



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
COMERCIO EXTERIOR

TEMA

"PLAN DE EXPORTACIÓN DE MADERA ASERRADA DE Balsa
AL MERCADO DE VALPARAÍSO – CHILE"

TUTORA

MAE. JESSICA AROCA CLAVIJO

AUTORES

KEVIN DANIEL ARISTEGA LIBERIO

ANUAR ANTONIO CASTRO CAMPOZANO

Guayaquil, 2017



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TITULO Y SUBTITULO: PLAN DE EXPORTACIÓN DE MADERA ASERRADA DE Balsa AL MERCADO DE VALPARAÍSO - CHILE	
AUTOR/ES: KEVIN DANIEL ARISTEGA LIBERIO ANUAR ANTONIO CASTRO CAMPOZANO	REVISORES: JESSICA JULIETA AROCA CLAVIJO
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	FACULTAD: ADMINISTRACIÓN
CARRERA: COMERCIO EXTERIOR	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PAGS: 153
ÁREAS TEMÁTICAS: Área: Comercio Exterior Aspecto: Plan de exportación de madera aserrada de balsa al mercado de Valparaíso – Chile. Delimitación Temporal: Enero del 2017 a Octubre 2017	
PALABRAS CLAVE: Acuerdo Comercial, Aserrada, Balsa, BFT, Exportación, Fungicidas, Logística, Listón de madera, Plan de exportación.	
RESUMEN: La planificación es la base de todo proceso, la cual organiza los objetivos, implementa estrategias y facilita la toma de decisiones, es por ello que la elaboración de un plan de exportación, sirve como herramienta. La balsa es un producto ecuatoriano con gran potencial, pero muy poco conocido, es por ello que el presente proyecto servirá como guía para los aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas, y así facilitar la decisión de incursionar en un nuevo mercado. En la búsqueda de mercados potenciales, Valparaíso fue el mercado escogido, ya que es uno de los principales puertos de Chile, con el mayor movimiento de contenedores, esta zona es comercialmente activa. Según el informe elaborado por Proecuador, que también indica que la madera de balsa es un producto altamente potencial para el mercado chileno, considerándolo un “Producto Estrella”.	
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: KEVIN DANIEL ARISTEGA LIBERIO ANUAR ANTONIO CASTRO CAMPOZANO	Teléfono: 0987109102 0969138895	E-mail: kevin_danarislib@hotmail.es anuar_c.s.e_@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>DECANO, FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DARWIN DANIEL ORDOÑEZ ITURRALDE Teléfono: 2596500 Ext. 201 dordoñezy@ulvr.ec</p> <p>DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR MGS. BETTY ADELAIDA AGUILAR ECHEVERRÍA Teléfono: 2596500 Ext. 264 baguilare@ulvr.edu.ec</p>	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

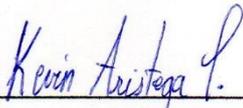
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados KEVIN DANIEL ARISTEGA LIBERIO Y ANUAR ANTONIO CASTRO CAMPOZANO, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar "PLAN DE EXPORTACIÓN DE MADERA ASERRADA DE Balsa al Mercado de Valparaíso – Chile"

Autores:



KEVIN DANIEL ARISTEGA LIBERIO

C.I. 0926015728



ANUAR ANTONIO CASTRO CAMPOZANO

C.I. 0940992662

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación "PLAN DE EXPORTACIÓN DE MADERA ASERRADA DE Balsa al Mercado de Valparaíso – Chile", nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: "PLAN DE EXPORTACIÓN DE MADERA ASERRADA DE Balsa al Mercado de Valparaíso – Chile", presentado por los estudiantes KEVIN DANIEL ARISTEGA LIBERIO Y ANUAR ANTONIO CASTRO CAMPOZANO como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



JESSICA JULIETA AROCA CLAVIJO

C.I. 0912171014

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Proyecto de balsa 1.docx (D30628684)
Submitted: 9/18/2017 11:33:00 PM
Submitted By: jarocac@ulvr.edu.ec
Significance: 6 %

Sources included in the report:

Maricela Loayza.pdf (D29766817)
TESIS WENDY VILLACIS PEREZ.docx (D14076354)
Tesis - MADERA DE Balsa 31oct2014.pdf (D12201272)
Trabajo Final Mike.docx (D25491157)
RUTH PLUAS.doc (D9848107)
TESIS Balsa Cavagnaro Rodriguez.docx (D22749311)
ESPINOZA BAZURTO, Lino Francisco, -UTELVT-2016.pdf (D17366058)
<https://www.clearcust.com/es/partidas-arancelarias/requisitos-derechos-importacion/crustaceos-incluso-pelados-vivos-frescos-refrigerados-congelados-secos-salados-o-en-salmuera-crustaceos-ahumados-incluso-pelados-incluso-cocidos-antes-o-durante-el-ahumado-crustaceos-sin-pelar-cocidos-en-agua-o-vapor-incluso-refrigerados-congelados/1582>
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/06/PROEC_GC2014_CHILE1.pdf
http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACE65_Acuerdo.pdf
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
<http://ecuadorforestal.org/wp-content/uploads/2014/06/SPF-FOLLETO-PIF-2014-050614.pdf>
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_BALSA_CHINA.pdf

Instances where selected sources appear:

176

RESUMEN

La planificación es la base de todo proceso, la cual organiza los objetivos, implementa estrategias y facilita la toma de decisiones. Es por ello que la elaboración de un plan de exportación, sirve como herramienta de apoyo, la cual le permitirá a la empresa conocer las contingencias que puede llegar a enfrentar en un proceso de exportación.

La balsa es un producto ecuatoriano con gran potencial, pero muy poco conocido, es por ello que el presente proyecto servirá como guía para los aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas, y así facilitar la decisión de incursionar en un nuevo mercado. En la búsqueda de mercados potenciales, Valparaíso fue el mercado escogido, ya que es uno de los principales puertos de Chile, con el mayor movimiento de contenedores y esta es una zona comercialmente activa. Según el informe elaborado por Proecuador, que también indica que la madera de balsa es un producto altamente potencial para el mercado chileno, considerándolo un “Producto Estrella”.

PALABRAS CLAVE: Acuerdo Comercial, Aserrada, Balsa, BFT, Exportación, Fungicidas, Logística, Listón de madera, Plan de exportación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por ser mi fortaleza, mi guía y por brindarme aquella sabiduría que me permite cumplir un logro, una meta más en mi vida.

Un agradecimiento especial dirigido a mis padres, Merlin Liberio y Tyrone Aristega, por sus esfuerzos, sacrificios, apoyo y consejos. Por haberme proporcionado una buena educación y lecciones de vida, logrando así formar una persona de bien, y hoy todo lo que soy, es gracias a ellos.

A los profesores, quienes han sido un aporte valioso impartiendo sus conocimientos, en especial a mi tutora de tesis, por su guía en el desarrollo de este proyecto.

A mi compañero de tesis Anuar, que a más de ser mi compañero es un gran amigo desde mi ingreso a la universidad, y con quién hoy culmino mi carrera universitaria, gracias por el esfuerzo y la dedicación.

A todas aquellas personas, que de una manera u otra contribuyeron y formaron parte de este proyecto.

KEVIN DANIEL ARISTEGA LIBERIO

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos difíciles y brindarme la oportunidad de cumplir mis objetivos.

Le doy gracias a mis padres Antonio y Leticia por brindarme su apoyo en todo momento, siendo un ejemplo de superación y fortaleza a lo largo de nuestras vidas, agradecerles por la excelente educación y valores que me han brindado y los valores que me han inculcado para ser de mí una persona de bien.

A mis hermanas por ser parte importante de mi vida, Leonor que desde el cielo guía mis pasos y de seguro estará orgullosa de mí, Ana Paula que la quiero mucho, mi esfuerzo sirva de ejemplo para ella y sea una buena profesional.

Le agradezco a mis profesores, por haber compartido sus conocimientos y dedicación.

A mi compañero y amigo Kevin, con quien iniciamos esta carrera universitaria y hoy culminamos nuestro proyecto de tesis gracias por la paciencia, confianza y esfuerzo.

ANUAR ANTONIO CASTRO CAMPOZANO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, por permitirme lograr una meta muy importante en mi vida, y demostrarme que las cosas con esfuerzo, paciencia y fe, son posibles.

A mis padres por su apoyo incondicional, a mi hermano y demás familiares.

KEVIN DANIEL ARISTEGA LIBERIO

Quiero dedicar este proyecto de tesis a Dios, por permitirme cumplir un propósito más en mi vida.

A mis padres que siempre me brindaron su apoyo incondicional tanto en la parte moral como económica.

ANUAR ANTONIO CASTRO CAMPOZANO

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Formulación del problema	4
1.4 Objetivos	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivos específicos.....	4
1.5 Justificación	5
1.6 ALCANCES Y DELIMITACIONES	6
1.6.1 Alcance de la investigación	6
1.6.2 Delimitaciones	6
1.6.2.1 Delimitación.....	6
1.6.2.2 Limites teóricos	6
1.6.2.3 Limites Espaciales	7
1.7 HIPÓTESIS.....	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Origen del Comercio Internacional	8
2.3.1 Teorías Clásicas del comercio internacional	8
2.3.2 Teorías modernas del comercio internacional.....	9
2.4 Aplicación de las teorías económicas del Comercio Internacional.....	11
2.5 Definición de mercado.....	12
2.5.1 Definición de producto	13
2.5.2 Definición de demanda	13
2.5.3 Definición de oferta	13

2.5.4 Definición de Oferta exportable.....	14
2.6 La balsa	14
2.6.1 Antecedentes históricos	14
2.6.2 Definición de aserrada	15
2.6.3 Generalidades del producto	16
2.6.3.1 Ventajas del producto	17
2.6.3.2 Uso de la balsa	18
2.6.3.3 Procesos para obtener listones de madera de balsa.....	19
2.6.3.4 Reforestación.....	20
2.7 Ecuador.....	21
2.7.1 Referencias de Ecuador.....	21
2.7.2 Principales productos exportados	22
2.7.3 Principales productos importados	23
2.8 Análisis Económico de la madera de balsa aserrada	24
2.8.1 Producción de madera de balsa.....	24
2.8.2 Empresas exportadoras de madera de balsa.....	25
2.8.3 Países exportadores de la madera aserrada de balsa	27
2.8.4 Países importadores de madera aserrada de balsa.....	27
2.9 Estadísticas sobre la madera aserrada de balsa	28
2.9.1 Estadísticas de exportación	28
2.9.2 Estadísticas de importación	30
2.10 Aspectos de Comercio Exterior	32
2.10.1 Guía para exportar	32
2.10.2 Proceso de exportación	32
2.10.3 Cadena Logística de exportación.....	35
2.11 Incoterms 2010.....	37
2.12 Chile.....	39
2.12.1 Referencias de Valparaíso.....	40
2.12.2 Puerto de Valparaíso	41

2.12.3	Protocolos de negociación.....	43
2.12.4	Condiciones de compra y pago.....	44
2.12.5	Principales productos importados.....	47
2.12.6	Demanda de madera de Chile.....	48
2.12.7	Convenios comerciales.....	49
2.12.8	Partida arancelaria sugerida.....	50
2.13	Marco Legal.....	51
2.13.1	El Arancel Aduanero de Exportaciones.....	51
2.13.2	COPCI, Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.....	51
2.14	Marco Conceptual.....	54
CAPÍTULO III.....		56
MARCO METODOLÓGICO.....		56
3.1	Tipo de investigación.....	56
3.2	Enfoque de la investigación.....	56
3.3	Técnica de la investigación.....	56
3.4	Diseño de la Investigación.....	57
3.5	Población.....	57
3.6	Técnicas e instrumentos empleados en la recolección de datos.....	57
3.6.1	Encuesta.....	58
3.6.1.2	Análisis de la encuesta realizada.....	69
3.6.2	Entrevista.....	69
CAPÍTULO IV.....		75
PROPUESTA.....		75
4.1	Título de la propuesta.....	75
4.2	Justificación de la propuesta.....	75
4.3	Importancia de la propuesta.....	76
4.4	Objetivo general de la propuesta.....	76
4.5	Proceso de Exportación.....	77
4.6	Plan de exportación.....	77

4.6.1 Requisitos para exportar	78
4.6.2 Etapa pre-embarque	79
4.6.3 DAE	80
4.6.4 Documentos y requisitos exigidos en origen y destino	80
4.6.5 Negociación de tarifa de exportación	81
4.6.6 Embarque	82
4.6.7 Etapa post-embarque	82
4.6.8 Medio de Transporte	83
4.6.9 Localización	84
4.6.10 Proceso de exportación de la madera aserrada de balsa.....	85
4.6.11 Líneas Navieras	86
4.7 Logística para la exportación.....	87
4.7.1 Negociación del Incoterm.....	87
4.7.2 Negociación de la condición de pago.....	89
4.7.3 Condiciones del transporte	89
4.7.4 Empaque y embalaje del producto	89
4.7.5 Unidad de transporte	90
4.7.6 Unitarización de la carga.....	90
4.8 Investigación de mercado.....	92
4.8.1 Empresas productoras y aserradoras de madera de balsa	92
4.8.2 Distribuidores en Valparaíso	93
4.9 Análisis del producto	94
4.9.1 Información del producto.....	94
4.9.2 Análisis del producto en el mercado meta.....	95
4.9.3 Matriz FODA	96
4.9.4 Partida arancelaria.....	97
4.9.5 Canal de distribución	99
4.9.6 Información del mercado meta.....	102
4.9.7 Plan de Marketing	103

4.10 Estudio Financiero.....	108
CONCLUSIONES	121
RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFÍA.....	124
ANEXOS.....	128

Índice de Figuras

<i>Figura 1: Modulares y separadores de madera de balsa.</i>	18
<i>Figura 2: Concentración de la producción de balsa ecuatoriana.</i>	24
<i>Figura 3: Exportaciones de madera aserrada de balsa.</i>	30
<i>Figura 4: Proceso de Exportación.</i>	32
<i>Figura 5: Ubicación geográfica de Chile.</i>	39
<i>Figura 6: Ubicación de Valparaíso.</i>	40
<i>Figura 7: Resultado de la pregunta 1.</i>	59
<i>Figura 8: Resultado de la pregunta 2.</i>	60
<i>Figura 9: Resultado de la pregunta 3.</i>	61
<i>Figura 10: Resultado de la pregunta 4.</i>	62
<i>Figura 11: Resultado de la pregunta 5.</i>	63
<i>Figura 12: Resultado de la pregunta 6.</i>	64
<i>Figura 13: Resultado de la pregunta 7.</i>	65
<i>Figura 14: Resultado de la pregunta 8.</i>	66
<i>Figura 15: Resultado de la pregunta 9.</i>	67
<i>Figura 16: Resultado de la pregunta 10.</i>	68
<i>Figura 17: Proceso de exportación comprendido en la propuesta</i>	77
<i>Figura 18: Registro de Exportador en Ecuapass.</i>	79
<i>Figura 19: Documentos de acompañamiento de la DAE.</i>	79
<i>Figura 20: Elementos que intervienen en una cotización.</i>	81
<i>Figura 21: Localización del Puerto de Guayaquil.</i>	84
<i>Figura 22: Cuadro del proceso de exportación de madera aserrada de balsa.</i>	85
<i>Figura 23: Ruta de tránsito marítimo entre Ecuador y Chile.</i>	86
<i>Figura 24: Obligaciones del término de negociación FOB.</i>	88
<i>Figura 25: Canal de distribución Indirecto Largo.</i>	99
<i>Figura 26: Análisis de las 5 fuerzas de Porter.</i>	104
<i>Figura 27: Elementos del Marketing Mix.</i>	106
<i>Figura 28: Presentación del producto.</i>	107

Índice de tablas

<i>Tabla 1: Etapas de la internacionalización.</i>	10
<i>Tabla 2: Principales productos exportados por Ecuador.</i>	22
<i>Tabla 3: Principales productos importados por Ecuador.</i>	23
<i>Tabla 4: Exportadores de Madera de Balsa.</i>	25
<i>Tabla 5: Países exportadores de madera de balsa aserrada</i>	27
<i>Tabla 6: Países importadores de madera de balsa aserrada.</i>	28
<i>Tabla 7: Exportaciones de balsa aserrada desde Ecuador hacia el mundo</i>	29
<i>Tabla 8: Importaciones Chilenas de madera aserrada de Balsa</i>	31
<i>Tabla 9: Responsabilidades del vendedor y comprador.</i>	38
<i>Tabla 10: Principales Importaciones de Chile.</i>	47
<i>Tabla 11: Partida Arancelaria de la madera aserrada de balsa.</i>	50
<i>Tabla 12: Resultados de la pregunta 1.</i>	59
<i>Tabla 13: Resultados de la pregunta 2.</i>	60
<i>Tabla 14: Resultados de la pregunta 3.</i>	61
<i>Tabla 15: Resultados de la pregunta 4.</i>	62
<i>Tabla 16: Resultados de la pregunta 5.</i>	63
<i>Tabla 17: Resultados de la pregunta 6.</i>	64
<i>Tabla 18: Resultados de la pregunta 7.</i>	65
<i>Tabla 19: Resultados de la pregunta 8.</i>	66
<i>Tabla 20: Resultados de la pregunta 9.</i>	67
<i>Tabla 21: Resultados de la pregunta 10.</i>	68
<i>Tabla 22: Ficha Informativa del transporte.</i>	83
<i>Tabla 23: Generalidades del Puerto de Valparaíso.</i>	41
<i>Tabla 24: Estadísticas del puerto de Valparaíso. Error! Bookmark not defined.</i>	
<i>Tabla 25: Cotización de contenedor de 40'.</i>	87
<i>Tabla 26: Empresas Balseras de la Provincia del Guayas.</i>	92
<i>Tabla 27: Distribuidores de madera en Chile - Valparaíso.</i>	94
<i>Tabla 28: Ficha del producto.</i>	94
<i>Tabla 29: Matriz FODA del producto.</i>	96
<i>Tabla 30: Clasificación arancelaria del producto en Ecuador.</i>	97

<i>Tabla 31: Tributos al Comercio exterior.</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 32: Clasificación arancelaria del producto en Chile.</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 33: Tributos al comercio exterior en Chile.</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 34: Información del distribuidor.</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 35: Precios de diferentes tipos de madera establecidos en Chile.</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 36: Ficha informativa de Valparaíso.</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 37: Matriz FODA del mercado de la Provincia del Guayas.....</i>	<i>103</i>

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país con mucha diversidad climática, esto se debe a su posición geográfica que se ve influenciada por corrientes marinas y la presencia de la Cordillera de los Andes, situación que permite gozar de un clima cálido y condiciones para poseer diversos ecosistemas. La condición climática del Ecuador contribuye a la biodiversidad, permitiendo el desarrollo y crecimiento de varias especies verdes, dando como resultado reconocimientos por una excelente presentación y calidad de sus productos tales como flores y madera. En el mercado internacional son muy cotizadas un grupo de maderas denominadas preciosas, como la Teca, el Cedro o la balsa.

Ecuador es un productor en magnitud de estas especies y esta producción se concentra principalmente en variedades como madera regular, aserrada, madera fina o madera para construcción (de pallets u otros). La industria forestal ecuatoriana posee certificados que garantizan que la madera que se extrae es sostenible y que es mínimo el impacto al medio ambiente.

En Ecuador la balsa es un producto que está teniendo acogida tanto en el mercado interno como externo, y eso se debe a su disponibilidad, calidad y costo; estos factores provocan un aumento en la demanda de acuerdo a estudios efectuados por Proecuador, y según las cifras de las exportaciones que muestra el Banco Central del Ecuador con respecto a la balsa, el cual presenta un favorable panorama económico para el país. Esta madera internamente suele venderse como materia prima, para luego ser procesada. En este proyecto se logró identificar que en el Ecuador se da la comercialización de la balsa en estado primario, factor que genera grandes beneficios y, es por ello que con el diseño de un plan de exportación de madera de balsa aserrada se busca proponer la exportación de este producto hacia el mercado chileno, y crear una base de información, que le permita conocer a sus benefactores las ventajas y beneficios, así como desventajas e inconvenientes que conlleva este sector productivo.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

PLAN DE EXPORTACIÓN DE MADERA ASERRADA DE Balsa AL MERCADO DE VALPARAÍSO-CHILE

1.2 Planteamiento del problema

El Comercio Internacional es uno de los factores de mayor crecimiento para las economías, que mediante el intercambio de bienes o de servicios, los países adquieren aquello que les resulta costoso producir internamente.

Además, motiva a que las empresas se interesen en las oportunidades que ofrecen otros mercados, con el propósito de maximizar sus utilidades y lograr sus objetivos; pero la carencia de estrategias y planes pueden generar pérdidas económicas o el fracaso del proceso de internacionalización.

Ecuador se ha caracterizado por ser una economía mono-exportadora, basando su sustento en un solo producto, como lo es con el caso del cacao, banano, petróleo, etc., volviéndose dependiente. Pero el Comercio Internacional dinamiza una economía e incita a la producción de nuevas ofertas exportables. Es por ello, que en el país se estableció el plan del buen vivir, teniendo este como uno de sus objetivos el transformar la matriz productiva, con el propósito de cambiar las exportaciones de los productos tradicionales, generando así nuevas oportunidades de negocios y un incremento de nuestra oferta exportable.

En Ecuador, la industria maderera produce una diversidad de especies, entre las cuales se destacan la balsa y teca, y la tendencia mundial de consumo de madera cada vez va en aumento.

La balsa es una de las maderas más apreciadas por el consumidor minorista o mayorista, es una materia prima disponible y accesible económicamente, siendo esta utilizada para construcción de muebles, casas, pallets, tablados para subir

barcos, y toda clase de fines. Es por ello que la balsa se vuelve atractiva al consumidor.

En los últimos años, el sector maderero ecuatoriano empieza a dinamizarse, reflejando su desempeño tanto en el mercado bursátil como en el incremento de las exportaciones de madera ecuatoriana. Pero de acuerdo al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, (Proecuador, Boletín mensual, 2016), Del total de las exportaciones ecuatorianas realizadas al mercado internacional, solo el 3.23% corresponde al sector maderero, factor por el cual puede no considerarse como un gran exportador en general.

Siendo Ecuador un gran productor de esta materia prima, posee más de 20 mil hectáreas de plantaciones entre bosques naturales y reforestados, siendo Guayas su principal zona de producción, junto con las provincias de Los Ríos y El Oro (PROECUADOR, 2012).

Chile es uno de los grandes productores de madera a nivel internacional, su producción se basa en el pino, eucalipto y otras especies nativas, siendo su principal producto de exportación la madera de pino. Chile es gran demandante de madera, ya que la emplea para diversos fines, tales como fabricación de tableros, construcción de muebles, casas, para acondicionamiento en la logística, entre otros propósitos. La mayor parte de su producción maderera está destinada al aprovisionamiento de sus grandes importadores los cuales son China y Estados Unidos. Cabe mencionar que Chile carece de producción de madera de balsa, es por ello que la introducción de madera de balsa podría significar aspectos favorables, al ser la balsa una madera con muchas bondades.

La problemática surge ya que el sector maderero ecuatoriano carece de una herramienta, iniciativa o guía, que permita la apertura de nuevas plazas de mercado, para la exportación de madera de balsa. Además, la ausencia de una buena investigación del mercado meta y de la demanda del mismo, puede llegar a afectar a las personas que decidan incursionar exportando este producto.

Por tanto, en el presente proyecto de investigación se buscó que el Ecuador incursione en el mercado de Chile como proveedor de madera aserrada de balsa,

mediante los aserradores de la provincia del Guayas, lo cual ayudará a la apertura de fronteras y poder establecer vínculos comerciales.

1.3 Formulación del problema

¿En qué manera la elaboración de un plan de exportación de madera aserrada de balsa podría beneficiar a los aserradores y posibles exportadores de balsa de la provincia del Guayas?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar un plan de exportación de balsa aserrada al mercado de Chile, mediante el análisis de fuentes primarias y secundarias, facilitando así un instrumento que aporte en la exportación de balsa ecuatoriana.

1.4.2 Objetivos específicos

- Recopilar aquella información tanto primaria como secundaria, tratados y convenios que mantiene Ecuador con Chile, para su análisis.
- Identificar procesos logísticos y aduaneros, a emplear en el proceso de exportación de madera de balsa.
- Diseñar un modelo de plan de exportación, acorde a las necesidades de los aserradores de madera de balsa de la Provincia del Guayas.
- Elaborar un plan de exportación que permita la internacionalización de madera de balsa.

1.5 Justificación

Ecuador goza de características tropicales como la variedad de climas, esto se debe a su posición geográfica. En Ecuador existe un aproximado de 3.6 millones de tierras que se encuentran disponibles para la forestación, lo cual nos muestra el alto nivel de producción maderera en el país, y actualmente está alcanzando un nivel alto en los procesos de reforestación y transformación de la madera para su exportación.

La balsa y la teca son los productos con mayor participación en el sector maderero, siendo la madera de balsa la más atractiva hacia el consumidor debido a su gran variedad de usos tanto a nivel industrial como profesional, por ejemplo, en la elaboración de maquetas, muebles, artesanías, equipos acústicos, pallets, etc.

En el Ecuador existen más de 20 mil hectáreas de plantaciones de madera de balsa, y según datos del Banco Central del Ecuador (BCE) se registra un promedio 40 empresas exportadoras de madera de balsa.

El Banco Central del Ecuador (BCE), es el organismo que da cuenta de los rubros que maneja el país en cuanto a exportaciones, y se puede concluir que la mayoría de las exportaciones están representadas por productos agrícolas denominados tradicionales. Ecuador mantiene una fuerte dependencia de estos productos tradicionales de exportación, pero también debe asumir que dicha dependencia en algún momento podría enfrentar una crisis, reduciendo de manera considerable los volúmenes de venta y con ello una inestabilidad tanto económica y social.

Es, por tanto, una razón de peso que el gobierno nacional propuso el desarrollo de la Estrategia Nacional para el cambio de la matriz productiva, con el fin de poder diversificar las exportaciones y sustituir las importaciones, incentivando la producción nacional y ampliar la gama de productos de exportación.

El presente trabajo de investigación se realizó con el deseo de poder exportar madera aserrada de balsa hacia el mercado de Chile, ya que la madera de balsa aserrada es considerada un producto con mucho potencial en el mercado

chileno, de acuerdo al Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones (PROECUADOR), y Ecuador es un gran productor de madera de balsa.

La intención de este proyecto, fue de elaborar una herramienta que ayude a quien desea incursionar en la exportación de madera de balsa, además de establecer una nueva oferta exportable, que contribuye al plan estratégico del cambio de la matriz productiva, a través de la elaboración de un plan de exportación de madera aserrada de balsa hacia el mercado chileno.

1.6 ALCANCES Y DELIMITACIONES

1.6.1 Alcance de la investigación

La investigación está dirigida a los aserradores de madera de la provincia del Guayas, a la exportación de madera aserrada de balsa al mercado de Chile, a través de la elaboración de un plan de exportación.

