



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

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE MIEL DE
ABEJA AL MERCADO ESTADOUNIDENSE

Tutor

MGS. ARMANDO MEDINA GONZALEZ

Autor

WILSON ANDRE QUICHIMBO FERNANDEZ

Guayaquil, 2017

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE MIEL DE ABEJA AL MERCADO ESTADOUNIDENSE		
AUTOR/ES: QUICHIMBO FERNÁNDEZ WILSON ANDRE		TUTOR: MGS. ARMANDO MEDINA GONZÁLEZ
		EXAMINADORES:
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL		FACULTAD: ADMINISTRACION
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGS: 97 PAGINAS
TÍTULO OBTENIDO: INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR		
ÁREAS TEMÁTICAS: COMERCIO EXTERIOR, EXPORTACION, COMERCIALIZACION.		
PALABRAS CLAVE: RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES, GLOBALIZACIÓN, PAÍS EN DESARROLLO, MERCADO, COMERCIO INTERNACIONAL		
RESUMEN: ANALISIS DE LA DEMANDA DEL MERCADO OBJETIVO PARA EL PRODUCTO SELECCIONADO Y DESARROLLO DEL ESQUEMA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN QUE PERMITA AYUDAR EN LA COLOCACIÓN DEL PRODUCTO		
No. DE REGISTRO (en base de datos):		No. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:		<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES QUICHIMBO FERNANDEZ WILSON ANDRE		Teléfono: 1.- 042-820715
		E-mail: wqf84@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	1. Nombre: MsC. Ing. Com. DARWIN DANIEL ORDOÑEZ ITURRALDE, DECANO	
	1. Nombre: MG. Lcda. BETTY ADELAIDA AGUILAR ECHEVERRIA, DIRECTORA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR	
	Teléfono: 1. 2596500 ext. 201 2. 2596500 ext. 264	
		E-mail: 1. dordonezi@ulvr.edu.ec 2. baguilare@ulvr.edu.ec

Quito: Av. Whympner 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

El egresado WILSON ANDRE QUICHIMBO FERNANDEZ, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente al suscrito 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 la ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE MIEL DE ABEJA AL MERCADO ESTADOUNIDENSE.

Autor:

WILSON ANDRÉ QUICHIMBO FERNÁNDEZ
C.I. 092354708-7

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE MIEL DE ABEJA AL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 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: *ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACION DE MIEL DE ABEJA AL MERCADO ESTADOUNIDENSE*, presentado por los estudiantes **WILSON ANDRE QUICHIMBO FERNANDEZ** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

MGS. ARMANDO MEDINA GONZALEZ Ing.

C.I. 090360984-0

AGRADECIMIENTO

Con el tiempo he entendido una cosa de la vida, cada decisión acertada o no, tiene sus consecuencias, eso me ha llevado a vivir múltiples situaciones y conocer diversas personas, quiero agradecer a cada una de ellas comenzando por mi familia nuclear, mi madre y mi padre esos seres incansables y predispuestos a brindar una mano en el momento que sea necesario, a mi hermana que de igual manera actúa con los valores que le han enseñado, mi novia quien ahora es parte de ese soporte que me mantienen y me ayudan a continuar, a cada uno de los profesores que tuve durante mis años de estudios hasta la actualidad y los que conocí de manera casual en ese transcurso, personal administrativo de la Universidad, a mis compañeros y amigos que muchos ya serán colegas de profesión y grandes seres humanos.

A todas y cada una de estas personas quiero agradecer por su aporte a que yo aprenda a ser mejor persona y un buen profesional.

DEDICATORÍA

A mis padres por ser mi gran soporte y manantial de enseñanzas
A mi hermana y su familia por dar esos ratos de alegría y cariño que
los caracteriza
A mi novia que me acompaña en cada paso de este proceso de
culminación académica y demás aspectos de mi vida
A los días que vendrán...

ÍNDICE GENERAL

Contenido	
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORÍA	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Sistematización del problema	3
1.4 Objetivos de la investigación	3
1.4.1 Objetivo General.....	3
1.4.2 Objetivos Específicos	3
1.5 Justificación de la investigación	4
1.6 Delimitación de la investigación.....	5
1.7 Hipótesis	5
1.8 Variables de la investigación	5
Capítulo II	6
2 MARCO TEÓRICO	6
2.1 Marco Referencial.....	6
2.1.1 Balanza comercial Ecuador – Estados Unidos de América.....	8

2.1.2	Mercado internacional de la Miel de Abeja.....	9
2.2	Marco Conceptual.....	11
2.2.1	Comercio Internacional	11
2.2.2	Estrategias de penetración de mercado.....	14
2.2.3	Exportación.....	16
2.2.4	Plan de Exportación.....	26
2.2.5	Miel de abeja	27
2.3	Marco Legal.....	31
2.3.1	Certificados internos.....	31
2.3.2	Certificados externos	33
Capítulo III	37
3	MEDOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
3.1	Tipos de invetigación.....	37
3.1.1	Enfoque de la investigación.....	37
3.1.2	Técnicas de investigación.....	37
3.2	Población y Muestra	38
3.3	Análisis de los resultados.....	38
3.3.1	Análisis	44
Capítulo IV	45
4	PROPUESTA.....	45
4.1	Propuesta del Plan de Exportación	45
4.2	Esquema del Plan de Exportación	45
4.2.1	Etapa 1: Situación Actual	46
4.2.2	Etapa 2: Información del producto	51
4.2.3	Etapa 3: Selección de mercados	52
4.2.4	Etapa 4: Inteligencia de mercados	58
4.2.5	Etapa 5: Plan de trabajo	65

4.2.6	Etapa 6: Plan Económico.....	69
RECOMENDACIONES		86
BIBLIOGRAFÍA		88
Trabajos citados.....		88
ANEXOS		91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Qué tiempo tiene como productor/vendedor de miel de abeja?	38
Tabla 2: ¿Cree usted que su producto generaría mayores ingresos vendiendo al exterior?	39
Tabla 3: <i>¿Por qué no ha buscado vender al exterior su producto?</i>	40
Tabla 4: ¿Conoce el proceso de exportación (venta al exterior) de su producto?	41
Tabla 5: ¿Si tuviera los conocimientos para exportar, cree usted que el mercado estadounidense es atractivo para vender su producto?	42
Tabla 6: ¿Estaría interesado en contar con un plan de exportación, que le ayude a exportar su producto a los Estados Unidos de América?	43
Tabla 7: Datos de Empresa.....	49
Tabla 8: Principales Compradores.....	53
Tabla 9: Matriz comparativa de mercados	57
Tabla 10: Perfil de país objetivo.....	59
Tabla 11: Perfil de país alterno.....	60
Tabla 12: Inversión Inicial.....	69
Tabla 13: Total Inversión Anual.....	70
Tabla 14: Gastos Preoperativos	70
Tabla 15: Depreciación y Amortización Proyectada.....	70
Tabla 16: Depreciación Acumulada	71
Tabla 17: Amortización Acumulada.....	71
Tabla 18: Gastos Pre-operativos Acumulados	71
Tabla 19: Préstamo Bancario.....	72
Tabla 20: Amortización del Préstamo Mensual	72
Tabla 21: Amortización del Préstamo Anual	73
Tabla 22: Nomina Sueldos Anual.....	73
Tabla 23: Detalle Nomina Sueldo Año 1.....	74
Tabla 24: Detalle Nomina Sueldo Año 2.....	74
Tabla 25: Detalle Nomina Sueldo Año 3.....	75
Tabla 26: Detalle Nomina Sueldo Año 4.....	75
Tabla 27: Detalle Nomina Sueldo Año 5.....	76
Tabla 28: Costo de Adquisición	77
Tabla 29: Costos de Venta Proyectado.....	77

