



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

Tema:

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE GRANOLA, AL MERCADO DE PERÚ-TUMBES
DE LA EMPRESA “NUTRICEREALES”, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

MÓNICA ELIZABETH TORRES ESCALANTE

RIOBAMBA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. José Ramón Balanzátegui Jervis

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Diego Patricio Vallejo Sánchez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

Mónica Elizabeth Torres Escalante

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer sinceramente en primer lugar a Dios, por haberme dado la vida, acompañándome y brindándome las fuerzas necesarias para poder vivir lejos de mis padres, mi ciudad y, darme la fe suficiente para creer y culminar, lo que me parecía imposible terminar.

A mis padres, Silvia Escalante y Luis Torres, por apoyarme económicamente en mi carrera universitaria, por su afecto y su amor, demostrándome con acciones su cariño y el enseñarme que la perseverancia nos da como resultado grandes éxitos. A mi hermano Samuel Torres, por estar pendiente de mis estudios. A mi novio Esteban Tipan, por motivarme para culminar mi carrera como profesional.

A mis amigos, que se convirtieron en mi familia y que me ayudaron en los momentos de desánimo, brindándome ayuda sin esperar nada a cambio.

También a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior; a sus profesores, por brindarme sus conocimientos en mi vida estudiantil y en especial, a mi director de Tesis, Ingeniero Ramón Balanzátegui Jervis, por su gran paciencia al momento de asesorarme con mi tesis y culminar esta etapa para alcanzar mi Ingeniería.

Mónica Elizabeth Torres Escalante

DEDICATORIA

El éxito de mi carrera profesional se lo dedico a Dios, principalmente, porque sin él no habría empezado ni culminado mi carrera; a mis padres, Silvia Escalante y Luis Torres, que cada día oraban por mí, me impulsaban y animaban en todo el proceso, por su esfuerzo y sacrificio para verme como una mujer de éxito y ayudarme a lograr todos los objetivos que me proponga en la vida, en este caso, ser una profesional; a mi hermano Samuel Torres, por preocuparse por mí; a mi novio Esteban Tipan, por tener paciencia para motivarme a terminar mi tesis. Gracias a mis amigos, que siempre estuvieron listos y predispuestos a brindarme toda su ayuda, de acuerdo a sus posibilidades, cuando lo necesitaba.

Mónica Elizabeth Torres Escalante

ÍNDICE DE CONTENIDO

TÍTULO	Pág.
Portada.....	I
Certificación del tribunal.....	II
Certificado de autoría.....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de gráficos.....	XII
Índice de tablas.....	XIII
Índice de figuras.....	XV
Índice de anexos.....	XVII
Resumen.....	1
Abstract.....	1
Introducción.....	3
Capítulo I.....	4
1. Actividades de la empresa.....	4
1.1 Empresa Nutricereales.....	4
1.2 Constitución.....	5
1.3 Organigrama.....	5
1.3.1 Funciones del organigrama.....	5
1.4 Misión.....	7

1.5 Visión	7
1.6 Valores corporativos	7
1.7 Políticas	8
1.8 Productos de la empresa Nutricereales	8
1.9 Diseños que intervienen en el logotipo de la empresa y en la etiqueta del producto.....	10
1.10 Localización de la empresa	12
1.11 Instalación de la planta de la empresa Nutricereales	14
1.12 Clientes de la empresa Nutricereales	14
1.13 Canales de distribución empresa Nutricereales.....	16
1.14 Producción mensual de la empresa Nutricereales.....	17
1.15 Precios de distribución	18
1.16 Formas de entrega	19
1.17 Proveedores y materias primas.....	19
1.18 Activos fijos destinados para la producción de granola.....	20
1.19 Proceso de producción de la empresa Nutricereales	23
1.20 Diagrama de flujo de la elaboración de granola de la empresa Nutricereales	26
Capítulo II	27
2 Análisis de la empresa Nutricereales	27
2.1 Análisis actual	27
2.1.1 Empresas productoras de granola en el Ecuador por ciudades	28
2.1.2 Productos de granola en el mercado ecuatoriano	30
2.1.3 Empresas productoras de granola en la Ciudad de Riobamba	31
2.1.4 Importaciones de granola por países y número de empresas	31
2.2 Análisis de los factores determinantes	32
2.2.1 Macro ambiente.....	35

2.2.1.1 La avena en el Ecuador	35
2.2.1.1.2 Lista importadores de avena en el Ecuador 2012.....	35
2.2.1.1.3 Lista de los mayores importadores de avena en el Ecuador 2012.....	36
2.2.1.1.4 Prodicereal S.A. proveedor de avena de la empresa Nutricereales.....	37
2.2.1.1.5 Países exportadores de avena para el Ecuador del 2010 al 2013	38
2.3 Aspectos internos Nutricereales f.o.d.a.....	41
2.3.1 Fortalezas	41
2.3.2 Debilidades.....	41
2.4 Aspectos externos.....	42
2.4.1 Oportunidades	42
2.4.2 Amenazas	42
2.5 Granola Nutricereal para exportación	42
2.5.1 Composición de granola Nutricereal.....	44
2.5.2 Información nutricional de la granola Nutricereal	45
2.5.3 Beneficios de la granola Nutricereal	45
2.6 Acuerdos comerciales actuales entre Ecuador y Perú.....	46
2.6.1 CAN	46
2.6.2 ALADI	47
2.6.3 UNASUR	48
2.7 Análisis del marco económico	49
2.7.1 Balanza comercial de Perú	49
2.7.2 Exportaciones de Perú.....	49
2.7.3 Principales mercados a los que exporta Perú	50
2.7.4 Principales productos de exportación del Perú	50
2.7.5 Importaciones de Perú al mundo.....	51

2.7.6 Principales países proveedores para el Perú.....	52
2.7.7 Principales productos de importación del Perú.....	53
2.7.8 Comercio bilateral Perú y Ecuador	53
2.7.9 Balanza comercial bilateral entre Ecuador y Perú	54
2.7.10 Exportaciones de productos del ecuador hacia el Perú	54
2.8 Mercado Perú –Tumbes	55
2.8.1 Población.....	57
2.9 Segmentación de mercado.....	59
2.9.1 Variables geográficas	59
2.9.2 Variables demográficas	59
2.9.3 Variables psicográficas	60
2.10 Estudio de mercado	60
2.10.1 Población y muestra	60
2.10.2 Tabulación de encuestas.....	61
Capítulo III.....	69
3. Proceso de exportación	69
3.1. Plan de exportación	69
3.3 Requisitos que necesita cumplir la empresa Nutricereales para la exportación	70
3.3.1 Registro único del contribuyente	70
3.3.2 Certificado digital para la firma electrónica o token.....	70
3.3.3 Registro en el portal ecuapass	71
3.4 Documentos necesarios para la exportación	72
3.4.1 Contrato internacional.....	72
3.4.2 Factura comercial original.....	73
3.2.2 DAE (declaración aduanera de exportación)	74

3.4.3 Lista de empaque.....	74
3.4.4 Certificado de origen.....	75
3.4.4.1 Pasos para generar un certificado de origen.....	76
3.4.4.2 Certificados de origen son emitidos por organismos ecuatorianos.....	76
3.4.4.3 Requisitos para la obtención de certificado de origen para la CAN.....	76
3.5 Forma de pago.....	77
3.5.1 Convenio de pagos y créditos recíprocos.....	78
3.5.1.1 Las instituciones bancarias autorizadas por el Banco Central del Ecuador.....	78
3.5.1.2 Instrumentos que se pueden utilizar en esta modalidad.....	79
3.6 Medio de cobro por exportación de la empresa Nutricereales.....	79
3.7 Transporte terrestre para la exportación de la empresa Nutricereales.....	80
3.7.1 Documento de transporte vía terrestre = carta de porte internacional (CPI).....	80
3.8 Envase, empaque, embalaje, marcado y rotulado de la carga.....	81
3.8.1 Envase.....	81
3.8.2 Empaque.....	83
3.8.3 Embalaje.....	84
3.8.4 Marcado y rotulado de la carga.....	87
3.9 Trámites con el registro sanitario para la exportación a Perú.....	88
3.9.1 Requisitos para el registro sanitario en el Perú.....	88
3.10 Clasificación arancelaria.....	99
3.10.1 ¿Qué se obtiene de la clasificación arancelaria de una mercancía?.....	100
3.10.2 Estructura.....	100
3.10.3 Normas legales.....	100
3.10.4 Partida arancelaria nacional del producto granola.....	101
3.11 Incoterms.....	103

3.11.1 CPT (transporte pagado hasta)	105
3.11.2 La empresa Nutricereales usará el incoterm CPT (transporte pagado hasta).....	107
3.11.3 Costos de exportación de la empresa Nuticereales con el incoterm CPT	107
3.11.4 Costos a pagar por el importador en el Perú	109
3.12 Certificados de calidad para la exportación	111
3.13 Plan de marketing.....	113
3.13.1 Producto	114
3.13.2 Precio	115
3.13.3 Promoción	115
3.13.4 Distribución directa.....	117
3.14 Análisis financiero	118
3.14.1 Análisis financiero con exportación.....	120
3.14.1.1 VAN	123
3.14.1.2 TIR	124
3.14.1.3 Relación beneficio-costos	126
3.15 Costo de producción.....	127
Capítulo IV.....	129
4. Conclusiones y recomendaciones	129
4.1 Conclusiones	129
4.2 Recomendaciones.....	130
Bibliografía	131
Web grafía.....	131
Anexos	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	TÍTULO	Pág.
1	Organigrama empresa Nutricereales	5
2	Empresas de producción y venta de granola en Ecuador	30
3	Productos derivados de granola en Ecuador	31
4	Productos importados de granola y sus países	32
5	Principales exportadores de avena en el mundo	33
6	Países exportadores de avena para el Ecuador del 2010 al 2013	38
7	Países exportadores de avena en el Ecuador para el 2010	38
8	Países exportadores de avena para en el Ecuador para el 2011	39
9	Países exportadores de avena en el Ecuador para el 2012	39
10	Países exportadores de avena en Ecuador para el 2013	40
11	Balanza comercial de Perú	49
12	Principales mercados a los que exporta Perú	50
13	Principales países proveedores para el Perú.....	52
14	Población 2013 Tumbes.....	58
15	Tabulación de la encuesta pregunta no. 1	61
16	Tabulación de la encuesta pregunta no. 2	62
17	Tabulación de la encuesta pregunta no. 3	63
18	Tabulación de la encuesta pregunta no. 4	64
19	Tabulación de la encuesta pregunta no. 5	65

20 Tabulación de la encuesta pregunta no. 6	66
21 Tabulación de la encuesta pregunta no. 7	67
22 Tabulación de la encuesta pregunta no. 8	68

ÍNDICE DE TABLAS

No.	TÍTULO	Pág.
1	Capacidad de producción	17
2	Precios de distribución	18
3	Nutricereales proveedores	20
4	Maquinaria y equipo de producción empresa Nutricereales	21
5	Muebles y equipo de oficina empresa Nutricereales.....	22
6	Equipo de computo empresa Nutricereales.....	22
7	Vehículo empresa Nutricereales	23
8	Diagrama de flujo de elaboración de granola Nutricereal	26
9	Cantidad exportada por toneladas de avena	34
10	Lista de importadores de avena en Ecuador 2012.....	36
11	Lista de 4 importadores de avena en Ecuador en el año 2012	37
12	Avena importada de Chile y sus porcentajes	40
13	Composición declarada de granola Nutricereal	44
14	Información de granola Nutricereal	45
15	Exportaciones de Perú.....	50

16	Principales productos de exportación del Perú	51
17	Importaciones de Perú al mundo.....	52
18	Principales productos de importación del Perú.....	53
19	Balanza comercial bilateral entre Ecuador y Perú	54
20	Principales productos exportados por Ecuador hacia el Perú	55
21	Población estimada Tumbes.....	58
22	Costo del token.....	71
23	Resumen de incoterms	104
24	Costos para exportar empresa Nutricereales	107
25	Costos de exportación de granola al Perú - incoterm CPT	108
26	Estado de resultados empresa Nutricereales	119
27	Ventas en toneladas nacional y exportaciones	120
28	Ventas totales nacional y exportaciones	120
29	Utilidad final en ventas nacionales y exportaciones	120
30	Estado de resultados con exportación	121
31	Inversión fija con exportación.....	122
32	Flujo de caja de la empresa Nutricereales exportando.....	123
33	VAN.....	124
34	TIR	125
35	Relación beneficio-costo	126
36	Costo de producción para exportación.....	127

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	TÍTULO	Pág.
1	Granola Nutricereal.....	8
2	Granola Nutricereal presentación 340 gramos.....	9
3	Granola Nutricereal presentación 250 gramos.....	9
4	Logotipo empresa Nutricereales.....	10
5	Logotipo marca Nutricereal.....	10
6	Slogan de marca Nutricereal.....	11
7	Producto natural de marca Nutricereal.....	11
8	Ingredientes de granola Nutricereal.....	11
9	Hecho en Ecuador de granola Nutricereal.....	12
10	Imagen de reciclar de granola Nutricereal.....	12
11	Localización empresa Nutricereales.....	13
12	Localización empresa Nutricereales II.....	13
13	Instalación de la planta empresa Nutricereales.....	14
14	Logotipo TÍA.....	15
15	Canales de distribución empresa Nutricereales.....	16
16	Granola Nutricereal presentación 340 gramos.....	43
17	CAN.....	46
18	ALADI.....	47

19 UNASUR	48
20 Mapa Perú-Tumbes	55
21 Tumbes	56
22 Token	70
23 Imagen de la funda de granola Nutricereal	82
24 Medidas de la caja de cartón Nutricereal	83
25 Posición de las granolas en la caja de cartón Nutricereal I	84
26 Posición de las granolas en la caja de cartón Nutricereal II	84
27 Medida del palet	85
28 Ubicación de los cartones en el palet	86
29 Marcado de la caja de cartón	87
30 Codificación de la clasificación arancelaria	100
31 Partida arancelaria de granola	101
32 Partida arancelaria granola con permiso para exportar	101
33 Pago de arancel 0%	102
34 Incoterms 2010	103
35 Incoterm CPT	105
36 Costos que paga el importador de granola en el Perú	109
37 Sello de calidad Hace Bien	112
38 Sello de calidad Hace Mejor	113
39 Esquema de comercialización	118

ÍNDICE DE ANEXOS

No.	TÍTULO	Pág.
1	Empresas de productoras de granola en la Ciudad de Quito; ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	MARCADOR NO DEFINIDO.
2	Empresas de productoras de granola en la Ciudad de Santo Domingo..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
3	Número de empresas de producción de granola en la Ciudad de Ambato..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
4	Número de empresas de producción de granola en la Ciudad de Ibarra..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
5	Número de empresas de producción de granola en la Ciudad de Guayaquil..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
6	Número de empresas de producción de granola en la Ciudad de Riobamba..... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
7	Número de empresas de producción de granola en la Ciudad de Cuenca ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
8	Número de empresas de producción de granola en la Ciudad de Cayambe ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
9	Productos de barra de granola en Quito ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
10	Producto de galletas de granola en Quito.. ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
11	Producto de pan de granola en Quito ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
12	Producto de yogurt con granola ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
13	Producto de harina de granola en Quito.... ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
14	Producto de chocolate con leche y granola en Quito; ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
15	Número de empresas y cantidad de productos de granola importada en Ecuador ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	

- 16 Número de empresas y cantidad de productos de barra de granola en Ecuador **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 17 Número de empresas y productos de galleta de granola importada en Ecuador **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 18 Exportadores de avena **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 19 Encuesta **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 20 Factura comercial **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 21 DAE **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 23 Certificado de origen..... **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 24 Carta de porte **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 25 Dimensiones de la funda Nutricereal **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 26 Empresa Nutricereales **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

RESUMEN

La presente tesis tiene como título “Plan de exportación de granola, al mercado de Perú-Tumbes de la empresa “Nutricereales”, de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimbo-razo”. Se ha realizado la debida investigación para brindar los puntos sobre los que debe enfocarse la empresa previa a la exportación, como: su capacidad de producción, el proceso de producción y la información en la adquisición de avena que es la principal materia prima, ya que dicho producto es importado de Chile al Ecuador. Para el plan de exportación se ha analizado el mercado meta de Tumbes - Perú con una investigación de mercado, dando como resultado que el 87% de la muestra, que estaría dispuesto a adquirir granola importada del Ecuador fijaron el precio de USD \$ 2,45 y el valor de importación por unidad será de USD \$ 2,12 para la venta al público. El plan de exportación se ha sustentado en los acuerdos comerciales actuales que tenemos con el Perú y los beneficios al momento de exportar la granola. Con la CAN 0% en los aranceles y con ALADI, en el convenio de créditos recíprocos para el pago seguro de las mercancías al exportador y la facilidad de ingreso en cuanto a transporte vía terrestre. Los pasos previos a realizar la exportación y los costos a incurrir, el proceso de exportación y sus costos, es importante destacar que el término de negociación CPT utilizado es óptimo para el ingreso por primera vez al Perú. En el análisis financiero la empresa tiene una utilidad neta de USD \$ 25.084,51 en el Estado de Resultados para el año 2013. Con esto podemos destacar que es una empresa que puede invertir en maquinaria, mano de obra y materia prima realizando un préstamo para internacionalizarse y su posterior adquisición de certificados de calidad, que le favorecerán tanto en el mercado local como en el internacional. Con esta tesis brindo el conocimiento necesario a la empresa Nutricereales para poder internacionalizar su producto granola a Tumbes-Perú.

Ing. José Ramón Balanzátegui Jervis

DIRECTOR DE TESIS

ABSTRACT

The thesis entitled “granola export Plan to Tumbes market in Peru of the Nutricereales Company “of Riobamba, Chimborazo Province. A proper research was carried out to provide the topics on which the company should focus prior to the export, such as: production capacity, production process and information in the purchase oat which it is the main raw material, because that product is imported from Chile to Ecuador. To export the product it was consider the target market in Tumbes – Peru with a Market Research, resulting that the 87% of the sample study would be willing to purchase imported granola of Ecuador costing 2.45 dollars and the import value by unit will be 2.12 dollars for sale. The export plan has been based on current trade agreements that exists with Peru and benefits in the time of exporting the granola .With the CAN (Andean Community of Nations) and LAIA (the Latin American Integration Association) 0% on tariffs, in the reciprocal credit agreement to secure payment of the goods to the exporter and the ease entry in terms of land transport .Prior to performing the export and the costs incurred, the export process and costs, it is important to remark that the CPT (Carriage Paid to) term trading used is optimal for breaking into Peru fort the first time. In the financial analysis, the company has a net income of \$ 25,084.51 USD in the Income Statement for the year 2013. With this, the Nutricereales Company can invest in machinery, labor and raw material for making a loan to grow internationality and later to acquire quality certificates, which it will open doors in both local and international market. With this thesis it was offered the necessary knowledge to Nutricereales Company to internationalize the granola product in Tumbes-Peru.

INTRODUCCIÓN

La empresa Nutricereales ubicada en la ciudad de Riobamba, se inició en el año 2008 con un capital inicial de USD \$ 1.500 y un total de ventas USD \$ 10.932,64, actualmente en el 2013 posee un capital de USD \$ 37.306 con ventas netas de USD \$ 99.948,92. El aumento de sus ventas se incrementó en un 814% en estos 6 años en el mercado y aspira seguir con la ampliación de su empresa en la adquisición de nueva maquinaria. El éxito se debe a la excelente calidad de la materia prima en la producción de la granola y el precio accesible al que vende su producto, además se han aplicado con eficacia los canales de distribución.

El nuevo proyecto en el que se ha enfocado es el plan de exportación, que es un gran desafío, pero también presenta la posibilidad de ingresar a un nuevo mercado internacional, acogiéndonos a los beneficios que reportan el pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) de la integración de los Países Andinos, en los que Ecuador y Perú pertenecen, ya que con la ventaja de ingresar al Perú los productos originarios tienen un 0% de arancel, de esta manera obtenemos una ventaja competitiva para que no se incremente el valor del producto y además, ofrecer un producto a un nicho de mercado que tiene características similares a nuestra localidad. En cuanto a la logística, nos encontramos a 7 horas de Huancayo; de la frontera con Perú a Tumbes, 30 minutos vía terrestre, con fácil acceso y un costo de transporte accesible.

La empresa también desea aprovechar otro acuerdo comercial, referente a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), con la cual la empresa podrá apoyarse para el pago seguro en su transacción comercial, referente a la exportación en el convenio de pagos y créditos recíprocos.

El plan de exportación será de gran ayuda para la empresa Nutricereales, beneficiando con su estudio en la evaluación de las oportunidades para incursionar en un nuevo mercado, analizando sus costos para el proyecto de exportación, y posteriormente se pueda expandir sus ventas internacionalmente, en forma específica: el mercado de Perú-Tumbes.

CAPÍTULO I

1. ACTIVIDADES DE LA EMPRESA

1.1 EMPRESA NUTRICEREALES

El propietario, Sr. Samuel Toala, tuvo la idea de emprender un negocio aprovechando los conocimientos de administración, ya que en ese momento estudiaba la carrera de Ingeniería Financiera en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, para así empezar con una pequeña empresa de producción de granola, iniciando sus actividades con un capital de USD \$1 500 obtenidos mediante un préstamo bancario.

Como un emprendedor ejemplar, empezó a buscar contactos y a promocionar sus productos de manera eficaz, posteriormente aumentó su producción e igualmente la adquisición de nuevos equipos de trabajo.

Esta empresa fue creada y legalmente establecida el 08 de enero del 2008 en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, lleva actualmente 6 años en el mercado, posesionándose en varias ciudades del país.

El propietario de la empresa Nutricereales, desempeña la Administración y Representación Legal de la misma.

Nutricereales es una microempresa con fines de lucro, con patrimonio propio, la actividad que desempeña es la producción y comercialización de un producto nutritivo denominado granola, dándose a conocer en el mercado ecuatoriano y es de consumo masivo, ideal para la salud de todo ser humano.

Con el paso de los años, la empresa ha alcanzado grandes éxitos, buscando canales de distribución eficaces de su producto en diferentes ciudades del país.

La empresa Nutricereales ofrece una granola de calidad, tamaño, peso, precio competitivo, los mismo que se apegan a las políticas y los valores corporativos que van acorde al beneficio del cliente al momento de adquirir este producto.

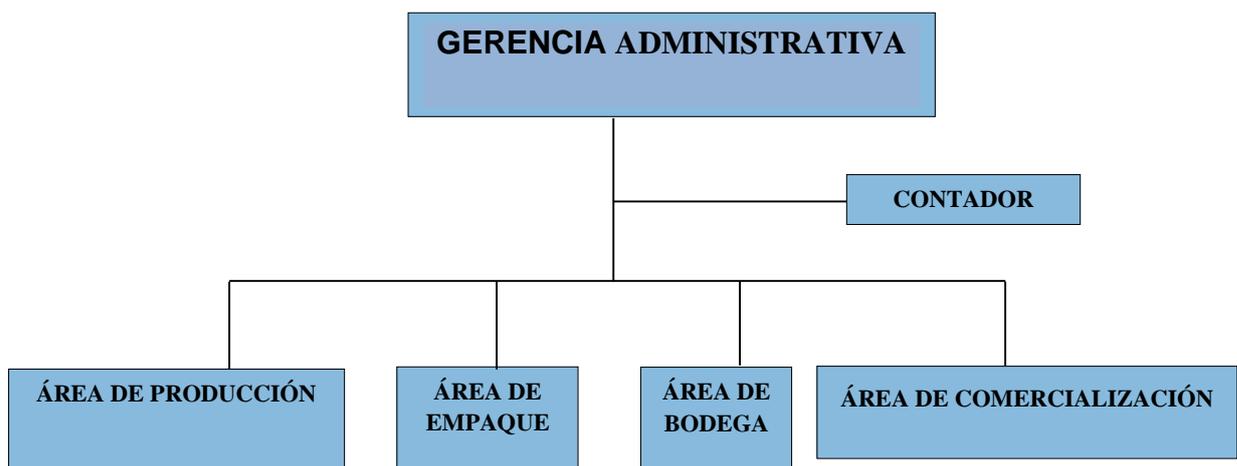
La finalidad de la empresa Nutricereales es la producción, comercialización y posteriormente la perspectiva de exportación de su principal producto: la granola.

1.2 CONSTITUCIÓN

El proceso de conformación data del año 2008, su propietario el Sr. Toala, estableció “Nutricereales” como una empresa con personería natural constituida legalmente mediante el Registro Único de Contribuyente del Servicio de Rentas Internas RUC N° 1204854697001, su certificado de Registro Sanitario 012743 INHQAN 0211, su actividad económica principal es la venta al por mayor y menor de granola.

1.3 ORGANIGRAMA

GRÁFICO No. 1 ORGANIGRAMA EMPRESA NUTRICEREALES



Elaborado por: Mónica Torres

1.3.1 Funciones del organigrama

❖ Funciones del Gerente Administrativo

- Fijar políticas internas.
- Analizar y aprobar las cotizaciones enviadas por los proveedores.
- Establecer sueldos a empleados.
- Autorizar el pago de sueldos a los empleados.
- Llevar el control de asistencia de los empleados.

- Realizar el proceso de contratación de personal.

❖ **Funciones del Contador**

- Emitir reportes contables mensuales.
- Cumplir con las obligaciones tributarias de la Empresa.
- Controlar los activos fijos y sus depreciaciones.
- Llevar el control de inventario de mercaderías.
- Pago a proveedores.
- Generar las planillas de reportes, fondos de reserva y préstamos del IESS.
- Facturar las ventas realizadas y llevar un control de pagos.
- Legalizar los contratos de trabajo de los empleados.

❖ **Funciones del Área de Comercialización**

- Atención al cliente.
- Venta y entrega de las unidades de granola.
- Analizar los canales de distribución actuales y buscar nuevos clientes.
- Revisión de la cartera de clientes en cuanto a las ventas a créditos otorgados de la empresa.

❖ **Funciones del Área de Producción**

- Elabora informe de materia prima requerida.
- Elabora el producto Granola.
- Recibe orden de pedido.
- Cumple con el pedido de Granola a la fecha indicada.

❖ **Funciones del Área de Empaque**

- Elabora un informe de materiales para el empaque del producto y pedir abastecimiento del inventario de fundas y cartones, mascarillas, guantes, gorros, alcohol, jabón líquido, toallas desechables.
- Empaque y envasado del producto Granola.

❖ **Funciones del Área de Bodega**

- Llevar el control de inventario de mercadería, suministro y materiales.
- Entradas físicas de materia prima y materiales a bodega.
- Salidas físicas de materia prima y materiales de bodega.
- Despacho del producto terminado.

1.4 MISIÓN

Brindar calidad en los ingredientes para la elaboración de la granola y enfocarse en el mejoramiento continuo de todos los procesos de administración, para satisfacer las expectativas y necesidades de nuestros clientes en cuanto al sabor y su beneficio nutritivo.

1.5 VISIÓN

Ser la empresa con presencia nacional e internacional con nuestro producto estrella, granola, promoviendo el desarrollo social de la comunidad y el país, manteniendo la rentabilidad del negocio y los niveles de crecimiento.

Nuestra meta es alcanzar la satisfacción de todos nuestros clientes, con el compromiso de mejorar continuamente nuestros procesos productivos.

1.6 VALORES CORPORATIVOS

- Compromiso
- Respeto
- Trabajo en Equipo
- Honestidad

1.7 POLÍTICAS

- Lealtad al cliente.
- Satisfacción al Cliente.
- Atención rápida y oportuna al cliente.

1.8 PRODUCTOS DE LA EMPRESA NUTRICEREALES

La Granola es un alimento que se consume como parte del desayuno. Existen varias presentaciones como en cereal o en barra.

La Granola aporta la energía necesaria para rendir bien durante el día. Está compuesta por miel de panela, almendras, avena, ajonjolí, germen de trigo, pasas y coco, éstos aportan al organismo “una buena variedad de vitaminas como A, B, C, D, E, minerales como calcio, zinc, magnesio, potasio, fósforo, cobre, hierro con componentes ricos en vitaminas, minerales, antioxidantes”.

El aporte nutricional de la granola “es también una excelente fuente de carbohidratos de fácil absorción proveniente de los azúcares de la miel y carbohidratos complejos de la avena, que gradualmente administran energía al cuerpo debido a los ingredientes con la que está fabricada, su composición está basada en cereales, semillas, frutos secos y frutas desecadas”.¹

FIGURA No. 1 GRANOLA NUTRICEREAL



Fuente: Empresa Nutricereales

¹ <http://radio.rpp.com.pe>

La empresa Nutricereales ofrece al mercado dos presentaciones de granola.

❖ **Granola en funda de 340 gramos**

FIGURA No. 2 GRANOLA NUTRICEREALES PRESENTACIÓN 340 GRAMOS



Fuente: Empresa Nutricereales

❖ **Granola en funda de 250 gramos**

FIGURA No. 3 GRANOLA NUTRICEREALES PRESENTACIÓN 250 GRAMOS



Fuente: Empresa Nutricereales

1.9 DISEÑOS QUE INTERVIENEN EN EL LOGOTIPO DE LA EMPRESA Y EN LA ETIQUETA DEL PRODUCTO

❖ Logotipo

El diseño del logo está representado por una figura del Chimborazo, porque la empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba en la Cordillera de los Andes y su forma es llamativa para diferenciarnos de otras marcas.

FIGURA No. 4 LOGOTIPO EMPRESA NUTRICEREALES



Fuente: Empresa Nutricereales

❖ Nombre

Se le denominó Nutricereales a la empresa por las siguientes razones:

Nutri - Proviene de la palabra nutrición, debido a que la granola contiene ingredientes reconstituyentes y buenos para la salud.

Cereales - El enfoque principal es la materia prima, que es la avena arrollada seca, es utilizada como cereal en el desayuno pues contiene fibra.

FIGURA No. 5 LOGOTIPO MARCA NUTRICEREAL



Fuente: Empresa Nutricereales

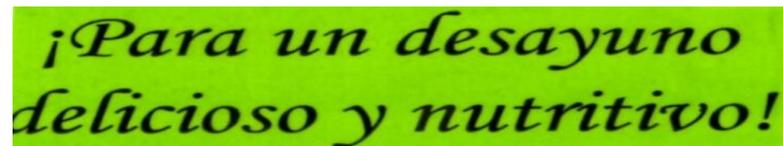
❖ Color

Los colores que predominan en la funda son el amarillo y el verde.

❖ Slogan

La granola es recomendada para la primera comida del día pues aporta la proteína necesaria para empezar el día con energía.

FIGURA No. 6 SLOGAN DE MARCA NUTRICEREAL

A green rectangular banner with the text "¡Para un desayuno delicioso y nutritivo!" written in a black, cursive-style font.

Fuente: Empresa Nutricereales

La granola es un alimento nutricional, por lo que se fabrica el producto con materias 100% saludables y garantizadas para el organismo.

FIGURA No. 7 PRODUCTO NATURAL DE MARCA NUTRICEREAL

A yellow rectangular banner with the text "100% NATURAL" written in bold, red, sans-serif capital letters.

Fuente: Empresa Nutricereales

Contiene una imagen de forma llamativa al ojo del cliente en la que se visualiza todos los ingredientes que se utilizan para producir la granola.

FIGURA No. 8 INGREDIENTES DE GRANOLA NUTRICEREAL



Fuente: Empresa Nutricereales

La empresa Nutricereales agregó esta imagen debido a que la producción de granola se la realiza en territorio ecuatoriano.

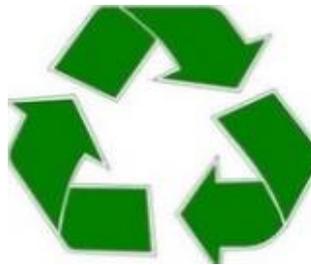
FIGURA No. 9 HECHO EN ECUADOR DE GRANOLA NUTRICEREAL



Fuente: Empresa Nutricereales

La empresa Nutricereales agregó esta imagen al empaque ya que impulsa el reciclaje.

FIGURA No. 10 IMAGEN DE RECICLAR DE GRANOLA NUTRICEREAL



Fuente: Empresa Nutricereales

1.10 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Sus actividades laborales las realiza en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, dirección Rio Paute 363 y Padre Manuel Orozco; el local que es arrendado, muestra una ventaja al ofrecer el espacio necesario y la infraestructura adecuada para la producción de granola.