1.6.2 Delimitaciones

1.6.2.1 Delimitación

El presente proyecto de investigación, abarca el planteamiento y la elaboración de un plan de exportación de madera aserrada de balsa, teniendo como país de destino Chile. Tiene un enfoque administrativo de los recursos y producción nacional, mediante la indagación de la comercialización y exportación de la madera aserrada de balsa.

1.6.2.2 Limites teóricos

Área: Comercio exterior

Característica Principal: Diseño de un plan de exportación

Subpartida Arancelaria: 4407.22.00.00 Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos

Características secundarias:

- Análisis de fuentes primaria y secundaria para el diseño del plan.
- Análisis del país de destino.

1.6.2.3 Limites Espaciales

Guayas – Ecuador

1.7 HIPÓTESIS

- El desarrollo de un plan de exportación de madera aserrada de balsa, influirá en la apertura hacia una nueva oferta exportable en el Ecuador.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Origen del Comercio Internacional

El comercio es una actividad que ha existido desde tiempos, pero a partir del siglo XVI, comenzó a tener más relevancia con la aparición de los imperios coloniales europeos, que convirtieron el comercio en una política imperialista.

El objetivo de un imperio era de concentrar sus riquezas, pero al menor coste posible, con la adquisición de metales preciosos sobre todo el oro y la plata, que en aquellos tiempos la riqueza de una nación se medía en función a la cantidad de metales preciosos que esta poseía.

Desde aquel entonces el Comercio Internacional comenzó a demostrar características actuales, y los estados nacionales, descubrieron que podían utilizar el comercio exterior para aumentar sus riquezas y poder de su nación, y a partir de esto empezaron a surgir diversos pensadores y teorías relacionadas al Comercio Internacional.

2.3 Teorías Económicas del comercio Internacional.

2.3.1 Teorías Clásicas del comercio internacional

Según, Cue Mancera, Agustín (Cue Mancera, Negocios internacionales en un mundo globalizado, 2015, Enero), manifiesta que la economía global atravesó por algunas etapas, a la cual muchos expertos las denominaron teorías o modelos económicos, que con el pasar de los años fueron evolucionando y adaptándose según las necesidades que se presentaban, de las cuales se cita las siguientes:

2.3.1.1 Teoría de la Ventaja comparativa

Propuesta por David Ricardo en el año de 1817 en su libro ("Principles of Political Economy"), teoría que hace referencia a la productividad, en donde se manifiesta

que un país debe especializarse en los bienes y servicios que pueda producir eficientemente a un coste más bajo con relación al resto del mundo y adquirir bienes en los que son ineficaces, dando paso a un libre comercio.

2.3.1.2 Teoría de la Ventaja Competitiva de las naciones de Porter

Teoría propuesta en el año de 1980 por Michael Porter, en la cual manifiesta que la clave para generar riquezas radica en la competitividad y la productividad de las naciones y de sus empresas, dependiendo básicamente de 4 características:

- 1) Condiciones de los factores: Factores productivos necesarios para competir internacionalmente (mano de obra y materia prima).
- 2) Condiciones de la demanda: Clientes exigentes y segmentos especializados.
- 3) Industrias relacionadas y de apoyo: Asistencia de proveedores locales y compañías en aéreas relacionadas.
- 4) Estrategia, estructura y rivalidad entre firmas: Comportamiento de las empresas frente a los competidores.

2.3.2 Teorías modernas del comercio internacional.

Tomando como referencia el documento de investigación, *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*, (Trujillo, 2006), procedemos a determinar aquellas teorías modernas del comercio internacional y procesos de internacionalización de las cuales citamos la siguientes:

2.3.2.1 Modelo de Jordi Cannals

Modelo propuesto por Jordi Cannals, el cual se basa en que las decisiones de una empresa para la internacionalización, pueden ser apresurados por factores como: 1) Fuerzas Económicas, 2) Fuerzas de mercado y 3) Estrategias empresariales.

Cannals manifiesta que una empresa cursa por un proceso, aumentando el nivel de compromiso y experiencia. En la siguiente tabla (Tabla 1), se detallan las etapas y las características de un proceso de internacionalización, según el modelo de Jordi Cannals:

Tabla 1: Etapas de la internacionalización.

ETAPA		Característica
I	INICIO	Proceso de internacionalización lento.
	Exportación Pasiva	Exportaciones experimentales.
II	DESARROLLO	Se acelera el proceso de internacionalización.
	Exportación Activa	Se realizan contactos y transacciones con empresas establecidas en el país de destino.
III	CONSOLIDACIÓN	Se consolidan las actividades internacionales.
	Exportaciones, alianzas	Estabilización de las exportaciones, e inversiones extranjeras directas.

Fuente: María Trujillo, 2006, *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.3.2.2 Modelo de Way Station

Station, manifiesta que una empresa que considere la internacionalización debe reunir conocimientos para posteriormente aplicar estrategias, y poder distribuir y destinar correctamente los recursos, es decir recolectar información y en base a esa información prepararse. El autor plantea que la empresa cursa por un proceso antes de su primera exportación, el cual se establece a continuación:

1. Motivación y planeación estratégica: Búsqueda de información para la elaboración de una planeación.

2. Investigación de mercados: Investigación de mercado y selección del mejor destino.
3. Selección de mercados: Selección de un mercado específico y evaluación de las características de ese mercado.
4. Selección de modo de entrada: Análisis específico de los factores disponibles.
5. Planeación de problemas y contingencias: Investigación profunda de las características del mercado meta.
6. Estrategia de post entrada: Destinación y ejecución de los recursos.
7. Ventaja competitiva adquirida: Evaluación del proceso de internacionalización.

2.4 Aplicación de las teorías económicas del Comercio Internacional

Para un mayor entendimiento de la aplicación de las teorías económicas del comercio internacional para el presente proyecto, se procede a detallar y explicar a continuación las teorías que se acogen al plan de exportación de madera aserrada de balsa, por lo cual citamos las siguientes:

- **Ventaja comparativa:** ya que Ecuador es un país que se especializa en la producción de madera de balsa, según datos de Proecuador, se lo considera un gran productor, por lo cual puede disponer de una ventaja comparativa frente a Chile, ya que ese país concentra su producción de árboles básicamente en pino y Eucalipto (Cámara Chilena Norteamericana de comercio, 2009), es decir que Ecuador se especializa en la producción de madera de balsa, mientras que Chile se especializa en la producción de pino y eucalipto.

Este principio alienta a la industria ecuatoriana maderera, a la introducción de madera de balsa hacia el mercado chileno y a la incursión de los productores y empresas de madera de balsa en el mercado internacional.

- **Teoría de la ventaja competitiva de las naciones:** de los cuatro elementos o características que tiene esta teoría, Ecuador posee dos de los detallados en el diamante de Porter, con las cuales es posible aplicar este estudio. Al enfocarse en condiciones de los factores, se resalta que el país posee

mano de obra y materia prima no solo de fácil acceso, sino eficacia y calidad en los mismos. Las condiciones de la demanda también es un elemento que puede ser beneficioso para Ecuador, ya que según datos de Proecuador, la madera de balsa es importada por Chile y es considerado como un producto estrella, por lo cual, nuestro país debe concentrarse en las exigencias de este mercado respecto al producto y mantener una alta calidad para que haya una oportunidad de ingresar en este mercado internacional.

- **Modelo de Way Station:** esta teoría es importante, ya que está enfocada en una correcta y eficaz forma de planear, a través de una exhaustiva investigación que forme una base informativa sólida para facilitar la internacionalización, no solo teniendo datos generales del mercado meta, sino también enfocarse en la búsqueda de características y factores específicos que ayuden tanto a evaluar el proceso de internacionalizar un producto como la ejecución del mismo, es por esto que el realizar un plan de exportación de madera de balsa para el mercado chileno, servirá como una herramienta de ayuda para todo aquel productor que se encuentre en las condiciones de exportar, expandiendo su producto a nivel internacional y de forma segura gracias a una investigación y planificación previo a la toma de esta importante decisión.

2.5 Definición de mercado

La palabra mercado proviene del latín *mercatus*, que significa comercio, tráfico.

De acuerdo a Baena Graciá (*Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*, pág. 84, 2011), mercado se denomina al lugar donde se realiza el intercambio tanto de bienes y servicios, pudiendo ser un entorno a su vez físico como virtual. Mercado es el lugar donde comerciantes (compradores y vendedores) de un bien o servicio, se establecen para poder realizar transacciones comerciales.

2.5.1 Definición de producto

Un producto se define como aquello producido que se ofrece a un mercado, con la intención de poder satisfacer una necesidad o un deseo.

Según (Santesmases Mestre, 2013), *Fundamentos de marketing*, Pág. 180, manifiesta que un producto es adquirido de acuerdo a los problemas que resuelva este, y que es un conglomerado de características tangibles (físicas), como intangibles (psicológicas), que una persona percibe para satisfacer sus necesidades.

2.5.2 Definición de demanda

Demanda es la calidad y cantidad de un servicio o un bien que las personas desean adquirir, en los diferentes precios de mercado.

Rodríguez Lozada, en su libro (La economía de mercado, 2009), manifiesta que la pieza fundamental de la demanda son los demandantes o consumidores. Demanda es la reacción de un individuo hacia un bien, y que el nivel de adquisición depende de su precio, siendo un alto precio con poca demanda o un bajo precio con alta demanda.

2.5.3 Definición de oferta

Oferta se define como la cantidad de bienes o servicios, que se ponen a disposición de los compradores.

De acuerdo con Rodríguez Lozada, (La economía de mercado, 2009), donde también manifiesta la dependencia de la oferta en el precio, considerando la ley de la oferta, en cuanto mayor sea el precio, mayor será la cantidad de bienes que los oferentes quieran llevar, y viceversa, haciendo beneficio del precio existente.

2.5.4 Definición de Oferta exportable

Una oferta exportable se explica como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser ofertados u ofrecidos fuera del territorio nacional.

De acuerdo con Juan Ruilova, en su obra, (Las Pymes y los Mercados Internacionales, 2011), define a la oferta exportable como el volumen constante y permanente de mercancías a el mercado mundial, permitiendo la apertura de acuerdos comerciales a nivel internacional, y estableciendo al exportador como responsable de poder cumplir con los acuerdos

2.6 La balsa

2.6.1 Antecedentes históricos

Unos de los materiales que ha utilizado el hombre desde la antigüedad ha sido la madera. En aquellos tiempos se utilizaba los palos de balsa para fabricar embarcaciones y poder navegar, y así se llamaban estas embarcaciones “balsas” pues seguramente el primer vehículo aborigen.

Mil años antes del imperio inca la balsa fue utilizada para transportarse en Sudamérica, dueñas del pacifico antes de la incursión del galeón. Las balsas fueron el principal medio de locomoción fluvial y marítima de nuestros pueblos antiguos.

La madera de balsa fue utilizada por los primitivos pobladores en el Ecuador para transportarse por los ríos caudalosos a lo largo y ancho de nuestro país. En la segunda guerra mundial hicieron de la balsa salvavidas, estos fueron llamados las “balsas salvavidas”, los cuales fueron utilizados en los aviones de combate.

El señor Gustavo Buchwald fue quien inició las exportaciones de balsa en el año de 1936, con su compañía la Balsera S.A., de sus bosques salieron los árboles para la expedición de “KON TIKI” en 1947 organizada por el señor Thor Heyerdall, así como los materiales para su construcción.

La madera balsa también denominada (Ochroma Pyramidale), proviene de un árbol también conocido como balsa, se la conoce de tal forma ya que la

fabricación de balsa fue el primer uso que se le dio a esta particular madera. Es una especie forestal de clima cálido y húmedo, se encuentra en las regiones amazónicas del Ecuador, distribuida en las regiones tropicales de América y con gran interés a nivel mundial.

Durante muchos años la balsa fue considerada como una maleza ya que no se conocía de su importancia y modos de uso. Esta madera se desarrolla mediante cientos de semillas que se encuentra en el interior de una vaina que a medida va pasando el tiempo se abre y con ayuda del viento se distribuye por toda la selva, donde luego se ven cubiertas por el limo donde permanecerán hasta alcanzar las óptimas condiciones de humedad para que la semilla pueda germinar y crecer. Pero no todas llegan a su máximo nivel de desarrollo, tan solo las más fuertes llegan a formarse como árboles.

El rápido crecimiento de esta especie de árbol produce madera de alta calidad y multifuncional la cual es demandada a nivel internacional. También es utilizada como objetivo para la reforestación en las zonas donde se cumpla los parámetros establecidos para su óptimo desarrollo.

2.6.2 Definición de aserrada

Se denomina aserrada a la actividad de cortar la madera de un árbol mediante una sierra, generalmente recibe un corte en escuadra, es decir con caras paralelas entre sí dándole un sentido longitudinal.

La madera de balsa aserrada es una de las formas más antiguas y de mayor demanda para la fabricación de materiales comerciales o industriales.

Las propiedades que contiene la madera de balsa le dan una gran ventaja en el mercado debido a su gran versatilidad para su uso a nivel internacional. Se caracteriza por ser un material ligero y de fácil maniobrabilidad.

Partes:

- Cara: se denomina cara a superficies planas de mayor dimensión, paralelas entre sí.

- Canto: se denomina canto a la menor dimensión, perpendiculares a las caras.
- Testa: se denomina testa a la superficie de corte transversal en dirección a su extremo.

Dimensiones:

- Largo: es la longitud de la pieza.
- Ancho: es la mayor dimensión de la sección transversal.
- Grosor: es la menor dimensión de la sección transversal.

Medidas:

- Tablas: son piezas de forma rectangular con un grosor que contiene entre 20 y 40mm.
- Tablones: son piezas de secciones rectangulares con grosores iguales o superior a 50mm.
- Largueros: son las piezas de forma cuadrada de lado igual o superior a 50mm.

2.6.3 Generalidades del producto

La madera de balsa es una madera tropical con óptimas características para su uso. Su peso es liviano en comparación todas las demás maderas tropicales en el mundo, entre 100 a 200 kg/m³. La principal propiedad de la madera de balsa esta entre su peso muy liviano y su alta resistencia, siendo estas las cualidades más destacables.

Posee una veta suave, textura fina, lustre mediano, grano recto, no posee olor ni sabor reconocible, duramen de color marrón o rojo y albura blanquecina, amarilla o rosada, siendo esta la parte más favorable para su uso, de la cual se extrae la mayor parte para su posterior transformación mediante el proceso de secado que debe realizarse entre los tres primeros días de haber sido cortada, el proceso de secado sería el más importante para obtener una buena calidad en la madera, debe mantenerse al aire libre para luego someterse al secado en horno donde culminara el proceso.

La Ochroma conocida como balsa, alcanza una altura entre 25 y 35 m de altura con un diámetro de 30 a 80 cm. Se cultiva de forma natural y por reforestación siendo por esta razón un recurso forestal donde se saca mayor provecho.

Es importante recalcar que la balsa es muy apreciada por ser una especie forestal de rápido crecimiento y cualidades ecológicas que esta posee, favoreciendo a la conservación del medio ambiente.

El sembrío de balsa necesita de ciertos parámetros para llevar a cabo una buena plantación y futura comercialización. Un gran porcentaje de los productores realizan roza manual, debida a que el terreno debe estar limpio de maleza en su totalidad. El trazado y delineación es otra de las actividades importantes que el agricultor realiza, donde el marco del sembrío va de la mano con el clima del lugar donde se encuentra la plantación. La preparación del suelo se la puede realizar ya sea manual o de forma mecánica. La marcación se la realiza con piola para posteriormente utilizar estaquillas de unos 50cm que se usan para marcar el lugar donde se va a sembrar. Es de esta manera la cual se asegura un exitoso crecimiento de la plantación de la balsa para una correcta extensión de la misma a futuro. (ProEcuador, 2013).

2.6.3.1 Ventajas del producto

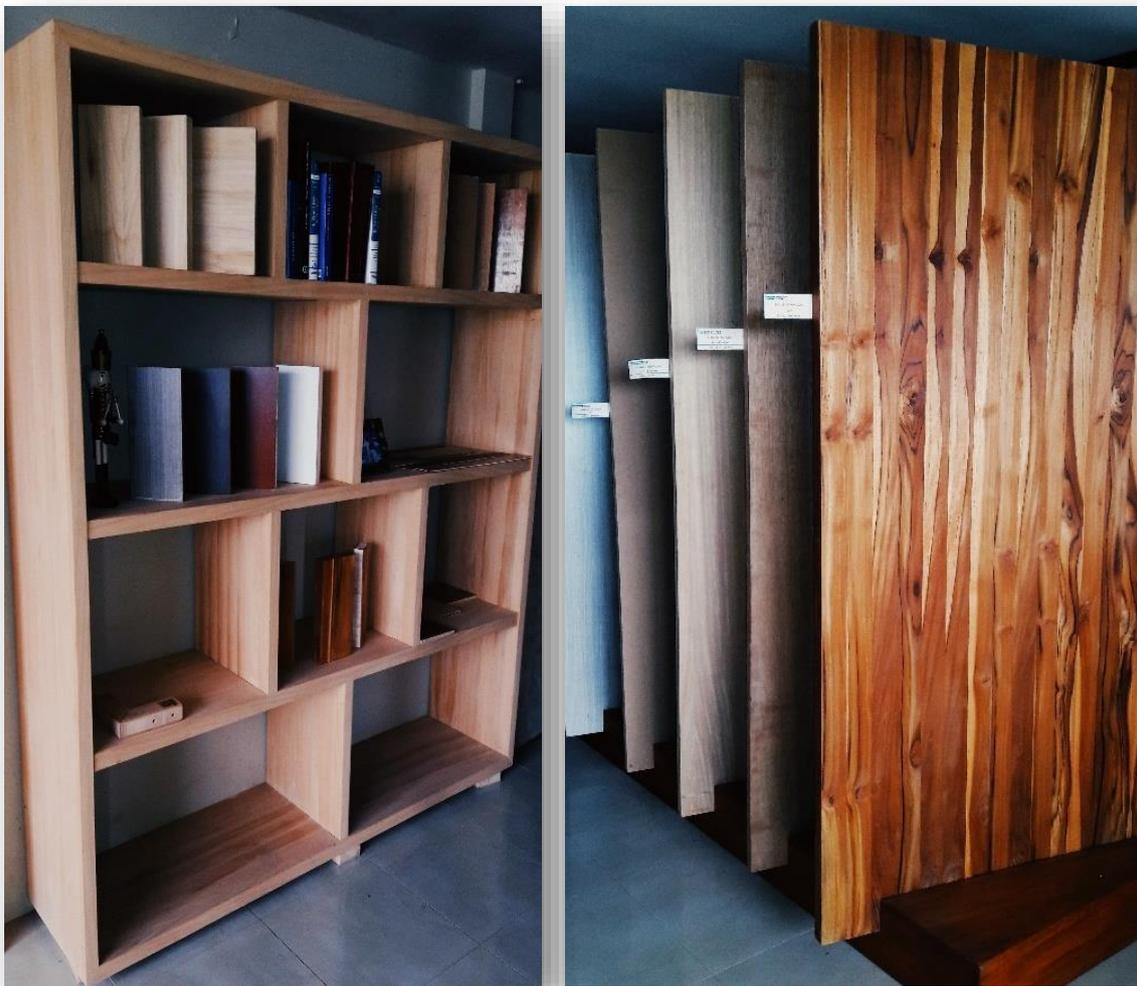
- El índice de crecimiento de la balsa es rápido, dura aproximadamente de 3 a 4 años, ya que la mayoría de los árboles se toman de 10 a 12 años para llegar a su etapa madura.
- Un aspecto favorable de la madera de balsa es su peso ligero, factor que facilita su movilidad.
- La mayor parte de la madera de balsa esta reforzada por la lignina, factor que le adhiere fuerza a la madera.
- Su secado es rápido al aire libre, o se puede hacer la utilización de hornos.

2.6.3.2 Uso de la balsa

Debido a las diversas peculiaridades que posee la madera de balsa tiene variados usos y aplicaciones, dentro de los cuales se citan los siguientes:

- Aislamiento acústico, térmico y vibratorio.
- Para modelajes tales como maquetas.
- Juguetes, artesanía y bisutería.
- Transporte, embalajes o acondicionamiento de cargas.

Figura 1: Modulares y separadores de madera de balsa.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.6.3.3 Procesos para obtener listones de madera de balsa

a. Proceso de recepción

Se recibe la materia prima, para luego rechazar que la madera que tenga fallas, o se encuentre dañada con alta presencia de polillas u hongos. Se corta la corteza, eliminando todos los hongos e insectos que se alojan en ella. Se procede a armar los listones.

b. Proceso de secado

Los listones son introducidos en las cámaras de secados, este proceso consiste en exponer la madera durante 5 días a variadas temperaturas. El primer día la madera es expuesta a 35 - 40°, aumentando progresivamente hasta el día 5, la temperatura máxima es de 55°. Y este proceso se lo realiza 15 minutos cada 4 horas.

c. Cepillado y corte

Una vez secada la madera, obteniendo el nivel de humedad establecido, se conduce la madera a los acabados.

d. Proceso de selección

Se selecciona los listones, y se los clasifica según su categoría, por densidad y tamaño, dicho proceso se denomina plantillaje.

e. Fumigación

De acuerdo a las exigencias del mercado chileno, la madera debe ser fumigada, eliminando todo hongo e insectos, que pudiese alojar la madera.

f. Armado de los bloques

Para facilitar la movilización de los listones de madera de balsa, se procederá a armar bloques de listones de madera de balsa, amarrados por zunchos plásticos con grapas. Finalmente se obtiene el producto, se lo almacena en las bodegas con adecuada ventilación, y se despacha a los clientes en el tiempo establecido.

2.6.3.4 Reforestación

Ecuador es un país, que durante el transcurrir de estos últimos años está comenzando a explotar aquellos recursos naturales, pero la falta de capacitaciones, herramientas o procesos, afectan a más de uno de los participantes de un proceso. Este es el caso del sector forestal, el cual, durante años, los bosques ecuatorianos han venido sufriendo una tala indiscriminada, y esto se debe a la poca educación sobre la conservación la naturaleza.

De acuerdo con el gobierno, el país posee alrededor de 9,6 millones de hectáreas de bosques primarios, y según la FAO (Organización para la Alimentación y Agricultura de la ONU), en un estudio realizado manifiesta que en el país se calcula una pérdida de bosques de 60.000 a 200.000 hectáreas por año. (Diario El Universo, 2011).

Es por ello que el gobierno nacional ha establecido programas de forestación y reforestación, con el fin de incentivar y fortalecer la producción forestal. Los planes y programas que el gobierno nacional ha desarrollado son:

- **Plan Nacional de Forestación y Reforestación (P.N.F.R).**

Proyecto propuesto por el Ministerio del ambiente y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el año 2013, el cual establece programas de forestación y reforestación, plan establecido con el propósito de incrementar la zonificación forestal y el desarrollo de este sector, buscando la recuperación de al menos 50.000 hectáreas anuales. (Ecuador Forestal, 2013).

Este plan involucra proyectos de plantaciones para la recuperación, producción, protección, capacitación, y comercialización del sector forestal.

- **Programa de Incentivos para la Reforestación con Fines Comerciales.**

Programa propuesto en 2013, dentro del Plan Nacional de Forestación y Reforestación. El programa consiste en que el estado realiza una

transferencia económica no reembolsable a través del MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca). De este incentivo pueden gozar personas naturales o jurídicas, cooperativas o asociaciones, buscando el gobierno nacional el fomento de las exportaciones y disminuir la dependencia de productos tradicionales de exportación.

2.7 Ecuador

Datos generales:

- **Nombre:** República de Ecuador.
- **Ubicación:** América del Sur.
- **Capital:** Quito
- **Limitaciones:** Al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, al oeste con el Océano Pacífico.
- **Población:** 16 298 217 personas.
- **Idioma:** Castellano.
- **Nacionalidad:** ecuatoriana.
- **Moneda:** Dólar estadounidense.
- **Clima:** El clima en Ecuador es variado, este depende de la altitud y geografía de cada región.

2.7.1 Referencias de Ecuador

Ecuador es un país ubicado al noreste de América del Sur, su capital es Quito, y su ciudad más poblada es Guayaquil. En Guayaquil se encuentra el puerto principal, que es la puerta del comercio y de gran actividad económica del país. Cuenta con 4 regiones, las cuales son costa, sierra, oriente y la región insular. Posee una superficie total de 283 5618 km², su moneda es el dólar estadounidense, y es considerado un importante exportador de petróleo, banano y cacao.

2.7.2 Principales productos exportados

Tabla 2: Principales productos exportados por Ecuador.

Subpartida	Descripción	Valor exportado Año 2016
2709.00.00.00	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	\$ 5.053.937
0803.90.11.00	Tipo "cavendish valery"	\$ 1.575.489
0306.17.99.00	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en ...	\$ 1.407.373
0803.90.11.90	Plátanos (bananas), incluidos los «plantains»...	\$ 967.375
0306.17.19.00	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados...	\$ 643.644
0603.11.00.00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos...	\$ 600.569
1604.14.10.00	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito...	\$ 401.378
2710.19.22.00	Aceites medios y preparaciones, de petróleo o de mineral bituminoso...	\$ 362.971
0306.16.00.00	Camarones y langostinos y demás decápodos ...	\$ 325.572
1801.00.19.00	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado...	\$ 324.228

Fuente: Banco Central del Ecuador, Empresas Exportadoras de Balsa

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

En la tabla 2, se presentan los principales productos de exportación de la República del Ecuador al Mundo, siendo el petróleo, Piña, Banano, cacao, camarones, atún y las flores, sus principales productos exportados.

2.7.3 Principales productos importados

Tabla 3: Principales productos importados por Ecuador.

