.- ¿Usted conoce de los beneficios para su salud ofrece el aceite esencial de cardamomo?

Si  No

6.- ¿Como le gustaría consumir al cardamomo?

En semillas molidas	<input type="checkbox"/>
En semillas enteras	<input type="checkbox"/>
En aceite	<input type="checkbox"/>
Como planta medicinal	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Cada qué tiempo le gustaría comprar aceite esencial de cardamomo?

Una vez a la semana	<input type="checkbox"/>
Dos veces o más a la semana	<input type="checkbox"/>
Rara vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

Sugerencias y Recomendaciones:

---

## **2 .Entrevista dirigida a la empresa Kuen S.A.**

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE LA EMPRESA KUEN S.A.**

1. ¿Actualmente qué porcentaje de su producción exporta?
2. ¿Cuál fue su motivación para exportar esta semilla en aceite esencial? (actitud hacia la exportación)
3. ¿Cuenta con un departamento de exportaciones? (¿o cuál es el departamento o la persona / posición responsable de las exportaciones de la empresa? ¿Tiene el apoyo y compromiso del equipo directivo de la empresa?)
4. ¿A qué países exporta actualmente –indicar porcentajes-? ¿Exporta a Alemania?
5. ¿Hace Inteligencia de mercado o comercial para determinar donde existen oportunidades para sus productos o servicios? (¿Cómo decide a qué países exportar?) ¿Cómo la hace? ¿Qué beneficios considera que le da)
6. ¿Cuáles son los retos que ha encontrado y obstáculos para exportar?
7. ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva internacional que lo ha ayudado a exportar exitosamente a dichos países? (¿Qué diferencia a sus productos o servicios del resto?)
8. ¿Según Usted que es lo que ha hecho bien para lograr exportar exitosamente? ¿Por qué?
9. ¿Cuál sería su recomendación para otras empresas que desean exportar o están iniciando a hacerlo?

### 3. Inversión

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
20	ESCRITORIOS CON ARCHIVADOR	300.00	6,000.00
2	ESCRITORIO TIPO GERENTE	180.00	360.00
1	MESA DE JUNTA	600.00	600.00
10	SILLAS PARA LA JUNTA	120.00	1,200.00
20	SILLAS EJECUTIVAS	100.00	2,000.00
10	SILLAS DE ESPERA	80.00	800.00
15	ARCHIVADORES	50.00	750.00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>11,710.00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
6	COPIADORAS	500.00	3,000.00
8	MESA EJECUTIVA	450.00	3,600.00
2	ANILLADORAS	300.00	600.00
2	ENCUADERNADORAS	500.00	1,000.00
3	CORTADORAS	300.00	900.00
20	ACONDICIONADORES DE ACIRE	900.00	18,000.00
20	TELEFONOS	120.00	2,400.00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>29,500.00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
20	COMPUTADORAS	1,800.00	36,000.00
9	IMPRESORAS	250.00	2,250.00
3	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1,500.00	4,500.00
20	SOFTWARE OFFICE	225.00	4,500.00
20	SOFTWARE OFFICE TMAX	1,500.00	30,000.00
20	LICENCIA WINDOWS	300.00	6,000.00
20	LAPTOP	1,200.00	24,000.00
10	TABLET	800.00	8,000.00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			<b>115,250.00</b>
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>			
4	GENERADOR DE VAPOR	15,000.00	60,000.00
4	EXTRACTOR	8,000.00	25,000.00
4	CONDENSADOR	4,500.00	20,000.00
4	VASO SEPARADOR	2,500.00	10,000.00
1	RECOLECTOR	3,500.00	3,500.00
2	TUBERIAS	4,200.00	8,400.00
15	GAS	55.00	825.00
5	BALANZA 15 KG	35.00	175.00
5	MOLINO DE MARTILLO	4,200.00	21,000.00
5	EQUIPO DE DESTILACION	4,850.00	24,250.00
5	CALDERO	5,000.00	25,000.00
5	EQUIPO DE DECANTACION	397.00	1,985.00
5	MOLINO DE CUCHILLAS	3,120.00	15,600.00
5	SECADO DE MADERA TIPO ARMARIO	305.00	1,525.00
5	SECADO SOLARES	285.00	1,425.00
40	ENVASE DE ALMACENAMIENTO	250.00	10,000.00
20	MESAS DE TRABAJO	120.00	2,400.00
1	BALANZA SEMIAUTOMATICA DE PISO	500.00	500.00
1	BOMBA PARA CISTERNA	315.00	315.00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>231,900.00</b>
<b>VEHICULO</b>			
2	CAMIONETA	45,000.00	90,000.00
2	CAMION	65,000.00	130,000.00
<b>TOTAL VEHICULOS</b>			<b>220,000.00</b>
<b>EDIFICIOS</b>			
1	EDIFICIO	810,000.00	810,000.00
1	BODEGA DE MATERIALES RECICLADOS	80,000.00	80,000.00
1	BODEGA DE PRODUCTOS TERMINADOS	80,000.00	80,000.00
<b>TOTAL EDIFICIO</b>			<b>970,000.00</b>
<b>TERRENO</b>			
1	TERRENO	100,000.00	100,000.00
<b>TOTAL TERRENO</b>			<b>-</b>
<b>CERTIFICACIONES Y REGISTROS</b>			
PATENTES, CERTIFICADOS Y REGISTROS			<b>3,500.00</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>1,681,860.00</b>