Tabla 30: Distribución de Exportación.....	77
Tabla 31: Exportaciones al Año	78
Tabla 32: Gastos de Exportación.....	78
Tabla 33: Gastos de Exportación Anual	78
Tabla 34: Proyección de Costos	78
Tabla 35: Estimación de Exportación.....	79
Tabla 36: Costos y Gastos	79
Tabla 37: Flujo de Caja	80
Tabla 38: Estado de Resultado Proyectado	80
Tabla 39: Balance General Proyectado	81
Tabla 40: VAN y TIR.....	82
Tabla 41: Calculo Punto de Equilibrio	82
Tabla 42: Detalle Punto de Equilibrio	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1: Balanza comercial entre Ecuador-EUA para 2014-2015, valores en toneladas.	8
Gráfico 2: Exportaciones desde Ecuador a EUA periodo 2011-2015, expresado en miles USD.	9
Gráfico 3: Diez principales compradores de miel natural a nivel mundial	10
Gráfico 4: Importaciones de miel de abeja (0409) a los Estados Unidos de América. ..	10
Gráfico 5: Países que importación de miel de abeja los Estados Unidos de América. ..	11
Gráfico 6: Página web principal del Banco Central del Ecuador	17
Gráfico 7: Pantalla principal de Ecuapass	19
Gráfico 8: Pantalla registro de datos de Ecuapass	20
Gráfico 9: Pantalla para cargar el TOKEN.....	20
Gráfico 10: Pantalla de confirmación de instalación del TOKEN	21
Gráfico 11: Página para registro en el FDA	22
Gráfico 12: Honorarios por registro en el FDA.....	22
Gráfico 13: ¿Qué tiempo tiene como productor/vendedor de miel de abeja?	39
Gráfico 14: ¿Cree usted que su producto generaría mayores ingresos vendiendo su producto al exterior?.....	40
Gráfico 15: ¿Por qué no ha buscado vender al exterior su producto?	41
Gráfico 16: ¿Conoce el proceso de exportación (venta al exterior) de su producto?.....	41
Gráfico 17: ¿Si tuviera los conocimientos para exportar, cree usted que el mercado estadounidense es atractivo para vender su producto?	42
Gráfico 18: ¿Estaría interesado en contar con un plan de exportación, que le ayude a exportar su producto a los Estados Unidos de América?	43
Gráfico 19: Análisis FODA.....	50
Gráfico 20: Expectativas de clientes	51
Gráfico 21: Diez principales importadores de miel de abeja periodo 2012-2016.....	53
Gráfico 22: Evolución exportaciones de Ecuador y participación de EUA	63
Gráfico 23: Evolución importaciones de Ecuador y participación de EUA.....	63
Gráfico 24: Plataforma de negociación de productos agrícolas CEREXG	67

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	91
Anexo 2	92
Anexo 3	93
Anexo 4	95
Anexo 5	97
Anexo 6	98
Anexo 7	100

INTRODUCCIÓN

El crecimiento de un país está relacionado en parte por su oferta exportable y el desarrollo de su industria local, lo que permite tener una mayor diversidad de productos y dinamizar el consumo. En este desarrollo se busca la especialización para poder internacionalizar esta oferta a los mercados externos donde exista la demanda de los productos desarrollados.

El presente trabajo se ha desarrollado a través de cuatro capítulos donde se busca analizar la demanda existente en el mercado estadounidense y la oportunidad que se presenta para los productores o inversionistas interesados en exportar el producto miel de abeja.

En los tres primeros capítulos se presentará la problemática y definición de los objetivos del trabajo, el análisis de la información disponible sobre el mercado y el marco conceptual donde se desarrollaran los conceptos relacionados con la producción y la internacionalización de productos.

En el capítulo cuatro se desarrollará la propuesta del plan de exportación, explicando las etapas que lo componen, la información que se requerirá y formatos de esquemas que respalden los datos.

CAPÍTULO I

1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Ecuador es un país andino que basa la mayor parte de su producción en la industria agrícola, donde los principales productos de exportación son el banano, café y cacao, considerados como productos tradicionales; de la misma manera en el sector de la acuicultura se encuentra el camarón como principal producto de exportación. Mostrándose poco interés en el desarrollo de otros productos fuera de los previamente mencionados.

Con la finalidad de diversificar la oferta exportable y aumentar positivamente la balanza comercial ecuatoriana, se deben buscar otras alternativas que tengan una oportunidad de crecimiento a nivel nacional como internacional. La miel de abeja presenta esta oportunidad de crecimiento tanto en el mercado europeo como norteamericano.

De acuerdo a una revisión de los datos de producción interna y de las importaciones realizadas del producto miel natural en los Estados Unidos de América (United States Department of Agriculture, 2016) se pudo determinar la gran demanda que existe de este producto en dicho mercado, donde solo en importación de este producto se mueven en promedio 150.000 toneladas anuales.

Durante el periodo comprendido desde el 2009 al 2014 el consumo de miel se ha incrementado desde las 1,2 libras per cápita hasta un consumo de 1,7 libras per cápita. (United States Department of Agriculture, 2015)

El desconocimiento de la demanda del producto y de las ventajas que se posee como país por los diferentes pisos climáticos, han evitado crecer en una industria como es la apicultura, de la cual no solo se puede obtener un producto alimenticio con un alto componente nutricional, sino también productos de uso medicinal como es el propóleo y la apitoxina (veneno de las abejas). (Dr. Castillo Montenegro, 2011)

Al no ser, la miel de abeja, un producto tradicional de exportación, no existe un plan de exportación establecido y debidamente desarrollado como de los productos frecuentemente

exportados. Es por esta razón que los productores e intermediarios del comercio exterior no poseen la experiencia necesaria en este producto por ser muy escasa la exportación del mismo.

1.2 Formulación del problema

¿De qué forma afecta el desconocimiento de un plan de exportación a incentivar la colocación de miel de abeja ecuatoriana en el mercado estadounidense?

1.3 Sistematización del problema

¿Cuál es la situación de la balanza comercial (de productos tradicionales y no tradicionales) con los Estados Unidos de América?

¿Cuál es la situación y demanda de este producto en el mercado internacional, con énfasis en el estadounidense?

¿Cuáles son los pasos a seguir para realizar una exportación de miel de abeja a los Estados Unidos de América?

¿En qué aporta la elaboración de este plan a los productores e inversionistas que deseen exportar miel de abeja a los Estados Unidos de América?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de exportación dirigido al sector apicultor que sirva para exportaciones de este producto a los Estados Unidos de América (EUA).

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar la balanza comercial con el mercado estadounidense, para los productos tradicionales y no tradicionales.

- Establecer la demanda de miel de abeja que existe en el mercado estadounidense.
- Determinar los procedimientos a seguir y la documentación necesaria para llevar a cabo una exportación al mercado objetivo.
- Desarrollar una guía para realizar exportaciones de miel a los Estados Unidos de América, sustentando la factibilidad económica del proyecto en un emprendimiento propio.

1.5 Justificación de la investigación

Este proyecto se enmarca en una de las dos principales ramas del comercio exterior como es la exportación, lo cual es el acto de comercializar productos o servicios fuera de la frontera del país que oferta, buscando mayores ingresos o posicionamiento de marca a nivel internacional, siendo esta actividad muy importante para la economía de un país, más aún en economías en desarrollo como es el caso ecuatoriano, es necesario su incentivo y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

La producción ecuatoriana se concentra la mayor parte en materias primas de origen agrícola, dentro de la cual se ofertan al exterior un grupo limitado de productos (llamados tradicionales) como son el cacao, café, camarón, pescado y banano; adicional a las exportaciones de hidrocarburos.

Ecuador buscando ser una economía en constante crecimiento debe encontrar nuevos mercados donde ofertar sus productos para crecer las actuales industrias relacionadas al comercio exterior, o en su caso buscar mercados que tengan la demanda de productos llamados no tradicional y poder fomentar la exportación a dichos mercados.

Se pudo analizar de manera preliminar que durante el periodo comprendido entre los años 2011 a 2015 el país solo exportó al mercado estadounidense 2 toneladas de miel de abeja en el año 2014 (Centro de Comercio Internacional, 2016), en un mercado donde anualmente se mueven miles de toneladas.

La investigación buscará elaborar un plan de exportación que ayude a los productores o inversionistas interesados en exportar el producto Miel de Abeja y lograr un crecimiento en dicho mercado.

1.6 Delimitación de la investigación

Tiempo:	2016
Sector Geográfico:	Estados Unidos de América, ciudad de Nueva York
Campo:	Comercio Exterior
Área:	Exportación
Aspectos:	Procedimientos y documentación para exportación

1.7 Hipótesis

Incentivar las exportaciones de miel de abeja al mercado estadounidense mediante la búsqueda de internacionalización del producto por parte de los productores nacionales o de personas naturales o jurídicas interesadas en invertir en su comercialización internacional.

1.8 Variables de la investigación

Se detallan a continuación las variables definidas en el presente trabajo de investigación:

Se definió como una variable la elaboración de un plan de exportación hacia el mercado estadounidense que permita la entrada del producto miel de abeja llegue a la ciudad de Nueva York de este potencial mercado.

Como otra variable la concreción de la venta al mercado objetivo del producto lo que incentivará las exportaciones hacia este destino para obtener mayores ingresos económicos.