La situación actual donde se encuentra el local de la empresa ofrece múltiples ventajas ya que cuenta con todos los servicios básicos requeridos para la producción; la recolección de basura es efectuada constantemente en el sector, garantizando la buena manipulación de desechos y evitando la contaminación ambiental.

La localización de la empresa Nutricereales favorece al acceso rápido en lo que respecta a la infraestructura vial, esto beneficia los puntos de venta a su alrededor y al de otras ciudades a los que se destina el producto y, es lugar de fácil acceso para los canales de distribución y abastecimiento de materias primas

FIGURA No. 11 LOCALIZACIÓN EMPRESA NUTRICEREALES



Fuente: Alcaldía de la Ciudad de Riobamba

Los accesos de entrada y salida de Riobamba se encuentran a una cuadra de la empresa Nutricereales, a mano derecha e izquierda del redondel, ubicado al norte de la ciudad.

FIGURA No. 12 LOCALIZACIÓN EMPRESA NUTRICEREALES II

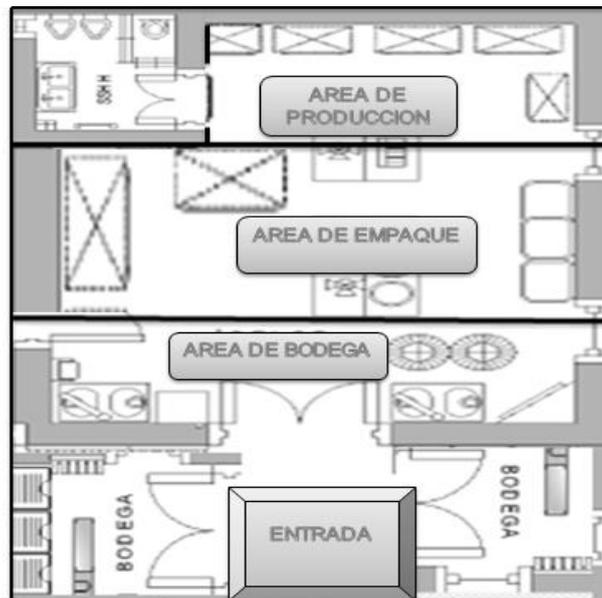


Fuente: Alcaldía de la Ciudad de Riobamba

1.11 INSTALACIÓN DE LA PLANTA DE LA EMPRESA NUTRICEREALES

Las áreas de producción, de empaque y bodega, están correctamente iluminadas y además con ventilación suficiente, con el propósito que el personal de producción pueda desenvolverse en forma adecuada en sus actividades.

FIGURA No. 13 INSTALACIÓN DE LA PLANTA EMPRESA NUTRICEREALES



Fuente: Empresa Nutricereales

1.12 CLIENTES DE LA EMPRESA NUTRICEREALES

Nutricereales tiene canales de distribución en las ciudades que se encuentran a pocos kilómetros de Riobamba, como:

- ✓ Ambato: 6 locales entre supermercados y centros naturistas.
- ✓ Guaranda: 2 locales entre supermercado y centro naturista.
- ✓ Latacunga: 1 local de supermercado.
- ✓ Babahoyo: 1 local de supermercado.

Nutricereales tiene como clientes, principalmente a las tiendas de supermercados y centros naturistas de la ciudad de Riobamba, es aquí donde se enfoca su principal canal de distri-

bución para satisfacer la demanda actual. Aproximadamente son 16 locales entre supermercados y centros naturistas.

Entre los principales comercios que podemos destacar son:

- ✓ DICOSAVI
- ✓ CAMARI
- ✓ IBERICAS

La empresa Nutricereales mantiene un contrato con la empresa TÍA, la cual realiza sus pedidos cada semana y la forma de pago lo hace en efectivo 8 días después de la entrega del pedido.

Los pedidos se transportan y entregan en las ciudades de Quito y Guayaquil ya que son las principales sucursales; ellos a su vez se encarguen de la distribución a los diferentes establecimientos que pertenecen a su empresa.

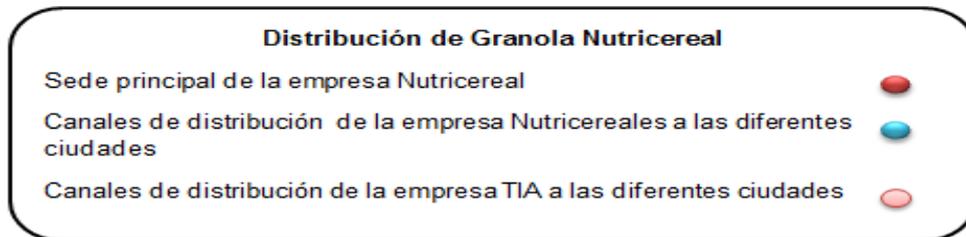
FIGURA No. 14 LOGOTIPO TÍA



Fuente: TÍA

La empresa reconocida a nivel nacional TÍA se dedica a la venta al detalle esto quiere decir que vende productos al público en general mantiene 154 sucursales en diferentes partes del país distribuidos en 70 ciudades y 20 provincias .

FIGURA No. 15 CANALES DE DISTRIBUCIÓN EMPRESA NUTRICEREALES



Fuente: Ecuador Ecuatoriano Blogspot

1.13 CANALES DE DISTRIBUCIÓN EMPRESA NUTRICEREALES

Los canales de distribución utilizados por la empresa Nutricereales son:

❖ **Productor - Minorista - Consumidor Final**

De la empresa Nutricereales se envía a los pequeños supermercados y centros naturistas, los mismo que a su vez venden o distribuyen a sus clientes.

❖ **Productor - Mayorista - Consumidor Final**

La empresa Nutricereales envía a TÍA a sus sucursales principales en Quito y Guayaquil, la que se encarga de distribuir a todas sus sucursales secundarias en todo el país.

1.14 PRODUCCIÓN MENSUAL DE LA EMPRESA NUTRICEREALES

La empresa Nutricereales realiza su producción de granola bajo pedidos. Quien realiza la mayor cantidad de pedidos del producto es TÍA, que cada semana los efectúa y la forma de pago es realizado en efectivo 8 días después de la entrega del pedido.

TABLA No. 1CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN			
MÍNIMA UNIDADES	ANUAL	MÁXIMA UNIDADES	ANUAL
	101.760		190.800
	MENSUAL		MENSUAL
	8.480		15.900
	DIARIA		DIARIA
	424		795
DEMANDA DE PRODUCCIÓN			
ANUAL EN UNIDADES			
75.333			
MENSUAL UNIDADES			
6.278			
DIARIA UNIDADES			
314			

Elaborado por: Mónica Torres

1.15 PRECIOS DE DISTRIBUCIÓN

TABLA No. 2 PRECIOS DE DISTRIBUCIÓN

DESCRIPCIÓN	PRECIO DE VENTA AL POR MAYOR			
	COSTO DE PRODUCCIÓN	UTILIDAD	PORCENTAJE DE UTILIDAD	P.V.P
GRANOLA DE 340 G.	\$ 0,95	\$ 0,3515	37%	\$ 1,3015
	PRECIO DE VENTA AL POR MENOR COMISARIATOS			
	COSTO DE PRODUCCIÓN	UTILIDAD	PORCENTAJE DE UTILIDAD	P.V.P
	\$ 0,95	\$ 0,5795	61%	\$ 1,5295
	PRECIO DE VENTA DIRECTAS			
	COSTO DE PRODUCCIÓN	UTILIDAD	PORCENTAJE DE UTILIDAD	P.V.P
	\$ 0,95	\$ 0,5985	63%	\$ 1,5485

Elaborado por: Mónica Torres

El precio de distribución al por mayor del producto granola con el contenido de 340 gramos se expenderá a USD \$ 1,30, con una utilidad que representa el 37% por cada unidad, son USD \$ 0,35 cuando las ventas superan 1000 unidades en fundas.

Para las ventas menores a 1000 unidades el precio al cual se expenderá el producto será de USD \$ 1,53 con una ganancia de USD \$ 0,58 por cada funda, con un porcentaje de utilidad de 61%, con mayor rentabilidad de un 24% sobre las ventas al por mayor.

Y las ventas al por menor tendrán un mayor porcentaje de utilidad de 63% con una ganancia de USD \$ 0,60 por granola; el precio de venta neto será USD \$ 1,55.

Ninguno de los precios anteriores incluye IVA.

1.16 FORMAS DE ENTREGA

Los productos son distribuidos por la empresa SERVICURH que se encarga del envío a Quito y Guayaquil a las sucursales principales de la empresa TÍA. Por el transporte de cada cartón el costo del envío es de USD \$ 1.00 hasta el lugar convenido, y la tarifa por los trámites pertinentes relacionados con la entrega de documentos es de USD \$ 20.00 por toda la carga.

Para las ventas locales, la empresa Nutricereales tiene un vehículo que se encarga de entregar los productos en los locales de nuestros clientes.

Cuando un cliente realiza un pedido menor a tres cajas o 75 unidades y se encuentra en otra ciudad, el envío se lo realiza a través del terminal de Riobamba, para que el cliente retire su producto en el terminal de su ciudad.

1.17 PROVEEDORES Y MATERIAS PRIMAS

Nutricereales al momento de elegir sus proveedores, consideran varios factores determinantes como la calidad, precio, cantidad, oportunidades de crédito y la puntualidad en el reabastecimiento de las materias primas directas e indirectas. Como resultado tenemos que los costos se han minimizado para poder ofrecer un producto de mejor calidad, con un precio justo y competitivo, con la finalidad de poder incrementar las ventas y obtener mayor rentabilidad.

PRODICEREAL S.A., ubicada en la ciudad de Latacunga, es uno de los cuatro mayores importadores de avena chilena en el Ecuador, además es el proveedor mayoritario de las materias primas que adquiere la empresa Nutricereales debido a que el distribuidor se encuentra localizado a tan solo tres horas de la ciudad de Riobamba, asimismo nos brinda facilidades de crédito, un precio justo y adicionalmente, la ventaja de reabastecimiento a la planta de producción. Los productos que se requiere los entrega directamente a la empresa Nutricereales. Por todos estos motivos, el 43% de las compras totales se las efectúa directamente a la antes mencionada.

TABLA No. 3 NUTRICEREALES PROVEEDORES

NUTRICEREALES PROVEEDORES					
MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA	VOLUMEN COMPRAS MENSUALES	% de COMPRA	PROVEEDORES	CIUDAD	FORMA DE PAGO
AVENA	3401 KG	43%	PRODICEREAL	LATACUNGA	CRÉDITO DE 30 DÍAS
AZÚCAR MORENA	400 KG				
SAL	100 KG				
PASAS	176 KG				
ALMENDRAS	44 KG				
AJONJOLÍ	4.810 KG				
ACEITE DE SOYA	400 LITROS	22%	DICOSAVI	RIOBAMBA	EFECTIVO
CANELA	2 LB				
GERMEN DE TRIGO	1300 GRAMOS				
COCO	50 U	7%	MAYORISTA DE RIOBAMBA	AMBATO	EFECTIVO
PANELA	20 BULTO	7%	PANELAS PUERTO QUITO	PUERTO QUITO	EFECTIVO
SABORIZANTES ARTIFICIALES	5 U	7%	COMERCIAL CABEZAS	RIOBAMBA	EFECTIVO
EMPAQUES PLÁSTICOS	12000 U	7%	MILAMPLASTI ANUAL	GUAYAQUIL	50% AL PEDIDO 50% CONTRA ENTREGA.
CARTONES	500 U	7%	SERVICARTON CIA. LTDA.	AMBATO	EFECTIVO

Elaborado por: Mónica Torres

1.18 ACTIVOS FIJOS DESTINADOS PARA LA PRODUCCIÓN DE GRANOLA

La inversión de la empresa, actualmente, en cuanto Activos Fijos se reflejan los valores detallados en el Balance General es de USD \$ 37.306.

TABLA No. 4 MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN EMPRESA NUTRICEREALES

MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN			
DETALLE	CANT.	VALORES EN USD \$	
		VALOR UNITARIO	TOTAL
Horno Industrial	1	2.600,00	2.600,00
Licuada industrial	1	450,00	450
Rallador Industrial	1	750,00	750,00
Codificadora	1	850,00	850,00
Mesas de acero inoxidable	4	300,00	1.200,00
Balanzas digitales	2	30,00	60
Selladora Industrial	1	300,00	300
Tachos	13	10,00	130
Bandejas	54	7,40	400
Cocina Industrial	1	70,00	70
Molino	1	40,00	40
Atrapamoscas	1	60,00	60
Tanques de gas	3	62,00	186
Tachos de basura	2	65,00	130
Utensilios	1	250,00	250
Total			7.476,00

Elaborado por: Mónica Torres

TABLA No. 5 MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA EMPRESA NUTRICEREALES

MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA			
DETALLE	CANT.	VALORES EN USD \$	
		VALOR UNITARIO	TOTAL
Armario	1	60,00	60,00
Casillero	1	180,00	180,00
Muebles de Oficina	1	400,00	400,00
Total			640,00

Elaborado por: Mónica Torres

TABLA No. 6 EQUIPO DE COMPUTO EMPRESA NUTRICEREALES

EQUIPO DE COMPUTO			
DETALLE	CANT.	VALORES EN USD \$	
		VALOR UNITARIO	TOTAL
Equipo de Computación	1	1.200,00	1.200,000
Total			1.200,00

Elaborado por: Mónica Torres

TABLA No. 7 VEHÍCULO EMPRESA NUTRICEREALES

VEHÍCULO			
DETALLE	CANT.	VALORES EN USD \$	
		VALOR UNITARIO	TOTAL
Vehículo	1	27.990,00	27.990,00
Total			27.990,00

Elaborado por: Mónica Torres

1.19 PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA NUTRICEREALES

1) Selección de materia prima de calidad

En el proceso de la elaboración de granola, es importante que la materia prima sea de calidad para obtener un producto terminado óptimo, que los clientes siempre estén satisfechos y poder conseguir la fidelidad de los mismos.

2) Mezcla de avena, aceite vegetal, coco rallado, ajonjolí y germen de trigo

Este paso consiste en seleccionar y mezclar la avena manualmente con el aceite vegetal al punto que la mezcla esté consistente, luego se incorpora el coco rallado, el ajonjolí y por último, el germen de trigo.

3) Licuar azúcar morena, miel de panela, sal, canela molida, clavo de olor y variedad de esencias

Los siguientes ingredientes: azúcar morena, miel de panela, sal, canela molida, clavo de olor y una variedad de esencias dosificadas serán mezcladas en la licuadora industrial hasta que todos se hayan mezclado homogéneamente.

4) Mixtura de los ingredientes del paso 2 y 3

Este paso consiste en la incorporación de los ingredientes del punto 2 conjuntamente con los del punto 3, hasta lograr una masa granulada, pegajosa y consistente, agradable a la vista y al paladar.

5) Preparativo para ingresar los ingredientes anteriores en el horno

Este proceso consiste en que se debe, primeramente, aceitar las latas preparándolas para colocar la masa de la mezcla de todos los ingredientes. El horno debe estar precalentado a 40 grados centígrados, cuando el horno indica 142 grados aproximadamente, se revisará para ver si la granola se encuentra crujiente y en el punto exacto, si ese es el caso, ya está lista para el enfriamiento y su debida comercialización.

6) Sacar las latas del horno

Se retiran las latas del horno con la granola, se las coloca en un mueble de acero para que se enfríe y luego poder manipularla de manera adecuada e higiénica de acuerdo a las buenas prácticas de Manufactura.

7) La granola colocarla en tachos de plástico

Para un correcto almacenamiento, la granola es colocada en tachos de plástico que son debidamente higienizados con desinfectante con antelación, para su posterior envasado y empaquetado.

8) Las fundas de polipropileno impreso laminado

Para el empaque de la granola se utilizan fundas especiales que antes de ser utilizadas deben pasar por una codificadora donde se les imprime la fecha de elaboración, de expiración y el lote correspondiente.

9) Pesar la cantidad exacta en las fundas 340 gramos

A continuación se procede a pesar la cantidad exacta de granola en las fundas de polipropileno impreso laminado de 4 micras de 330 gramos.

10) Las fundas de 340 gramos con granola incorporar pasas y almendras

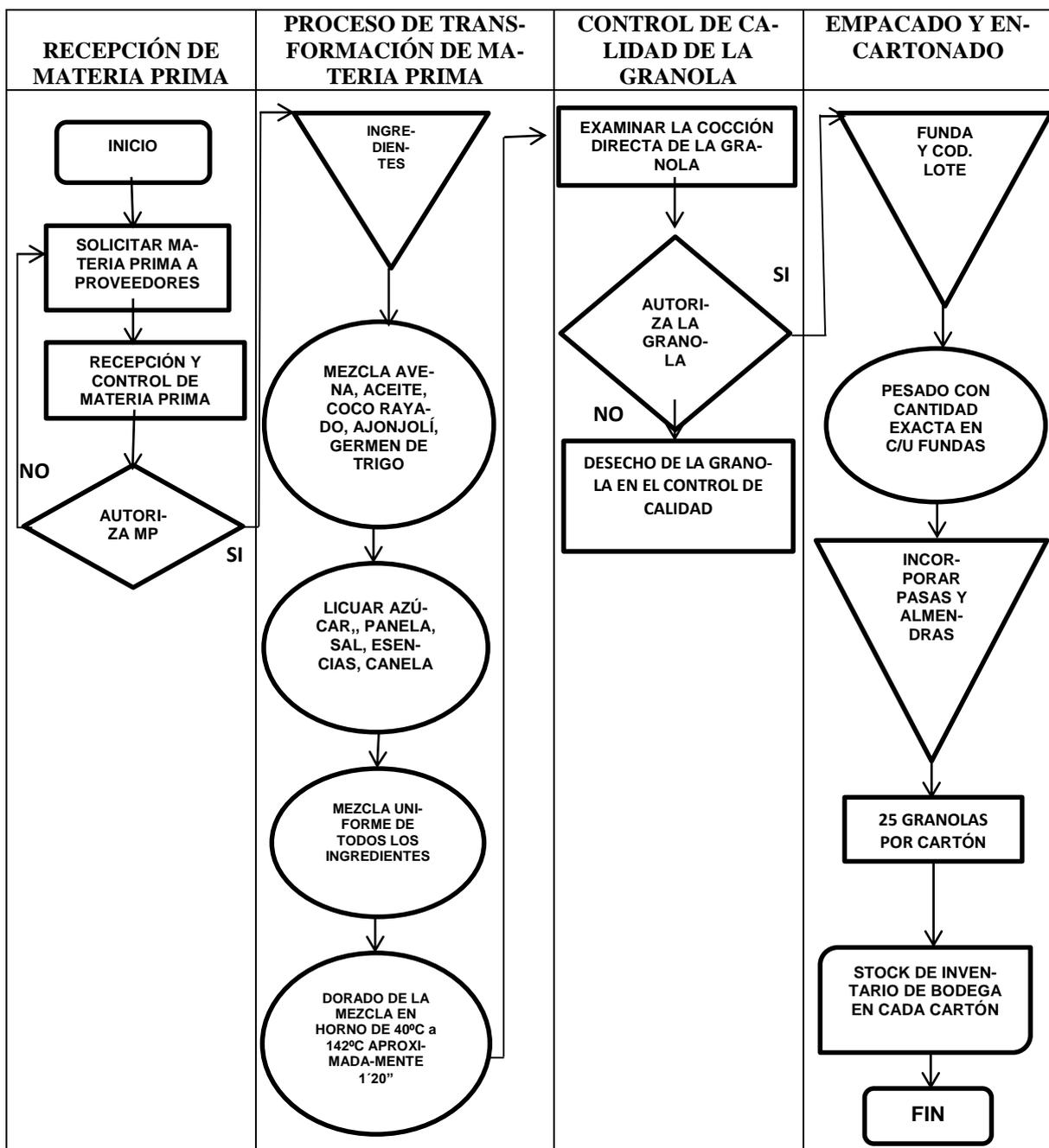
Posteriormente se incorpora 8 pasas y 2 almendras en cada funda de 330 gramos, con estos ingredientes se completarían el peso promocionado en la funda.

11) Procede al sellado y empaquetado en cartón

Finalmente, se sella la funda del producto y se empacan 25 unidades de fundas de 340g. en cada cartón, de esta manera podemos tener un adecuado stock de mercadería.

1.20 DIAGRAMA DE FLUJO DE LA ELABORACIÓN DE GRANOLA DE LA EMPRESA NUTRICEREALES

TABLA No. 8 DIAGRAMA DE FLUJO DE ELABORACIÓN DE GRANOLA NUTRICEREAL



Elaborado por: Mónica Torres

CAPÍTULO II

2 ANÁLISIS DE LA EMPRESA NUTRICEREALES

2.1 ANÁLISIS ACTUAL

En los últimos años el consumo de granola en el Ecuador ha ido en aumento, debido a que los consumidores han podido conocer y constatar este producto que es bajo en calorías, rico en vitaminas y proteínas, además tiene múltiples beneficios para una alimentación balanceada. Vivimos en una época donde lo saludable se encuentra en auge y existe una gran demanda de los productos 100% libres de persegantes. Este producto ofrece esta y otras ventajas y puede ser consumido por el ser humano de todas sus etapas como niños, jóvenes y adultos.

Los principales consumidores en forma mayoritaria son las mujeres, que al poder encontrar en presentación light les ayuda en su dieta debido a que no contiene azúcar refinada sino panela y azúcar morena, también las mujeres en estado de gestación la eligen porque contiene avena que es un cereal beneficioso para el sistema digestivo; para los niños, el consumo como producto snack les produce energía durante el día y es un buen aporte alimenticio para el desarrollo de sus actividades diarias.

Conocedores de la gran cantidad de clientes y el amplio mercado que se presenta de este producto podemos observar que se ha incrementado la creación de empresas legalmente constituidas en el Ecuador. Actualmente constan 62, que se suman para producir este producto por la fuerte demanda que existe, además es una ventaja que existen pocos productos importados de granola en el mercado ecuatoriano.

El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) se ha dado cuenta que la composición de la granola beneficia en el buen rendimiento del ser humano y aporta “al Buen vivir” brindando energía para sus actividades diarias y beneficiándolos, ya que no contiene persegantes ni colorantes dañinos para la salud. El MIES realiza la compra de este producto a empresas pequeñas que se dedican a la producción de granola en cantidades elevadas para poder llevar a las poblaciones de escasos recursos y a

las escuelas fiscales debido al nivel de desnutrición que existe, con el propósito de mejorar la calidad de vida de esta población, y también ha generado fuentes de empleo para las pequeñas empresas.

La empresa Nutricereales se ha dado cuenta de la necesidad de ampliar su mercado debido a que posee dos ventajas: el delicioso sabor de la granola y el buen precio al que ofrece su producto, por lo tanto, ha decidido expandir su empresa para el aumento de su producción, llegar a mercados internacionales empezando por nuestro país vecino Perú, con el cual el Ecuador mantiene acuerdos comerciales como la CAN, que nos sirve de beneficio al momento de ingresar nuestro producto, también tenemos facilidad vial con el transporte terrestre para poder entregar a nuestro nuevo canal de distribución. El costo del transporte sería aceptable debido a que la gasolina es subsidiada en el Ecuador, mientras que en Perú se mantiene un precio elevado por falta de subsidio de la misma.

Siete horas es el tiempo que necesitamos ocupar para la entrega del producto vía terrestre de Riobamba-Ecuador donde se encuentra la empresa Nutricereales, a Huaquillas-Ecuador frontera con Perú y, a una hora, se encuentra nuestro mercado meta: Tumbes-Perú.

2.1.1 Empresas productoras de granola en el Ecuador por ciudades

El consumo de la granola en las ciudades en general ha ido en aumento al pasar de los años, debido a que la población ha experimentado este producto y sus múltiples beneficios en el momento de consumirlo, esto ha contribuido para que podamos aprovechar este momento tan adecuado para la expansión de la empresa.

También hay que destacar que el plan que maneja el Ministerio de Inclusión, Económica y Social (MIES) y el Programa Aliméntate Ecuador (PAE) para la erradicación de la desnutrición en el Ecuador, tuvo "... las primeras iniciativas de intervenciones organizadas en alimentación escolar" las cuales "se remontan a finales de los sesenta, cuando el Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas (PMA) empezó a entregar al gobierno donaciones de alimentos. Estas iniciativas se formalizaron en 1980 con la creación del Programa de Desayuno Escolar (después llamado Colación Escolar) dentro del Ministerio de Educación... En 1999, y como parte de la respuesta del gobierno ante la severa crisis socio-económica por la que atravesaba el país, se fortaleció el programa, se incorporó una

nueva modalidad -el almuerzo escolar- y se amplió la cobertura a nivel nacional. .. A partir del año 2005, el programa fue enteramente financiado por el gobierno ecuatoriano y el PMA pasó a manejar la totalidad de los recursos destinados a la compra y distribución de los productos del desayuno y del almuerzo escolar... Tras su creación en 2009, el Programa de Provisión de Alimentos (PPA) se hizo cargo de las compras de alimentos y los servicios de logística, con lo cual concluyó la cooperación formal del PMA...”

“En el año 2005 se realizaron las primeras entregas de colada fortificada en sus cuatro sabores (coco, vainilla, naranja y plátano) y se siguió distribuyendo la galleta tradicional. En el año 2006, se desarrollaron con el apoyo del grupo Superior dos nuevos tipos de galleta: una tradicional más suave que la anterior y otra rellena. Se empezó además a desarrollar la barra de cereal artesanal, producida por las empresas Fortesan y La Moderna. A la empresa Dos Margaritas le fueron adjudicados dos contratos, pero los incumplió”.

“A principios de 2007 se desarrolló una galleta tipo waffer, de la cual se realizaron solo dos entregas en 2008. Finalmente se discontinuó su producción por parte del proveedor, ya que éste tenía otros compromisos. A partir de 2007, se entregó galleta rellena y pequeñas cantidades de la barra de cereal. Para el año 2008, los productos del desayuno eran: colada fortificada en cuatro sabores, barra de cereales, galleta rellena y tradicional en tres sabores, granola en hojuelas y leche larga vida en cuatro sabores para el refrigerio”.

“Hoy en día se cuenta con dos formulaciones diferentes de galleta y colada para atender la educación inicial y educación general básica en cada uno de los sabores antes citados, una barra de cereales y hojuelas de granola, estas dos últimas para educación general básica. Adicionalmente se entrega un refrigerio que consta de una leche UHT de 200 ml de varios sabores. Todos estos alimentos son altamente nutritivos pero incluyen materias primas principalmente importadas (trigo y avena)”.²

Según datos del Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI) con la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) en el Ecuador existe un total de sesenta y dos (62) empresas legalmente constituidas (el listado a septiembre 2013, adjunto en anexos), que se dedican a la producción y comercialización del producto

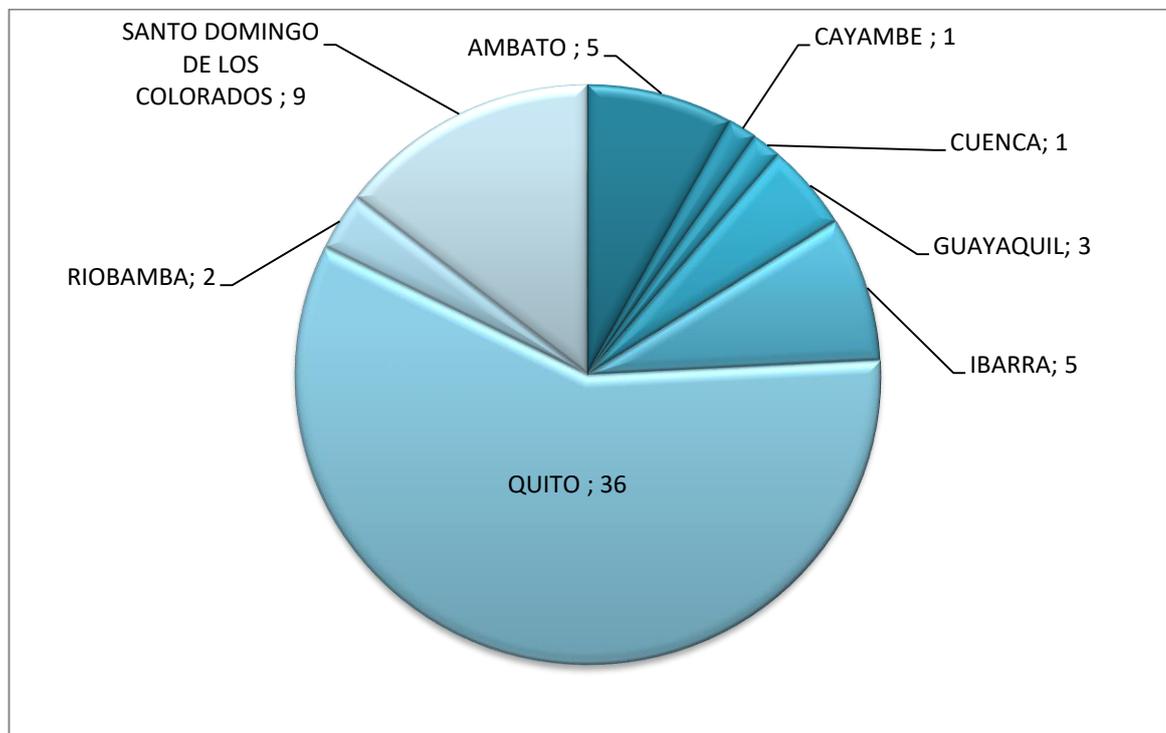
² <http://documents.wfp.org>

granola, algunas de ellas mercantilizan su producto para el gobierno y otras, al mercado ecuatoriano.

Quiero destacar que en la ciudad de Quito se encuentra la mayor cantidad de empresas registradas que se dedican a la producción de granola, eso beneficia a la empresa porque en la ciudad de Riobamba no hay saturación de mercado, también tenemos la gran posibilidad de extendernos hacia el sur: Perú.

Según representación gráfica de los anexos 1-8.

GRÁFICO No. 2 EMPRESAS DE PRODUCCIÓN Y VENTA DE GRANOLA EN ECUADOR



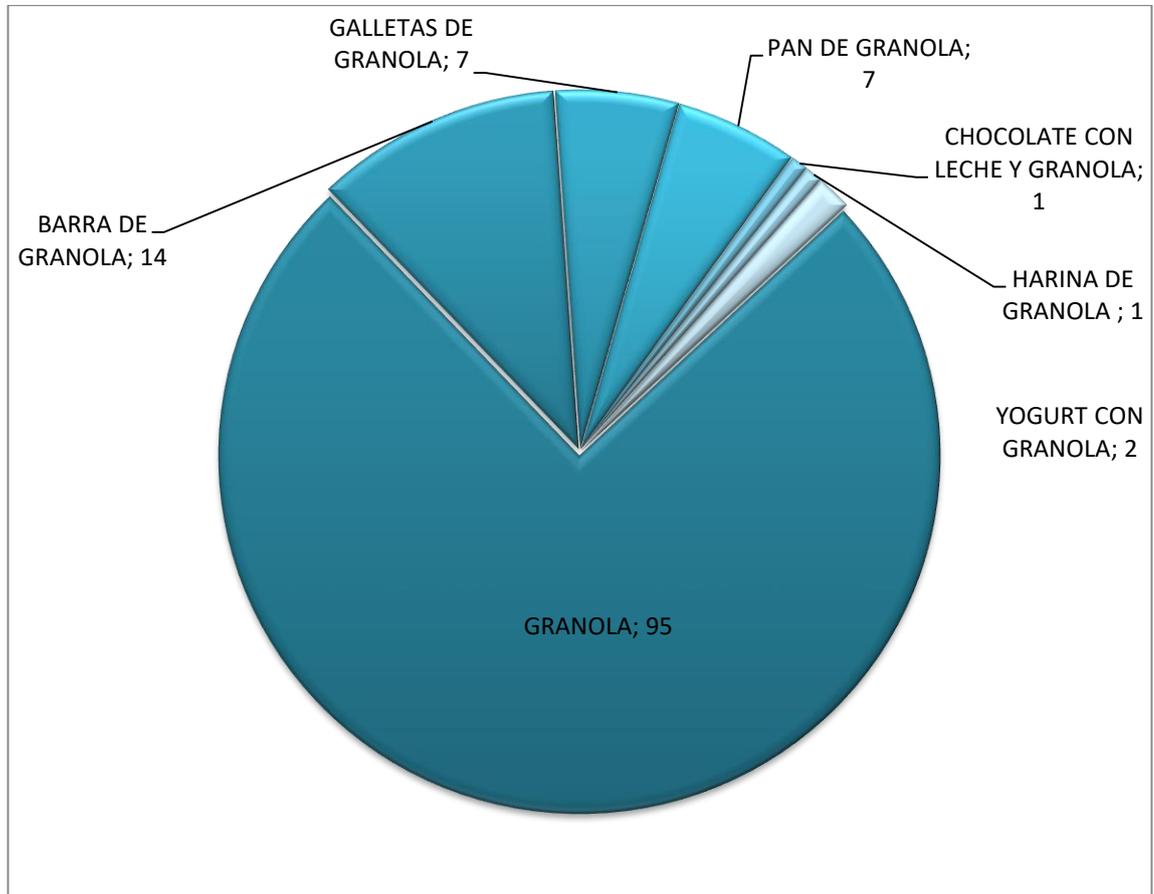
Fuente: ARCSA

2.1.2 Productos de granola en el mercado ecuatoriano

En el Ecuador existen 95 productos denominados “granola” con su registro sanitario vigente, y 32 productos derivados de la granola que también cuentan con su registro sanitario, haciendo un total de 127 productos que se presentan a la gran población ecuatoriana, mostrando en el mercado la granola y sus diferentes derivados de la avena.

