

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

**“Comercialización de mora de castilla producida en la provincia del
Carchi sector Maldonado y la demanda requerida en España”**

Tesis de grado previa la obtención del título de
Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación
Comercial Internacional

AUTORA: Lady Carolina Villarreal Terán

ASESOR: Tomás Sánchez Jaime PhD.

TULCÁN - ECUADOR

2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

Certifico que la estudiante Lady Carolina Villarreal Terán con el número de cédula 040134342-1 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: **“Comercialización de mora de castilla producida en la provincia del Carchi sector Maldonado y la demanda requerida en España”**.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Tomás Sánchez Jaime PhD.

Tulcán, 22 de julio de 2013

AUTORÍA DEL TRABAJO

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

Yo, Lady Carolina Villarreal Terán con cédula de identidad número 040134342-1 Declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Lady Carolina Villarreal Terán

Tulcán, 22 de julio de 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Lady Carolina Villarreal Terán, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 22 de julio de 2013

Lady Carolina Villarreal Terán
CI 040134342-1

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto para lograr mis objetivos, y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo mi trayecto estudiantil.

A mis padres: Bladimir y Nancypor ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por demostrarme su cariño, su apoyo incondicional, palabras de aliento que me permitieron salir adelante.

A mi abuelita Ligia por sus consejos, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien y por su infinito amor.

Como también a mis hermanos Alex y Jessica por estar siempre a mi lado y por su apoyo diario.

Y en especial se lo dedico a mi hija Alejandra Tanahiry por ser la razón de mí existir y el motor de mi vida ya que sin ti mi vida no tendría sentido.

AGRADECIMIENTO

Al creador de todas las cosas, que me ha dado fortaleza para continuar cuando he estado a punto de caer.

De igual forma, dedico esta tesis a mis padres: Bladimir y Nancy que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

A mi abuelita por demostrarme que el camino no es fácil y que a pesar de las dificultades hay que salir adelante.

A mis hermanos Alex y Jessica que siempre han estado junto a mí y me brindan su apoyo.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

Y en especial a mi tutor Tomás Sánchez por sus consejos, por no dejarme caer y también a todos los profesores que formaron parte de mi vida estudiantil.

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
TIKUY RURARISHKACUNA	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I	17
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3 DELIMITACIÓN	18
1.4 JUSTIFICACIÓN	19
1.5 OBJETIVOS	20
1.5.1 OBJETIVO GENERAL	20
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
CAPÍTULO II	21
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	21
2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	22
2.3 MARCO TEÓRICO	23
2.3.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	23
2.3.2 METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN.	25

2.3.3 VOCABULARIO TÉCNICO.....	25
2.4 IDEA A DEFENDER.....	26
2.5 VARIABLES	26
CAPÍTULO III	26
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	27
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	29
3.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	32
3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	32
3.6.1 ANÁLISIS PAÍS DE DESTINO ESPAÑA	33
3.6.2 ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO.....	41
3.6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR	45
3.6.4 FACTORES SOCIOECONOMICOS	46
3.6.5 ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO.....	48
3.6.6 PORTER	52
3.6.7 PROYECCIONES DE ESTUDIO	55
CAPÍTULO IV.....	56
4.1 CONCLUSIONES	56
4.2 RECOMENDACIONES	58
CAPÍTULO V.....	59
5.1 TÍTULO.....	59
5.2 JUSTIFICACIÓN.....	59
5.3 OBJETIVOS.....	60
5.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	60
5.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	60

5.4	MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	61
5.4.1	ESTUDIO TÉCNICO.....	61
5.4.2	INGENIERIA DEL PROYECTO	64
5.4.3	ESTUDIO LOGÍSTICO	79
5.4.4	ESTUDIO FINANCIERO.....	86
	BIBLIOGRAFÍA.....	92
	LINKOGRAFIA.....	93
	ANEXOS.....	95

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 FUNDAMENTACIÓN LEGAL NACIONAL E INTERNACIONAL	22
TABLA N° 2 TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	23
TABLA N° 3 POBLACIÓN Y MUESTRA	28
TABLA N° 4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	29
TABLA N° 5 INDICADORES DE ESPAÑA.....	33
TABLA N° 6 POSICIÓN ARANCELARIA	37
TABLA N° 7 VÍAS DE ACCESO A ESPAÑA	39
TABLA N° 8 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO DE ESPA	40
TABLA N° 9 IMPORTACIONES DE MORA DE CASTILLA DE ESPAÑA.....	42
TABLA N° 10 EXPORTACIONES DE MORA DE CASTILLA DE ESPAÑA	43
TABLA N° 11 PRODUCCIÓN DE MORA DE CASTILLA DE ESPAÑA	43
TABLA N° 12 INDICADORES ECUADOR	46
TABLA N° 13 DESCRIPCIÓN DE LA MORA DE CASTILLA.....	48
TABLA N° 14 PRODUCTORES DE MORA DE CASTILLA	50
TABLA N° 15 SUPERMERCADOS DE BILBAO	54
TABLA N° 16 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....	62
TABLA N° 17 REQUERIMIENTO DE ESPACIO FÍSICO	62
TABLA N° 18 ACTIVOS FIJOS	63
TABLA N° 19 MANUAL DE GERENCIA	66
TABLA N° 20 MANUAL DE SECRETARIA	67
TABLA N° 21 MANUAL DE CONTADORA	68
TABLA N° 22 MANUAL DE JEFE DE COMERCIALIZACIÓN	69
TABLA N° 23 MANUAL DE JEFE DE EMPAQUETADO	70
TABLA N° 24 MANUAL DE AUXILIAR DE EMPAQUETADO	71
TABLA N° 25 DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN	80
TABLA N° 26 TRANSPORTE INTERNO	81
TABLA N° 27 COSTOS EN PAÍS EXPORTADOR	82
TABLA N° 28 COSTOS DE TRÁNSITO INTERNACIONAL	83
TABLA N° 29 COSTOS EN PAÍS IMPORTADOR	83
TABLA N° 30 TERMINOS DE NEGOCIACIÓN.....	84
TABLA N° 31 DOCUMENTOS BANCARIOS	85
TABLA N° 32 INVERSIÓN FIJA.....	86
TABLA N° 33 CAPITAL DE OPERACIÓN.....	86
TABLA N° 34 INVERSIÓN INICIAL.....	87
TABLA N° 35 ESTRUCTURA FINANCIERA.....	87
TABLA N° 36 COSTOS PROYECTADOS	88
TABLA N° 37 GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS	88
TABLA N° 38 GASTOS DE EXPORTACIÓN	88

TABLA N° 39 BALANCE GENERAL	89
TABLA N° 40 ESTADO DE RESULTADOS	89
TABLA N° 41 FLUJO DEL EFECTIVO	90
TABLA N° 42 PUNTO DE EQUILIBRIO	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO N° 1 PROVEEDORES MUNDIALES DE LA MORA	44
GRAFICO N° 2 CANALES DE DISTRIBUCION	45
GRAFICO N° 3 BALANZA COMERCIAL DE ECUADOR 2007-2012.....	46
GRAFICO N° 4 MORA DE CASTILLA	49
GRAFICO N° 5 TAMAÑO DE LA PLANTA	61
GRAFICO N° 6 MAPA DE LOCALIZACIÓN	64
GRAFICO N° 7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA OFICINA	65
GRAFICO N° 8 CADENA DE VALOR.....	72

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación nace con la finalidad de encontrar el mercado más idóneo para la comercialización de la mora de castilla producida en la Provincia del Carchi sector Maldonado, para reducir los problemas de comercialización de esta fruta, analizando la situación actual y a futuro de los productores, facilitando de tal manera incrementar los ingresos económicos y por ende mejorar su calidad de vida.

El estudio realizado permitió determinar las posibilidades comerciales de exportación de mora de castilla hacia Bilbao, conociendo la demanda existente, gustos y preferencias del consumidor, requisitos y documentos de ingreso al mercado, como también la distribución física internacional para poder realizar una evaluación económica y financiera para los productores de la mora, siendo una ventaja ya que el producto a ser exportado es una fruta no tradicional que tiene gran aceptación en los mercados extranjeros por los beneficios que presenta.

Ecuador al ser un país en vías de desarrollo está inmerso dentro del convenio que mantiene la Unión Europea, como es el SGP PLUS ya que facilita la comercialización entre España y Ecuador permitiendo de tal manera fomentar las exportaciones de estos países que forman parte del convenio.

La mora de castilla es una fruta muy apetecida por los consumidores de Bilbao gracias a los beneficios que esta posee en lo que se refiere a la salud, los consumidores de Bilbao siempre buscan obtener en su mesa productos de calidad que no contengan químicos que afecten la salud.

Palabras claves: mora de castilla, exportación, comercialización.

ABSTRACT

This research was founded with the aim of finding the most suitable market for marketing castillablackberry produced in the Province Carchi Maldonado industry to reduce the problems of marketing of this fruit, analyzing the current situation and future of the producers, facilitating so increase income and thus improve their quality of life.

The study allowed us to determine the commercial potential of castillablackberry export to Bilbao, meeting existing demand, consumer tastes and preferences, requirements and market entry documents, as well as international physical distribution to economic evaluation and financial for producers blackberry, one advantage since the product to be exported is a nontraditional fruit is very popular in foreign markets for the benefits it presents.

Ecuador to be a developing country is immersed in the covenant that holds the European Union, such as the GSP PLUS as it facilitates trade between Spain and Ecuador so allowing promote exports of these countries that are part of the agreement.

The blackberry is a fruit castile very desired by consumers in Bilbao thanks to the benefits it has in regard to health, consumers in Bilbao always looking to get on their table quality products that do not contain chemicals that affect the health.

Keywords: castilla blackberry, export, marketing.

TIKUY RURARISHKACUNA

Caiinvestigashcacaguacharinmascangapamunashpamejormercadotacastillamor
asta, tarpushca Carchi hacta Maldonado ladoman,
uchillayachingapaiminishtishcafrutatajatungapay, shinallataricushpacunan y
shamunapunllacunapaytarpudurcunataaidashpashinallataculquiyaicunatapash y
ricushpaashtahuanmejorcausaita.

Caiestudiashcacaairdarcicungapajimashatacachaitaushanchicastillamorasta
Bilbao llactaman, ricushpapaicunapaminishcatacunanpunllapi,
paicunamunashcataricushpa,
minishtishcadocumentocunatayaicuchingapaymercadoman,
shinallatapartingapayaidadurcunataricuchunculquipartetamorastatarpudurcuna
man, cashpashucalifrutagu,
shinallatashucllactacunapimunancaifrutataalibeneficiotacharigpi.

Ecuador llactañangunataarreglajuimandayaicushcaconveniopi Unión Europea,
shinallata SGP PLUS aidancachangapay España y Ecuador
llactamanproductocunata, shinallataexportangapayshucllactamercadocunaman
convenio quidashcallactacunaman.

Castilla morastamunashcafucui mi Bilbao llactacunapikagustashpa alita
shinacpiñucanchisaludpa, Bilbao llactamandarandidurcunaca mascan na yapa
funigashcafucucunata ama paicunapasaludtaafectachun.

Minishtishcashimicuna: castilla morasta, shucllactamancachai, jatungapay.

INTRODUCCIÓN

La demanda de productos no tradicionales está creciendo en el mercado de Bilbao-España, esto se debe a la calidad de dicho producto y al bajo requerimiento de químicos para su producción, a nivel mundial el consumo de frutas cítricas es muy apetecida por los beneficios que estas presentan, esto se pudo determinar a través de la presente investigación.

La presente investigación comienza con en el análisis de información primaria y secundaria obtenida de los productores de mora de castilla, como también de páginas de instituciones públicas de España y Ecuador, de libros y documentos, para determinar gustos y preferencias en el mercado objetivo.

La estructura de esta investigación consta de 5 capítulos, en el Capítulo I se determina la formulación y planteamiento del problema, y se realiza los objetivos a desarrollar de la investigación. En el Capítulo II se establece y analizar las teorías y fundamentaciones a ser utilizadas para sustentar la idea a defender.

El Capítulo III se expone la metodología de investigación para conocer el mercado objetivo, determinando los aspectos políticos, legales, socio económicos y geográficos, también se realizo un estudio de los posibles consumidores para determinar la demanda insatisfecha existente y la oferta a ser exportada para cumplir con el objetivo de propuesta.

En el siguiente Capítulo IV se plantea las conclusiones y recomendaciones a ser tomadas después de haber realizado el estudio de esta investigación, para la toma de decisiones por parte de las personas involucradas para la ejecución de este trabajo de investigación.

En el Capítulo V se desarrollo la propuesta determinando el estudio técnico, donde se analiza su factibilidad partiendo del tamaño y localización de la plata, en el estudio logístico se determina costos del país importador y exportador, y en el estudio financiero para ver la rentabilidad del mismo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

“Comercialización de mora de castilla producida en la provincia del Carchi sector Maldonado y la demanda requerida en España”

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador, gracias a su posición geográfica cuenta con una variedad de climas, lo cual le ha permitido ofrecer una diversidad de productos agrícolas de alta calidad, logrando la satisfacción de los consumidores nacionales, además, esta actividad es el sustento de varias familias ecuatorianas como es el caso de la parroquia de Maldonado ya que el 68.5% (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010) de la población se dedica a la agricultura, tal es el caso de la parroquia de Maldonado donde existe una sobre producción de mora de castilla en los últimos años; por lo que se hace necesario la búsqueda de nuevos mercados.

Mediante investigaciones preliminares se conoce que “existe una demanda insatisfecha en el mercado de España” (Tamara, 2009, p. 24). Por lo tanto se necesita conocer cuál es el porcentaje de demanda, los sectores donde se consume en mayor cantidad, cual es la principal competencia internacional, aspectos importantes para el desarrollo de la investigación.

Marco Sandoval funcionario del Gobierno Provincial del Carchi (2011), afirma que en la provincia del Carchi sector de Maldonado existe la producción de mora de castilla la cual no puede ser ofertada, esto se da por el desconocimiento de los productores en lo que se refiere a los canales de comercialización impidiendo la exportación de esta fruta.

Según Luz Tamara (2009), otra debilidad existente en los productores es la insatisfacción ocasionada al no vender fácilmente el producto, creándose la necesidad de expandirse a mercados a nivel nacional así como también a nivel internacional; dentro del mercado internacional se puede comercializar hacia España sin la utilización de intermediarios con el objetivo de obtener mejores ganancias.

Para Libreros 2013, la mora de castilla es apetecida por los beneficios que brinda, entre ellos:

Ayuda a proteger el organismo del envejecimiento prematuro de las células, el tratamiento de enfermedades como reumatismo, gota y diabetes, entre otras. Su consumo frecuente permite disminuir los niveles de grasa en las arterias y combatir la anemia. La mora procesada tiene gran aceptación en el mercado exterior como concentrado y grandes posibilidades como vinos, licor, esencia y fruto congelado (párr.1).

La falta de conocimiento de la comercialización de mora de castilla producida en el sector de Maldonado, no ha permitido que el producto de la localidad se expanda a nuevos mercados, concediendo pautas para esta investigación.

Según datos del Gobierno Provincial del Carchi, (2011) en la provincia del Carchi sector Maldonado existe una asociación conformada por setenta productores, que se dedica a la producción de mora de castilla produciendo 2000,70 kilos semanales.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la demanda requerida de mora de castilla en España para la comercialización desde la provincia del Carchi sector Maldonado?

1.3 DELIMITACIÓN

Objeto de estudio:	Comercialización.
Sujeto de estudio:	Demanda.
Tiempo:	Agosto 2011 a Agosto 2013
Área geográfica:	Maldonado-Ecuador; el mercado Español
Grupo objetivo:	Productores de Maldonado (oferantes) y población Española (demandantes)

1.4 JUSTIFICACIÓN

En la provincia del Carchi existen varios recursos naturales los cuales deberían ser explotados, con la finalidad de generar ventajas en los sectores que éstos involucran, como es el caso de la mora de castilla.

La mora es una fruta que contiene vitaminas A, B, D, las cuales ayudan a proteger el organismo del envejecimiento prematuro; aprovechando que en el mercado internacional, principalmente en los países desarrollados, la preferencia por la mora de castilla para ser procesada tiene gran aceptación, ya sea como concentrado o como un aporte para la fabricación de vinos.

La presente investigación se la realizará en el sector de Maldonado, debido a que en este lugar se da una gran variedad de productos agrícolas, uno de estos es la mora de castilla, la cual se produce en grandes cantidades pero la oferta interna en muchas ocasiones es muy grande, lo que hace que parte de la producción se dañe por no ser comercializada y por ende ya no se pueda seguir cultivando, por tal motivo se ve la necesidad de expandirse a otros mercados.

Como ingeniera en comercio exterior se busca contribuir a la ampliación de exportaciones de estos productos hacia nuevos mercados como es España, cuya población es de 47.370.542, habitantes, estimado a julio de 2013 según Central Intelligence Agency España. Por otra parte “en España la mora es muy acogida por las características que ésta posee y por los valores nutricionales que esta tiene, esta fruta se la utiliza para industrializarla”. (Tamara, 2009, p. 24).

Esta investigación se justifica académicamente, porque se busca contribuir a las investigaciones realizadas en años anteriores, aportando con nuevas ideas para que los productores de mora de castilla puedan solucionar los inconvenientes que tienen en cuanto a la expansión de este producto hacia otros mercados y las pérdidas económicas que esto ocasiona, se considera necesaria la realización de la presente investigación, con el objetivo de que la producción de esta fruta sea comercializada totalmente y pueda satisfacer las necesidades del mercado meta.

Los beneficiarios directos serán los productores del sector de Maldonado en especial el sector agrícola ya que mejorará su economía, permitirá vender la sobreproducción de la mora y a la vez serán competitivos, también se beneficiarán los OEA (Operadores Económico Autorizados), pues al realizar una exportación se hará uso del almacenaje, transporte, cargue, descargue, tramitadores que significa fuentes de trabajo para los mismos.

Tendrá factibilidad económica debido a que al realizar la exportación se generarán fuentes de trabajo por la utilización de las herramientas de comercio exterior para los productores de esta fruta, contribuyendo al desarrollo del comercio internacional.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar la demanda requerida de mora de castilla en España para la comercialización desde la provincia del Carchi sector Maldonado.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente la comercialización y la demanda.
- Diagnosticar la demanda en España de mora de castilla, la oferta en la provincia del Carchi sector Maldonado y su comercialización.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de la mora de castilla desde la provincia del Carchi sector Maldonado y atender parte de la demanda requerida en España.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La provincia del Carchi sector Maldonado es un lugar apropiado para el cultivo de la mora de castilla, para el desarrollo de la presente investigación se toma en cuenta los siguientes antecedentes de trabajos afines a la investigación.