#### 4. Gastos administrativos

DETALLE DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	54,000	56,430	58,969	61,623	64,396
1	CONTADOR	24,000	25,080	26,209	27,388	28,620
1	ASISTENTE CONTABLE	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	ASISTENTE CONTABLE	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	ASISTENTE DE IMPUESTOS	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	ASISTENTE DE GERENCIA	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	ASISTENTE DE IMPORTACIONES	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	JEFA DE RECURSOS HUMANOS	18,000	18,810	19,656	20,541	21,465
1	ASISTENTE DE RECURSOS HUMANOS	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	ASISTENTE DE SISTEMAS	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	DIGITADOR	7,200	7,524	7,863	8,216	8,586
1	BODEGUERO	8,400	8,778	9,173	9,586	10,017
1	ASISTENTE DE BODEGA	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	ASISTENTE DE BODEGA	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	ASISTENTE DE BODEGA	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	CONSERJE	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	GUARDIA	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	GUARDIA	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	GUARDIA	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	MENSAJERO EXTERNO	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
1	MENSAJERO INTERNO	4,200	4,389	4,587	4,793	5,009
<b>23</b>	<b>TOTAL</b>	<b>226,200</b>	<b>236,379</b>	<b>247,016</b>	<b>258,132</b>	<b>269,748</b>
	APORTE PATRONAL	25,221	26,356	27,542	28,782	30,077
	DECIMO CUARTO	1,829	7,643	7,987	8,346	8,722
	DECIMO TERCERO	17,279	19,698	20,585	21,511	22,479
	FONDO DE RESERVA	-	19,698	20,585	21,511	22,479
	<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>270,529</b>	<b>309,775</b>	<b>323,715</b>	<b>338,282</b>	<b>353,505</b>

#### 5. Gastos de operación

DETALLE DE GASTOS						
GASTOS DE OPERACION		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	JEFE DE PLANTA	24,000.00	25,080.00	26,208.60	27,387.99	28,620.45
1	JEFE DE PRODUCCION	24,000.00	25,080.00	26,208.60	27,387.99	28,620.45
1	JEFE DE LOGISTICA	24,000.00	25,080.00	26,208.60	27,387.99	28,620.45
1	ASISTENTE DE PRODUCCION	6,000.00	6,270.00	6,552.15	6,847.00	7,155.11
1	ASISTENTE DE PRODUCCION	6,000.00	6,270.00	6,552.15	6,847.00	7,155.11
<b>5</b>	<b>TOTAL</b>	<b>84,000.00</b>	<b>81510</b>	<b>85177.95</b>	<b>89010.96</b>	<b>93016.45</b>
	APORTE PATRONAL	9,366.00	9,787.47	10,227.91	10,688.16	11,169.13
	DECIMO CUARTO	397.50	1,661.55	1,736.32	1,814.45	1,896.10
	DECIMO TERCERO	6,416.67	6,792.50	7,098.16	7,417.58	7,751.37
	FONDO DE RESERVA	-	6,792.50	7,098.16	7,417.58	7,751.37
	<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>100,180.17</b>	<b>106,544.02</b>	<b>111,338.50</b>	<b>116,348.73</b>	<b>121,584.43</b>

## 6.Gastos generales

GASTOS DE GENERALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MANTENIMIENTO DE PLANTA	60,000.00	62,700.00	65,521.50	68,469.97	71,551.12
	LIMPIEZA	30,000.00	31,350.00	32,760.75	34,234.98	35,775.56
	CAPACITACIÓN DE PERSONAL	60,000.00	62,700.00	65,521.50	68,469.97	71,551.12
	FUMIGACIÓN	42,400.00	44,308.00	46,301.86	48,385.44	50,562.79
	UNIFORMES	10,400.00	10,868.00	11,357.06	11,868.13	12,402.19
	IMPUESTO PREDIAL	3,600.00	3,762.00	3,931.29	4,108.20	4,293.07
	CUERPO DE BOMBEROS	3,000.00	3,135.00	3,276.08	3,423.50	3,577.56
	REPARACIONES DE MAQUINARIAS	15,600.00	16,302.00	17,035.59	17,802.19	18,603.29
	IMPREVISTOS DE PRODUCCION	12,000.00	12,540.00	13,104.30	13,693.99	14,310.22
	VIÁTICOS	120,000.00	125,400.00	131,043.00	136,939.94	143,102.23
	GASTOS DE REPRESENTACION	4,800.00	5,016.00	5,241.72	5,477.60	5,724.09
	TELEFONO	5,400.00	5,643.00	5,896.94	6,162.30	6,439.60
	ENERGIA ELECTRICA	18,000.00	18,810.00	19,656.45	20,540.99	21,465.33
	INTERNET	25,200.00	26,334.00	27,519.03	28,757.39	30,051.47
	ALIMENTACION	54,000.00	56,430.00	58,969.35	61,622.97	64,396.00
	AUTORIA CONTROL Y PROCESOS	48,000.00	50,160.00	52,417.20	54,775.97	57,240.89
	SEGUROS	18,767.20	19,611.72	20,494.25	21,416.49	22,380.24
	TRANSPORTE PERSONAL	30,000.00	31,350.00	32,760.75	34,234.98	35,775.56
	<b>TOTAL GASTOS GENERALES SIN DEP.</b>	<b>561,167.20</b>	<b>586,419.72</b>	<b>612,808.61</b>	<b>640,385.00</b>	<b>669,202.32</b>