Según representación gráfica de los anexos del 9 al 4.

GRÁFICO No. 3 PRODUCTOS DERIVADOS DE GRANOLA EN ECUADOR



Fuente: ARCSA

2.1.3 Empresas productoras de granola en la ciudad de Riobamba

En la ciudad de Riobamba existen dos empresas legalmente constituidas que se dedican a la producción de granola: La Fundación Mujer y Familia Andina (FUNDAMYF) y la empresa NUTRICEREALES.

2.1.4 Importaciones de granola por países y número de empresas

Como podemos observar, las importaciones de productos de granola son relativamente pequeñas.

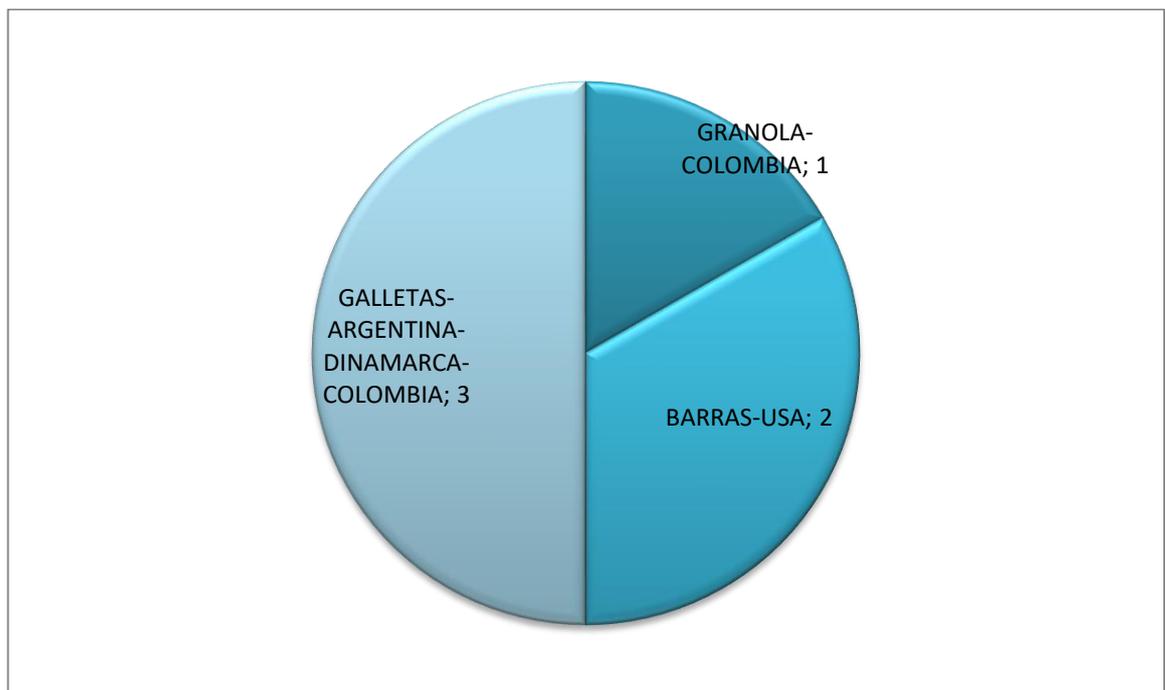
Para la importación de galletas de granola tenemos 3 países proveedores: Argentina, Dinamarca y Colombia, los cuales exportan al Ecuador una cantidad de cuatro (4) productos, en comparación con la producción en el Ecuador que es de siete (7).

La granola es exportada de Colombia por un solo proveedor y tiene tan solo un producto en el mercado ecuatoriano, mientras que en Ecuador existen noventa y cinco (95) productos, esto no representa ni el 1%.

El país que exporta barras de granola es EE.UU. con dos empresas, la cantidad de producto que nos suministra es de diecinueve (19) productos, mientras que en Ecuador se produce solo catorce (14) barras.

Según representación gráfica de los anexos 15 al 17.

GRÁFICO No. 4 PRODUCTOS IMPORTADOS DE GRANOLA Y SUS PAÍSES



Fuente: ARCSA

2.2 ANÁLISIS DE LOS FACTORES DETERMINANTES

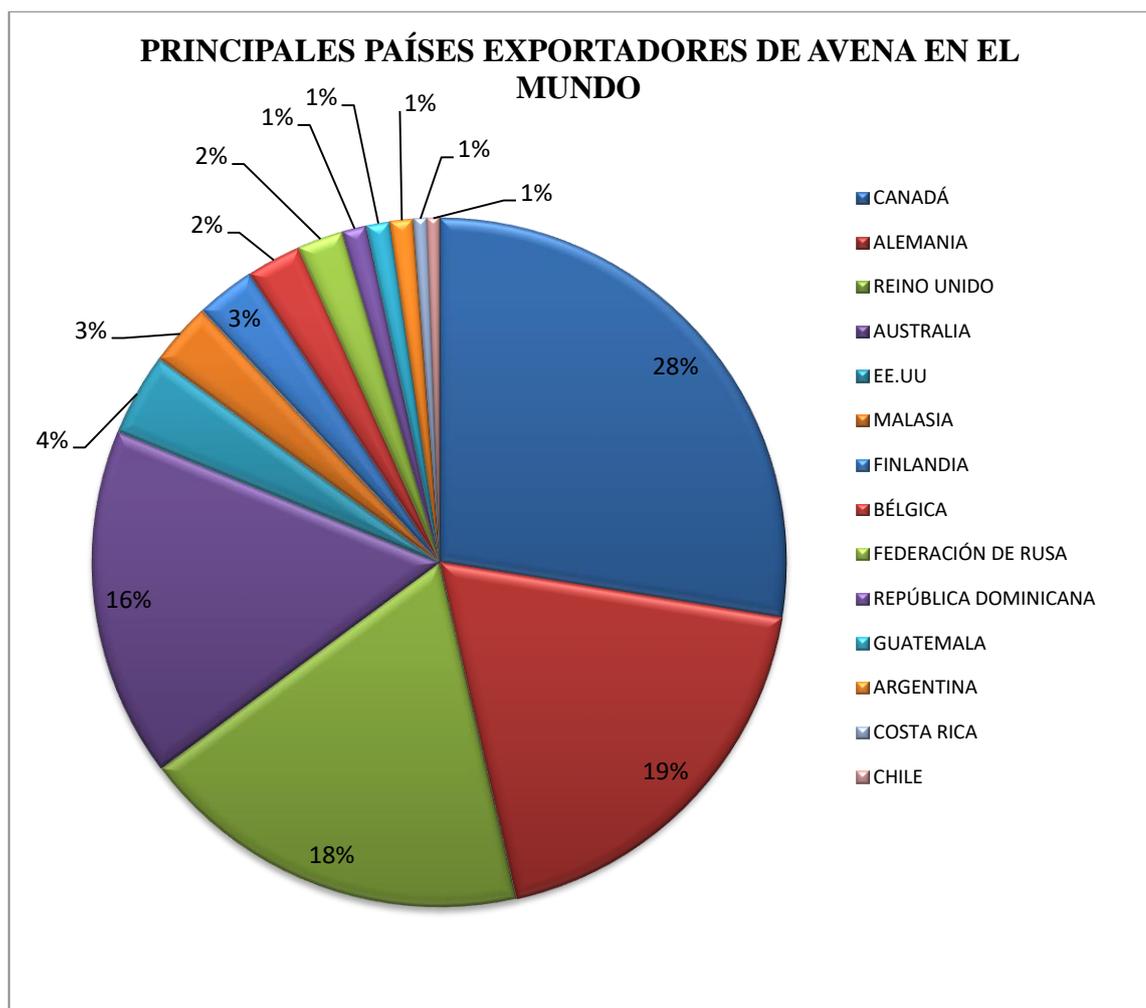
La materia prima que se requiere para la producción de la granola es la avena, en granos aplastados o en copos de avena, la misma que es importada, principalmente, por el país de Chile. El Ecuador y Chile tienen el acuerdo comercial ALADI, lo que facilita el ingreso de este producto al país y la facilidad vial en cuanto al transporte terrestre para que llegue la mercadería segura a nuestro país, debido a que en nuestra nación no existe producción de avena.

Hay que tener en cuenta que el precio de venta al público de nuestro producto, que es la granola, dependerá del costo de las materias primas que se utiliza para la producción, por lo tanto, si en la importación de avena, con el tiempo existiera la anulación de este acuerdo comercial, y a su vez los gravámenes arancelarios aumentaran, dejaríamos de mantener ventaja competitiva con el precio al cual ofrecemos nuestro producto actualmente.

De la subpartida nandina, con código número 1104120000, con la descripción de granos aplastados o en copos de avena, es la avena que se utiliza para la producción de granola.

Según representación gráfica del anexo 18.

GRÁFICO No. 5 PRINCIPALES EXPORTADORES DE AVENA EN EL MUNDO



Fuente: TRADE MAP

TABLA No. 9 CANTIDAD EXPORTADA POR TONELADAS DE AVENA

NÚMERO DE PAÍSES	EXPORTADORES	2012
		CANTIDAD EXPORTADA, TONELADAS
	Mundo	442870
1	Canadá	115357
2	Alemania	78950
3	Reino Unido	76744
4	Australia	68783
5	Estados Unidos de América	16150
6	Malasia	12387
7	Finlandia	11512
8	Bélgica	10671
9	Federación de Rusia	9031
10	República Dominicana	4724
11	Guatemala	4561
12	Argentina	4541
13	Costa Rica	2638
14	Chile	2338

Fuente: TRADE MAP

En el año 2012 los mayores exportadores en el mundo fueron:

En primer lugar: Canadá; en segundo lugar se encuentra Alemania; en tercer puesto, Reino Unido; en cuarto lugar, Australia y finalmente el quinto fue Estados Unidos.

En la parte de América Latina tenemos: en doceavo lugar se encuentra la República Dominicana seguida de Guatemala; en catorceavo puesto, Argentina, y en quinceavo lugar, Chile.

Analizando con los datos del Banco Central del Ecuador (BCE), en el año 2012, los cuatro mayores importadores de avena al Ecuador que trajeron el producto fueron: en primer lugar, Chile; en segundo lugar, EE.UU.; en tercer lugar, Canadá y por último, Argentina.

2.2.1 Macro ambiente

2.2.1.1 La avena en el Ecuador

El principal ingrediente para la producción de granola es la avena en copos. En el Ecuador no existe registro oficial de producción de avena según el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP).

El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) no tiene cifras de producción de avena en copos, debido a que el 99% de la avena es importada y solo el 1% se produce en territorio ecuatoriano para forraje y consumo de los mismos agricultores y sus familias.

2.2.1.1.2 Lista importadores de avena en el Ecuador 2012

Para la toma de decisiones en cuanto a proveedores de avena, debemos conocer cuántos importadores existen en el país y de dónde proviene el producto que necesitamos adquirir como materia prima, pues es el ingrediente principal para la producción de la granola. Cualquier precio al que se adquiriera la avena afectará directamente al precio de venta al público e influirá posteriormente para que nuestro producto sea competitivo o no en el mercado.

Por lo tanto, analizaremos los importadores de avena en Ecuador: el precio, la calidad, la capacidad de entrega y las facilidades de créditos.

La subpartida nandina con código número 1104120000 con la descripción de granos aplastados o en copos de avena, es la avena que se utiliza para la producción de granola. A continuación la lista de importadores en el Ecuador en el año 2012.

TABLA No. 10 LISTA DE IMPORTADORES DE AVENA EN ECUADOR 2012

Subpartida Nandina		
Código		Descripción
1104120000		Granos aplastados o en copos de avena
Lista de importadores Ecuador año 2012		
1	Basesurcorp S.A.	Guayaquil
2	Corporación Delico Cia. Ltda.	Guayaquil
3	Cruz Álvarez María Marlene Elizabeth	Guayaquil
4	Dicomerxi Cia. Ltda.	Guayaquil
5	Ecuatoriana De Negocios Ecune S.A.	Guayaquil
6	Empresas Carozzi Ecuador S.A.	Guayaquil
7	Fábrica De Alimentos S.A. Falimensa	Quito
8	Freire Salinas Silvia Mariela	Guayaquil
9	Frutera Del Litoral Cia. Ltda.	Guayaquil
10	Importadora El Rosado S.A.	Guayaquil
11	Industrias Catedral Cia Ltda.	Morona
12	Industrias Lácteas Toni S.A.	Guayaquil
13	López Tapia Rubén Polivio	Quito
14	Moderna Alimentos S.A.	Quito
15	Prodicereal S.A.	Latacunga
16	Productos Schullo S.A.	Quito
17	Supermercados La Favorita C A	Quito
18	Tapia Berzoza Carlos Gilberto	Guayaquil

Fuente: BCE

2.2.1.1.3 Lista de los mayores importadores de avena en el Ecuador 2012

A continuación la lista de los cuatro mayores importadores de avena de las dieciocho empresas que venden ese producto al por mayor y los países de importación de la avena en el Ecuador en el año 2012:

TABLA No. 11 LISTA DE 4 IMPORTADORES DE AVENA EN ECUADOR EN EL AÑO 2012

Subpartida Nandina		
Código	Descripción	
1104120000	Granos aplastados o en copos de avena	
Lista de los 4 importadores más grandes en el Ecuador año 2012 y sus países de importación		
1	Moderna Alimentos S.A. Quito	Estados Unidos
		Canadá
		Chile
		Bolivia
2	Basesurcorp S.A. Guayaquil	Chile
		Estados Unidos
		Canadá
		Sri Lanka
3	Prodicereal S.A. Latacunga	Chile
		Canadá
		Argentina
		Estados Unidos
4	Ecuatoriana de Negocios Ecune S.A. Guayaquil	Canadá
		Chile
		Argentina

Fuente: BCE

2.2.1.1.4 PRODICEREAL S.A. proveedor de avena de la Empresa Nutricereales

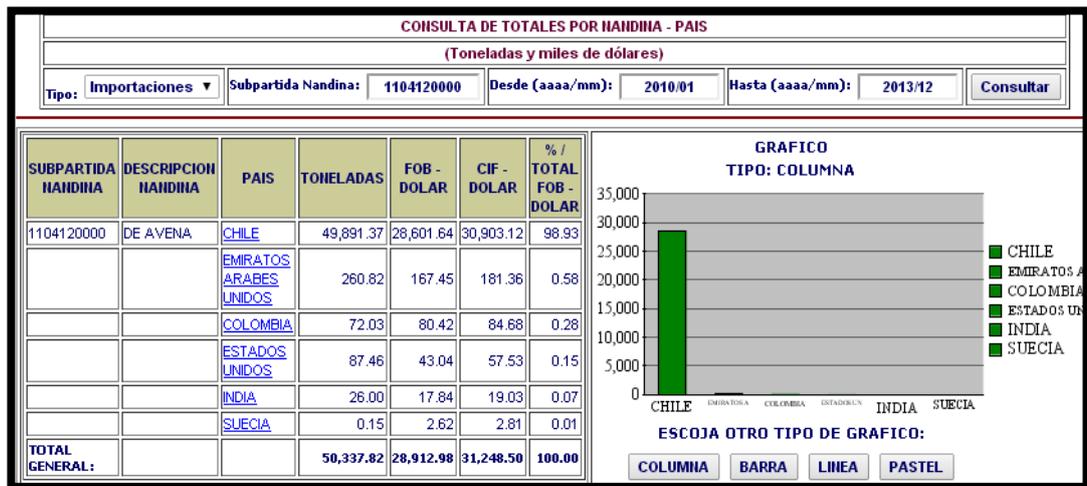
La empresa ecuatoriana PRODICEREAL S.A. inició sus actividades en el año de 1990 en la ciudad de Latacunga, se dedica a la exportación e importación de cereales para los puntos de venta en la provincia de Cotopaxi. Para sus ventas maneja la certificación de calidad de productos en el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Acuicultura y Pesca).

Sus importaciones en cuanto a la avena son de origen chileno. Para la comercialización a empresas que se dedican a la fabricación de granola expenden avena en copos gruesos. La empresa Nutricereales realizó un estudio de proveedores y quien le ofrece un producto de calidad, a un precio competitivo y además crédito, es la empresa antes mencionada, adicionalmente es una de las mayores importadoras ubicada en el puesto 3 de las 18 empresas que se dedican a la importación de este producto y además ofrece la facilidad de entrega del producto directamente en Riobamba.

2.2.1.1.5 Países exportadores de avena para el Ecuador del 2010 al 2013

Presento la nómina de los países de los cuales se importa la subpartida nandina con código número 1104120000 con la descripción de granos aplastados o en copos de avena, directamente al Ecuador desde el mes de enero del 2010 a diciembre del 2013.

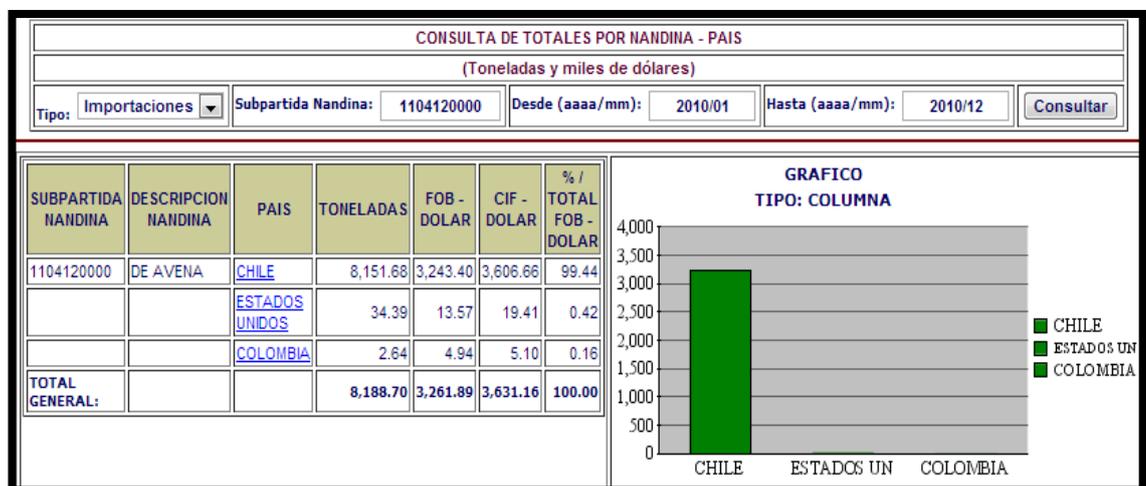
GRÁFICO No. 6 PAÍSES EXPORTADORES DE AVENA PARA EL ECUADOR DEL 2010 AL 2013



Fuente: BCE

En el año 2010 los países que exportaron avena al Ecuador fueron:

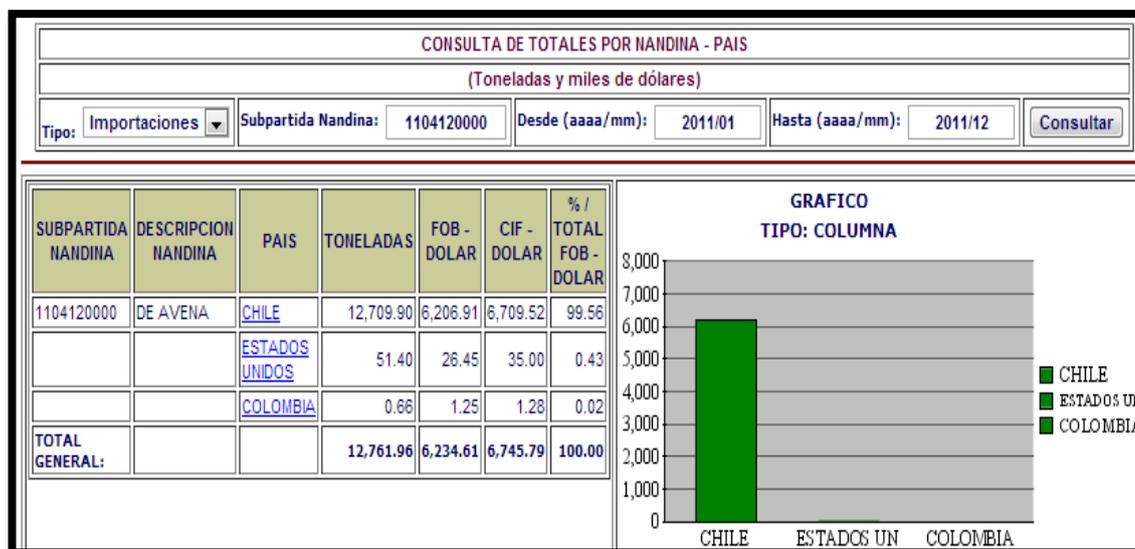
GRÁFICO No. 7 PAÍSES EXPORTADORES DE AVENA EN EL ECUADOR PARA EL 2010



Fuente: BCE

En el año 2011 los países que exportaron avena al Ecuador fueron:

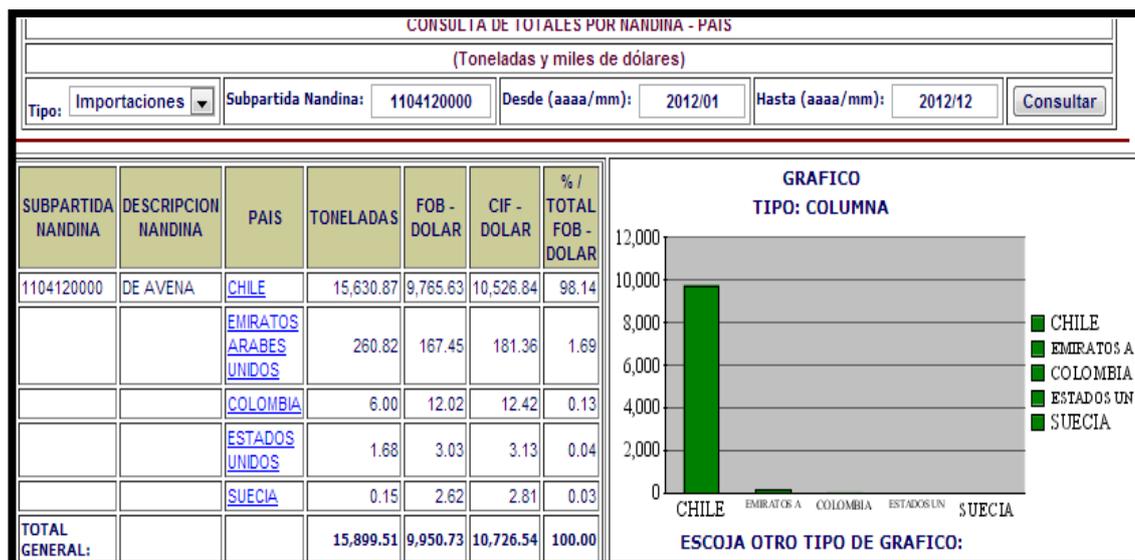
GRÁFICO No. 8 PAÍSES EXPORTADORES DE AVENA PARA EN EL ECUADOR PARA EL 2011



Fuente: BCE

En el año 2012 los países que exportaron avena al Ecuador fueron:

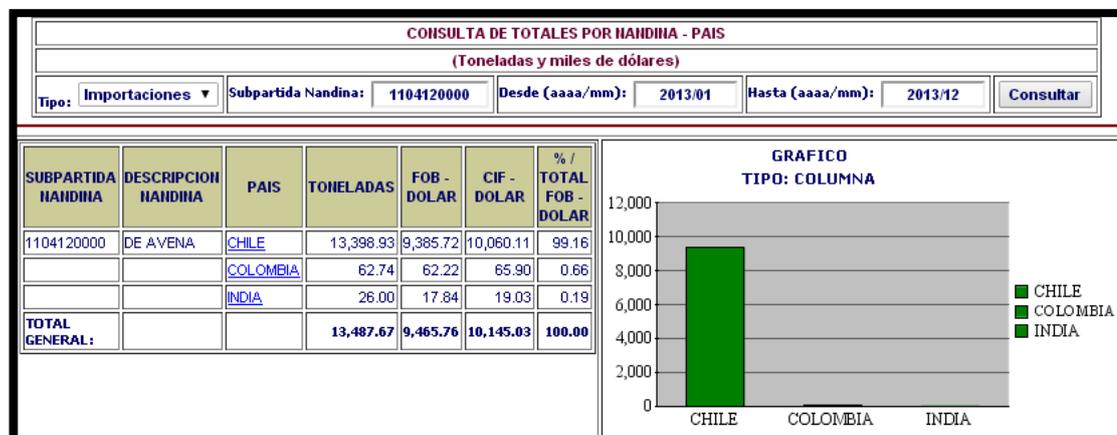
GRÁFICO No. 9 PAÍSES EXPORTADORES DE AVENA EN EL ECUADOR PARA EL 2012



Fuente: BCE

En el año 2013 los países que exportaron avena al Ecuador fueron:

GRÁFICO No. 10 PAÍSES EXPORTADORES DE AVENA EN ECUADOR PARA EL 2013



Fuente: BCE

TABLA No. 12 AVENA IMPORTADA DE CHILE Y SUS PORCENTAJES

AVENA IMPORTADA DE CHILE (TONELADAS Y MILES DE DÓLARES)		
AÑO	TOTAL CIF	PORCENTAJE
2010	\$ 3 606.66	
2011	6 709.52	86%
2012	10 526.84	57%
2013	10 060.11	-4%
TOTAL DE CRECIMIENTO DEL 2010 - 2013		179%

Elaborado por: Mónica Torres

Las cifras de las importaciones de avena hacia el Ecuador se han incrementado en los últimos cuatro años, encabezando la lista de los países exportadores Chile, en segundo lugar tenemos a Emirato Árabes Unidos y en tercer lugar EEUU.

Cabe destacar que Emiratos Árabes Unidos realizó una sola venta en el año 2012, pero la cantidad es considerable. Desde ese año a la actualidad no se ha realizado ningún intercambio comercial.

Chile es el mayor exportador de avena para el Ecuador, desde el año 2010 al 2013 existió un aumento de 179% en sus ventas. En el año 2011 el total de las importaciones fue de

USD \$6 709,52 valor FOB, es decir, existió un aumento de 86% respecto al año anterior con ventas de USD \$3,606.66 valor FOB.

En el año 2012 el total de las importaciones fue USD \$10,526.84 valor FOB, esto quiere decir que hay un aumento de 57% respecto al año 2011 con USD \$3,606.66 valor FOB. Para el año 2013 sus ventas de avena importada al Ecuador fueron de USD 10,060.11 valor FOB, y tuvo un declive de -4% respecto al año anterior que fue USD \$10,526.84 valor FOB.

2.3 ASPECTOS INTERNOS NUTRICEREALES F.O.D.A

2.3.1 Fortalezas

- ❖ Costos de producción con índices bajos.
- ❖ Costos inferiores de Mano de Obra.
- ❖ Acceso a Materias Primas de calidad y justo a tiempo.
- ❖ Posicionamiento en el mercado Riobambeño.
- ❖ Reputación empresarial y fidelización de los clientes.
- ❖ Confianza y credibilidad de los clientes.
- ❖ Producto nutritivo para todas las edades.

2.3.2 Debilidades

- ❖ Falta de planificación.
- ❖ Limitada capacidad de producción.
- ❖ Tecnología media.
- ❖ Infraestructura inadecuada.
- ❖ Ninguna experiencia internacional ni en el área de logística ni de exportación.
- ❖ Falta de certificaciones de calidad.

2.4 ASPECTOS EXTERNOS

2.4.1 Oportunidades

- ❖ Punto geográfico favorable para canales de distribución del producto.
- ❖ Acceso a nuevos mercados por la ventaja competitiva en la calidad de las materias primas utilizadas para su producción.
- ❖ Préstamo con el Banco Nacional de Fomento (BNF).
- ❖ Costo adecuado de la logística en el transporte entre Ecuador y Perú.
- ❖ Beneficios al pertenecer a la CAN en cuanto a aranceles e ingreso del producto.
- ❖ El apoyo de PRO ECUADOR a empresas que tienen oferta exportable de manera gratuita.

2.4.2 Amenazas

- ❖ La competencia por el creciente número de empresas que se dedican a la producción de granola en el Ecuador.
- ❖ Empresas extranjeras que ya han internacionalizado sus productos y tienen experiencia en el mercado.
- ❖ El posible aumento del precio de los aranceles en la importación de la avena que es materia prima de la granola, en el caso de finalizar el acuerdo comercial con Chile.
- ❖ Riesgo País (inestabilidad política y comercial internos).
- ❖ Inflación.
- ❖ Productos sustitutos.

2.5 GRANOLA NUTRICEREAL PARA EXPORTACIÓN

La granola Nutricereal es un producto de calidad, que se caracteriza por ofrecer un agradable sabor, una textura uniforme al momento de degustarla, ya sea para el desayuno o como snack, y es un gran aliado para mantener una dieta balanceada pues contiene avena la que

ofrece energía para el cuerpo. Es recomendable para deportistas y niños que necesitan energía y para personas que quieren mantener una dieta baja en grasas, ya que en su composición contiene panela y azúcar morena, apartándose del azúcar blanca que engorda a quienes lo consumen, además es un producto que no contiene preservantes ni ningún tipo de colorantes.

Por lo tanto, la granola Nutricereal que se ofrecerá al mercado de Tumbes es de calidad, en su composición de materia prima para la producción y además un buen sabor y textura al momento de degustarla en las mesas de los hogares y para los más exigentes paladares de todas las edades ya sean niños, jóvenes o adultos para consumirlo en el desayuno al empezar el día o para saborearlo durante el día como aperitivo.

La granola Nutricereal producto Ecuatoriano se ofrecerá al mercado de Tumbes en la presentación de 340 gramos.