Proyecto de Comercialización y Exportación del Arrope de Mora al mercado Español (2010), María González, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, busca obtener nuevas oportunidades comerciales para productos no tradicionales como es el arrope de mora, teniendo como objetivos específicos la elaboración de un estudio de mercado para poder determinar si la oferta que existe de el producto llegará a satisfacer la demanda que se requiere en España, debido a que se lo considera un mercado potencial que significa una ventaja de comercialización para el producto de arrope de mora, buscando como obtener niveles aceptables de rentabilidad económica; también determinaran el tipo de envase más apropiado para el producto y evaluaciones técnicas y financieras para la viabilidad que tiene el proyecto, esta investigación servirá como base para conocer el mercado Español, determinando gustos y preferencias de los consumidores, como la aceptación en la compra de productos extranjeros.

Otra investigación que servirá como base se titula. “Perfil de Mora” (2009), de Tamara Ramírez Luz María, en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, PUCEde Ibarra Israel Vallejo, donde hace referencia que el producto es acogido en el mercado nacional como internacional, tomando en cuenta que esta fruta es aceptable para la exportación en forma congelada o fresca, los lugares óptimos para el cultivo de la mora en el Ecuador se encuentra en el valle del callejón interandino, destacándose las provincias de Tungurahua y Pichincha, sin embargo, ha cobrado mucha importancia en las provincias de Carchi e

Imbabura; hace mención a aspectos tales como son los países importantes donde se ha comercializado la mora, los valores nutricionales que esta posee, datos estadísticos de exportaciones de años anteriores que servirán como guía para el desarrollo de la presente investigación.

Por su parte, en *“Situación actual y perspectivas del mercado de la mora”(2009), de María Ruiz*, la investigación establece los lugares de producción de la mora, el consumo de esta fruta ha tomado importancia a nivel mundial ya sea por sus valores nutricionales y por su diversidad, para la comercialización de la mora varios mercados la prefieren para ser industrializada, son muy pocos los sectores que las prefieren como fruta para ser consumida o para prepararlas como jugo o dulces, las grandes empresas la utilizan como pulpa, para la producción de mermeladas, jugos, conserva y colorantes. La mora que se produce en Colombia es atractiva para la producción de refrescos, en Estados Unidos y España esta fruta se la exporta congelada para el consumo de la población latina que reside en estos países.

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Tabla N° 1
Fundamentación Legal Nacional e Internacional

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución 2008.	Art. 306: Promover las exportaciones de los pequeños y medianos productores.
	Art. 319: Reconoce diferentes formas de organización.
Plan Nacional del Buen Vivir	Objetivo 6: Garantizar el trabajo.
	Objetivo 11: Sistema económico social
Código Orgánico De La Producción Comercio E Inversiones (COPCI)	Art. 4: Fomentar y diversificar las exportaciones.
	Art. 19: Libertad de exportar o importar salvo las limitaciones de la normativa
	Art. 93: fomenta la exportación
	Art. 108: Tributos al comercio exterior.

	Art. 154: Exportación definitiva.
Sistema de Preferencias Generalizadas Plus	Permite el acceso de la mayoría de productos ecuatorianos al mercado de la Unión Europea libres del pago de aranceles o con arancel reducido.

Fuente: Normativa Nacional e Internacional

Elaborado por: Lady Carolina Villarreal Terán

2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para la presente investigación, se tomará en cuenta las teorías de Adam Smith ventaja absoluta, David Ricardo ventaja comparativa y Paúl Krugman de la nueva teoría del comercio que nos permitirá fundamentar la presente con cada uno de sus criterios.

Tabla N° 2
Teorías del Comercio Internacional

TEORIA	CARACTERISTICAS	RELACION CON LA INVESTIGACION
VENTAJA ABSOLUTA	• Producir los bienes con mayor eficiencia a un costo bajo. • Llegar a un libre comercio y a la acumulación del capital. • Los países se benefician del comercio exterior. • Importar bienes con desventaja.	La relación de esta ventaja con la presente investigación determina que al generar un producto con ciertos estándares de calidad se toma en cuenta la reducción de costos.
NUEVA TEORIA DEL COMERCIO	• Recopilación de las ventajas absoluta y comparativa.	Esta investigación se desarrollará bajo la nueva teoría del

	• Las pequeñas empresas tienen desventajas con las empresas grandes. • Existen ganancias monopólicas. • Los países actúan bajo el libre comercio.	comercio porque hace referencia a las teorías de Adam Smith, y de David Ricardo mejorando la interacción del comercio internacional, aplicando las economías de escala de manera que desencadene beneficios tanto para los productores como para los clientes.
VENTAJA COMPARATIVA	• Especializarse en la producción de un bien en la que tenga mayor ventaja a través de las economías de escala. • Exportar sus excedentes e importar productos que no puede producir. • El precio de un bien es igual a la cantidad de trabajo. • Los precios competitivos crean un intercambio de bienes sin la intervención de los aranceles.	En esta teoría existen bases que se acoplan para el desarrollo de la investigación, ya que al brindar un producto con precios competitivos se podría llegar a nuevos mercados, con los beneficios que otorgan los acuerdos internacionales.

Fuente: Teorías del Comercio

Elaborado por: Lady Carolina Villarreal Terán

2.3.2 METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN.

Para la realización del presente trabajo de investigación hemos hecho una recopilación de información apoyada a la metodología documental, por medio de la técnica del fichaje, de textos impresos, publicaciones, proyectos semejantes a esta investigación, existentes en bibliotecas y digitales en páginas web, también se ha utilizado la metodología insitu, a través de la técnica de observación que nos permite recoger información de primera mano.

2.3.3 VOCABULARIO TÉCNICO

EXPORTACIÓN: son los bienes y servicios que se producen en un determinado país y que luego se envía o vende a un mercado extranjero para la satisfacción de cierta necesidad.

DEMANDA: Son las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a adquirir a los posibles precios del mercado.

OFERTA: La cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado.

COMERCIALIZACIÓN: Es el intercambio de bienes y servicios entre países a cambio de una utilidad.

BALANZA COMERCIAL: Es el registro de todas las exportaciones e importaciones de un país durante un determinado periodo, donde refleja si existe déficit o superávit.

MERCADO: es el conjunto de compradores reales y potenciales que comparten una necesidad, donde los compradores determinan la demanda y los vendedores constituyen la oferta de un producto, que pueden estar inclinados a participar en un intercambio, siendo las principales fuerzas que mueven el mercado.

2.4 IDEA A DEFENDER

La comercialización de la mora de castilla permitirá satisfacer parte de la demanda requerida en España.

2.5 VARIABLES

Las variables de esta investigación son:

Variable Dependiente: Comercialización

Variable Independiente: Demanda

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3 METODOLOGÍA

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó los siguientes métodos que ayudaron al proceso de recolección de información.

Según Rodríguez González (2008), define a la metodología documental como aquella etapa de la investigación científica, donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo?”(p. 64). Con este tipo de investigación se conoció sobre las bases teóricas que son determinadas por dichos autores, encontrando información en libros, artículos o ensayos de revistas, periódicos, documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, que ayudaron a la realización de esta investigación y así obtener resultados positivos para solucionar este problema.

Otra de las metodologías que se utilizó es la de campo, a la cual Arias (2008), la define como la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio” (p. 34); que nos ayudó a la realización de la investigación a través de lo observado, para analizar y criticar el lugar de los hechos donde se generó el problema, y de la recopilación de toda la información para poder permitirnos entender de mejor manera la investigación.

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Se hace uso de la investigación cualitativa en la presente investigación porque nos ayuda a observar al individuo que nos proporcionara información sobre el tema en mención, con el fin de obtener datos del producto que es objeto del presente trabajo para determinar gustos y preferencias de consumo, comportamiento frente a la adquisición de productos no tradicionales, además se toma en cuenta la investigación cuantitativa que nos ayuda a analizar varios elementos tales como situación económica actual del mercado objetivo, datos estadísticos de la oferta y demanda de la zona de Castilla que pueden ser medidos y cuantificados.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se utilizó para el desarrollo del presente trabajo de investigación fue la investigación aplicada.

Según Lilly Soto (2011), define a la investigación aplicada como aquella investigación que busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. La investigación aplicada se halla vinculada con la investigación básica, este tipo de investigación nos ayuda a poner en práctica los conocimientos adquiridos, contribuyendo con el beneficio de la sociedad, se hace uso de este tipo de investigación ya que nos permite obtener toda la información referente al mercado, el tipo de clientes, gustos y preferencias para poder determinar las necesidades del consumidor.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La población de esta investigación está conformada por los habitantes de España, pero debido a que este proyecto tiene como objetivo satisfacer parte de la población española.

Según el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2013), se tomará en cuenta la población de Bilbao por su preferencia a esta fruta, específicamente a las personas que se dirige el producto son las mujeres de edad comprendida de 25 a 54 años.

Tabla N° 3
Población y muestra

OFERTANTE	GRUPO OBJETIVO
ASOCIACIÓN: El Edén SECTOR: parroquia Maldonado. INTEGRANTES: 70 productores TIPO DE PRODUCTO: Mora de Castilla (<i>Rubusglaucus</i>)	PAIS: Bilbao POBLACIÓN TOTAL: 47.370.542 SEGMENTO DESAGREGADO: 0-14 años: 15,4% 15-24 años: 9,7% 25-54 años: 46,2%
Según información proporcionada por el Ingeniero Luis Jiménez (2012), funcionario del Gobierno Provincial del Carchi, en el sector de Maldonado existen un grupo de 70 productores conformados por la asociación El Edén, que se dedican a la producción de la mora de castilla obteniendo la cosecha semanalmente.	Debido a la gran cantidad de habitantes de España es difícil satisfacer toda la demanda requerida, según datos proporcionados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2013), se escoge a la ciudad de Bilbao por su preferencia en cantidades abundantes de la mora de castilla, el grupo objetivo al que se desea llegar son las mujeres de edad comprendida entre 25 a 54 años.

3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla N° 4
Operacionalización de Variables

IDEA A DEFENDER: La comercialización de la mora de castilla permitirá satisfacer parte de la demanda requerida en España.						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO(PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO) MERCADO	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del PIB en España? ¿Cuál es el índice inflacionario de España? ¿Cuál es el índice de riesgo país de España? ¿Cómo está constituida la población de España? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de España? ¿Cuál es la tasa de desempleo en España?	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Políticos	¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica frente a las exportaciones? ¿Cuál es la balanza comercial?			
		Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)	¿Existen barreras arancelarias para la importación de mora de castilla? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de mora de castilla? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto?			
		Geográficos	¿Cuáles son las principales características de las condiciones de acceso físico al mercado de destino?			

	MERCADO	• DEMANDA	• ¿Cuál es el perfil del consumidor? • ¿Cuáles son los potenciales consumidores? • ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? • ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos?			
		• OFERTA	• ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? • ¿Existe producción nacional / local? • ¿Cuál es la demanda insatisfecha? • ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? • ¿Cuál es la competencia internacional? • ¿Cuál es el Canal de distribución?			

VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	• Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)	• ¿Cuál es la política económica / comercial? • ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de mora de castilla? • ¿Cuál es la balanza comercial?	Fichaje Observación	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental
		• Factores socio económico Grupo ofertante	• ¿Cuál es la situación actual de Ecuador? • ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? • ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?	Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)		

	PRODUCTO OFERTA	/	• Características del producto • Oferta exportable	• ¿Cuál son las características del producto?(con ficha técnica) • ¿Cuáles son los proveedores del sector? • ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? • ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación? • ¿Cuál es el precio de mi producto?	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores
--	--------------------	---	---	--	--	----------------------------	-------------

Fuente: Lerna y Martínez (2010).

Elaborado por: Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

3.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Toda la información recolectada en la presente investigación la proporcionaron principalmente los productores de mora de castilla de la asociación “El Edén”, de la Parroquia de Maldonado, para conocer sobre la plantación y producción de esta fruta tropical como también sobre la comercialización interna que se realiza en el mercado local.

Como fuentes primarias es necesario realizar una visita a los productores para poder visualizar el proceso sobre el cultivo y el cuidado que se le da a esta fruta, para brindar un producto de calidad y que cumpla con los requisitos para ser exportado.

También se utilizó las fuentes secundarias, que fueron proporcionadas por instituciones gubernamentales, facilitando la investigación, dotando de información referente a estadísticas de la producción de mora de castilla, leyes, reglamentos, resoluciones tanto de Ecuador como de España, que permitieron explorar la base científica para un mejor soporte técnico de esta investigación, en todo lo referente al comercio internacional.

Además se utilizó páginas oficiales de España donde se obtuvo información de estadísticas, consumo, preferencias y comportamiento frente a alimentos exportados, como también indicadores económicos para determinar la situación actual del país en mención.

3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Con los datos recolectados se procede a organizar y clasificar la información de vital importancia para realizar los respectivos análisis de los factores primordiales, que sirven para el desarrollo de la presente investigación.

3.6.1 ANÁLISIS PAÍS DE DESTINO ESPAÑA

3.6.1.1 FACTORES SOCIO, ECONÓMICOS

Tabla N° 5
Indicadores de España

SOCIOECONOMICO	
DETALLE	VALOR
País	España
Capital	Madrid
PIB España	\$ 1409 mil millones (2012 est)
PIB Per capital España	\$ 30,400 (2012 est)
PIB Tasa de crecimiento	-1,4% (2012 est)
Índice inflacionario de España	2,4% (2012 est)
Índice de riesgo país de España	316 puntos (15/julio/2013)
Población	47.370.542 (julio 2013 est)
Tasa de crecimiento poblacional	0,73% (2013est)
Salario Mínimo Interprofesional	645,30 euros
Tasa de desempleo	26% (2012 est)

Fuente: CIA (Central Intelligence Agency) España

Elaborado por: Lady Villarreal

España forma parte de la Unión Europea, su capital es Madrid, cuenta con una población de 47.370.542 habitantes estimado, según Central Intelligence Agency (CIA) (2013), el índice de crecimiento de la población es de 0,73%; la mayor parte de su población se encuentra integrada por migrantes con un porcentaje de 6.14% provenientes de Ecuador, Colombia, Argentina, Bolivia, Perú, Brasil, su economía como su población es la quinta más grande del mundo.

Según el Banco de España (2012), en su informe sobre la economía española confirma que en el último trimestre del año 2012 el Producto Interno Bruto

PIBes de 1409 mil millones, acelerando su caída en un 0,6% lo que llevó a la tasa interanual en este año a retroceder en -1,4% con respecto al año anterior. De esta forma se evidencia una disminución del consumo y de la inversión pública y privada en ésta economía. Según el análisis realizado por este organismo, se puede identificar que a partir del último trimestre del 2010 hay una disminución del nivel de consumo en este país. El PIB per cápita en el año 2012 se situó en 30,400 euros, este indicador usado por los organismos internacionales a la hora de evaluar la prosperidad económica de los países, se contrajo durante el año pasado en 1,2 puntos porcentuales, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) 2012.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (2012), la inflación ha mostrado un crecimiento, que se ve corroborado con la notable influencia del alza de impuestos (IVA), tasas (universitarias), precios regulados (tarifa eléctrica) y otras decisiones del Gobierno (menos subvención a fármacos) que se establecen en una economía en recesión. Este indicador macroeconómico es una prueba de la notable pérdida del poder adquisitivo que sufren los ciudadanos de este país, debido a que si el costo de la vida aumento en un 2,4% en 2012, la subida salarial apenas llegó al 1,3%.

Según el Banco de España (2013), la prima de riesgo de España ha alcanzado un récord histórico al superar los 316 puntos pese a la aprobación de los nuevos recortes y la ayuda europea para sanear la banca española, el riesgo país se ha ido deteriorando en los últimos años como consecuencia de la recesión económica por la que atraviesa.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2013), en el primer trimestre de 2013 la tasa de desempleo creció al 26% significando que 6,2 millones de habitantes están sin empleo, por la crisis económica que está atravesando España, el gobierno actual no ha dado solución para bajar el alto crecimiento de desempleo, por tal motivo personas que residían en España tuvieron que devolverse para sus países natales.

Según la Comisión Europea (2013), el salario mínimo interprofesional para el año 2013 está en 645,30 euros, este valor es fijado cada año por el gobierno

mediante la publicación del Real decreto, tomando en cuenta los factores económicos como el Índice de Precios de Consumo, la productividad alcanzada y el incremento laboral, este valor tuvo un crecimiento del 0,6% respecto al año 2012.

3.6.1.2 FACTORES POLÍTICOS

SGP

Según la Comisión Europea (2013), el Sistema Generalizado de Preferencias SGP es un elemento que permite que diversos productos originarios de países en vía de desarrollo o menos desarrollados pueden ingresar al territorio de la Unión Europea con preferencias arancelarias del 0%, los productos que están comprendidos son los manufacturados y semi manufacturados, tomando en cuenta también productos que provienen del mar y de la agricultura.

SGP PLUS

Según la Unión Europea (2013), el SGP plus tiene como “principal objetivo contribuir a la reducción de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible y la gobernanza de los países en desarrollo” y fomentar la diversificación de las economías, otorga un tratamiento arancelario preferencial a varios productos importados provenientes de los países en desarrollo, que entran exentos de impuestos y derechos aduaneros. Este acuerdo lo que busca es incrementar la producción de los bienes para generar desarrollo en los países, fomentando los derechos humanos como los laborales, incentiva la protección del medio ambiente y un gobierno estable dándole así preferencias arancelarias. Este acuerdo se basa principalmente en temas sociales, derechos humanos, protección ambiental y gobernabilidad, incluyendo la lucha contra el narcotráfico.

El Sistema de Preferencias Generalizas plus tiene como objetivo las preferencias comerciales y arancelarias logrando promover la diversificación de las economías, especialmente de los países en vías de desarrollado, fomentando la industrialización y aumentando los ingresos de exportaciones

con arancel cero en la mayoría de los productos, menos en armas y municiones.

La balanza comercial de España presenta “la notable reducción del déficit comercial, un 33,6% anual hasta los 30.757,4 millones de euros, es la causa principal de la corrección del desequilibrio exterior, que está permitiendo tener superávit en la balanza por cuenta corriente desde julio de 2012, según los últimos datos del Banco de España” (Garcia,2013), demostrando que en los últimos 5 años tiene un déficit comercial, destacando que las importaciones decayeron en 0.97% mientras que las exportaciones crecieron 5.08%.

Según Jaime García, secretario de Estado de Comercio de España, (02/2013) las exportaciones en el 2012 fueron de 222.643,9 millones de euros demostrando un crecimiento del 3,8% a diferencia del 2011, reflejando un porcentaje muy favorable en la historia, el crecimiento de las exportaciones se dio por la disminución de los costos laborales, como también el empeño y la búsqueda de las empresas para realizar negociaciones con mercados internacionales arrojando así un balanza favorable para España. Las principales exportaciones se dieron en productos como bienes de equipo, alimentos, productos químicos, automóviles, etc., en cambio las importaciones realizadas por España demostraron una caída del 2.85% en el año 2012.