## 7.Gastos de ventas

GASTO DE VENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	JEFE DE VENTAS	9,600	10,032	10,483	10,955	11,448
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
1	VENDEDOR	7,400	7,733	8,081	8,445	8,825
<b>6</b>	<b>TOTAL</b>	<b>46,600</b>	<b>48,697</b>	<b>50,888</b>	<b>53,178</b>	<b>55,571</b>
	APORTE PATRONAL	9,366	9,787	10,228	10,688	11,169
	DECIMO CUARTO	477	1,994	2,084	2,177	2,275
	DECIMO TERCERO	3,583	4,058	4,241	4,432	4,631
	FONDO DE RESERVA	-	4,058	4,241	4,432	4,631
	<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>60,026</b>	<b>68,594</b>	<b>71,681</b>	<b>74,907</b>	<b>78,278</b>
	PROMOCIONES	3,600	3,762	3,931	4,108	4,293
	PUBLICIDAD	18,000	18,810	19,656	20,541	21,465
	PERMISOS DE VÍA PUBLICA					
	<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>81,626</b>	<b>91,166</b>	<b>95,269</b>	<b>99,556</b>	<b>104,036</b>

## 8. Gastos de exportación

GASTOS DE EXPORTACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REGISTRO EN EL ECUAPASS	80	-	-	-	-
CERTIFICADO FITOSANITARIO \$14 C/30 Kg.	6,754	7,058	7,376	7,708	8,054
CERTIFICADO FITOSANITARIO DOCUMENTO	30	31	33	34	36
CERTIFICADO DE CALIDAD VALIDO POR 10 AÑOS	900	941	983	1,027	1,073
ANALISIS DE LABORATORIO	900	941	983	1,027	1,073
EMBALAJE - \$1.20 POR CAJA	4,776	4,991	5,216	5,450	5,696
MARCADO Y UNITARIZACION	45	47	49	51	54
COSTO PORTUARIOS	86	90	94	98	103
FACTURA COMERCIAL Y LISTA DE BULTOS	6	6	7	7	7
FLETE INTERNO	180	188	197	205	215
DECLARACION ADUANERA	75	78	82	86	89
CONSTANCIA DE VERIFICACION	75	78	82	86	89
DOCUMENTOS DE TRANSPORTE	51	53	56	58	61
MANIPULEO LUGAR DE EMBARQUE INTERNACIONAL	285	298	311	325	340
BANCARIOS	2,400	2,508	2,621	2,739	2,862
AGENTES	360	376	393	411	429
CARTA DE INSPECCION	150	157	164	171	179
CERTIFICADO DE ORIGEN	60	63	66	68	72
ANALISIS PARAMETROS FÍSICO-QUÍMICO	360	376	393	411	429
ANÁLISIS GC ACOPLADO A MASAS - 1 POR AÑO	400	418	437	456	477
MANIPULEO INSPECCION ANTINARCOTICOS	250	261	273	285	298
SELLO CONTENEDOR	20	21	22	23	24
HONORARIOS INSPECCION ANTINARCOTICOS	150	157	164	171	179
<b>TOTAL GASTOS DE EXPORTACION</b>	<b>18,393</b>	<b>19,137</b>	<b>19,999</b>	<b>20,899</b>	<b>21,839</b>

## 9. Costo directo de materiales de fabricación

COSTO DIRECTOS DE FABRICACION									
CONCEPTO	Unidad	Precio	Cantidad	Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CARDAMOMO	KILOS	50	2,080	104,000	1,248,000	1,304,160	1,362,847	1,424,175	1,488,263
COMBUSTIBLE (BUNKER)	LITROS	3	40	100	3,600	3,762	3,931	4,108	4,293
AGUA	LITROS	1	5,000	5,000	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
<b>COSTO DIRECTO</b>					<b>1,257,600</b>	<b>1,314,192</b>	<b>1,373,331</b>	<b>1,435,131</b>	<b>1,499,711</b>

## 10. Costo directo de mano de obra

COSTOS DIRECTOS						
MANO DE OBRA						
CANT.	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	obrero 1	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	obrero 2	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	obrero 3	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
1	obrero 4	6,000	6,270	6,552	6,847	7,155
<b>4</b>	<b>TOTAL</b>	<b>24,000</b>	<b>25,080</b>	<b>26,209</b>	<b>27,388</b>	<b>28,620</b>
	APORTE PATRONAL	2,676	2,796	2,922	3,054	3,191
	DECIMO CUARTO	318	1,329	1,389	1,452	1,517
	DECIMO TERCERO	1,833	2,090	2,184	2,282	2,385
	FONDO DE RESERVA	-	2,090	2,184	2,282	2,385
	<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>28,827</b>	<b>33,386</b>	<b>34,888</b>	<b>36,458</b>	<b>38,099</b>

## 11. Costo indirecto de fabricación

COSTO INDIRECTOS DE FABRICACION									
CONCEPTO	Unidad	Precio	Cantidad	Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJAS DE CARTON	CAJAS	0.3	1327	\$ 398.01	1,592	1,664	1,739	1,817	1,899
ENVASES DE VIDRIO DE 1000 CC	BOTELLAS	1	10608	\$ 10,608.00	42,432	44,341	46,337	48,422	50,601
CINTA DE EMBALAJE / 12 MTS	METROS	0.7	40	\$ 28.00	112	117	122	128	134
ETIQUETAS ADHESIVAS	UNIDAD	0.45	10400	\$ 4,680.00	18,720	19,562	20,443	21,363	22,324
PALLET	UNIDAD	18	20	\$ 361.83	1,447	1,512	1,581	1,652	1,726
<b>TOTAL</b>			<b>22374.71</b>	<b>15714.01</b>	<b>64,303</b>	<b>67,197</b>	<b>70,221</b>	<b>73,381</b>	<b>76,683</b>