Capítulo II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Referencial

El comercio internacional tiene sus orígenes desde la necesidad de las poblaciones de obtener productos que no podían cultivar en sus tierras, produciéndose así un intercambio en un principio de productos por productos.

Con el crecimiento de las sociedades se fueron estableciendo rutas de comercio a través de las naciones, como por ejemplo la Ruta de la Seda, siendo la ruta más importante en la Edad Media donde mercaderes chinos llevaban no solo seda, sino también pieles y especias, a cambio de oro y plata del este de Europa. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2011)

El intercambio comercial de productos y servicios es el motor base del comercio internacional, cada una de las naciones busca un saldo positivo en su balanza comercial, esto quiere decir que sus exportaciones sean mayores que sus importaciones y obtener números azules en su balance anual.

Para lograr un mejor crecimiento las naciones se asocian en acuerdos internacionales que ayudan al comercio internacional y en ramas socio-políticas, en el caso ecuatoriano el principal acuerdo al que pertenecemos con este fin es el convenio regional de la CAN (Comunidad Andina de Naciones) y recientemente firmó el Protocolo de Adhesión de Ecuador al Acuerdo de libre comercio de la UE con Colombia y Perú. (European Union External Action, 2016)

A nivel comunitario el principal socio comercial de intercambio de bienes son los Estados Unidos de América. En el periodo comprendido entre el año 2010 al año 2014, Ecuador fue el único país que ha tenido crecimiento en todos los años en sus exportaciones a este socio, con un promedio del 22% (Comunidad Andina, 2015) y analizando las mismas cifras en el intercambio comercial (total exportaciones menos total importaciones) es el único país junto a Bolivia que tiene un saldo a favor.

Siendo el rubro de las exportaciones tan importante para la economía de cualquier nación, el objetivo tanto de empresas públicas como las privadas en este aspecto siempre es buscar su incentivo e incremento.

Entre los principales impedimentos que desincentivan a los productores o inversores interesados en exportar su producto al exterior se encuentra el desconocimiento de la demanda existente de su producto en el extranjero y nulo conocimiento de los pasos o actividades para poder realizar la venta hacia el mercado objetivo.

Un plan de exportación es una herramienta que permite para analizar con antelación riesgos y la situación frente a mercados externos. (ConnectAmericas, 2014) Los planes de exportación brindan una herramienta imprescindible para cubrir las falencias previamente indicadas y lograr posicionar un producto en los mercados externos. Estos deben tener una estructura por etapas claramente identificables y secuenciales que permitan cumplir la logística internacional.

Tiene como las principales etapas el análisis del mercado objetivo, requisitos/documentación necesaria para el ingreso del producto en el mercado seleccionado y la logística internacional, en esta última se enfocan la operatividad y negociación para poder ubicar el producto en el destino definido.

Esta última etapa es de menor conocimiento general y donde se concentran tantas actividades que deben complementarse para poder volver eficaz la logística. En esta también intervienen los distintos actores del comercio internacional como son los agentes aduaneros, navieras y sus intermediarios, transportación interna, entes gubernamentales y demás que me permitirán ubicar el producto seleccionado, en este caso la miel de abeja, en el mercado estadounidense.

La miel de abeja es un producto fluido dulce y viscoso producido en las colmenas, a partir de la transformación del néctar que se encuentra en las flores, el cual es recogido por las abejas luego mezclado con la enzima invertasa que contiene la saliva de las abejas y es almacenado en los panales donde madura. La miel tiene diferentes usos o aplicaciones donde se puede encontrar los ámbitos gastronómico, estético y medicinal.

A nivel de comercio internacional la miel mueve un promedio de alrededor de mil millones de dólares anuales, de acuerdo a las cifras que se presentan en el Ficha de producto elaborada por Pro Ecuador, con datos entre 2008-2012. Donde se puede observar que dentro de los principales compradores de miel natural a nivel mundial, correspondiente a la subpartida 0409.00, el mercado estadounidense representa casi el 30%, con un crecimiento anual del 16,66% en este periodo. (Pro Ecuador, 2013)

En el presente trabajo de investigación se analizarán tanto su demanda, como los requisitos legales, documentación y trámites pertinentes para poder ingresar el producto.

2.1.1 Balanza comercial Ecuador – Estados Unidos de América

Se procederá a analizar las cifras que comprenden la balanza comercial entre el mercado destino elegido, en este caso Estados Unidos de América, y el país de exportación:



Gráfico 1: Balanza comercial entre Ecuador-EUA para 2014-2015, valores en toneladas.

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Como se puede observar en el gráfico 1 entre los años 2014 y 2015 existe un ligero incremento en las exportaciones del 6,9% y un decremento, también ligero, en las

importaciones del -2,3%. De la misma manera que tiene un balance comercial favorable para el año 2015 con el mercado estadounidense tanto a nivel de volumen como monetario.

Es el principal socio comercial del Ecuador, quien representa más del 39% de participación de las exportaciones, siendo el principal comprador tanto para productos petroleros como no petroleros.

Para demostración podemos ver la evolución de las exportaciones desde Ecuador hacia los Estados Unidos a continuación en el siguiente gráfico:

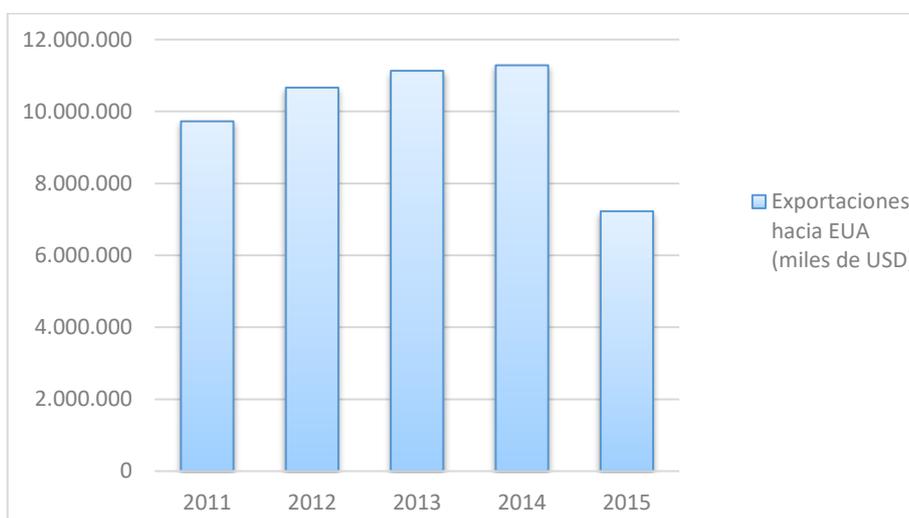


Gráfico 2: Exportaciones desde Ecuador a EUA periodo 2011-2015, expresado en miles USD.

Fuente: (Centro de Comercio Internacional, 2016)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Es el principal socio comercial, de acuerdo al gráfico 2 las exportaciones han ido incrementando en el periodo 2011-2015 llegando a representar más de la tercera parte de participación del total de las exportaciones ecuatorianas.

2.1.2 Mercado internacional de la Miel de Abeja

Este es el estado de las importaciones de miel de abeja, con los principales compradores a nivel mundial, que mueven alrededor de los 5.500 millones de toneladas.

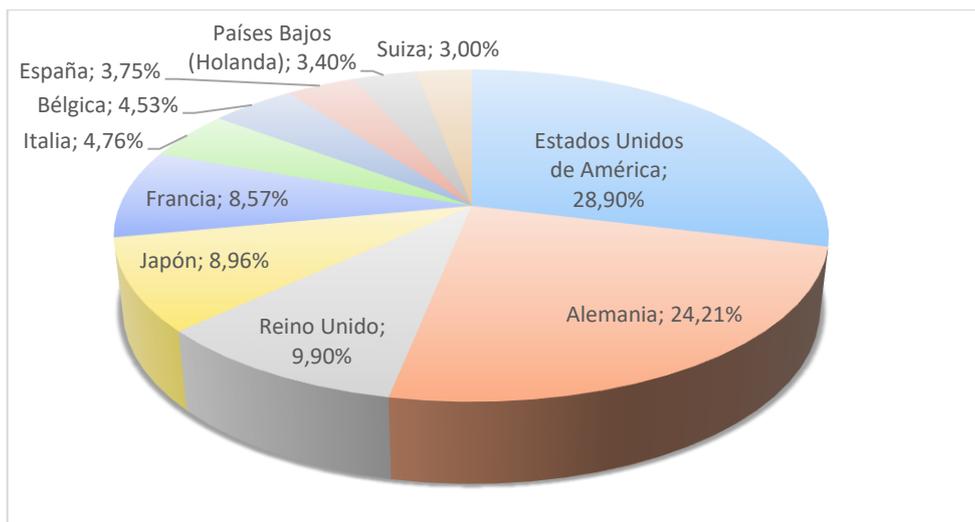


Gráfico 3: Diez principales compradores de miel natural a nivel mundial

Fuente: (Pro Ecuador, 2013)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Como se puede observar en el gráfico 3, Estados Unidos es el principal comprador del producto Miel de Abeja a nivel mundial, siendo este el destino elegido para desarrollar el plan de exportación, donde existe un crecimiento constante de importación de este producto.