García, 2013 manifiesta que,

Un dato muy significativo de nuestras ganancias en competitividad es que en 2012 hemos reducido un 57,2% nuestro saldo deficitario con la economía más competitiva de la UE, Alemania, al tiempo que hemos mantenido crecientes saldos favorables con Francia (9.471 millones de euros), con Reino Unido (3.828 millones de euros), con Portugal (6.560 millones de euros), con Italia (914 millones de euros) o con Austria (238 millones de euros).

El beneficio para España es incentivar a las empresas para realizar exportaciones buscando nuevos mercados y con productos que no sean tradicionales.

3.6.1.3 FACTORES LEGALES.

Las moras de castilla, para el ingreso al mercado español estarán bajo los siguientes parámetros legales:

Tabla N° 6
Posición Arancelaria

POSICION ARANCELARIA	DETALLE	ADVALOREM	LIBERACION	OTROS TRIBUTOS	DOCUMENTO DE SOPORTE
08112059	Zarzamoras, moras, mora-frambuesa	12%	100%	IVA 21%	Certificado de Origen libera el 100% del gravamen a países que se benefician del SGP PLUS

Fuente: Arancel Integrado de las Comunidades Europeas TARIC
Elaborado por: Lady Villarreal

Gracias a las preferencias arancelarias que otorga España a Ecuador a través de SGP PLUS, la mora de castilla posee una liberación del 100% de aranceles, a terceros países el porcentaje para el ingresos de sus productos es de 12%, para hacer uso de este acuerdo se necesita la presentación del Certificado de Origen que demuestren su propiedad, los productos que sufren alguna transformación deben demostrar su autenticidad.

Según EuropeanCommission (2013), para exportar a la Unión Europea productos alimenticios, se debe cumplir con el Reglamento 178/2002 en el que garantiza la calidad de los alimentos destinados para el consumo humano, garantizando la libre circulación de alimentos seguros, con la presentación del certificado fitosanitario, como también el reglamento 852/2004 en el que garantiza la higiene de los productos desde su producción hasta que llega a la mesa del consumidor, también factura comercial, lista de empaque, Certificado

de Origen, documentos de transporte, seguro de transporte y Documento Aduanero de Exportación (DAE).

Según Juan Carlos Punte (2011), para el ingreso de productos alimenticios a España necesita de un empaque, embalaje y etiquetado adecuado al producto que se va a ingresar al mercado, la directiva de la Unión Europea exige que la presentación de un producto sea un etiquetado general. La información que debe ir en la etiqueta debe ser presentada en el idioma que puedan comprender los consumidores, considerando el idioma oficial donde va a llegar la mora de castilla, como preferencia la legislación de la UE da la posibilidad de que en la etiqueta pueda incluirse varios idiomas, para que el producto pueda ser reconocido en varios mercados de los diferentes países que integran la UE y de tal manera llegar a mayor número de consumidores.

La información que se detalla en la etiqueta es el nombre del producto o nombre comercial, en caso de ser un producto elaborado se colocará la lista de ingredientes en orden descendente y con la respectiva cantidad, también se coloca la cantidad neta del contenido (peso, volumen), fecha de vencimiento, es importante colocar el nombre del fabricante, envasador o distribuidor, las instrucciones de uso y de su almacenamiento, identificación del lote y el país de origen. Ver anexo 10

Según la Oficina Comercial de España (2013), el etiquetado está regulado por el Real Decreto 1334/1999, esta norma es aplicada para los productos alimenticios a ser adquiridos por el consumidor final ya sea en hospitales, restaurantes, cantinas, y demás establecimientos afines.

3.6.1.4 FACTORES GEOGRÁFICOS

Las vías de acceso para las exportaciones hacia España son:

Tabla N° 7
Vías de acceso a España

VIA MARITIMA	VIA AÉREA	VIA TERRESTRE
España cuenta con 53 puertos internacionales. Los más importantes se encuentran el puerto de Algeciras, Barcelona, Valencia y Bilbao.	España cuenta con más de 100 aeropuertos, de los cuales 33 son internacionales entre ellos los principales son Alicante, Barcelona, Madrid-Barajas, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia y Zaragoza.	Las carreteras de España están formadas por unos 163.577 kilómetros. Comprendidas en autopistas de peaje, autopistas libres, autovías, carreteras de doble calzada y carreteras convencionales.

Fuente: Pro Ecuador España
Elaborado por: Lady Villarreal

El consumo de frutas frescas en España se identifica en el centro norte de España, especialmente la frecuente adquisición de esta fruta se da en las mujeres por tal motivo se ve la necesidad de llevar la mora de castilla hacia Bilbao.

Al determinar las vías de acceso de España, se considera pertinente los factores tecnológicos y geográficos como también el tiempo, distancia, costos de envío, características del producto, tomando en cuenta que la mora de castilla es un producto perecible es necesario la utilización de un medio de transporte que facilite la llegada del producto en un tiempo menor que permita conservar su calidad y aspectos de la fruta.

Al determinar los factores que involucran en la conservación de la fruta se ve factible el uso del medio de transporte aéreo por los beneficios que brinda para mantener la calidad del producto.

3.6.1.5 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO POAM

Tabla N° 8
Poam España

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO				
ENTORNO SOCIOECONÓMICO	OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Evolución económica	Alto	3		
PIB percapita	Alto	3		
Riesgo país			Alto	3
Inflación			Media	2
Crecimiento poblacional			media	2
Desempleo			Baja	1
Consumo	Alto	3		
	SUMA	9	SUMA	8
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	2
ENTORNO POLÍTICO				
Acuerdos Comerciales	Alto	3		
Política Comercial	Media	2		
Política Cambiaria			Media	2
Balanza Comercial	Medio	2		
	SUMA	7	SUMA	2
	PROMEDIO	2,33	PROMEDIO	2
ENTORNO GEOGRÁFICO				
Transportes aéreo	Alto	3		
Transporte Terrestre	Alto	3		
Transpote Marítimo	Alto	3		
	SUMA	9	SUMA	0
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0
Resumen				
FACTORES SOCIO-ECONÓMICOS	Alta	9		8
FACTORES POLÍTICO-LEGAL	Alta	7		2
FACTORES GEOGRÁFICO	Alta	9		0
	SUMA	25	SUMA	10
	PROMEDIO	8,33	PROMEDIO	3,33

Elaborado por: Lady Villarreal

Después de haber realizado el análisis sobre las amenazas y oportunidades del mercado objetivo, se llegó a determinar que realizar una negociación con este mercado es aceptable, ya que los factores políticos no son una barrera para llevar el producto ya que refleja una calificación alta, esto se genera por el beneficio de los acuerdos comerciales que mantienen la Unión Europea y Ecuador.

3.6.2 ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO

3.6.2.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

En Europa, el país que más se destaca en el consumo de frutas es España, esto se debe por las recomendaciones alimenticias de los especialistas, el consumo de frutas es más frecuente en la gente adulta especialmente en mujeres, pero existe un bajo consumo en los jóvenes e infantiles.

La exigencia de los consumidores comienza desde que se inicia la plantación de la semilla: la elección del terreno, su fertilidad y capacidad de riego, el control de malezas y rotaciones, la preparación del suelo, la elección de la semilla y otras decisiones tienen influencia en la calidad del producto a obtenerse. De la misma manera son determinantes las condiciones climáticas durante el cultivo, así como los riegos, fertilizaciones, control de plagas y enfermedades y otras prácticas culturales. La cosecha marca el fin del cultivo y el comienzo de la cosecha, período durante el cual tiene lugar la preparación para el mercado, distribución y venta para finalmente llegar a la mesa del consumidor.

Según el Instituto Nacional de Estadística de España (2012), durante el año 2011 se consumieron 66.6 kg/persona de hortalizas frescas, 100.6 kg/persona de frutas frescas y 35.5 kg/persona de patatas frescas, representando un consumo medio de 182.4, 275.6 y 97.2 gramos/persona/día respectivamente. En cuanto al consumo acumulado entre enero y noviembre del 2012 se observaron valores de 52.3 6 kg/persona de hortalizas frescas, 86.1 kg/persona

de frutas frescas y 22.5 kg/persona de patatas frescas, representando un incremento del consumo del 4.8, 4.5 y 0.9 %, respectivamente, con relación al mismo periodo del año 2011.

3.6.2.2 EL PRODUCTO

IMPORTACIONES DE MORA DE CASTILLA DE ESPAÑA

La adquisición de la fruta mora de castilla por parte de España es significativa, ya que ha realizado importaciones en grandes cantidades desde Serbia, siendo este el principal proveedor de esta fruta representando el 0,45% del crecimiento promedio, seguido de Holanda y Bélgica.

Tabla N° 9
Importaciones de mora de castilla de España

Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012
	Cantidad importada, Tons	Cantidad importada, Tons	Cantidad importada, Tons	Cantidad importada, Tons	Cantidad importada, Tons
Serbia	41	118	182	183	66
Países Bajos (Holanda)	95	98	124	143	9
Bélgica	95	67	47	65	56
Colombia	20	18	27	38	43
Francia	8	7	4	64	56
Alemania	5	4	1	0	77
Ecuador	3	1	12	7	12
Italia	0	10	4	4	14
Bulgaria	15	0	0	0	0
Brasil	5	1	0	3	5
Rumania	0	0	1	0	9

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Lady Villarreal

Según datos de TradeMap, 2012 en el periodo 2008-2012 las importaciones realizadas por España desde Ecuador determina un porcentaje de 2,66% del crecimiento promedio, en relación con las importaciones realizadas con el resto del mundo demuestra un crecimiento del 0,22% aproximado.

Tabla N° 10
Exportaciones de mora de castilla de España

Importadores	2008	2009	2010	2011	2012
	Cantidad exportada, Tons	Cantidad exportada, Tons	Cantidad exportada, Tons	Cantidad exportada, Tons	Cantidad exportada, Tons
Portugal	1	0	15	10	49
Reino Unido	14	6	11	7	10
Bélgica	7	1	2	3	6
Francia	1	1	4	0	5
Italia	0	0	1	0	3

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Lady Villarreal

Como se muestra en la tabla anterior, las exportaciones realizadas por España refleja un crecimiento promedio de 0,70%, siendo su principal proveedor Portugal, las exportaciones realizadas a nivel mundial es de 0,21% crecimiento promedio en el periodo 2008-2012.

Como se refleja en la tabla N° 11, la producción de mora de castilla en España según datos de Organización para las Naciones Unidas para la Agricultura (FAO) (2013), ha ido decreciendo ya que en el 2008 su producción fue de 250 toneladas mientras que en el 2012 la producción fue de 237 toneladas.

Tabla N° 11
Producción de mora de castilla de España

AÑOS	TONELADAS
2008	250
2009	223
2010	238
2011	239
2012	237

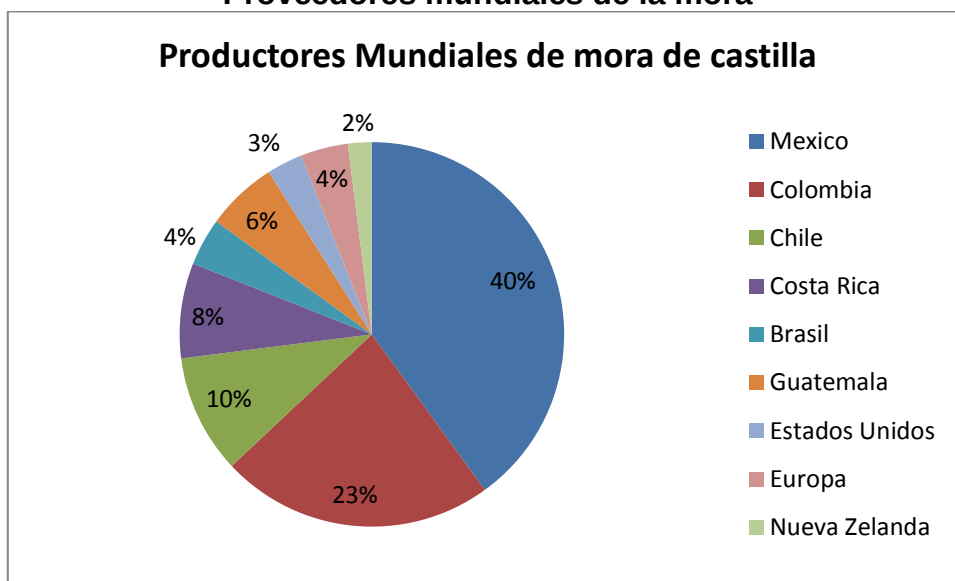
Fuente: Faostat

Elaborado por: Lady Villarreal

Según datos de la página de freshplaza en España(2013), la adquisición de la mora de castilla por kilo se encuentra entre los valores de 8,7 Euros cotizado al tipo de cambio en dólares es de 11,37.

COMPETENCIA

Grafico N° 1
Proveedores mundiales de la mora



Fuente: TradeMap
Elaborado por: Lady Villarreal

Según datos de TradeMap(2012), el principal proveedor de mora de castilla a nivel mundial es México con un porcentaje del 40%, esto se debe a factores climáticos de las zonas donde se generan, considerando que la producción en toneladas se cosecha mensualmente, exportando casi la cuarta parte de la producción total; como segundo proveedor le sigue Colombia con un porcentaje del 23% demostrando un incremento de sus exportaciones en 9,2%.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

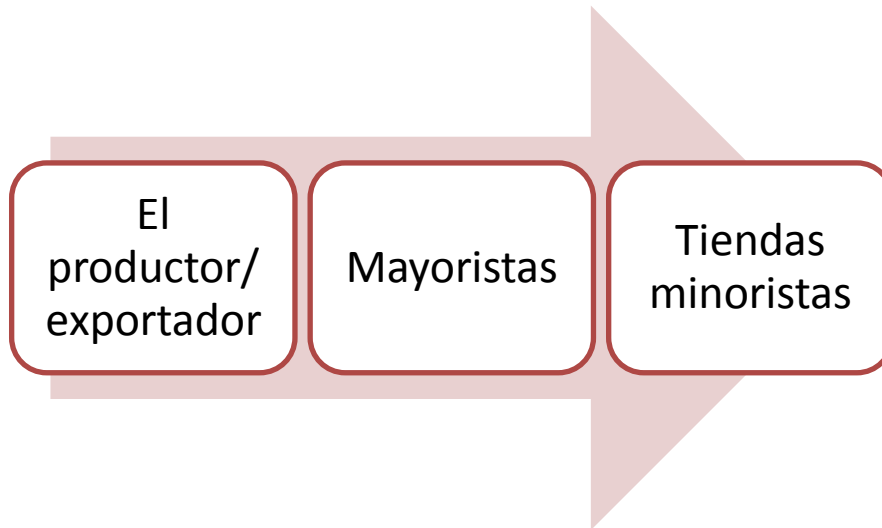
Según Heidy Linares (2009), los canales de distribución más utilizados en la Unión Europea para frutas se determinan por quien lo realiza. Su comienzo empieza desde la adquisición de la semilla hasta obtener el producto terminado. Las personas que intervienen en la logística de la distribución de un producto perecible son:

El productor/ exportador: quien se encarga de la producción, buen manejo de la cosecha para ofrecer un producto de calidad, también del empaque para enviárselo al importador en el mercado objetivo.

Mayoristas: son las personas que se encargan de la movilización del producto, siendo la parte conectora entre los países que negocian.

Tiendas minoristas: son las personas que reciben el producto para ofrecerlo a los consumidores finales.

Grafico N° 2
Canales de distribución



Fuente: Situación Actual y Perspectivas de la Mora
Elaborado por: Lady Villarreal

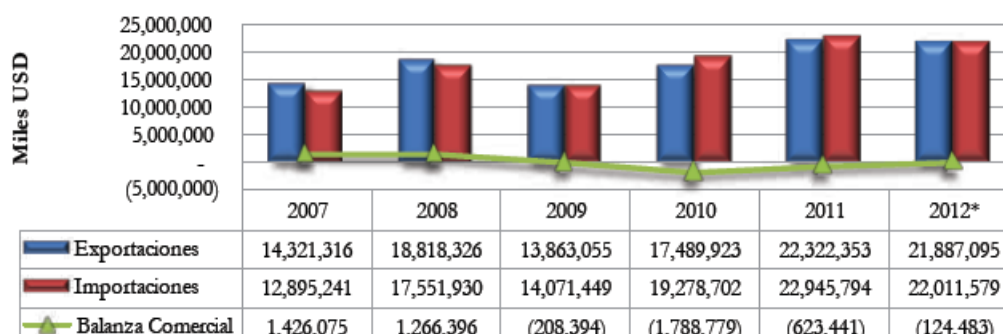
3.6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.6.3.1 FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES

El actual gobierno del Ecuador establece como política comercial la negociación con países internacionales, para que de esta manera se pueda fomentar y diversificar las exportaciones, y llegar al fácil manejo de las operaciones de comercio exterior, incentivando a los productores a realizar negocios con nuevos mercados para así proteger la industria nacional y por ende disminuir las importaciones (COPCI, 2010, P.4).

Para calificarse como exportador los requisitos exigidos son; el registro en la Pagina web del SENA, la obtención del token o firma electrónica, y en el caso de productos agrícolas la obtención del certificado fitosanitario.

Grafico N° 3
Balanza Comercial Ecuador 2007-2012
Miles USD



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Pro ecuador

Según el grafico N° 3, la balanza comercial de Ecuador en los últimos 5 años ha presentado un saldo negativo, ya que en el 2012 los valores estimados de las exportaciones alcanzaron en 21,887,095 y las importaciones se estimaron en 22,011,579, existiendo un déficit de 124,483 el valor más bajo en referencia a los años anteriores.

3.6.4 FACTORES SOCIOECONOMICOS

Tabla N° 12
Indicadores Ecuador

INDICADOR	INDICE
País	Ecuador
Capital	Quito
Producto internobrut PIB	84,348,029 (est 2012)
PIB per cápita	5,649 (est 2012)
Crecimiento del PIB	4,20% (est 2012)
Riesgo país	363 (31/Mayo/2013)
Inflación	4,2% (est 2012)
Población	15.439.429(2013 est)
Tasa de crecimiento poblacional	1,95% (2013 est)
Salario básico unificado	318,00
Canasta básica de alimentos	601,06 dólares(2013 est)
Tasa de desempleo	4.64% (31/Marzo/2013)

Fuente: Proecuador/Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Lady Villarreal

Ecuador está situado en la parte noroeste de América del Sur, limitada al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico, su capital es la ciudad de Quito, la sierra principalmente en el norte de Ecuador la gran parte de los habitantes se dedican a la agricultura esto se da por la situación geográfica, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo(2013), la población es de 15.439.429 habitantes reflejando un porcentaje anual estimado de crecimiento del 1,95%.

Según el Telégrafo, 2012 el comportamiento del PIB durante el periodo 2006-2011, frente al resto del mundo, deja ver una evolución positiva del 4,8%, pasó de cinco puntos por debajo de la media mundial en 2006 (5,3%) a marcar el 3,8% sobre esa media en 2011, cuando creció 7,8% frente al 4% del resto del mundo, para el 2013 el PIB es de 84,348,029según el ex ministro de Economía y finanzas Fausto Ortiz (2013), esto se da por la iniciativa de reducir las importaciones e incentivar a las exportaciones que no sean solo de petróleo sino de varios productos y el PIB per cápita alcanzó 5,469 reflejando una tasa de crecimiento del 4,20%.