## 12. Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS							
INGRESOS POR VENTA	UNID.	P.U.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACEITE ESENCIAL EN BOTELLA DE VIDRIO 1000 ML	10,400	105	3,276,000	3,439,800	3,611,790	3,792,380	3,981,998
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>10,400</b>	<b>105</b>	<b>3,276,000</b>	<b>3,439,800</b>	<b>3,611,790</b>	<b>3,792,380</b>	<b>3,981,998</b>

## 13. Financiamiento

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>1,578,860.00</b>
Financiado	<b>40%</b>	631,544
Aporte Propio	<b>60%</b>	947,316
		<b>1,578,860.00</b>
<b>TASA</b>		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	<b>10.00%</b>	<b>0.10</b>
		<b>0.10</b>
<b>PRESTAMO BANCARIO</b>		
Prestamo Bancario	<b>631,544.00</b>	<b>63,154.40</b>

## 14. Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>VENTAS</b>	3,276,000	3,439,800	3,611,790	3,792,380	3,981,998	18,101,968
(-) COSTO DE VENTAS	1,286,427	1,347,578	1,408,219	1,471,588	1,537,810	7,051,622
(-) COSTOS INDIRECTOS	64,303	67,197	70,221	73,381	76,683	351,785
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>1,925,269</b>	<b>2,025,025</b>	<b>2,133,350</b>	<b>2,247,410</b>	<b>2,367,506</b>	<b>10,698,561</b>
GASTOS GENERALES	1,031,896	1,113,043	1,163,129	1,215,470	1,270,166	5,793,705
(-) DEPRECIACION	157,844	157,844	157,844	119,811	119,811	713,153
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>735,530</b>	<b>754,139</b>	<b>812,377</b>	<b>912,129</b>	<b>977,528</b>	<b>4,191,703</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	63,154	50,524	37,893	25,262	12,631	189,463
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>672,375</b>	<b>703,616</b>	<b>774,485</b>	<b>886,867</b>	<b>964,897</b>	<b>4,002,240</b>
PARTICIPACION EMPLEADOS	100,856	105,542	116,173	133,030	144,735	600,336
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>571,519</b>	<b>598,073</b>	<b>658,312</b>	<b>753,837</b>	<b>820,163</b>	<b>3,401,904</b>
IMPUESTO RENTA	125,734	131,576	144,829	165,844	180,436	748,419
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>445,785</b>	<b>466,497</b>	<b>513,483</b>	<b>587,993</b>	<b>639,727</b>	<b>2,653,485</b>

## 15. Balance General

BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	500	704,410	1,212,970	1,781,871	2,401,239	3,060,764
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>500</b>	<b>704,410</b>	<b>1,212,970</b>	<b>1,781,871</b>	<b>2,401,239</b>	<b>3,060,764</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,578,360</b>
DEPRECIAC. ACUMULADA	-	157,844	315,687	473,531	593,342	713,153
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>1,578,360</b>	<b>1,420,517</b>	<b>1,262,673</b>	<b>1,104,830</b>	<b>985,019</b>	<b>865,208</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>1,578,860</b>	<b>2,124,927</b>	<b>2,475,643</b>	<b>2,886,701</b>	<b>3,386,257</b>	<b>3,925,972</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	631,544	505,235	378,926	252,618	126,309	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	100,856	105,542	116,173	133,030	144,735
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	125,734	131,576	144,829	165,844	180,436
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>631,544</b>	<b>731,826</b>	<b>616,045</b>	<b>513,619</b>	<b>425,183</b>	<b>325,170</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTE CAPITAL	947,316	947,316	947,316	947,316	947,316	947,316
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	445,785	466,497	513,483	587,993	639,727
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	445,785	912,282	1,425,766	2,013,758
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>947,316</b>	<b>1,393,101</b>	<b>1,859,598</b>	<b>2,373,082</b>	<b>2,961,074</b>	<b>3,600,801</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>1,578,860</b>	<b>2,124,927</b>	<b>2,475,643</b>	<b>2,886,701</b>	<b>3,386,257</b>	<b>3,925,972</b>

## 16. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
SALDO INICIAL	947316	500	704410	1212970	1781871	2401239	947316
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS	0	3276000	3439800	3611790	3792380	3981998	18101968
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		3276000	3439800	3611790	3792380	3981998	18101968
<b>OTROS INGRESOS</b>							
PRESTAMOS BANCARIOS	631544	0					0
<b>TOTAL OTROS INGRESOS</b>	631544	3276000	3439800	3611790	3792380	3981998	18101968
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	0	270529	309775	323715	338282	353505	1595805
GASTO DE OPERACION		100180	106544	111339	116349	121584	555996
GASTOS GENERALES		561167	586420	612809	640385	669202	3069983
GASTO DE VENTAS	0	81626	91166	95269	99556	104036	471654
GASTOS DE EXPORTACION		18393	19137	19999	20899	21839	100267
GASTOS DE PRODUCCION	0	1350731	1414775	1478440	1544969	1614493	7403407
UTILIDADES	0	0	100856	105542	116173	133030	455601
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	0	0	125734	131576	144829	165844	567983
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	0	2382627	2754408	2878688	3021441	3183534	14220697
<b>INVERSION</b>							
INVERSION INICIAL	1578860	0					0
<b>TOTAL INVERSION</b>	1578860	0	0	0	0	0	0
<b>FINANCIERO</b>							
PAGO DE CAPITAL	0	126309	126309	126309	126309	126309	631544
PAGO DE INTERESES	0	63154	50524	37893	25262	12631	189463
<b>TOTAL EGRESOS FINANCIEROS</b>	0	189463	176832	164201	151571	138940	821007
<b>TOTAL EGRESOS</b>	1578860	2572090	2931240	3042889	3173012	3322473	15041704
<b>SALDO FINAL</b>	-947316	703910	508560	568901	619368	659525	3060264
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	0	704410	1212970	1781871	2401239	3060764	4007580