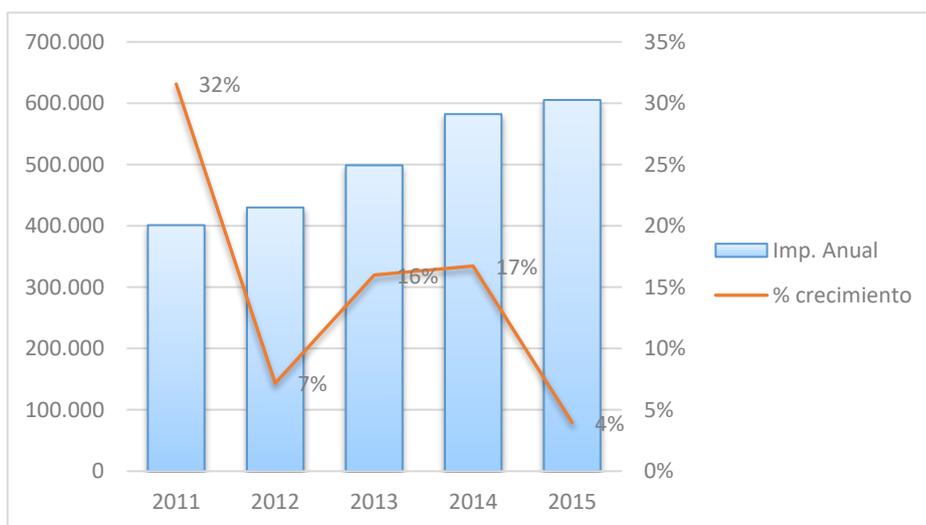


Gráfico 4: Importaciones de miel de abeja (0409) a los Estados Unidos de América.

Fuente: (Centro de Comercio Internacional, 2016)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Se puede observar en el gráfico 4 que los E.U.A. ha tenido un crecimiento en las importaciones durante todos los años analizados. En el gráfico 5 se pueden observar los principales países que importan miel a los E.U.A.

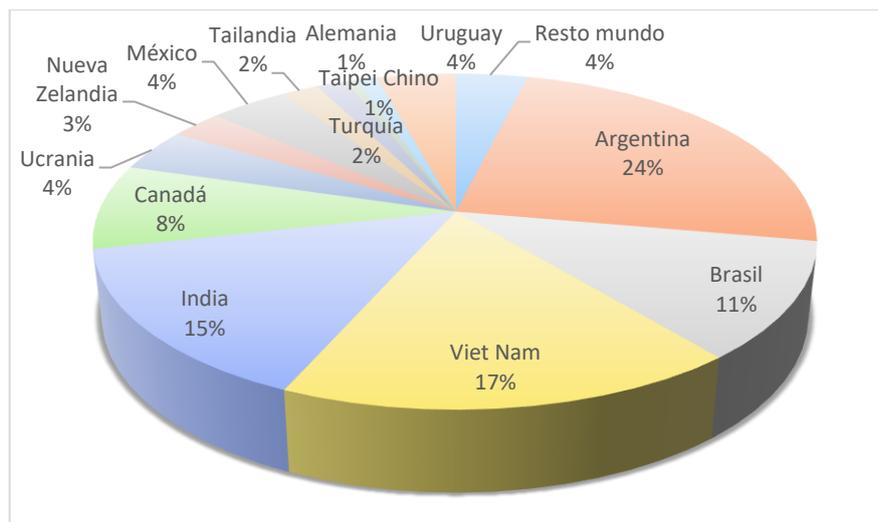


Gráfico 5: Países que importación de miel de abeja los Estados Unidos de América.

Fuente: (Centro de Comercio Internacional, 2017)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

2.2 Marco Conceptual

Durante el desarrollo de este trabajo de titulación se encontrarán los siguientes términos que es necesario conceptualizarlos para el entendimiento de todas las personas que lean la presente investigación y no tenga conocimiento sobre el tema.

2.2.1 Comercio Internacional

El comercio internacional puede definirse como las operaciones comerciales que se dan por efecto del movimiento que se da de bienes y servicios a través de los distintos países. Cada país produce sus propios bienes y servicios, pero no siempre se goza de los activos o insumos necesarios para esta producción, para suplir estas necesidades se realiza el intercambio entre naciones al vender (exportar), y comprar (importar).

Dichos movimientos están sujetos a normativas nacionales (del país de origen o destino) o internacionales (aplicables a un grupo de países por mutuo acuerdo). Esta comercialización también necesita de acuerdos de cooperación entre regiones, estos acuerdos son llevados a cabo mediante reuniones frecuentes entre representantes diplomáticos de los mismos, donde existe un intercambio de información y experiencia.

Dentro de las normativas mediante el cual el comercio es regulado son los Términos internacionales del comercio (*Inconterms*, acrónimo de *International Commercial Terms*) establecidos por la Cámara de Comercio Internacional con el fin de facilitar el proceso de negociaciones internacionales donde queden determinados los derechos y obligaciones del comprador y vendedor.

Estos términos (ICC, International Chamber of Commerce, 2012) son utilizados en todas las transacciones comerciales a nivel internacional:

- **Para cualquier medio de transporte:**
 - **EXW (en fábrica):** del término en inglés *Ex Works*, significa que el vendedor entrega la mercadería cuando pone a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar (depósito, fábrica, etc.). El vendedor no es responsable de cargar las mercaderías al vehículo recolector, ni despechar las mercaderías para exportación.
 - **FCA (franco transportista):** del término en inglés *Free Carrier*, significa que el vendedor entrega la mercadería al transportista o delegado del comprador en el establecimiento del vendedor u otro lugar convenido. Es recomendable que el punto de entrega especificado lo más claramente, porque es el punto donde se transmite el riesgo al comprador.
 - **CPT (Transporte Pagado Hasta):** del término en inglés *Carriage Paid To*, significa que el vendedor entrega la mercadería al transportista u otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado entre las partes, los gastos del transporte hasta el lugar de destino convenido son contratados y pagados por el vendedor.
 - **CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta):** del término en inglés *Carriage and Insurance Paid To*, significa que el vendedor entrega la mercadería al transportista u otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado entre las partes y que el vendedor debe contratar y pagar los costos de transporte necesario para llevar la mercancía al lugar de destino. Así como también los contratos de cobertura de seguro por riesgos del comprador de pérdida o daño de la mercadería durante el transporte. Este seguro es de cobertura mínima. En caso de

requerir cobertura adicional deberá ser contratada por el comprador o acordada con el vendedor.

- **DAT (Entregada en Terminal):** del término en inglés *Delivered At Terminal*, significa que el vendedor entrega cuando las mercancías, una vez descargadas del medio de transporte utilizado, son puestas a disposición del comprador en el terminal del puerto designado o lugar de destino. El vendedor asume todos los riesgos y costos relacionados con entrega y descarga de las mercancías en el terminal del puerto designado o lugar de destino.
- **DAP (Entregada en Lugar):** del término en inglés *Delivered At Place*, significa que el vendedor entrega cuando la mercadería es puesta a disposición del comprador sobre el medio de transporte utilizado y lista para ser descargada en el lugar de destino determinado. El vendedor asume todos los riesgos relacionados con llevar la mercancía hasta el lugar convenido.
- **DDP (Entregada Derechos Pagados):** del término en inglés *Delivered Duty Paid*, significa que el vendedor entrega la mercadería cuando esta es puesta a disposición del comprador, despachada para la importación en los medios de transporte utilizados y listos para ser descargados en el lugar de destino. El vendedor asume todos los costos y riesgos ocasionados al llevar la mercadería al lugar de destino y tiene la obligación de despacharlas no sólo para la exportación sino también para la importación, así como pagar cualquier costo adicional generado para su nacionalización.
- **Para transporte marítimo y vías navegables interiores:**
 - **FAS (Franco al Costado del Buque):** del término en inglés *Free Alongside Ship*, significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercadería es colocada al costado del buque (por ejemplo, en un muelle o una barcaza) designado por el comprador en el puerto de embarque convenido. El riesgo de pérdida o daño de la mercadería se transmite cuando la mercancía se encuentra al costado del buque, y el comprador asume todos los costos desde ese momento en adelante.
 - **FOB (Franco a Bordo):** del término en inglés *Free On Board*, significa que el vendedor entrega la mercadería a bordo del buque

designado por el comprador en el puerto de embarque. El riesgo de pérdida o daño de la mercadería se transmite cuando la mercadería se encuentra a bordo del buque, y el comprador asume todos los costos desde ese momento en adelante.