Según datos de Proecuador, 2013 la tasa de inflación para el 2012 fue de 4.27%, manteniéndose la más baja que países latinoamericanos como Argentina, Uruguay y Brasil.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2013), para el año 2013 el salario básico unificado será de 318 dólares americanos, lo que representa un incremento del 8.81% con respecto al año 2012, este valor es determinado por el Ministerio de Relaciones Laborales, los factores principales que toman en cuenta para determinar el monto del salario es el valor de la canasta básica familiar que para el 2013 es de 601,6 dólares en esta canasta están incluidos 75 productos.

Según el Instituto Nacional Estadística y Censos (2013), para el año 2013 la tasa de desempleo llegó al 4,6% en marzo del presente año, esto se da porque 8 de cada 10 empleos son generados por el sector privado, este porcentaje comparado en el mismo mes del año 2012 fue de 4,9%,demostrando una disminución del 0,02%.

3.6.5 ANÁLISIS MERCADO-PRODUCTO

La mora de castilla se produce en las zonas templadas y en tierras altas del trópico como es Sudamérica destacándose Ecuador, Colombia, Panamá, Guatemala, Honduras, México y El Salvador, la característica del tallo es espinoso que puede crecer hasta 3 metros.

Según El "Journal of Medicinal Food", (06/2007), las moras contienen una alta concentración de polifenoles o antioxidantes, que benefician positivamente a la salud de las personas, el extracto de mora disminuye el crecimiento de ciertos tipos de células tumorales. El investigador J. Dai 2007, concluyó "que el extracto de mora puede ser un potencial tratamiento para el cáncer" que ayude a combatirlo de forma preventiva y también puede ayudar a prevenir otras enfermedades inflamatorias.

Tabla N° 13
Descripción de la mora de castilla

Familia:	Rosáceas
Nombre científico:	Rubusglaucus, Benth
Nombres Comunes:	Mora, Mora de Castilla, Berries
Variedades Botánicas:	1. Rubusbogotensis 2. Rubusgiganteus 3. Rubusglaucus 4. Rubusnubigenus 5. Megalococus
Variedades Comerciales:	Brazos, Berries, blackberries, mulberries y loganberries.

El nombre científico de la mora es *Rubus glaucus* perteneciente a las Rosaceae, son muy semejantes; es muy perecedera, rica en vitamina C y con un alto contenido de agua. Se cultiva en las zonas altas tropicales de América principalmente en Ecuador, Colombia, Panamá, Guatemala, Honduras, México y Salvador.

Los géneros *Rubus* y *Rosa*, pertenecientes a las rosáceas, son muy semejantes, de allí que la planta de la mora se asemeje bastante a las plantas de rosas silvestres, con espinas y hojas compuestas detrás de cinco hojuelas. La diferencia de estos géneros está en el fruto, ya que las moras tienen apariencia de una fresa oblonga o de dedal, y su color es negro, rojo o púrpura cuando está madura”. (Magap, 2010).

“Se considera que las zonas óptimas para el cultivo de mora en el Ecuador se encuentran en los valles del Callejón Interandino, principalmente en la provincia de Tungurahua, Pichincha, Carchi e Imbabura” (Tamara, 2009, p.25).

Gráfico N° 4
Mora de castilla



3.6.5.1 PROVEEDORES DEL SECTOR

En el sector de Maldonado, existe la asociación El Edénla cual está integrada por Chilma Alto: 18 productores; Chilma Bajo: 25 productores; Bella Vista, 7 productores; Santa María 16 productores; Puente Palo 3 productores; El Plata, 1 productor.

Tabla N° 14
Productores de mora de castilla

ITEM	NOMBRE	SECTOR	KILOS	SEMANAL	ANUAL	CANTIDAD EXPORTABLE
1	ELINA RUANO	CHILMA ALTO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
2	ANITA CHALAPUD	CHILMA BAJO	34,2	136,8	1641,6	820,8
3	DAYRACHALAPUD	CHILMA BAJO	22,8	91,2	1094,4	547,2
4	ESTHELA ESCOBAR	CHILMA BAJO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
5	VLADIMIR CHALAPUD	CHILMA BAJO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
6	SILVIA CASTRO	CHILMA BAJO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
7	ELISA QUENDI	CHILMA BAJO	22,8	91,2	1094,4	547,2
8	EDISON CADENA	CHILMA BAJO	34,2	136,8	1641,6	820,8
9	MIGUEL CADENA CANDO	CHILMA BAJO	11,4	45,6	547,2	273,6
10	MIGUEL CADENA	CHILMA BAJO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
11	WILSON CADENA	CHILMA BAJO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
12	ALICIA RUANO	CHILMA BAJO	22,8	91,2	1094,4	547,2
13	BENTURA RUANO	CHILMA BAJO	57	228	2736	1368
14	PEDRO CASTRO	CHILMA BAJO	34,2	136,8	1641,6	820,8
15	ELSA QUENDI	CHILMA BAJO	57	228	2736	1368
16	ELCIRA RUANO	CHILMA BAJO	22,8	91,2	1094,4	547,2
17	JOSE MALTE	CHILMA ALTO	57	228	2736	1368
18	DARWIN MALTE	CHILMA ALTO	11,4	45,6	547,2	273,6
19	FAUSTO MALTE	CHILMA ALTO	22,8	91,2	1094,4	547,2
20	ROLANDO MALTE	CHILMA ALTO	22,8	91,2	1094,4	547,2
21	OSWALDO PUETATE	CHILMA ALTO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
22	MIGUEL A PAGUAY	CHILMA ALTO	34,2	136,8	1641,6	820,8
23	MAURICIO MALTE	CHILMA ALTO	11,4	45,6	547,2	273,6
24	JESUS CASTRO	CHILMA BAJO	22,8	91,2	1094,4	547,2
25	ENRIQUE TEPUD	CHILMA ALTO	34,2	136,8	1641,6	820,8
26	LIGIA RUANO	CHILMA ALTO	22,8	91,2	1094,4	547,2
27	OSWALDO PAGUAY	CHILMA ALTO	34,2	136,8	1641,6	820,8
28	JAIME MALTE	CHILMA ALTO	34,2	136,8	1641,6	820,8
29	ALEX LOPEZ	CHILMA ALTO	11,4	45,6	547,2	273,6
30	JOSELOPEZ	CHILMA ALTO	11,4	45,6	547,2	273,6
31	FABIAN MALTE	BELLAVISTA	34,2	136,8	1641,6	820,8

32	JOSERAMIREZ	BELLAVISTA	22,8	91,2	1094,4	547,2
33	OMAR ERAZO	CHILMA ALTO	11,4	45,6	547,2	273,6
34	BAIRON MALTE	BELLAVISTA	34,2	136,8	1641,6	820,8
35	GERARDO MALTE	BELLAVISTA	11,4	45,6	547,2	273,6
36	MARIAQUINCHOA	CHILMA ALTO	57	228	2736	1368
37	ROSARIO ERAZO	CHILMA BAJO	79,8	319,2	3830,4	1915,2
38	GERARDO MUEPAZ	SANTA MARIA	45,6	182,4	2188,8	1094,4
39	MAGADLENAMUEPAZ	SANTA MARIA	45,6	182,4	2188,8	1094,4
40	JOSE MIGUEL TATAMUES	SANTA MARIA	45,6	182,4	2188,8	1094,4
41	LUIS ALBERTO MUEPAZ	SANTA MARIA	45,6	182,4	2188,8	1094,4
42	LUIS HUMBERTO TATAMUES	SANTA MARIA	34,2	136,8	1641,6	820,8
43	WILMER CHILES	CHILMA BAJO	34,2	136,8	1641,6	820,8
44	JORGE RUANO	CHILMA BAJO	11,4	45,6	547,2	273,6
45	JAIME MUEPAZ	PUENTE PALO	11,4	45,6	547,2	273,6
46	FABIO MUEPAZ	PUENTE PALO	11,4	45,6	547,2	273,6
47	ROMANMUEPAZ	PUENTE PALO	11,4	45,6	547,2	273,6
48	GERARDO YANDUN	CHILMA BAJO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
49	ROBERTO CASTRO	CHILMA BAJO	45,6	182,4	2188,8	1094,4
50	ASENCIO MUEPAZ	SANTA MARIA	45,6	182,4	2188,8	1094,4
51	MARINA IPIAL	SANTA MARIA	57	228	2736	1368
52	HECTORIPIAL	SANTA MARIA	11,4	45,6	547,2	273,6
53	JOSEIPIAL	SANTA MARIA	11,4	45,6	547,2	273,6
54	MAURICIO IPIAL	SANTA MARIA	22,8	91,2	1094,4	547,2
55	LUZ AREVALO	CHILMA ALTO	22,8	91,2	1094,4	547,2
56	OLGA MALTE	SANTA MARIA	22,8	91,2	1094,4	547,2
57	CRUZ MALTE	SANTA MARIA	11,4	45,6	547,2	273,6
58	EDWIN FERNANDO MALTE	SANTA MARIA	11,4	45,6	547,2	273,6
59	MARIA ELENA MUEPAZ	SANTA MARIA	22,8	91,2	1094,4	547,2
60	DANIEL GUEL PASCAL	CHILMA ALTO	11,4	45,6	547,2	273,6
61	MARIA ZOILA GUEL	BELLAVISTA	22,8	91,2	1094,4	547,2
62	JUAN ORLANDO PASPUEL	BELLAVISTA	22,8	91,2	1094,4	547,2
63	ALICIA PASPUEL	BELLAVISTA	11,4	45,6	547,2	273,6
64	FABIANCHALAPUD	CHILMA BAJO	11,4	45,6	547,2	273,6
65	CARMEN CHALAPUD	CHILMA BAJO	11,4	45,6	547,2	273,6
66	GERMAN FIGUEROA	EL PLATA	11,4	45,6	547,2	273,6
67	JULIO CHAMBA	CHILMA BAJO	11,4	45,6	547,2	273,6
68	MIRIAM CADENA	CHILMA BAJO	17,1	68,4	820,8	410,4
69	MARIA ELISA MUEPAZ	SANTA MARIA	11,4	45,6	547,2	273,6
70	GLADIS ANGELICA IPIAL	SANTA MARIA	11,4	45,6	547,2	273,6
TOTAL			2000,7	8002,8	96033,6	48016,8

Fuente: Ing. Luis Jiménez (Gobierno Provincial del Carchi)
Elaborado por: Lady Villarreal

Según el Ingeniero Agrónomo Carlos Bastidas (2013), la plantación de la mora de castilla debe realizarse en un suelo óptimo, con los cuidados apropiados para que dure la producción de esta fruta, si se obtiene una buena plantación a partir del año se obtendrá el fruto, según la Asociación El Edén y el Ingeniero Luis Jiménez, mediante estudios realizados la producción de la mora equivale a 2000.7 kilos semanales, dando como resultado 96033,6 toneladas al año, para satisfacer la demanda insatisfecha se toma en cuenta las toneladas producidas y las que están disponibles para ser enviadas al mercado meta. Según la productora Rosario Erazo (2013), la disponibilidad de mora es del 50% para enviar a España ya que tienen que satisfacer el consumo local.

El nivel de aceptación que tiene los productores de mora de castilla de la asociación “El Edén” para la exportación de esta fruta es muy acogida, ya que les permitirá conocer nuevos mercados y por ende generar mejores ingresos para sus familiares.

3.6.6 PORTER

3.6.6.1 FUERZAS DE PORTER

Para la realización del trabajo de investigación se utiliza este método con el fin de poder diagnosticar los factores que intervienen en el proceso de comercialización para establecer las ventajas competitivas de la empresa.

Competencia

Según Antonio Blanco (2009), define a la competencia como la búsqueda de eficacia y efectividad que las diferentes empresas, entidades y corporaciones realizan para posicionarse como las mejores en sus áreas, como también hace referencia a las diferentes estrategias y métodos que las empresas utilizan para ser los primeros en el campo empresarial.

Actualmente con el avance de la tecnología la competencia ha ido incrementando para llegar nuevos mercados, se determina que la competencia es la siguiente:

PRODUCTORES DE MORA: es una empresa dedicada a ofrecer la mora de castilla con altos estándares de calidad para que sea aceptado por el consumidor final, esta empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Guaranda, Bolívar, Ecuador, en la vía Echeandía.

EXPORT FRUIT S.A.: empresa dedicada a la comercialización frutas tropicales, en estado natural o congeladas, se encuentra ubicada en Guayaquil.

Como principal competencia es la mora de castilla cultivada en Tungurahua, según el artículo publicado por Diario Hoy (2010), se produce una nueva variedad de esta fruta sin espinas que ha sido desarrollada por los técnicos e investigadores del Programa Nacional de Fruticultura, del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), este fruto tiene como características el poseer mayores grados Brix, un tamaño mas gran y mejor productividad , facilitando la cosecha de esta fruta por la ausencia de espinas.

Competidores

Según Josa Luis Jerez (2011),defineque la competencia moviliza diversos recursos al servicio de una acción con finalidad precisa, la competencia es la capacidad que permite al sujeto movilizar, de manera integrada, sus recursos internos (saberes, saber-hacer y actitudes) y externos, a fin de resolver eficazmente una familia de tareas complejas para él (p. 57).

Productos Sustitutos

Se considera como productos sustitutos a la pulpa de mora ya que es utilizada para la realización de jugos concentrados, helados o jugos en tetrapack, por su fácil adquisición o fácil manejo que el de la fruta. (Czinkota et al, 2010, p.45).

La empresa que se dedican a la exportación de pulpa de mora en el Ecuador es:

Multialimentos S.A.: que se dedica desde hace 6 años a la comercialización nacional como internacional y procesamiento de pulpa de todas las frutas principalmente de la mora de castilla.

Proveedores

Según Paloma Bernal (2010), el término proveedor designa a toda la entidad que pone a disposición de otra entidad un determinado producto o servicio. De acuerdo con este concepto, el proveedor puede ser el productor de bienes y servicios o de sus distribuidores (p.58).

Según Hyun-Sook Lee (2009), los proveedores son aquellas personas o empresas que abastecen de bienes o servicios a otros.

Se considera para la presente investigación, a los 70 productores de la asociación El Edén de la mora de castilla del sector de Maldonado, es importante capacitar a los productores para lograr un buen desempeño y una buena producción y por ende cumplir con las normas y exigencias de calidad de los mercados internacionales.

Clientes

Se considera como clientes potenciales de la mora de castilla a las mujeres de edades comprendidas entre 25 a 54 años, para llegar a los consumidores es factible colocar el producto en los supermercados más reconocidos de Bilbao, por la fácil adquisición que tienen los habitantes para obtener los productos para su mesa.

Como supermercados principales en Bilbao tenemos:

Tabla N° 15
Supermercados de Bilbao

Descripción	Teléfono
Supermercado Arcediano	944597132
Supermercado BM	944761562
Supermercado Ercoreca S.A.	944734878
Supermercado La Kompra	946793916
Supermercado Noralco S.A.	944483354

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Lady Villarreal

3.6.7 PROYECCIONES DE ESTUDIO

3.6.7.1 DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCIÓN (+)	CNA	POBLACIÓN DE ESPAÑA	CONSUMO PER CAPITA ANUAL		DEFICIT	POBLACIÓN ESTRATIFICADA DE BILBAO	DEFICIT TOTAL		COBERTURA		
	kilogramos	kilogramos	kilogramos	kilogramos		REAL (Kg)	RECOMENDADO (Kg)	(Kg)		(KG)	(TN)	(KG)	(TN)	PORCENTAJE
2008	24000	322000	250000	548000										
2009	11000	398000	223000	610000										
2010	36000	486000	238000	688000										
2011	42000	560000	239000	757000										
2012	80000	412000	237000	569000	47370542	0,012	1,50	1,49	175815	261610	262	48000	48,00	18%
2013	136050	447546	234340	545836	47680345	0,011	1,50	1,49	175815	261709	262	48000	48,00	18%
2014	231369	486159	231709	486499	47992175	0,010	1,50	1,49	175815	261940	262	48000	48,00	18%
2015	393472	528103	229108	363740	48306044	0,008	1,50	1,49	175815	262398	262	48000	48,00	18%
2016	669147	573667	226536	131056	48621965	0,003	1,50	1,50	175815	263248	263	48000	48,00	18%
2017	1137966	623161	223993	-290812	48939953	-0,006	1,50	1,51	175815	264766	265	48000	48,00	18%
TOTAL	2761004	4836636	2332686	4408318	288911024	0,02				1575671	1576	240000,00	240,00	

Simbología:

X: Exportaciones

M: Importaciones

CNA: Consumo Nacional Aparente

CAPÍTULO IV

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

Con la investigación realizada se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Al recolectar información a los productores de mora se puede apreciar que existe la oferta necesaria para satisfacer la demanda requerida en España, para la comercialización desde la provincia del Carchi sector Maldonado.
- La investigación de mercado demuestra la demanda insatisfecha en el mercado Europeo, además de que el producto del sector de Maldonado es ideal para cubrir los requerimientos de este mercado.
- Las relaciones comerciales entre la Unión Europea y Ecuador gracias al acuerdo existente SGP PLUS impulsan a las exportaciones de los países en vías de desarrollo, con la preferencia de la liberación de aranceles facilitando la comercialización.
- Para la exportación de la mora de castilla se determina que existe una oferta de 3999 kilos mensuales significando el 50% de la producción anual de esta fruta, se realizará 12 envíos anuales dando un total de 47988 kilos cubriendo el 18% de la demanda insatisfecha en el mercado de Bilbao.
- El término en que se realiza la negociación es DAT que significa entregado en terminal: se entrega en el puerto de destino, después del descargado, accediendo a las condiciones del comprador para facilidad de la negociación.

- El medio de transporte a ser utilizado es el aéreo por el tiempo que se demora en llevar el producto, es decir 5 días al mercado de Bilbao, siendo un beneficio para los productores ya que esta fruta es de fácil descomposición.
- Realizar la inversión en este proyecto es factible ya que se determinó que el Valor Actual Neto es de 105.016,92 dólares y una Tasa Interna de Retorno del 32,98% siendo esta mayor a la tasa de descuento.
- Para llegar al punto de equilibrio se debe realizar la venta de 18731 kilos a un precio de 7,73 dólares con una ganancia del 20%, este precio es muy competitivo en el mercado local ya que el precio en Bilbao por kilo de mora de castilla esta en 11,37 dólares.