## 17. Indicadores Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-1,578,860.00	704,410.10	1,212,970.03	1,781,871.07	2,401,239.00	3,060,764.17

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	5.00%
<b>TASA DE RENDIMIENTO PR MAYOR AL 12%</b>	
SUMATORIA DE FLUJOS	9,161,254.37
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	1,578,860.00
TASA DE RENTIMIENTO PRO	116.05%
<b>SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS</b>	
	7,684,007.65
VAN	<b>POSITIVO 6,105,147.65</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.F	MAYOR A 1 1.26
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12 25.86
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	<b>74.78%</b>

RATIO DE ENDEUDAMIENTO							PORCENTAJE					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Pasivo	631544	731826	616045	513619	425183	325170						
Total Activo	1578860	2124927	2475643	2886701	3386257	3925972	40%	34%	25%	18%	13%	8%

CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES						VECES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Utilidad antes impuesto e intereses	571519	598073	658312	753837	820163						
Gastos financieros	63154	50524	37893	25262	12631	9.05	11.84	17.37	29.84	64.93	

ROTACION DE ACTIVOS FIJOS						VECES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	3276000	3439800	3611790	3792380	3981998						
Activos Fijos Totales	1420516.5	1262673	1104829.5	965018.5	865207.5	2.3	2.7	3.3	3.9	4.6	

## 18. Planilla de cálculo del precio de exportación FOB

Año 1

	RUBROS	VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
1.1.	Materias primas e insumos	
1.1.1.	Materia Prima Nacional	1,257,600.00
1.3.	Mano de obra directa y cargas sociales	28,827.33
1.4.	Costes Financieros y de Operación	189,463.20
1.5.	Subtotal Rubro 1	1,475,890.53
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
2.1.	Departamento de exportación (costes operativos)	430,735.47
2.2.	Publicidad en el exterior	21,600.00
2.3.	Otros gastos	561,167.20
2.4.	Subtotal Rubro 2	1,013,502.67
<b>3. Gastos Ex Fábrica ( EX WORKS)</b>		
3.1.	Costes de envases y etiquetas	65,973.16
3.2.	Coste de Empaques y Embalajes	3,151.37
3.3.	Documentación para embarque ( factura, lista de empaque etc...)	9,490.17
3.4.	Subtotal Rubro 3	78,614.70
<b>4. Gastos de exportación</b>		
4.1.	Carga y estiba contenedor	51.00
4.2.	Costes Navieros ( THC Origen)	285.00
4.3.	Costes Portuarios ( THC Puerto Origen)	86.00
4.4.	Manipuleo Inspección Antinarcóticos ( Pago a Puerto)	250.00
4.5.	Sellos contenedor ( Pago a Puerto)	20.00
4.6.	Honorarios por Inspección Antinarcóticos ( Pago Agente de Aduana)	150.00
4.7.	Honorarios Agente de Aduana	360.00
4.8.	Otros Rubros	2,880.00
4.9.	Subtotal Rubro 5	4,082.00
<b>5. Utilidades</b>		
5.1.	Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	590,356.21
5.2.	Recargo o adición al Rubro 2 ( 10 %)	101,350.27
5.3.	Recargo o adición al Rubro 3 ( 15 %)	11,792.20
5.4.	Subtotal Rubro 4	703,498.68
<b>6. PRECIO FOB</b>		
6.1.	Precio FOB Total ( sumatoria del rubro 1 al 5)	3,275,588.58
6.2.	Precio FOB por unidad	105

## Año 2

	RUBROS	VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
	1.1. Materias primas e insumos	
	1.1.1. Materia Prima Nacional	1,314,192.00
	1.3. Mano de obra directa y cargas sociales	33,385.66
	1.4. Costes Financieros y de Operación	176,832.32
	<b>1.5. Subtotal Rubro 1</b>	<b>1,524,410.98</b>
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
	2.1. Departamento de exportación (costes operativos)	484,913.41
	2.2. Publicidad en el exterior	22,572.00
	2.3. Otros gastos	586,419.72
	<b>2.4. Subtotal Rubro 2</b>	<b>1,093,906.13</b>
<b>3. Gastos Ex Fábrica (EX WORKS)</b>		
	3.1. Costes de envases y etiquetas	68,941.95
	3.2. Coste de Empaques y Embalajes	3,293.19
	3.3. Documentación para embarque (factura, lista de empaque etc...)	9,833.62
	<b>3.4. Subtotal Rubro 3</b>	<b>82,068.76</b>
<b>4. Gastos de exportación</b>		
	4.1. Carga y estiba contenedor	53.30
	4.2. Costes Navieros (THC Origen)	297.83
	4.3. Costes Portuarios (THC Puerto Origen)	89.87
	4.4. Manipuleo Inspección Antinarcóticos (Pago a Puerto)	261.25
	4.5. Sellos contenedor (Pago a Puerto)	20.90
	4.6. Honorarios por Inspección Antinarcóticos (Pago Agente de Aduana)	156.75
	4.7. Honorarios Agente de Aduana	376.20
	4.8. Otros Rubros	3,009.60
	<b>4.9. Subtotal Rubro 5</b>	<b>4,265.69</b>
<b>5. Utilidades</b>		
	5.1. Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	609,764.39
	5.2. Recargo o adición al Rubro 2 ( 10 %)	109,390.61
	5.3. Recargo o adición al Rubro 3 ( 15 %)	12,310.31
	<b>5.4. Subtotal Rubro 4</b>	<b>731,465.32</b>
<b>6. PRECIO FOB</b>		
	6.1. Precio FOB Total (sumatoria del rubro 1 al 5)	3,436,116.88
	6.2. Precio FOB por unidad	110