FIGURA No. 16 GRANOLA NUTRICEREAL PRESENTACIÓN 340 GRAMOS



Fuente: Empresa Nutricereales

2.5.1 Composición de granola Nutricereal

TABLA No. 13 COMPOSICIÓN DECLARADA DE GRANOLA NUTRICEREAL

CERTIFICADO DE ALIMENTOS PROCESADOS DE LA EMPRESA NUTRICEREAL	
PRODUCTO DENOMINADO:	GRANOLA
MARCA:	NUTRICEREAL
ELABORADO POR:	NUTRICEREALES
ORIGEN DE FABRICANTE:	RIOBAMBA – CHIMBORAZO -ECUADOR
SOLICITANTE:	NUTRICEREALES
TIPO:	CEREALES Y DERIVADOS
ENVASE:	FUNDA DE POLIPROPILENO LAMINADO
TIEMPO MÁXIMO DE CONSUMO:	6 MESES
FORMA DE CONSERVACIÓN:	MANTENER EN LUGAR FRESCO Y SECO
COMPOSICIÓN DECLARADA:	
AVENA	57.33%
PANELA	12.60%
ACEITE DE SOYA	9.50%
AGUA	7.30%
COCO RAYADO	4.20%
AZÚCAR MORENA	4.20%
PASAS	2.00%
ALMENDRAS	2.00%
AJONJOLÍ	0.36%
GERMEN DE TRIGO	0.36%
SAL	0.05%
CANELA	0.05%
SABORIZANTE ARTIFICIAL DE COCO	0.01%
SABORIZANTE ARTIFICIAL DE VAINILLA	0.01%
SABORIZANTE ARTIFICIAL DE ANÍS	0.01%
SABORIZANTE ARTIFICIAL DE NARANJA	0.01%
SABORIZANTE ARTIFICIAL A ROSA	0.01%
TOTAL	100%

Fuente: Empresa Nutricereales

2.5.2 Información nutricional de la granola Nutricereal

TABLA No. 14 INFORMACIÓN DE GRANOLA NUTRICEREAL

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Tamaño de la porción	50g	
Porciones por envase	7	
Cantidad de Porción		
Energías(Calorías):921.8kJ (220 Cal)		
Energía de Grasa (Calorías de Grasa): 293.3kJ(70 Cal)		
% del Valor Diario*		
Grasa total	8g	12%
Grasa Saturada	3g	15%
Colesterol	0mg	0%
Sodio	20mg	1%
Carbohidratos Totales	32g	11%
Fibra Dietética	3g	12%
Azúcares	9g	
Proteínas	5g	10%
Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 8380 KJ(2000 calorías)		

Fuente: Empresa Nutricereales

2.5.3 Beneficios de la granola Nutricereal

1. Su consumo previene enfermedades cardiovasculares.
2. Controla el estreñimiento.
3. Equilibra los niveles de azúcar en la sangre.
4. Mejora las condiciones de la piel.
5. Es además un gran aliado para tener las fuerzas necesarias para llevar a cabo las actividades diarias: estudio, trabajo o ejercicio, debido a que cuenta con un rico contenido calórico y aporte energético.
6. Cabe destacar que la granola aporta mucha fibra, por lo tanto, ayuda a que se elimine toxinas del intestino, retrasando la conversión en grasa de los hidratos de carbono.
7. Por último, es importante destacar que la granola no realiza aportes de colesterol a nuestro cuerpo y sus azúcares son completamente naturales, pues en su elaboración no se utiliza azúcar refinada.³

³ Empresa Nutricereales

2.6 ACUERDOS COMERCIALES ACTUALES ENTRE ECUADOR Y PERÚ

2.6.1 CAN

FIGURA No. 17 CAN



Fuente: Atlas Geográfico del Ecuador 2013

“El 26 de mayo de 1969, cinco países sudamericanos (Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú) firmaron el Acuerdo de Cartagena, con el propósito de mejorar, juntos, el nivel de vida de sus habitantes mediante la integración y la cooperación económica y social.

“Somos una comunidad de países que nos unimos voluntariamente con el objetivo de alcanzar un desarrollo integral, más equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, suramericana y latinoamericana.

“Los países que la integramos - Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú- estamos unidos por el mismo pasado, una variada geografía, una gran diversidad cultural y natural, así como por objetivos y metas comunes.

“Nuestros cuatro países presentan una gran diversidad cultural, étnica y lingüística. Poseemos riquísimas manifestaciones folklóricas y artísticas que nos unen aún más”.⁴

En el caso de la relación comercial Ecuador-Perú, en virtud de los compromisos andinos, los países miembros podrán diferir hasta el 0% de aranceles en productos originarios con materias producidas en los países que lo conforman.

⁴ www.comunidadandina.org

2.6.2 ALADI

FIGURA No. 18 ALADI



Fuente: Empresa Atlas Geográfico del Ecuador 2013

“La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) fue suscrita el 12 de agosto de 1980 con la finalidad de establecer: pluralismo en materia política y económica; convergencia progresiva de acciones parciales hacia la formación de un mercado común latinoamericano.

“Los países que conforman el (ALADI) son: Perú, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

“La ALADI propicia la creación de un área de preferencias económicas en la región con el objetivo final de lograr un mercado común latinoamericano.

“Los países miembros se otorgarán recíprocamente una preferencia arancelaria regional”.⁵

Se podrán beneficiar de preferencias arancelarias si los productos son elaborados con materias primas originarias del país miembro del ALADI.

Además, este acuerdo comercial ofrece seguridad en cuanto a pagos comerciales tanto en importación como exportación de los países miembros, ya que ofrece una modalidad donde intervienen los bancos centrales de cada país y las entidades financieras avaladas para que sean efectivos los pagos de las empresas.

⁵ www.sunat.gob.pe

2.6.3 UNASUR

FIGURA No. 19 UNASUR



Fuente: Empresa Atlas Geográfico del Ecuador 2013

“La Unión de Naciones Suramericanas, UNASUR, es una organización internacional creada en 2008 como impulso a la integración regional en materia de energía, educación, salud, ambiente, infraestructura, seguridad y democracia. Sus esfuerzos están encaminados a profundizar la unión entre las naciones suramericanas, bajo el reconocimiento de sus objetivos regionales, fortalezas sociales y recursos energéticos.

“La República Argentina, el Estado Plurinacional de Bolivia, la República Federativa del Brasil, la República de Colombia, la República de Chile, la República del Ecuador, la República Cooperativa de Guyana, la República del Paraguay, la República del Perú, la República de Suriname, la República Oriental del Uruguay y la República Bolivariana de Venezuela son sus doce Estados miembros”.⁶

“La UNASUR tiene como objetivo construir, de manera participativa y consensuada, un espacio de integración y unión en lo cultural, social, económico y político entre sus pueblos”.⁷

⁶ www.unasursg.org

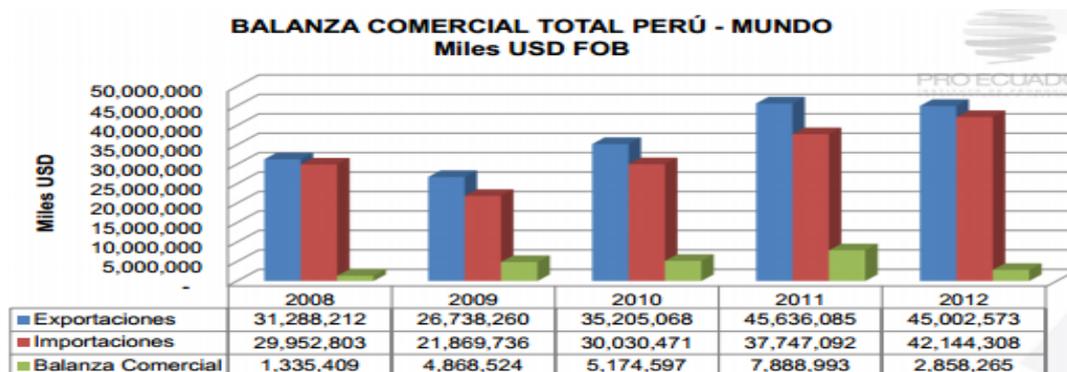
⁷ www.rree.gob.pe

2.7 ANÁLISIS DEL MARCO ECONÓMICO

2.7.1 Balanza comercial de Perú

En el análisis de la balanza comercial de Perú desde el año 2008 al 2012 se refleja que las exportaciones se han mantenido mayores a las importaciones, y cada año ha ido aumentando la balanza comercial, generando como resultado una balanza comercial positiva en los 5 años, esto con el fin de generar un ingreso a nivel país y conseguir fuentes de trabajo. En el año 2012 se destaca que a pesar de ser mayor la exportación con USD \$ 45 002.00 millones valor FOB que la importación de USD \$ 42 144.00 millones valor FOB, la balanza comercial sea positiva con USD \$ 2 858.00 millones valor FOB, en comparación con el año 2011 la balanza comercial fue de USD \$ 7 888.00 millones valor FOB, existiendo un declive de USD \$ 5 030.00 millones valor FOB.

GRÁFICO No. 11 BALANZA COMERCIAL DE PERÚ



Fuente: Trade Map

2.7.2 Exportaciones de Perú

Las exportaciones de Perú desde el año 2008 al 2012 han tenido una tasa de crecimiento promedio anual de 9.51% en los 5 años, reflejando que se ha incentivado a las exportaciones y solo ha existido una baja en el año 2009 con USD 26 738,00 millones valor FOB debido a la crisis internacional que se atravesaba a nivel mundial. El año en que las exportaciones han aumentado de manera sorprendente ha sido el 2011 con USD \$45636,00 millones valor FOB y en el año 2012 las exportaciones fueron de USD \$ 45 002,00 millones valor FOB en comparación con el año anterior no ha existido un aumento sino un declive

de USD \$634,00 millones valor FOB. Al incentivar que las exportaciones aumenten, se podrán obtener más ingresos para el país.

TABLA No. 15 EXPORTACIONES DE PERÚ

EXPORTACIONES DE PERÚ HACIA EL MUNDO						
VALORES FOB/Miles USD						
2008	2009	2010	2011	2012	TCPA	VARIACIÓN
31,288,212	26,738,260	35,205,068	45,636,085	45,002,573	9.51%	-1.39%

Fuente: Trade Map

2.7.3 Principales mercados a los que exporta Perú

Los mercados internacionales principales de exportación del Perú son: China (que encabeza la lista) que refleja un total del 17% de las exportaciones; en segundo puesto se encuentra EEUU con el 13% de exportaciones; en tercer lugar se encuentra Suiza con el 11%. Japón y Canadá en el cuarto puesto con el 6% y el 7% respectivamente. En cuanto al análisis de exportaciones que se realiza del Perú hacia el Ecuador, como resultado tenemos el 2%, por lo que estamos con tres países más en el más bajo índice de exportaciones de ese país.

GRÁFICO No. 12 PRINCIPALES MERCADOS A LOS QUE EXPORTA PERÚ



Fuente: Trade Map

2.7.4 Principales productos de exportación del Perú

En el análisis desde el año 2008 al 2012 (5 años), de los 15 productos que exporta el Perú, sobresalen los minerales y metales primarios, principalmente el oro, cobre, plomo y zinc.

La demanda de estos productos es constante y se refleja en las exportaciones porque ha ido en aumento, debido a que otros países necesitan de estas materias primas para la elaboración de sus productos.

TABLA No. 16 PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN DEL PERÚ

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR PERÚ								
Miles USD FOB								
Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA	Partic. % 2012
7108.12	ORO EN BRUTO, EXCEPTO EN POLVO, PARA USO NO MONETARIO	5,553,535	6,752,038	7,725,427	9,930,781	9,483,367	14.31%	21.07%
2603.00	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS.	4,897,493	3,920,885	6,156,811	7,796,655	8,180,908	13.69%	18.18%
7403.11	CATODOS Y SECCIONES DE CATODOS, DE COBRE REFINADO	2,685,820	1,860,929	2,526,695	2,743,862	1,963,413	-7.53%	4.36%
2607.00	MINERALES DE PLOMO Y SUS CONCENTRADOS.	801,324	895,127	1,277,256	1,783,057	1,923,154	24.47%	4.27%
2301.20	HARINA, POLVO Y PELLETS, DE PESCADO O DE CRUSTACEOS, MOLUSCOS	1,428,186	1,440,431	1,623,029	1,781,684	1,793,594	5.86%	3.99%
2710.12	ACEITES LIVIANOS LIGEROS Y PREPARACIONES	-	-	-	-	1,517,254	-	3.37%
2710.19	OTROS ACEITES DE PETRÓLEO Y PREPARACIONES	1,333,743	709,857	1,091,205	1,490,836	1,436,357	1.87%	3.19%
2711.11	GAS NATURAL LICUADO.	-	-	283,537	1,283,510	1,330,561	-	2.96%
2608.00	MINERALES DE CINC Y SUS CONCENTRADOS.	1,293,953	1,123,117	1,478,185	1,182,876	1,021,151	-5.75%	2.27%
0901.11	CAFE SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR.	643,800	583,784	886,640	1,580,371	1,008,459	11.87%	2.24%
2601.11	MINERALES DE HIERRO Y SUS CONCENTRADOS SIN AGLOMERAR	228,940	241,827	447,392	1,023,139	856,411	39.07%	1.90%
2709.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERALES BITUMINOSOS.	587,459	353,214	505,068	574,246	578,624	-0.38%	1.29%
2616.10	MINERALES DE PLATA Y SUS CONCENTRADOS.	80,388	179,619	286,908	628,934	573,114	63.40%	1.27%
1504.20	ACEITES Y GRASAS DE PESCADO Y SUS FRACCIONES.	384,863	257,802	274,245	332,600	525,676	8.11%	1.17%
6109.10	CAMISetas DE PUNTO DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	485,427	405,328	371,842	478,496	483,037	-0.12%	1.07%
Demás productos		10,883,281	8,014,302	10,270,828	13,025,038	12,327,493	3.16%	27.39%
Todos los productos		31,288,212	26,738,260	35,205,068	45,636,085	45,002,573	9.51%	100.00%

Fuente: Trade Map

2.7.5 Importaciones de Perú al mundo

Las importaciones en el Perú han ido en aumento desde el año 2008 al 2012, excepto en el 2009, donde se registró una baja en comparación con el año anterior, 2008, debido a la gran crisis internacional que atravesaba el mundo, pero en el 2010 se superó en gran manera la cantidad de negociaciones, y en los años 2011 y 2012 las importaciones se recuperaron de manera significativa, la mayor cantidad de importaciones que sobresalen son las del

2012 con USD \$42 144 millones valor FOB. Las importaciones en un país generan la salida de dinero, por lo tanto, Perú en la balanza comercial refleja que las exportaciones son mayores que las importaciones, a pesar de que estas hayan aumentado en valor a través de los años. Existe en Perú más ingresos por exportaciones que salidas por importaciones, eso es gestionar una buena economía que genera dinero lo que aporta el avance del país.

TABLA No. 17 IMPORTACIONES DE PERÚ AL MUNDO

IMPORTACIONES DE PERÚ HACIA EL MUNDO						
VALORES FOB/Miles USD						
2008	2009	2010	2011	2012	TCPA	VARIACIÓN
29,952,803	21,869,736	30,030,471	37,747,092	42,144,308	8.91%	11.65%

Fuente: Trade Map

2.7.6 Principales países proveedores para el Perú

A continuación presento los principales países proveedores del Perú en el gráfico de pastel, destacando en primer lugar a EEUU con el 19% del total de las importaciones, seguido por China con el 18%, en tercer lugar está Brasil con el 6% y en cuarto lugar se encuentran Argentina y Ecuador con 5% respectivamente. Como análisis podemos mencionar del anterior gráfico, que en materia de exportación, el Ecuador ocupa un buen lugar y se hace necesario incentivar la exploración del mercado Peruano, pues las ventajas que existen por la proximidad del país vecino y los acuerdos comerciales, nos indican que nuestras cifras de exportación al Perú son del 5%, mientras que el total de las importaciones de Perú al Ecuador es de tan solo el 2%.

GRÁFICO No. 13 PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES PARA EL PERÚ



Fuente: Trade Map

2.7.7 Principales productos de importación del Perú

Entre los 15 principales productos que el Perú importa están: el petróleo y sus derivados, vehículos, maíz duro, celulares, volquetes, computadoras, monitores y proyectores, los que ofrecen un gran dinamismo en las importaciones y promete generar un aumento en ventas.

TABLA No. 18 PRINCIPALES PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN DEL PERÚ

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR PERU								
Miles USD FOB								
Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA	Partic. % 2012
2709.00	ACEITES CRUDOS DE PETROLEO O DE MINERALES BITUMINOSOS.	3,376,820	2,210,023	2,689,484	3,642,450	3,672,060	2.12%	8.71%
2710.19	OTROS ACEITES DE PETRÓLEO Y PREPARACIONES	1,618,218	646,094	1,248,437	1,934,026	2,066,009	6.30%	4.90%
8703.23	VEHICULOS AUTOMOVIL TRANSPORTE PERSONAS DE CILINDRADA SUPERIOR A 1500	476,686	407,593	624,679	738,058	1,029,011	21.21%	2.44%
8517.12	TELÉFONOS, INCLUIDOS LOS TELÉFONOS MÓVILES (CELULARES) Y LOS DE OTRAS REDES INALÁMBRICAS.	699,826	325,299	395,174	543,414	659,451	-1.47%	1.56%
1005.90	LOS DEMAS MAICES	401,194	313,533	439,194	613,765	553,309	8.37%	1.31%
2304.00	TORTAS Y DEMAS RESIDUOS SOLIDOS DE LA EXTRACCION DEL ACEITE DE SOYA	314,734	346,776	377,449	412,707	531,748	14.01%	1.26%
1001.99	TRIGO Y MORCAJO (EXC. LAS DE SIEMBRA PARA LA SIEMBRA, Y EL TRIGO DURO)	-	-	-	-	505,547	-	1.20%
8703.22	VEHICULO AUTOMOVIL TRANSPORTE PERSONAS DE CILINDRADA SUPERIOR A 1000 C	248,000	208,964	311,315	318,138	480,870	18.00%	1.14%
8471.30	MAQUINAS AUTOMATICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS DIGITAL	175,511	206,036	259,293	418,877	442,443	28.01%	1.05%
8528.72	MONITORES Y PROYECTORES, QUE NO INCORPOREN APARATO RECEPTOR DE TELEVISION.	192,924	156,953	288,448	382,559	431,303	22.28%	1.02%
8704.21	LOS DEMAS VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS	267,284	139,985	305,513	327,643	422,074	12.10%	1.00%
8704.23	VEHICULO AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS DE PESO TOTAL	221,440	118,046	257,294	365,000	420,739	17.41%	1.00%
1507.10	ACEITE DE SOJA EN BRUTO, INCLUSO DESGOMADO.	324,111	211,934	314,553	388,054	413,087	6.25%	0.98%
8704.10	PROYECTADOS USAR FUERA DE LA RED DE CARRETERA.	78,067	133,539	184,291	168,603	382,655	48.79%	0.91%
8702.10	VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANSPORTE DE PERSONAS CON MOTOR DE EMBOLO	224,897	152,004	262,037	332,961	354,980	12.09%	0.84%
Demás productos		21,333,091	16,292,957	22,073,312	27,160,837	29,779,022	8.70%	70.66%
Todos los productos		29,952,803	21,869,736	30,030,471	37,747,092	42,144,308	8.91%	100.00%

Fuente: Trade Map

2.7.8 Comercio bilateral Perú y Ecuador

Ecuador y Perú mantienen acuerdos de comercio bilateral, el más importante es la CAN, que ofrece que en materia de exportaciones, cualquiera de las partes podrá acceder al 0% de arancel, si los productos son originarios del país de procedencia.

El Ecuador se encuentra en el cuarto puesto entre los países importadores al Perú, existiendo un mercado potencial por la proximidad geográfica y los beneficios de fácil acceso, debido a la CAN.

Además podemos destacar que el Ecuador exporta al Perú un 5%, mientras que las exportaciones de Perú al Ecuador son solo del 2%.

2.7.9 Balanza comercial bilateral entre Ecuador y Perú

En el período del 2008 al 2012, las exportaciones de Ecuador hacia Perú han aumentado y el año de mayor valor monetario fue el 2012 con USD \$1 991 millones valor FOB, mientras que el menor fue en el año 2009 debido a la crisis internacional que atravesamos.

De igual forma, en el Perú durante el mismo período, hubo un aumento paulatino y también se vio afectada en el año 2009 debido a la crisis mundial registrada. Ese año la cifra más baja fue de USD \$625 272 millones valor FOB y la más alta, en el 2011, con USD \$1 096 millones valor FOB.

Podemos concluir que las exportaciones del Ecuador hacia Perú son mayores a las importaciones del Perú hacia Ecuador. Por lo tanto, nuestro país en cifras, se ve favorecido en sus ingresos por las exportaciones en relación con ese país, beneficiándose del acuerdo comercial vigente, además nuestra balanza comercial es positiva con respecto a nuestro país vecino.

Debemos tomar en cuenta que es prioritario dinamizar e incentivar las exportaciones Ecuador-Perú, con miras a que nosotros ofertamos mayor cantidad de productos que ellos están dispuestos a adquirir, esto permite que se ingrese más divisas al Ecuador y ha quedado demostrado que a pesar del cambio de moneda, no es un impedimento para las exportaciones, porque de igual modo existe un aumento.

TABLA No. 19 BALANZA COMERCIAL BILATERAL ENTRE ECUADOR Y PERÚ

BALANZA COMERCIAL ECUADOR - PERÚ							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA 2008 - 2012
Exportaciones	1,731,042	939,436	1,335,590	1,766,270	1,991,585	383,395	3.57%
Importaciones	544,668	625,272	977,643	1,096,033	1,087,948	193,464	18.88%
Balanza Comercial	1,186,375	314,164	357,947	670,237	903,637	189,931	-6.58%

Fuente: BCE

2.7.10 Exportaciones de productos del Ecuador hacia el Perú

De la lista de los 15 productos de exportación del Ecuador hacia el Perú, la mayor concentración está enfocada en el petróleo crudo, los atunes en conserva, tableros, cocinas de combustibles gaseosos, minerales de cobre, etc.

Lo que no está relacionado con el petróleo ni la minería, encontramos los productos con valor agregado como manufacturas en base a metal, maderas y otros, pesca procesada, pro-

ductos químicos, grasas vegetales y alimentos para animales, son los más demandados y de importancia para el Perú.

TABLA No. 20 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA EL PERÚ

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA PERÚ									
Miles USD FOB									
Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA	Partic. % 2012
2709.00.00.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO.	1,480,066	724,534	1,065,880	1,434,865	1,651,927	314,015	2.78%	82.95%
1604.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	9,952	9,794	18,247	20,263	37,468	10,930	39.30%	1.88%
4410.19.00.00	LOS DEMÁS TABLEROS DE PARTICULAS DE MADERA.	18,243	18,706	20,453	27,676	29,761	5,391	13.02%	1.49%
7321.11.19.00	LAS DEMÁS COCINAS DE COMBUSTIBLES GASEOSOS	26,564	21,187	23,095	16,442	23,760	3,398	-2.75%	1.19%
2603.00.00.00	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS.	3,848	3,081	6,784	13,225	14,349	1,845	38.97%	0.72%
2616.90.10.00	MINERALES DE ORO Y SUS CONCENTRADOS	-	1,259	9,244	13,898	11,979	1,276	-	0.60%
3824.90.99.90	LOS DEMÁS PREPARACIONES AGLUTINANTES PARA MOLDES	2,308	4,942	653	549	10,769	-	46.97%	0.54%
3303.00.00.00	PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR	5,611	4,191	3,362	1,401	7,131	850	6.17%	0.36%
2716.00.00.00	ENERGÍA ELÉCTRICA	-	-	-	1,038	6,952	-	#DIV/0!	0.35%
2309.90.90.00	OTRAS PREPARACIONES PARA LA ALIMENTACION DE ANIMALES, LAS DEMÁS EXCEPTO PARA PERROS O GATOS	4,444	3,962	4,437	5,690	6,517	1,842	10.05%	0.33%
1805.00.00.00	CACAÓ EN POLVO SIN ADICIÓN DE AZÚCAR NI OTRO EDULCORANTE.	398	349	835	1,474	5,385	219	91.76%	0.27%
7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	-	276	1,674	5,626	5,334	460	#DIV/0!	0.27%
8418.10.30.00	COMBINACIONES DE REFRIGERADOR Y CONGELADOR CON PUERTAS EXTERIORES SEPARADAS, DE VOLUMEN SUPERIOR O IGUAL A 269 L PERO INFERIOR A 382 L	6,774	5,809	9,164	7,825	4,728	933	-8.60%	0.24%
6401.92.00.00	CALZADO IMPERMEABLE QUE CUBRAN EL TORILLO SIN CUBRIR LA RODILLA	4,578	3,416	3,443	5,119	4,574	1,027	-	0.23%
4818.40.10.00	PANALES PARA BEBÉS	2,358	1,667	1,690	1,922	4,533	2	17.75%	0.23%
	Demás productos	165,899	136,254	166,630	209,258	166,420	41,237	0.08%	0.36%
	Todos los productos	1,731,042	939,436	1,335,590	1,766,270	1,991,585	383,395	3.57%	100.00%

Fuente: BCE

2.8 MERCADO PERÚ –TUMBES

FIGURA No. 20 MAPA PERÚ-TUMBES



Fuente: Wikipedia

“Tumbes limita por el norte con Ecuador y el Océano Pacífico, por el este con Ecuador, por el sur con Piura y Ecuador y por el oeste con el océano Pacífico.

FIGURA No. 21 TUMBES



Fuente: Blogspot Tumbes

“El departamento de Tumbes se encuentra localizado en la parte nor occidental del país, en el límite con el país de Ecuador.

“Tumbes cuenta con una superficie territorial de 4,669 Km² incluyendo 12 km² de isla oceánica.

“Tumbes posee una estructura productiva de tipo primario-exportador, basada en una agricultura intensiva que aprovecha todas las tierras húmedas o de regadío”.⁸

“El cultivo principal y el que proporciona una rentabilidad más elevada es el maíz. También se encuentran muy extendidos el tabaco, arroz, algodón, plátano, camote y frutales.

“Durante muchos años la agricultura se complementa con otras actividades del sector primario, como la pesca y la explotación forestal. El mar territorial de Tumbes y la zona de esteros cuentan con una gran cantidad de crustáceos, moluscos, cefalópodos y peces, que hacen de la pesca una actividad dinámica y rentable. De los bosques se obtiene principalmente carbón de palo, considerado como el mejor del Perú. Cuenta con ganado vacuno y caprino.

“En toda la zona costera existen yacimientos de petróleo y en Zorritos funciona un complejo petrolífero dedicado básicamente a trabajos de refino. Sus principales recursos mineros,

⁸ www.tumbes.com

el petróleo y el gas. Además posee yacimientos de minerales no metálicos como carbón, bentonita, sal, yeso y alumbre.

“Los atractivos turísticos de Tumbes son por igual naturales e históricos. El conjunto arquitectónico Cabeza de Vaca compite con el Santuario Nacional Manglares de Tumbes y el Parque Nacional Cerros de Amotape, dos bellos espacios protegidos. Aunque el departamento de Tumbes cuenta con diversas reservas naturales no todas son usadas adecuadamente, por lo que su desempeño económico no ha logrado cubrir las expectativas, quedando como la octava economía del país sin un crecimiento sostenible, a pesar que se dedica a la exportación y a la industria energética, además de su creciente industria de turismo y hotelera que ha ganado un lugar entre los sitios más visitados”.⁹

2.8.1 POBLACIÓN

“La Población Económicamente Activa (PEA) de 14 y más años de edad, según INEI al año 2007 es de: Hombre 55,256 y Mujer 21,549, haciendo un total de 76,805 personas; la población Económicamente Activa Ocupada (PEAO) asciende a 72,925 personas, quienes laboran principalmente en pesca, agricultura, comercio, transportes y comunicaciones y servicios.

“Las mujeres representan el 48.2% de la población en el departamento de Tumbes, al norte del país. En el departamento de Tumbes, el 64.6% de las mujeres tiene edad para trabajar, se considera como población en edad de trabajar a aquellas mujeres entre los 14 a 64 años de edad”.¹⁰

Teniendo en cuenta las estadísticas de la ciudad de Tumbes, observamos que la población estimada para el año 2013 es de 109.083, siendo el total de hombres de 59.112 que representa el 54%, el total de las mujeres es de 49.971 que representa el 46%, por lo tanto, de la población existente de hombres y mujeres no existe un margen de diferencia representativo.

⁹ www.conadisperu.gob.pe

¹⁰ www.conadisperu.gob.pe

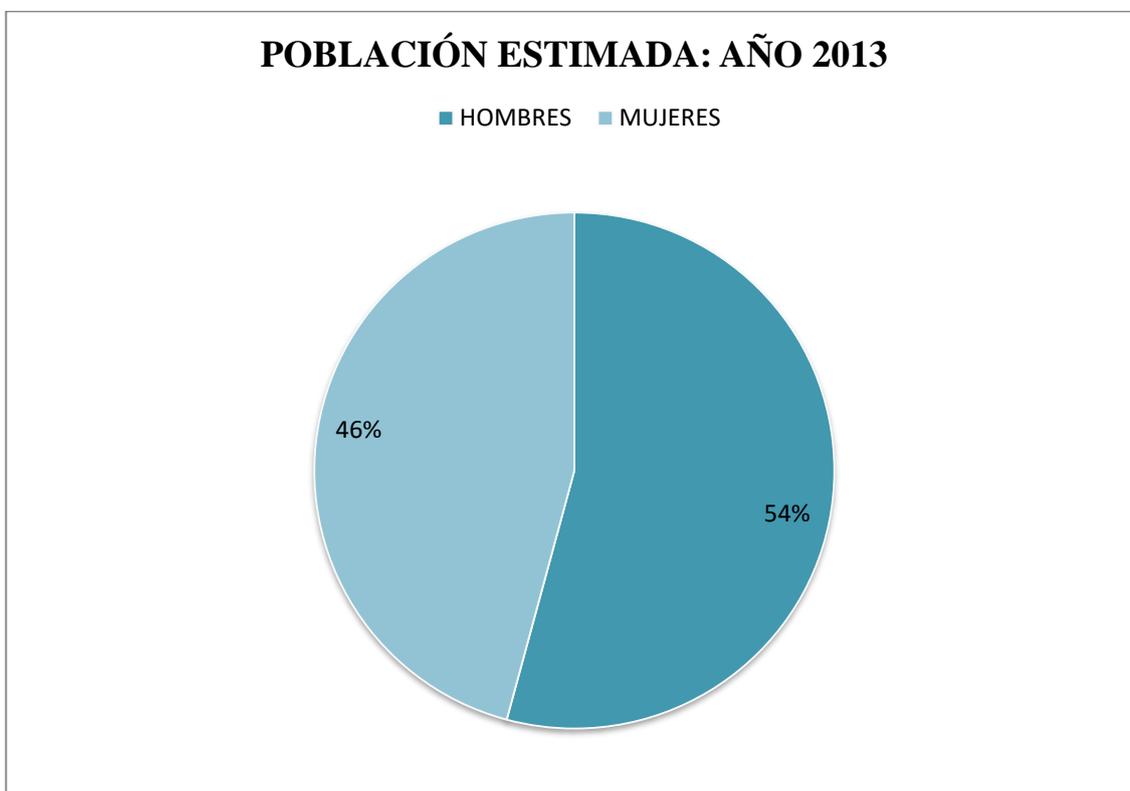
TABLA No. 21 POBLACIÓN ESTIMADA TUMBES

POBLACIÓN ESTIMADA

DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO	2012			2013			2014			2015		
	Total	Hombre	Mujer									
TUMBES	228,227	123,793	104,434	231,480	125,533	105,947	234,638	127,216	107,422	237,685	128,833	108,852
TUMBES	159,548	86,046	73,502	161,257	87,000	74,257	162,879	87,905	74,974	164,404	88,756	75,648
TUMBES	107,698	58,292	49,406	109,083	59,112	49,971	110,415	59,906	50,509	111,683	60,663	51,020

Fuente: Conadis Perú

GRÁFICO No. 14 POBLACIÓN 2013 TUMBES



Elaborado por: Mónica Torres

2.9 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

2.9.1 Variables geográficas

La empresa Nutricereales es una industria ecuatoriana, que ha detectado un mercado accesible debido a los acuerdos comerciales existentes entre Ecuador-Perú, también por la facilidad del ingreso de nuestros productos, los beneficios que brindan el pertenecer a la CAN y ALADI, por esa y otras razones más, se ha propuesto un plan de exportación a la ciudad de Tumbes de la República del Perú, por el fácil acceso por la vía terrestre, por el bajo costo del transporte en Ecuador, por la logística debido a que existen un tiempo de distancia de 7 horas a la ciudad de Huaquillas-Ecuador, frontera con Perú, de ahí la movilización a la ciudad de Tumbes, destino final, es de tan solo 30 minutos.

2.9.2 Variables demográficas

La empresa ecuatoriana Nutricereales se ha enfocado en analizar el mercado al que va dirigido el producto, que va orientado a las mujeres de 22 años en adelante, pues ellas al trabajar en forma igualitaria que los hombres, se preocupan por un estilo de vida saludable y el consumo de productos de bajo contenido en grasas. Son las encargadas de comprar todos los productos de consumo para sus hogares y las más interesadas en satisfacer las necesidades dietarías/ nutricionales del hogar, para que su familia tenga una dieta balanceada en cuanto a cereales y para el buen rendimiento escolar de sus hijos.