4.2 RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones realizadas se puede determinar las siguientes recomendaciones para la ejecución de este proyecto de investigación:

- Aprovechar gustos y preferencias del mercado de Bilbao por la tendencia a consumir productos naturales que contiene beneficios importantes en la salud.
- Elegir como mercado objetivo a las mujeres en edades comprendidas de 24 a 54 años por el alto consumo de frutas tropicales no tradicionales gracias a los beneficios que la mora de castilla posee.
- Aprovechar las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y la Unión Europea para incentivar a los pequeños productores a realizar las exportaciones, dando a conocer los productos no tradicionales y por ende ayudar a tener una balanza comercial positiva para el Ecuador.
- Incentivar a los productores de mora de castilla de Maldonado para la cultivación de más hectáreas y obtener mayor producción de esta fruta obteniendo una producción empresarial y que no sea solo local, buscando asociarse con más productores de la zona para fortalecer su producto y de tal manera cumplir con las exigencias del mercado internacional.
- En base a la viabilidad del proyecto aplicar el estudio de factibilidad para los productores de mora de castilla de la Asociación El Edén con el objetivo de realizar la exportación al mercado de Bilbao.

CAPÍTULO V

5 PROPUESTA

5.1 TÍTULO

Estudio de factibilidad para la comercialización de la mora de castilla desde la provincia del Carchi sector Maldonado y atender parte de la demanda requerida en España.

5.2 JUSTIFICACIÓN

Con la información recolectada se llegó a establecer que en la Provincia del Carchi sector Maldonado existe una sobre producción de mora de castilla, por falta de conocimientos los productores no han encontrado mercados óptimos para la comercialización de la fruta, la asociación tienen la necesidad de buscar nuevos mercados para productos no tradicionales que les permita ofertar la mora de castilla, mediante la investigación realizada se llegó a determinar que en España en la ciudad de Bilbao existe una demanda que todavía no ha sido satisfecha, la mora al ser una fruta no tradicional en las exportaciones mundiales es una fruta muy acogida por los consumidores ya que brinda beneficios para la salud; como resultado se pudo determinar que en el mercado objetivo los consumidores potenciales de mora de castilla son las mujeres en edades comprendidas de 25 a 54 años.

Los acuerdos entre países lo que buscan es beneficiar las negociaciones internacionales e incentivar a los países en vías de desarrollo a realizar exportaciones de productos no tradicionales, en el análisis sobre el entorno político se llegó a conocer que en España no existen restricciones para la exportación de frutas, esto se genera por el acuerdo SGP PLUS que existe entre la Unión Europea con el Ecuador, cuyo objetivo es permitir el ingreso de productos originarios de países en desarrollo, con la liberación del 100% de las preferencias aranceles, lo que beneficia a los exportadores ya que pueden ofrecer un producto con precios competitivos que sea fácil de

adquirirlo; en las importaciones que España realiza sobre la mora de castilla es del 2,66%.

Con los antecedentes de la investigación realizada se ve la necesidad de expandirse a mercados internacionales para ofertar la mora de castilla, el gobierno actual busca promover las exportaciones y reducir las importaciones, y de tal manera dar a conocer los productos no tradicionales como es el caso de la fruta mora de castilla, para el cumplimiento de la exportación hay que contar con los requisitos exigidos por Ecuador como certificados que faciliten el ingreso al mercado objetivo.

En el mercado objetivo las exigencias en productos de consumo es muy alto, ya que buscan obtener un producto de calidad y que muestre al consumidor la confianza de llevar a su mesa un producto óptimo, por eso la fruta que se va a comercializar cumple con los requisitos exigidos por el consumidor, cumpliendo con las exigencias de calidad ya que el productor tiene mucho cuidado desde su siembra hasta su cosecha, el medio de transporte a utilizar es vía aérea por el tiempo que se demora ya que es un producto perecible, el envío es de canastas que a su vez contienen 12 canastillas de 250 gramos.

5.3 OBJETIVOS

5.3.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad de la comercialización de mora de castilla desde la provincia del Carchi sector Maldonado para satisfacer parte de la demanda de Bilbao.

5.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la capacidad física y procesos técnicos necesarios para la ejecución del proyecto.
- Establecer los procesos logísticos adecuados para la distribución física internacional del producto.
- Realizar una evaluación económica con el fin de verificar su viabilidad.

5.4 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

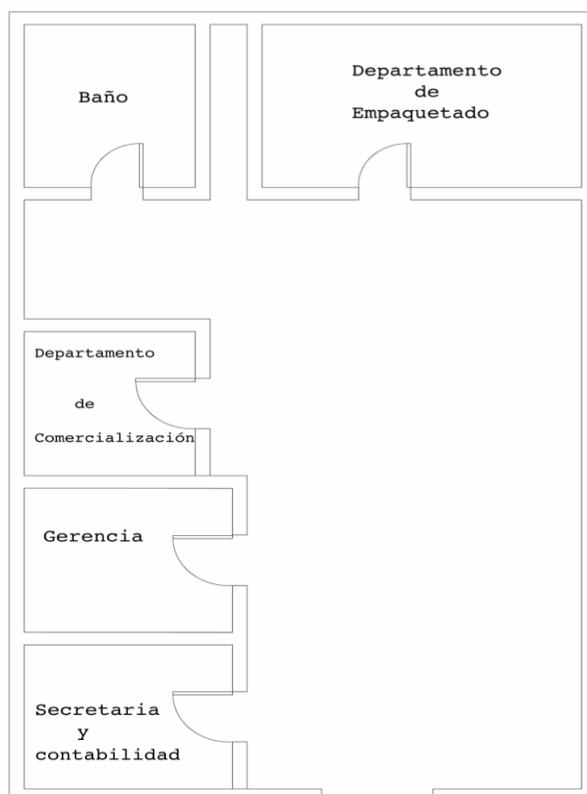
5.4.1 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite determinar los aspectos físicos y operativos que se necesitan para la comercialización de la mora de castilla logrando establecer el tamaño ideal para el almacenamiento del producto, localización de la planta, y bienes muebles necesarios para su operación y manipuleo.

5.4.1.1 Tamaño óptimo de la planta

El tamaño que se requiere para la implementación de la oficina consta de la gerencia, secretaria y contadora, el departamento de comercialización y el departamento de empaquetado y se encuentra designado de la siguiente manera:

Grafico N° 5
Tamaño de la plata



5.4.1.2 Localización óptima de la planta

Para la localización del proyecto es indispensable realizar un análisis mediante la evaluación de varios factores tales como:

Tabla N° 16
Localización de la planta

FACTOR ZONA		ZONA NORTE		ZONA CENTRO		ZONA SUR	
Factores Relevantes	P.A (%)	CALIF.	C.P	CALIF.	C.P	CALIF.	C.P
Cercanía del Cliente.	25	7	1,75	7	1,75	9	2,25
Costo edificación	15	6	0,9	8	1,2	8	1,2
Vías comunicación	10	7	0,7	7	0,7	9	0,9
Mano obra disponible	15	7	1,05	6	0,9	8	1,2
Costo insumos	15	8	1,2	6	0,9	9	1,35
Disponibilidad del Producto	5	6	0,3	7	0,35	8	0,4
Aspectos fiscales	5	7	0,35	7	0,35	9	0,45
TOTAL	100		6,25		6,15		7,75

Elaborado por: Lady Villarreal

Luego de analizar los lugares óptimos se llegó a elegir al sector del sur de la ciudad de Tulcán, en la parroquia Tulcán, en el sector del Obelisco como el lugar adecuado para la localización de la oficina.

5.4.1.3 Requerimiento del espacio Físico:

Para determinar los requerimientos del espacio físico de la oficina se determina los siguientes aspectos tales como:

Tabla N° 17
Requerimiento de espacio físico

No.	Actividad	Requerimiento en M2
1	Gerencia	5.00
2	Secretaria/Contabilidad	5.00
3	Departamento de Exportación	5.00
4	Departamento de almacenaje y empaque	7.00
TOTAL		22.00

Elaborado por: Lady Villarreal

5.4.1.4 Presupuesto de Activos Fijos:

Para la implementación de la oficina es necesario contar con un valor de 5305, 00 dólares la adquisición de los siguientes activos fijos:

Tabla N° 18
Activos fijos

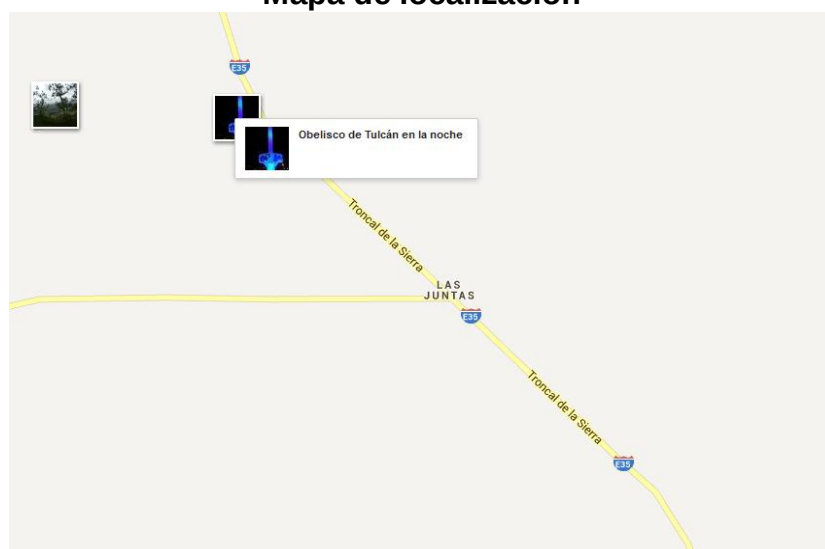
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. total
Maquinaria			
Congeladores	2	800,00	1600,00
Muebles y enseres			
Escritorio	3	200,00	600,00
Sillón ejecutivo	3	110,00	330,00
Sillas	8	40,00	320,00
Mesas	1	30,00	30,00
Archivadores	3	120,00	360,00
Estantería metálica	3	75,00	225,00
Equipos de Computo			
Computadores	3	400,00	1200,00
Impresoras	3	80,00	240,00
Equipos de Oficina			
Teléfono	2	80,00	160,00
Fax	1	120,00	120,00
Calculadoras	2	20,00	40,00
Sumadoras	1	80,00	80,00
Total			5305,00

Elaborado por: Lady Villarreal

5.4.1.5 Mapa de localización

La localización se encuentra ubicada en el sector el Obelisco

Grafico N° 6
Mapa de localización

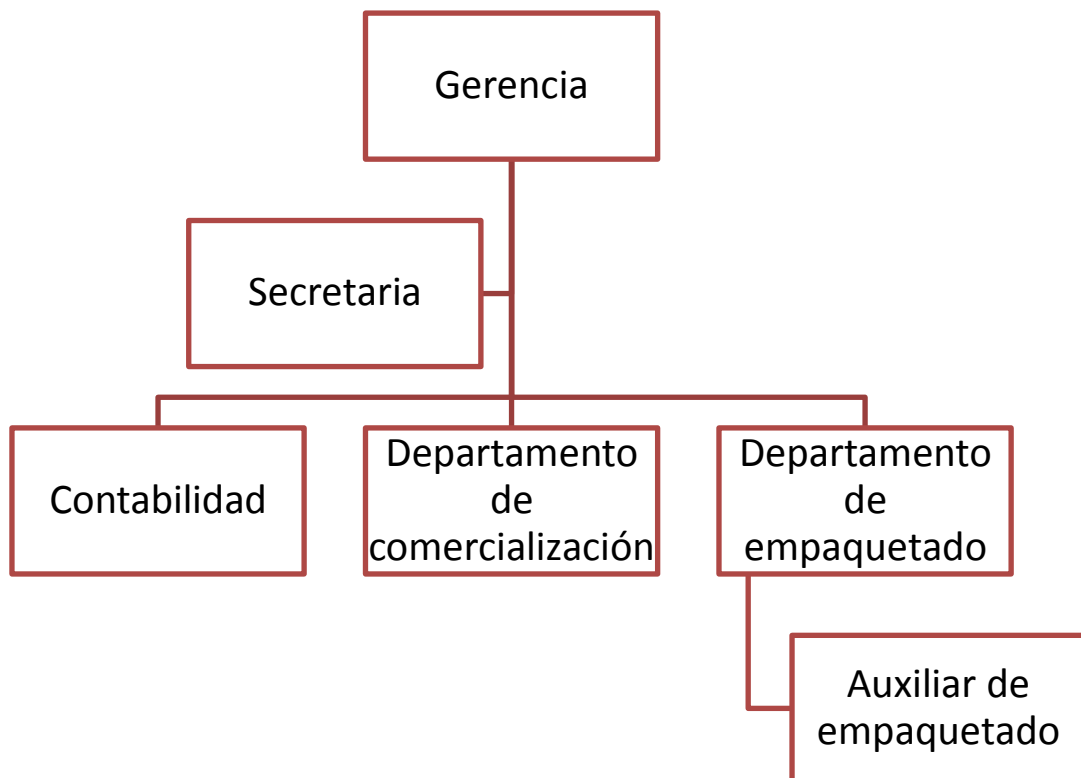


5.4.2 INGENIERIA DEL PROYECTO

5.4.2.1 Organización

La ingeniería del proyecto consta de 5 partes fundamentales para el buen desempeño de la oficina tales como son: la gerencia en la cual va a estar una persona realizando las actividades relacionadas con su cargo y es quien se va a encargar de dirigir y vigilar el bienestar de la oficina; también va a existir el cargo de secretaria quien se encargara de los trámites necesarios que se requieran para el funcionamiento de la oficina, también va a necesitar una contadora quien va a ser la encargada de los tramites tributarios y la contabilidad de la misma, en el departamento de comercialización se va a realizar todos los trámites que se necesitan para exportar el producto como permisos, certificados, etc. En el departamento de empaquetado se va almacenar la fruta y se procederá al empacado de las canastillas de 250 gramos en la canasta grande.

Grafico N° 7
Estructura organizacional de la oficina



Elaborado por: Lady Villarreal

5.4.2.2 Manual de Funciones

Se determina el siguiente manual de funciones para los puestos que se van a utilizar para la comercialización de mora de castilla.

Tabla N° 19
Manual de Gerencia

IDENTIFICACION DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	GERENTE
UNIDAD A LA QUE PERTENECE	GERENCIA
COORDINACION	DISTINTAS ÁREAS CON LAS QUE TRABAJA
PROPOSITO DEL PUESTO	
Es la máxima autoridad de la oficina y es la persona encargada de dirigir, organizar y controlar su buen funcionamiento, además de coordinar todas las áreas de la oficina, propone alternativas de mejoramiento en todos los aspectos.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los empleados, coordinando y orientando los procesos, velando por el cumplimiento de los mismos. • Velar por el buen manejo de la empresa. • Dirigir a sus empleados de manera responsable. • Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización del tiempo y los recursos de cada área de la empresa. • Ordenar y distribuir a los empleados en cada uno de los departamentos. • Velar por el cumplimiento de las metas y estrategias establecidas por la Empresa. • Buscar soluciones a los problemas que se generen en la oficina.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
• Título de tercer nivel en Administración de empresa. • Tener conocimientos en mercadeo, finanzas, auditoría, presupuestos, flujos de caja, proyección, normas de control, manejo de personal y recursos humanos. • Experiencia comprobada en cargos similares, mínima de tres (3) años. • Edad mínima de 35 años.	

Tabla N° 20
Manual Secretaria

IDENTIFICACION DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	SECRETARIA
UNIDAD A LA QUE PERTENECE	GERENCIA
COORDINACION	DISTINTAS ÁREAS CON LAS QUE TRABAJA
PROPOSITO DEL PUESTO	
Es la persona que se va a encargar de la correcta ejecución de los trabajos, por la excelente atención a las personas que ingresan a la oficina y las demás labores de su competencia.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Ser puntual en todas las actividades asignadas. • Atender de forma correcta y oportuna el teléfono y público que visita la oficina e informar al jefe inmediato sobre los mensajes recibidos. • Recibir las solicitudes de servicios por y para los departamentos. • Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento del servicio. • Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el desempeño de la empresa. • Llevar el registro de ingreso y salida del producto. • Llevar en forma correcta y actualizada, el archivo de los documentos de su dependencia. • Llevar el control de las existencias de útiles y materiales de oficina y presentar oportunamente requisición de los mismos a su jefe inmediato. • Enviar la correspondencia y documentos que se originan en la oficina a las distintas dependencias o a otras entidades y asegurarse de que lleguen a su destinatario.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
• Título de secretaria ejecutiva. • Estudiante de carreras administrativas o económicas. • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares. • Edad 20 a 30 años • Tener conocimientos en mercadeo, manejo de personal.	

Tabla N° 21
Manual de Contadora

IDENTIFICACION DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	CONTADORA
UNIDAD A LA QUE PERTENECE	GERENCIA
COORDINACION	DISTINTAS ÁREAS CON LAS QUE TRABAJA
PROPOSITO DEL PUESTO	
Es la persona que se va a encargar de responder directamente por el manejo adecuado de toda la contabilidad de la empresa.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Elaborar, analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la entidad. • Organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la Empresa. • Elaborar nóminas, liquidación de prestaciones sociales y aportes de los empleados. • Controlar los documentos contables que se originen en la oficina para evitar multas o sanciones. • Elaborar las declaraciones de Renta y complementarios para presentarlos respectivos informes tributarios. • Especificar las normas contables a seguir en la oficina. • Generar informes económicos y financieros de la oficina.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
• Título de contadora • Experiencia en áreas financieras o cargos similares. • Edad de 25 a 35 años.	