Año 3

	RUBROS	VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
	1.1. Materias primas e insumos	
	1.1.1. Materia Prima Nacional	1,373,330.64
	1.3. Mano de obra directa y cargas sociales	34,888.01
	1.4. Costes Financieros y de Operación	164,201.44
	<b>1.5. Subtotal Rubro 1</b>	<b>1,572,422.09</b>
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
	2.1. Departamento de exportación (costes operativos)	506,735
	2.2. Publicidad en el exterior	23,587.74
	2.3. Otros gastos	612,808.61
	<b>2.4. Subtotal Rubro 2</b>	<b>1,143,132.86</b>
<b>3. Gastos Ex Fábrica ( EX WORKS)</b>		
	3.1. Costes de envases y etiquetas	72,044.34
	3.2. Coste de Empaques y Embalajes	3,441.38
	3.3. Documentación para embarque ( factura, lista de empaque etc...)	10,276.14
	<b>3.4. Subtotal Rubro 3</b>	<b>85,761.85</b>
<b>4. Gastos de exportación</b>		
	4.1. Carga y estiba contenedor	55.69
	4.2. Costes Navieros ( THC Origen)	311.23
	4.3. Costes Portuarios ( THC Puerto Origen)	93.91
	4.4. Manipuleo Inspección Antinarcóticos ( Pago a Puerto)	273.01
	4.5. Sellos contenedor ( Pago a Puerto)	21.84
	4.6. Honorarios por Inspección Antinarcóticos ( Pago Agente de Aduana)	163.80
	4.7. Honorarios Agente de Aduana	393.13
	4.8. Otros Rubros	3,145.03
	<b>4.9. Subtotal Rubro 5</b>	<b>4,457.65</b>
<b>5. Utilidades</b>		
	5.1. Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	628,968.84
	5.2. Recargo o adición al Rubro 2 ( 10 %)	114,313.29
	5.3. Recargo o adición al Rubro 3 ( 15 %)	12,864.28
	<b>5.4. Subtotal Rubro 4</b>	<b>756,146.40</b>
<b>6. PRECIO FOB</b>		
	6.1. Precio FOB Total ( sumatoria del rubro 1 al 5)	3,561,920.86
	6.2. Precio FOB por unidad	114

## Año 4

	RUBROS	VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
	1.1. Materias primas e insumos	
	1.1.1. Materia Prima Nacional	1,435,130.52
	1.3. Mano de obra directa y cargas sociales	36,457.98
	1.4. Costes Financieros y de Operación	151,570.56
	<b>1.5. Subtotal Rubro 1</b>	<b>1,623,162.05</b>
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
	2.1. Departamento de exportación (costes operativos)	529,538
	2.2. Publicidad en el exterior	24,649.19
	2.3. Otros gastos	640,385.00
	<b>2.4. Subtotal Rubro 2</b>	<b>1,194,574.75</b>
<b>3. Gastos Ex Fábrica (EX WORKS)</b>		
	3.1. Costes de envases y etiquetas	75,286.33
	3.2. Coste de Empaques y Embalajes	3,596.24
	3.3. Documentación para embarque (factura, lista de empaque etc...)	10,738.56
	<b>3.4. Subtotal Rubro 3</b>	<b>89,621.14</b>
<b>4. Gastos de exportación</b>		
	4.1. Carga y estiba contenedor	58.20
	4.2. Costes Navieros (THC Origen)	325.23
	4.3. Costes Portuarios (THC Puerto Origen)	98.14
	4.4. Manipuleo Inspección Antinarcoóticos (Pago a Puerto)	285.29
	4.5. Sellos contenedor (Pago a Puerto)	22.82
	4.6. Honorarios por Inspección Antinarcoóticos (Pago Agente de Aduana)	171.17
	4.7. Honorarios Agente de Aduana	410.82
	4.8. Otros Rubros	3,286.56
	<b>4.9. Subtotal Rubro 5</b>	<b>4,658.24</b>
<b>5. Utilidades</b>		
	5.1. Utilidad sobre los Costos de producción (40%)	649,264.82
	5.2. Recargo o adición al Rubro 2 (10%)	119,457.47
	5.3. Recargo o adición al Rubro 3 (15%)	13,443.17
	<b>5.4. Subtotal Rubro 4</b>	<b>782,165.47</b>
<b>6. PRECIO FOB</b>		
	6.1. Precio FOB Total (sumatoria del rubro 1 al 5)	3,694,181.65
	6.2. Precio FOB por unidad	118