También se analizó:

- ❖ **Clase Social:** Baja-media
- ❖ **Valores:** Familiar.
- ❖ **Sexo:** Femenino.
- ❖ **Edad:** Personas de toda edad.
- ❖ **Actividad:** Estudiantes, empleadas, profesionales, empresarias, deportistas.

2.9.3 Variables psicográficas

Estamos en una época donde lo saludable se encuentra en auge y existe una demanda de los productos 100% sin perseverantes. Las mujeres son analíticas en cuanto a los productos de consumo diario, se rijan a una dieta que no contenga aditivos, ni colorantes, ni ingredientes dañinos para la salud. Buscan productos que sean de libre acceso en el mercado, que les ofrezcan beneficios para su salud en cuanto a dieta y bajos en grasa y que, además, sus niños puedan consumir productos saludables.

2.10 ESTUDIO DE MERCADO

La granola es el producto que ofrece la empresa Nutricereales a todos sus clientes de todas las edades: niños, jóvenes y adultos.

El estudio de mercado fue realizado en la ciudad de Tumbes-Perú, específicamente fue dirigido a las mujeres de 22 años en adelante, pues como ya se indicó anteriormente, son las encargadas de adquirir todos los productos para el consumo de la familia y las interesadas en satisfacer las necesidades dietarias/ nutricionales del hogar.

Las encuestas que se realizaron tuvieron una duración de 2 meses para poder obtener resultados, se las realizó en Tumbes, que se encuentra a 30 km de la frontera.

Se encuestó aproximadamente a 286 personas del sexo femenino a partir de los 22 hasta los 65 años.

2.10.1 Población y muestra

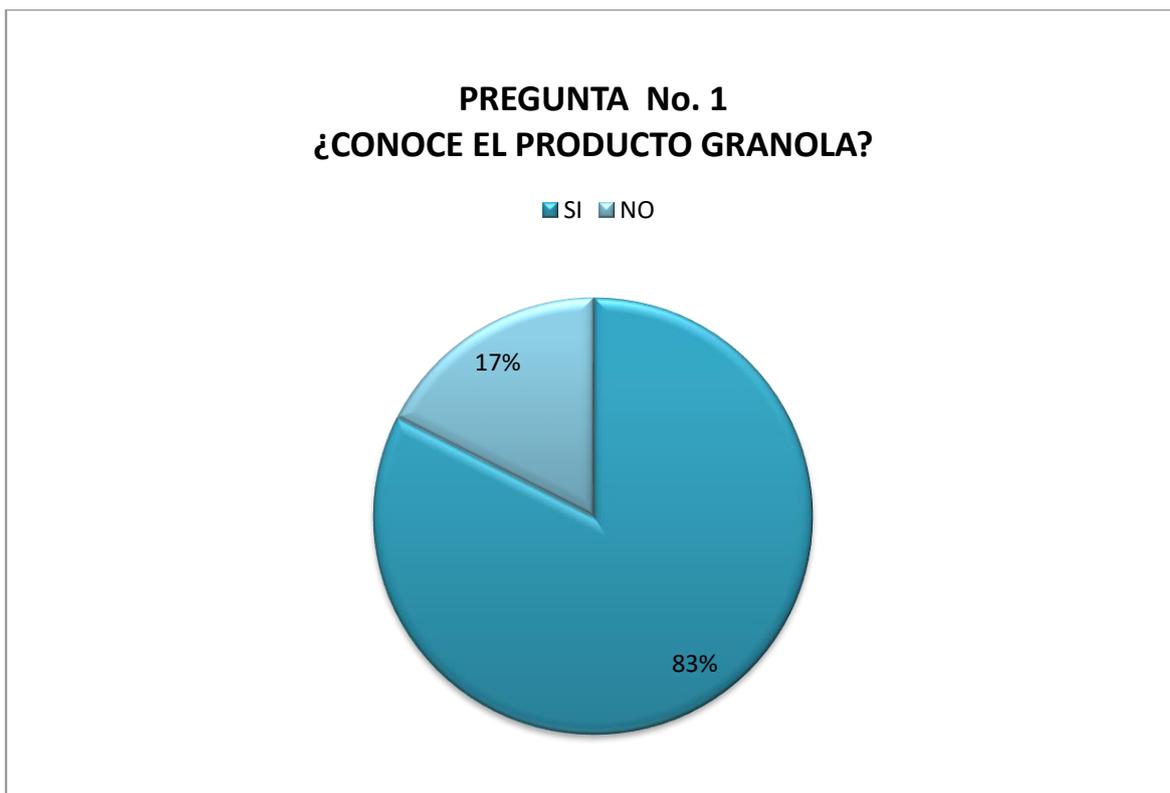
$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.25 * 0.75 * 49,971}{0,05^2 * (49,971) + 1.96^2 * 0.25 * 0.75} = 286,47$$

2.10.2 Tabulación de encuestas

Anexo 19 modelo de encuesta

GRÁFICO No. 15 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PREGUNTA No. 1



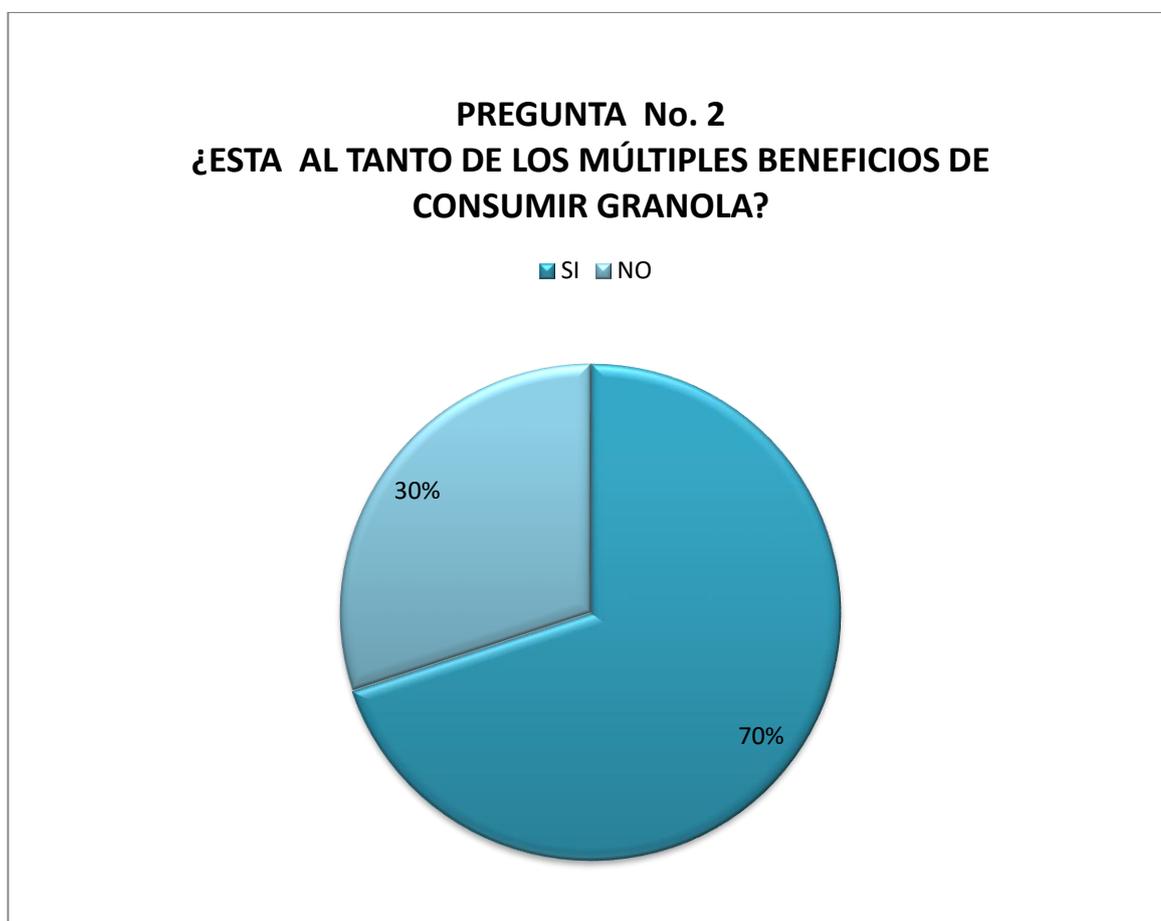
Elaborado por: Mónica Torres

SI	236
NO	50
TOTAL	286

Análisis:

De 286 mujeres encuestadas, 236 afirmaron conocer este producto que equivale al 83%, solo 50 mujeres no conocen este producto, esto equivale al 17%, las que se mostraron interesadas en degustarlo debido a su total desconocimiento.

GRÁFICO No. 16 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PREGUNTA No. 2



Elaborado por: Mónica Torres

SI	200
NO	86
TOTAL	286

Análisis:

De 286 mujeres encuestadas, 200 de ellas afirmaron conocer los beneficios que brinda el consumo de granola, por eso lo consumen de manera regular, esto representa el 70%. 86 personas no conocen los múltiples beneficios de su consumo, siendo el 30% de las encuestadas, por lo tanto, es indispensable hacer conocer los aportes alimenticios de su consumo.

GRÁFICO No. 17 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PREGUNTA No. 3



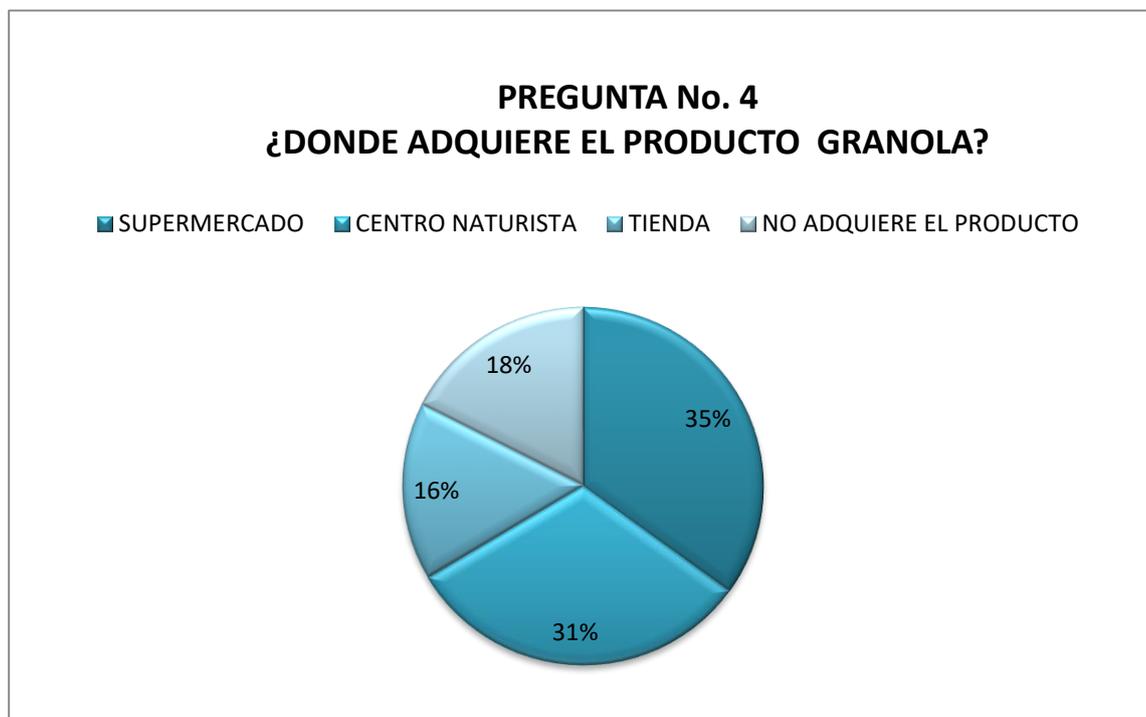
Elaborado por: Mónica Torres

UNA VEZ A LA SEMANA	146
UNA VEZ AL MES	90
NUNCA	50
TOTAL	286

Análisis:

De 286 mujeres encuestadas, 146 confirman su consumo regular de granola una vez a la semana, equivalente al 51% que representa la mitad de las encuestadas, 90 personas consumen este producto una vez al mes que es el 31%, demostrando que existe un consumo y el conocimiento de que existe el producto en el mercado. Finalmente tenemos que 50 mujeres, que es el 18%, no lo consumen porque tienen total desconocimiento de que existe el producto y los múltiples beneficios que ofrece.

GRÁFICO No. 18 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PREGUNTA No. 4



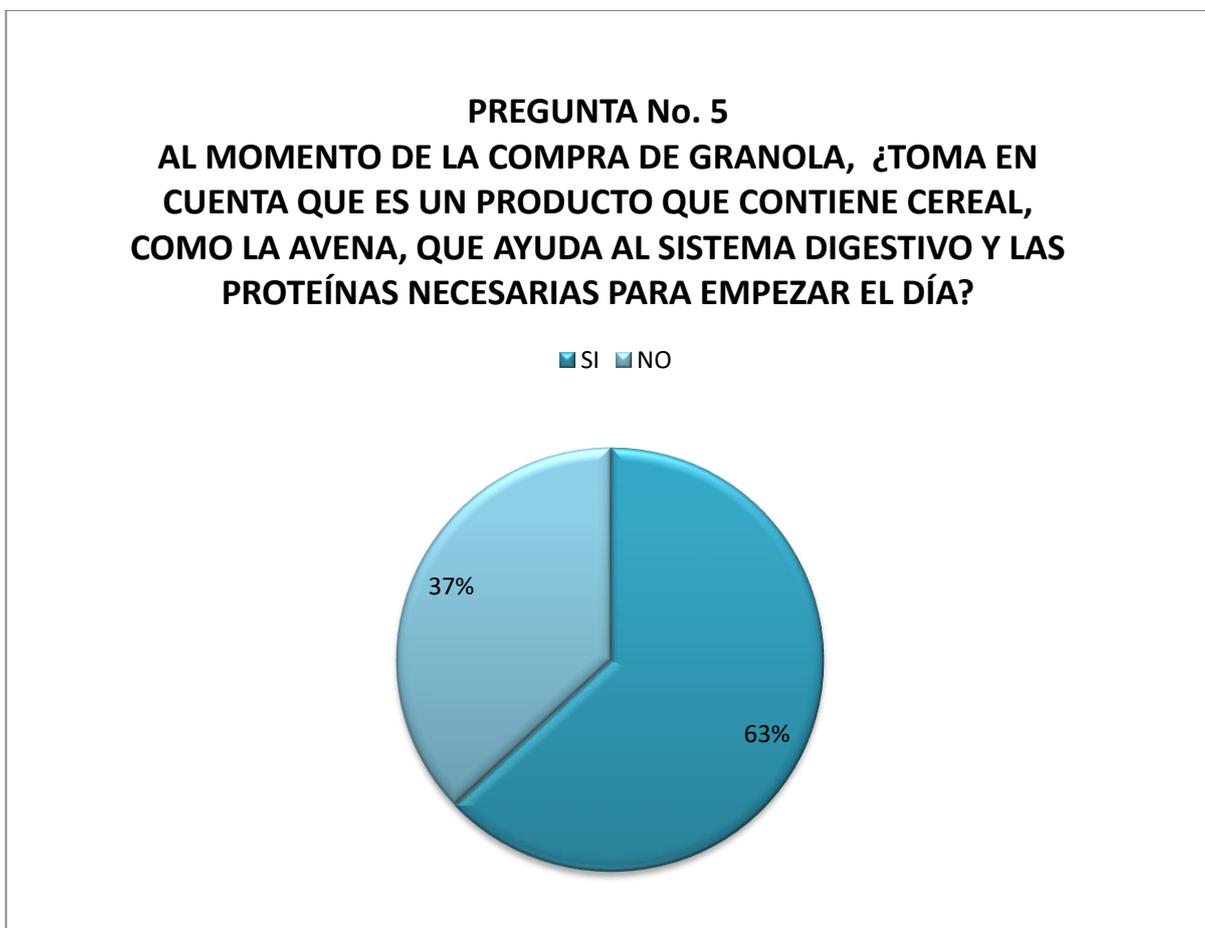
Elaborado por: Mónica Torres

SUPERMERCADO	100
CENTRO NATURISTAS	90
TIENDA	46
NO ADQUIERE EL PRODUCTO	50
TOTAL	286

Análisis:

De 286 mujeres encuestadas, 100 de ellas adquieren este producto en el supermercado, representan el 35% de todas las encuestadas, 90 compran la granola en los centros naturistas, es el 31%. 46 mujeres que representan el 16% realizan sus compras en la tienda y las 50 restantes, que representa el 18%, no compran granola porque tienen desconocimiento de que existe el producto en el mercado.

GRÁFICO No. 19 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PREGUNTA No. 5



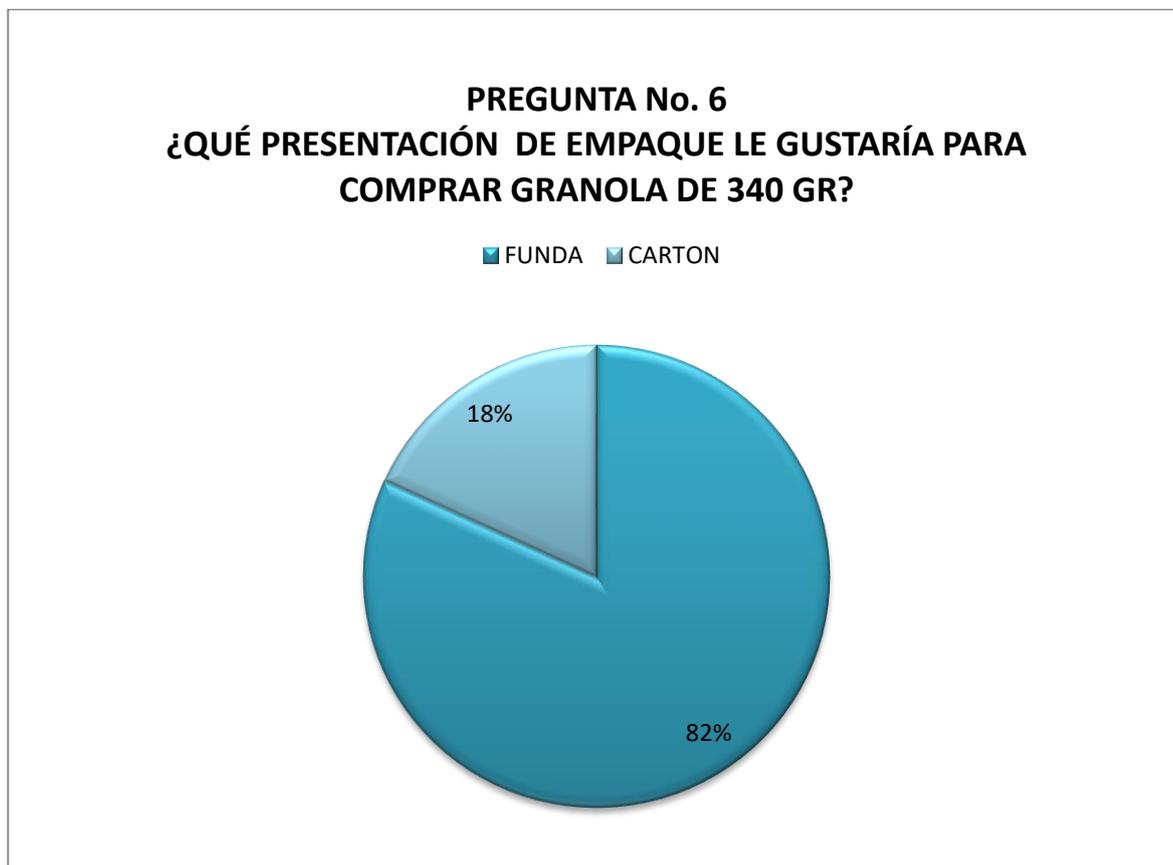
Elaborado por: Mónica Torres

SI	189
NO	97
TOTAL	286

Análisis:

De 286 mujeres encuestadas, 189 toman en cuenta los beneficios que contiene la granola al momento de consumirla, es el 63%, las 97 mujeres restantes que representan el 37% tienen desconocimiento de que existe el producto y que ofrece múltiples beneficios al momento de consumirlo.

GRÁFICO No. 20 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PREGUNTA No. 6



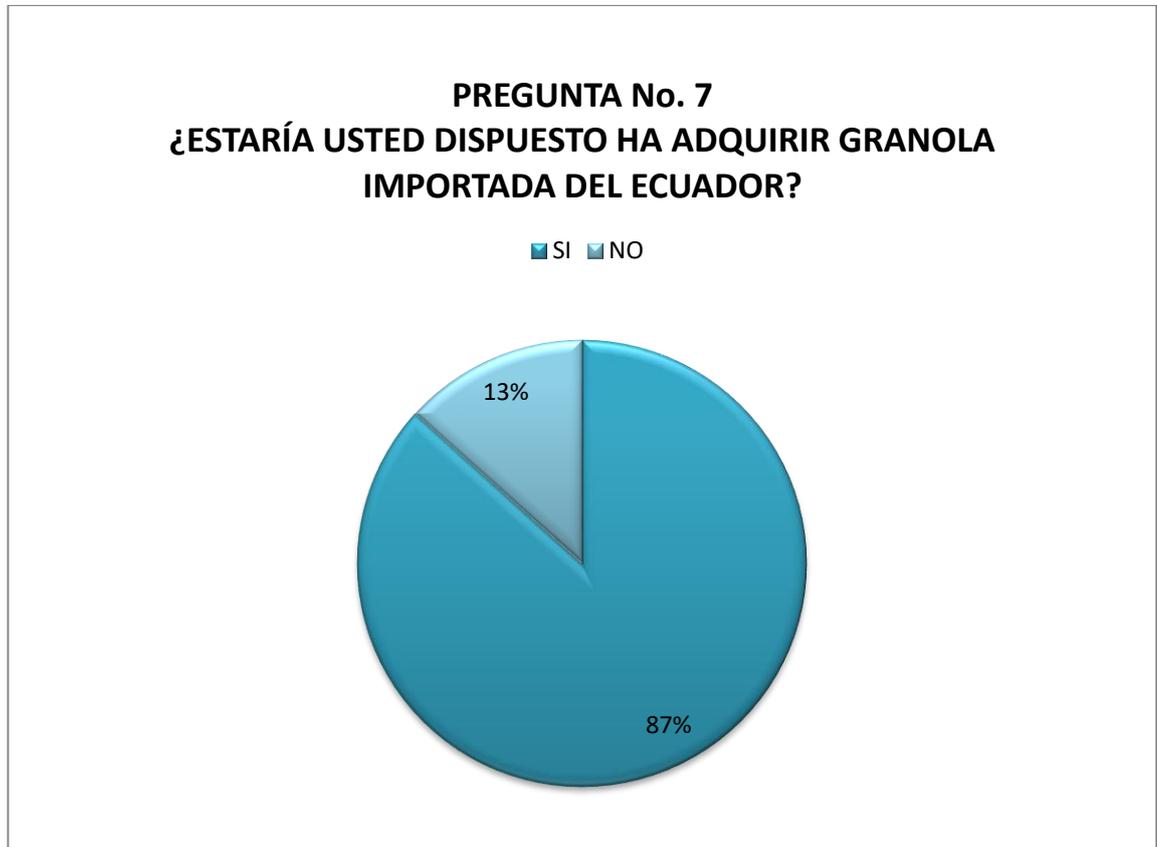
Elaborado por: Mónica Torres

FUNDA	234
CARTÓN	52
TOTAL	286

Análisis:

De 286 mujeres encuestadas, 234 les gustaría adquirir el producto granola de preferencia en el empaque de funda, es el 82% que representa a la mayoría de las encuestadas, el restante de 52 mujeres que representan el 18%, preferirían que se venda en un empaque de cartón.

GRÁFICO No. 21 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PREGUNTA No. 7



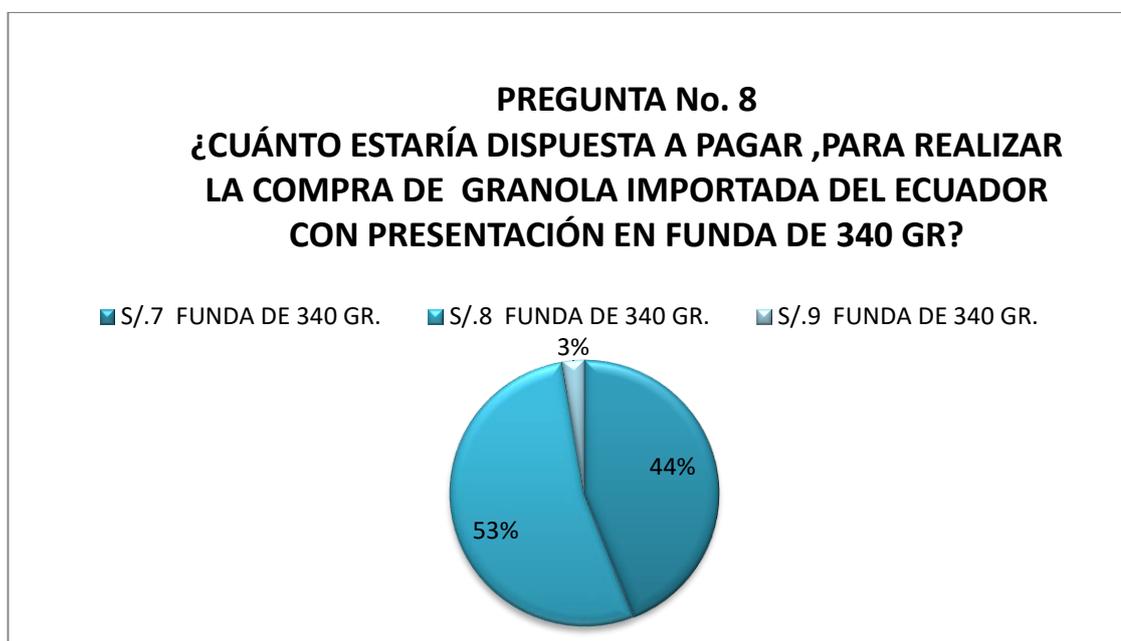
Elaborado por: Mónica Torres

SI	248
NO	38
TOTAL	286

Análisis:

De 286 mujeres encuestadas, 248 que representa el 87%, la mayoría nuevamente, les gustaría comprar el producto granola importada desde el Ecuador; de 38 mujeres que representan el 13%, prefieren no adquirir el producto ecuatoriano por falta de conocimiento de la calidad de la granola, pero la mayoría de las encuestadas estarían dispuestas a comprar granola de Ecuador.

GRÁFICO No. 22 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA PREGUNTA No. 8



Elaborado por: Mónica Torres

S/. 7 FUNDA DE 340 GRAMOS	160
S/. 8 FUNDA DE 340 GRAMOS	132
S/. 9 FUNDA DE 340 GRAMOS	8
TOTAL	286

Nota: S/. Este signo representa a la moneda peruana Soles que circula en Tumbes.

Análisis:

De 286 mujeres encuestadas, 160 estarían dispuestas a adquirir este producto a un precio de S/.7 la funda de 340 gramo, es el 53 %; 132, que es el 44%, preferirían comprar el producto a S/.8 la funda de 340 gramos y las 8 mujeres restantes, que representan el 3%, comprarían la funda de 340 gramos al precio más alto: S/.9.

Por lo tanto, el momento de analizar precios, debemos tomar en cuenta que el costo es muy importante para nuestros clientes, los precios preferentes son entre S/.7 y S/.8 por la funda de 340 gramos.

CAPÍTULO III

3. PROCESO DE EXPORTACIÓN

3.1. PLAN DE EXPORTACIÓN

El plan de exportación es una guía, la cual se realiza con el objetivo de dar a conocer todos los pasos para realizar la exportación, con el fin de internacionalizarse a Perú-Tumbes y de conocer todos los aspectos como costos, logística, trámites pertinentes, término de negociación, formas de cobro y las características de los envases, empaques, conocer el potencial de la empresa para un posterior préstamo y así aumentar su capacidad de producción.

Además el análisis de la viabilidad del proyecto para la empresa Nutricereales, en cuanto a exportación, con esta investigación les daremos todas las herramientas necesarias para que en el futuro se haga práctica la exportación y este sondeo les sirva de base para la decisión de hacerlo.

3.2 OBJETIVOS DEL PLAN DE EXPORTACIÓN

3.2.1 Objetivo General

Formular un plan de exportación de granola para la empresa productora “Nutricereales” ubicada en la ciudad de Riobamba provincia Chimborazo hacia el mercado de Perú – Tumbes, con un incremento del 33,40 % de su capacidad de producción actual de 8 toneladas anuales obteniendo una margen de utilidad del 37% sobre el valor a exportarse.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Especificar la organización el proceso de producción, canales de distribución y producción mensual de granola de la Empresa “Nutricereales” identificando cada una de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- Efectuar un estudio al mercado Perú –Tumbes.
- Delimitar un plan de exportación de granola al mercado de Perú –Tumbes.
- Valuar la factibilidad financiera para la ejecución del proyecto de exportación.

3.3 REQUISITOS QUE NECESITA CUMPLIR LA EMPRESA NUTRICEREALES PARA LA EXPORTACIÓN

3.3.1 Registro Único del Contribuyente

En el Ecuador, la entidad de Servicios de Rentas Internas (SRI) es la única autorizada para emitir el Registro Único del Contribuyente (RUC) para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica, también la constancia de las obligaciones tributarias que se generen de ellas, su identificación es de trece (13) números.

La empresa Nutricereales dispone del RUC N° 1204854697001 en el cual se debe especificar todas las actividades económicas que realiza, además si está prospectado a exportar, tiene que incluir ese rubro.

3.3.2 Certificado Digital para la firma electrónica o TOKEN

FIGURA No. 22 TOKEN



Fuente: Pro Ecuador

A partir del 26 de enero de 2011, entró en vigencia el uso del Token, es un dispositivo móvil donde se almacena el certificado de firma electrónica, de esta manera se evita una posible falsificación o adulteración, además brinda seguridad en cuanto a la autenticidad del usuario. Cada empresa debe disponer de este dispositivo que tiene la forma de un USB, y es tramitado en el Banco Central del Ecuador (BCE), quien es la única entidad encargada de emitir el mismo, ya sea para exportaciones o importaciones, y es un requisito indispensable y obligatorio para ingresar al sistema ECUAPASS.

Pasos para el proceso de la solicitud del token:

1. Entrar a la página web del Banco Central del Ecuador (BCE) www.bce.fin.ec
2. Dar clic en “Certificación Electrónica” y se abre la página <http://www.eci.bce.ec/>
3. Dar clic en “Firma Electrónica”

4. Dar clic en “registro empresa u organización” aquí aparece una advertencia antes de llenar los campos solicitados que nos aclara que los documentos a ser presentados deben estar escaneados en formato PDF, como son la copia de RUC de la empresa u organización, copia de nombramiento del representante legal, (de existir delegación subir adjunto el poder notariado en PDF) y la copia de cédula o pasaporte a color.

5. Llenar los campos solicitados, adjuntar los requisitos del paso 4 y luego esperar la confirmación del registro y aprobación en la cuenta de la empresa a nuestro correo electrónico.

Las formas de pago pueden ser por cancelación en efectivo en ventanilla del BCE o por transferencia interbancaria a las cuentas principales en Quito o sucursales de Guayaquil o Cuenca, donde se efectúe el pago se retirará el dispositivo. Para la confirmación del pago (Aduana del Ecuador, s.f.) se debe enviar por correo electrónico o medio físico una copia del comprobante de pago, donde conste el número de referencia de transferencia, SPI, nombre de la empresa o de la persona natural y número de oficio de solicitud (opcional), todo esto lo realizamos para la posterior inscripción y la entrega del token (Clave y Dispositivo) del respectivo usuario.

Las tarifas de los certificados de firma electrónica de acuerdo a la Resolución No.BCE-003-2012, son las siguientes:

TABLA No. 22 COSTO DEL TOKEN

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Token)	\$ 33,20
Dispositivo Portable Seguro (Token)	\$ 39,20
TOTAL	\$ 72,80
Renovación del Certificado (válido por 2 años)	\$ 22,40

Fuente: Certificación Electrónica-Banco Central del Ecuador

3.3.3 Registro en el portal ECUAPASS

El nuevo sistema aduanero ECUAPASS, que empezó su funcionamiento el 15 de octubre del 2012, permite la facilidad en cuanto a los trámites aduaneros tanto de exportación como de importación con el fin de que exista transparencia en el comercio, una reducción considerable del uso de papel y un control adecuado en las operaciones aduaneras.