Tabla N° 22
Manual de Jefe de Comercialización

IDENTIFICACION DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	JEFE DE COMERCIALIZACIÓN
UNIDAD A LA QUE PERTENECE	DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN
COORDINACION	DISTINTAS ÁREAS CON LAS QUE TRABAJA
PROPOSITO DEL PUESTO	
Es la persona que se va a encargar del departamento de comercialización, realizar los trámites que se necesitan para el envío del producto al mercado objetivo	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Participar en la promoción, comercialización y contratación del producto que se está ofreciendo. • Coordinar el abastecimiento del producto. • Contacto con proveedor • Realizar el control de la mercadería. • Controlar los despachos mensuales que se realicen a tiempo. • Velar por el buen servicio de entrega. • Realizar la búsqueda de nuevos clientes. • Realizar los trámites para la realización de la exportación. •	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
• Titulo de ingeniería en Comercio Exterior • Experiencia en marketing	

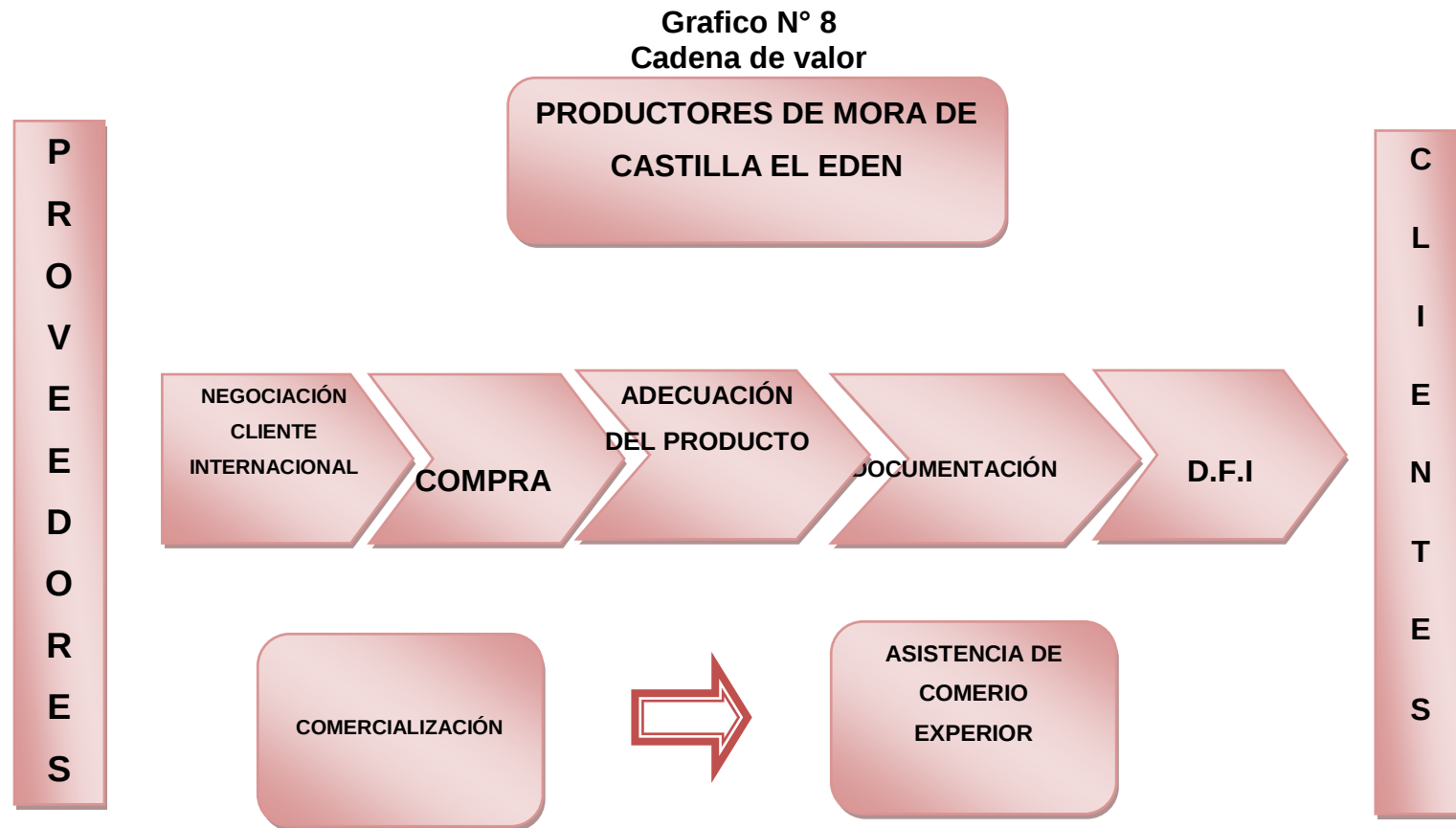
Tabla N° 23
Manual de jefe de Empaquetado

IDENTIFICACION DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	JEFE DE EMPAQUETADO
UNIDAD A LA QUE PERTENECE	DEPARTAMENTO DE EMPAQUETADO
COORDINACION	DISTINTAS ÁREAS CON LAS QUE TRABAJA
PROPOSITO DEL PUESTO	
Es la persona que se va a encargar de la revisión y manipuleo de la mercadería	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Realizar el control del ingreso de la mercadería. • Registrar mensualmente la salida de la mercadería. • Controlar el buen estado de entrega de mercadería por parte de los proveedores.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
• Titulo de tercer nivel en administración o afines. • Experiencia en almacenaje de mercadería. • Experiencia de bodeguero.	

Tabla N° 24
Manual de Auxiliar de empaquetado

IDENTIFICACION DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	AUXILIAR DE EMPAQUETADO
UNIDAD A LA QUE PERTENECE	DEPARTAMENTO DE EMPAQUETADO
COORDINACION	DISTINTAS ÁREAS CON LAS QUE TRABAJA
PROPOSITO DEL PUESTO	
Es la persona soporte que se va a encarga de la revisión y manipuleo de la mercadería	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
• Realizar el control del ingreso de la mercadería. • Verificación del producto, estado. • Almacenar el producto en congeladores. • Llevar un registrar mensualmente la salida de la mercadería. • Controlar el buen estado de entrega de mercadería por parte de los proveedores	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
• Bachiller • Experiencia en almacenaje de mercadería • Experiencia de bodeguero.	

5.4.2.3 Cadena de valor:



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Lady Villarreal

Para la realización de la exportación de la mora de castilla hacia el mercado de Bilbao-España, como primer paso es el contacto con el cliente internacional para darle a conocer el producto, características y beneficios que posee, proporcionándole catálogos y toda la información al cliente, después de llegar a un acuerdo se establece el contrato donde se estipula las condiciones de negociación.

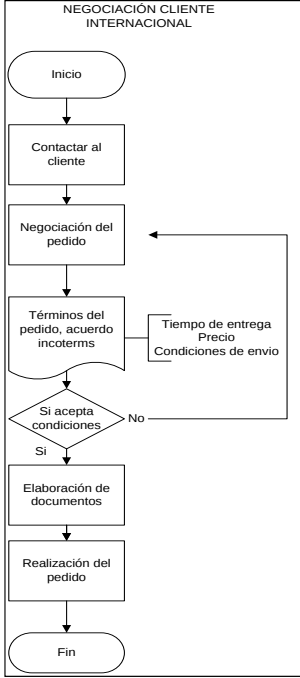
En el proceso de compra se contacta al proveedor de mora de castilla que es la asociación El Edén, para la realización del pedido, después de llegar al acuerdo se procede a la recepción de la fruta en las localizaciones de la oficina, si pasa el proceso de control de calidad se procede al pago de la factura por el producto.

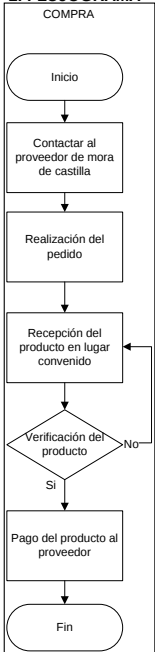
En la adecuación del producto ingresa la fruta para ser almacenada en los congeladores, donde se conservara las características de la fruta, para el envío se procede a la agrupación de las canastillas de 250 gramos en las canastas grandes para fácil manejo y manipulación en el contenedor refrigerado.

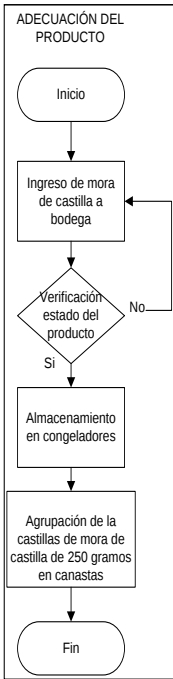
Para realizar la documentación como primer paso es la elaboración de la factura comercial para enviarle al agente de aduana que elabora la DAE (Declaración Aduanera de Exportación), también se elabora la lista de empaque y se realiza los trámites necesarios para obtener el certificado de origen y fitosanitario que son documentos exigidos en el mercado objetivo para el ingreso de la fruta a España, se contrata una empresa transportista, para que realice la guía de remisión del transporte interno que se genera desde Tulcán a Guayaquil.

En la distribución física internacional se presenta los documentos en la salida de aduana, para el ingreso del contenedor refrigerado a la zona primaria, se realizar el embarque en el puerto de origen para el tránsito internacional, al llegar al puerto de destino se presenta toda la documentación exigida por el mercado objetivo para su respectiva nacionalización.



		PROCESO NEGOCIACIÓN CLIENTE INTERNACIONAL		Código:	PO-NCI-01
				Versión:	000
				Páginas:	1-1
Responsable:		Jefe de Comercialización			
Objetivo:		Realizar el pedido con el cliente internacional			
Alcance:		Contactar al cliente en el exterior, negociación del pedido, incoterms hasta finalización del envío.			
1.DETALLE					
Responsable	Detalle				Documento
Jefe de comercialización	1. Ingreso a la página web del cliente para envío de mail con el objetivo de establecer el acuerdo				Correo electrónico
Jefe de comercialización	2. Enviar especificaciones de productos disponibles(presentación)				catalogo de producto
J. de comercialización/cliente	3. Convenio de acuerdos de negociación vía internet, convenio de entrega, tiempos, precio				Correo electrónico
Secretaria	4. Elaboración de contrato y documentos a fines a la negociación envío mediante correo electrónico al cliente.				Correo electrónico
Secretaria	5. Confirmación y recepción de pedido a través de correo electrónico				Correo electrónico
	6. fin				
2. FLUJOGRAMA					
NEGOCIACIÓN CLIENTE INTERNACIONAL 					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE	
Tiempo de cierre de negociación	Contactar al cliente (-) hora de realización del pedido	4 horas	mensual	Jefe de comercialización	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Jefe de comercialización, secretaria, cliente		Equipos informáticos	Ninguno		
REVISADO		APROBADO	FECHA		
Jefe de comercialización					

	PROCESO DE COMPRA		Código:	PO-PC-002
			Versión: Páginas:	000 1-1
Responsable:		Jefe de Comercialización		
Objetivo:		Realizar el pedido a los proveedores de mora de castilla		
Alcance: Inicio: Contactar a proveedor Fin: verificación física del producto				
1.DETALLE				
Responsable Jefe de comercialización Secretaria Jefe de empaquetado Jefe de empaquetado Secretaria	Detalle 1. Contactar a proveedor de mora 2. Realizar el pedido del producto 3. Recepción del producto en el lugar convenido 4.Verificación del producto, estado 5.Pago del producto al proveedor 6. fin		Documento Comprobante de egreso(anexo 9)	
2. FLUJOGRAMA				
 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Contactar[Contactar al proveedor de mora de castilla] Contactar --> Realizar[Realización del pedido] Realizar --> Recepcion[Recepción del producto en lugar convenido] Recepcion --> Verificacion{Verificación del producto} Verificacion -- Si --> Pago[Pago del producto al proveedor] Verificacion -- No --> Recepcion Pago --> Fin([Fin]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de compra del producto	Contacto con el proveedor (-) hora de pago al proveedor	4 horas	mensual	Jefe de comercialización
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Jefe de comercialización, jefe de empaquetado, secretaria	Equipos informáticos	Ninguno		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Jefe de empaquetado				

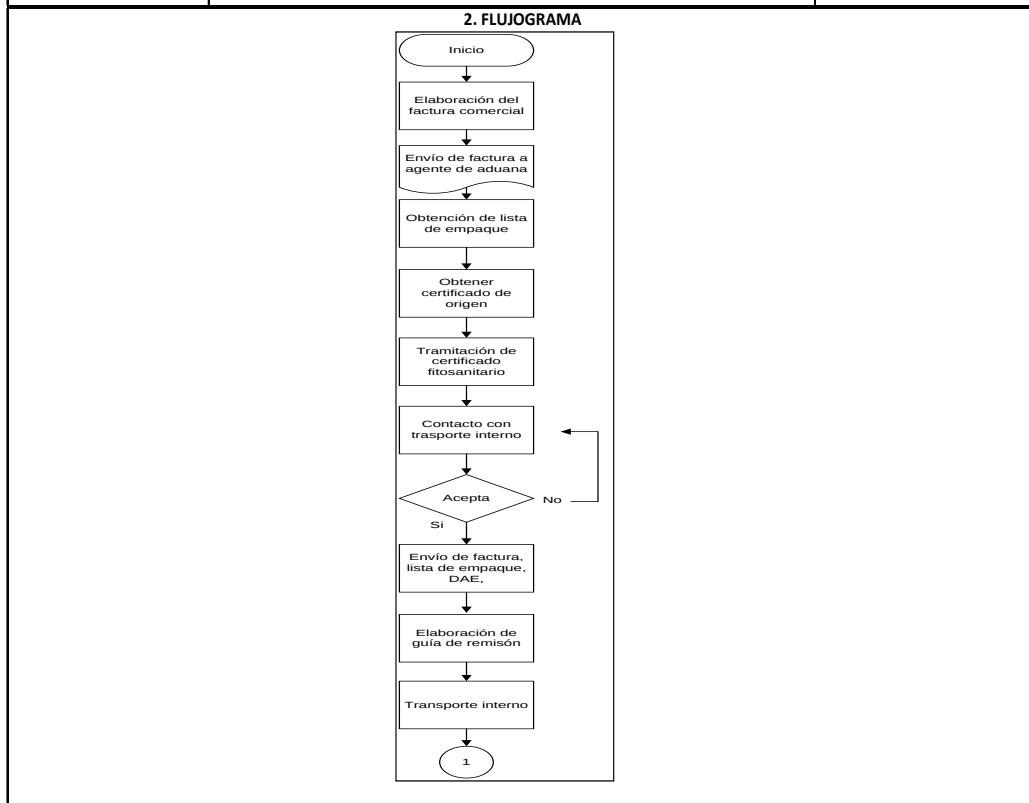
	ADECUACIÓN DEL PRODUCTO		Código:	PO-AP-003
			Versión:	000
			Páginas:	1-1
Responsable: Jefe de Empaquetado				
Objetivo: Controlar el manejo adecuado del producto y su almacenamiento para envío				
Alcance: Constatación del producto, manejo del cuidado del producto				
1.DETALLE				
Responsable	Detalle			Documento
Jefe de empaquetado	1.Ingreso del producto para almacenamiento			Kardex
Auxiliar de empaquetado	2. Constatación del producto en buen estado			verificación física
Auxiliar de empaquetado	3. Almacenamiento del producto en congeladores			Kardex
Auxiliar de empaquetado	4. Agrupación de canastillas de 250 gramos en canastas para envío			
	5. Fin			
2. FLUJOGRAMA				
 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Ingreso[Ingreso de mora de castilla a bodega] Ingreso --> Verificacion{Verificación estado del producto} Verificacion -- No --> Ingreso Verificacion -- Si --> Almacenamiento[Almacenamiento en congeladores] Almacenamiento --> Agrupacion[Agrupación de la castilla de mora de castilla de 250 gramos en canastas] Agrupacion --> Fin([Fin]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de adecuación del producto	Ingreso del producto a bodega (-) hora agrupación del producto	2 horas	mensual	Jefe de empaquetado
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Jefe de empaquetado, auxiliar de empaquetado	Maquinaria	Ninguno		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Jefe de empaquetado				



DOCUMENTACIÓN	Código:	PO-D-004
	Versión:	000
	Páginas:	1-1

Responsable:	Jefe de Comercialización
Objetivo:	Elaborar la documentación para realizar la exportación
Alcance:	Inicio: Elaboración de factura Fin:

1.DETALLE		
Responsable	Detalle	Documento
Secretaria	1.Elaboración de factura comercial	factura comercial(anexo 1)
Jefe de comercialización	2. Envío de factura a agente de aduana para elaboración de DAE	DAE(anexo 3)
Secretaria	3. Lista de empaque	Lista empaque (anexo 2)
Secretaria	3. Tramitación de certificado de origen	Certificado origen (anexo 6)
Secretaria	4. Tramitación certificado fitosanitario	Certificado fitosanitario (anexo 7)
Secretaria	5.Contacto con la empresa del transporte interno	Correo electronico
Transportadora	6. Elaboración de guía de remisión	
Transportadora	7. Transporte interno	
	8. fin	

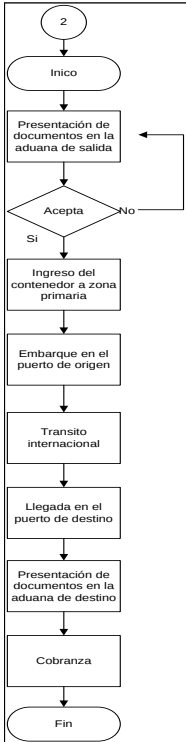


MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	TANDAR/ME	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Elaboración de documentos	Elaboración de factura (-) hora de transporte interno	3 horas	mensual	Jefe de comercialización

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Jefe de comercialización, secretaria, transportadora	Equipos informaticos	Ninguno

REVISADO	APROBADO	FECHA
Jefe de comercialización		

	DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL		Código: PO-DFI-005	
			Versión: 000	
			Páginas: 1-1	
Responsable: Jefe de Comercialización				
Objetivo: Cordinación del prducto en el país de destino				
Alcance: Inicio: Embarque en país de origen Fin: entrega del producto en el puerto				
objetivo:				
Responsable	Detalle	Documento		
Jefe de comercialización Jefe de comercialización Jefe de comercialización	1. Presentación de los documentos en la aduana de salida 2. Ingreso del contenedor a zona primaria 3. Embarque en el puerto de origen 4. Transito Internacional 5. Llegado en el puerto de destino 6. Presentación de documentos en aduana de destino 7. Cobranza 8. Fin	Documentos (anexos)		
2. FLUJOGRAMA				
				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	TANDAR/ME	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Entrega en país de destino	Hora de ingreso a zona primaria (-) hora de llegada a puerto de destino	3 horas	mensual	Jefe de comercialización
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Jefe de comercialización	Equipos informaticos/medios de transporte	Ninguno		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Jefe de comercialización				

5.4.3 ESTUDIO LOGÍSTICO

5.4.3.1 Empaque

Para el empaque de la mora castilla se va a utilizar canastas que van a contener 12 canastillas de 250 gramos.

5.4.3.2 Requisitos y documentos para la exportación de mora de castilla.

Los requisitos que se debe utilizar para la exportación son los siguientes:

- Obtener el R.U.C. Registro Único de Contribuyentes este documento se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas.
- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador o Security Data
- Calificarse como exportador en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y registrarse el Sistema aduanero ECUAPASS que consta en la página web.

Los documentos que se requieren para la exportación de mora de castilla a Bilbao son:

- **Declaración aduanera de exportación (DAE):** es un formulario en el cual se registra los datos del exportador, descripción de la mercadería, datos del consignate, destino de la carga, cantidades, pesos de la mercadería; este formulario es un compromiso que se adquiere entre el Servicio de Nacional de Aduana del Ecuador y el exportador.
- **Factura comercial:** es un documento original y definitivo emitido por el vendedor de las mercaderías importadas debe constar de la siguiente información:
 - Nombre y fecha de expedición
 - Nombre y dirección del comprador,
 - Descripción de la mercancía,
 - Cantidad,
 - Precio unitario y total,

- Moneda de la transacción comercial,
 - Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, "Incoterms"
- **Certificado de Origen:**De acuerdo al Reglamento del COPCI es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales.
Para acogerse al Sistema General Preferencial SGP PLUS de España se debe presentar el certificado de origen donde demuestra la autenticidad del producto.
 - **Certificado Fitosanitario:**es un documento que se lo obtiene en la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD en el cual se detalla las condiciones de salubridad que se encuentra el producto.
 - **Lista de empaque:**se detalla los artículos empacados, descripción unitaria, cantidad, peso, forma de embalaje de la mercadería.
 - **Carta de crédito:**es el documento donde se establecen los términos de crédito y se garantiza el cumplimiento de pago por parte del importador.