- **CFR (Costo y Flete):** del término en inglés *Cost and Freight*, significa que el vendedor entrega la mercadería a bordo del buque. El riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmite cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque, el vendedor debe contratar y pagar los costos y el flete necesario para llevar la mercadería al puerto de destino convenido.
- **CIF (Costo, Seguro y Flete):** del término en inglés *Cost, Insurance and Freight*, significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque. El riesgo de pérdida o daño de la mercadería se transmite cuando la mercadería a bordo del buque. El vendedor debe contratar y pagar los costos y el flete necesario para llevar la mercadería al puerto de destino convenido. Así como también los contratos de cobertura de seguro por riesgos del comprador de pérdida o daño de la mercadería durante el transporte. Este seguro es de cobertura mínima. En caso de requerir cobertura adicional deberá ser contratada por el comprador o acordada con el vendedor.

También tiene diferentes teorías del comercio internacional en las que se encuentra en función de las diferencias entre países: diferencias de tecnología y de dotaciones factoriales, que representan una ventaja comparativa en un marco de competencia perfecta; en función de un marco de competencia imperfecta las ventajas o beneficios no guardan relación con la diferencias entre países; y nuevas propuestas en función de las diferencias entre empresas. (González Blanco, 2011)

2.2.2 Estrategias de penetración de mercado

Las empresas de hoy, para lograr un crecimiento internacional o también cuando su fin de creación ha sido la internacionalización, deben acceder a los distintos mercados con sus productos o servicios para su desarrollo empresarial.

No todos los métodos para ingresar a mercados extranjeros son iguales o representan el mismo riesgo de acuerdo a las capacidades y recursos internos de las empresas, o también a factores externos como ambiente competitivo, mercado destino, regulaciones gubernamentales.

El principal factor de decisión para elegir una estrategia de penetración de mercado es el capital. A continuación nombramos algunas de estas estrategias:

- **Exportación:** consiste en la venta y envío de los productos desde fuera del destino de venta, cumpliendo los requerimientos legales y políticas del país destino.
- **Licenciamiento:** consiste en el otorgamiento de derechos legales a compañías establecidas en el mercado meta. Estos derechos abarcan patentes, procedimientos, marcas. Es la estrategia de menor riesgo y de la misma manera menos rentable.
- **Franquicia:** similar al licenciamiento es un paquete fijo de productos y procesos de producción bajo licencia. El dueño de la franquicia aporta la marca y modelo de negocio, y el contratante local el conocimiento del mercado y gestión de manejo.
- **Participación:** consiste en compartir las actividades de empresas colaboradoras en el exterior, beneficiándose de las fortalezas del socio, conocimiento y experiencia para que maneje la distribución y comercialización.
- **Consortio:** similar a la participación, pero en esta intervienen mayor número de empresas que buscan entrar de manera conjunta a un mercado (normalmente con barreras de entrada) a través de una sociedad y elevar su poder de maniobrabilidad.
- **Maquila y manufactura propia:** consiste en la instalación de la producción en el país de destino. Es la estrategia de alto riesgo y por regla general de mejor rentabilidad.
- **Contrato administración:** consiste en el manejo externo de la empresa a través de subcontratos a cambio de incentivos y honorarios en base a resultados. Se da cuando la compañía no desea utilizar parte de sus recursos en la administración externa al penetrar un mercado extranjero.

- **Adquisiciones y fusiones:** consiste en la compra de empresas equivalentes o gemelas en el mercado destino y que sirvan como impulso para la introducción en el mercado. Al igual que la maquila representa un alto riesgo y mayor rentabilidad.
- **Joint Venture:** consiste asociación de dos o más socios para emprender desde cero empresas con operaciones en el extranjero. Son más comunes cuando las condiciones (políticas, legales o ambientales) en el mercado destino son favorables.

2.2.3 Exportación

En este caso la exportación es la estrategia de penetración de mercado elegida, y se conceptualizara el significado de la exportación.

La exportación es la actividad de enviar un bien o servicio fuera del territorio nacional, esto quiere decir que es el tráfico legal de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero (país exportador) hacia otro territorio aduanero (país importador). Se entiende por territorio aduanero al territorio geográfico de una nación, por consiguiente los límites geográficos del mismo son la frontera aduanera que deberá traspasar un producto para considerarse una exportación.

Deben realizar unos pasos para estar certificado y poder exportar en primer lugar se requiere el registro como exportador ante el Servicio de Aduanas del Ecuador, para lo cual hay que obtener la firma electrónica/TOKEN en el Banco central del Ecuador.

- ***Firma electrónica***

La obtención del TOKEN con la firma electrónica se realiza en la página web del Banco Central del Ecuador, esta firma es importante ya que es necesaria para el registro en la web del Ecuapass; lo cual se verá en el siguiente punto.

El propósito de esta firma es darle más protección y rapidez a los trámites involucrados en el comercio exterior.

El TOKEN es una memoria externa, conocida como pen drive o USB en la cual vendrá guardada la firma electrónica, esta podrá ser desactivada cuando sea necesario mediante una solicitud de revocación que se deberá presentar ante el Banco Central.

- ***Requisitos para la obtención de la certificación Electrónica***

Persona natural:

- Cédula o Pasaporte a Color
- Papeleta de votación actualizada (Excepto personas mayores a 65 años, las ecuatorianas y los ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional y las personas con discapacidad)
- Última factura de pago de luz, agua o teléfono

Importante notar que todos estos documentos deben estar digitalizados previamente en formato PDF menor o igual a 1 Mb y legibles.

En primer lugar, se ingresa a la página oficial del Banco Central del Ecuador:

<https://www.bce.fin.ec/>

Se ingresa a la página, se puede observar en el gráfico 5, antes mencionada, y se selecciona la pestaña de productos y servicios donde se encuentra la opción de la certificación electrónica, para luego encontrar cada opción de registro correspondiente.

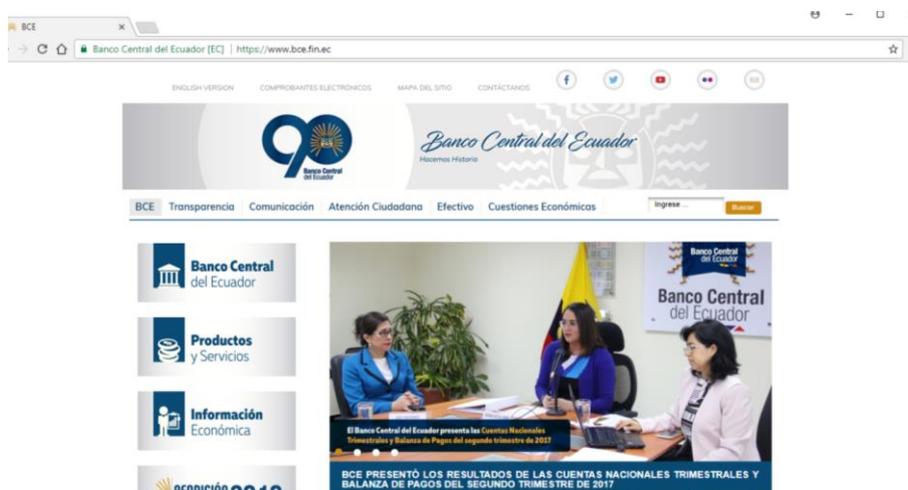


Gráfico 6: Página web principal del Banco Central del Ecuador

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Persona Natural:

- Digitalizado de Cédula o pasaporte a Color
- Digitalizado de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad)
- Digitalizado de la última factura de pago de luz, agua o teléfono

Persona Jurídica:

- La empresa debe estar previamente registrada en el sistema
- Número de RUC de la Empresa
- Cédula o pasaporte a Color del Representante legal
- Papeleta de votación actualizada (Excepto personas mayores a 65 años, las ecuatorianas y los ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional y las personas con discapacidad)
- Nombramiento o certificado laboral firmado por el representante legal
- Si el representante legal no puede asistir al retiro del TOKEN deberá enviar una autorización firmada, para que se presente impresa el día del pago. En la web podrán encontrar el formato.