Para poder tener acceso al sistema se debe ingresar como usuario, en este caso la empresa ya debe poseer la firma digital (token) y luego su posterior registro en el sistema ECUAPASS, ya sea como exportador o importador.

Pasos para el registro en el ECUAPASS:

1. Ingreso a la página web www.ecuapass.aduanas.gob.ec
2. Clic en solicitud de uso.
2. Poner el usuario y su contraseña.
4. Al momento se creará un correo electrónico para la recepción de las notificaciones.
5. Poner la identificación única de certificado digital para la elección del tipo de certificado.
6. Con los 5 pasos anteriores ya está registrado en el sistema ECUAPASS, el mismo sistema le indica que debe dirigirse al modo de ventanilla única ecuatoriana.

3.4 DOCUMENTOS NECESARIOS PARA LA EXPORTACIÓN

3.4.1 Contrato Internacional

El primer paso, antes de empezar los trámites de exportación, es el acuerdo entre el importador con el exportador, poniendo cada una de las partes en evidencia en un contrato formal firmado, que se sea de preferencia por escrito (telefax, fax, etc.) en donde se pueda evidenciar cuáles serán las reglas a seguir y respetarse.

Aquí se incluirán las condiciones de transporte, seguro y entrega, términos de pago, así como el tipo de cotización del INCOTERMS a utilizarse para conocer las responsabilidades y obligaciones, tanto del exportador como del importador.

En el contenido del contrato es importante tener en cuenta algunos puntos básicos sobre los cuales se quedará de acuerdo entre las partes, de esta manera se puede tener una exportación sin ningún nivel de reclamos.

- ✚ Descripción del producto.
- ✚ Validez de la oferta.
- ✚ Descripción del embalaje, etiquetado, empaque de como ira marcado y rotulado.
- ✚ Modo de transporte a usarse.
- ✚ Tiempo de entrega.
- ✚ Si existe garantía de la mercancía.
- ✚ Incoterms.
- ✚ Precio.
- ✚ Moneda de pago.
- ✚ Instrumento de pago.

3.4.2 Factura comercial original

La factura comercial, ya sea en cuanto a exportación o importación, tiene que ser obligatoriamente un documento original, que será emitido por el vendedor o dicho de otra manera, por el exportador de las mercaderías, pues este documento ayudará posteriormente al control aduanero pertinente para tener claro el valor de las mismas. Esto quiere decir que la factura no debe tener ningún deterioro o daño, por lo que es recomendable que el contenido de la factura sea impresa, para ser presentada de manera clara y legible; además, debe estar en el idioma de acuerdo al país de destino para los trámites aduaneros.

La factura comercial tanto para exportación como importación, debe contener como mínimo la fecha de expedición y el número de factura, los datos del exportador conteniendo su nombre y dirección, los datos del importador, descripción de la mercadería, cantidad, precio unitario y total, moneda en la cual se realizará la transacción, forma de pago y plazo, el lugar y las condiciones de entrega estipulado por el INCOTERMS que pactaron de mutuo acuerdo el exportador y el importador. Anexo 20.

3.2.2 DAE (Declaración Aduanera de Exportación)

Para iniciar una exportación se debe llenar el formato electrónico la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), en el nuevo sistema ECUAPASS, esto se lo realiza previo al embarque, esto representa la formalidad de la transacción comercial a realizarse por parte del exportador y las obligaciones que se generen con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

Los datos del exportador o persona que haga la declaración son: descripción de mercancía por ítem de factura, datos del consignante, destino de la carga, cantidades, peso y demás datos relativos a la mercancía. Anexo 21.

3.4.3 Lista de empaque

La lista de empaque o llamada en inglés Packing List, es un documento que acompaña a la factura comercial y es elaborada por el exportador, debe emitirse como un documento original generado por la empresa con hoja membretada, en la cual contendrá:

- ✚ Datos del exportador
- ✚ Datos del importador
- ✚ Lugar y fecha de emisión
- ✚ Descripción de la mercadería
- ✚ La cantidad exacta de los artículos contenidos en cada una de las cajas y el número de cajas.
- ✚ El peso de la mercancía a ser exportada. En este desglose debe considerarse el peso y volumen exacto (describir el tipo de empaque y embalaje utilizados).
- ✚ Indicar la medida de los bultos ya que en algunos casos el flete es cotizado de acuerdo a la relación peso-volumen-valor del empaque.
- ✚ Modo de embarque
- ✚ Firma y sello del exportador

La lista de empaque conjuntamente con la factura comercial es entregada al transportista, sirve para la verificación de la mercancía con la finalidad de informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería por dos razones: la primera es para el pago del flete, (las empresas de transportes cobran en relación a peso-volumen), esto quiere decir que si el peso es mayor al volumen nos cobran por peso o viceversa, si el volumen es mayor al peso, nos cobran por volumen; cada empresa de transportes tiene su propia política de tarifas.

La segunda, es para tener una descripción detallada de cada uno de los productos incluidos. De esta forma se evita un embarque confuso, además es una manera de rápida verificación del funcionario de aduana hacia el embarque. Anexo 22.

3.4.4 Certificado de Origen

El certificado de origen no se genera en todas las exportaciones, ni es un documento obligatorio, sino que funciona solamente en el caso de que existan convenios o tratados internacionales y normas supranacionales.

Cualquier empresa del Ecuador que ofrece sus productos a otros países en materia de exportación, debe tener en cuenta qué tratados o convenios internacionales existen y con qué países pueden aprovecharlos, ya que este certificado nos indica las preferencias arancelarias existentes para favorecer a las empresas que ofrecen productos elaborados con materia prima ecuatoriana y que sean fabricadas dentro del territorio ecuatoriano, o a su vez, fabricadas con materias primas en las cuales intervengan acuerdos o tratados de los países de origen. Para estos casos, puede darse la exoneración total o parcial de tributos en la exportación.

Cabe destacar que no en todos los países con los cuales tenemos acuerdos comerciales, el documento se llama “Certificado de origen”. Este nombre consta en el acuerdo de la CAN. Con los otros acuerdos, el nombre es distinto, pero esa aclaración consta en párrafos posteriores.

En este caso, la empresa Nutricereales se beneficiaría de este certificado para su producto granola, debido a que es elaborado con materias primas ecuatorianas y parcialmente materias de origen Chileno, (avena, pasas y almendras). Su producción se lleva a cabo en la ciudad de Riobamba, que es territorio ecuatoriano. Debido a que el Ecuador mantiene un

acuerdo comercial con la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y el país al que vamos a exportar es Perú, nos exoneraríamos del pago de arancel al ingresar a ese país. El mencionado certificado es un documento original emitido por el organismo que es la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR) que se encarga de hacer estos certificados para MERCOSUR, ALADI Y CAN. Anexo 23.

3.4.4.1 Pasos para generar un Certificado de Origen

En el caso de que el exportador escogiese alguna Cámara, deberá ingresar al sistema desde el sitio web respectivo y llenar el formulario, para posteriormente retirar el certificado en físico.

Pero si es FEDEXPOR, el trámite se lo hace personalmente, con documentos originales y no por el sitio web, y si es por primera vez, debe seguir un proceso de verificación y seguimiento.

Los exportadores deben tomar en cuenta que existen varios tipos de especies o Certificados de Origen, los cuales difieren según el país de destino al que vaya dirigida la exportación.

3.4.4.2 Certificados de Origen son emitidos por organismos ecuatorianos

Los tipos de Certificados de Origen son diferentes para cada bloque económico, y por eso son diferentes para cada país.

MERCOSUR, ALADI Y CAN: los emisores son FEDEXPOR y las Cámaras.

ATPDA-Estados Unidos, SGP-Unión Europea. Para los terceros países: único emisor MI-PRO.

3.4.4.3 Requisitos para la obtención de Certificado de Origen para la CAN

El organismo que emite Certificados de Origen para la CAN es FEDEXPOR, y es el que recibe los siguientes requisitos para su emisión:

1. Copia de cédula
2. Copia del RUC

3. Carta con detalle del proceso productivo y flujograma. (Firmado y sellado por la persona responsable).
4. Lista de materia prima que intervienen en el proceso productivo y origen de las mismas.
5. Copia de facturas de proveedores de insumos.
6. Carta de autorización a la persona designada para tramitar los Certificados de Origen, firmada y adjunto debe constar la copia de cédula de la persona designada.
7. Número de la declaración jurada de origen por productos realizados en la página ECUAPASS.
8. Para empresas y agencias, este trámite es por una sola ocasión.
9. A las empresas que exportan por primera vez, se les realizará una visita técnica previo el registro.
10. Todos los documentos deben presentarlos completos, firmados y sellados, en las oficinas de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR).

3.5 FORMA DE PAGO

Son muchas las dificultades a las cuales se puede enfrentar el exportador para el pago de sus mercancías. Se corre el riesgo de que el importador sea un desconocido o que se encuentre en un país que no lo podamos localizar con facilidad, puede haber algún inconveniente de pago, ya sea por falta de solvencia o inapropiada liquidez de la institución financiera que utilizó el comprador, o a su vez simplemente porque envió la mercadería el exportador y el importador la recibe y desaparece con solo el pago parcial de las mismas, o ningún pago realizado, pero ya recibió su mercadería el importador, cualquiera que fuese el problema, para poder solventarlos existe una solución muy conveniente, a continuación la presento.

3.5.1 Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos

El Ecuador mantiene un mecanismo multilateral que es el Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Es el Convenio de pagos y créditos recíprocos que fue suscrito por los Bancos Centrales de doce países, que son: Perú, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Este es un mecanismo de compensación de pagos, el mismo es un sistema de garantías que asegura al exportador que cobrará su operación comercial.

El proceso consiste en que los Bancos Centrales de los países firmantes antes mencionados, mantienen una cuenta de compensación. Éstas cuentas se saldarán periódicamente: siendo así, que no existirá ninguna transacción, sino cada uno asumirá el desembolso de dinero en su país, esto tiene por objetivo que no existan salidas de divisas de un país a otro, ni que se vea afectado el tipo de moneda que se utiliza en cada uno de los países.

Este trámite no se lo hace directamente con los Bancos Centrales del exportador e importador, sino que se lo realiza con la nómina de las instituciones financieras autorizadas y avaladas (bancos corresponsales) por los Bancos Centrales de cada país, tanto del exportador como del importador. Los bancos autorizados serán reembolsados por el valor que se haya generado en el pago de la exportación por parte del Banco Central del país del exportador.

Este mecanismo funciona solo para mercaderías originarias y negociadas entre los países antes mencionados, en este caso se debe estipular que la operación se la canalizara por este convenio. En el contrato que se hiciera por parte del exportador y los costos que se generen en cada uno de los bancos, lo costearán cada una de las partes, por lo tanto, el importador y el exportador deben estar de acuerdo con el sistema de pago.

Esto garantiza al exportador el total y completo pago de la transacción con garantía de cobro, pues el Banco Central cancela lo correspondiente al banco autorizado por el exportador.

3.5.1.1 Las instituciones bancarias autorizadas por el Banco Central del Ecuador

 Bolivariano

 De Guayaquil

- ✚ De Machala
- ✚ Del Austro
- ✚ Del Pacifico
- ✚ Del Pichincha
- ✚ General Rumiñahui
- ✚ Internacional
- ✚ Produbanco
- ✚ Pro América
- ✚ Corporación Financiera Nacional

3.5.1.2 Instrumentos que se pueden utilizar en esta modalidad

1. Órdenes de pago
2. Giros nominativos
3. Cartas de crédito
4. Créditos documentarios
5. Letras con aval bancario y
6. Pagarés derivados de operaciones comerciales

3.6 MEDIO DE COBRO POR EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA NUTRICE- REALES

La empresa Nutricereales se apegará al convenio de pagos y créditos recíprocos, pues el Ecuador y Perú pertenece a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Este sistema de pagos es confiable porque lo garantiza el Banco Central del Ecuador, el cual tiene una lista de bancos autorizados que tramitan las transacciones comerciales en materia de comercio exterior, ajustándose a sus condiciones políticas y tarifas de acuerdo al tipo de banco que se elija. Esta modalidad es la forma más segura para la tramitación de pagos, si se desea realizar una exportación y no existe ningún tipo de riesgo.

3.7 TRANSPORTE TERRESTRE PARA LA EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA NUTRICEREALES

En la exportación de granola que se pretende realizar del Ecuador hacia Perú, utilizaremos el transporte por carretera, debido a que este medio nos asegura rapidez y economía de flete, frente a otras formas de transporte que nos lleve a nuestro destino.

Debemos tomar en cuenta la distancia que existe entre la Ciudad de Riobamba con la Ciudad de Huaquillas, frontera con Perú que es de 7 horas.

La empresa SERVICURH de la ciudad de Riobamba realizará el transporte de las mercancías de la empresa Nutricereales, trasladando de la ciudad de Riobamba a Guayaquil a USD \$1 cada caja de cartón, la cual contiene 25 unidades de granola de 340 gramos en su interior, por lo tanto cobrará por unidad y no por peso, el costo de entrega por la carga y los trámites pertinentes es de USD \$ 20 a la otra empresa de transporte que llevará la carga a su destino final en Huaquillas.

El pago parcial será de USD \$219 más un cargo de entrega USD \$20 por la entrega del producto y documentos comerciales, dando un total de USD \$239.

El promedio de pago a las empresas de transporte de Guayaquil a Huaquillas sería de USD \$250.

Sumando los valores parciales anteriores, tenemos que el total de pago por transporte será de USD \$489.

3.7.1 Documento de transporte Vía Terrestre = Carta de Porte Internacional (CPI)

La carta de porte internacional es un documento emitido por la empresa que transportará la mercancía a otro lugar, situado en un país distinto de aquel en que las recibió. Anexo 24.

Este documento es obligatorio y debe ser anexado con los demás documentos mencionados anteriormente.

3.8 ENVASE, EMPAQUE, EMBALAJE, MARCADO Y ROTULADO DE LA CARGA

3.8.1 Envase

Es el envase primario que contiene un producto, generalmente en la cantidad adecuada para su venta al público, es el destinado a preservar su contenido con la función de acondicionar, proteger, contener, conservar, identificar e informar.

El envase debe caracterizarse por el producto que se ofrece, debe tener una buena presentación y llamar la atención del público. En resumen, un buen envase deberá tener las siguientes características:

- ✚ Proteger y contener el producto.
- ✚ Hacerlo identificable.
- ✚ Ajustarse a las necesidades del consumidor y facilitar su distribución.
- ✚ Fácil adaptación a las líneas de fabricación y envasado del producto, y en particular a las líneas de envasado automático.
- ✚ Cumplir regulaciones de ley.

El envase que utiliza la empresa Nutricereales para conservar el producto granola es la funda, en la cual se detalla que debe mantenerse el producto en un lugar fresco y seco. La característica del envase es que es de polipropileno laminado de 4 micras con los tamaños de 340 g. y 250 g., el cual nos ha dado excelentes resultados, resistiendo a la manipulación del producto en el transporte hasta el lugar de destino, sin daño o descomposición de la granola, preservando en buenas condiciones el contenido de su interior.

FIGURA No. 23 IMAGEN DE LA FUNDA DE GRANOLA NUTRICEREAL

Anexo 25 Dimensiones de la funda.



Fuente: Empresa Nutricereales

3.8.2 Empaque

El empaque debe proteger al envase primario y acondicionarse para que se acomode dentro del embalaje.

El empaque secundario pueden ser cajas de cartón, canastas etc., es donde se agrupan los envases primarios, su función es resguardarlo en cantidades que simplifique su distribución, almacenamiento e inventario. Se debe aprovechar sus dimensiones al máximo pero sin sobrecargar, pues se estropea el producto.

Analizando la mejor oportunidad de conservar las fundas de polipropileno laminado de 4 micras con los tamaños de 340 g. y 250 g. que es el envase primario que contiene el producto granola, se utilizarán cajas de cartón y dentro de las mismas 25 unidades por cada caja, que deben ir debidamente marcadas, indicando la cantidad de unidades, su resistencia máxima al momento de apilarlas, la marca del producto y sus características básicas.

En la caja de cartón se debe presentar la respectiva advertencia de fragilidad, se debe tomar en cuenta que de la calidad del empaque, dependerá que los envases al transportarse lleguen en buen estado a su destino y con la misma presentación del producto tal como salió de la fábrica.

El peso de la caja de cartón es de 544 gramos.

La caja de cartón de la empresa Nutricereales tiene las siguientes medidas:

FIGURA No. 24 MEDIDAS DE LA CAJA DE CARTÓN NUTRICEREAL



Elaborado por: Mónica Torres

Las cajas de cartón en la primera fila contendrán 13 unidades de granola en cada uno de sus empaques.

FIGURA No. 25 POSICIÓN DE LAS GRANOLAS EN LA CAJA DE CARTÓN NUTRICEREAL I



Elaborado por: Mónica Torres

Las cajas de cartón en la segunda fila contendrán 12 unidades de granola en su respectivo empaque.

FIGURA No. 26 POSICIÓN DE LAS GRANOLAS EN LA CAJA DE CARTÓN NUTRICEREAL II



Elaborado por: Mónica Torres

3.8.3 Embalaje

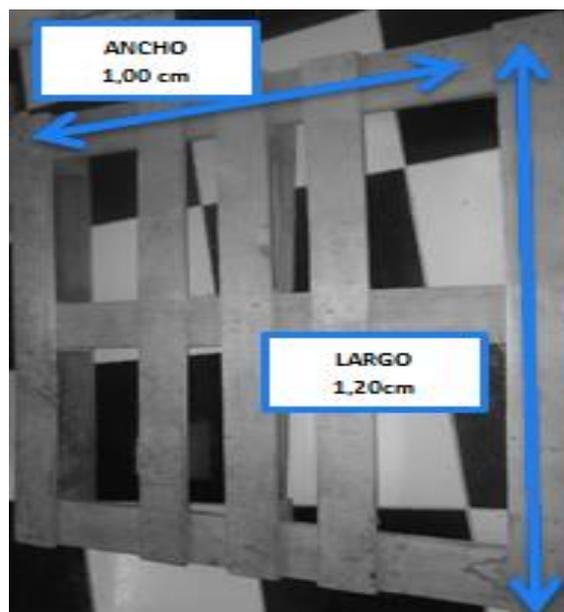
El embalaje se utiliza con el fin de integrar cantidades uniformes del producto ya dispuesto bajo las normas del empaque secundario, por eso es indispensable analizar los materiales que se utilizan, como: pallets, contenedores, toneles, tambores, guacales (jaulas), sacos, fardos, balas, forros plásticos y garrafas.

Para conservar y transportar el producto granola que se encuentra en el empaque secundario que son las cajas de cartón, se utilizará pallets de madera con refuerzos a los costados y en los extremos para aumentar su resistencia a la compresión

La agrupación de los productos dentro de su respectivo embalaje, debidamente asegurados y montados sobre la estiba, se conoce con el nombre de paletización.

El palet consiste en una plataforma, generalmente de madera, constituida por dos pisos unidos por largeros, que puede ser manipulada por carretillas elevadoras de horquillas o transpalets y que permite el agrupamiento de la mercancía sobre ella, constituyendo la unidad de carga.

FIGURA No. 27 MEDIDA DEL PALET



Elaborado por: Mónica Torres

La medida del pallet que se usará será el de Pallet universal o americano, mide 1,20 x 1,00 metros (largo x ancho), es el de nuestra preferencia, que mejor se acopla para que no se apilen más de 5 cajas de cartón y se estropee nuestro producto. Éste contendrá 5 columnas y cada sección de la columna tendrá un total de 10 unidades por cartón. El total de las cajas de cartón en el pallet serán de 50 unidades debidamente paletizados.

El peso de la unidad de caja de cartón es de 8 kilos con 624 gr., debidamente embalados y listos para colocarlo en el pallet. La dimensión de las cajas de cartón es de 29 cm. de ancho por 31.50 cm. de alto y 40 cm. de profundidad y cada unidad contendrá máximo 25 fundas de granola de 340 gramos, el total de las 50 cajas de cartón pesará 431 kg con 200 gr. debidamente palletizados. La cantidad de exportación será de 2 Ton trimestral, por lo tanto, el total de los pallets deberán ser 5, los 4 primeros contendrán 200 unidades con un peso de 1.724 kg con 800 gr. y en el quinto pallet irán solo 31 cajas de cartón pesando 267 kg con 347 gr. El total de cajas para exportar es de 231, contabilizando por unidades serán 5775 fundas que pesan las 2 toneladas de exportación.

Para cuadrar las cajas de cartón en el pallet, debemos tener en cuenta la dimensión y cómo acomodarlas, para que se no se aplaste el producto y llegue en las mejores condiciones.

En cada nivel irán 10 cajas de cartón y su posición será la siguiente:

En la parte izquierda ira una hilera de 4 cajas de cartón de manera horizontal, y en las dos hileras siguientes su posición será de manera vertical, tres en la una fila y tres en la otra, en total irán las diez cajas cartón en el primer nivel. Para que exista un apilamiento óptimo de las cajas se utilizará la misma mecánica pero intercalando la posición de las cajas, es decir, en la parte izquierda irán ahora las dos filas de manera vertical, 3 en la primera fila y 3 en la segunda, y de manera horizontal las 4 cajas restantes. Y así sucesivamente irán intercalando, hasta que existan 5 niveles de 10 cajas y un total de 50 cajas de cartón por pallet.

FIGURA No. 28 UBICACIÓN DE LOS CARTONES EN EL PALET



Elaborado por: Mónica Torres

3.8.4 Marcado y rotulado de la carga

En este caso la caja de cartón utilizada debe contener de manera impresa y de forma visible que tipo de producto es y el manejo adecuado del mismo, para el óptimo manejo de las mercancías.

Para el marcado se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

1. Nombre del producto
2. Peso neto
3. Cantidad de envases
4. Nombre de la marca con logo de la empresa
5. Nombre y dirección del exportador y país de origen
6. Información sobre el manejo del producto
7. Pictogramas
8. Para mantener el mejor proceso de identificación en la aduana al instante del aforo, es óptimo poner en alguna parte de la caja el nombre del importador.

❖ **La empresa utilizará en las cajas de cartón el siguiente marcado:**

FIGURA No. 29 MARCADO DE LA CAJA DE CARTÓN



Elaborado por: Mónica Torres

3.9 TRÁMITES CON EL REGISTRO SANITARIO PARA LA EXPORTACIÓN A PERÚ

Para poder realizar una exportación a otro país se debe tomar en cuenta los organismos de control que le rigen, los alimentos necesitan un registro sanitario que sea válido en su país de origen, además sacar uno en el país de destino del producto.

Para obtener el registro sanitario de productos alimenticios en importación en el Perú se lo tramita en la “Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) que es el órgano técnico normativo en los aspectos relacionados al saneamiento básico, salud ocupacional, higiene alimentaria, zoonosis y protección del ambiente. La duración del trámite será de 7 días hábiles”.¹¹

3.9.1 Requisitos para el registro sanitario en el Perú

Capítulo VIII

De las materias primas, aditivos alimentarios y envases

“Artículo 46°.- Envases

Queda prohibido el reusó y reciclado de envases que hayan sido utilizados para contener productos distintos a los alimentos de consumo humano. Podrán reusarse envases retornables para la fabricación de bebidas, siempre que sea posible someterlos a un proceso de lavado y esterilización que garantice los estándares de inocuidad del envase, siendo esto responsabilidad del fabricante. Asimismo se permitirá el uso de envases fabricados a partir de envases PET (polietilentereftalato) de grado alimentario reciclado, que garantice su inocuidad, para lo cual contará con un certificado de conformidad analítico emitido por un organismo de evaluación de la conformidad autorizado o designado por el MINSA o autorizado o designado por la autoridad competente en el país de fabricación o emitido por un organismo de evaluación de la conformidad acreditado ante la autoridad nacional de acreditación de dichos países. Para los países de la comunidad andina se aplicará lo establecido en las Decisiones pertinentes.¹²

¹¹ www.digesa.sld.pe

¹² www.mincetur.gob.pe

“Artículo 47°.- Condiciones y materiales del envase

El envase que contiene el alimento debe ser de material inocuo, estar libre de sustancias que puedan ser cedidas al producto en condiciones tales que puedan afectar su inocuidad y estar fabricado de manera que mantenga la calidad sanitaria y composición del producto durante toda su vida útil.

Los envases, que estén fabricados con metales o aleaciones de los mismos o con material plástico, en su caso, no podrán:

- a) Contener impurezas constituidas por plomo, antimonio, zinc, cobre, cromo, hierro, estaño, mercurio, cadmio, arsénico u otros metales o metaloides que puedan ser considerados dañinos para la salud, en cantidades o niveles superiores a los límites máximos permitidos.
- b) Contener monómeros residuales de estireno, de cloruro de vinilo, de acrilonitrilo o de cualquier otro monómero residual o sustancia que puedan ser considerados nocivos para la salud, en cantidades superiores a los límites máximos permitidos por el Codex Alimentarius o por lo establecido por el MINSA.

Los límites máximos permitidos a que se refieren los incisos a) y b) precedentes, se determinan en la norma sanitaria que dicta el Ministerio de Salud, o en su defecto aplica lo establecido por la Food and Drug Administration (FDA) de Estados Unidos.

La presente disposición es también aplicable, en lo que corresponda, a los laminados, barnices, películas, revestimientos o partes de los envases que estén en contacto con los alimentos.

“Artículo 48°.- Certificación sanitaria de envases para alimentos

A solicitud de parte la DIGESA expedirá el certificado sanitario de envases para alimentos, para lo cual el interesado deberá presentar:

- Formulario debidamente llenado
- Ficha técnica del envase (especificando la composición)

- Resultados de análisis respectivos, plan de muestreo aplicado y organismo o entidad que realizó el muestreo, emitidos por organismo de evaluación de la conformidad autorizado o designado por el MINSA o autorizado o designado por la autoridad competente en el país de fabricación o emitido por un organismo de evaluación de la conformidad acreditado ante la autoridad nacional de acreditación de dichos países. Para los países de la comunidad andina se aplicará lo establecido en las Decisiones pertinentes.

- Pago respectivo

Los criterios de límites máximos permitidos de impurezas y sustancias residuales en materiales de envases para alimentos sobre los cuales se deberán basar los resultados analíticos serán establecidos por la DIGESA en la norma sanitaria correspondiente.

Capítulo IX

Del fraccionamiento y envasado de alimentos

“Artículo 49°.- De los requisitos sanitarios

El fraccionamiento, envasado o el reenvasado de alimentos para su comercialización al por menor, debe efectuarse en establecimientos que cumplan con lo señalado en los Artículos 11°, 12°, 13°, 14°, 15°, 16°, 17°, 18°, 19°, 27°, 22°, 24°, 25°, 31°, 32°, 33°, 34°, 35°, 36°, 37°, 38° y 39° del presente reglamento. Los envases de los productos fraccionados se ajustarán a lo establecido en los artículos sobre el particular del presente reglamento.

En el etiquetado de los productos fraccionados debe consignarse la siguiente información mínima:

- a) Nombre del producto.
- b) Declaración del o los ingredientes y aditivos del producto original.
- c) Nombre o razón social y dirección del fabricante -“fabricado por”
- d) Nombre o razón social y dirección del fraccionador, envasador y/o distribuidor – “fraccionado por o envasado por o distribuido por” (según corresponda).
- e) Código de Registro Sanitario del producto fraccionado.

f) Fecha de vencimiento del producto original

g) Condiciones especiales de conservación cuando el producto lo requiera

Sólo podrán fraccionarse productos sujetos a Registro Sanitario, debiendo adjuntar como requisito adicional para la solicitud del Registro sanitario del producto fraccionado la información del Registro sanitario del producto original.

Todo establecimiento dedicado al fraccionamiento y envasado deberá contar con la certificación de Prácticas de Higiene otorgado por la Autoridad de Salud.

Los responsables del fraccionamiento deberán demostrar la procedencia de los productos con fines de rastreabilidad. La vigilancia sanitaria de los establecimientos dedicados al fraccionamiento y envasado de alimentos se efectuará de conformidad a lo dispuesto en el presente reglamento, donde se verificará el cumplimiento de las Prácticas de Higiene conforme a la certificación correspondiente.

TÍTULO IX

DEL REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS

Capítulo I

Del Registro Sanitario

“Artículo 96°.- Requisitos para la inscripción en el Registro Sanitario

Son requisitos para la inscripción en el Registro Sanitario de alimentos de consumo humano:

a) Formulario único establecido por la DIGESA, debidamente llenado y firmado por la persona facultada para ello.

b) Informe de ensayo con resultados de los análisis físico-químicos y microbiológicos del producto, emitido por organismo de evaluación de la conformidad autorizado o designado por el MINSA o autorizado o designado por la autoridad competente en el país de fabricación para el caso de alimentos importados o emitido por un organismo de evaluación de la conformidad con métodos acreditados ante la autoridad nacional de acreditación de dichos

países. Para los países de la comunidad andina se aplicará lo establecido en las Decisiones pertinentes. Los informes de ensayo no deben tener más de tres (03) meses de emitido. Las muestras a ser analizadas deberán ser muestreadas por un organismo de evaluación de la conformidad no pudiendo ser el mismo interesado quien realice el muestreo el producto y lo lleve al laboratorio.

El informe con los resultados de los análisis debe consignar por lo menos la siguiente información:

- Nombre del laboratorio que realizó la evaluación analítica.
- Número de informe
- Nombre del producto, fecha de producción y fecha de vencimiento
- Código o clave de lote de producción, plan de muestreo aplicado y organismo o entidad que realizó el muestreo
- Ensayos físico-químicos y microbiológicos realizados, métodos y resultados obtenidos
- Fecha de análisis
- Firmas y colegiaturas habilitadas del jefe de control de calidad y del jefe de laboratorio.

c) Proyecto de etiqueta conteniendo la información tal como acompañará al producto, incluidas propiedades atribuidas o alegaciones demostradas ante la Autoridad de Salud, y el etiquetado nutricional conforme al Codex Alimentarius.

d) Para registrar alimentos con propiedades, alegaciones o prohibiciones particulares como los destinados para regímenes especiales, entre otros, éstas deben ser demostradas ante la Autoridad de Salud, acompañando la documentación de sustento con el correspondiente análisis de laboratorio acreditado por la entidad oficial de acreditación. Para el caso particular de evaluación de la conformidad de alegaciones nutricionales se aceptará además los informes analíticos del Centro Nacional de Alimentación y Nutrición (CENAN).

e) Pago por derecho de trámite.

f) En caso de productos importados, deberán presentar además el Certificado de Libre Comercialización o el Certificado de Uso o Certificado Sanitario emitido por la autoridad competente del país de origen, en original o copia refrendada por el consulado respectivo.

g) En caso de fabricación por encargo a servicio de terceros (maquila), la empresa solicitante deberá presentar copia certificada del contrato con el establecimiento que fabricará el alimento.

i) En relación a los productos alimenticios que contengan extracto de hoja de coca, sólo se otorgará Registro Sanitario a aquellos con extracto completamente desalcaloinizado, para lo cual deberán adjuntar el informe analítico del laboratorio de ENACO o laboratorio acreditado que lo confirme.

“Artículo 97°.- Codificación del Registro Sanitario

La clasificación y codificación de los alimentos en el Registro Sanitario serán establecidas por la DIGESA como responsable de conducir el sistema único de registro sanitario de alimentos a nivel nacional.

“Artículo 104°.- Certificado de Uso de Registro Sanitario de Producto Importado

Un alimento ya registrado, podrá ser importado y comercializado por quien no es titular del Registro Sanitario, sin perjuicio de la autorización sanitaria de importación, cuando corresponda. Para tal fin, la DIGESA emitirá a favor del interesado un Certificado de Uso de Registro Sanitario de Producto Importado. Quien importe y comercialice un producto, amparado en un Certificado de Uso de Registro Sanitario de Producto Importado, asume las mismas obligaciones y responsabilidades que el titular del Registro, respecto a la calidad sanitaria e inocuidad del producto. En este caso, el nombre o razón social, la dirección y Registro Unificado del Contribuyente deberá figurar obligatoriamente por impresión o etiquetado, en cada envase de venta al consumidor.