Tabla N° 25
Documentos de exportación

DOCUMENTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total de operación USD
Factura Comercial	0	1	0
Lista de empaque	0	1	0
Certificado de Origen	11,2	1	11,2
Certificados Fitosanitario	40	1	40
Otros	25	1	25
TOTALES			76,2

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Lady Villarreal

5.4.3.3 Transporte Interno

Para el envío de la mora de castilla hasta el aeropuerto de Guayaquil se hará uso de un contenedor refrigerado de 20' el cual tendrá un costo por envío de \$1000 dólares el mismo que trasladará 1333 canastas con un peso de 3Kg cada una. Estas canastas a su vez constan de 12 canastillas con un peso de 250 gr cada una.

Tabla N° 26
Transporte Interno

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Flete Tulcán-Guayaquil	1	1000	1.000,00
Total			1.000,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lady Villarreal

En el transporte interno que se utilizará para el traslado del producto está incluido el arriendo del contenedor refrigerado, cuyo valor es de 1000,00 dólares mensual.

5.4.3.4 Proceso de exportación

Para la realización del proceso de exportación las partes contratantes mediante el uso de los términos de negociación acordaran tiempo, condiciones y formas en la que se realizara esta transacción.

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (2011), en el artículo 154 establece para el régimen aduanero para las exportaciones se manejará bajo el código 40.

5.4.3.5 Costos en el país de exportación

Los costos necesarios para realizar la exportación de la mora de castilla a Bilbao son los siguientes:

Tabla N° 27
Costos en país exportador

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	0,0	0,0
Embalaje	666,5	1,0
Unitarización	750,0	5,0
Manipuleo en el local del exportador	40,0	0,1
Documentación	76,2	0,0
Transporte interno	1000,0	1,0
Manipuleo Embarque	40,0	0,1
Agentes	150,0	0,3
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	196,8	0,3
capital e inventario país de origen	19,9	7,7
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	2939,3	7,7
VALOR ExWORK	9048,1	1,0
VALOR FCA	9838,1	6,4
VALOR FOB	11320,9	7,7

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Lady Villarreal

De los costos que se detallan en la tabla N° 27 son los valores a generarse para realizar el trámite de exportación.

5.4.3.6 Costo en el tránsito Internacional

En la tabla N° 28 se detalla los valores a generarse en el tránsito internacional como son el flete internacional y el seguro internacional.

Tabla N° 28
Costos de tránsito internacional

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	9000,0	1,0
VALOR CFR	20320,9	8,7
SEGURO INTERNACIONAL	113,8	0,3
VALOR CIF	20434,7	8,9
MANIPULEO DESEMBARQUE	40,0	0,3
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	7,0	1,5
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	9160,8	1,5
VALOR DAT	20481,8	9,2

Tabla N° 29
Costos en país importador

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	100,0	1,0
Manipuleo desembarque	40,0	0,3
Documentación	150,0	0,3
Agentes	120,0	1,1
Transporte interno	100,0	1,0
VALOR DAP	20951,8	12,8

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Lady Villarreal

En la tabla N° 29 se detalla los valores que arrojó la investigación de campo, estos valores fueron transformados de euros a dólares ya que la negociación se va a realizar en dólares.

5.4.3.7 Términos de negociación

Según los términos usados dentro de la negociación, se establece los siguientes gastos tales como:

Tabla N° 30
Términos de negociación

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	9.048	9.091	9.575	10.106	10.690	11.328
EXW	9.048	9.091	9.575	10.106	10.690	11.328
Manipulación local X	40	42	44	46	48	50
Unitarización	750	783	818	854	892	932
FCA/FAS	9.838	9.916	10.437	11.006	11.630	12.310
Transporte interno	1.000	1.044	1.091	1.139	1.190	1.242
Manipuleo Embarque	40	42	44	46	48	50
Agentes	150	157	171	195	232	288
Documentación	76	80	87	99	118	146
Capital e inventario país de origen	20	20	21	22	24	25
Bancarios	197	198	209	220	233	246
FOB	11.321	11.457	12.059	12.727	13.473	14.307
Flete Internacional	9.000	9.399	9.816	10.252	10.707	11.182
CFR	20.321	20.856	21.875	22.979	24.179	25.489
Seguro Internacional	114	117	123	129	135	143
CIF	20.435	20.973	21.998	23.107	24.315	25.632
Capital e inventario transito internacional	7	7	8	8	8	9
Manipuleo desembarque	40	42	44	46	48	50
DAT	20.482	21.022	22.049	23.161	24.371	25.691
Almacenamiento temporal	100	103	106	109	113	116
Documentación	150	155	159	164	169	174
Agentes	120	125	137	156	185	230
Transporte interno	100	104	109	114	119	124
DAP	20.952	21.509	22.560	23.704	24.956	26.335
Aduaneros	4.291	4.404	4.620	4.853	5.106	5.383
Capital e inventario país de destino	17	18	19	20	21	22
DDP	25.260	25.931	27.198	28.576	30.083	31.739

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Lady Villarreal

Al elaborar la tabla N° 30 se establece cada uno de los valores que se generan en cada incoterms, para la negociación de esta investigación se ve factible utilizar el término DAT que significa entregado en terminal: se entrega en el puerto de destino, después del descargado. La terminal a ser utilizada será aérea por el tiempo que se demora en llevar el producto al mercado objetivo.

5.4.3.8 Formas de pago:

Para el pago en la exportación de la mora de castilla se usará la Carta de Crédito, que es un documento extendido por el banco emisor del importador, con el que se compromete a pagar al exportador si cumple correctamente con

las condiciones pactadas. El banco corresponsal en Ecuador será el Banco Pichincha, que ofrece este servicio para transacciones de comercio exterior.

Tabla N° 31
Documentos Bancarios

COSTOS BANCARIOS		
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
COSTO CARTA DE CRÉDITO	1	196,76

Elaborado por: Lady Villarreal

5.4.3.9 Proceso de importación:

La importación está bajo la responsabilidad de un agente de la empresa Abra Aduanas, S.L. de Bilbao, de acuerdo a la investigación realizada, el puerto a utilizar para el desembarque es el aeropuerto de Bilbao. La mercadería para cumplir con el proceso de nacionalización deberá estar contar con los siguientes documentos.

- Declaración aduanera de exportación - DAE
- Factura Comercial
- Certificado de Origen
- Guía Aérea
- Certificado fitosanitario
- Lista de Empaque
- Carta de crédito

5.4.4 ESTUDIO FINANCIERO

5.4.4.1 Inversión Inicial

Es la adquisición de todos los activos fijos, capital de operación, gastos de constitución si el caso lo amerita para la exportación de mora de castilla.

Tabla N° 32
Inversión Fija

Activos Fijos - Inversión Fija			2012
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Maquinaria y Equipo			1.600
Congeladores	2	800,00	1.600
Muebles y Enseres			2.265
Escritorio	3	200,00	600
Sillón ejecutivo	3	110,00	330
Sillas	8	40,00	320
Mesas	1	30,00	30
Archivadores	3	120,00	360
Estantería metálica	3	75,00	225
Teléfono	2	80,00	160
Fax	1	120,00	120
Calculadoras	2	20,00	40
Sumadoras	1	80,00	80
Equipo de Computo			1.440
Computadora	3	400,00	1.200
Impresora	3	80,00	240
Total Activos Fijos - Inversión Fija			5.305

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Lady Villarreal

Tabla N° 33
Capital de Operación

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	70.962
Gastos Administrativos	37.615
Gastos de Exportación	198.659
Total Costo Anual	307.237
Total Costo Diario	853
Ciclo de caja	120
Capital de Operación	102.412

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Lady Villarreal

Tabla N° 34
Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	5.305
Capital de Operación	102.412
Gastos de Constitución	-
Total Inversión Inicial	107.717

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lady Villarreal

Para la presente investigación se necesita de una inversión total de 107.717 dólares los cuales el 60% es de capital propio de los productores, los valores se encuentra invertido en la plantación de la mora y de los cuidados que esta necesita, como también se encuentra los valores del envase ya que el producto lo entregan en canastillas de 250 gramos, y el 40% restante será financiado a través del Banco Nacional de Fomento, este valor servirá para la implementación de la oficina y para los trámites a realizar para la exportación de la mora de castilla.

Tabla N° 35
Estructura Financiera

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	64.630
Capital Ajeno	40%	43.087
Total	100%	107.717

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lady Villarreal

5.4.4.2 Proyección de costos y gastos

Los gastos incurridos en la compra de 47988 kilos de mora de castilla incurren en un gasto y costo anual de:

Tabla N° 36
Costos Proyectados

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Materia Prima			40.790	42.600	42.600	42.600	42.600	42.600
Mora de castilla	47.988	0,85	40.790	42600	42600	42600	42600	42600
Mano de Obra			20.195	11.836	13.062	14.415	15.908	17.556
Obreros	2	10.097	20.195	11.836	13.062	14.415	15.908	17.556
Costos Indirectos de Fabricación:			9.978	10.581	11.043	11.526	12.030	12.557
Embalajes	15.996	0,50	7.998	8.353	8.724	9.111	9.515	9.937
Agua	12	50,00	600	627	654	683	714	745
Energía	12	15,00	180	188	196	205	214	224
Suministros	12	100,00	1.200	1253	1309	1367	1428	1491
Depreciaciones				160	160	160	160	160
Total Costo de Producción			70.962	65.017	66.705	68.541	70.538	72.713

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lady Villarreal

Para el desarrollo de la presente investigación también se generan los gastos administrativos que se detallan a continuación:

Tabla N° 37
Gastos Administrativos Proyectados

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos	1	31.675	31.675	37.164	41.013	45.260	49.948	55.121
Servicios Básicos	12	80,00	960	1003	1047	1094	1142	1193
Suministros de Oficina	12	50,00	600	627	654	683	714	745
Suministros de Limpieza	12	15,00	180	188	196	205	214	224
Arriendo	12	350,00	4.200	4386	4581	4784	4997	5218
Depreciaciones			0	707	707	707	728	728
Total Gastos Administrativos			37.615	44.074	48198	52733	57742	63229

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lady Villarreal

Gastos de exportación: Los gastos de exportación para la realización de la presente investigación son:

Tabla N° 38
Gastos de exportación

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
UNITARIZACIÓN	12	750,00	9.000	9.399	9.816	10.252	10.707	11.182
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR	12	40,00	480	501	524	547	571	596
DOCUMENTACIÓN	12	76,20	914	955	1.042	1.187	1.412	1.754
TRANSPORTE INTERNO	12	1.000,00	12.000	12.532	13.089	13.669	14.276	14.909
MANIPULEO DE EMBARQUE	12	40,00	480	501	524	547	571	596
AGENTES	12	150,00	1.800	1.880	2.050	2.336	2.779	3.452
COSTOS BANCARIOS	12	196,76	2.361	2.380	2.505	2.641	2.791	2.954
CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN	12	19,86	238	241	254	268	284	301
FLETE INTERNACIONAL	12	9.000,00	108.000	112.792	117.797	123.024	128.483	134.184
SEGURO INTERNACIONAL	12	113,80	1.366	1.402	1.470	1.544	1.625	1.713
CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL	12	7,02	84	87	91	95	100	106
ALMACENAMIENTO	12	100,00	1.200	1.236	1.273	1.311	1.351	1.391
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	12	40,00	480	501	524	547	571	596
DOCUMENTACIÓN	12	150,00	1.800	1.854	1.910	1.967	2.026	2.087
AGENTES	12	120,00	1.440	1.504	1.640	1.869	2.223	2.762
TRANSPORTE INTERNO	12	100,00	1.200	1.253	1.309	1.367	1.428	1.491
ADUANEROS	12	4.291,30	51.496	52.852	55.434	58.231	61.273	64.593
CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO	12	360,00	4.320	214	225	236	249	263
Total Gastos de Exportación (Ventas)			198.659	202.085	211.475	221.637	232.718	244.931

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Lady Villarreal

5.4.4.3 Estados financieros

Los estados financieros son los siguientes para la elaboración del presente proyecto tales como el Balance General o estados financieros proyectados.

Tabla N° 39
Balance General

Balance General - Con Financiamiento					
Activos Corrientes			Pasivos Corto Plazo		
Bancos	102.412		Deudas <1 Año		0
Total Activos Corrientes	102.412		Total Pasivos Corto Plazo		0
Activos Fijos			Pasivos Largo Plazo		
Edificios - Infraestructura	0		Préstamos Bancarios	43.087	
Maquinaria y Equipo	1.600		Total Pasivos Largo Plazo	43.087	
Muebles y Enseres	2.265		Total Pasivos		
Equipo de Computo	1.440		43.087		
Total Activos Fijos	5.305				
Activos Diferidos			Patrimonio		
Gastos de Constitución	0		Capital Social	64.630	
Total Activos Diferidos	0		Total Patrimonio	64.630	
Total Activos	107.717		Total Pasivo + Patrimonio	107.717	

Elaborado por: Lady Villarreal

Tabla N° 40
Estado de Resultados

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	371.060	380.911	397.454	415.385	436.026	459.999
Cantidad	47.988	47.988	47.988	47.988	47.988	47.988
Precio	7,73	7,94	8,28	8,66	9,09	9,59
- Costo de Ventas	70.962	65.017	66.705	68.541	70.538	72.713
Utilidad Bruta en Ventas	300.098	315.894	330.749	346.844	365.487	387.287
- Gastos Operacionales	236.274	246.159	259.674	274.371	290.461	308.160
Gastos Administrativos	37.615	44.074	48.198	52.733	57.742	63.229
Gastos de Exportación	198.659	202.085	211.475	221.637	232.718	244.931
Utilidad Operacional	63.823	69.735	71.075	72.473	75.026	79.127
- Gastos Financieros	0	4.182	2.673	987	0	0
Interés Bancario	0	4.182	2.673	987		
U.A.T.I	63.823	65.553	68.402	71.486	75.026	79.127
- 15% Particip. Trabajadores	9.574	9.833	10.260	10.723	11.254	11.869
Utilidad Antes de Impuestos	54.250	55.720	58.142	60.763	63.772	67.258
- 23% Impuesto a la Renta	12.477	12.816	13.373	13.976	14.668	15.469
Utilidad Neta	41.772	42.904	44.769	46.788	49.105	51.788

Elaborado por: Lady Villarreal

En el balance de resultados se puede identificar que la utilidad neta para el primer año es de 41.772 dólares de igual manera proyectada para los 5 años siguientes.

5.4.4.4 Flujo del efectivo VAN Y TIR

Tabla N° 41
Flujo de efectivo

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		42.904	44.769	46.788	49.105	51.788
+ Depreciaciones		867	867	867	888	888
Liquidación del Proyecto						2.434
Recuperación Capital de Operación						102.412
Total Entradas	0	43.771	45.636	47.654	49.993	157.522
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	107.717					
Amortización de la Deuda		12.794	14.303	15.990		
Reposición de Activos				1.504		
Total Salidas	107.717	12.794	14.303	17.494	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-107.717	30.977	31.333	30.161	49.993	157.522

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 107.717,26		
1	30.976,82	0,9138	28.307,43
2	31.332,60	0,8351	26.165,18
3	30.160,55	0,7631	23.016,01
4	49.992,62	0,6974	34.862,64
5	157.522,21	0,6373	100.382,91
		ΣFE	212.734,17
		- I.I.	107.717,26
		VAN	105.016,92
		TIR	32,98%
		PR	3,91
		C/B	1,97

En el aspecto económico está es la parte fundamental ya que se toma la decisión de ejecutar el proyecto, al realizar el análisis financiero determina que el (VAN) Valor Actual Neto es positivo beneficiando a las personas involucradas en la investigación.

De tal manera la Tasa Interna de Retorno de la inversión es mayor a la tasa de descuento, determinando una relación costo/beneficio es mayor a 1.

5.4.4.5 Punto de equilibrio:

Tabla N° 42
Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
Costo de Producción	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		40.790		42.600		42.600		42.600		42.600		42.600
MOD		20.195		11.836		13.062		14.415		15.908		17.556
Costos Indirectos Fabricación												
Embalajes		7.998		8.353		8.724		9.111		9.515		9.937
Agua		600		627		654		683		714		745
Energía		180		188		196		205		214		224
Suministros		1.200		1.253		1.309		1.367		1.428		1.491
Energía	180		188		196		205		214		224	
Suministros	1.200		1.253		1.309		1.367		1.428		1.491	
Depreciaciones	0		160		160		160		160		160	
Total Costo de Producción	1.980	70.962	2.228	64.857	2.320	66.545	2.415	68.381	2.516	70.378	2.620	72.553
Gastos Operacionales	37.615	198.659	44.074	202.085	48.198	211.475	52.733	221.637	57.742	232.718	63.229	244.931
Gastos Administrativos	37.615		44.074		48.198		52.733		57.742		63.229	
Gastos de Exportación		198.659		202.085		211.475		221.637		232.718		244.931
Gastos Financieros	0		4.182		2.673		987		0		0	
Interés Bancario			4.182		2.673		987					
Costos y Gastos Totales	39.595	269.622	50.484	266.942	53.191	278.021	56.135	290.018	60.258	303.097	65.849	317.484
Unidades	47.988		47.988		47.988		47.988		47.988		47.988	
Costos y Gastos Unitarios	0,83	5,62	1,05	5,56	1,11	5,79	1,17	6,04	1,26	6,32	1,37	6,62
Total Costos y Gastos Unitarios	6,44		6,61		6,90		7,21		7,57		7,99	
% Utilidad	20%		20%		20%		20%		20%		20%	
Precio de venta Unitario	7,73		7,94		8,28		8,66		9,09		9,59	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	18.731		21.257		21.372		21.488		21.753		22.173	

Elaborado por: Lady Villarreal

Según la tabla N° 42 el punto de equilibrio para el primer año se obtiene con la venta de 18.731 kilos a un precio de 7,73 dólares con una utilidad del 20% por cada unidad vendida.

BIBLIOGRAFÍA

Arias, F. (2008). El proyecto de investigación, Caracas-Venezuela. Episteme. (p.64)

Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito.

Bastidas, Carlos. (2013). Ingeniero Agrónomo, Plantación y mantenimiento de la mora de castilla en la parroquia de Maldonado. Entrevista archivo personal.

Bernal, Paloma. (2010). Técnicas y Practicas del Comercio Exterior, Madrid.

Blanco, Antonio. (2009). Competencias laborales. Esic Editorial.

Czinkota et al. (2010). Negocios Internacionales, México.

Erazo, Rosario (2013). Disponibilidad de la mora para exportar. Documento personal

Garcia, Jaime (2013), Secretario de Comercio de España, situacion actual de balanza comercial de España.

Graue, Ana. (2009). Fundamentos de economía. México.

González, María. (2010). Proyecto de Comercialización y Exportación del Arrope de Mora al mercado Español, Ecuador.

Hyun-Sook, Lee Kim.(2009). Marketing International, México.Mc. Graw Hill.