Como indica el primer punto la empresa debe estar registrada en el sistema previamente al ingreso de la solicitud del TOKEN. Al ingresar a la web y dar clic en la opción de certificación electrónica, se generará la misma pantalla para el ingreso de las solicitudes, pero se debe escoger la siguiente opción detallada en la captura. Al acceder a la opción registro de empresa se desplegará lo adjunto a continuación:

Se debe ingresar la información solicitante que tiene cada pantalla que presente la página web. Después de contar con este registro, se procede a realizar la solicitud para la firma electrónica.

La notificación del registro será vía correo electrónico, para el debido pago y retiro.

- **Registro Sistema Ecuapass**

Con el dispositivo que contiene la firma electrónica se procede a realizar el registro en Ecuapass, para esto es importante y necesario instalar ciertos programas en el ordenador; que indica la página al ingresar la dirección:

<https://portal.aduana.gob.ec>

Luego de instalados los programas necesarios se presentará la pantalla para poder ingresar al sistema, que se puede ver en el gráfico 7:

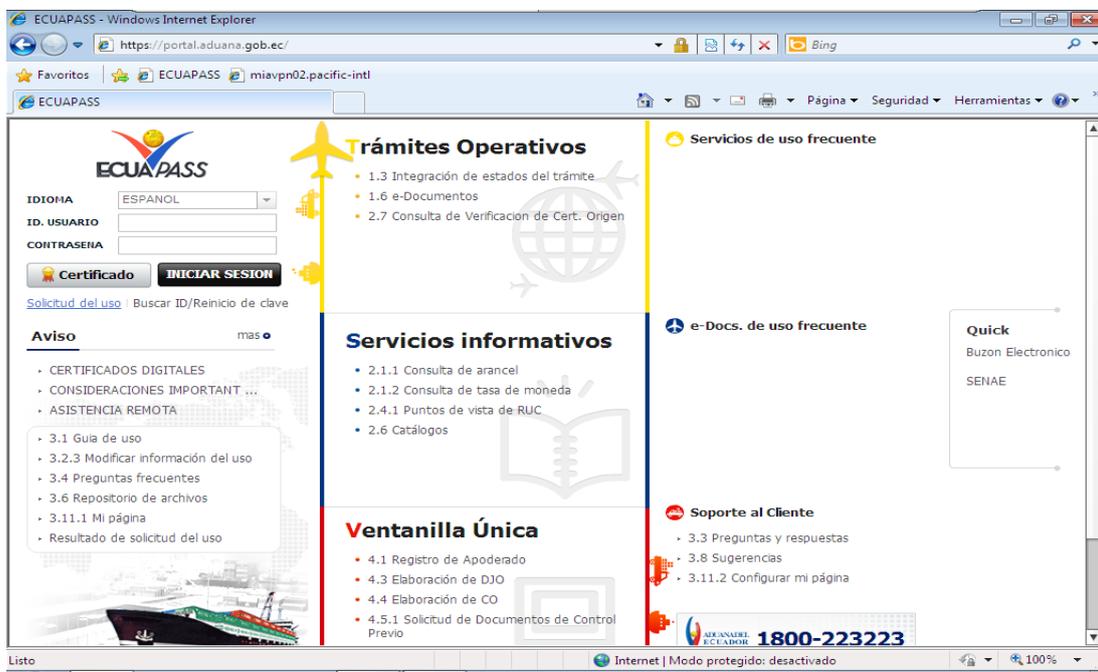


Gráfico 7: Pantalla principal de Ecuapass

Fuente: (Aduana del Ecuador, 2017)

La primera persona en registrarse será el representante legal quien tendrá que ingresar al sistema a todos los que utilicen el Ecuapass en la empresa.

Se coloca el número de RUC de la persona o empresa y dar clic en consultar para que se desplieguen todos los campos que debemos llenar, los obligatorios son los que tienen un asterisco (*).

Seleccionamos donde indica identificación única de certificado digital, como muestra el gráfico 8:

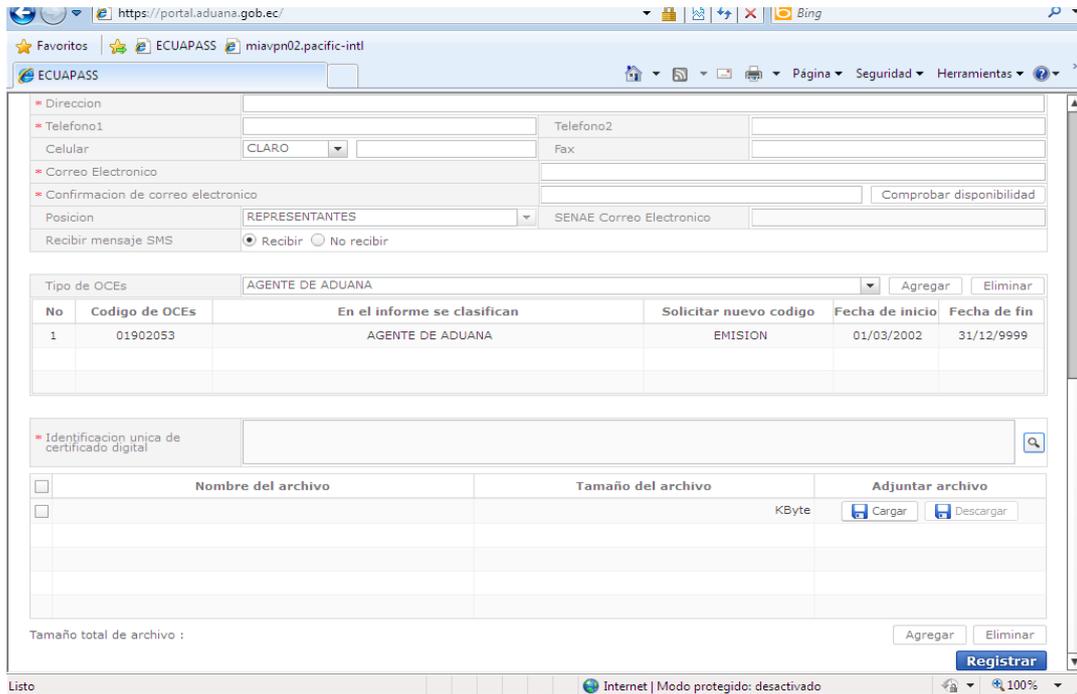


Gráfico 8: Pantalla registro de datos de Ecuapass

Fuente: (Aduana del Ecuador, 2017)

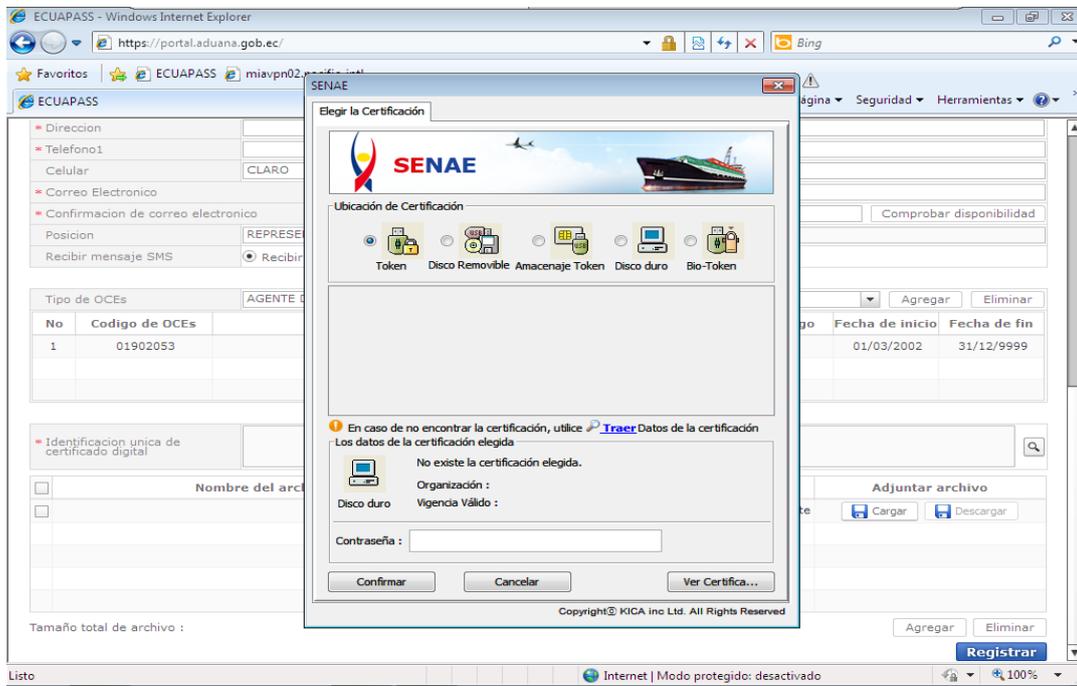


Gráfico 9: Pantalla para cargar el TOKEN

Fuente: (Aduana del Ecuador, 2017)