Subpartida	Descripción	Valor importado Año 2016
2710.19.21.31	Aceites medios y preparaciones, de petróleo o de mineral bituminoso...	\$ 1.033.968
2707.50.10.00	Mezclas de hidrocarburos aromáticos que destilen una proporción ...	\$ 971.549
3004.90.29.00	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mez...	\$ 461.990
2304.00.00.00	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja "soya", incl. molidos o ...	\$ 362.531
2711.12.00.00	Propano, licuado	\$ 214.420
2710.19.19.00	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso, excepto los aceites crudos; preparaciones no expresadas ...	\$ 158.176
8517.12.00.29	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares)...	\$ 149.288
8703.23.90.90	Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte ...	\$ 145.993
1001.19.00.00	Trigo y morcajo (tranquillón). trigo duro: los demás: los demás	\$ 145.189
2309.90.90.12	Las demás preparaciones del tipo utilizadas para la alimentación animal: las demás para uso ...	\$ 120.254
8703.23.90.80	Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte ...	\$ 117.576

Fuente: Banco Central del Ecuador, Empresas Exportadoras de Balsa

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

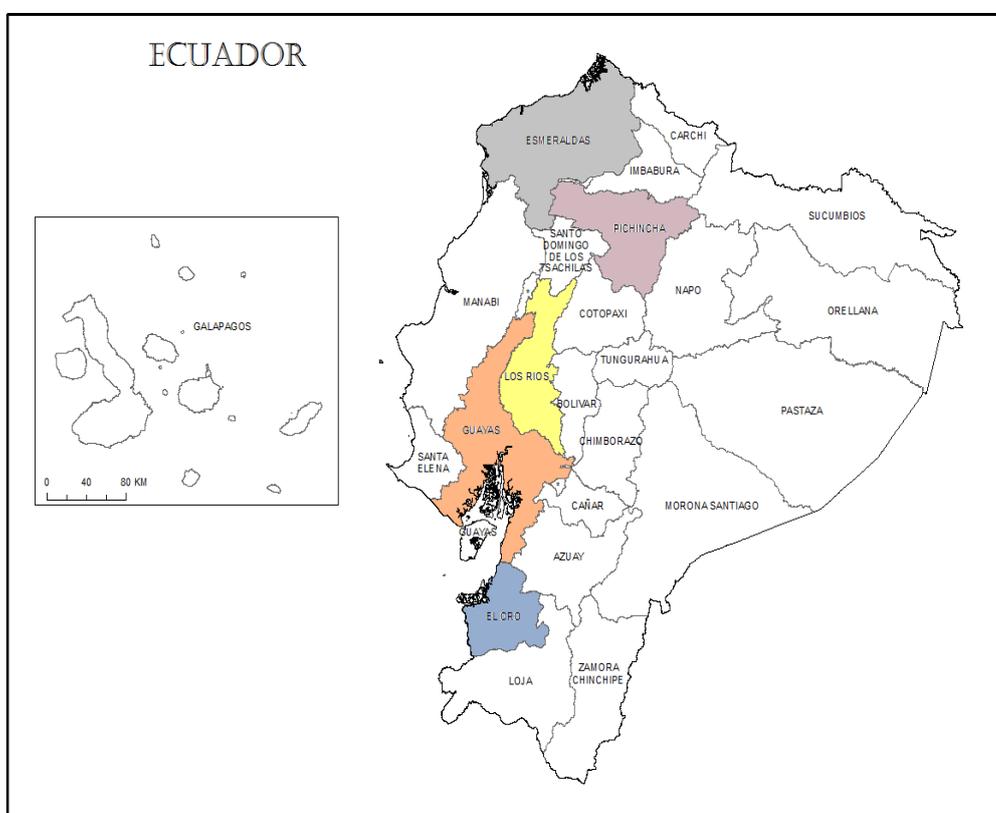
De acuerdo a la tabla 3, los principales productos importados por Ecuador son, los aceites y preparaciones de petróleo, medicamentos, celulares y automóviles.

2.8 Análisis Económico de la madera de balsa aserrada

2.8.1 Producción de madera de balsa

Ecuador es un gran productor de madera de balsa y esto se debe a su privilegiada situación geográfica, factor que lo hace disponer de ambientes y zonas idóneas que permiten el crecimiento de la balsa. Como se puede apreciar en la figura 2, actualmente la producción de madera de balsa se concentra en las provincias del Guayas, Los Ríos, Pichincha, Esmeraldas, y El Oro.

Figura 2: Concentración de la producción de balsa ecuatoriana.



Fuente: Mapa de Ecuador.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Ecuador produce variedades de maderas, siendo la producción estimada de maderas de 421.000 TM. En la costa ecuatoriana existen alrededor de 9.000 hectáreas de balsa sembrada. Del total producido anualmente, el 25% es procesado y transformado en bienes secundarios, y el 75% restante se mantiene como madera bruta o aserrada (Proecuador, MADERA DE Balsa, 2013).

En Ecuador, con el propósito de mantener una producción sostenida forestal, se propuso el Programa de Incentivos para la Reforestación con Fines Comerciales, incentivo el cual constituye una transferencia económica de carácter no reembolsable, entregado por el Estado Ecuatoriano a personas naturales o jurídicas, con el objeto de generar materia prima y reducir la dependencia de importación de productos forestales.

2.8.2 Empresas exportadoras de madera de balsa

El Banco Central del Ecuador registra un promedio de 40 empresas exportadoras de madera de balsa. En la tabla 4 se muestra las empresas ecuatorianas exportadoras de madera de balsa, bajo la Subpartida 4407220000, la cual es madera aserrada de balsa.

Tabla 4: Exportadores de Madera de Balsa.

Código de producto	Descripción del producto	Nombre del exportador
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	AGROINBAL AGROINDUSTRIA BALSERA S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	ANDA MALDONADO SEBASTIAN ALBERTO
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BALCOMAD S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BALITSA S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BALSA ECUATORIANA PARA BOTES Y MODELOS BALSEBOT CIA.LTDA.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BALSA PLANTACIONES E INDUSTRIAS BALPLANT CIA.LTDA.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BALSAS, EXPORTACIONES Y SERVICIOS DEL PACIFICO BALEYPAC CIA.LTDA.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BALSAWORLD Balsa INDUSTRIALIZADA S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BALSERA SUDAMERICANA BALSASUD S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BANOVA INNOVACIONES EN Balsa S.A.

4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	COBALSA, COMPAÑÍA INDUSTRIAL DE BALSA S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	COMPAÑÍA INDUSTRIAL MADERERA TECNOFORESTA S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	DELEGACION ECUATORIANA DE BALSAFLEX ESPAÑA, DEL.E.B.ES. C. LTDA.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	DIAB ECUADOR S.A. DIVINYCELL
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	ECUABALPRO S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	ECUADOR COCOA & COFFEE, ECUACOFFEE S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	EXPOBAL S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	FABRICA DE ELABORADOS DE MADRA C.LTDA. FADELMA C.LTDA.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	GIBAGO CIA.LTDA.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	GM BALSA COMPOSITE S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	GONZALEZ CEVALLOS GALO HERNAN
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	INMAIA S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	INTERNATIONAL FOREST PRODUCTS DEL ECUADOR S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	LUMBERIND S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	MADERAS PRECIOSAS DE EXPORTACION S.A. MADEPEX
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	PLANTACIONES DE BALSA PLANTABAL S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	PRODEBALSA PROCESADORA DE BALSA S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	PROTELSA S.A
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	SHARK BAY BALSA S.A. SBBALSA
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	TORTORELLI REYES TAMARA VANESSA
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	TRANSFORMADERA S.A.
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	VERDECANANDE S.A.

Fuente: Banco Central del Ecuador, Empresas Exportadoras de Balsa
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.8.3 Países exportadores de la madera aserrada de balsa

Dentro de los mayores exportadores de madera aserrada de balsa, Ecuador es el mayor exportador de este producto, ocupando el primer lugar a nivel mundial, seguido de Camerún, Estados Unidos, Brasil y Perú, como se puede apreciar en la tabla 5, la cual muestra a los mayores exportadores de madera de balsa aserrada.

De acuerdo a ITC Trade Map, Ecuador es el mayor exportador logrando exportar 32,019 toneladas de este producto, mientras que Camerún, exportó 8.045 toneladas.

Tabla 5: Países exportadores de madera de balsa aserrada

Puesto	País	Cantidad exportada 2016 (toneladas)
1	Ecuador	32.019
2	Camerún	8.045
3	Estados Unidos	3.277
4	Brasil	2.927
5	Perú	2.583
6	Polonia	356

Fuente: ITC Trade Map (2016).

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.8.4 Países importadores de madera aserrada de balsa

En cuanto a los principales países importadores de madera de balsa, son varios los consumidores de esta variedad de madera, como se puede observar en la tabla 6, el principal importador de madera de balsa aserrada es Estados Unidos, que en el año del 2016 importó valores de 47.431 (miles de USD), teniendo la mayor participación el mercado mundial con un 29,6%, seguido de China con una participación del 25,5%, Brasil con el 16,2%, Polonia con el 4,7% y México

con el 3,7%, países los cuales son los principales importadores de este tipo de producto. (TRADE MAP, 2016).

Tabla 6: Países importadores de madera de balsa aserrada.

Países Importadores de madera de balsa aserrada		
País Importador	Valor importado 2016(Miles de USD)	Participación en las importaciones mundiales (%)
Estados Unidos	47.431	29,6
China	40.829	25,5
Brasil	26.023	16,2
Polonia	7.556	4,7
México	5.880	3,7

Fuente: ITC Trade Map, 2016.

Elaborado por: Kevin Aristega -Anuar Castro

2.9 Estadísticas sobre la madera aserrada de balsa

2.9.1 Estadísticas de exportación

En los últimos años, la mayoría del volumen de producción de madera de balsa está siendo destinada a la internacionalización, lo que permite que la madera de balsa ecuatoriana logre reconocimiento y posicionamiento a nivel internacional, logrando que la madera de balsa aserrada sea demandada por muchos mercados.

En la tabla 7, se muestra las cifras de exportaciones de madera aserrada de balsa que ha mantenido Ecuador con el mundo, los datos corresponden al periodo desde el año del 2013 hasta el año 2015. De acuerdo a los datos obtenidos desde en Banco Central del Ecuador, lo cuales indican que Ecuador ha venido presentando saldos favorables y con tendencias crecientes en el periodo mencionado. En el año 2015 Ecuador logra exportar 39,101 toneladas

de madera de balsa aserrada con un valor FOB total de \$152,123.5, en comparación a los años anteriores en las cuales las cifras han sido inferiores, en el año 2014 exportó 28,270 toneladas y en el año 2013, pudo exportar 18,308 toneladas de madera aserrada.

En la tabla 7 también se muestran los destinos de las exportaciones de madera aserrada de balsa Ecuatoriana, en el cual se destaca en el año 2015 China como principal importador de este producto Ecuatoriano, importando 17,395 toneladas, seguido de Estados Unidos que importó 8,668 toneladas de M.A.B, luego se presenta Brasil, importando 2,454 toneladas de M.A.B, Alemania con 2,276 toneladas de M.A.B y Dinamarca que importó 2,093 toneladas de M.A.B, siendo estos los mayores partícipes de las exportaciones ecuatoriana de madera aserrada de balsa.

Tabla 7: Exportaciones de balsa aserrada desde Ecuador hacia el mundo

EXPORTACIONES DE Balsa ASERRADA DESDE ECUADOR HACIA EL MUNDO								
Código Subpartida	Subpartida	País Destino	2013		2014		2015	
			TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
TOTALES:			18,308.3	75,626.9	28,270.2	109,777.3	39,101.2	152,123.5
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	CHINA	3,465.2	12,152.1	9,319.7	30,371.6	17,395.7	60,794.5
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	ESTADOS UNIDOS	6,500.8	25,890.0	9,096.9	36,218.8	8,668.6	33,558.1
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	BRASIL	1,795.6	9,349.3	1,982.1	10,104.1	2,454.5	13,067.9
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	ALEMANIA	1,940.2	8,314.9	2,432.4	10,144.0	2,276.0	9,578.1
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	DINAMARCA	1,467.0	6,296.4	1,841.4	7,746.2	2,093.4	8,777.6
4407220000	Virola, Imbuia y Balsa	Resto Mundo	3,139.	13,624.1	3,597.7	15,192.7	6,212.9	26,347.3

Fuente: Banco Central del Ecuador, Exportaciones de balsa aserrada.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

En la Figura 3 se muestra la participación de los países importadores de madera aserrada de balsa, gráfico elaborado a partir de la tabla 7 con datos del BCE.

Figura 3: Exportaciones de madera aserrada de balsa.



Fuente: Banco Central del Ecuador, Exportaciones de madera aserrada.

Elaborado por: Kevin Aristega- Anuar Castro.

2.9.2 Estadísticas de importación

Chile es un gran productor de maderas a nivel mundial, siendo la madera de pino su principal producto de exportación. El mercado chileno ha experimentado un crecimiento importante en actividades productivas con madera, lo cual lo pone en la posición de adquirir materia prima a menor costo.

Cabe mencionar que la madera de balsa debido a su ligereza, su calidad, mantenimiento y producción, es un producto sumamente cotizado en el mercado internacional. Chile carece de producción de madera de balsa, y esto se debe a sus condiciones climáticas, factor que lo obliga a realizar adquisiciones de madera de balsa.

Tabla 8: Importaciones Chilenas de madera aserrada de Balsa

Importaciones Chilenas de madera aserrada de balsa					
Exportadores	Unidad	Cantidad exportada toneladas 2013	Cantidad exportada toneladas 2014	Cantidad exportada toneladas 2015	Cantidad exportada toneladas 2016
Perú	Toneladas	143	249	58	14
Ecuador	Toneladas	3	6	7	7
Gabón	Toneladas	0	6	0	0
Bolivia	Toneladas	0	0	1	0
Mundo	Metros cúbicos	147	262	66	21

Fuente: ITC Trade Map, 2016.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

En la presente tabla (tabla 8), se muestra el total de las importaciones de Chile de madera aserrada de balsa desde el mundo, en donde se muestra como su mayor proveedor Perú, país que en el año 2016 le exportó una cantidad de 14 toneladas de madera aserrada de balsa, a pesar de haber presentado una considerable contracción en las negociaciones con el estado chileno, en relación al año 2015 que le logró exportar 58 toneladas de madera aserrada de balsa.

Ecuador se presenta como su segundo proveedor de madera de balsa aserrada, y se puede evidenciar que dentro del periodo 2013-2016, se presenta un aumento de las exportaciones de madera de balsa aserrada. De acuerdo a los datos de TradeMap, Ecuador empieza a exportar a Chile madera serrada de balsa, desde el año 2013, exportándole 3 toneladas de madera de balsa, luego el siguiente año, el 2014 pudo exportarle 6 toneladas, y el año 2015 y 2016 le exporta 7 toneladas de madera aserrada de balsa. Valores los cuales significan avances en las negociaciones de este producto en dicho mercado, con tendencias positivas.

2.10 Aspectos de Comercio Exterior

2.10.1 Guía para exportar

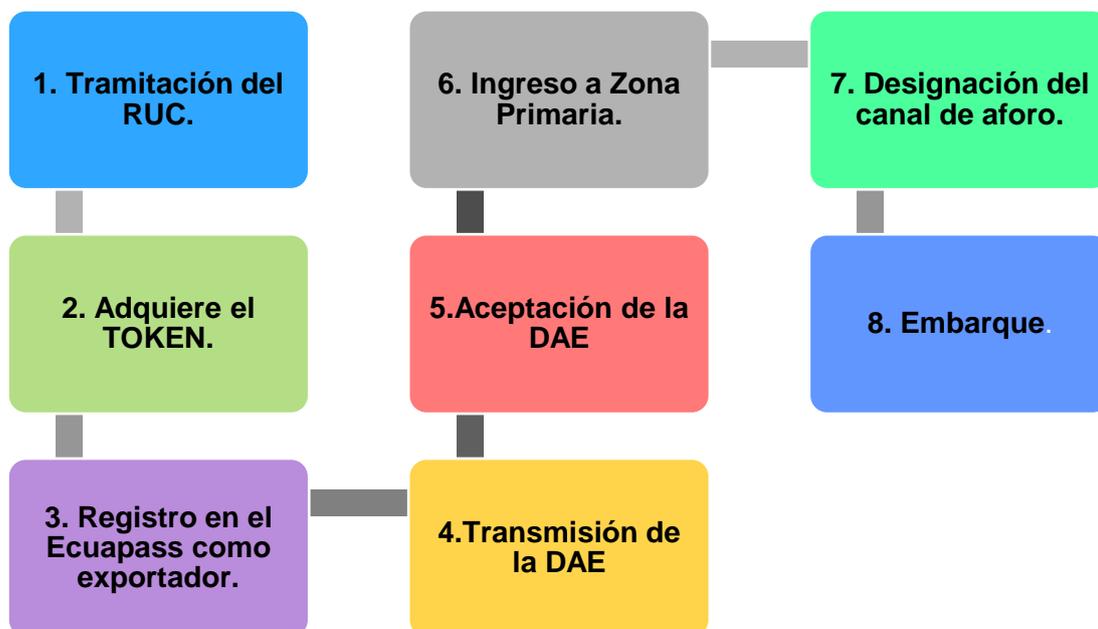
2.10.1.1 ¿Qué es exportar?

De acuerdo al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Para exportar, 2017), una exportación es el sistema que permite la salida de las mercancías de manera definitiva, fuera del territorio ecuatoriano hacia algún sitio de destino, empleándose el régimen pertinente y acorde a las normativas de ley que estén vigentes. Una exportación puede ser realizada tanto por ecuatorianos o como por extranjeros que residen en el territorio ecuatoriano, personas naturales o jurídicas. (Art.154 del Copci y Art.158 del Reglamento del Libro V).

2.10.2 Proceso de exportación

En la siguiente figura, se muestra el proceso común de exportación, para luego proceder a explicar detalladamente los que implica o requiere cada paso.

Figura 4: Proceso de Exportación.



Fuente: Guía del exportador, Proecuador, 2014.

Elaborador por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Registro del Exportador

De acuerdo al Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, (Para exportar, 2017), para poder realizar un proceso de exportación, se debe cumplir con ciertos pasos, para que luego se emita un documento, conocido como “registro del exportador”, el cual autoriza a la persona a exportar. Esclarecido ello procedemos a enumerar los pasos a seguir a continuación para la obtención del registro:

1. Se gestiona el RUC (Registro Único del Contribuyente), el cual es otorgado por el Servicios de Rentas Internas (SRI).
2. Una vez gestionado el RUC, se procede a adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación (TOKEN), el cual es emitido por el Banco Central del Ecuador (BCE) o Security Data.
3. Realizar el registro en el portal de ECUAPASS, en el cual se hace el registro de usuario y la autenticación de la firma electrónica.

Una vez realizado el registro en el portal ECUAPASS, procedemos a realizar la tramitación de la Declaración Juramentada de origen (DJO), este es generado por la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE), documento esencial para la aprobación del certificado de origen, el cual es un documento indispensable, que se requiere para realizar una exportación, y que comprueba la procedencia y nacionalidad de las mercancías.

Etapa y Documentos Pre-Embarque

Una vez efectuados los pasos anteriores, y con poder de los documentos y permisos necesarios para realizar una exportación, se da inicio a la etapa de Pre-embarque, esta etapa se inicia con la transmisión de manera electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), en el sistema ECUAPASS. Dicha declaración origina un vínculo legal y establece obligaciones a cumplir entre el exportador y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Proecuador, Guía del exportador, 2014).

Los documentos digitales que acompañan la Declaración Aduanera de Exportación son:

- Factura Comercial.
- Certificado de origen (Caso que lo amerite).
- Autorizaciones Previas (Caso que lo amerite).

Datos de la DAE

En la Declaración Aduanera de Exportación se consignan datos, los cuales informan a la aduana, ¿Quién exporta?, ¿Qué se exporta?, ¿Cuánto se exporta? De acuerdo al Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (Para exportar, 2017), los principales datos que se consignarán en la declaración Aduanera de Exportación son los siguientes:

- Nombre del Exportador.
- Descripción de la mercancía por ítem de factura.
- Datos del importador o consignatario.
- Destino de la carga.
- Cantidades.
- Peso.
- Demás datos relativos a la carga.

Etapas Post-embarque

Para concluir el proceso de exportación, luego de aceptada la DAE, la mercancía ingresa a zona primaria donde se le notificará el tipo de canal de aforo que se le designe, y en caso de no existir novedades se procede al cierre de la DAE donde la carga ya podrá ser embarcada para su salida al exterior.

2.10.3 Cadena Logística de exportación

Para llevar una adecuada cadena logística, se debe cumplir con una serie de procedimientos, no tan solo la entrega del producto o servicio, sino satisfacer la necesidad del consumidor final.

La logística cumple un papel fundamental para toda empresa, ya que es la ejecución después de haber llevado un proceso para concretar una negociación entre las partes, así se lo exige debido al mercado competitivo que se vive en la actualidad ante un mundo globalizado que en este caso se enfoca precisamente en sus operaciones logísticas.

La logística en el comercio internacional abarca toda actividad que se realiza para proceder al traslado de una mercancía desde un lugar en origen hasta un punto específico en destino.

Dentro de este proceso intervienen una serie de operadores logísticos que participan para llevar a cabo un buen proceso y de tal manera se obtenga un bien común en la negociación.

Una buena logística para la exportación se enfoca también en el tiempo de entrega del producto, ya que en una negociación te ves comprometido en cuanto al tiempo y plazos el cual llegue la mercancía, caso contrario se podría perder la venta y clientes, por ende, se pierde credibilidad para futuras negociaciones. En una operación comercial lo más importante es ser fiable, ya que será lo que te permita vender hoy y mañana.

En el Ecuador la cadena logística de exportación ha mejorado y esto se debe al crecimiento comercial en el país ante el mundo, debido a la competitividad que existe en el mundo del comercio.

Palatización

La palatización es considerada como una de las mejores prácticas en los procesos logísticos, ya que este brinda la facilidad para la carga y descarga de

mercancía, optimizaron los recursos y por ende reducir costos con el fin de llegar a buenos acuerdos para negociaciones futuras.

Los pallets son plataformas horizontales, con una estructura definida según las necesidades del producto o mercado, son utilizados para manipular la mercancía y llevar un buen almacenamiento de la misma. El proceso de paletizar consiste en agrupar el producto con el fin de conformar una unidad que pueda ser transportada y almacenada de la manera más sencilla y correcta.

Contenedores

Se denomina contenedores a las unidades para transportar de manera marítima, terrestre o fluvial que se encargan de proteger las mercancías del clima, estos cumplen los debidos estándares de calidad de acuerdo a la normativa ISO, sirven para transportar todo tipo de carga ya sea esta pesada o liviana.

Los contenedores vienen en distintos modelos según el tipo de mercancía que se vaya a transportar, estos están mundialmente estandarizados en medidas de 20 y 40 pies.

Puntos importantes en la cadena de logística

- La aplicación de tecnología en la cadena de suministros.
- Optimizar la gestión y minimizar los costos.
- La gestión de inventarios, almacenes para obtener eficacia con los productos y ser competitivos en el mercado.
- Analizar la oportunidad de obtener socios estratégicos en el país de destino.
- Tener conciencia de la responsabilidad ambiental y social.
- Guiarse por la demanda, es decir escuchar siempre la necesidad que tiene el cliente para mejorar el proceso.

2.11 Incoterms 2010

Los Incoterms 2010 (Internacional Commercial Terms), son reglas o términos de negociación, de carácter nacional o internacional, establecidas por la Cámara de Comercio Internacional (ICC), con el propósito de facilitar el comercio internacional a través del establecimiento de derechos y obligaciones tanto para el comprador como vendedor. (Proecuador, Incoterms).

Los Incoterms regulan 4 aspectos importantes los cuales son:

- ✓ Condiciones de entrega de la mercancía.
- ✓ Distribución de riesgos.
- ✓ Distribución de costes.
- ✓ Distribución de formalidades o documentos.

Pero estos no regulan una legislación, ya que carece de una ley aplicable que normalice o reglamente las conductas de los sujetos participantes. Tampoco regula las condiciones de pagos, este aspecto se establecerá mediante un acuerdo entre las partes. De acuerdo a la Cámara de Comercio Internacional, los Incoterms se clasifican de la siguiente manera:

Reglas para cualquier modo de transporte:

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

Reglas para transporte marítimo:

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

A continuación, se presenta en la tabla 9 las responsabilidades y obligaciones que corresponden tanto al vendedor y comprador, establecidas en las normas de negociación Incoterms 2010.

Tabla 9: Responsabilidades del vendedor y comprador.

Modalidad de transporte	Mercancía disponible para la venta	Carga en el almacén del vendedor	Transporte interno (Origen)	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos de manipulación (Origen)	Transporte Principal	Seguro de la mercancía	Gastos de manipulación (Destino)	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interno (Destino)	Entrega mercancía comprador
EXW	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	■	VENDEDOR		■	COMPRADOR			■	VENDEDOR/COMPRADOR		

Fuente: Incoterms 2010, Cámara de Comercio Internacional.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.12 Chile

Datos generales:

- **Nombre:** República del Chile.
- **Ubicación:** América del Sur.
- **Capital:** Santiago de Chile.
- **Limitaciones:** Al norte con Perú, al sur con el Polo Sur, al este con Argentina y Bolivia, al oeste con el Océano Pacífico.
- **Población:** 17.948.110 personas.
- **Idioma:** Castellano.
- **Nacionalidad:** chilena.
- **Moneda:** Peso.
- **Clima:** El clima en Chile es variado, al norte cuenta con un clima seco con altas temperaturas y al sur tiene un clima más húmedo y fresco.

Figura 5: Ubicación geográfica de Chile.



Fuente: Mapa de Chile.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.12.1 Referencias de Valparaíso.

La ciudad de Valparaíso es reconocida como patrimonio de la humanidad, considerado como la segunda ciudad más poblada de Chile, detrás de su capital Santiago. Posee un clima mediterráneo fresco, se encuentra rodeada de mar y cerros donde se ubica el mayor número de habitantes, en la superficie plana conocida como el Plan, se concentra la parte comercial y financiera de la ciudad, además acoge al Congreso Nacional del país, por otro lado, se encuentra el Bordemar donde se ubica el puerto.

2.12.1.1 Ubicación de Valparaíso.

Valparaíso es una comuna que se encuentra ubicada en el litoral central del territorio continental de Chile, siendo esta ciudad el puerto principal del país y uno de los más importantes del Pacífico Sur. Contiene una superficie de 16.396,10 km² y una población de 1.842.880 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile, (INE, 2016).

La Región de Valparaíso, limita:

- Norte: con la Región de Coquimbo.
- Sureste: con la Región Metropolitana de Santiago.
- Sur: con la Región del Libertador Bernardo O`Higgins.
- Este: con la República Argentina.
- Oeste: con el Océano Pacífico.

Figura 6: Ubicación de Valparaíso.

2.12.2 Puerto de Valparaíso

2.12.2.1 Información general

- En octubre de 1912 se construyó el puerto.
- El puerto ha sido administrado por diversos organismos del Estado y en la actualidad pasaron a constituirse en empresas autónomas.
- Se encuentra ubicado en la región de Valparaíso.
- Considerado como el principal puerto de contenedores y pasajeros de Chile y uno con los de mayor actividad en Sudamérica.
- Transfiere anualmente un aproximado de 10 millones de toneladas de carga general.
- En el 2014 alcanzó un récord, transfiriendo 11.080.861 toneladas y 1.010.202 TEUS, según el portal del Puerto de Valparaíso.
- El puerto de Valparaíso se divide en puerto comercial donde se encuentran las cargas y contenedores y el puerto ciudadano donde están los cruceros y pasajeros.
- Debido a su ubicación, este puerto es el principal portal para la actividad económica de Chile, y tiene conectividad con todas las zonas del país, ya que cuenta con conexión a través de ferrocarril y carreteras.

Tabla 10: Generalidades del Puerto de Valparaíso.

País	Chile
Situación	Valparaíso
Ámbito	Internacional
Tipo	Marítimo
Superficie total	3.030.000 m ²
Terminales	2
Sitios de atraque	8
Longitud lineal de sitios de atraque	1.590 m

Fuente: Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, Proecuador.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.12.2.2 Estadísticas del Puerto de Valparaíso

En la siguiente tabla, se muestra las estadísticas del Puerto de Valparaíso, comprendiendo el periodo 2013 – 2016, las cantidades que se muestran en la tabla, se expresan en toneladas que ha transferido el puerto de Valparaíso, durante el periodo mencionado. En la tabla se puede verificar que el año 2014, fue el año en el que mas movimiento de carga se ha efectuado, transfiriendo 10,814.260 toneladas, de acuerdo al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.