## Año 5

	RUBROS	VALORES
<b>1. Costos de Producción</b>		
	1.1. Materias primas e insumos	
	1.1.1. Materia Prima Nacional	1,499,711.39
	1.3. Mano de obra directa y cargas sociales	38,098.58
	1.4. Costes Financieros y de Operación	138,939.68
	<b>1.5. Subtotal Rubro 1</b>	<b>1,676,753.66</b>
<b>2. Gastos de administración y comercialización</b>		
	2.1. Departamento de exportación (costes operativos)	553,367
	2.2. Publicidad en el exterior	25,758.40
	2.3. Otros gastos	669,202.32
	<b>2.4. Subtotal Rubro 2</b>	<b>1,248,331.48</b>
<b>3. Gastos Ex Fábrica (EX WORKS)</b>		
	3.1. Costes de envases y etiquetas	78,674.22
	3.2. Coste de Empaques y Embalajes	3,758.07
	3.3. Documentación para embarque (factura, lista de empaque etc...)	11,221.80
	<b>3.4. Subtotal Rubro 3</b>	<b>93,654.09</b>
<b>4. Gastos de exportación</b>		
	4.1. Carga y estiba contenedor	60.82
	4.2. Costes Navieros (THC Origen)	339.87
	4.3. Costes Portuarios (THC Puerto Origen)	102.56
	4.4. Manipuleo Inspección Antinarcóticos (Pago a Puerto)	298.13
	4.5. Sellos contenedor (Pago a Puerto)	23.85
	4.6. Honorarios por Inspección Antinarcóticos (Pago Agente de Aduana)	178.88
	4.7. Honorarios Agente de Aduana	429.31
	4.8. Otros Rubros	3,434.45
	<b>4.9. Subtotal Rubro 5</b>	<b>4,867.86</b>
<b>5. Utilidades</b>		
	5.1. Utilidad sobre los Costos de producción ( 40 %)	670,701.46
	5.2. Recargo o adición al Rubro 2 ( 10 %)	124,833.15
	5.3. Recargo o adición al Rubro 3 ( 15 %)	14,048.11
	<b>5.4. Subtotal Rubro 4</b>	<b>809,582.72</b>
<b>6. PRECIO FOB</b>		
	6.1. Precio FOB Total (sumatoria del rubro 1 al 5)	3,833,189.81
	6.2. Precio FOB por unidad	123

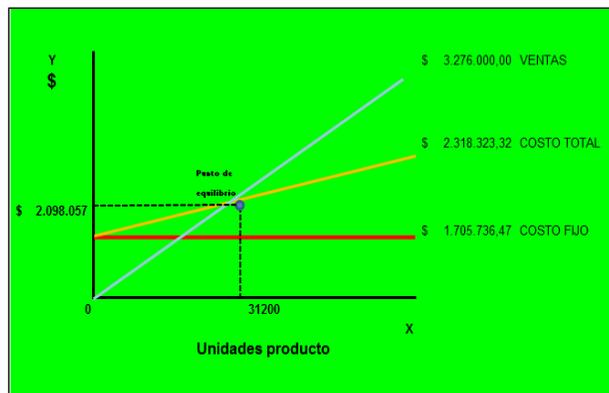
## 19. Punto de equilibrio

Año 1

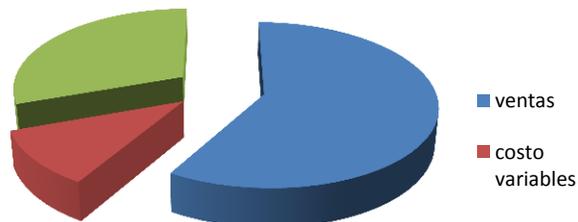
PUNTO DE EQUILIBRIO	
DATOS EN DOLARES	
ventas	3,276,000.00
costo variables	612,586.86
Costos fijos	1,705,736.47

DATOS EN DOLARES	
PE=	CF = 1705736.47
1-	CV 0.81301
PE=	= 2098057.03

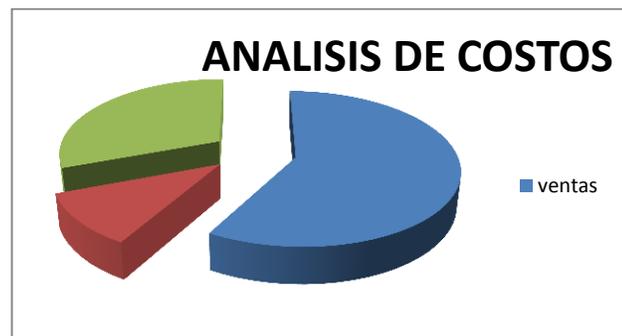
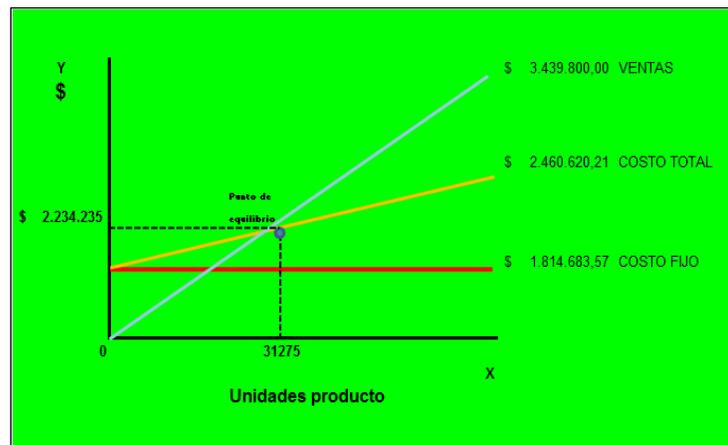