Escoger el ícono TOKEN para que muestre lo que indica el gráfico 10:

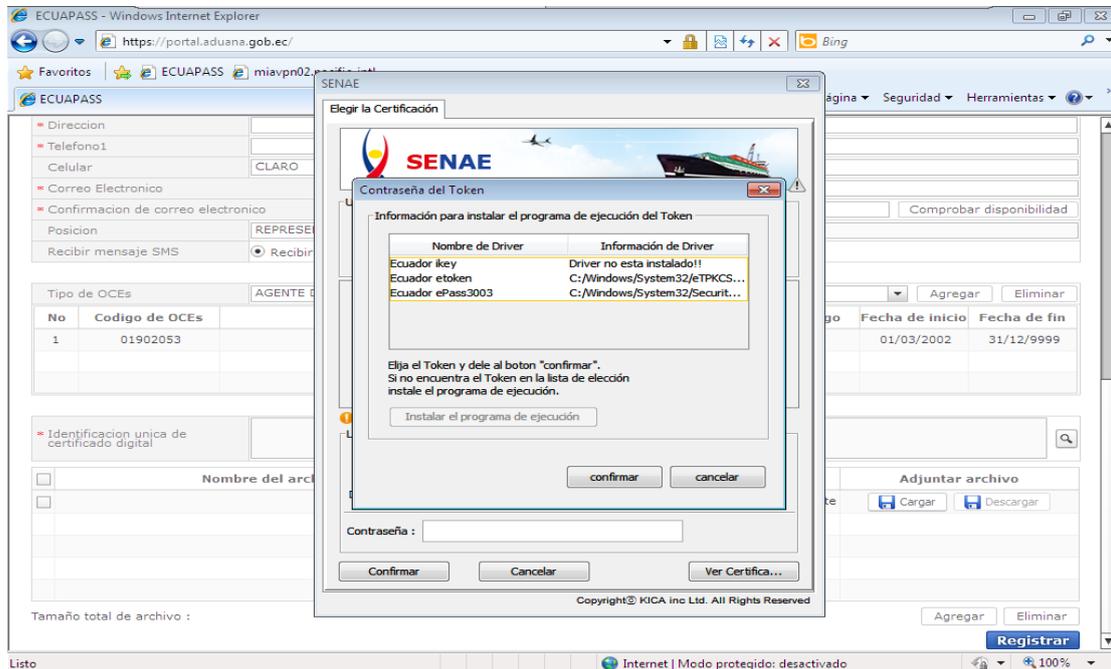


Gráfico 10: Pantalla de confirmación de instalación del TOKEN

Fuente: (Aduana del Ecuador, 2017)

Una vez que se llena toda la información se tiene que hacer la identificación del certificado digital (TOKEN) con la página del Ecuapass en la que le pedirá una clave de acceso (la misma que dará la entidad que emita el TOKEN) después de ese paso se registra y obtiene el ID de usuario y la clave en el Ecuapass.

- **Registro ante US Food and Drug Administration**

Por el tipo de producto que es para consumo humano y por el mercado al cual se ingresará en este caso Estados Unidos, como exportador se debe solicitar un registro y código ante US Food and Drug administration (FDA).

El FDA fue fundado el 30 de Junio de 1906, es una entidad del Gobierno que se encarga de la regulación de todo lo que son productos de consumo humano como lo son alimentos, cosméticos, medicamentos, aparatos médicos, productos biológicos y derivados sanguíneos.

Para realizar el registro de la empresa ante la FDA se debe contar con un broker en Estados Unidos que actúa como representante de la misma en dicho país. Este registro se lo realiza mediante la página web de la FDA, en el gráfico 11 se presenta la pantalla con dirección a la que se debe acceder:

<https://www.registrarcorp.com/es/fda-food/>



Gráfico 11: Página para registro en el FDA

Fuente: (Registrar Corp, 2017)

Previo al registro, se debe solicitar un agente en USA como se mencionó antes, en el gráfico 12 se podrá conocer los costos que se generarán por el registro y lo que se deberá cancelar anualmente por la renovación:

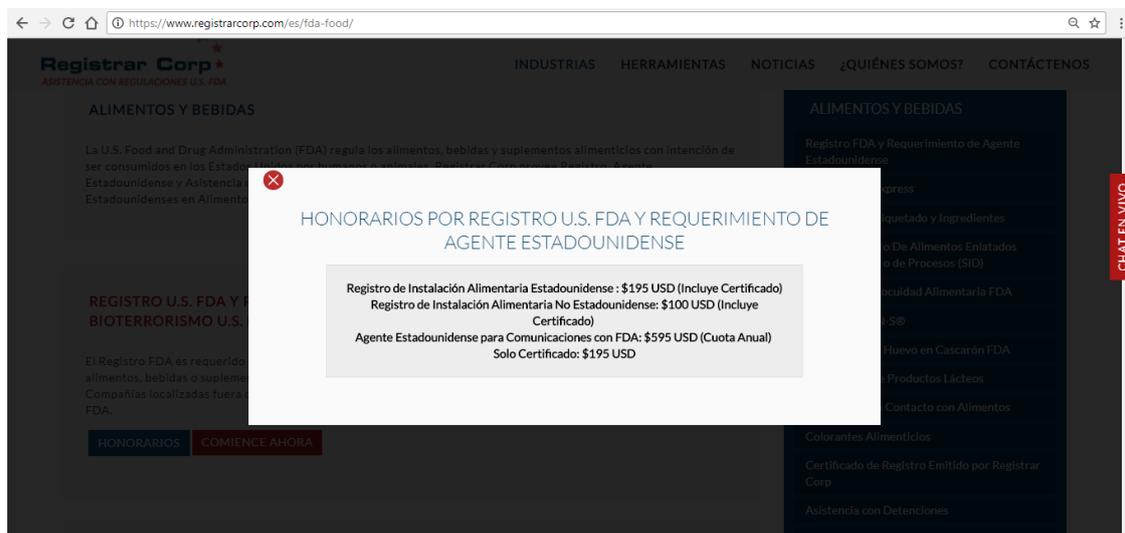


Gráfico 12: Honorarios por registro en el FDA

Fuente: (Registrar Corp, 2017)

Para seguir tomamos la opción Registro FDA y requerimiento de Agente Estadounidense:

Seleccionamos nuevo registro, luego se debe colocar el país de origen de la empresa para después llenar el formulario con toda la información que solicita.

Luego de ingresar el formulario completo, llegarán los correos para la validación al Broker y empresa exportadora, una vez confirmada esta validez el código FDA para la empresa llegará de manera inmediata.

Es importante notar que este código deber ir reflejado siempre en la factura comercial de exportación, packing list, conocimiento de embarque; así como también en las etiquetas de los baldes a exportar. Las etiquetas deberán tener el nombre de la empresa, dirección y dicha codificación; esto es mandatorio.

- ***Registro como Exportador ante la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD***

AGROCALIDAD es una entidad pública adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, se encargada de la definición y ejecución de políticas de control y regulación para la protección y el mejoramiento de la sanidad animal, sanidad vegetal e inocuidad alimentaria. (Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2009)

Requisitos para el registro como exportador

- Se realiza una solicitud a la Dirección Ejecutiva de la entidad
- Se debe llevar a cabo una inspección sanitaria del centro de producción o del establecimiento de procesamiento del producto, por un técnico de AGROCALIDAD

- Comprobante personalizado de pago original por inspección sanitaria, de acuerdo con lo establecido en el tarifario vigente, en este caso serán USD 80,00

Una vez el exportador cumpla con todos lo solicitado anteriormente se emitirá el registro de exportador del producto. El tiempo considerado para este trámite es aproximadamente de 8 días.