Tabla 11: Estadísticas del puerto de Valparaíso.

Carga transferida del Puerto de Valparaíso			
Toneladas			
Año	Carga general fraccionada	Contenedorizada	Total
2013	1.808.044	8.275.571	10.083.615
2014	1.734.358	9.079.902	10.814.260
2015	2.012.416	8.222.844	10.235.260
2016	1.717.887	8.256.592	9.974.479

Fuente: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.12.3 Protocolos de negociación.

El protocolo es muy importante para cualquier negociación, debido a que en muchas ocasiones nos encontramos con personas de distinta cultura a la nuestra. Por ello es fundamental tener el correcto comportamiento para tratar negocios de cualquier índole, ya que estamos a la mira como persona, empresa y país. De esta manera podemos asegurar futuras negociaciones. A continuación, se presentan varias normas para el protocolo de negociación:

- El saludo habitual es el apretón de manos, al iniciar y culminar la negociación.
- Para tratar a una persona no suelen utilizar los títulos profesionales como doctor, ingeniero, licenciado, etc. La forma habitual es de señor, señora o don, doña.
- Al momento de hablar el español no suelen utilizar la "S" por lo que se dificulta un poco el entendimiento.
- La hora apropiada para establecer un negocio es por la mañana, ya que las reuniones se pueden expandir y continuar con un almuerzo.
- Hay que tomar en cuenta cierto tipo de expresiones y palabras al momento de entablar una negociación, debido a que tienen distinto significado que el español como tal.
- No es costumbre recibir regalos en las relaciones comerciales que se llevan a cabo, por esta razón se debe abrir de inmediato el obsequio ante los demás.
- La forma de vestir es muy conservadora y se debe evitar los colores llamativos.
- La manera más común de desplazarse por el país es el avión y autobús, no existe red ferroviaria.
- Por lo general los meses de enero y febrero son de vacaciones, no es recomendable visitar el país con fines de negocios

2.12.4 Condiciones de compra y pago.

2.12.4.1 Condiciones de compra.

Generalmente los compradores chilenos, no exigen certificados adicionales a los que se encuentran establecidos por el reglamento sanitario vigente, con excepción a los productos que se encuentran en los supermercados, estos utilizan una certificación extra, que se denominada bromatológica, cuyo costo se encarga el proveedor. Con la finalidad de tener una garantía del producto importado.

Las ventas en el país de Chile se pueden realizar mediante las siguientes modalidades:

- Venta en firma

Se denomina venta en firma, cuando el valor de la mercancía no se puede modificar, una vez que el exportador pacta con el comprador un valor por la mercancía que se adquiera en el país de destino. La factura de la exportación será emitida a la fecha del embarque. Esta modalidad es utilizada para toda mercadería.

- Venta bajo condición

Se denomina venta bajo condición, cuando el valor definitivo de la mercancía queda a disposición entre el exportador y comprador en el exterior. Los productos que se manejan bajo esta modalidad son los que pueden sufrir estas alteraciones en cuanto a su valor durante el traslado de la misma.

- Venta en consignación libre

Se denomina venta en consignación libre, cuando el valor de la mercancía es referencial ya que esta es enviada por un consignante en el exterior para que esta sea recibida y se encuentre a disposición de ambas partes. El precio final de la mercancía dependerá de los precios que se manejen en el mercado internacional al momento que sean comercializados. La factura comercial será

emitida a la fecha que se recepte la liquidación por parte del consignatario en el exterior.

- Venta en Consignación con Mínimo a Firme

Se denomina venta en consignación con mínimo a firme, cuando el valor mínimo de la mercancía se sujeta al cumplir todas las condiciones que se tratan por parte del exportador y su comprador. La factura comercial es emitida a la fecha de embarque por su valor mínimo a firme. Una vez que sea fijado el precio, se emitirá una factura de acuerdo al saldo de la misma.

2.12.4.2 Condiciones de pago.

Generalmente el exportador se encarga de negociar estratégicamente la forma en la que va a cancelar su mercancía, de acuerdo a los términos establecidos por ambas partes. Las modalidades de pago más comunes en Chile son:

- Carta de crédito

La carta de crédito, es la forma de pago más utilizada por el exportador en sus inicios, ya que de esta manera se contará con entidades bancarias que se ven comprometidas para el pago en esta operación. Esta brinda seguridad de que las mercancías serán pagadas una vez se envíen y el exportador cumpla las condiciones que se han establecido. En este proceso, el importador ordena al banco emisor pagar al exportador el valor establecido por medio de un banco receptor en el país de destino. Este pago se concretará una vez que el exportador cumpla lo establecido en la carta de crédito.

- Cobranza extranjera

La cobranza extranjera, se da mediante la confianza mutua que exista entre el importador y exportador, por lo que generalmente se realiza cuando existe una relación comercial fuerte entre ambas partes. Bajo esta modalidad los bancos comerciales se ven sujetos a lo establecido por el exportador una vez se entreguen los documentos de embarque al importador, cuando este cumpla con

las condiciones que se han establecido. Los gastos que se establezcan por condiciones bancarias son inferiores a los de la carta de crédito.

- Pago al contado

El pago al contado, es cuando el exportador envía la mercadería a su cliente en el extranjero y se compromete a pagar el valor de la misma una vez se reciba el producto en el plazo establecido. Este proceso se da a través de giros bancarios, abonos en la cuenta corriente transferencias de fondos, entre otras modalidades. Esta forma de pago se da cuando existe absoluta confianza entre ambas partes.

Un dato muy importante es que en Chile se puede adquirir información comercial de las empresas e información de las personas a través de la Cámara de Comercio de Santiago y demás paginas públicas de Chile , por lo cual resulta muy ventajoso al momento de querer realizar una negociación y de tal manera poder establecer la forma más correcta para realizar el pago de la misma, de tal manera que el exportador puede acceder a solicitar esta información para saber el antecedente de con quien se va a negociar sea empresa o persona y así poder agilizar el proceso de manera más segura y conveniente para ambas partes.

2.12.5 Principales productos importados.

De acuerdo a la tabla 10, se presenta el total de las importaciones de Chile desde el mundo, correspondiente al año 2016. En la tabla se detallan los principales productos de importación, acompañada de la Subpartida del arancel nacional con sus respectivas cantidades importadas.

Tabla 12: Principales Importaciones de Chile.

Principales productos importados de Chile desde el Mundo		
Subpartida	Producto	Cantidad Importada 2016(Miles USD)
2710.19.40	Aceites medios y preparaciones, de petróleo o de mineral bituminoso, que no contienen biodiesel, ...	2.191.923
8517.12.00	Telefonía celular "teléfonos móviles" o radiotelefonía	1.660.718
8703.23.91	Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte . . .	1.656.586
2709.00.20	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	1.475.697
8802.40.00	Las demás aeronaves (por ejemplo: helicópteros, aviones); vehículos espaciales...	883.667
8704.21.21	Vehículos automóviles para transporte de mercancías: Los demás, con motor de émbolo	871.396
0201.30.00	Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada: Deshuesada	816.682
2709.00.10	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso: Con grados API inferior a 25	796.290
2711.11.00	Gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos: Licuados: Gas natural	794.002
2701.12.20	Hullas; briquetas, ovoides y combustibles sólidos similares, obtenidos de la hulla	727.459
8703.22.91	Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte	718.301
3004.90	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar...	
	Demás Productos	46.211.435
	TOTAL	58.804.156

Fuente: ITC Trade Map, 2016.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Como se puede observar la República de Chile, ha realizado importaciones en cantidades mayores durante el año 2016, de (aceites minerales de petróleo), que corresponden la partida arancelaria 2710.19.40, importando un valor de \$ 2.191.923, seguido de los celulares, correspondiente a la partida arancelaria 8517.12.00, llegando a importar un valor total de \$ 58.804.156 en el año 2016. (TRADE MAP, 2016).

2.12.6 Demanda de madera de Chile

Se considera que Chile tiene un gran interés por potenciar el uso de madera en el mercado de la construcción de acuerdo a la Corporación Chilena de la Madera (CORMA). Es por ello que el gobierno y demás entidades buscan concientizar respecto a las ventajas que brinda este material.

Un 20% de las viviendas construidas en Chile son de madera según datos del (CORMA), por lo cual se busca que la demanda crezca en el país mediante la participación de todo su pueblo.

La madera es un material renovable y en cuanto a su peso es liviano en comparación al acero, esta puede ser cortada y trabajada en distintas formas y medidas. Pero se debe tener mucho cuidado en cuanto a la resistencia de la madera debido a las lluvias, sismos y fuego que se presentan, están deben ser seleccionadas y utilizadas de manera apropiada.

Si bien es cierto que la construcción a base de madera cumple un papel importante para satisfacer la demanda de este producto en el país chileno existen distintas formas de utilizarla.

De acuerdo con expertos y aserradores indican que, para diseño de interiores y construcción, el tipo de madera más recomendada es la de balsa, debido a su peso muy liviano, resistencia y estabilidad, estas características hacen de ella la primordial a la hora de elegir un tipo de madera. Este tipo de madera en Chile se la utiliza en distintas formas, por ejemplo:

- Mobiliario: mesas, sillas, muebles.
- Maquetas.

- Pulpa y papel.
- Productos flotadores: balsa, boyas, tablas, anzuelos, artículos deportes acuáticos.
- Pallets.
- Material acústico.
- Artesanías, bisuterías y juguetes.
- Navieros: embarcaciones y botes.
- Aeronáutica: aviones.
- Material de construcción: tableros, cielo raso, cajones de embalaje, vigas, puertas, ventanas, suelos.

Entre las empresas importadoras más destacadas que demandan madera en Chile, tenemos las siguientes:

- Rayen Trade
- Giampiero Speroni
- Forestal Foresol
- Overprotected
- Rayco Ltda.
- Comercial CCE Ltda.
- Comercializadora GMT Timber
- FREMA

2.12.7 Convenios comerciales.

La república del Ecuador, con el afán de fortalecer los lazos de cooperación con la Republica de Chile, establecen un programa económico que beneficie a sus pueblos, mediante el intercambio recíproco de bienes.

La Republica de Ecuador y Chile, mantienen el Acuerdo de Complementación Económica (ACE 65), acuerdo suscrito en el año de 2008. Este ahonda el Acuerdo de Complementación Económica N.32, suscrito en el año de 1994, con el propósito de ampliar el ambiente económico entre ambos países. (Ministerio de Comercio Exterior, 2014).

2.12.8 Partida arancelaria sugerida.

Una partida arancelaria es aquel código numérico que sirve para identificar un determinado producto en cualquier parte del mundo.

Para el caso de la madera aserrada de balsa, esta se encuentra localizada como partida arancelaria, factor que facilita la clasificación de la madera en el Arancel Nacional de Exportaciones, del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).

La partida arancelaria a la que corresponde la madera aserrada de balsa es:

- 4407.22.00.00

Tabla 13: Partida Arancelaria de la madera aserrada de balsa.

PARTIDA ARANCELARIA	
Sección IX	MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA; CORCHO Y SUS MANUFACTURAS; MANUFACTURAS DE ESPARTERIA O CESTERIA.
Capítulo 44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera.
Partida Sist. Armonizado 4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm.
	- De las maderas tropicales citadas en la Nota de Subpartida 2 de este Capítulo:
Subpartida NANDINA 4407.22.00	- - Virola, Imbuia y Balsa

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones del Ecuador.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

2.13 Marco Legal

Para el desarrollo del plan de exportación de madera aserrada de balsa, se plantea las diversas normas vigentes, que regulas el comercio internacional tanto de bienes y servicios, entre las normativas se considera las siguientes:

2.13.1 El Arancel Aduanero de Exportaciones

Normativa que se utiliza para poder determinar los correspondientes derechos arancelarios por aquellos productos exportados, tales como tributos Ad-valorem y demás impuestos a cancelar.

2.13.2 COPCI, Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

El COPCI y sus reglamentos son una normativa que establece normativas tanto para la importación como exportación de bienes y servicios, con el propósito de asegurar y proponer buenas modalidades de comercio, obedeciendo a los planes del buen vivir y comercio justo. Es por ello que se hizo uso del Código Orgánico de la Producción (COPCI), y su respectivo reglamento.

A continuación, se procederá a citar de manera textual aquellos artículos que se establecen en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), y su Reglamento, relacionados a la exportación y su proceso:

CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES (2010)

TITULO IV

Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

Art. 93.- Fomento a la exportación.

Este artículo establece que una de las obligaciones del estado ecuatoriano, es la de fomentar la exportación, a través de los productores, sin importancia de su capacidad exportadora de sus productos, pero que mantengan un nivel

aceptable de calidad, para que estos sean reconocidos y competitivos internacionalmente.

Este artículo también establece que los exportadores podrán acceder a programas de preferencias de aranceles o ventajas que ofrezcan los acuerdos comerciales, y los derechos que mantienen como el “derecho de devolución condicionada de tributos”, “derechos a la sujeción de regímenes aduaneros especiales”, “derecho a una asistencia financiera de exportación”, “derecho a una capacitación o promoción” y el “derecho a una inversión productiva”.

El gobierno nacional establece estos aspectos con la intención de facilitar el comercio internacional, buscando un beneficio mutuo entre las partes intervinientes dentro del proceso de exportación, y ampliar los mercados a través de la promoción y fomento de la producción e internacionalización de los productos ecuatorianos.

Este artículo se emplea en el presente trabajo de investigación, cuyo propósito es el diseño de un plan de exportación de madera aserrada de balsa, el cual podría servir como una herramienta que ayude a aquellos aserradores que deseen internacionalizar sus productos, precisando de asistencia financiera o como de una capacitación de exportación hacia el mercado chileno.

Art. 104.- Principios Fundamentales.

El presente artículo, amplía lo que establece la Constitución del Ecuador, haciendo explicación de “Facilitación al Comercio Exterior” en el cual se dispone que aquellos procesos en la Aduana del Ecuador deberán ser rápidos, simplificados y sin la existencia de obstáculos que interfieran en el proceso de exportación, con el propósito de garantizar el incentivo de la producción y la competencia de los productos ecuatorianos; “Control Aduanero” manifestando que el estado por medio de la Aduana posee el derecho de realizar controles, asegurando el orden jurídico en el proceso de exportación; “Cooperación e intercambio de información” indicando que todas las adunas a nivel mundial mantienen el compromiso de compartir información a quien la solicite.

Este artículo se apega a nuestro proyecto, ya que los principios son la base, de los cuales se parte en el proceso de exportaciones de suma importancia contar

con procesos, controles y buenas prácticas que vigilen el correcto funcionamiento de los procesos, y no llegar a localizar complicaciones o problemas que obstaculicen o retrasen el proceso de exportación.

Sección II

Regímenes de Exportación

Art. 154.- Exportación definitiva.

Este artículo hace la explicación del régimen aduanero de exportación, el cual es referido como exportación definitiva, manifestando que es aquel régimen que permite la salida de las mercancías del país de origen, para poder comercializarlo fuera del territorio, con la condición de que este no retorne al país de origen.

2.14 Marco Conceptual

Acuerdo comercial

Tratado bilateral o multilateral entre estados, cuyo objetivo es incrementar el intercambio comercial.

Aserrada

Se denomina aserrada a las piezas de madera maciza obtenidas mediante el corte del árbol en forma de escuadra, es decir con caras paralelas entre sí y perpendicularidad que se le da a la misma, en este diseño mantendrá la madera de balsa como presentación para la exportación.

Balsa

Árbol que crece en condiciones tropicales o sub-tropicales.

Barrera comercial

Mecanismos o procesos proteccionistas, que utilizan los gobiernos para disminuir el flujo de importación de bienes y servicios.

BFT

Board feet / Pie tablar, es una medida de volumen, la cual generalmente es expresada en pies o pulgadas.

Exportación

Se refiere a un proceso que consiste en enviar bienes y servicios, fuera del territorio nacional hacia otros países con fines comerciales.

Fungicida

Sustancia que se emplea para combatir los hongos parásitos.

Incoterms

Términos de negociación empleados mundialmente en el comercio exterior, que deben ser aceptados tanto por el comprador como vendedor para poder determinar responsabilidades.

Insecticida

Sustancia que combate los insectos.

Internacionalización

Participación de personas o empresas en otros países.

Logística

Grupo o conjunto de métodos, que permiten llevar a cabo la realización de un proceso complicado.

Listón de madera

Trozos o piezas de madera, obtenidas de un tronco, el cual es aserrado para obtener dichas piezas, generalmente son empleados con fines decorativos (interiores, carpintería), y de construcción.

Paletizar

Consiste en agrupar sobre una superficie una cierta cantidad de productos, conformando así una sola unidad, cuya finalidad es el fácil manejo de las mercancías.

Partida Arancelaria

Código de 10 dígitos con el cual se identifica un producto ubicado en el Arancel de Aduanas del Ecuador.

Plan de exportación

Planeación de viabilidad de un proyecto, que orienta a la empresa o a un exportador, hacia un correcto proceso de exportación, permitiéndole conocer de manera acertada la selección de mercados, competencias, precios de mercados, logísticas, demanda de un producto o servicio, y otras actividades relacionadas, facilitando la toma de decisiones.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación empleará investigación exploratoria como base, ya que mediante esta técnica se pueden observar diversas variables, los posibles efectos y su naturaleza, por lo cual se realizará un minucioso control y descripción de los acontecimientos investigados, para que el trabajo investigativo logre los objetivos planteados.

3.2 Enfoque de la investigación

El proyecto tendrá un enfoque Mixto, tomando en consideración las características que reúne un enfoque cuantitativo, el cual recolecta y analiza información y datos, y en la investigación se hace uso de datos estadísticos, para llegar al análisis de la causa-efecto, es decir, que buscamos medir resultados mediante métodos estadísticos.

Y por otro lado el enfoque cualitativo el cual busca obtener información para comprender los comportamientos, y en el presente trabajo de investigación se busca contextualizar el problema a desarrollar.

3.3 Técnica de la investigación

Las técnicas de investigación utilizadas fueron la encuesta y la entrevista. La encuesta la cual fue dirigida a aquellos aserradores de madera de balsa, con la finalidad de conocer las diferentes perspectivas sobre la oportunidad que existe en Chile de importar madera de balsa desde Ecuador, ayudando a ampliar los datos que existen sobre este tema; además se realizará entrevistas a aquellos expertos madereros de balsa de la provincia del Guayas, que nos permitan

conocer parte del proceso e inconvenientes en una exportación, el manejo de precios internacionales y las diferentes perspectivas del producto.

3.4 Diseño de la Investigación

Para llevar a cabo el desarrollo del presente trabajo de investigación, en primera instancia se recurre a fuentes primarias, haciendo uso de trabajos científicos, haciendo una recopilación de teorías y conocimientos relacionados a la madera de balsa, realizando una descripción de cada tema planteado; También están las fuentes secundarias, debido a que se hace uso de revistas, documentos y publicaciones que realizan los organismos gubernamentales correspondiente a un proceso de exportación o permisos de exportación, que contribuyen al diseño de un Plan de Exportación de madera aserrada de balsa al mercado de Valparaíso – Chile.

3.5 Población

La población de presente proyecto de investigación, corresponde a aquellos aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas.

Basándose en una población de 10 empresas aserradoras y procesadoras de madera de balsa en la Provincia del Guayas, de acuerdo a datos obtenidos del Banco central del Ecuador, población la cual fue encuestada.

3.6 Técnicas e instrumentos empleados en la recolección de datos

Las técnicas empleadas en el presente proyecto es la encuesta y la entrevista, dirigida a los aserradores de madera de balsa del Guayas, y posibles distribuidores del mercado chileno.

Los instrumentos empleados fueron los cuestionarios de preguntas, Microsoft Excel y formularios de Google.

3.6.1 Encuesta

La encuesta fue dirigida hacia los aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas, la cual se empleó con el propósito de conocer las características, parte de la oferta exportable y presentación del producto. Así mismo se procedió a entrevistar a los aserradores locales y a los posibles distribuidores del mercado meta Chile, con el fin de conocer el nivel de aceptación de nuestro producto.

3.6.1.1 Resultados de la Encuesta

1. ¿Cómo considera a su empresa?

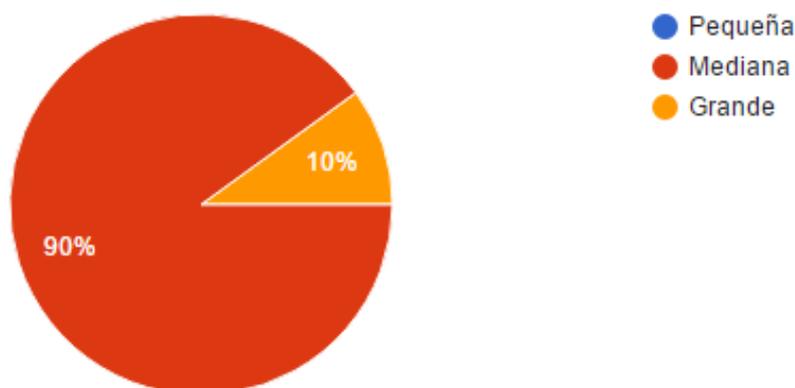
Tabla 14: Resultados de la pregunta 1.

	Frecuencia	Porcentaje
Pequeña	0	0
Mediana	9	90%
Grande	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 7: Resultado de la pregunta 1.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: En base a la encuesta efectuada a los aserradores de madera de balsa de la Provincia del Guayas, 9 empresas son medianas, lo que corresponde al 90%, y 1 es grande, correspondiendo al 10%.

2. ¿De qué manera considera la producción de la empresa?

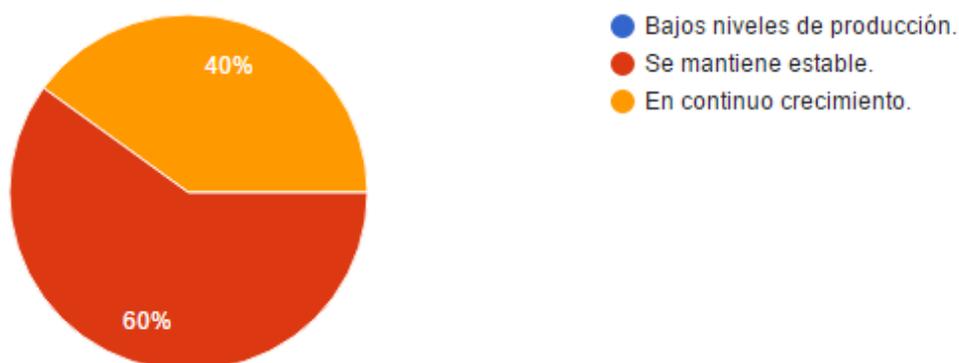
Tabla 15: Resultados de la pregunta 2.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajos niveles de producción	0	0%
Se mantiene estable	6	60%
En continuo crecimiento	4	40%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 8: Resultado de la pregunta 2.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: De acuerdo a la encuesta realizada, el 60% que corresponde a 6 empresas, manifiestan que la producción de madera de basa se mantiene estable, mientras el 40% correspondiente a 4 empresas, manifiestan que su producción se encuentra en aumento.

3. ¿Cómo define los niveles de ventas de la empresa?

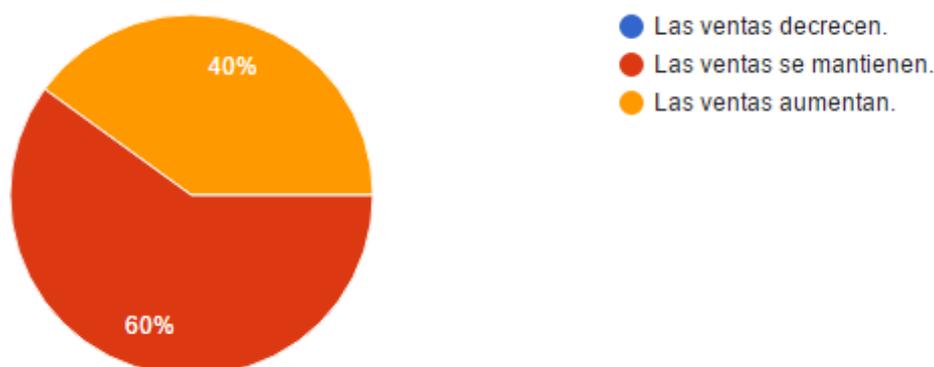
Tabla 16: Resultados de la pregunta 3.

	Frecuencia	Porcentaje
Las ventas decrecen	0	0%
Las ventas se mantienen	6	60%
Las ventas aumentan	4	40%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 9: Resultado de la pregunta 3.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: Los resultados de la encuesta realizada, indican que el 60% de las empresas (6), manifiestan que las ventas de sus productos se mantienen, mientras que el 40% correspondientes a 4 empresas indican que sus ventas se encuentran en crecimiento, lo cual muestra un panorama favorable para las empresas madereras de balsa de la provincia del Guayas.

4. ¿Qué tipo de productos oferta a sus clientes?

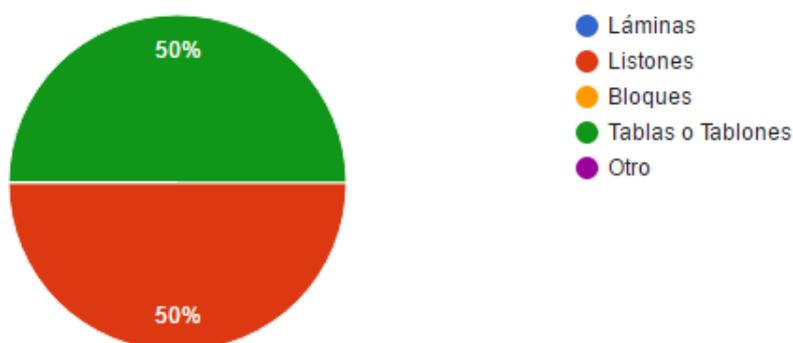
Tabla 17: Resultados de la pregunta 4.

	Frecuencia	Porcentaje
Láminas	0	0%
Listones	5	50%
Bloques	0	0%
Tablas o tablones	5	50%
Otros	0	0%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 10: Resultado de la pregunta 4.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: De acuerdo a la encuesta empleada, los resultados correspondientes a esta pregunta, manifiesta que las presentaciones de los productos que mayormente ofertan o venden estas empresas, el 50% de la población, que corresponde a 5 empresas, indicaron que su principal producto ofertado es la madera en listones, luego el 50% restante, que corresponde a 5 empresas, manifestaron que las tablas o tablones es su principal producto ofertado.

5. ¿Cuál es la longitud que generalmente tiene la madera aserrada que ofrece para la venta?