## ANALISIS DE COSTOS



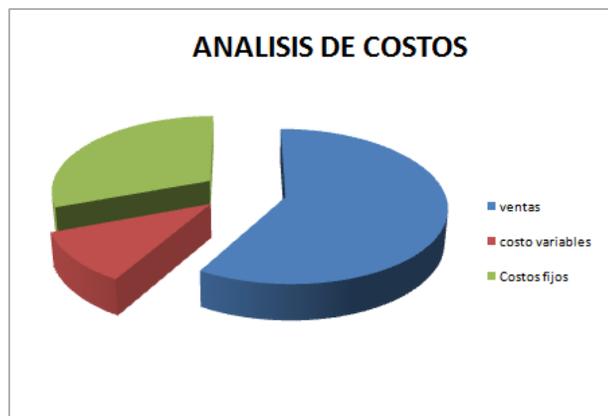
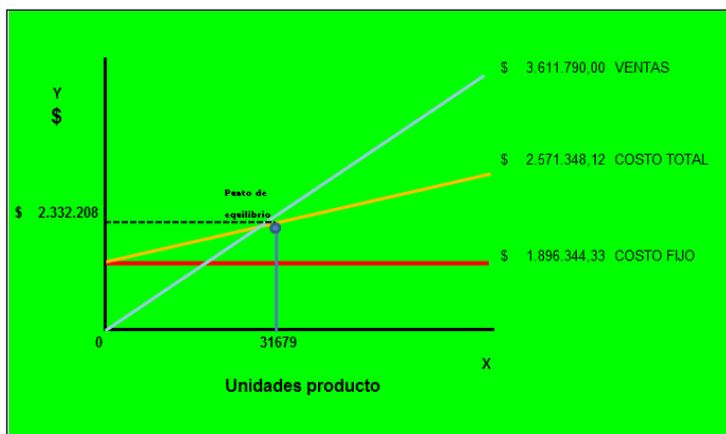
## Año 2

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DATOS EN DOLARES	
ventas	3,439,800.00
costo variables	645,936.65
Costos fijos	1,814,683.57
DATOS EN DOLARES	
PE=	CF = 1814683.57
1- CV	0.81222
PE=	= 2234235.45



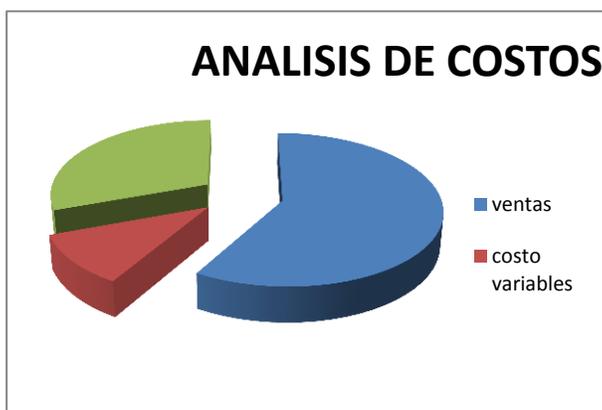
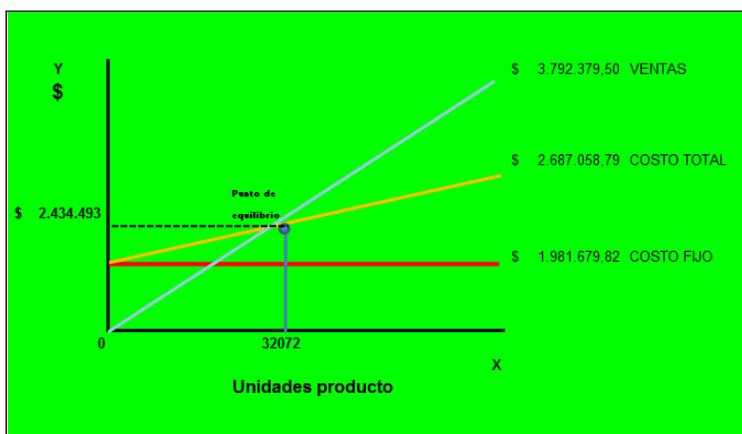
## Año 3

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DATOS EN DOLARES	
ventas	3,611,790.00
costo variables	675,003.79
Costos fijos	1,896,344.33
DATOS EN DOLARES	
PE=	CF = $\frac{1896344.33}{0.81311}$
1- CV	
PE=	= 2332208.41



## Año 4

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DATOS EN DOLARES	
ventas	3,792,379.50
costo variables	705,378.96
Costos fijos	1,981,679.82
DATOS EN DOLARES	
PE=	CF = $\frac{1981679.82}{0.81400}$
1- CV	
PE=	= 2434493.24



Año 5

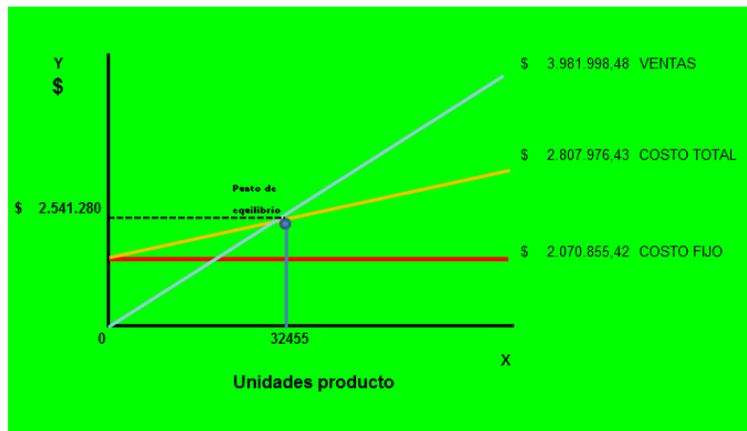
## PUNTO DE EQUILIBRIO

### DATOS EN DOLARES

ventas	3,981,998.48
costo variables	737,121.02
Costos fijos	2,070,855.42

### DATOS EN DOLARES

$$\text{PE} = \frac{\text{CF}}{1 - \text{CV}} = \frac{2070855.42}{0.81489}$$
$$\text{PE} = 2541280.29$$



## ANALISIS DE COSTOS