Jiménez, Luis. (2012). Estadísticas de producción de la mora de castilla en la Parroquia e Maldonado. Entrevista archivo personal.

Kotler, Philip; Armstrong, Gary. (2007). Fundamentos del Marketing, México. Pearson Educación

Krugman, P. (2008). El Nuevo Comercio Internacional. Pearson.

Libreros, (2013). Benéficos de las frutas tropicales.

Rodríguez González, R. (2008). Orientaciones practicas para la elaboración de informe de investigación, Puerto Ordaz. (p.64)

Sandoval, Marco. (2011). Existencia de producción de mora de castilla en la Parroquia de Maldonado. Entrevista personal

Soto Lilly. (2011). Investigación y tipos de investigación. México.

Jerez, José Luis. (2011). Comercio Internacional. 4ta edición. Esic Editorial.

LINKOGRAFIA

Aduana del Ecuador. (2012). Procedimiento para exportar en <http://www.aduana.gov.ec/>

Banco Central del Ecuador (2012). Indicadores económicos, estadísticas y comercio exterior en www.bce.fin.ec

Banco de España (2012). Indicadores económicos, estadísticas de comercio exterior en www.bde.es

Cámara de Comercio de Quito (2012). Revista Judicial, salario digno en www.lacamaradequito.com

Central Intelligence Agency, (CIA), (2012). Indicadores Colombia en <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2011). *Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito.

Constitución del Ecuador (2008). Documento en www.asambleanacional.gov.ec

Diario Hoy (02/2010). Producción de mora se incrementa en <http://www.hoy.com.ec>

Federación Ecuatoriana de Exportadores (2012). Exportadores ecuatorianos en www.fedexport.com

European Commision. (2013). Reglamentos para el ingreso de productos extranjeros en <http://ec.europa.eu>

Food and Agriculture Organization FAO (2012) Estadísticas de producción de mora de castilla en España en www.fao.org/countryprofiles

Freshplaza en España. (2013). Noticias del sector de frutas y verduras en www.freshplaza.es/

Gobierno Provincial del Carchi (2011), Carchi estadístico en www.carchi.gob.ec

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, (2010). Estadísticas de Ecuador población en www.inec.gob.ec/estadisticas

Instituto Nacional de Estadísticas INE, (2012). Estadísticas económicas de España en www.ine.es/

International Trade Center Trademap. (2012). *Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas* en <http://www.trademap.com>

Linares, Heidy. (2009). Mora en www.minec.gob.sv (p.4)

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. (2013). Consumo de frutas en Bilbao en www.magrama.gob.es

Oficina Comercial de España. (2013). Normas de etiquetado en www.oficinascomerciales.es

PRO-ECUADOR. (2012). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. <http://www.proecuador.gob.ec/>

Punte Juan Carlos, (2011). Centro de información comercial en www.hondurasinfor.hn

Ruiz, María. (2009). Situación actual y perspectivas del mercado de la mora.

Semplades (2010). *Agenda Zonal para el Buen Vivir* en <http://www.pnud.org.ec/art/>

Tamara, Luz María. (2009). Perfil de Mora de Pontificia Universidad Católica del Ecuador en www.pucesi.edu.ec/pdf/mora.pdf

The Journal of medicinal food (06/2007). Características de la mora de castilla en www.liebertpub.com

ANEXOS
Anexo N° 1
Factura comercial

[illegible]

Anexo N° 2

Lista de empaque



Packing List

Date	
Invoice #	
P.O. No.	

Bill To

Ship To	

Ocean Carrier:		Gross Weight-KGS		
Discharge Port:		ETD		
Port of Entry:		ETA		
		Terms		
Quantity	Unit	Description	Booking No.	Container No.
		Total Quantity		

Anexo N° 3 Declaración Aduanera de Exportación



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION

del 4/2/18



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	
---------------	--

Información de general

Código de la distrito		Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho		Código del declarante	

Información de Exportador

Nombre del exportador	Telefono del exportador
Dirección del exportador	
Numero de documento de	Ciudad del exportador
CIU	Numero de documento de
Nombre del declarante	
Dirección del declarante	
Codigo de forma de pago	Codigo de moneda

Informacion de carga

Puerto de carga	Puerto privado desde
Puerto de llegada o de	Fecha de la carta de
Nombre del consignatario	
Direccion del	
Ciudad del contribuyente	Tipo de carga
Almacen de lugar de	Medio de transporte
Pais de destino final	CARGA SUELTA CARRETERA

Totales

Codigo de moneda	Tipo de cambio
Total moneda transaccion	Cantidad de ítem
Peso neto total	Peso total
Cantidad total de bultos	Cantidad de contenedores
Cantidad total de unidades físicas	Cantidad total de unidades comerciales
Codigo de la mercancia de despacho urgente	Codigo de solicitud de aforo
Fecha de primer ingreso	Fecha de primer embarque

Item

Firma del Contribuyente

1 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante



Consulta del detalle de la declaración de exportación

No. Item	Codigo. Subpartida	Codigo. Complementario	Codigo. Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cnatidad de U.Comerciales

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item

Observaciones de oce - item

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision

Firma del Contribuyente

2 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante

Anexo N° 4 Guía de remisión

	CIATEGI CIA. LTDA. Dirección: Río Napo y Juan Ramón Arellano Telefax: 2984446 Cel: 097 987 340 E-mail: jaimemilton@yahoo.com TULCÁN - ECUADOR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD	R.U.C. 0491507373001 Aut. SRI.: 1111740468	GUÍA DE REMISIÓN Serie 001-001 Nº 0002497
Fecha de iniciación del transporte: _____ Comprobante de Venta _____ Fecha de terminación del transporte: _____ Fecha de emisión: _____			
MOTIVO DEL TRANSPORTE: ☐ COMPRA ☐ VENTA ☐ TRASLADO ☐ IMPORTACIÓN ☐ EXPORTACIÓN ☐ OTROS			
FECHA DE EMISIÓN: _____			
DESTINATARIO: _____			
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: _____			
RUC / C.I.: _____			
PUNTO DE LLEGADA: _____			
IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENCARGADA DEL TRANSPORTE:			
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: _____			
RUC O C.I.: _____			
PLACAS N°. _____ COLOR: _____ TIPO DE VEHÍCULO _____ MODELO _____			
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA CARGA	
OBSERVACIONES:			

IMPRENTA "TULCÁN" - TRUJILLO TUPE MANOLO ALFONSO - RUC: 0400536876001 - AUTORIZACIÓN 7892
 FECHA DE AUTORIZACIÓN: 03/OCTUBRE/2012 * DEL 0002201 * AL 0002700 - FECHA DE CADUCIDAD: 03/OCTUBRE/2013

ORIGINAL - Cliente COPIA AMARILLA - Emisor
 2ª COPIA VERDE: S.R.L. 3ª / COPIA ROSADA: Sin Valor Tributario

 Firma Responsable

 Firma del Conductor

Anexo N° 5

Guía Aérea

MOD. 5072
Vente par correspondance : **GMJ**
GMJ Phoenix, 106 avenue Georges Clemenceau - 94386 IRY SUR-MERNE Cedex - ☎ 01 48 82 51 51 - Fax : 01 48 82 51 59 - Site Internet : www.gmjphoenix.com

ORIGINAL 2 (POUR LE DESTINATAIRE) ORIGINAL 2 (FOR CONSIGNEE)

Anexo N° 6 Certificado de Origen

CERTIFICADO DE ORIGEN
ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN
ASOCIACAO LATINO - AMERICANA DE INTEGRACAO

Nro: 23106956

PAÍS EXPORTADOR: PAÍS IMPORTADOR:

Nro. Orden	NALADISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCANCÍAS

DECLARACIÓN DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial Nro cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose :

Nro. Orden	Normas (3)
Fecha :	
Razón Social, sello y firma de exportador o productor	

OBSERVACIONES :

CERTIFICACIÓN DE ORIGEN

Certifico la verdad de la siguiente declaración, que sello y firmo en la ciudad de
a los

.....
Nombres, Sello y Firma de la Entidad Certificadora

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

Yo, representante legal de la
empresa en mi calidad de
productor, exportador declaro bajo juramento que las mercaderías que
consta en la Factura Comercial Nro cumplen con las Normas de
Origen establecidas por la Comisión del Acuerdo de Cartagena y/o el Comité de Representantes de la
ALADI, las que declaro conocer. Dichas mercaderías han sido producidas íntegramente en
..... ubicada en
.....

Los datos e información constante en el presente formulario de Certificado de Origen son verdaderos
y de comprobarse lo contrario, me someto a las sanciones previstas en el Art. 340 del Código Penal.

Atentamente

FIRMA

Anexo N° 7 Certificado fitosanitario



**MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y
PESCA - MAGAP**

**AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA
CALIDAD DEL AGRO**

**SOLICITUD DE REGISTRO DE OPERADOR PARA EXPORTACIÓN DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y
ARTÍCULOS REGLAMENTADOS N° 001**

I. TIPO DE SOLICITUD

Inscripción Modificación Ampliación Renovación Código de registro _____

II. REGISTRO COMO:

Productor Exportador Comercializador Acopiador Agencia de Carga
Otro: _____ Especifique: _____

III. INFORMACIÓN GENERAL:

1. Razón social/nombre del Productor: _____ 2. RUC: _____
3. Nombre del representante legal: _____ 4. Cargo: _____
5. Teléfono: _____ 6. Fax: _____ 7. Celular: _____
8. E-mail: _____
9. Dirección de las oficinas: _____
10. Ciudad: _____ 11. Provincia: _____ 12. Cantón: _____

IV. INFORMACIÓN DE LOS LUGARES DE PRODUCCIÓN (FINCAS) E INSTALACIONES:

13. Lugar de producción: _____ 14. Centro de Acopio _____ 15. Planta de Procesamiento _____ 16. Patio de Consolidación _____

17. Planta de Tratamiento _____ 18. Sala de poscosecha _____ 19. Agencia de Carga _____ 20. Empacadora _____ 21. Otro _____

22. Nombre del lugar de producción e instalación _____

23. Dirección: _____

24. Provincia: _____ 25. Cantón: _____

26. Parroquia: _____ 27. Sector: _____

28. Marcas comerciales: _____

29. Superficie total _____ 30. Superficie de cultivos (Ha), e instalaciones _____

Si marca con una X en el numeral IV indique lo siguiente

V. PRODUCTOS VEGETALES A EXPORTAR:

Presentación del producto	Nombre cultivo	Nombre botánico	País de destino	Ha cultivadas

VI. PROVEEDORES DE PRODUCTOS VEGETALES:

31. Número de proveedores:

Registro AGROCALIDAD	Razón Social	Nombre del Producto	Nombre botánico

En caso de requerir más espacio, llenar en una hoja adicional con el mismo formato

Nota: Si posee más de un lugar de producción, centro de acopio, etc, debe llenar una solicitud por cada uno
Adjuntar copia del certificado de registro como operador o la factura emitida por el proveedor.

Fecha de la solicitud _____
 día mes año

Nombre, firma y sello

Av. Amazonas y Eloy Alfaro,
Edif. MAGAP, piso 9. Telf.: (593) 2 2567 232
www.agrocalidad.gob.ec; direccion@agrocalidad.gob.ec

RAEAM-01-AGC

Anexo N° 8

Kardex

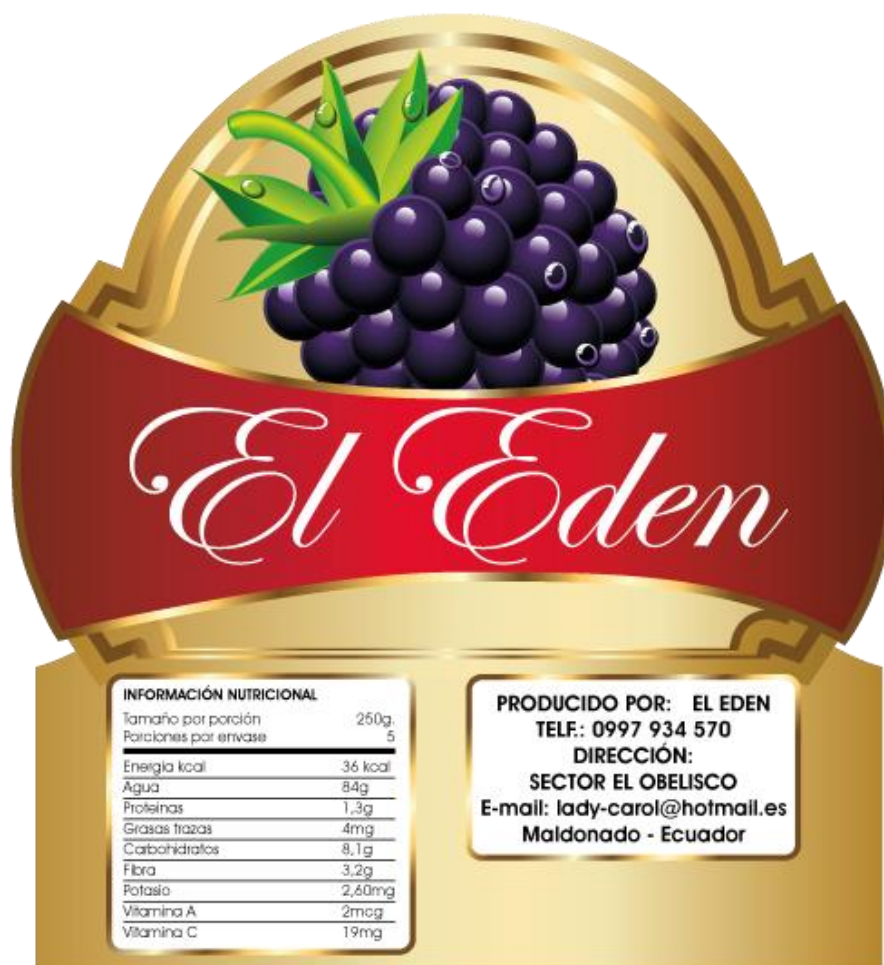
[illegible]

Anexo N° 9

Comprobante de egreso

COMPROBANTE DE EGRESO					Nº		
PAGADO A:					DÍA	MES	AÑO
DIRECCIÓN			TELÉFONO:	RUC / C.U.	CIUDAD:		
POR CONCEPTO DE:					VALOR		
LA SUMA DE:					TOTAL		
DOLÁRES AMERICANOS.							
CÓDIGO/CTA.	DÉBITO	CRÉDITO	CHEQUE N°	BANCO	VALOR		
				EFFECTIVO			
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	CONTABILIZADO POR:	BENEFICIARIO			
FIRMA Y SELLO						proadmisco	

Anexo N° 10
Etiqueta



Anexo N° 11
Datos Básicos del Producto

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
Nombre técnico y comercial del producto	Rubusglaucus / mora de castilla
posición arancelaria en el país exportador	0811.20.00
posición arancelaria en el país importador	0811.20.59
unidad comercial de venta	Kilos
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	2,16

INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Parroquia de Maldonado
País de destino	España
Ciudad de punto de destino	Bilbao
Nº de unidades comerciales por embarque	3999
Valor inicial del embarque (EXW)	8637
tipo de embalaje	canastas
tipo de unidad de carga	CONTENEDOR REFRIGERADO
Nº total de embalajes	1333
Nº total de unidades de carga	1

INFORMACION ADICIONAL	
Termino de negociación	DAT
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	X
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	0,56%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8,25%
TASA PROMEDIO DE INFLACION ANUAL	4,44%
INFLACION ANUAL PAIS DE DESTINO	3,00%

Anexo N° 12
Tabla de Amortización

Amortización de la Deuda				
Monto		43.087		
Tasa Anual		11,20%		
Tasa Mensual		0,0093		
Plazo		36		
Cuota		1414,69	1414,69	
No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				43.087
1	1012,55	402,14	1414,69	42.074
2	1022,00	392,69	1414,69	41.052
3	1031,54	383,16	1414,69	40.021
4	1041,17	373,53	1414,69	38.980
5	1050,88	363,81	1414,69	37.929
6	1060,69	354,00	1414,69	36.868
7	1070,59	344,10	1414,69	35.797
8	1080,58	334,11	1414,69	34.717
9	1090,67	324,02	1414,69	33.626
10	1100,85	313,84	1414,69	32.525
11	1111,12	303,57	1414,69	31.414
12	1121,49	293,20	1414,69	30.293
13	1131,96	282,73	1414,69	29.161
14	1142,53	272,17	1414,69	28.018
15	1153,19	261,50	1414,69	26.865
16	1163,95	250,74	1414,69	25.701
17	1174,82	239,88	1414,69	24.526
18	1185,78	228,91	1414,69	23.341
19	1196,85	217,84	1414,69	22.144
20	1208,02	206,67	1414,69	20.936
21	1219,29	195,40	1414,69	19.716
22	1230,67	184,02	1414,69	18.486
23	1242,16	172,53	1414,69	17.244
24	1253,75	160,94	1414,69	15.990
25	1265,46	149,24	1414,69	14.724
26	1277,27	137,43	1414,69	13.447
27	1289,19	125,51	1414,69	12.158
28	1301,22	113,47	1414,69	10.857
29	1313,37	101,33	1414,69	9.543
30	1325,62	89,07	1414,69	8.218
31	1338,00	76,70	1414,69	6.880
32	1350,48	64,21	1414,69	5.529
33	1363,09	51,61	1414,69	4.166
34	1375,81	38,88	1414,69	2.790
35	1388,65	26,04	1414,69	1.402
36	1401,61	13,08	1414,69	0

Anexo N° 13
Depreciaciones

Depreciación de Maquinaria			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1600
1	160	0,10	1440
2	160	0,10	1280
3	160	0,10	1120
4	160	0,10	960
5	160	0,10	800
6	160	0,10	640
7	160	0,10	480
8	160	0,10	320
9	160	0,10	160
10	160	0,10	0

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			2265
1	227	0,10	2039
2	227	0,10	1812
3	227	0,10	1586
4	227	0,10	1359
5	227	0,10	1133
6	227	0,10	906
7	227	0,10	680
8	227	0,10	453
9	227	0,10	227
10	227	0,10	0

Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1440
1	480	0,33	960
2	480	0,33	480
3	480	0,33	0

Anexo N° 14
Rol de Pagos

Año 2012	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS										
Gerente	1	600	600	7.200	292	600	300	673	875	9.267
Jefe de Comercialización	1	400	400	4.800	292	400	200	449	583	6.275
Jefe de empaquetado	1	400	400	4.800	292	400	200	449	583	6.275
Secretaria	1	310	310	3.720	292	310	155	348	452	4.929
Contadora	1	310	310	3.720	292	310	155	348	452	4.929
PRODUCCIÓN	5	2.330	2.020	24.240	1.460	2.020	1.010	2.266	2.945	31.675
Obreros	2	318	636	7.632	584	636	318	714	927	10.097
Total obreros	2	1.868	636	7.632	584	636	318	714	927	10.097

Anexo N° 15
Cultivo de mora en Maldonado