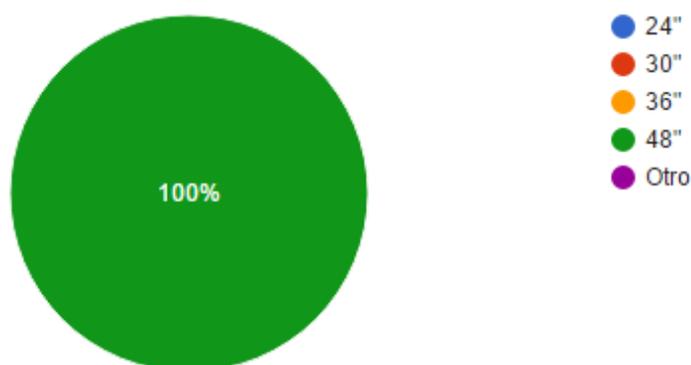
Tabla 18: Resultados de la pregunta 5.

	Frecuencia	Porcentaje
24"	0	0%
30"	0	0%
36"	0	0%
48"	10	100%
Otros	0	0%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 11: Resultado de la pregunta 5.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: De acuerdo a la encuesta empleada a los aserradores de balsa de la provincia del Guayas, el 100% de las empresas, ofertan sus productos aserrados, con un largo de 48" (120 cm). Cabe recalcar que según conversaciones con las empresas, la mayoría de estas tienen como largo máximo en las presentaciones de sus productos 48".

6. ¿Cuál es el destino de sus ventas?

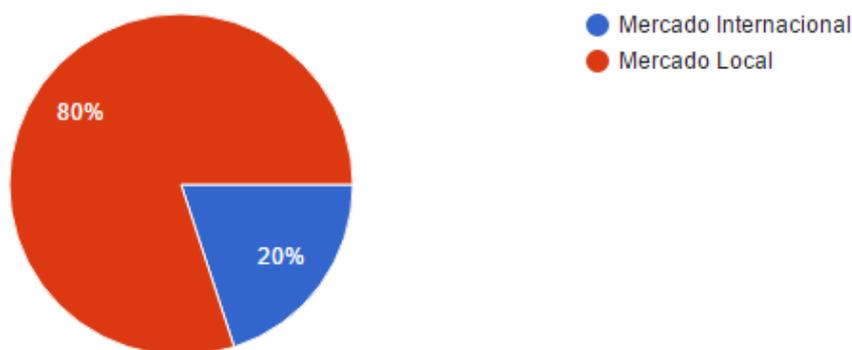
Tabla 19: Resultados de la pregunta 6.

	Frecuencia	Porcentaje
Mercado internacional	2	20%
Mercado Local	8	80%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 12: Resultado de la pregunta 6.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: En base a la encuesta realizada, el mayor destino de las ventas de las empresas aserradoras de madera de balsa, es el mercado local, en donde el 80% correspondiente a 8 empresas, venden localmente sus productos, mientras que el 20% que corresponde a 2 empresas, ya están internacionalizando sus productos.

7. ¿Cuál es el porcentaje de utilización de la materia prima (Tronco de balsa)?

Tabla 20: Resultados de la pregunta 7.

	Frecuencia	Porcentaje
Inferior a 50%	0	0%
50% a 60%	0	0%
70% a 80%	10	100%
90% a 100%	0	0%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 13: Resultado de la pregunta 7.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: Los resultados de la encuesta empleada, indican que, del porcentaje de utilización de la materia prima, el 100% de las empresas, correspondientes a las 10 empresas encuestadas, utilizan entre el 70% a 80% de la materia prima.

8. ¿Cree usted que para una exportación con éxito es necesario realizar una planificación previa?

Tabla 21: Resultados de la pregunta 8.

	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 14: Resultado de la pregunta 8.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: De acuerdo a la encuesta empleada a los aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas, el 100% de las empresas, que representan a los 10 aserradores, manifiestan debe existir una planificación previa, para posteriormente lograr un exitoso proceso de la internacionalización de sus productos.

9. ¿Qué le parece la idea de una exportación de sus productos?

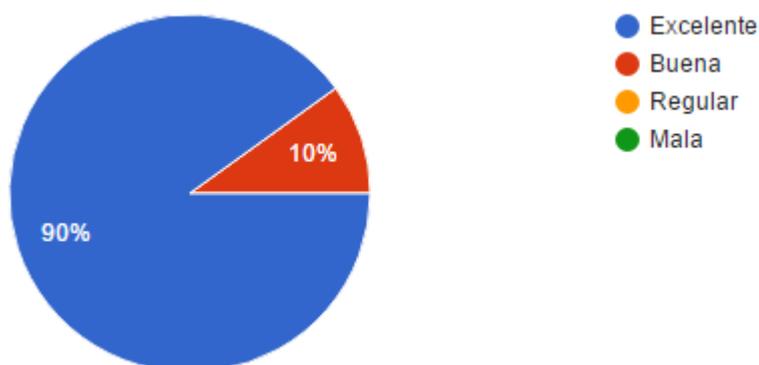
Tabla 22: Resultados de la pregunta 9.

	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	9	90%
Buena	1	10%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 15: Resultado de la pregunta 9.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: Los resultados de la encuesta realizada, indican que el 90% de las empresas, que representan a 9 empresas, manifiestan que la idea de exportación de sus productos es excelente, mostrando un deseo por incursionar en otros mercados, y maximizar sus beneficios, mientras que el 10%, correspondiente a 1 empresa, indica que la idea es buena.

10. ¿Conoce usted que Chile es un país que demanda madera de balsa y que según lo que Indica Proecuador es considerado como un “producto estrella”?

Tabla 23: Resultados de la pregunta 10.

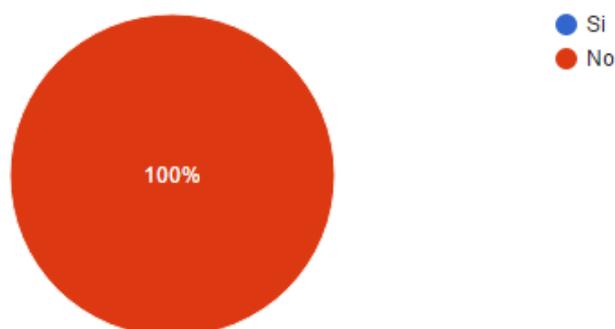
	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Totales	10	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 16: Resultado de la pregunta 10.

10 respuestas



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Resultado: De acuerdo a los resultados de la encuesta que se empleó a los 10 aserradores de madera de balsa de la Provincia de Guayas, indican que el 100%, que representa a las 10 empresas, indican que no conocen que Chile es un país en el cual podrían ofertar sus productos, además que según un estudio realizado por Proecuador, es considerado un producto estrella, es decir un producto con fuerte demanda.

3.6.1.2 Análisis de la encuesta realizada

La encuesta que se empleó en el presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo recopilar aquella información, sobre la importancia de la aplicación de un plan de exportación estructurado, recogiendo la percepción de algunos aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas.

Los aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas, coinciden en la previa realización de una correcta planificación, para poder dar lugar a la toma de decisiones, sobre si exportar o no sus productos; además también están de acuerdo en la aplicación de una herramienta, que les permita la internacionalización de sus productos. Estos también señalan el desconocimiento de Chile como un mercado potencial y de todos los beneficios que implica un proceso de exportación hacia otros mercados.

Los resultados de la encuesta, indican que los aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas, consideran de necesidad la implementación de una planificación, para evitar aquellos problemas que puedan surgir durante el proceso de internacionalización, y así lograr un exitoso proceso de exportación.

3.6.2 Entrevista

3.6.2.1 Entrevista a posible distribuidor

Entrevista realizada al distribuidor "RAMELI Y OTRO LTDA." ubicada en la avenida Arturo Prat 601 de Valparaíso-chile, (vía telefónica).

1. SIENDO UN DISTRIBUIDOR EN VALPARAÍSO-CHILE, ¿POSEE UNA VARIEDAD DE MADERAS QUE OFRECE AL PÚBLICO O SE ESPECIALIZA EN DISTRIBUIR UN SOLO TIPO?

La mayor madera que se comercializa es el pino, el roble y la lenga, pero la empresa si cuenta con una amplia variedad de madera.

2. ¿ALGUNA VEZ HAN DISTRIBUIDO MADERA IMPORTADA?

Si, actualmente nuestro catálogo de madera es amplio y ofrecemos maderas importadas como el cedro, la mara y el nogal.

3. ¿EN QUÉ PRESENTACIÓN ES COMERCIALIZADA LA MADERA?

Tenemos de todo tipo, aunque a veces si hay pedidos con medidas específicas, las presentaciones que tenemos son listones, tablonés, bloques y tablas.

4. ¿CADA CUÁNTO TIEMPO Y EN QUÉ CANTIDADES REALIZAN PEDIDOS A SUS PROVEEDORES EN EL EXTERIOR?

Generalmente se trabaja con madera nativa del lugar, así que no se realizan importaciones semanales, pero si requerimos de importar madera, esto se lo realiza cada dos o tres meses, cantidades de entre de uno a dos contenedores, si es necesario se realizan importaciones más seguidas y en mayores cantidades, pero eso es con clientes y pedidos específicos.

5. ¿EN QUÉ TÉRMINOS HA REALIZADO LAS IMPORTACIONES DE MADERA?

De ese tema se encarga el departamento de compra y venta, pero las facturas que se manejan son en términos fob.

6. ¿CONOCE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MADERA DE Balsa ECUATORIANA?

Ese tipo de madera es muy buena, más que todo su presentación, ya que es totalmente blanca y sirve para algunos trabajos, incluso para diseños de interiores rústicos, es parecida a la madera de lenga con ciertas diferencias

7. ¿HAN TRABAJADO CON UN DISTRIBUIDOR DE MADERA DE Balsa?

No se ha tenido la oportunidad de trabajar de manera directa con un distribuidor de madera de balsa y cuando hemos tenido pedidos de esa madera lo que se ha buscado es a los distribuidores chilenos que la tienen para poder hacerle frente

a estos pedidos, pero sería bueno poder tener contacto y negociaciones con un distribuidor de esta madera.

8. ¿LE INTERESARÍA IMPORTAR LISTONES DE MADERA DE Balsa ECUATORIANA, SABIENDO LA CALIDAD DE LA MADERA Y SUS DIFERENTES USOS?

Por supuesto, la balsa es una madera que sí es requerida, sí trabajaríamos con un distribuidor de balsa, si al principio puede negociar con nosotros listones está bien, pero también sería bueno importar la balsa en las distintas presentaciones que ofrecemos.

9. ¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN LISTÓN DE MADERA ENTRE \$4 A \$6 VALOR FOB?

Si estaríamos dispuestos a pagar ese precio, así mismo se realizarían importaciones cada dos a tres meses.

3.6.2.1.1 Análisis de la entrevista

La entrevista que se realizó, se la hizo con el propósito de recolectar información con respecto al producto, conocer sobre el sector de la madera de balsa y expectativas que se generan con relación a la exportación de productos.

De acuerdo a la entrevista efectuada al posible distribuidor, podemos resaltar que el sector externo es muy atractivo, que podría existir un considerable nivel aceptación del producto, ya que presenta características similares a las de ciertas maderas nativas de Chile.

3.6.2.2 Entrevista a empresa aserradora

La entrevista que se realizó fue dirigida al señor Stalin León, quien es supervisor de la empresa balseira Alawood, la misma que queda ubicada en Guayas – Yaguachi; esta entrevista se la realizó con el objetivo de conocer las perspectivas, manejo y producción de madera de balsa.

1.- ¿Cómo define usted el estado actual de sector productivo de madera de balsa?

En el tiempo que he venido laborando en el sector de la madera de balsa, ha sido bueno. Se ha podido cumplir con las exigencias y pedidos que se han venido realizando, y también teniendo en cuenta el cuidado de la madera de balsa, pero en este periodo la balsa fue difícil conseguirla, ya que el invierno fue fuerte y afectó a los sembríos de balsa, las grandes empresas acapararon la mayor producción de balsa y de mejor calidad.

2.- ¿Cuáles son las ventajas y generalidades del uso de la balsa?

Las ventajas de usar este tipo de madera, es que es un tipo madera de calidad, de corto tiempo de corte con un máximo de 5 años, en comparación al sembrío de otras especies que pasan los 8 o 10 años. La empresa generalmente vende en listones, hay compras de tipo A, que es la mejor madera, mantiene una coloración blanca, mientras que las ventas de tipo B son las que físicamente tienen un color diferente o se encuentran manchadas.

El uso específico de para qué se empleará la madera es totalmente desconocido para nosotros, ya que la mayoría de pedidos son en listones, bloques o tablas.

3.- ¿En la actualidad existen apoyos gubernamentales para el mejoramiento de este sector?

En la actualidad no existe algún apoyo que la empresa tenga por parte del gobierno, lo que si se ha venido exigiendo es que se tenga toda la documentación de la empresa en orden, y se paguen todos los impuestos, de este asunto por lo general se encarga el personal administrativo que se encuentran en las oficinas de la provincia de Guayaquil.

4.- ¿Qué aspectos considera usted que perjudican o benefician la competitividad de la madera de balsa ecuatoriana?

Los aspectos que benefician a mi parecer son los costos que se manejan al trabajar en este sector, y los que perjudican puede ser la falta de apoyos y publicidad al sector

5.- ¿Considera usted que el sector de madera de balsa aportaría en alguna medida a la economía del país?

A mi consideración si aporta, ya que el movimiento de este sector va en aumento, es decir se generan más recursos y más ingresos para el país, esto supongo se refleja en la balanza comercial.

6.- ¿El sector de madera de balsa aportaría en el cambio de la matriz productiva?

Si aporta a la matriz productiva, ya que genera plazas de empleo a nivel interno y todos los recursos tales como la materia prima y mano de obra se encuentran en la región.

7.- ¿Conoce usted que Chile es un mercado potencial?

No tenía conocimiento acerca de dicho mercado, ya que por lo general las ventas son internas, y las ocasiones que se ha exportado, se lo ha hecho a mercados tradicionales como Estados Unidos.

8.- Referente a las ventas entre el año 2016 y los meses de este año, considera que sus ventas han aumentado o disminuido? ¿A que se debe?

Las ventas disminuyeron una poco, este se debió principalmente al fuerte invierno que afectó las plantaciones, y el localizar la madera fue el principal problema, querían aumentar el valor de los troncos o tenían madera que no estaba bien cuidada, y por lo general para exportar se necesita de una calidad tipo A.

9.- Su empresa tiene capacidad de aumentar la producción para cubrir pedidos?

Si, ya han existido temporadas en los que han existido pedidos fuertes, y para ello lo que se hace es contratar más personal para poder abastecer con rapidez los pedidos, llegando a contratar un aproximado de 30 personas.

3.6.2.2.1 Análisis de la entrevista

La entrevista que se realizó, se la hizo con el propósito de recolectar información con respecto al producto, conocer sobre el sector de la madera de balsa y expectativas que se generan con relación a la exportación de productos.

De acuerdo a la entrevista, podemos resaltar que el sector es muy atractivo, que genera considerables ganancias, y que se debe estar dispuesto a cumplir con las exigencias y demanda de los mercados ya sea este interno o externo.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Título de la propuesta

Plan de exportación de madera aserrada de balsa al mercado de Valparaíso – Chile.

4.2 Justificación de la propuesta

La propuesta del presente trabajo se justifica en la abundante producción de madera de balsa, ya que Ecuador de acuerdo a el Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones (Proecuador), manifiesta que Ecuador es un gran productor de esta materia prima, pero aún no puede considerarse un gran exportador de este producto debido a la ausencia de herramientas que contribuyan a la promoción de un proceso de internacionalización.

Según el estudio efectuado por la Corporación Chilena de la madera (CORMA), en su artículo (Consumo y Producción, 2015), hemos logrado identificar una necesidad por parte del mercado chileno, en el cual se busca incursionar como proveedor de madera de balsa, generando oportunidades a los aserradores de balsa ecuatoriana mediante el diseño de un plan de exportación.

La competencia para este producto es casi escasa, ya que este tipo de madera solo surge en aquellos lugares con ciertas condiciones climáticas, siendo Ecuador unos de los benefactores de este tipo de madera.

El presente proyecto de tesis pretende ayudar a aquellos aserradores de madera balsa del Guayas, en la internacionalización, mediante la exportación de sus productos, hacia otros mercados diferentes a los que se exporta, siendo Chile una gran oportunidad de mercado, generando así una incursión de sus productos y la creación de nuevas oportunidades de negocio.

Después de haber realizado un análisis a todos los factores que se involucran en este proyecto como lo es el mercado potencial, de acuerdo a la entrevista realizada a el posible distribuidor ubicado en Chile – Valparaíso, Rameli Y Otro Limitada. Se pudo llegar a la conclusión de que un proceso de exportación hacia el mercado de Valparaíso, puede ser viable previo al estudio y establecimiento de un plan estratégico de exportación.

4.3 Importancia de la propuesta

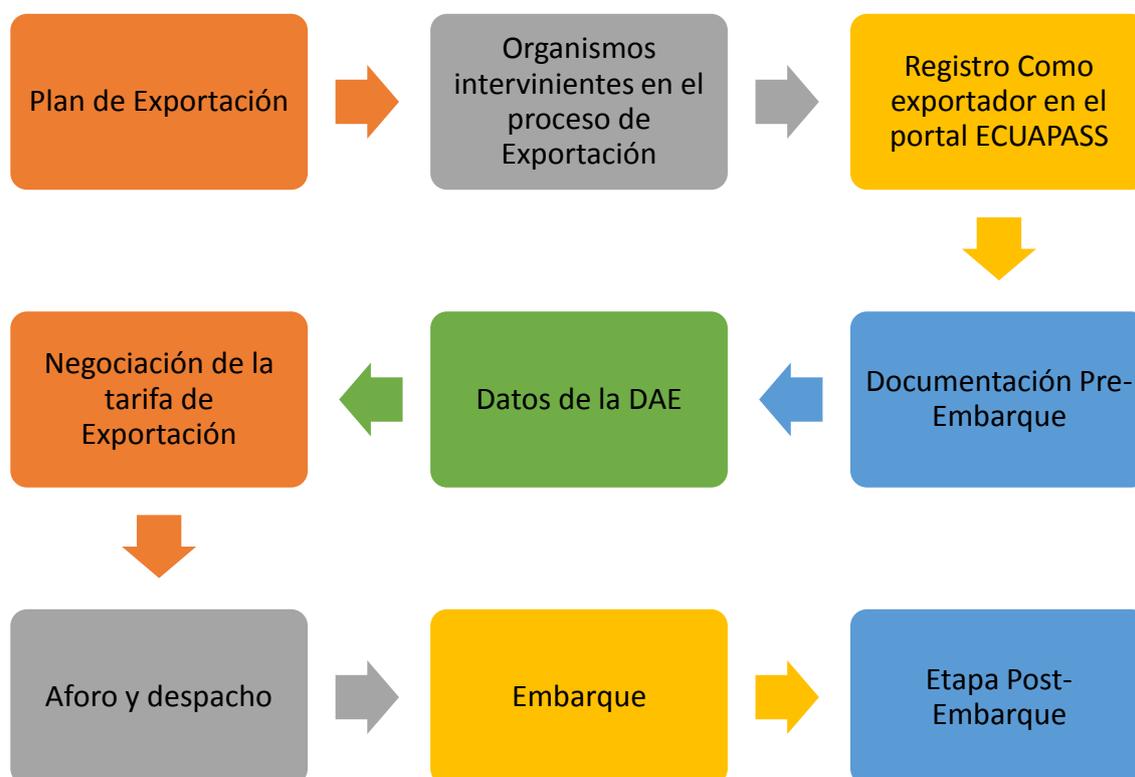
La importancia de la propuesta radica en el desarrollo del plan de exportación, herramienta que permita a los aserradores de madera de balsa de la Provincia del Guayas, ofertar sus productos no solo en el mercado interno, sino también en el mercado externo, consiguiendo la internacionalización de sus productos, y lograr así cubrir una necesidad en el mercado internacional, mediante procesos y productos de calidad, y talento humano capacitado, factores que generen y manifiesten un compromiso con el cliente. Además de poner a disposición un explicado y detallado de aquellos puntos y pasos que se deben seguir para lograr un proceso de exportación de madera de balsa aserrada.

4.4 Objetivo general de la propuesta

Desarrollar un plan de exportación de balsa aserrada al mercado de Valparaíso, mediante el análisis de fuentes primarias y secundarias, facilitando así un instrumento que aporte en la exportación de balsa ecuatoriana.

4.5 Proceso de Exportación

Figura 17: Proceso de exportación comprendido en la propuesta



Fuente: Proceso de exportación comprendido en el presente trabajo (Senae,2015).

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.6 Plan de exportación

Hoy en día para llevar a cabo una negociación internacional, se pretende como una estrategia el desarrollo de un plan de exportación, a través del cual se pueda analizar las necesidades y demandas del mercado meta, de una manera más profunda. Un plan de exportación facilita en el aprovechamiento de las oportunidades y previene los posibles riesgos, ya que permite a una empresa valorar propuestas, ayudando a la identificación de mercados y lo que tiene que cumplir para lograr ingresar en el mercado deseado.

La globalización se da gracias a una buena planificación, es por ello que se plantea un plan de exportación, que sirva como una herramienta fundamental de guía, que conduzca a aquellos agricultores y aserradores de madera de balsa a

la correcta comercialización e integración de sus productos en un mercado internacional. Es por ello que el presente plan de exportación figura como una guía con tendencias a cambios, ya que las leyes y normativas, se mantienen en constante alteraciones o cambios. Y como base de entendimiento de términos, normativas y procesos, que involucra un proceso de internacionalización, para lograr así una mayor participación en este sector económico y una exitosa primera exportación.

4.6.1 Requisitos para exportar

Registro del Exportador

De acuerdo al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Para exportar, 2017), para efectuar un proceso de exportación, se debe cumplir con ciertos pasos, los cuales son:

1. Gestionar el RUC (Registro Único del Contribuyente), el cual lo otorga el Servicios de Rentas Internas (SRI).
2. Luego de gestionar el RUC, se adquiere el certificado digital para la firma electrónica y autenticación (TOKEN), el cual lo emite el Banco Central del Ecuador (BCE) o Security Data.
3. Registro en el portal de ECUAPASS.

Realizado el registro en el ECUAPASS, se procede a efectuar la tramitación de la Declaración Juramentada de origen (DJO), generada por la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE), documento prioritario para la aceptación del certificado de origen, el cual es un documento indispensable, que comprueba la procedencia y nacionalidad de las mercancías.

Figura 18: Registro de Exportador en Ecuapass.

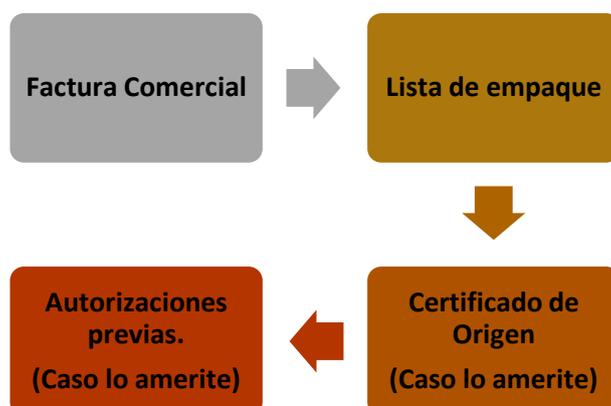


Fuente: Registro del exportador. (Senae,2015).
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.6.2 Etapa pre-embarque

Efectuados los pasos anteriores, y con documentos y permisos requeridos, se inicia la etapa de Pre-embarque con la transmisión de manera electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), en el sistema ECUAPASS. Esta origina un vínculo legal y establece obligaciones entre el exportador y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Proecuador, Guía del exportador, 2014).

Figura 19: Documentos de acompañamiento de la DAE.



Fuente: Documentos de acompañamiento. (Senae).
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.6.3 DAE

Los principales datos que se consignarán en la declaración Aduanera de Exportación son los siguientes:

- Datos del Exportador.
- Descripción de la mercadería.
- Datos del importador.
- Destino de la carga.
- Cantidades y Peso.
- Demás datos relativos a la carga.

4.6.4 Documentos y requisitos exigidos en origen y destino

4.6.4.1 Documentos exigidos en origen (Ecuador)

En un proceso de exportación, normalmente se requiere:

- Factura Comercial
- Documento de transporte (B/L).
- Lista de empaque.
- Declaración aduanera de exportación.
- Certificado de origen (Caso que lo amerite).
- Autorizaciones Previas (Caso que lo amerite).

4.6.4.2 Requisitos específicos para exportar madera desde Ecuador

- El proveedor de la madera de balsa deberá contar con la Licencia de aprovechamiento forestal.
- Certificado Fitosanitario de Agrocalidad.

4.6.4.3 Documentos exigidos en Destino (Chile)

- Conocimiento de embarque (B/L).
- Factura comercial.
- Declaración juramentada sobre costo de mercancía.

- Vistos buenos o certificaciones cuando procedan.
- Declaración de Ingreso ante SNA.
- Certificado de origen, caso lo amerite.
- Packing list, caso lo amerite.

4.6.4.4 Requisitos específicos para importar madera en Chile

- Certificado fitosanitario.

4.6.5 Negociación de tarifa de exportación

En este punto se presenta un documento de cotización, donde se detallan los costos que genera el exportador en el proceso de exportación de la mercancía.

Figura 20: Elementos que intervienen en una cotización.



Fuente: Elementos que intervienen en una cotización, (Investigación).

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.6.6 Embarque

El embarque es un proceso donde la mercancía se coloca en uno de los distritos existentes ya sea esta por la vía marítima, terrestre o aérea.

En el presente trabajo el distrito más conveniente a utilizar sería la vía marítima, donde se procede a realizar la exportación mediante un buque de carga que parte desde el puerto de Guayaquil en origen, hasta el puerto de Valparaíso en destino.

Transmisión del documento de transporte

De acuerdo al Servicio Nacional de aduanas del Ecuador (SENAE, 2015), el documento de transporte deberá ser transmitido:

- a) **Vía marítima.** - el manifiesto de carga se realiza hasta 12 horas después de la salida del medio de transporte.
- b) **Vía terrestre.** - el manifiesto de carga y la carta porte serán entregados a la Autoridad Aduanera si en caso se lo amerite, hasta el momento donde se realice la operación del cruce de la frontera.
- c) **Vía aérea.** - el manifiesto de carga deberá realizarse hasta 12 horas después de la salida del transporte.
- d) **Carga consolidada.** - el manifiesto de carga se lo notifica hasta 2 días hábiles después de la salida del medio de transporte y se basa en la información emitida por el operador del medio de transporte.

4.6.7 Etapa post-embarque

Se procede a efectuar la RDAE (Regularización de Declaraciones Aduaneras de Exportación). En este procedimiento el exportador confirma a la autoridad aduanera que los datos emitidos en la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) son los definitivos, una vez regularizada la DAE se da por culminado el proceso de exportación para el consumo.

Para poder señalar una DAE como regularizada se debe contar los siguientes documentos, donde en dicho proceso se cuenta con 30 días hábiles:

- Copia de la lista de empaque.
- Copia del Certificado de origen.
- Copia de la factura Comercial.
- Copias de los documentos de transporte.