El Certificado de Uso de Registro Sanitario de producto importado será emitido en un plazo no mayor de siete (07) días hábiles de solicitado a la DIGESA y tendrá la misma fecha de vencimiento que la del Registro Sanitario del producto correspondiente.

El interesado debe señalar en la solicitud que presente para el efecto:

- a) Objeto de la solicitud
- b) Número de Registro Sanitario del producto al cual solicita acogerse, previa autorización del titular.
- c) Nombre o razón social, dirección y RUC del solicitante.

“Artículo 105°.- Emisión de Certificados de Libre Comercialización y de Uso de producto importado

La DIGESA mantendrá una lista actualizada por países, de las autoridades competentes para emitir el Certificado de Libre Comercialización y el Certificado de Uso y la hará de conocimiento público periódicamente.

Se tendrá por válido el Certificado de Libre Comercialización o el Certificado de Uso emitido por Autoridad distinta a la que figura en dicho listado, siempre que cuente con el visado del consulado peruano del lugar o de la oficina que haga sus veces, acreditando que quien lo emite, es la autoridad competente con arreglo a las disposiciones vigentes del país correspondiente. Igual disposición regirá en caso que el referido listado no identifique cual es la autoridad competente para emitirlo.

Se tendrá por presentado el Certificado de Libre Comercialización o el Certificado de Uso cuando:

- a) La DIGESA cuente con información oficial que indique que en el país fabricante o en el país exportador no se emite dicho certificado.
- b) El que solicita Registro Sanitario acredite que en el país fabricante o en el país exportador no se emite dicho certificado, presentando para el efecto un documento que así lo señale, expedido por la autoridad competente o por el consulado peruano del lugar.

TÍTULO X

ETIQUETADO DE LOS ALIMENTOS

“Artículo 108°.- Etiquetado

Todo alimento, para efectos de su comercialización, deberá estar etiquetado con arreglo a lo que dispone el presente reglamento. Se podrá aplicar de manera supletoria lo dispuesto en la Ley 28405, Ley de Rotulado de Productos Industriales Manufacturados y su Reglamento respecto a las facilidades para el despacho aduanero de mercancías de importación contempladas en esta norma general.

En el caso de alimentos destinados a la exportación, el etiquetado deberá contener como información mínima el nombre del Perú como país de origen del producto final y la identificación de la fábrica, para efectos de rastreabilidad.

Para alimentos con Registro sanitario vigente, el titular podrá solicitar agotamiento de stock de etiquetas, para lo cual presentará: Formulario debidamente llenado, copia del certificado de Registro sanitario vigente, copia del certificado de Registro sanitario vencido, de ser el caso, y etiquetas de los productos. La Autoridad de Salud, previa evaluación y aprobación, autorizará dicha solicitud por un plazo máximo de tres (03) meses, caso contrario la denegará.

El Ministerio de Salud a través de la DIGESA deberá elaborar en un plazo no mayor de sesenta (60) días la propuesta de Reglamento para el Etiquetado de Alimentos, armonizado con el Codex Alimentarius.

“Artículo 109°.- Información mínima en la etiqueta

El contenido del etiquetado debe ceñirse a las disposiciones establecidas en la Norma Metrológica Peruana de Rotulado de Productos Envasados y contener en idioma español la siguiente información mínima:

- a) Nombre del producto que exprese claramente la naturaleza del mismo.

- b) Declaración de los ingredientes y número SIN de los aditivos empleados en la elaboración del producto.
- c) Nombre y dirección del establecimiento de elaboración y del titular.
- d) Nombre, razón social y dirección del importador, lo que podrá figurar en etiqueta adicional.
- e) Código de Registro Sanitario.
- f) Fecha de vencimiento.
- g) Código o clave del lote, consignando en forma textual como “Código o clave de lote” o que empiece con la letra “L”.
- h) Condiciones especiales de conservación, cuando el producto lo requiera.
- i) Indicación de Ingredientes que producen hipersensibilidad (alergenos).
- j) Uso previsto del producto, con leyendas para casos de uso restringido o particulares, establecidos en este reglamento o en la legislación vigente.
- k) Etiquetado nutricional, en el caso de alimentos que declaran propiedades nutricionales.
- l) Toda declaración de alegaciones debe ser sustentada por el interesado y aprobada por la Autoridad de Salud para ser incluidas en el etiquetado.
- m) En el caso de las bebidas estimulantes que contengan cafeína, éste deberá figurar en la etiqueta haciendo mención entre paréntesis de la concentración expresada en mg de cafeína/100ml. y debiendo indicar en la etiqueta, como mínimo “No debe ser consumido por menores de edad, mujeres gestantes, en periodo de lactancia, individuos cardiópatas, diabéticos, o sensibles a la cafeína. No mezclar con alcohol ni medicamentos. Personas en edad avanzada o con enfermedades deben consultar con su médico antes de consumir.” En caso de concentraciones de 150 mg/litro y superiores hasta 300mg/litro, deberá incluir además en la etiqueta “Contenido elevado de cafeína, No consumir más de 300ml por día (o su equivalente en unidades)”. Para la inscripción en el Registro sanitario se deberá adjuntar el

correspondiente análisis de laboratorio. No se aplica lo dispuesto en el presente numeral a las bebidas café o té cuya denominación de venta incluya el término “café” o “té”.

TÍTULO XI

DE LA IMPORTACIÓN DE ALIMENTOS Y ADITIVOS

“Artículo 110°.- Autorización Sanitaria de Importación de Alimentos.

Los alimentos extranjeros a ser destinados a la comercialización, como requisito para ser internados en el país, deberán contar con una Autorización Sanitaria de Importación por cada lote a ser ingresado, la misma que será emitida por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), además del correspondiente Registro Sanitario que permite su comercialización.

Las muestras de alimentos sin valor comercial, requieren por parte de la Autoridad de Salud, una Autorización de Importación de Alimentos Sin fines Comerciales.

“Artículo 111°.- Requisitos para la obtención de Autorización Sanitaria de Importación de alimentos con fines comerciales.

Para efectos de la expedición de la autorización sanitaria de importación de alimentos con fines comerciales, el interesado debe presentar a la DIGESA una solicitud en la que se debe consignar la siguiente información:

- a) Formulario debidamente llenado y firmado por la persona facultada.
- b) Copia simple de la factura comercial u orden de compra.
- c) Original o copia legalizada del Certificado Sanitario Oficial de Exportación o documento similar emitido por la autoridad sanitaria o competente del país de origen por cada lote de envío.
- d) Lista de embarque o “packing list”
- e) Informe de ensayo con resultados de los análisis físico-químicos y microbiológicos del

producto, emitido por organismo de evaluación de la conformidad autorizado o designado por el MINSA o autorizado o designado por la autoridad competente en el país de fabricación o emitido por un organismo de evaluación de la conformidad con métodos acreditados ante la autoridad nacional de acreditación de dichos países. Para los países de la comunidad andina se aplicará lo establecido en las Decisiones pertinentes. Los informes de ensayo no deben tener más de tres (03) meses de emitido. El informe con los resultados de los análisis deben consignar por lo menos la siguiente información:

- Nombre del laboratorio que realizó la evaluación analítica
- Número de informe
- Nombre del producto, fecha de producción y fecha de vencimiento
- Código o clave de lote de producción, plan de muestreo aplicado y organismo o entidad que realizó el muestreo
- Ensayos físico-químicos y microbiológicos realizados, métodos y resultados obtenidos 29
- Fecha de análisis
- Firmas y colegiaturas habilitadas del jefe de control de calidad y del jefe de laboratorio.

f) Recibo de pago por concepto de autorización sanitaria de importación.

El plazo para la emisión de la Autorización Sanitaria de Importación de Alimentos con fines comerciales será de siete (07) días hábiles de presentada la solicitud con la documentación requerida.

“Artículo 112°.- Requisitos para la obtención de Autorización Sanitaria de Importación de Alimentos sin fines comerciales.

Para efectos de la expedición de esta autorización sanitaria, el interesado debe presentar a la DIGESA una solicitud en la que se debe consignar la siguiente información:

- a) Formulario debidamente llenado y firmado por la persona facultada.
- b) Copia simple de la factura comercial u orden de compra.

c) Lista de embarque o “packing list”

d) informe analítico según lo establecido en el literal e) del artículo anterior.

e) Recibo de pago por concepto de la autorización sanitaria de importación sin fines comerciales.

El plazo para la emisión de la Autorización Sanitaria de Importación de Alimentos sin fines comerciales será de siete (07) días hábiles de presentada la solicitud con la documentación requerida.

“Artículo 113°.- Autorización Sanitaria para la Importación de Aditivos Alimentarios

Las empresas podrán solicitar la Autorización Sanitaria de Aditivos Alimentarios adjuntando la información y documentos según lo establecido para los de fabricación nacional en el Artículo 107 del presente reglamento.

“Artículo 114°.- Plazo para la expedición de la autorización sanitaria de importación de aditivos

En un plazo no mayor de siete (07) días hábiles contados desde la fecha de presentación de la solicitud por el interesado, la DIGESA evaluará la solicitud y de estar conforme la documentación expedirá la correspondiente autorización sanitaria de importación mediante el certificado respectivo”.

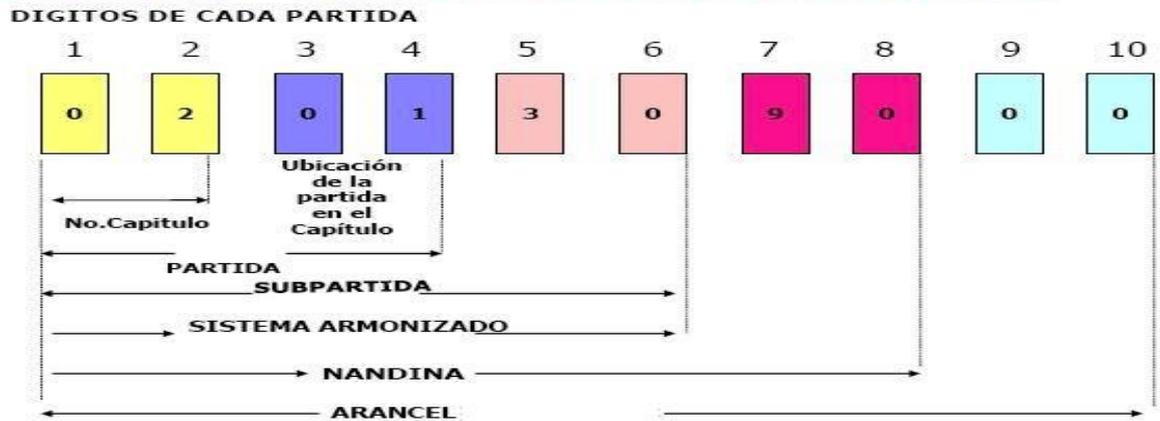
3.10 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

“Es un sistema que permite la identificación de una mercancía que se comercializa internacionalmente, a través de un código numérico. Se lo conoce como Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. En el Ecuador se usa la Nomenclatura Arancelaria de la Comunidad Andina (NANDINA).¹³

¹³ www.proecuador.gob.ec

FIGURA No. 30 CODIFICACIÓN DE LA CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Codificación – Ejemplo subpartida: 02.01.30.90.00



Fuente: Pro Ecuador

3.10.1 ¿Qué se obtiene de la clasificación arancelaria de una mercancía?

- “Tarifa arancelaria, e impuestos internos de cada país o región.
- Regulaciones y restricciones no arancelarias: Certificados Sanitarios, Técnicos, cupos, etc.

3.10.2 Estructura S.A.

- “21 Secciones
- 99 Capítulos
- 1230 Partidas arancelarias
- Subpartidas arancelarias

3.10.3 Normas legales

- “Reglas Generales de Clasificación
- Notas Legales
- Notas Explicativas

3.10.4 Partida arancelaria nacional del producto granola de la empresa Nutricereales para exportación

Después de investigar la clasificación arancelaria y tomar una decisión de la asertiva de la partida a usarse para el producto granola, elegí la partida 1904100000.

FIGURA No. 31 PARTIDA ARANCELARIA DE GRANOLA

Partida : y/o Descripción :

Sección IV : PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS

Capítulo 19 : Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería

Partida Sist. Armonizado 1904 : Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina y sémola), precocidos o preparados de otro modo, n

SubPartida Sist. Armoniz. :

SubPartida Regional 19041000 : - Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tosta

Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 1904100000-0000 :

Codigo Producto Nacional (TNAN) 1904100000-0000-0001 :

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E

Primero, para conocer si este producto no tiene ninguna restricción de exportación, se buscó en la página web del Banco Central del Ecuador con la partida 1904100000, el sistema nos refleja que no existe ningún tipo de prohibición, existe la autorización para exportar y el producto granola se encuentra habilitado.

FIGURA No. 32 PARTIDA ARANCELARIA GRANOLA CON PERMISO PARA EXPORTAR

Homenclatura Nandina

Nandina	Descripción	Tipo Partida	Unidad Medida	Perecible	Autorización para Importar	Autorización para Exportar
1904100000	PRODUCTOS A BASE DE CEREALES OBTENIDOS POR INFLADO O TOSTADO	SUBPARTIDA	KILOGRAMO NETO/LIGIDO(kg)	NO	Habilitada	Habilitada

Fuente: Banco Central del Ecuador

Para conocer si debemos pagar algún tipo de arancel, hemos ingresado a la página web de TRADE MAP que nos ayuda a conocer las estadísticas de comercio, datos comerciales, valores de importación, de exportación, esto promueve el desarrollo internacional de las empresas. Esta herramienta es utilizada en los países desarrollados y tiene un costo, en los países subdesarrollados se puede ingresar de manera gratuita.

Posteriormente debemos conocer la preferencia arancelaria que existe en el Ecuador por pertenecer a la CAN y exportar al Perú, quienes también mantienen este tratado, y al emitir un Certificado de Origen que la mercancía es originaria del país exportador, no se pagaría ningún tipo de arancel ad-valorem.

FIGURA No. 33 PAGO DE ARANCEL 0%

Importing country to the rest of the world.

Importing country:* Ecuador

Year:* Latest available: 2012 (ITC)

Product:* HS6 National tariff line code
190410 - Prepared foods obtained by swelling or roasting cereals

Exporting country: Peru

Selected data source: ITC (MAcMap) data complemented by WTO (IDB) data for missing country-years

Fuente: TRADE MAP

Product: 190410 - Prepared foods obtained by swelling or roasting cereals or cereal products, e.g. corn flakes
Partner: Peru
Data source: ITC (MAcMap)
Year: 2012
Nomenclature: HS Rev.2007
AVE Methodology: AVE based on the World Tariff Profile (WTP)

Product code	Product description	Tariff regime	Applied tariff	Total ad valorem equivalent tariff
1904100000	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo: hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina grañones y sémola) precocidos o preparados de otro modo no expresados ni comprendidos en otra parte: Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado	Preferential tariff for CAN countries	0%	0%

Fuente: TRADE MAP

3.11 INCOTERMS

“Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa.¹⁴”

FIGURA No. 34 INCOTERMS 2010

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

Vendedor
 Comprador
 Vendedor / Comprador

Fuente: Pro Ecuador

¹⁴ www.proecuador.gob.ec

TABLA No. 23 RESUMEN DE INCOTERMS

Resumen Incoterms

	E	F	C	D
Incoterms	EXW En Fábrica	FCA , Libre Transportista; FAS , Libre al Costado del Buque; y, FOB , Libre a Bordo	CFR Costo y Flete; CIF Costo Seguro y Flete; CPT Porte Pagado Hasta; y, CIP Porte y Seguro Pagado Hasta	DAT , Entregado en la terminal; DAP , Entregado en el lugar; y, DDP , Entrega en Destino con Derechos Pagados
Concepto	Único término donde el vendedor no corre ningún riesgo en la venta. La entrega de la mercancía se hace en los almacenes del vendedor.	El vendedor se encarga de entregar la mercancía a un medio de transporte escogido por el comprador. En la localidad del vendedor	El vendedor contrata el transporte para entregar la carga en un punto de destino del lado del comprador. El vendedor no toma riesgo de la mercancía después de despachar la carga.	El vendedor toma todos los riesgos y responsabilidades necesarios para llevar la mercancía al país de destino.

Fuente: Pro Ecuador

❖ **Reglas para cualquier modo o modos de transporte**

- 1) “EXW (En Fábrica)
- 2) FCA (Franco Porteador)
- 3) CPT (Transporte Pagado Hasta)
- 4) CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
- 5) DAT (Entregada en Terminal)
- 6) DAP (Entregada en Lugar)
- 7) DDP (Entregada Derechos Pagados)

❖ **Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores**

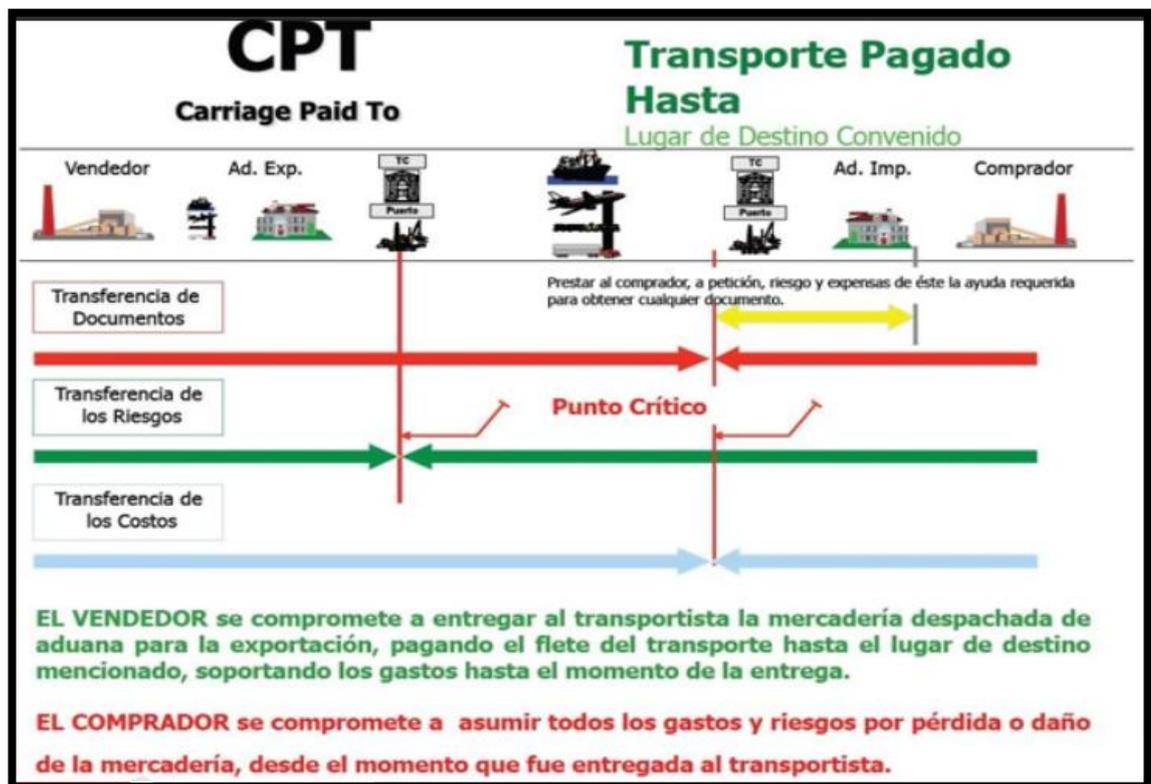
- 8) “FAS (Franco al Costado del Buque)
- 9) FOB (Franco a Bordo)
- 10) CFR (Costo y Flete)
- 11) CIF (Costo, Seguro y Flete)”

❖ Estructura

- “Son acrónimos – siglas identificadas por 3 letras.
- Se debe señalar el lugar convenido de entrega y la revisión.
- Se agrupan de la MENOR a la mayor obligación del vendedor.
- Deben utilizarse correctamente de acuerdo al medio de transporte”.¹⁵

3.11.1 CPT (transporte pagado hasta)

FIGURA No. 35 INCOTERM CPT



Fuente: American Institute of Global Management

El incoterm CPT es utilizado para todos los tipos de transporte.

¹⁵ www.proecuador.gob.ec

❖ **Obligaciones del exportador y el importador con el incoterm CPT**

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

“El vendedor debe contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta el lugar de destino designado. Hay que tomar en cuenta que en éste término, se considera que la mercancía ha sido entregada cuando se la ha entregado al transportista, desde éste punto el riesgo corre por cuenta del comprador. Sin embargo, el vendedor paga el transporte hasta el punto de destino designado. Cabe recalcar que la ruta deberá ser la más usual, y en el caso de que no se haya designado una ruta en específico deberá ser la que más le convenga al vendedor.

“El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

“El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro. Sin embargo, el vendedor debe de proporcionar a riesgos y expensas del comprador la información necesaria para que el comprador pueda contratar el seguro, o viceversa.

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

“El comprador deberá asumir los costos desde el punto de entrega (es decir desde que se ha entregado la mercancía al transportista) hasta el lugar de destino designado (salvo que se haya designado lo contrario en el contrato de transporte).

“El comprador deberá proporcionar la información necesaria al vendedor para que se lleve a cabo el trámite de transporte y de exportación.”¹⁶

¹⁶ www.proecuador.gob.ec

3.11.2 La empresa Nutricereales usará el incoterm CPT (transporte pagado hasta)

La empresa Nutricereales es la encargada de realizar el trámite de exportación con el INCOTERM CPT y asumir los costos de la misma. En este caso, en Ecuador deberá contratar un transporte desde Riobamba hasta Huaquillas, que es el destino donde se entregarán las mercancías, corriendo con los costos de transporte hasta el punto que designen en el contrato ambas partes. En la transportación de mercadería y documentación de Riobamba a Guayaquil no tendríamos ninguna preocupación, ya que la empresa de transportes designada, SERVICURH, es una empresa seria con la cual se viene trabajando hace algunos años atrás, la cual se encargará del cambio de transporte y entrega de los documentos pertinentes. En este caso, la empresa Nutricereales asume toda la responsabilidad, a partir de Guayaquil hasta Huaquillas se contratará una nueva empresa de transporte que deberá encargarse del correcto embalaje y la paletización, aclarando que el importador es responsable de contratar un seguro de riesgos si lo creyera necesario, ya que la empresa Nutricereales no asume ese costo con el INCOTERM, acordado al menos que lo hayan estipulado en el contrato de compra venta, además el vendedor deberá proporcionar la documentación necesaria de transporte al importador por cualquier nivel de reclamo en el transporte.

3.11.3 Costos de exportación de la empresa Nutricereales con el incoterm CPT (transporte pagado hasta)

Desde que se verifique la exportación en Huaquillas, la mercadería deberá ser transportada en un nuevo envío y Nutricereales pagará los servicios de carga y transporte para que pase la frontera, de ahí todos los costos generados correrán por el importador, como seguro y desaduanización de las mercaderías en el Perú.

Para empezar la exportación, debemos incurrir en los siguientes costos:

TABLA No. 24 COSTOS PARA EXPORTAR EMPRESA NUTRICEREALES

COSTOS PARA EXPORTAR	
TOKEN	\$ 72,80
REGISTRO SANITARIO-PERÚ	\$ 84,52

Fuente: Pro Ecuador

Estos costos para exportar no se han tomado en cuenta en el costo producción de la granola por cuanto vienen a constituir una cuenta activo no corrientes denominada Gastos de Constitución ,las mismas que se cargaran a los gastos de la empresa en 4 o 5 años.

En el uso del Incoterm CPT transporte pagado, los costos que pagará el exportador son:

TABLA No. 25 COSTOS DE EXPORTACIÓN DE GRANOLA AL PERÚ - INCOTERM CPT

DATOS	VALORES EN USD \$	UNIDADES	VALORES EN USD \$
	V/U		V/ TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN	0,88	5775	5.082
EX WORK RIOBAMBA			348,81
EMPAQUE FUNDAS	0,02	5775	115,5
EMPAQUE CARTONES	1	231	231
EMBALAJE	0,01	231	2,31
GASTOS DE ENTREGA DE DOCUMENTOS	20	1	20
FLETE RIOBAMBA -GUAYAQUIL	231	1	231
FLETE GUAYAQUIL-HUAQUILLAS	90	5	450
EMBALAJE	8	5	40
FOB (LIBRE A BORDO)			6.171,81
SERVICIOS DE CARGA	80	1	80
CERTIFICADO DE ORIGEN	12	1	12
PAGO ADUANA	11,2	1	11,2
PAGO AGENTE DE ADUANA(OPCIONAL)	250	1	250
FLETE TUMBES	100	1	100
CPT (PORTE PAGADO HASTA)			6.625,01
MARGEN DE UTILIDAD	37%	5775	2.451,25
PRECIO TOTAL DE EXPORTACIÓN	1,57	5775	9.066,75

Elaborado por: Mónica Torres

El costo de producción fue facilitado por la empresa Nutricereales.

El margen de utilidad (consta en el cuadro anterior) que se calculó para la empresa Nutricereales es de 37%, teniendo un precio de venta para la exportación de USD \$1,57, por lo tanto, en el cálculo de tributos de pago al Perú el importador incurrirá en un costo de USD \$ 1.139,37; por unidad representaría USD \$0,20, esto sumado al precio de exportación, el

total sería de USD \$1,77. El importador podrá tener un promedio de margen de utilidad del 20%, o a su vez, lo que la empresa importadora estipule para su ganancia en sus ventas. El precio de venta sugerido al público peruano, con el porcentaje antes mencionado, es de USD \$2,12.

El precio de venta anteriormente mencionado para el importador, más la ganancia, está acorde con las encuestas y los precios con que las consumidoras estuvieron de acuerdo.

3.11.4 Costos a pagar por el importador en el Perú

Cuando se genera la factura para la exportación debemos tomar en cuenta que no se cobrará el 12% IVA pues es un impuesto al valor agregado que se recauda solamente en el Ecuador. Cuando la mercancía llegue al Perú, el importador se hará cargo de todos y cada uno de los tributos y aranceles que se encuentren vigentes en ese país que se estipule por la partida arancelaria. Para conocer cuáles son, entraremos a la página web de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT).

El arancel ad-valorem de 6% no pagará la empresa Nutricereales, porque al acogernos al Certificado de Origen el arancel será de 0%.

FIGURA No. 36 COSTOS QUE PAGA EL IMPORTADOR DE GRANOLA EN EL PERÚ

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL 1904.10.00.00 ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAÍS	
TIPO DE PRODUCTO:	LEY 29666-IGV 20.02.11
Gravámenes Vigentes	
	Valor
Ad / Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.75%
Sobretasa	0%

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

La empresa importadora se encargará de cancelar los siguientes impuestos: el Impuesto General a las Ventas (IGV) 16%, el Impuesto de Promoción Municipal (IPM) 2%, y el seguro 1.75%. Todos estos rubros de impuestos se pagarán detalladamente, pero el cálculo del ad-valorem no se lo cancelará debido al Certificado de Origen.

El cálculo de los impuestos mencionados anteriormente será de la siguiente manera:

Del valor FOB que es \$6171, 81 se le multiplica por 1.75%, que es el seguro por mercancía.

Con esto se calcula el valor CIF para la importación:

El valor CIF = costo + seguro + flete

$$\text{CIF} = \text{FOB} + 1.75\% \text{ FOB} + \$0$$

$$\text{CIF} = \$6.171, 81 + 1.75\% (\$6.171, 81) + \$50$$

$$\text{CIF} = \$6.171, 81 + \$ 108, 01 + \$50$$

$$\text{CIF} = \$6.329, 82$$

Para el cálculo de los tributos se utiliza el valor CIF sin el cálculo del arancel ad-valorem ya que ese rubro no se pagará.

A continuación se calcula el Impuesto General a las Ventas (IGV) 16%, Impuesto de Promoción Municipal (IPM) 2%, al sumar estos dos valores nos da un total del 18%, luego lo multiplicamos por el valor CIF anteriormente calculado.

CÁLCULO DE TRIBUTOS:

$$\text{IGV} + \text{IPM} = 18\% (\text{CIF} + \text{A/V}0\%) = 18\% (\$6.329,82)$$

$$\text{TOTAL TRIBUTOS ADUANEROS} = \text{US\$ } 1.139,37$$

En este caso deduciremos el cálculo de los tributos si no poseemos el Certificado de Origen, pagaría (el importador) el arancel ad-valorem.

CÁLCULO DE TRIBUTOS:

A/Valorem = 6%

CIF = 6% de \$6.329,82= \$ 379,79

IGV + IPM = 18% (CIF+A/V) = 18% (\$ 6.329, 82+\$ 379, 79) = 18 % (\$ 6.709, 61)
= \$1.207,73

TOTAL TRIBUTOS ADUANEROS = US\$ 1.207,73

Sin el Certificado de Origen se pagarían más tributos, exactamente \$ 68,36 mientras que con el certificado, el costo para la llegada de la mercancía es mucho menor.

3.12 CERTIFICADOS DE CALIDAD PARA LA EXPORTACIÓN

La empresa Nutricereales para comercializar y tener una libre circulación de sus productos tiene un registro sanitario, actualmente realizó en el 2013 las Buenas Prácticas de Manufactura para ofrecer al mercado un producto higiénicamente elaborado, pues es un requisito obligatorio para la obtención del Permiso de Funcionamiento en el Ecuador.

Para poder exportar, la empresa debe presentar un producto al mercado internacional que tenga certificaciones de calidad. No es una regla o una obligación, es una ventaja que se adquiere para tener más competitividad con productos similares en el mercado.

Los certificados de calidad son emitidos por empresas privadas, las cuales verifican los procesos utilizados para la elaboración de los productos. Es un proceso largo y, después de obtenido el certificado, existe un seguimiento. Todo esto genera un costo elevado.

Para iniciar cualquier proceso en la obtención de un certificado de calidad, se genera una inspección previa que igual genera un costo, hasta tener todo en regla. En nuestro país el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) está ayudando a las empresas con asesoría gratis. Esta propuesta es incentivada por el gobierno para que las empresas puedan adquirir sellos de calidad.

Para empresas como artesanos o microempresas de 1 a 09 personas el costo es de USD \$400 o USD \$450 y se califica en un solo día para la dar el visto bueno que la empresa cuenta con todo los requisitos

“El Ministerio de Industrias y Productividad, presenta los Sellos Hace Bien y Hace Mejor, como una iniciativa que pretende reconocer a las empresas ecuatorianas comprometidas con el cumplimiento de las 4 Éticas Empresariales (Ética con los Trabajadores, Ética con la Comunidad, Ética con el Estado y Ética con el Medio Ambiente) promovidas por el Gobierno Nacional, de una manera integral, generando, además incentivos para las empresas que alcancen los mismos.

“Estos Sellos, además de tener un relacionamiento directo con las 4 Éticas identificadas por el Gobierno, constituyen los primeros pasos para impulsar una "Cultura" de responsabilidad social en los empresarios que decidan acogerse a la obtención de estos sellos.

“El Sello Hace Bien tiene como objetivo reconocer a las empresas que cumplen con las disposiciones legales y normativas que regulan las cuatro éticas empresariales y han incorporado un componente de buenas prácticas empresariales.

FIGURA No. 37 SELLO DE CALIDAD HACE BIEN



Fuente: MIPRO

“El Sello Hace Mejor tiene por objetivo el reconocimiento a las empresas que han incorporado a su gestión empresarial altos estándares de buenas prácticas en los aspectos relativos a las cuatro éticas empresariales. Para alcanzar el Sello Hace Mejor, las empresas necesariamente deben haber obtenido previamente el Sello Hace Bien.

FIGURA No. 38 SELLO DE CALIDAD HACE MEJOR



Fuente: MIPRO

“El Ministerio de Industrias y Productividad presenta los protocolos de los Sellos Hace Bien y Hace Mejor, los mismos que serán certificables a través de una auditoría de cumplimiento que la realizará una entidad privada, debidamente designada por el MIPRO y posteriormente acreditada por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE).