4.6.8 Medio de Transporte

Al elegir el medio de transporte más conveniente a utilizar se deben tener en cuenta los aspectos positivos y negativos del mismo tales como su precio, el tiempo de entrega, accesibilidad, costos y demás. Por ello lo más conveniente sería utilizar un buque de carga mediante la vía marítima, saliendo desde el puerto de Guayaquil en origen hasta el puerto de Valparaíso en destino.

Tabla 24: Ficha Informativa del transporte.

Ficha de información del Transporte	
País de origen:	Ecuador
Puerto de origen:	Puerto de Guayaquil
País de destino:	Chile
Puerto de desembarque:	Puerto de Valparaíso
Contenedor a usar:	40'
Medio de transporte:	Buque carguero
Modo de transporte:	Marítimo

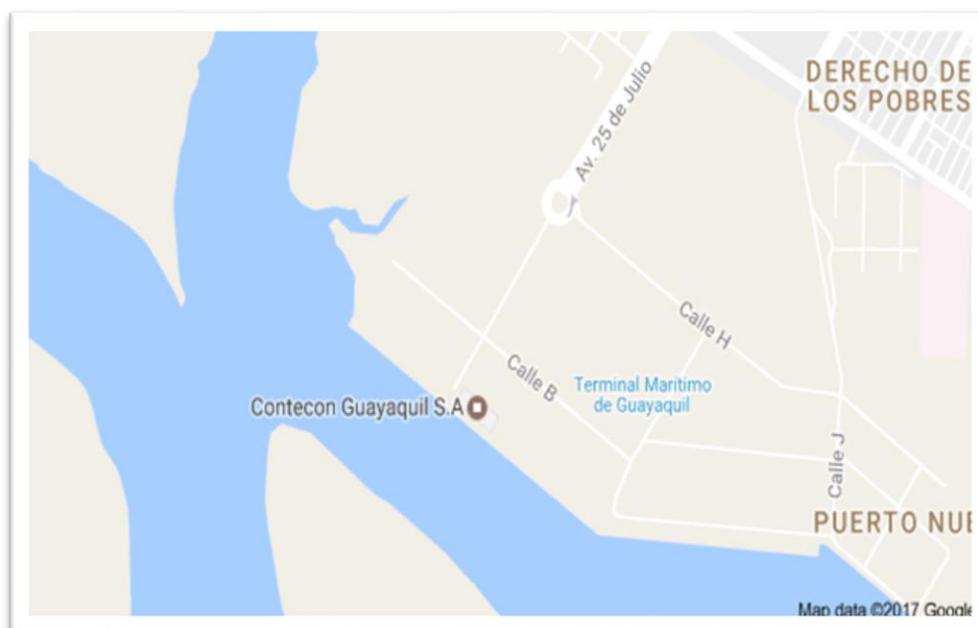
Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.6.9 Localización

En cuanto a la localización se estableció el Puerto de Guayaquil, como el lugar puerto de partida o de origen, sitio donde se embarca la mercancía que se ha producido en los diferentes puntos o sectores de la provincia del Guayas, la siguiente localización se da en el Puerto de Valparaíso, que es el puerto de destino, lugar donde se desembarca el producto, para posteriormente proceder a la distribución de la mercancía.

Figura 21: Localización del Puerto de Guayaquil.

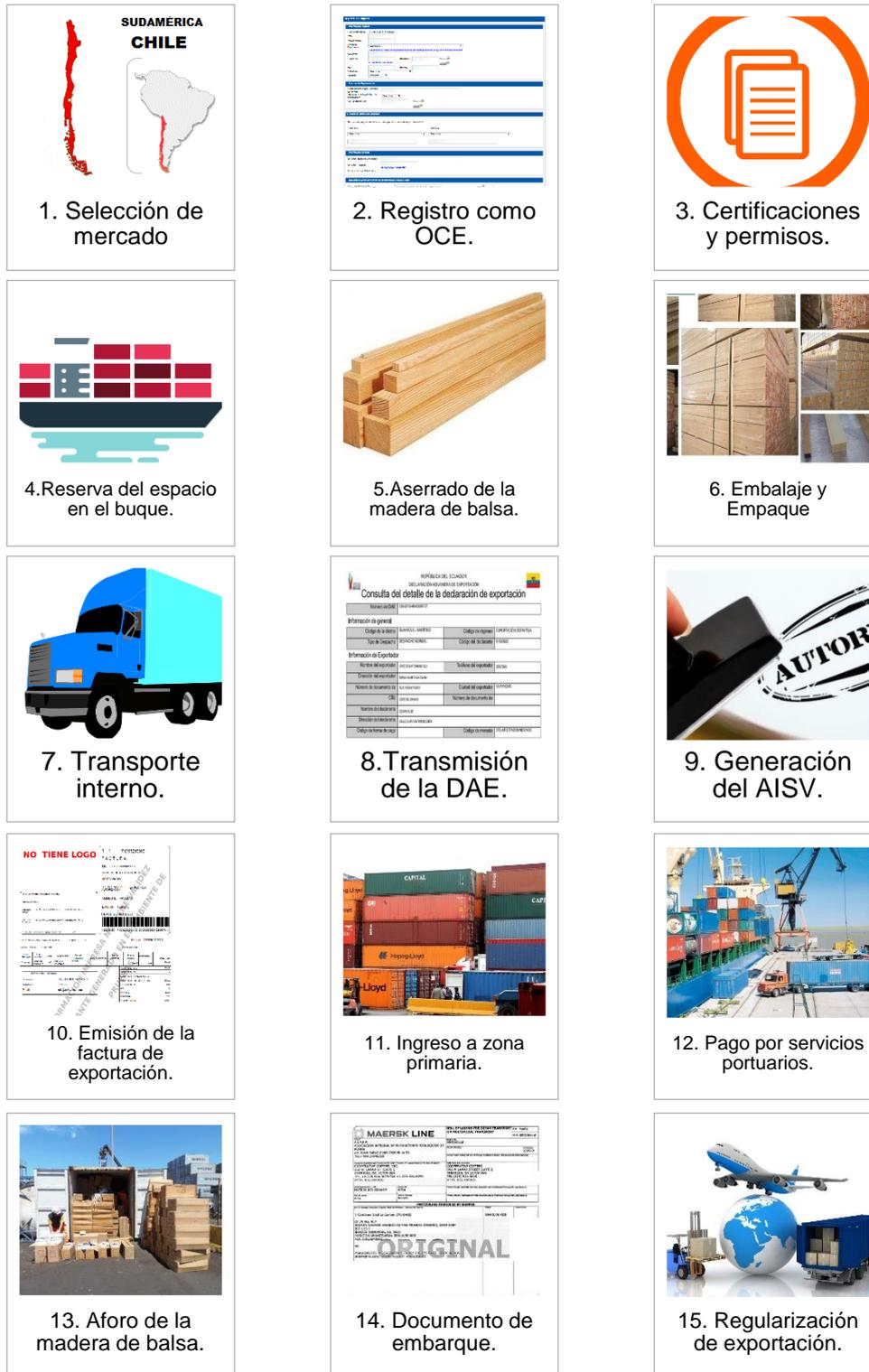


Fuente: Google Maps.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.6.10 Proceso de exportación de la madera aserrada de balsa

Figura 22: Cuadro del proceso de exportación de madera aserrada de balsa.



Fuente: Investigación.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.6.11 Líneas Navieras

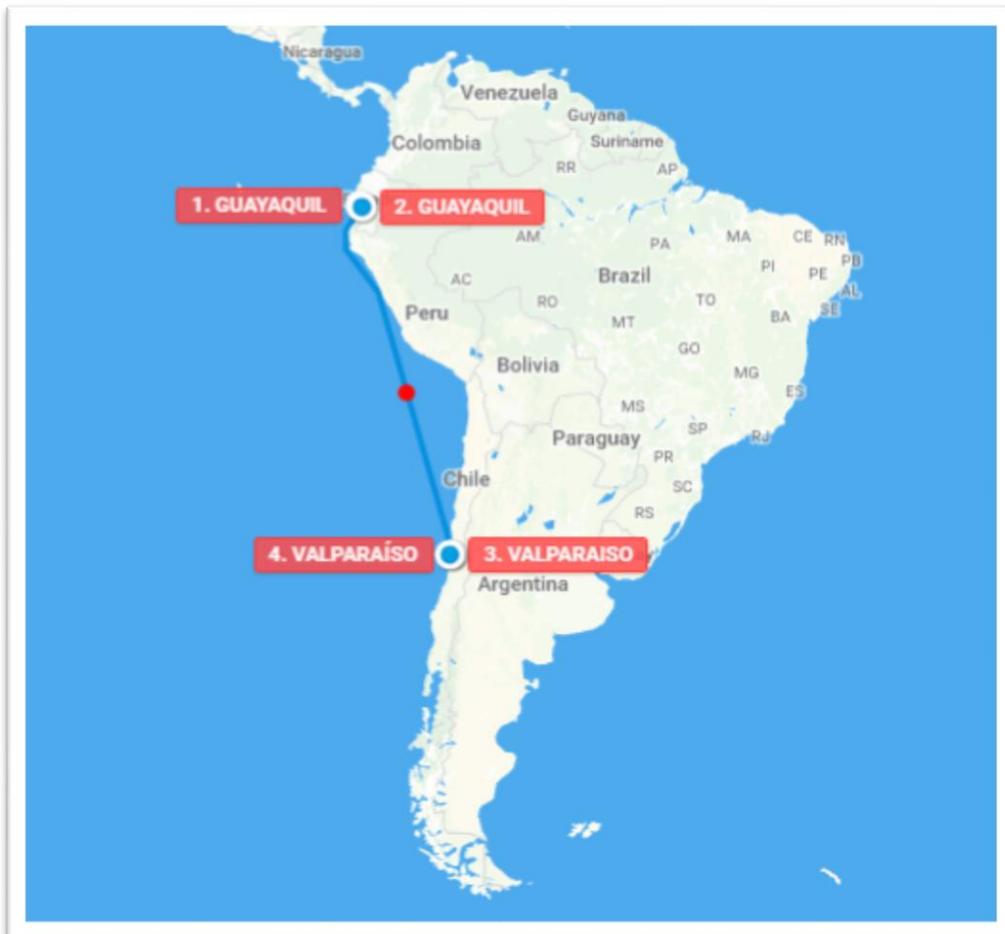
Las principales líneas navieras que tienen una ruta entre Ecuador y Chile, hacia el Puerto de Valparaíso son:

- SEABORD
- MEDITERRANEAN SHIPPING
- HAMBURG SUD

4.6.11.1 Tiempo de tránsito

La ruta desde el puerto de Guayaquil (Ecuador), hacia el puerto de Valparaíso (Chile), tiene un tiempo aproximado de 14 días, teniendo una distancia aproximada de 3701.78 kilómetros.

Figura 23: Ruta de tránsito marítimo entre Ecuador y Chile.



Fuente: Searates.
Elaborado por: Searates.

4.6.11.2 Costos de Contenedores

El costo de alquiler de un contenedor puede variar, dependiendo del tipo de contenedor y el tiempo de uso del exportador. Para el presente proyecto no es recomendable la compra de contenedor sino el alquiler del mismo, este precio oscila entre \$400 y \$600. El contenedor de 40 HC es el que se recomienda alquilar para este tipo de exportación de madera.

A continuación, se muestra una cotización con todos sus rubros:

Tabla 25: Cotización de contenedor de 40'.

COSTOS LOCALES	VALOR
THC	USD 145,00
Gastos Administrativos	USD 80,00
Visto Bueno	USD 40,00
Handing Out	USD 45,00
Porteo	USD 30,00
Servicio de Recaudación	USD 32,00
Sello	USD 32,00
Manejo Local	USD 60,00

Fuente: Repcontver S.A.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.7 Logística para la exportación

4.7.1 Negociación del Incoterm

Los Incoterms son términos comerciales internacionales que se encargan de facilitar el proceso de las negociaciones globales de exportaciones e importaciones. Los mismos definen obligaciones y derechos tanto del vendedor como del comprador, estos describen los costos, riesgos y responsabilidad que implica la entrega de la mercancía para ambas partes.

El Incoterm a utilizar en el presente plan de exportación de madera aserrada de balsa es FOB (Free on Board / Franco a bordo), el cual indica que la mercancía deberá ser entregada por parte del exportador, al borde del buque designado

previamente por el importador en el puerto de embarque convenido entre las partes, además de ser el término más común y recomendado para negociar.

Figura 24: Obligaciones del término de negociación FOB.

Modalidad de transporte	Mercancía disponible para la venta	Carga en el almacén del vendedor	Transporte interno (Origen)	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos de manipulación (Origen)	Transporte Principal	Seguro de la mercancía	Gastos de manipulación (Destino)	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interno (Destino)	Entrega mercancía comprador
FOB	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	■	VENDEDOR		■	COMPRADOR			■	VENDEDOR/COMPRADOR		

Fuente: Incoterms 2010, Cámara de Comercio Internacional.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.7.1.1 Obligaciones para el comprador

- Pago de la mercancía.
- Se encarga de contratar un buque para la entrega, es decir que el comprador contrata y paga el buque en el cual se traslada el producto.
- Debe asumir los riesgos ya sea por pérdida o daño al momento que recibe la mercancía. Sin embargo, no es de obligación contratar un seguro por parte de ninguno de los negociantes.
- Realizar todos los trámites de importación hasta el país en destino.

4.7.1.2 Obligaciones para el vendedor

- Se encarga de cubrir todos los gastos hasta la entrega del producto a bordo del buque, ya sean estas maniobras, cargas, descargas, desaduanamiento.
- Empaque y embalaje del producto.
- Entregar la mercancía a bordo del buque designado por el comprador.
- Debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

4.7.2 Negociación de la condición de pago

En cuanto al precio de la madera aserrada de balsa en m³ este varía entre 500 y 800 dólares, este depende del tipo de negociación que se lleve entre ambas partes. Generalmente el pago se da en un 30% T/T (Telegraphic Transfer / simple transferencia bancaria) de entrada y un 70% antes de ser embarcada de la mercancía. Dependiendo de la relación comercial entre el comprador y el vendedor, este pago se lo puede realizar mediante carta de crédito o plazo acordado, los precios son establecidos por el productor o en algunos casos por el aserrador de madera de balsa.

4.7.3 Condiciones del transporte

En un mundo globalizado es de vital importancia adoptar medidas que mejoren y agilicen la trasportación de madera en la mayor medida posible. Para que la mercancía se encuentre segura al momento de ser manipulada o cargada ya sea durante el tiempo de viaje y luego al descargar la misma, se deben cumplir las condiciones necesarias para que el producto se mantenga en buen estado.

Todo tipo de madera se comienza por trasportar en camiones ya sea está a cortas o largas distancias. Los camiones constituyen un lugar muy importante en la trasportación de madera, con el pasar del tiempo estos han sido mejorados y adecuados para que el producto se movilice de la mejor manera posible en cuanto tiempo y seguridad de la misma.

La madera aserrada de balsa será trasladada en contenedores de 40´ desde el puerto de origen (Guayaquil-Ecuador) hasta el puerto de destino (Valparaíso-Chile). Debido las características del producto el contenedor seco de 40´ es el adecuado para la trasportación del producto.

4.7.4 Empaque y embalaje del producto

No contiene algún tipo de embalaje específico, pero si lleva materiales de empaque, tales como los zunchos plásticos o stretch film, que se emplean para amarrar y asegurar los trozos de madera aserrados, conformando así un bloque,

para luego ser introducido y ubicado en el contenedor seco. De acuerdo con expertos, al unitarizar la carga, este tipo de productos no necesitan de pallets, sino de separadores o tacos de madera mismo, que van de los 5 a 10 cm, es por ello que en este proyecto no se empleará pallets. El nivel de riesgo para trasportar este tipo de producto puede que no sea alto en cuanto al movimiento que sufra al ser trasladado debido a la solides y características del mismo.

Un papel muy importante en el proceso es el control de plagas forestales para que el producto sea trasladado sin ningún problema al exterior, es por ello que obtener los requisitos fitosanitarios es esencial.

4.7.5 Unidad de transporte

Tipo de contenedor

Debido a la naturaleza del producto a exportar se ha utilizado un contenedor de 40 pies, dado que al ser un producto seco no necesita refrigeración, este sería el más conveniente.

4.7.6 Unitarización de la carga

El producto a exportar es madera aserrada de balsa, en la presentación de listones (8cm x 10cm x 120cm), luego se procederá a la conformación de un bloque de listones de madera de balsa (80cm x 100cm x 120 cm), bloques amarrados por zunchos o stretch film, para facilitar la movilización de la carga. A continuación, se procede a explicar de manera gráfica la unitarización de la carga.

Figura 26: Listón de madera de balsa.

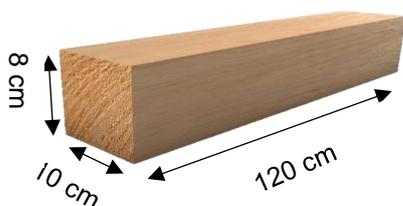
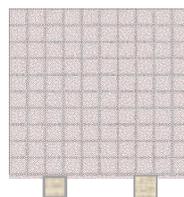


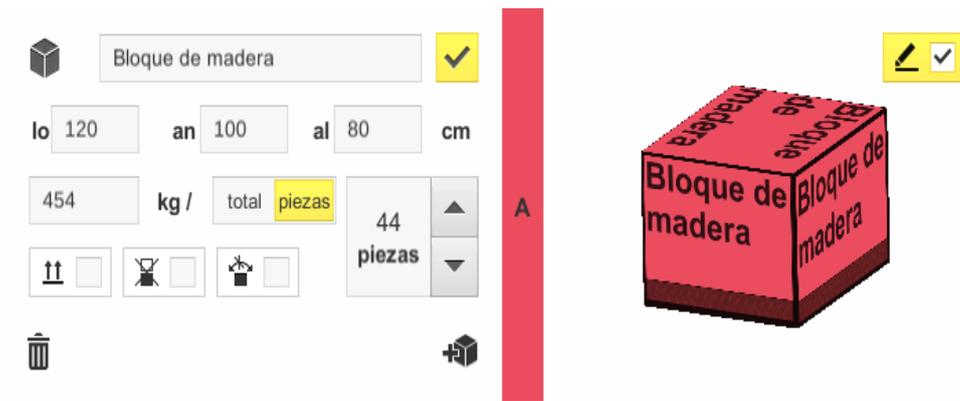
Figura 25: Bloque de listones.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

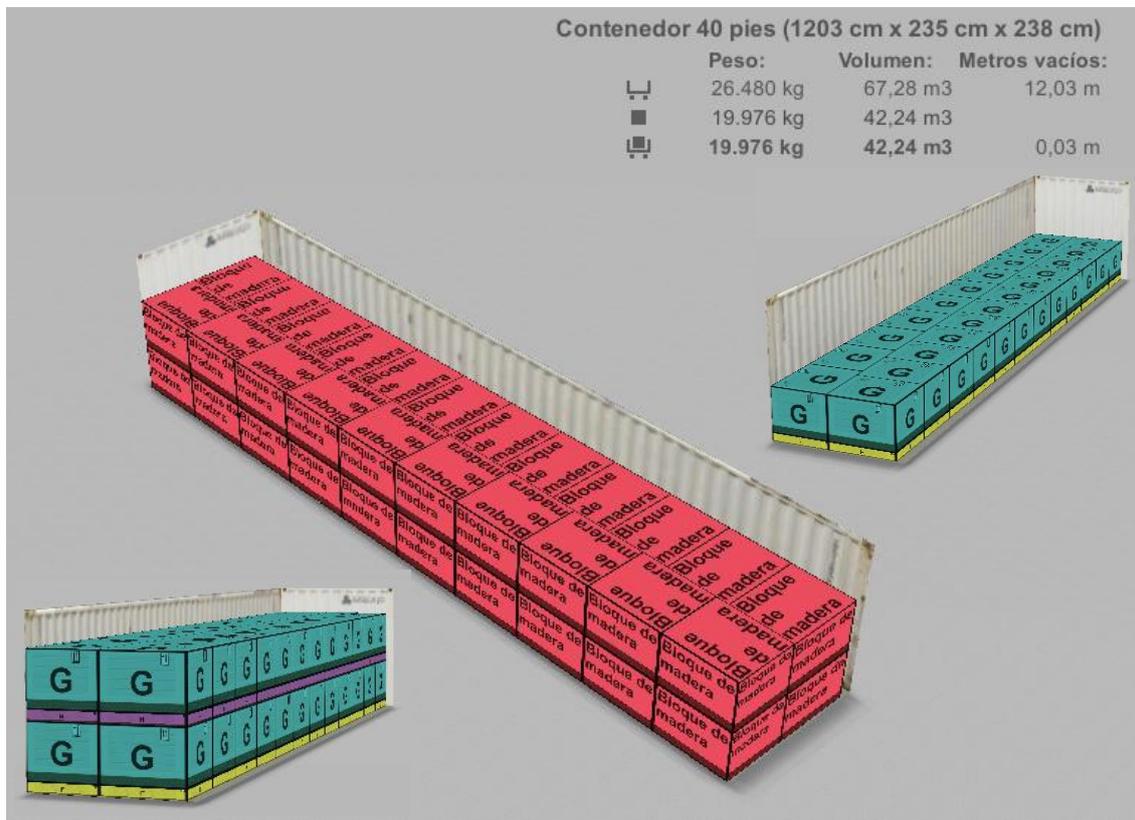
Figura 27: Características del bloque conformado por los listones de balsa.



Fuente: Programa de planificación de carga Easycargo.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

En la figura 27, se muestran las características de los bloques de balsa.

Figura 28: Vistas frontal y superior de los bloques en el contenedor de 40'.



Fuente: Programa de planificación de carga Easycargo.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Figura 29: Vista de cubicación de los bloques en un contenedor de 20'.



Fuente: Programa de planificación de carga Easycargo.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

En las figuras 28 y 29 se muestra las vistas de la cubicación de los bloques en un contenedor de 40 y 20 pies, cabe mencionar que en un contenedor de 40 entran 44 bloques, es decir 4400 listones de madera de balsa, y en un contenedor de 20 entran 18 bloques, 1800 listones.

4.8 Investigación de mercado

4.8.1 Empresas productoras y aserradoras de madera de balsa

En la provincia del Guayas, se encuentran aproximadamente 15 empresas que se dedican a la producción, comercialización o exportación de madera de balsa. En la siguiente tabla, se muestra un directorio de las empresas de la provincia del Guayas, con su ubicación y actividad.

Tabla 26: Empresas Balseras de la Provincia del Guayas.

EMPRESA	ACTIVIDAD	UBICACIÓN
INDUBALSA Corp.	Comercializador, exportador	Cantón Daule

LUMBERIND SA	Comercializador, exportador	Cantón Yaguachi
AGROINBAL	Comercializador	Cantón Yaguachi
TECNOFORESTA	Comercializador	Cantón Guayaquil
DIAB ECUADOR S.A. DIVINYCELL	Comercializador	Cantón Durán
ECUABALPRO S.A.	Comercializador	Cantón Durán
INMAIA S.A.	Comercializador, exportador	Cantón Durán
PLANTACIONES DE BALSA PLANTABAL SA	Comercializador	Cantón Guayaquil
PRODEBALSA PROCESADORA DE BALSA S.A.	Comercializador	Cantón Guayaquil
SHARK BAY BALSA S.A. SBBALSA	Comercializador	Cantón Guayaquil

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.8.2 Distribuidores en Valparaíso

De acuerdo al Directorio Forestal de Chile, en Valparaíso existen alrededor de cinco empresas que se dedican a la comercialización de todo tipo de madera, para diferentes usos y en diferentes presentaciones, de los cuales, el 20%, que representa a una sola empresa, realiza importaciones de algunas especies de madera, para su distribución y comercialización en el mercado chileno. En la siguiente tabla se procede a detallar las empresas.

Tabla 27: Distribuidores de madera en Chile - Valparaíso.

EMPRESA	ACTIVIDAD	UBICACIÓN
Forestal Placilla	Comercializador	Valparaíso, Chile
Cía. Maderera Chacabuco Ltda.	Comercializador	Valparaíso, Chile
Socomade Materiales de Construcción	Comercializador	Valparaíso, Chile
Soc. Agrícola Y Forestal Balmaceda Ltda.	Comercializador	Valparaíso, Chile
Rameli Y Otro Limitada	Importador, Comercializador	Valparaíso, Chile

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.9 Análisis del producto

4.9.1 Información del producto

En la siguiente tabla se muestra un cuadro informativo acerca el producto, el mismo que concentra información o datos a saber.

Tabla 28: Ficha del producto.

FICHA DEL PRODUCTO	
Nombre	Madera de balsa
Presentación	Aserrada
País exportador	Ecuador
País importador	Chile
Partida arancelaria del país exportador	4407.22.00.00
Partida arancelaria del país importador	4407.22.00.00
Moneda de la venta	USD (Dólares Americanos)

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.8.1.1 Ventajas del Producto

- El índice de crecimiento de la balsa es rápido, dura aproximadamente de 3 a 4 años, ya que la mayoría de los árboles se toman de 10 a 12 años para llegar a su etapa madura.
- Un aspecto favorable de la madera de balsa es su peso ligero, factor que facilita su movilidad.
- La mayor parte de la madera de balsa está reforzada por la lignina, factor que le adhiere fuerza a la madera.
- Su secado es rápido al aire libre, o se puede hacer la utilización de hornos.

4.9.1.2 Usos del Producto

Debido a las diversas peculiaridades que posee la madera de balsa tiene variados usos y aplicaciones, dentro de los cuales se citan los siguientes:

- Aislamiento acústico, térmico y vibratorio.
- Para modelajes tales como maquetas.
- Juguetes, artesanía y bisutería.
- Transporte, embalajes o acondicionamiento de cargas.

4.9.2 Análisis del producto en el mercado meta

De acuerdo a la técnica utilizada en el proyecto, la cual fue la entrevista realizada a los distribuidores de madera en Chile, encontramos que, de un total de 1 de las 5 empresas madereras, ubicadas en la región de Valparaíso, las cuales fueron contactadas, mostraron interés en poder realizar adquisiciones del producto de madera aserrada de balsa. Por lo cual se manifiesta que un proceso de internacionalización hacia dicho mercado, es posible, y los beneficios para los aserradores se maximizarán.

4.9.3 Matriz FODA

A continuación, se muestra un análisis FODA del producto bajo estudio.

Tabla 29: Matriz FODA del producto.

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Materia prima de calidad.• Bajo costo de la materia prima.• Disponibilidad de materia prima.• Excelente tratamiento de madera.• Aumento de aserradores de madera de balsa.	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Demanda internacional de madera de balsa, se encuentra en crecimiento, de acuerdo con Proecuador.• Fomento del gobierno en proyectos de reforestación y exportación de productos maderables.• Balsa ecuatoriana considerada de mejor calidad en comparación de otros exportadores, según lo publicado por el Ministerio de Comercio exterior en su artículo (Balsa y Camarón, 2017).• Crecimiento acelerado de la madera de balsa.
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de las empresas de los posibles mercados.• Dependencia del medio ambiente.• Pocos ofertadores, poca demanda.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Competencia desleal, ya que pudiesen conformar monopolios.• Control gubernamental.• Plagas• Desastres ambientales, como desbordamientos de ríos en invierno, incendios o terremotos.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.9.4 Partida arancelaria

4.9.4.1 Clasificación arancelaria Ecuador

De acuerdo al Arancel Nacional de Importaciones del Ecuador (Sexta enmienda) vigente desde el 1 de septiembre del 2017, la madera aserrada de balsa se clasifica de la siguiente manera:

Tabla 30: Clasificación arancelaria del producto en Ecuador.

Clasificación arancelaria Ecuador	
Sección IX	MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA; CORCHO Y SUS MANUFACTURAS; MANUFACTURAS DE ESPARTERIA O CESTERIA.
Capítulo 44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera.
Partida Sist. Armonizado 4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm.
	- De las maderas tropicales citadas en la Nota de Subpartida 2 de este Capítulo:
Subpartida NANDINA 4407.22.00	- - Virola, Imbuia y Balsa

Fuente: Arancel del Ecuador.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Tabla 31: Tributos al Comercio exterior.

Tributos al Comercio exterior	
Ad-Valorem	10%
Fodinfra	0.50%
ICE	0%
IVA	12%

Fuente: Arancel del Ecuador.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.9.4.2 Clasificación arancelaria Chile

De acuerdo al Arancel Aduanero Vigente de Chile, la madera aserrada se clasifica de la siguiente manera:

Tabla 32: Clasificación arancelaria del producto en Chile.

Clasificación arancelaria Chile	
Sección IX	MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA; CORCHO Y SUS MANUFACTURAS; MANUFACTURAS DE ESPARTERIA O CESTERIA.
Capítulo 44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera
Partida Sist. Armonizado 4407	Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm.
	- De maderas tropicales:
Subpartida NANDINA 4407.22.00	- - Virola, Imbuia y Balsa

Fuente: Arancel aduanero de Chile.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Tabla 33: Tributos al comercio exterior en Chile.

Tributos al Comercio exterior	
Ad-Valorem	6%
IVA	19%

Fuente: Arancel aduanero de Chile.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.9.4.3 Acuerdos Bilaterales

La República del Ecuador, mantiene un acuerdo bilateral con la República de Chile, el cual es el ACE 65 (Acuerdo de Complementación Económica N.65). Acuerdo el cual elimina todos aquellos derechos aduaneros, con el propósito de incentivar el intercambio de bienes, fortaleciendo los lazos comerciales.

4.9.5 Canal de distribución

El canal de distribución que se empleó en el siguiente proyecto, fue un canal indirecto largo, ya que la producción de madera aserrada de balsa, va a comercializarse en Chile mediante un intermediario, el cual se encargará de la distribución del producto a los minoristas de madera, llegando así al consumidor final. A continuación, se procedió a graficar el proceso del canal de distribución que maneja el presente proyecto de madera aserrada de balsa.

Figura 30: Canal de distribución Indirecto Largo.



Fuente: Fundamentos de marketing: teoría y experiencia.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.9.5.1 Datos del distribuidor

A continuación, en la siguiente tabla se procederá a proporcionar aquellos datos relacionados con el distribuidor de la madera aserrada de balsa, en el mercado de destino (Chile).

Tabla 34: Información del distribuidor.

Información del Distribuidor	
Nombre	Rameli Y Otro Limitada
Dirección	Avenida Arturo Prat 601, Valparaíso – Chile
Teléfono	(56-32) 274 3430
Actividad	Importador, exportador y comercializador de maderas.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Rameli, es una empresa maderera dedicada a la importación, exportación y comercialización de maderas. Se encuentra ubicada en la región de Valparaíso de la república de Chile, y entre sus principales actividades es de comercializar muebles de madera y materiales para la construcción.

4.9.5.2 Precios de la Competencia

Chile, es una economía de mercado centralmente planificada, y es por ello que el mercado chileno respeta la fijación de precios de los productos. Referente al ambiente de negocios, el mercado chileno es considerado “muy serio”, lo que lo vuelve sumamente atractivo para los negocios.

Existe competencia en dicho mercado, de ciertos tipos de madera, de similares características de las que presenta la balsa, y a continuación se procede a detallarlas:

- **Pino**

Conocido como “Pino insigne”, es una especie no nativa, ya que es originaria de Estados Unidos, es un árbol perenne con hojas aciculares terminadas en puntas de color verde oscuro, y tronco recto con poca

corteza. Este tipo de madera se emplea en tableros, pallets, muebles. Embalajes y envases.

Producto: Pino Radiata / Pino insigne

Presentación: Madera aserrada – Listón.

Precio: Los precios varían de acuerdo a la calidad de la madera, y estos van desde los 5.900 pesos chilenos (\$9,10), hasta los 30.000 pesos chilenos (\$46,52).

- **Roble**

Especie nativa de la zona sur de Chile, árbol de gran altura, que en su estado adulto puede alcanzar los 45 metros de alto y hasta 2 metros de diámetro. Esta madera es empleada en puertas, pisos, molduras, pilares y vigas.

Producto: Roble.

Presentación: Madera aserrada – Listón.

Precio: Los precios varían de acuerdo a la calidad de la madera, estos van desde los 10.000 pesos chilenos (\$15,42), hasta los 19.500 pesos chilenos (\$30,00).

- **Lenga**

Especie nativa de la zona sur Austral de Chile, árbol de similares características al Roble, alcanzando los 25 metros de alto en su etapa madura y 1 metro de diámetro. Esta madera es comúnmente utilizada en partes y piezas para ebanistería, molduras, marcos y puertas.

Producto: Lenga.

Presentación: Madera aserrada – Listón.

Precio: Desde 6.500 pesos chilenos (\$10,00), hasta los 13.000 pesos chilenos (\$20,00).

- **Tepa**

Especie nativa de Chile, árbol de corteza blanda y tronco liso, empleada en revestimientos y tableros.

Producto: Tepa.

Presentación: Madera aserrada – Listón.

Precio: 6.500 pesos chilenos (\$10,00).

Tabla 35: Precios de diferentes tipos de madera establecidos en Chile.

Tipo de Madera	Pesos Chilenos	Equivalencia en Dólares americanos
Pino	(5.900 – 30.000)	(\$9,10 - \$46,52)
Roble	(10.000 – 19.500)	(\$15,42- \$30)
Lenga	(6.500 – 13.000)	(\$10 - \$20)
Tepa	(6.500)	(\$10)

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.9.6 Información del mercado meta

En la presente tabla, se muestra los principales datos relacionados al mercado meta, el cual es la región de Valparaíso, ubicado en el país de Chile.

Tabla 36: Ficha informativa de Valparaíso.

Ficha informativa de Valparaíso - Chile	
País	Chile
Mercado bajo estudio	Valparaíso
Puerto de llegada	Puerto de Valparaíso
Transporte	Marítimo / Buque de carga
Clima	Mediterráneo fresco
Idioma	Español
Moneda	Peso Chileno (CLP)
Coordenadas	33°03'47"S 71°38'22"O

Fuente: Gobierno Regional – Región Valparaíso.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.9.7 Plan de Marketing

4.9.7.1 Análisis del mercado

4.9.7.1.1 Matriz FODA

A continuación, se presenta un análisis FODA del mercado de aserradores de madera de balsa de la Provincia del Guayas, que facilite identificar aquellos factores, permitiendo obtener las situaciones a la cual el objeto bajo estudio se presenta, para luego proceder a la toma de decisiones.

Tabla 37: Matriz FODA del mercado de la Provincia del Guayas.

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Excelente ubicación geográfica, variedad de climas, lo que permite el crecimiento y producción de la madera de balsa de calidad.	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Carreteras en buen estado.• Estabilidad de la competencia.• Programa de Incentivos forestales por parte del gobierno, ya que el sector forestal es considerado estratégico.• Apertura de nuevos mercados.
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Poca experiencia en la internacionalización de productos forestales.• Falta de cartera de contactos y distribuidores.• Falta de conocimientos técnicos.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Aparición de productos sustitutos a bajos precios.• Poco aprovechamiento de la madera de balsa.• Exigencias del mercado internacional.• Entrada de un nuevo gobierno.• Reemplazo de áreas forestales, por cultivos agrícolas.

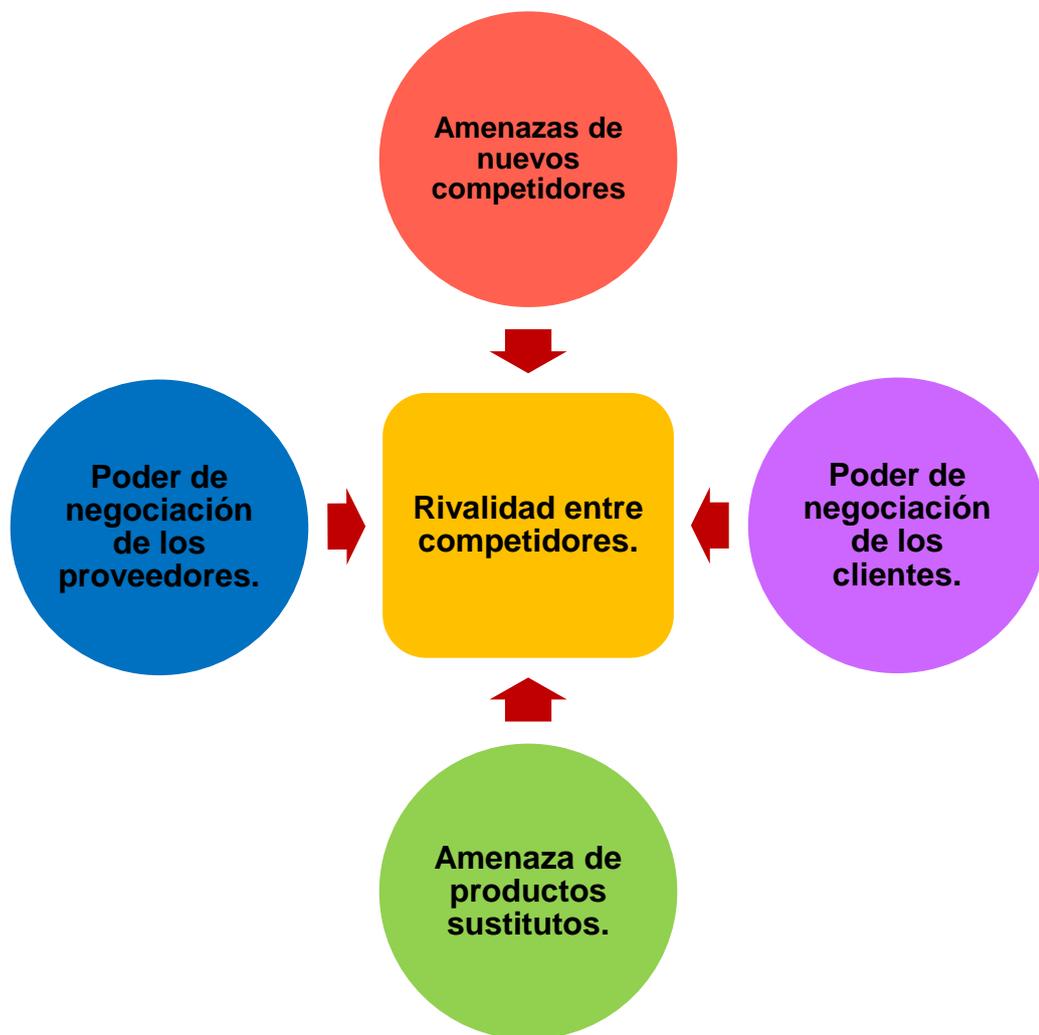
Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

4.9.7.1.2 Análisis de Porter

A continuación, se procederá a realizar un análisis de las 5 fuerzas de Porter, dicho análisis permite la maximización de los recursos y cómo encarar a la competencia. Cabe mencionar que en el mundo de los negocios globalizado, es importante contar con una planificación que permita el desarrollo de estrategias para la permanencia de una empresa en un mercado internacional.

Figura 31: Análisis de las 5 fuerzas de Porter.



Fuente: Wikipedia – Fuerzas de Porter.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Rivalidad entre competidores.

Nivel: Medio

- Existen pocos competidores, ya que la balsa es un producto que solo crece en la selva subtropical de Ecuador y Centroamérica.
- Establecimiento de precios bajos y campañas de publicidad de la competencia.

Amenaza de nuevos competidores.

Nivel: Bajo

- La balsa es una especie que crece en determinados lugares.

Poder de negociación de los clientes.

Nivel: Medio

- Los potenciales clientes de Chile pueden acudir a aquellos mayoristas o minoristas que distribuyan la madera aserrada de balsa ecuatoriana, catalogada de gran calidad.

Poder de negociación de los proveedores.

Nivel: Baja

- La madera de balsa es un tipo de madera que cuenta con pocos países proveedores.

Amenaza de productos sustitutos.

Nivel: Alto

- Existen diversidad de maderas que se emplean para diversos usos.

4.9.7.2 Marketing Mix

El en presente proyecto se realizó un análisis del marketing mix del producto de madera aserrada de balsa, con el propósito de analizar aquellas variables necesarias, para el desarrollo de estrategias.

Figura 32: Elementos del Marketing Mix.

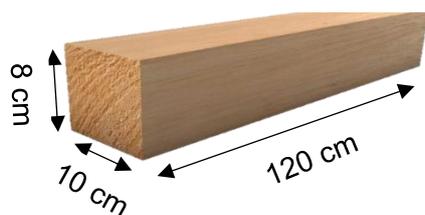


Fuente: Fundamentos del Marketing.
Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

Producto

El producto a exportar es la madera aserrada de balsa, el cual se pretende que incursione en el mercado chileno bajo las presentaciones de listones, esto dependerá de las exigencias del consumidor chileno. Se presenta a continuación un modelo de la presentación que mantendrá el producto de madera aserrada de balsa.

Figura 33: Presentación del producto.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Kevin Aristega – Anuar Castro.

El producto será ofrecido en la presentación de listones, como se muestra en las fotos, teniendo como medidas, 10 cm de ancho y 8cm alto, y 120 cm de largo.

Precio

El fijar un precio es de suma importancia, ya que garantiza la aceptación de nuestro producto en el mercado meta seleccionado, además se tomó en consideración que Chile mantiene una economía estable. De igual manera el precio que se fije, representa ganancias y una rentabilidad a cada uno de los aserradores de madera de balsa, considerando así un negocio rentable.

EL precio de producir un listón de madera aserrada de balsa es de aproximadamente \$4.00 (valor Exw), y se lo pretende comercializar a entre valores de \$4,50 a \$6,00.

Promoción

En cuanto a promoción de la madera de balsa, se hará uso de redes sociales, promoción por campañas visuales, videos en redes, y de ser posible seguimiento o visitas promocionales.

Plaza

La plaza resulta ser indirecta, ya que esta es la producción de madera aserrada de balsa en la provincia del Guayas, y se espera poder comercializar el producto en la región de Valparaíso – Chile, mediante un intermediario, el cual es el encargado de la distribución del producto, hacia los diferentes puntos del país.

4.10 Estudio Financiero

Para el presente proyecto, se realizaron cálculos los cuales fueron proyectados a 5 años, considerando un 5% de inflación para cada año con respecto al anterior. El estudio de factibilidad es realizado en base a la cantidad de listones que caben en un contenedor de 40', es decir 4400 listones de madera aserrada de balsa de 8cm x 10 cm x 120cm, formando así un bloque de 80 cm x 100 cm x 120cm, conformado por 100 listones, logrando ubicar 44 bloques de madera aserrada en un contenedor de 40'.

El Incoterm seleccionado para este proyecto fue el FOB (Free on Board / Franco a bordo), término que de manera general es solicitado por el posible distribuidor. Razón por la cual se efectuó cálculos de los gastos de exportación, partiendo desde el precio en fábrica, para poder fijar el precio de venta unitario.

En caso de que el pedido ya sea de un contenedor de 20' o de 40', se realiza una comparación de los precios FOB, teniendo en cuenta la capacidad de cada uno de ellos, menor costo y mayor producción (Economía de escala).

Costos fijos y Variables

Costos Fijos

Costos que no varían con la cantidad de producción que se realice.

PRESUPUESTO COSTO FIJO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALQUILER GALPÓN	12000,00	12600,00	13230,00	13891,50	14586,08
AGUA	1200,00	1260,00	1323,00	1389,15	1458,61
LUZ	6000,00	6300,00	6615,00	6945,75	7293,04
INTERNET		0,00	0,00	0,00	0,00
TELÉFONO		0,00	0,00	0,00	0,00
ÚTILES DE OFIC		0,00	0,00	0,00	0,00
PUBLICIDAD		0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS	810,00	810,41	850,93	893,47	938,15
TOTAL	20010,00	20970,41	22018,93	23119,87	24275,87
SUELDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
T. CF	\$ 20.010,00	\$ 20.970,41	\$ 22.018,93	\$ 23.119,87	\$ 24.275,87
UNIT	1,14	1,19	1,25	1,31	1,38

Se proyectó los costos fijos para los siguientes 5 años, teniendo en cuenta una inflación del 5%, con respecto al año anterior.

Costos Variables

Son valores que varían de acuerdo a la actividad que realice cada empresa, estos varían conforme al número de unidades producidas.

Presupuesto de materia prima

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	9680	10648	11713	12884	14172
COSTO TOT.	9680,00	10648,00	11712,80	12884,08	14172,49

CÁLCULOS	
# LISTONES	17600
Costo x arbol	\$ 11
# listones que salen por arbol	20
Costo por liston	\$ 0,55

Presupuesto de Mano de obra

Aquel personal que interviene directamente en la producción. Para el cálculo de este presupuesto se consideró el valor por hora, valor el cual aumenta el 5% cada año, además se consideró la cantidad de horas trabajadas al día (8 horas), y al año (1920 horas).

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR HORA TI	3,1856	3,3449	3,51	3,69	3,87
HORAS ANUALES TI	9600	9600	9600	9600	9600
VALOR HORA	5,2593	5,52	5,80	6,09	6,39
HORAS ANUALES	1920	1920	1920	1920	1920
TOTAL POR PERSONA	40679,33	42713,29	44848,96	47091,41	49445,98

Presupuesto de Costos indirectos

Son aquellos gastos que no incurren en la elaboración del producto. Para el cálculo de este presupuesto, se consideró los zunchos plásticos (2 rollos de 1500 mts cada uno a \$80), stretch film (5 Rollos de 350 mts cada uno a \$15) y fungicidas, elementos necesarios para los listones de balsa.

PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
STRETCH FILM	75	82,5	90,75	99,83	109,81
ZUNCHOS	160,00	176,00	193,60	212,96	234,26
FUNGICIDAS	57,00	62,70	68,97	75,87	83,45
TOTAL	292,00	321,20	353,32	388,65	427,52

Presupuestos de costos variables unitarios

Corresponde a la suma de los costos variables totales, divididos para la cantidad producida durante cada periodo.

PRESUPUESTO DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COST. MP	9680,00	10648,00	11712,80	12884,08	14172,49
COST. MO	40679,33	42713,29	44848,96	47091,41	49445,98
COST. IND.	292,00	321,20	353,32	388,65	427,52
C.V. TOTAL	50651,33	53682,49	56915,08	60364,14	64045,98
UNIDADES PRODUCIDAS	17600	17600	17600	17600	17600
C.V. UNIT.	2,88	3,05	3,23	3,43	3,64

Presupuestos de costos totales

Corresponde a la sumatoria de los costos fijos y variables que se emplean en la producción de los listones de madera de balsa, los cuales se dividen por la cantidad producida, para establecer costos totales unitarios.

CONTENEDOR 40`					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
C. FIJOS	\$ 20.010,00	\$ 20.970,41	\$ 22.018,93	\$ 23.119,87	\$ 24.275,87
C. VARIABLES	\$ 50.651,33	\$ 53.682,49	\$ 56.915,08	\$ 60.364,14	\$ 64.045,98
TOTAL COSTOS	\$ 70.661,33	\$ 74.652,90	\$ 78.934,00	\$ 83.484,01	\$ 88.321,85
CANT.	17600	17600	17600	17600	17600
T. CU	\$ 4,01	\$ 4,24	\$ 4,48	\$ 4,74	\$ 5,02

Ingresos Esperados

Se pretende obtener una utilidad del 15%.

CONTENEDOR 40`					
VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANT	17600	17600	17600	17600	17600
\$ COSTOS	\$ 4,01	\$ 4,21	\$ 4,47	\$ 4,73	\$ 5,00
UTILIDAD 15%	\$ 0,60	\$ 0,63	\$ 0,67	\$ 0,71	\$ 0,75
COSTOS + UTILIDAD	\$ 4,61	\$ 4,84	\$ 5,14	\$ 5,44	\$ 5,75
TOTAL	\$ 81.162,40	\$ 85.220,52	\$ 90.472,80	\$ 95.735,20	\$ 101.200,00

Política de cobro y pago

Este depende de la negociación con el importador y de la empresa.

Financiamiento del proyecto

Para el presente proyecto se consideró un préstamo de \$50.000 a 5 años plazo (60 cuotas mensuales), con una tasa de interés del 12% anual.

El préstamo se lo efectuó con el propósito de poder solventar los costos de exportación de los listones de madera de balsa.

PERIODO	INICIAL	INT.	AMORT.	DIVIDENDO	FINAL
0					\$50.000,00
1	\$50.000,00	\$500,00	\$612,22	\$1.112,22	\$49.387,78
2	\$49.387,78	\$493,88	\$618,34	\$1.112,22	\$48.769,43
3	\$48.769,43	\$487,69	\$624,53	\$1.112,22	\$48.144,90
4	\$48.144,90	\$481,45	\$630,77	\$1.112,22	\$47.514,13
5	\$47.514,13	\$475,14	\$637,08	\$1.112,22	\$46.877,05
6	\$46.877,05	\$468,77	\$643,45	\$1.112,22	\$46.233,60
7	\$46.233,60	\$462,34	\$649,89	\$1.112,22	\$45.583,71
8	\$45.583,71	\$455,84	\$656,39	\$1.112,22	\$44.927,33
9	\$44.927,33	\$449,27	\$662,95	\$1.112,22	\$44.264,38
10	\$44.264,38	\$442,64	\$669,58	\$1.112,22	\$43.594,80
11	\$43.594,80	\$435,95	\$676,27	\$1.112,22	\$42.918,52
12	\$42.918,52	\$429,19	\$683,04	\$1.112,22	\$42.235,49
13	\$42.235,49	\$422,35	\$689,87	\$1.112,22	\$41.545,62
14	\$41.545,62	\$415,46	\$696,77	\$1.112,22	\$40.848,85
15	\$40.848,85	\$408,49	\$703,73	\$1.112,22	\$40.145,12
16	\$40.145,12	\$401,45	\$710,77	\$1.112,22	\$39.434,35
17	\$39.434,35	\$394,34	\$717,88	\$1.112,22	\$38.716,47
18	\$38.716,47	\$387,16	\$725,06	\$1.112,22	\$37.991,41
19	\$37.991,41	\$379,91	\$732,31	\$1.112,22	\$37.259,10
20	\$37.259,10	\$372,59	\$739,63	\$1.112,22	\$36.519,47
21	\$36.519,47	\$365,19	\$747,03	\$1.112,22	\$35.772,45
22	\$35.772,45	\$357,72	\$754,50	\$1.112,22	\$35.017,95
23	\$35.017,95	\$350,18	\$762,04	\$1.112,22	\$34.255,90
24	\$34.255,90	\$342,56	\$769,66	\$1.112,22	\$33.486,24
25	\$33.486,24	\$334,86	\$777,36	\$1.112,22	\$32.708,88
26	\$32.708,88	\$327,09	\$785,13	\$1.112,22	\$31.923,75
27	\$31.923,75	\$319,24	\$792,98	\$1.112,22	\$31.130,76
28	\$31.130,76	\$311,31	\$800,91	\$1.112,22	\$30.329,85
29	\$30.329,85	\$303,30	\$808,92	\$1.112,22	\$29.520,92
30	\$29.520,92	\$295,21	\$817,01	\$1.112,22	\$28.703,91
31	\$28.703,91	\$287,04	\$825,18	\$1.112,22	\$27.878,73
32	\$27.878,73	\$278,79	\$833,44	\$1.112,22	\$27.045,29
33	\$27.045,29	\$270,45	\$841,77	\$1.112,22	\$26.203,52
34	\$26.203,52	\$262,04	\$850,19	\$1.112,22	\$25.353,34
35	\$25.353,34	\$253,53	\$858,69	\$1.112,22	\$24.494,65
36	\$24.494,65	\$244,95	\$867,28	\$1.112,22	\$23.627,37
37	\$23.627,37	\$236,27	\$875,95	\$1.112,22	\$22.751,42
38	\$22.751,42	\$227,51	\$884,71	\$1.112,22	\$21.866,71
39	\$21.866,71	\$218,67	\$893,56	\$1.112,22	\$20.973,16
40	\$20.973,16	\$209,73	\$902,49	\$1.112,22	\$20.070,67
41	\$20.070,67	\$200,71	\$911,52	\$1.112,22	\$19.159,15
42	\$19.159,15	\$191,59	\$920,63	\$1.112,22	\$18.238,52
43	\$18.238,52	\$182,39	\$929,84	\$1.112,22	\$17.308,68
44	\$17.308,68	\$173,09	\$939,14	\$1.112,22	\$16.369,55
45	\$16.369,55	\$163,70	\$948,53	\$1.112,22	\$15.421,02
46	\$15.421,02	\$154,21	\$958,01	\$1.112,22	\$14.463,01
47	\$14.463,01	\$144,63	\$967,59	\$1.112,22	\$13.495,42
48	\$13.495,42	\$134,95	\$977,27	\$1.112,22	\$12.518,15
49	\$12.518,15	\$125,18	\$987,04	\$1.112,22	\$11.531,11
50	\$11.531,11	\$115,31	\$996,91	\$1.112,22	\$10.534,20
51	\$10.534,20	\$105,34	\$1.006,88	\$1.112,22	\$9.527,32
52	\$9.527,32	\$95,27	\$1.016,95	\$1.112,22	\$8.510,37
53	\$8.510,37	\$85,10	\$1.027,12	\$1.112,22	\$7.483,25
54	\$7.483,25	\$74,83	\$1.037,39	\$1.112,22	\$6.445,86
55	\$6.445,86	\$64,46	\$1.047,76	\$1.112,22	\$5.398,09
56	\$5.398,09	\$53,98	\$1.058,24	\$1.112,22	\$4.339,85
57	\$4.339,85	\$43,40	\$1.068,82	\$1.112,22	\$3.271,03
58	\$3.271,03	\$32,71	\$1.079,51	\$1.112,22	\$2.191,52
59	\$2.191,52	\$21,92	\$1.090,31	\$1.112,22	\$1.101,21
60	\$1.101,21	\$11,01	\$1.101,21	\$1.112,22	\$0,00

Precio FOB

Contenedor 40'

PRECIO FOB CNTR 40`					
COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima e insumos	9680,00	10648,00	11712,80	12884,08	14172,49
Mano de obra directa	40679,33	42713,29	44848,96	47091,41	49445,98
Subtotal Rubro 1	50359,33	53361,29	56561,76	59975,49	63618,47
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN					
Gastos de arriendo	12000,00	12600,00	13230	13891,5	14586,075
Servicios Basico	7200,00	7560,00	7938,00	8334,90	8751,65
Gastos Varios	810,00	810,41	850,93	893,47	938,15
Subtotal Rubro 2	20010,00	20970,41	22018,93	23119,87	24275,87
GASTOS EX FÁBRICA (EX WORKS)					
Stretch Film	75,00	82,50	90,75	99,825	109,8075
Zunchos	160,00	176,00	193,6	212,96	234,256
Fungicidas	57,00	62,7	68,97	75,867	83,4537
Subtotal Rubro 3	292,00	321,20	353,32	388,65	427,52
Precio EXW Total	70661,33	74652,90	78934,00	83484,01	88321,85
	17600	17600	17600	17600	17600
Precio EXW por Unidad	4,01	4,24	4,48	4,74	5,02
GASTOS DE EXPORTACIÓN					
Transporte interno (Fábrica Guayas - Contecon Guayaquil)	4000,00	4400,00	4840,00	5324	5856,40
Seguro del contenedor, transporte interno	900,00	990,00	1089	1197,90	1317,69
Cuadrilla en bodega	1280,00	1408,00	1548,80	1703,68	1874,05
Recepción contenedor	248,00	272,8	300,08	330,09	363,10
Manipuleo	134,40	147,84	162,62	178,89	196,78
Inspección antinarcóticos	448,00	492,80	542,08	596,29	655,92
Sellos de seguridad	89,60	98,56	108,42	119,26	131,18
Alquiler de montacargas	246,40	271,04	298,14	327,96	360,75
Operación Aforo inspección	425,60	468,16	514,98	566,47	623,12
Subtotal Rubro 4	7772,00	8549,20	9404,12	10344,53	11378,99
UTILIDAD					
Utilidad sobre rubros del 1 al 3 (15%)	10599,20	11197,93	11840,10	12522,60	13248,28
Utilidad sobre los Gastos de Exportación (15%)	1165,80	1282,38	1410,62	1551,68	1706,85
Subtotal Rubro 5	11765,00	12480,31	13250,72	14074,28	14955,12
PRECIO FOB					
Precio FOB Total (sumatoria del rubro 1 al 5)	90198,33	95682,41	101588,84	107902,82	114655,96
	17600	17600	17600	17600	17600
Precio FOB por unidad	5,12	5,44	5,77	6,13	6,51

Precio EXW unitario

El precio EXW se fija en base a los gastos de administración, costos de producción, comercialización, costes de empaques y embalajes, y documentación.