“A través de los Sellos Hace Bien y Hace Mejor, el Ministerio de Industrias y Productividad no pretenden convertirse en un ente de control adicional del Estado, sino que pretende motivar, mediante la concesión de incentivos en distintos niveles, a que las organizaciones públicas y privadas, cumplan con los más altos estándares de gestión empresarial y cumplimiento de las disposiciones normativas, colaborando así con el fortalecimiento a la competitividad de las empresas y al desarrollo sustentable del país.¹⁷

3.13 PLAN DE MARKETING

Para realizar del plan de marketing, previamente se analizó la selección del país a donde sería dirigida la granola, específicamente el segmento de mercado al que va dirigido nuestro producto lo realizamos por medio de encuestas. Todo el proceso de exportación en cuanto a costos y de ingreso para este producto al Perú, fue debidamente analizado. Para

¹⁷ <http://aplicaciones.mipro.gob.ec>

tener una visión del costo del producto debemos conocer el costo de exportación y si la empresa Nutricereales tiene ganancia, además, si el precio se encuentra acorde a las encuestas realizadas a los clientes potenciales.

Para el plan de mercadeo realizaremos el marketing mix que consiste en las variables PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN y DISTRIBUCIÓN con el objetivo de que el producto pueda tener modificaciones para adaptarse al país de destino, en este caso: Perú.

3.13.1 Producto

Para ingresar un producto a un mercado internacional debemos tomar en cuenta que el nombre que se utiliza en nuestro país sea el mismo en el exterior. Por ejemplo: piña se llama en el Ecuador, en Argentina el mismo producto se llama ananá. Tomando en cuenta ese punto, nuestra oferta exportable también se llama granola en Perú y es conocida, por lo que pudimos ver en las encuestas realizadas. Ahora otro punto importante es conocer las preferencias, hábitos, necesidades y exigencias del mercado de destino en cuanto a qué productos similares consumen y sus características. Haciendo un análisis de los productos de granola que ofertan en el Perú, vemos que se utiliza fundas de ziplot grueso para contener dicho producto, lo que ofrece facilidad de mantenerla fresca, antes y después de abrirla. Los colores que predominan en sus envases son el amarillo y el azul.

Si la empresa Nutricereales quiere ingresar al mercado peruano, debe tomar en cuenta que tendría que modificar sus envases de fundas de polipropileno de 4 micras que tengan ziplot grueso para que los clientes tengan la facilidad de consumir el producto y preservarlo de manera práctica, esto con el fin de no quedarse atrás en la competitividad. Debido a que la propuesta de la empresa en cuanto al diseño del envase es original, llamativa y predomina el color amarillo, no habría mayor necesidad de cambiar.

Además debe poner principal énfasis en certificaciones de calidad, debido a las posibles exigencias que pueda tener el producto en el país de destino, a su vez tener claro las especificaciones de productos importados en el Perú, ya que se estipula que debe tener el registro sanitario de ese país y una etiqueta donde claramente este escrito de dónde se exporta el producto, el nombre de la marca y del importador en Perú.

Otro punto es que el producto debe llegar en óptimas condiciones a su destino, por lo que el cartón debe ser de buena calidad para no estropear el contenido; a su vez, al momento de transportar, si no se tiene el cuidado correspondiente con la granola en fundas, y si llega en malas condiciones el producto, se nos cerrarían las puertas para exportar a nuevos clientes.

3.13.2 Precio

Para establecer el precio del producto granola tomamos en cuenta, como base, las encuestas realizadas sobre el nivel adquisitivo, necesidades y gustos del cliente; como referencia, un precio estimativo entre nuestro producto y productos de la competencia en el mercado peruano. A partir de eso, tomamos la decisión del porcentaje de ganancia de Nutricereales con la exportación y decidir lanzar nuestro producto con valor agregado novedoso y así podemos obtener mayor ganancia.

Para la determinación de los costos para exportación se tratará de minimizar en logística, buscando el transporte a un costo accesible y seguro, disminuyendo el precio.

3.13.3 Promoción

La promoción en cuanto al producto granola que ofrece la empresa Nutricereales se verá encaminada en mercantilizar con la información pertinente, además la debida persuasión del producto para que lo adquieran los nuevos clientes.

Esta es la parte donde damos a conocer nuestro producto y todas sus características, por eso tenemos que tener en cuenta a que segmento de mercado irá encaminado el producto y así poder ofrecer todas las ventajas esperadas para que puedan adquirir los potenciales consumidores.

Las promociones pueden ser de varias maneras:

❖ Ferias

“Las ferias” es la forma más fácil y costosa de dar a conocer los productos. Aquí se procede a tener un stand con un expositor que explicará en forma clara, precisa y real qué se ofrece, a qué precio y en qué cantidad. Esta parte es muy importante, pero se corre un riesgo cuando se ofrece más de lo que se puede vender. En este caso, el exportador no podrá

cubrir la demanda requerida y hay la posibilidad que se puedan cerrar las puertas con los posibles clientes, por eso hay que ser muy cuidadosos. Ésta es una manera práctica de darse a conocer, pues las personas que acuden a estas ferias son importadoras y posibles compradores, por esa razón hay que brindar todos los datos de la empresa y además se pueden intercambiar contactos para ofrecer el producto.

Debemos tener en cuenta que estas ferias tienen un costo, razón por la cual los exportadores necesitan tener una idea clara y exacta en la presentación del producto a ser adquirido, tanto en materiales publicitarios como en el producto mismo, por esta razón Pro Ecuador también fue creado para la ayuda en las ferias internacionales, para dar a conocer productos ecuatorianos ofreciendo asesoría gratis a empresas que quieren beneficiarse de esta promoción.

En este caso tenemos una feria importante para proporcionar nuestro producto, es la EX-POALIMENTARIA PERÚ que apoya Pro Ecuador a empresas ecuatorianas. “Constituye la feria de alimentos, bebidas, insumos, equipos, maquinarias y envases más grande e importante de la región. En esta edición contó con 450 stands peruanos, 120 internacionales y 14 pabellones país con 70 empresas. La feria recibió más de 30.000 visitantes vinculados al sector, entre ellos 2.300 compradores internacionales provenientes de más de 50 países de los 5 continentes.

“17 empresas ecuatorianas conformaron el pabellón país con el apoyo de PRO ECUADOR a través de su Oficina Comercial en Perú y calificaron en promedio como exitosa su participación.

“Entre las delegaciones de compradores internacionales más numerosas estuvieron las de los Estados Unidos, Canadá, Chile, Brasil, Colombia, Argentina, China, Taiwán, Holanda, Francia, España, Rusia, Italia, Reino Unido y Emiratos Árabes. Durante los tres días de feria se negociaron USD 600 millones de dólares.

“Los resultados obtenidos por los exportadores ecuatorianos tanto para el mercado peruano como para mercados de diversos países, en particular asiáticos, europeos y norteamericanos, son una clara muestra de la alta calidad y competitividad de los productos que ofrece

la industria ecuatoriana de alimentos procesados,” añadió Dávalos.¹⁸

“Esta es la quinta edición de la feria y la cuarta ocasión en la que el Ecuador está presente.

“Las delegaciones han ido aumentando cada año, de 6 empresas en el 2010, a 17 en el 2013, con excelentes resultados para los exportadores ecuatorianos tanto en el mercado peruano como con compradores provenientes de diversos países, en particular asiáticos, europeos y norteamericanos”, añadió Alejandro Dávalos, jefe de la oficina comercial en Perú.¹⁹

❖ Comercio electrónico

El comercio electrónico es muy utilizado en las actuales empresas. En el mundo actual que está globalizado es importante ofrecer un producto en una página web ya que es otra forma de darse a conocer y abalizar a los potenciales clientes que somos una empresa seria, ya podemos cotizar sus pedidos y compras vía on-line a través de un sitio en internet. De esta manera podemos minimizar costos en publicidad y llegar a más números de clientes.

❖ Marketing Tradicional

Este se encarga de promocionar con catálogos, folletos, flayers, etc. Este marketing es costoso porque al estar en otro país es difícil promocionar y se debería contratar a una empresa que se encargue de entregar el material a los potenciales consumidores.

3.13.4 Distribución directa

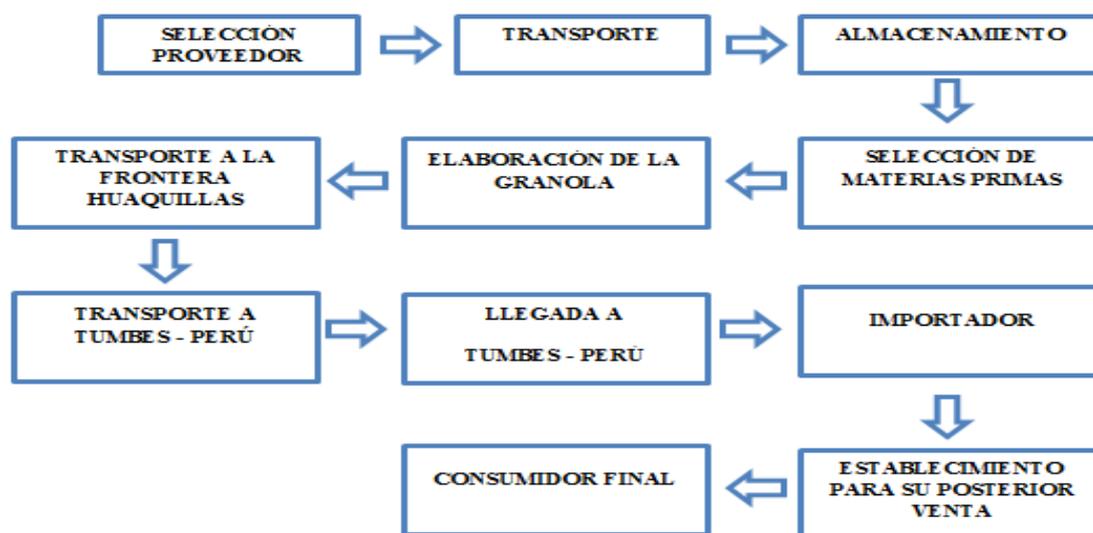
En este caso la distribución se realiza directamente con pequeños comerciantes que adquieran este producto, esto depende de cómo se maneje la publicidad para darse a conocer internacionalmente, además hay que tomar en cuenta que el producto debe adaptarse para satisfacer las necesidades de los potenciales clientes y al nuevo mercado. Para esto se debe enfatizar en presentar las ventajas del producto y todas sus características. Se debe persuadir a los establecimientos de abastecimiento de este producto para que puedan comprar la granola y vender a sus clientes.

¹⁸ www.proecuador.gob.ec

¹⁹ ecuadorinmediato.com

Por ello enfatizamos el buen uso de la publicidad y, en especial en la feria Expoalimentaria, para conocer compradores interesados en nuestro producto.

FIGURA No. 39 ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN



Elaborado por: Mónica Torres

3.14 ANÁLISIS FINANCIERO

Al año 2013 la empresa Nutricereales tuvo los siguientes datos económicos reflejados en los Estados Financieros: Estado de situación Final ,encontramos que hay una liquidez en caja de USD \$ 9.000 y una utilidad neta en el ejercicio de USD \$ 25.084,51, además en cuentas por cobrar hay un valor de USD \$4.630,78 los mismos significan que la empresa cuenta con una liquidez de USD \$ 34.084,51 valor que puede ser realizar en una inversión temporal que al transcurrir el tiempo esta genere efectivo a corto plazo. Es muy importante para dar a conocer el producto además .Sugerimos a la empresa que realice una inversión al adquirir un activo fijo (horno), que le ayudara a empresa a incrementar su producción tanto para el mercado nacional como para el mercado internacional el mismo que generara la liquidez que explicamos anteriormente y nos ayudara a pagar la deuda de algún préstamo que la empresa tendrá que recurrir para realizar la inversión temporal. Cuya garantía de pago será la misma maquinaria adquirida y la liquidez obtenida por el rendimiento de la maquinaria será dedicada al pago de las letras correspondientes.

TABLA No. 26 ESTADO DE RESULTADOS EMPRESA NUTRICEREALES

EMPRESA NUTRICEREALES	
ESTADO DE RESULTADOS	
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	
VALORES EN USD \$	
VENTAS	99.948,92
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTA	44.149,77
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	55.799,15
(-)GASTOS OPERACIONALES	17.472,93
Gastos Administrativos	1.319,50
Gastos de Ventas	3.930,01
Otros Gastos	12.223,42
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	38.326,22
15% Participación a trabajadores	5.748,93
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	32.577,29
23% Impuesto a la renta	7.492,78
UTILIDAD NETA	25.084,51

Fuente: Empresa Nutricereales

3.14.1 ANÁLISIS FINANCIERO CON EXPORTACIÓN

La empresa vendió durante el año 2013 la cantidad de 27 toneladas con 11988 gramos su capacidad máxima de producción es de 68 toneladas con 688 gramos. La perspectiva de la empresa es vender 5775 unidades equivalente a 2 toneladas trimestralmente que en total serian 4 exportaciones por año que la empresa puede atender con su inversión actual, demanda del mercado nacional e internacional.

El precio de la empresa que está dispuesta a vender es de USD \$ 1,57 (valor en el cual está incluida la ganancia del 37%).

Obteniendo una utilidad en las 2 toneladas trimestrales a venderse de USD \$ 2.451,25 en cada exportación como son cuatro veces al año ascendería a USD \$ 9.805,00.

TABLA No. 27 VENTAS EN TONELADAS NACIONAL Y EXPORTACIONES

GRANOLA DE 340 GRAMOS	
CANTIDAD	
VENTAS NACIONALES	24 TON
EXPORTACIONES	8 TON

Elaborado por: Mónica Torres

TABLA No. 28 VENTAS TOTALES NACIONAL Y EXPORTACIONES

VENTAS TOTALES DE GRANOLA	
VALORES EN USD \$	
VENTAS NACIONALES	99.948,92
EXPORTACIONES	36.267
TOTAL	136.215,98

Elaborado por: Mónica Torres

TABLA No. 29 UTILIDAD FINAL EN VENTAS NACIONALES Y EXPORTACIONES

UTILIDAD NETA	
VALORES EN USD \$	
VENTAS NACIONALES	25.084,51
EXPORTACIONES	30.960,77

Elaborado por: Mónica Torres

TABLA No. 30 ESTADO DE RESULTADOS CON EXPORTACIÓN

EMPRESA NUTRICEREALES	
ESTADO DE RESULTADOS	
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	
VALORES EN USD \$	
VENTAS	136.215,92
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTA	67.268,25
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	68.947,73
(-)GASTOS OPERACIONALES	22.249,73
Gastos Administrativos	1.319,50
Gastos de Ventas	8.706,81
Gastos Financieros	4.084,14
Otros Gastos	8.139,28
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	39.630,30
15% Participación a trabajadores	7.004,70
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	39.693,30
22% Impuesto a la renta	8.732,53
UTILIDAD NETA	30.960,77

Elaborado por: Mónica Torres

TABLA No. 31 INVERSIÓN FIJA CON EXPORTACIÓN

INVERSIÓN FIJA	VALORES EN USD \$	
	VALOR	TOTAL
Maquinaria		
Horno Industrial	15.120,00	15.120,00
Horno Industrial Multicabezal	15.120,00	15.120,00
INVERSIÓN FIJA TOTAL		30.240,00
Intangibles		
TOKEN	72,80	72,80
Renovación del TOKEN	22,40	22,40
Registro Sanitario Perú	84,72	84,72
Sello de Calidad	\$450,00	450,00
INVERSIÓN INTANGIBLE TOTAL		629,92
CAPITAL DE TRABAJO		
Materia Prima		3.734,50
Avena	1.290,95	
Ajonjolí	7,22	
Coco	216,56	
Pasas	1.078,00	
Esencias	215,36	
Canela Molida	22,86	
Panela	240,63	
Azúcar	97,45	
Sal	4,81	
Aceite	372,97	
Almendras	152,80	
Espesarios	36,09	
Mano de Obra		806,40
Trabajadores Tiempo Completo	625,20	
Trabajadores por horas	180,00	
Costos Indirectos de fabricación		925,25
Codificación	8,42	
Arriendo	154	
Cartón	213,00	
Cinta	2,41	
Gas	160,02	
Funda	163,63	
Agua	18,05	
Luz	13,23	
Teléfono	7,22	
Internet	24,06	
Mano de Obra Indirecta	161,22	
Gasto Administrativo		109,96
Gasto de Ventas		1.521,70
Gastos de Exportación	1.194,20	
Gasto de Financieros		340,35
Otros Gastos		678,27
Total capital de trabajo	8.116,43	32.465,72
Total de la inversión		63.335,64

Elaborado por: Mónica Torres

TABLA No. 32 FLUJO DE CAJA DE LA EMPRESA NUTRICEREALES EXPORTANDO

VALORES EN USD \$						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		136.215,92	143.026,72	150.178,05	157.686,95	165.571,30
VALOR DE SALVAMENTO						15.120,00
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS		66.094,77	69.399,51	72.869,48	76.512,96	80.338,61
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		70.121,15	73.627,21	77.308,57	81.174,00	100.352,70
(-)GASTOS OPERACIONALES		22.915,01	24.060,76	25.263,80	26.526,99	27.853,34
Gastos Administrativos		1.319,50	1.385,48	1.454,75	1.527,49	1.603,86
Gastos de Ventas		8.706,81	9.142,15	9.599,26	10.079,22	10.583,18
Gastos Financieros		4.749,42	4.986,89	5.236,24	5.498,05	5.772,95
Otros Gastos		8.139,28	8.546,24	8.973,56	9.422,23	9.893,35
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		47.206,14	49.566,45	52.044,77	54.647,01	72.499,36
15% Participación a trabajadores		7.080,92	7.434,97	7.806,72	8.197,05	10.874,90
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		40.125,22	42.131,48	44.238,05	46.449,96	61.624,45
22% Impuesto a la renta		8.827,55	8.847,61	9.289,99	9.754,49	12.941,14
UTILIDAD NETA		31.297,67	32.862,55	34.505,68	36.230,97	48.683,32
Depreciación		3.024,00	3.024,00	3.024,00	3.024,00	3.024,00
Amortización		125,98	125,98	125,98	125,98	125,98
Inversión Fija	-30.240,00					
Inversión Intangible	-629,92					
Capital de Trabajo	-32.465,72					
Rec. Capital de Trabajo						32.465,72
FLUJO DE CAJA	-63.335,64	34.447,65	36.012,53	37.655,66	39.380,95	84.299,02

Elaborado por: Mónica Torres

3.14.1.1 Valor Actual Neto

En el cálculo del VAN se calculó la tasa de actualización con la inflación acumulada en el Ecuador registrada por el INEC en el año 2013 de 2,70% y la tasa pasiva referencial vigente emitida por el Banco Central del Ecuador, para el Período de abril del 2014 de 4.53% y la sumatoria de las dos es 7,23%.

TABLA No. 33 VAN

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL
		$1 / (1 + i)^n$	
0	-\$ 63.335,64	1	-\$ 63.335,64
1	\$ 34.447,65	0,932574839	\$ 32.125,01
2	\$ 36.012,53	0,869695831	\$ 31.319,95
3	\$ 37.655,66	0,811056449	\$ 30.540,87
4	\$ 39.380,95	0,756370838	\$ 29.786,60
5	\$ 84.299,02	0,705372412	\$ 59.462,20
VAN 1	\$ 119.898,99	TASA DE DESCUENTO 7,23%	

Elaborado por: Mónica Torres

El valor actual neto es de \$ \$ 119.898,99 al ser mayor que cero, el plan es factible.

3.14.1.2 Tasa interna de retorno

Para el cálculo de la tasa interna buscamos un VAN que sea negativo para lo cual se aplica la tasa de descuento de 55.26 % la cual se aproxima a un VAN próximo a cero.

La tasa interna de retorno es de 55.25% y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la sumatoria de la inflación y la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el plan es viable.

TABLA No. 34 TIR

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL
		$1 / (1 + I) ^ N$	
0	-\$ 63.335,64	1	-\$ 63.335,64
1	\$ 34.447,65	0,644080897	\$ 22.187,07
2	\$ 36.012,53	0,414840201	\$ 14.939,45
3	\$ 37.655,66	0,267190649	\$ 10.061,24
4	\$ 39.380,95	0,172092393	\$ 6.777,16
5	\$ 84.299,02	0,110841423	\$ 9.343,82
VAN 2 -\$ 26,89			
TASA DE DESCUENTO 55.26 %			
TASA INTERNA DE RETORNO 55.25%			

Elaborado por: Mónica Torres

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left(\frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2} \right)$$

$$TIR = 7,23 + (55,26 - 7,23) \left(\frac{\$ 119.898,99}{\$ 119.898,99 - (-\$ 26,89)} \right)$$

$$TIR = 7,23 + (48,03) \left(\frac{\$ 119.898,99}{\$ 119.898,99 - (-\$ 26,89)} \right)$$

$$TIR = 7,23 + (48,03) \left(\frac{\$ 119.898,99}{\$ 119.925,88} \right)$$

$$TIR = 7,23 + (48,03)(0,9997)$$

$$TIR = 7,23 + (48,02)$$

$$TIR = 55,25\%$$

3.14.1.3 Relación beneficio-costo

TABLA No. 35 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL
		$1 / (1 + I) ^ N$	
1	\$ 34.447,65	0,932574839	\$ 32.125,01
2	\$ 36.012,53	0,869695831	\$ 31.319,95
3	\$ 37.655,66	0,811056449	\$ 30.540,87
4	\$ 39.380,95	0,756370838	\$ 29.786,60
5	\$ 84.299,02	0,705372412	\$ 59.462,20
TOTAL			\$ 183.234,63

Elaborado por: Mónica Torres

$$R\ b/c = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$R\ b/c = \$ 183.234,63 / \$ 63.335,64$$

$$R\ b/c = \$ 2,89$$

El proyecto muestra una relación RB/C de 2,89 lo que significa que el proyecto obtiene 0,89 centavos por cada 2 dólares invertidos que representa el 44,50 % del valor invertido, el plan es considerado económicamente eficiente.

3.15 COSTO DE PRODUCCIÓN

TABLA No. 36 COSTO DE PRODUCCIÓN PARA EXPORTACIÓN

MATERIA PRIMA	VALORES EN USD \$	
	DÓLARES	COSTOS DE EXPORTACIÓN
Avena	10,73	1.290,95
Ajonjolí	0,06	7,22
Coco	1,80	216,56
Pasas	8,96	1.078,00
Esencias	1,79	215,36
Canela molida	0,19	22,86
Panela	2,00	240,63
Azúcar	0,98	117,91
Sal	0,04	4,81
Aceite	3,10	372,97
Almendras	1,27	152,80
Espesarios	0,30	36,09
TOTAL MATERIA PRIMA	31,04	3.754,60
MANO DE OBRA DIRECTA		0,00
Trabajadores tiempo completo	5,21	625,20
Trabajadores x horas	1,50	180,00
TOTAL M.O.D	6,72	806,40
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
Codificación	0,07	8,42
Arriendo	1,28	154,00
Cartón	2,00	213,00
Cinta	0,02	2,41
Gas	1,33	160,02
Funda	1,36	163,63
Agua	0,15	18,05
Luz	0,11	13,23
Teléfono	0,06	7,22
Internet	0,20	24,06
Mano de obra indirecta	1,34	161,22
TOTAL C.I.F	7,91	925,25
Total Costos De Producción/Parada	45,67	5.486,25
Total Costos De Producción Por Funda	0,95	0,95

Fuente: Empresa Nutricereales

Los elementos que intervienen en el costo de producción en la elaboración de las granolas son los siguientes:

a) Materia prima: Están constituidos por todos los materiales constituidos por avena , aceite vegetal ,coco rallado, ajonjolí el germen de trigo, azúcar morena, miel de panela, sal, canela molida, clavo de olor y una variedad de esencias ,almendras y pasas.

b) Mano de Obra: En este momento se paga es por salarios de mano de obra a 3 obreros de planta y 3 obreros ocasionales, en el caso de que exista demanda que generalmente sucede.

c) Costos indirectos de fabricación: Están constituidos por los siguientes rubros:

Codificación, arriendo, cartón, cinta, gas, funda, agua, luz, teléfono, internet, mano de obra indirecta.

El costo de producción de la granola de 340 gramos USD 0,95 obteniendo una utilidad en cada unidad de USD \$ 0,35 lo que representa una utilidad del 37% lo que significa que la empresa está demostrando que tiene una capacidad de producción y de pago para realizar inversiones temporales.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

La empresa Nutricereales cuenta con la capacidad de producción para satisfacer la demanda nacional e internacional, siendo de 8 toneladas anuales, respectivamente 2 toneladas trimestralmente, esto con el objeto de dar a conocer el producto granola y en un futuro si aumentara la demanda de exportación a Perú-Tumbes, con la inversión de activos fijos bajarán tanto los costos del producto y incrementará la producción.

Con este plan de exportación analizamos al mercado meta que es Perú-Tumbes con encuestas concluimos que es un nicho de mercado que tiene preferencias similares a los clientes nacionales de este producto dando como resultado que el 87% de la muestra, estaría dispuesto a adquirir granola importada del Ecuador y mantenemos la ventaja de estar en una posición geográfica a 7 horas de la frontera vía terrestre al Perú donde se exportaría.

El producto granola no tendrá dificultad al ingresar al mercado peruano debido al acuerdo comercial que mantenemos los países andinos y además nos beneficiará al 0% del pago de arancel exportar nuestro producto. Los costos generados por la exportación no generan desventaja en el precio venta al público peruano ya que en las encuestas el precio que estarían dispuestos a pagar por el producto es de USD \$ 2,45 y el valor de importación por unidad será de USD \$ 2,12.

La empresa Nutricereales realizará posteriormente una inversión para poder internacionalizarse tanto en activo fijos como sello de calidad y la capacitación del personal debido a los estándares de calidad exigidos para exportar un producto y también para darle un valor agregado al producto nacionalmente.

4.2 RECOMENDACIONES

La empresa “Nutricereales” debe tener en su organización un departamento o asesoría de comercio exterior que refuerce la investigación en este caso puede hacerlo de manera gratuita con Pro Ecuador y la capacitación para los obreros en el proceso de producción para ir encaminados a las exigencias internacionales de los productos de calidad.

Tener un sello de calidad del producto granola ya que en el mercado nacional hay la facilidad de asesoría gratis por el MIPRO para poder encaminar a las empresas los requerimientos que exigen las calificadoras de los sellos.

La empresa tiene la capacidad de financiamiento para adquisición de activos fijos, los trámites pertinentes de exportación y sello de calidad para poder internacionalizarse. Al momento de realizar una exportación contratar a un agente de aduana que se encargue de todos los trámites legales pertinente en Huaquillas, la tarifa por el servicio es accesible y hay la seguridad que el producto pasara la frontera.

Cabe destacar que para la introducción del producto a un nuevo mercado hay que conocer la competencia y en este caso la sugerencia de un valor agregado que las fundas de polipropileno laminado de cuatro micras sean de ziploc para ofrecer un valor agregado para preservar su producto una vez abierto el diseño no sufriría ningún cambio.

BIBLIOGRAFÍA

- Benassini, Marcela. (2009). *Introducción a la investigación de mercados: Enfoque para América Latina*. México: Pearson Educación.
- Caballero, I., & Pabín, C. (2012). *Comercio Internacional*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Garcia, M., & Anibal, L. (2010). *Modelos de la Optimización de la Gestión Logística*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Múnch, Lourdes. (2012). *Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia: Hacia el liderazgo del Mercado*. México: Trillas.

WEB GRAFÍA

- Sabbah, S. (07 de Agosto de 2009). *¿Cuáles son las propiedades de la granola?* Recuperado el 01 de Julio de 2013, de <http://radio.rpp.com.pe/saludenrpp/%C2%BFcuales-son-las-propiedades-de-la-granola/>
- Programa de Alimentación Escolar Ecuador. (Mayo de 2012). *Análisis Histórico PAE*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de http://documents.wfp.org/stellent/groups/public/documents/liaison_offices/wfp256486.pdf
- Secretaría General de la CAN. (2010). *Comunidad Andina*. Recuperado el 18 de Agosto de 2013, de http://www.youtube.com/watch?v=_YG9N-YNqcM
- SUNAT. (2010). *Asociación Latinoamericana de Integración*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2013, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/acuerdoscomerciales/aladi.html>
- Secretaría General UNASUR. (s.f.). *Historia UNASUR*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2013, de <http://www.unasursg.org/inicio/organizacion/historia>
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. (2012). *Política Exterior UNASUR*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de

http://www.rree.gob.pe/politicaexterior/Paginas/UNASUR_y_Mecanismos_de_Coordinacion_Sudamericanos.aspx

- Guillen, F. (2008). *Departamento de Tumbes*. Recuperado el 22 de Octubre de 2013, de <http://www.tumbes.com/departamento/datos-generales/>
- CONADIS PERÚ. (08 de Mayo de 2012). *Actividad Económica*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de http://www.conadisperu.gob.pe/tumbes_accesible/index.php?option=com_content&view=article&id=298&Itemid=350
- CONADIS PERÚ. (08 de Mayo de 2012). *Población total*. Recuperado el 01 de Octubre de 2013, de http://www.conadisperu.gob.pe/tumbes_accesible/index.php?option=com_content&view=article&id=297&Itemid=349
- DIGESA. (2010). *Dirección General de Salud Ambiental*. Recuperado el 25 de Octubre de 2013, de <http://www.digesa.sld.pe/index.asp>
- MINCETUR. (2013). *Vigilancia Y Control Sanitario de Alimentos*. Recuperado el 03 de Noviembre de 2013, de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/20/Documentos/Notificaciones/PRT_Vigilancia_Control_Sanitario_Alimentos.pdf
- PRO ECUADOR. (2013). *Clasificación Arancelaria*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/Preparaci%C3%B3n-encuentro-binacional-Per%C3%BA-Ecuador-2013.pdf>
- PRO ECUADOR. (s.f.). *Incoterms*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- PRO ECUADOR. (2013). *Clasificación Arancelaria Reglas y Estructura*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp->

content/uploads/2013/08/Preparaci%C3%B3n-encuentro-binacional-Per%C3%BA-Ecuador-2013.pdf

- PRO ECUADOR. (s.f.). *CPT (transporte pagado hasta)*. Recuperado el 29 de Diciembre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/cpt-transporte-pagado-hasta/>
- MIPRO. (s.f.). *Sellos de Calidad*. Recuperado el 16 de Enero de 2014, de <http://aplicaciones.mipro.gob.ec/creecuador/index.php>
- PRO ECUADOR. (s.f.). *Feria Peruana de Alimentos*. Recuperado el 13 de Febrero de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/2013/10/21/ecuador-gana-premio-de-innovaci%C3%B3n-en-feria-peruana-de-alimentos/>
- ECUADOR INMEDIATO. (15 de Octubre de 2013). *Expoalimentaria Perú 2013*. Recuperado el 28 de Febrero de 2014, de http://ecuatorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818749185&umt=ecuador_participa_en_expoalimentaria_peru_2013
- Aduana del Ecuador. (s.f.). *ECUAPASS*. Recuperado el 13 de Enero de 2013, de http://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_ECUAPASS.pdf
- ALADI. (s.f.). *Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos*. Recuperado el 26 de Febrero de 2014, de <http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/vsitioweb/Cpycr>
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). Recuperado el 08 de Diciembre de 2013, de Certificación Electrónica: <https://www.eci.bce.ec/tarifas>
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Autorización para Exportar granola*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2013, de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Importación de Avena*. Recuperado el 13 de Agosto de 2013, de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp

- EXPORTA FÁCIL. (s.f.). *Certificado de Origen*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://www.exportafacil.gob.ec/mas-informacion/certificado-de-origen>
- Oficina Comercial del Ecuador en Lima. (2013). *Guía Comercial Perú*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2013, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/PROEC_GC2013_PERU.pdf
- PRO ECUADOR. (s.f.). *Certificado de Origen*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/certificado-de-origen/>
- PRO ECUADOR. (s.f.). *Token*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-el-certificado-digital-de-firma-electronica-y-token/>
- SRI. (2010). *RUC*. Recuperado el 05 de Febrero de 2014, de <http://www.sri.gob.ec/de/web/10138/92>
- SUNAT. (s.f.). *Importador de granola Perú*. Recuperado el 14 de Enero de 2014, de www.sunat.gob.pe
- TÍA. (2010). *Cobertura Nacional TÍA*. Recuperado el 01 de Agosto de 2013, de <http://tia.com.ec/empresa.asp>
- TRADE MAP. (s.f.). *Pago de Arancel al Perú*. Recuperado el 28 de Febrero de 2014, de www.trademap.com