PRECIO EXW						
PRECIO UNITARIO EXW	CONTENEDOR	CANTIDAD BLOQUES POR	CANTIDAD DE LISTONES	TOTAL EXW MENSUAL	TOTAL EXW ANUAL	TOTAL EXW POR BLOQUE DE
4,00	40'	44	4400	17600,00	70400,00	400
8,98	20'	18	1800	16164,00	64656,00	898

Empaque y Embalaje

EMPAQUE Y EMBALAJE DE EXPORTACIÓN CNTR 40'					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
ROLLOS ZUNCHOS PLASTICOS + GRAPAS	2	80,00	160,00	160,00	160,00
Rollos de Stretch Film	5	15,00	75,00	75,00	75,00
Fungicidas	1	57,00	57,00	57,00	57,00
TOTAL		152,00	292,00	292,00	292,00

Gastos de exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN						
DESCRIPCIÓN	TRÁMITE	VALOR UNITARIO (CNTR)	TOTAL MENSUAL (CNTR)	TOTAL ANUAL (CNTR)	VALOR UNITARIO LISTON	VALOR UNITARIO LISTON
Transporte interno Fábrica Guayas - Contecon	1	760	760	3040	0,42	
Seguro del contenedor, transporte interno	1	225	225	900	0,13	0,05
Cuadrilla en bodega	1	320	320	1280	0,18	0,07
Recepción contenedor	1	62	62	248	0,03	0,01
Manipuleo	1	33,6	33,6	134,4	0,02	0,01
Inspección antinarcóticos	1	112	112	448	0,06	0,03
Sellos de seguridad	1	22,4	22,4	89,6	0,01	0,01
Alquiler de montacargas	1	61,6	61,6	246,4	0,03	0,01
Operación aforo inspección	1	106,4	106,4	425,6	0,06	0,02
TOTAL Contenedor 20'		1703	1703	6812	0,95	
Transporte interno Fábrica Guayas - Contecon	1	1000	1000	4000		0,23
TOTAL Contenedor 40'		1943	1943	7772		0,44

Ventas

Valor que corresponde a las ventas efectuadas, resultado de multiplicar el precio del producto por la cantidad solicitada para la venta.

17600 cantidad x \$4,61 costos + utilidad 15%= \$ 81.162,40

Total ingreso

Corresponde a la sumatoria de las ventas y el flujo de caja del año anterior.

Ventas año 1 \$ 81.162,40+ flujo caja año 0 \$ 38.920,00= \$ 120.082,40

Costo de ventas

Es la diferencia de la mercancía disponible para la venta menos el inventario final de artículos terminados. Para poder conocer el costo de venta se debe aplicar el estado de costos de producción, resultado en el cual se registran los inventarios de materia prima, de los productos en proceso y de los productos ya terminados.

Estado de costo de producción

ESTADO DE FABRICACION CONTENEDOR 40`						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	4840,00	4840,00	5808,00	5904,80	6979,28	INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA
(+)	9680,00	10648,00	11712,80	12884,08	14172,49	COMPRAS NETAS (MATERIA PRIMA)
	14520,00	15488,00	17520,80	18788,88	21151,77	MATERIA PRIMA DISPONIBLE
(-)	4840,00	5808,00	5904,80	6979,28	7193,21	INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA
(=)	9680,00	9680,00	11616,00	11809,60	13958,56	MATERIA PRIMA UTILIZADA EN LA PRODUCCIÓN
(+)	40679,33	42713,29	44848,96	47091,41	49445,98	MANO DE OBRA
(=)	50359,33	52393,29	56464,96	58901,01	63404,54	COSTO PRIMO
(+)	292,00	321,20	353,32	388,65	427,52	GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
(=)	50651,33	52714,49	56818,28	59289,66	63832,05	COSTO DE PRODUCCIÓN DEL PERÍODO
(+)	11532,00	9897,00	9577,00	8455,00	8122,00	INVENTARIO INICIAL DE PRODUCCIÓN EN PROCESO
(=)	62183,33	62611,49	66395,28	67744,66	71954,05	PRODUCCIÓN DISPONIBLE
(-)	9897,00	9577,00	8455	8122	7890	INVENTARIO FINAL DE PRODUCCIÓN EN PROCESO
(=)	52286,33	53034,49	57940,28	59622,66	64064,05	COSTO DE PRODUCCIÓN
(+)	5589,00	4570,00	4499,00	3955,00	3498,00	INVENTARIO INICIAL DE ARTÍCULOS TERMINADOS
(=)	57875,33	57604,49	62439,28	63577,66	67562,05	MERCANCÍA DISPONIBLE PARA VENDER
(-)	4570,00	4499,00	3955	3498	3210	INVENTARIO FINAL DE ARTÍCULOS TERMINADOS
	53305,33	53105,49	58484,28	60079,66	64352,05	COSTO DE VENTA

Utilidad bruta en ventas= Diferencia entre los ingresos – costos de ventas

Año 1: \$ 120.082,40 - \$ 50.651,33 = \$ 69.228,67

Utilidad antes de impuesto= Utilidad bruta en venta – Egresos o costos.

Año 1: \$ 69.228,67 - \$ 53.305,33 = \$ 66.777,07

Depreciación

La pérdida del valor comercial de los bienes, debido a su utilización.

DEPRECIACIÓN			
DESCRIPCIÓN	EQUIPOS DE OFICINA	EQUIPO/ COMPUTO	MAQUINARIA
sillas	\$ 80,00		
escritorios	\$ 300,00		
acondicionadores de aire	\$ 600,00		
dispensador de agua	\$ 40,00		
archivador	\$ 100,00		
Computadora		\$ 900,00	
utiles de oficina			
Sierra Industrial			\$ 5.400,00
Cepilladora			\$ 3.200,00
Fumigadora			\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.080,00	\$ 900,00	\$ 9.100,00
VALOR RESID	\$ 108,00	\$ 90,00	\$ 910,00
A DEPRECIAR	\$ 972,00	\$ 810,00	\$ 8.190,00
Dep. anual	\$ 97,20	\$ 269,97	\$ 819,00
Dep. mensual	\$ 8,10	\$ 22,50	\$ 68,25
TOTAL DEP. ANUAL	\$	\$	1.186,17

Intereses

Causados por el préstamo realizado a un plazo de 5 años.

INTERESES				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$5.582,16	\$4.597,42	\$3.487,80	\$2.237,45	\$828,52

Utilidad antes de impuestos= Sumatoria de la utilidad antes de intereses, depreciación e intereses.

$$\text{Año 1: } \$ 46.767,07 + \$ (1.186,17) + (- \$ 5.582,16) = \$ 39.998,74$$

Participación de trabajadores: Es el 15% de las utilidades que recibe la empresa, las cuales son repartidas entre el personal de la empresa. Este es calculado en base a la utilidad antes de impuestos, y los valores que se generan en el año 1, se cancelan en el año 2 en base al estado de resultados.

Impuesto: Es el 22 % calculado en bases a la utilidad antes de impuestos, lo que se genera en el año 1, se cancela en el año 2 en base al estado de resultados.

Utilidad neta= Sumatoria de la utilidad antes de impuestos, la participación de los trabajadores y los impuestos.

$$\text{Año 2: } \$ 38.781,43 + (\$ 161,81) + (\$ 201,72) = \$ 38.417,89$$

VAN y TIR

El valor actual neto (VAN), requiere de una tasa de descuento para poder medir el valor actual de desembolsos y de los flujos de caja. A diferencia de la tasa interno de retorno, que es el porcentaje que representa la rentabilidad de pagos y cobros actuales por causa de una inversión.

La tasa de descuento es igual a la suma de la rentabilidad mínima exigida y una prima de riesgo; por ello para el cálculo del VAN y TIR del presente proyecto se fijó una tasa de descuento del 20%.

CONTENEDOR 40`				
FLUJO DE EFECTIVO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
33420,40	30854,82	25671,08	23075,46	19230,11
VAN	32989,60			
TIR	51,01%			

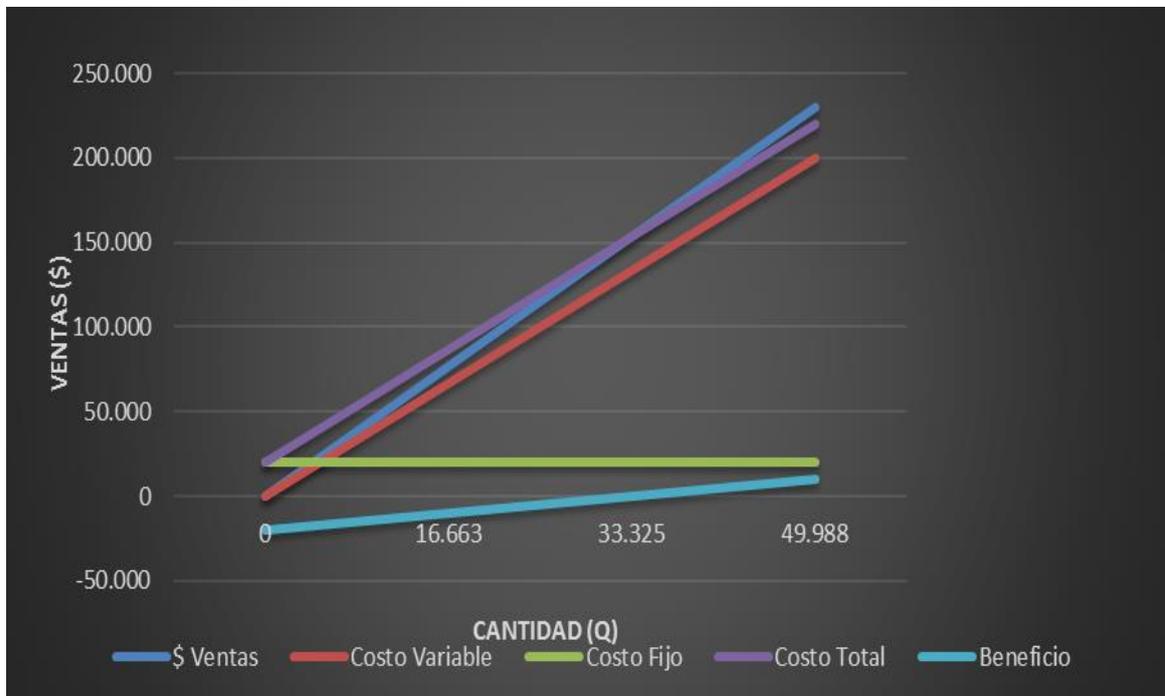
Punto de equilibrio

Es el punto donde los ingresos y los costos son iguales, considerando el volumen de venta.

$$\text{Pto. Eq.} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta} - \text{costos variables unitarios}}$$

Para alcanzar el punto de equilibrio, se necesitan vender 33.267 unidades al año.

$$\text{Pto. Eq.} = \frac{\$ 20.010,00}{\$ 4,61 - \$ 4,01} = 33.267 = \$ 153.410$$



Estado de resultados

El estado de pérdidas o ganancias o estado de resultados, refleja todos los ingresos y gastos, dando a conocer si existen pérdidas o beneficios.

ESTADO DE RESULTADOS CONTENEDOR 40`					
Años	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	\$ 81.162,40	\$ 85.220,52	\$ 90.472,80	\$ 95.735,20	\$ 101.200,00
(-) Costo de Ventas	53.305,33	53.105,49	58.484,28	60.079,66	64.352,05
(=) Utilidad Bruta	27.857	32.115,03	31.988,52	35.655,54	36.847,95
GASTOS					
Gastos Administrativos	20.010,00	20.970,41	22.018,93	23.119,87	24.275,87
Depreciación de Activos	1.186,17	1.186,17	1.186,17	1.186,17	1.186,17
Intereses	5.582,16	4.597,42	3.487,80	2.237,45	828,52
Total Gastos	26.778,33	26.754,00	26.692,90	26.543,49	26.290,56
(=) Utilidad Operacional	1.078,74	5.361,03	5.295,62	9.112,05	10.557,39
(-) Participación de los trabajadores 15%	161,81	804,15	794,34	1366,81	1583,61
Utilidad antes de impuestos	916,93	4.556,87	4.501,28	7.745,24	8.973,78
(-) Impuesto a la renta 22%	201,72	1.002,51	990,28	1.703,95	1.974,23
(=) Utilidad Neta Después Imptos.	715,21	3.554,36	3.511,00	6.041,29	6.999,55

Para el presente ejercicio existen beneficios, de acuerdo a los resultados del estado de resultados proyectado a 5 años.

Se muestra un superávit de \$2,839.15 en el año 2 con respecto al año 1, un déficit de \$43,36 en el año 3 con respecto al año 2, un superávit de \$2.530,29 en el año 4 con respecto al año 3, y un superávit de \$958,26 en el año 5 con respecto al año 4.

CONCLUSIONES

Luego de un proceso de investigación y recolección de información. Que han permitido la elaboración y el diseño del Plan de exportación de madera aserrada de balsa hacia el mercado de Valparaíso – Chile, se concluye:

- El Ecuador es una nación privilegiada, que cuenta con las condiciones para poder cultivar este tipo de madera, y que, debido a sus propiedades y características, esta es sumamente cotizada, logrando así una ventaja competitiva sobre otros países.
- El sector de la madera de balsa es dinámico y productivo, contribuye con la matriz productiva, a través de la generación de plazas de empleo para los ecuatorianos y generando ingresos económicos para la población.
- La tendencia de consumo de madera de balsa se encuentra en crecimiento, tanto a nivel nacional como internacional, haciendo que este producto sea otra opción de negocio.
- Ecuador es el principal exportador de madera de balsa a nivel mundial, logrando exportar 32.019 toneladas, cifra establecida en el periodo 2016, según Proecuador.
- El proyecto es FACTIBLE, porque los aserradores de balsa de la provincia del Guayas, están en la capacidad de poder responder tanto a la demanda interna como externa, y acogerse a las necesidades de los potenciales clientes. Además de tomar en cuenta la existente demanda por parte del mercado chileno, y el prestigio que tiene esta madera a nivel internacional.
- El proyecto es SUSTENTABLE, porque la exportación de madera aserrada de balsa ecuatoriana, es un sector que aún no se encuentra explotado, y esto se debe a que la mayoría de empresas ubicadas en la provincia del Guayas que trabajan con este producto, solo lo comercializan o distribuyen internamente. Es por ello que la elaboración de esta planificación, brinda una oportunidad a aquellos aserradores de madera de balsa de la provincia del Guayas a expandir sus mercados de exportación, hacia el destino propuesto debido a la demanda del mismo.
- El proyecto es VIABLE, porque la Tasa interna de retorno – TIR (51,01%), es superior a la tasa de descuento (20%). El valor actual neto VAN

proyectado a 5 años (\$32.989,60), es un valor positivo para el proyecto, esto se debe a que el flujo de caja proyectado, muestra valores positivos a pesar de las variaciones en su comportamiento.

- El proyecto es RENTABLE, porque de acuerdo al estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias, los ingresos esperados y proyectados (\$ 81.162,40), son mayores a los gastos efectuados (\$26.778,33); además de la posibilidad de poder recibir una utilidad del 15% sugerida, por concepto de exportación de listones de madera de balsa.

RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones, se recomienda:

- Invertir o ampliar las plantaciones de madera de balsa, para poder así obtener más materia prima de mejor calidad, y poder no solamente abastecer, sino incrementar las operaciones de venta de este tipo de productos.
- Buscar constantemente aquella información acerca las tendencias de los mercados y los nuevos empleos o usos de la balsa, para poder establecer estrategias de precio y venta.
- Aprovechar la disponibilidad y reconocimiento a nivel internacional y nacional de esta materia prima, para lograr así generar beneficios.
- Aprovechar los apoyos de las instituciones y organismos públicos, para poder lograr un acelerado crecimiento de este sector.
- Promover o impulsar de una manera diferente el sector de la madera de balsa, para poder diversificar la gama de productos que oferta el Ecuador.
- Asesorar a los aserradores de balsa y los entes interviniente en este sector, asegurando así la sostenibilidad de la producción de balsa, y el bienestar social.
- Incluir tecnología y técnicas de aprovechamiento de maderas en los aserraderos, para mejorar e incrementar el volumen productivo, y logrando satisfacer de manera adecuada las exigencias del mercado internacional.
- Incentivar a las pequeñas y medianas empresas mediante asesorías y capacitaciones, lo que permitirá el impulso y el desarrollo de este sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduanas de Chile. (1 de Enero de 2017). *Arancel Aduanero Vigente*. Obtenido de <https://www.aduana.cl/arancel-aduanero-vigente/aduana/2016-12-30/090118.html>
- Cámara Chilena Norteamericana de Comercio. (2009). *Industria forestal de Chile*. Obtenido de <http://www.amchamchile.cl/2009/09/la-industria-forestal-de-chile/>
- FAO , O. (2016). *Estadísticas de productos forestales*. Obtenido de <http://www.fao.org/forestry/statistics/80938@180723/es/>
- Oficina Comercial de Ecuador en Chile. (2014). *Guía comercial de Chile*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/06/PROEC_GC2014_CHILE1.pdf
- (CORMA), C. C. (2015). *Consumo y Producción*. Obtenido de <http://www.corma.cl/perfil-del-sector/productos/consumo-y-produccion>
- (CORMA), C. C. (2015). *Promoviendo el uso de*. Obtenido de <http://www.corma.cl/corma-al-dia/los-rios-los-lagos/-hay-que-construir-obras-donde-la-gente-puedan-apreciar-y-vivir-la-madera>
- Baena Paz, G. M. (Enero de 2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/ulaicavrsp/detail.action?docID=11038498&p00=metodologia+investigacion>
- Cue Mancera, A. (2014). *Economía internacional*. Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Cue Mancera, A. (2015, Enero). *Negocios internacionales en un mundo globalizado*. Grupo Editorial Patria.
- Diario El Universo. (Octubre de 2011). *Ecuador registra una de las tasas de deforestación más altas de Latinoamérica*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/10/01/1/1430/ecuador-registra-tasas-deforestacion-mas-altas-latinoamerica.html>
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia*. Ediciones Granica S.A.

- Ecuador Forestal. (2013). *Plan Nacional de Forestación y Reforestación*. Obtenido de <http://ecuadorforestal.org/informacion-s-f-e/p-n-f-r/>
- Exterior, M. d. (2017). *Balsa y Camarón*. Obtenido de Ecuador es el primer exportador de balsa y segundo exportador de camarón en el mundo: <http://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-es-el-primer-exportador-de-balsa-y-segundo-exportador-de-camaron-en-el-mundo/>
- Graciá, B. (Enero de 2011). *Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/ulaicavrsp/reader.action?docID=10592415>
- INE, I. (2016). *Estadísticas*. Obtenido de www.ine.cl
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, P. (s.f.). *Incoterms 2010*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Lozada, R. (Enero de 2009). *La economía de mercado*. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/ulaicavrsp/reader.action?docID=10317336>
- MAGAP. (2015). *Exportaciones de madera*. Obtenido de <http://balcon.magap.gob.ec/mag01/magapaldia/WEB%20FORESTAL/plubi.pdf>
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2014). *Programa de Incentivos para la Reforestación con Fines Comerciales*. Obtenido de <http://ecuadorforestal.org/wp-content/uploads/2014/06/SPF-FOLLETO-PIF-2014-050614.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONOMICA ECUADOR-CHILE*. Obtenido de http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACE65_Acuerdo.pdf
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2017). Obtenido de Estadísticas portuarias: http://www.sepchile.cl/documentacion/estadisticas-portuarias/?no_cache=1
- Osorio, H. D. (Enero de 2009). *Técnicas de estudio II*.
- PROECUADOR. (2012). *Balsa en China*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_BALSA_CHINA.pdf

- Proecuador. (2012). *Perfil de balsa en China*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_BALSA_CHINA.pdf
- Proecuador. (2013). *Boletín de Análisis de mercados internacionales*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/julio-agosto-2013-final.pdf>
- ProEcuador. (13 de febrero de 2013). <http://www.proecuador.gob.ec>. Recuperado el 20 de septiembre de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/madera-de-teca-mundo/>
- Proecuador. (2013). *MADERA DE BALSA*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/madera-de-balsa-uruguay/>
- Proecuador. (2013). *Partida Arancelaria*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/partida-arancelaria/>
- Proecuador. (10 de Noviembre de 2014). *Guía del exportador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- Proecuador. (2015). *Análisis sectorial- Muebles y acabados de construcción*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-muebles-y-acabados-de-la-construccion-2015/>
- Proecuador. (2016). *Boletín mensual*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/PROEC_IC_06_62.pdf
- Proecuador. (s.f.). *Incoterms*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Proecuador. (s.f.). *MADERA*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/madera/>
- Ruilova, J. F. (2011). *Las Pymes y los Mercados Internacionales*. Obtenido de <http://pecomex.blogspot.com/2011/12/las-pymes-y-los-mercados.html>
- Santesmases Mestre, M. M. (Enero de 2013). *Fundamentos de marketing*. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/ulaicavrsp/reader.action?docID=11059378>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, S. (2017). *Para exportar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

TRADE MAP. (2016). *Estadísticas de importadores de madera de balsa*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||440722||6|1|1|1|1|1|2|1|1

Trujillo, M. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>

Wikipedia. (s.f.). *5 Fuerzas de Porter*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas

ANEXOS

Anexo 1: Fotografías de campo



Listones y tablas de
madera de balsa.



Modulares y tableros de madera de balsa.

Foto tomada en las instalaciones de la empresa INMAIA S.A.



Pisos, puertas y tableros de madera de balsa.

Foto tomada en las instalaciones de la empresa INMAIA S.A.

PROWOOD

LA NUEVA GENERACIÓN
DE TABLEROS PARA
DISEÑOS MODERNOS.



RESISTENTE **LIVIANO** **ACÚSTICO**

ESPESOR	MEDIDAS
36, 38 y 42mm	1.20x2.40mts 0.90x2.10mts

Usos de madera de balsa.

Prowood; Tableros de balsa y diseño.

Plantación de madera de balsa



Troncos de madera de balsa

Anexo 2: Encuesta



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta dirigida a productores y empresas de la industria forestal de madera de balsa.

Con el objeto de diseñar un plan de exportación, solicitamos su colaboración en la siguiente encuesta que nos ayude con información base la cual permita realizar un estudio en el sector de madera de balsa.

Marque con una X según corresponda

1. Clasificación de la empresa.

Pequeña ()

Mediana ()

Grande ()

2. ¿De qué manera considera la producción de la empresa?

Bajos niveles de producción ()

Se mantiene estable ()

En continuo crecimiento ()

3. ¿Cómo define los niveles de ventas de la empresa?

Las ventas decrecen ()

Las ventas se mantienen ()

Las ventas aumentan ()

4. ¿Qué tipo de productos oferta a sus clientes?

Láminas ()

Bloques ()

Tablas o Tablones ()

Otros ()

5. ¿Cuál es el destino de sus ventas?

Mercado Internacional ()

Mercado Local ()

6. ¿Cuál es el porcentaje de utilización de la materia prima (Tronco de balsa)?

Inferior a 50% ()

50% a 60% ()

70% a 80% ()

90% a 100% ()

7. ¿Cree usted que para una exportación con éxito es necesario realizar una planificación previa?

Si ()

No ()

8. ¿Qué le parece la idea de una exportación de sus productos?

Excelente ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

9. ¿Conoce usted que Chile es un país que demanda madera de balsa y considera a este producto como un “producto estrella”?

Si ()

No ()

Anexo 3: Entrevista



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Entrevista

Con el objeto de diseñar un plan de exportación, solicitamos su colaboración en la siguiente entrevista que nos ayude con información base, la cual permita realizar un estudio en el sector de madera de balsa.

- 1.- ¿Cómo define usted el estado actual de sector productivo de madera de balsa?**

- 2.- ¿Cuáles son las ventajas y generalidades del uso de la balsa?**

- 3.- ¿En la actualidad existen apoyos gubernamentales para el mejoramiento de este sector?**

- 4.- ¿Qué aspectos considera usted que perjudican o benefician la competitividad de la madera de balsa ecuatoriana?**

- 5.- ¿Considera usted que el sector de madera de balsa aportaría en alguna medida a la economía del país?**

- 6.- ¿El sector de madera de balsa aportaría en el cambio de la matriz productiva?**

- 7.- ¿Conoce usted que Chile es un mercado potencial?**

- 8.- referente a las ventas entre el año 2016 y los meses de este año, considera que sus ventas han aumentado o disminuido? ¿A que se debe?**

- 9.- Su empresa tiene capacidad de aumentar la producción para cubrir pedidos?**



Captura de pantalla de la entrevista realizada en el campo.