Requisitos para obtener el pre- certificado o certificado sanitario de exportación:

- Se realiza una solicitud dirigida a la Dirección Ejecutiva de la entidad
- Se solicitad la inspección sanitaria de centro de producción o de establecimiento de procesamiento del producto por un técnico de AGROCALIDAD
- Comprobante de pago original por dicha inspección, de acuerdo con lo establecido en el tarifario vigente en este caso USD 50,00

El tiempo estimado de este trámite es 8 días aproximadamente. El pre-certificado tiene una vigencia de 3 meses, para poder solicitar todos los certificados fitosanitarios de las exportaciones a realizar. Luego de este tiempo se debe solicitar la renovación, el proceso es el mismo se debe actualizar la información si existe alguna variación.

Requisitos para la Emisión del Certificado Fitosanitario de Exportación:

- Reporte indicando que la inspección ha sido favorable
- Presentar factura comercial del producto de exportación y documentos que el país importador solicite para permitir el ingreso del producto
- Pagar la tasa por el Certificado USD 4,00

El certificado es solicitado en el Ecuapass a través de la Ventanilla Única con el TOKEN se ingresa y se llena los campos solicitados que son muy similares a los que se detallan en el conocimiento de embarque. Este debe ser solicitado por cada exportación que se vaya a realizar.

Es importante acotar que el productor quien proveerá el producto debe tener su certificado sanitario emitido por el Ministerio de Salud Pública, la solicitud de este certificado también se realiza en Ventanilla Única de manera electrónica.

- ***Elaboración de la Declaración Aduanera de Exportación***

Para la exportación de cualquier producto al exterior debemos contar con un DAE, éste puede ser elaborado por un Agente Afianzado de Aduanas o por el mismo exportador en el sistema Ecuapass con su TOKEN respectivo.

En el sistema se ingresarán los datos principales del embarque como: exportador, consignatario, producto, partida arancelaria, pesos, valor de la carga entre otros. Se generará una previa para luego de que el embarque salga de Ecuador se proceda a hacer el cierre dentro del plazo de 30 días posteriores.

- ***Transporte Local Planta – Aeropuerto***

De acuerdo con la negociación pactada FCA, dentro de las responsabilidades que tiene el exportador es entregar la carga en aeropuerto, para esto se debe contratar a una empresa de transporte terrestre sería y segura para que uno de sus cabezales movilice la unidad cargada en planta hasta el aeropuerto. El costo aproximado desde la vía Daule ubicación de la planta es de USD 110,00

- ***Documentación para ingreso de carga al aeropuerto***

Previo a la salida del carro con el contenedor a puerto se tiene que entregar la siguiente documentación al transportista para que la presente en Garita:

- Factura Comercial
- Packing list
- Declaración Aduanera de Exportación

- Etiquetas con la declaración pegadas en cada bulto de la carga

Una vez ingresada la carga se debe realizar la inspección antinarcoóticos, esta inspección se realiza a todas las exportaciones realizadas vía aérea.

2.2.4 Plan de Exportación

Se presenta a continuación una estructura genérica de lo que concierne un plan de exportación. Cumpliendo los aspectos básicos que debe tener un plan de exportación. (ConnectAmericas, 2014) En este capítulo se procederá a la conceptualización de un plan de exportación y las partes que lo comprenden. En el capítulo IV del presente trabajo se procederá a desarrollarlo a detalle.

Los planes de exportación no tienen una estructura predeterminada porque varían de acuerdo a los productos, servicios y características particulares de cada empresa, pero buscando la penetración sistemática de un producto o servicio en mercados internacionales. Buscando expresar de una forma estructurada: lo qué se quiere exportar, a dónde se quiere exportar, cómo se lo va a realizar y con qué recursos se cuenta para lograrlo.

Las etapas o partes que lo componen son las siguientes:

- Análisis del potencial exportador, se revisan a detalles los siguientes puntos:
 - Perfil de la compañía
 - Análisis FODA de la compañía
- Selección de productos
 - Datos y presentación del producto
- Selección de mercados
 - Preselección de mercados
 - Priorización de los mercados
 - Selección
- Inteligencia de mercados (análisis del país objetivo)
 - Perfil del país
 - Análisis del entorno comercial e indicadores económicos

- Identificación de las oportunidades y amenazas del mercado
- Comercio bilateral
- Acuerdos comerciales
- Tratamiento arancelario
- Requisitos para ingresar al mercado de acuerdo al producto
- Plan de Acción
 - Cronograma
- Plan Económico
 - Inversión
 - Depreciaciones
 - Resumen de gastos e inversión inicial
 - Tabla de amortización
 - Punto de equilibrio

2.2.5 Miel de abeja

2.2.5.1 Concepto

Se entiende por miel a la sustancia dulce natural producida por abejas obreras a partir del néctar de las flores o de secreciones de partes vivas de plantas (...), que las abejas recogen, transforman y combinan con sustancias específicas propias, almacenan y dejan en el panal para que madure y añeje. (Sistema Producto Apícola de Baja California, 2011)

Como se puede notar la miel de abeja es una sustancia de origen animal, producido en la colmena de las abejas. Que varía su sabor de acuerdo con las plantas de la cual procede, por lo cual tenemos una clasificación de acuerdo a esto:

- **Miel monofloral:** es el tipo de miel compuesta en mayor proporción por una especie concreta, resultando este polen predominante.
- **Miel multifloral:** es el tipo de miel compuesta a partir de muchas flores, donde ninguna podría considerarse de mayor proporción.
- **Miel de mielada o miel de bosque:** es el tipo que no está compuesta por el néctar de las flores, sino por las secreciones de ciertas plantas.

Se conoce como apicultura a la intervención del hombre en el proceso crianza de abejas y su producción de miel, propóleo, jalea, cera y polen. (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, 2015)

2.2.5.2 *Producción*

Dentro de la actividad como es la apicultura se deben tomar en cuenta varios factores para la producción como son recursos naturales, clima, enfermedades y conocimiento del apicultor. Dentro de esta actividad obtenemos distintos productos o beneficios como la miel, polen, jalea real, propóleos, cera, identificados como beneficio directo; y la polinización de las plantas, identificado como beneficio indirecto.

El núcleo de esta actividad es la colmena, la misma que se encuentra compuesta por tres diferentes tipos de abejas:

- **La Reina**

Es la única hembra fecundada por lo que se convierte en el centro de vida de la colmena. (Fundación Educación para el Desarrollo FAUTAPO, 2014, pág. 7) Su función es la de colocar huevecillos que aseguren la continuidad y supervivencia de la colmena, siendo esta su principal función. Tienen una vida entre los 3 a 4 años y es creación de las obreras, por lo que puede decirse que la reina se hace, no nace.

- **Las Obreras**

Son hembras infecundas que componen la mayor cantidad de la población, siendo el miembro productor de la colmena. (Fundación Educación para el Desarrollo FAUTAPO, 2014, pág. 8) El nombre tiene su origen por la tarea que realizan, que es la producción de la miel y cera, colectan polen, fabricación de panales, limpieza de la colmena y mantenimiento del orden. Se sub-clasifican de acuerdo a su edad:

- Nodrizas: alimentación de los hijos y larvas
- Limpiadoras: limpian la colmena, sacando las larvas, abejas muertas o cualquier objeto raro
- Ventiladoras: mantienen la colmena en la temperatura y humedad estable
- Constructoras: fabrican los paneles

- Guardianas: protegen la colmena, evitan que ingresen abejas de otras colmenas
- Exploradoras: buscan fuentes de alimento y nuevas casas
- **Los Zánganos o Machos**

Su única función es aparearse con las nuevas reinas, carecen de aguijón y ayudan a calentar las crías cuando están dentro de la colonia. (Fundación Educación para el Desarrollo FAUTAPO, 2014, pág. 10) Su tamaño es mayor que el de las obreras.

Para la producción es indispensable la colmena, que como se indicó es el núcleo de la apicultura, adicional existen más actividades previas y posteriores que influyen en la generación de los distintos productos que se pueden obtener, las cuales se desarrollaran a continuación:

Instalación del apiario

Dentro de esta actividad se encuentra la evaluación y establecimiento del apiario, que es donde se encontrarán las colmenas, se analizan la ubicación, accesibilidad, distancias con los emplazamientos (viviendas, carreteras, caminos), flora apícola (plantas que es lo primordial para la extracción del néctar de sus flores), fuente de agua limpia y el terreno donde se asentara, así como la humedad del mismo.

Durante el establecimiento del apiario debemos tener en cuenta las partes que lo componen (Fundación Educación para el Desarrollo FAUTAPO, 2014, pág. 16) como son: la base fondo, la cámara de cría, alza para miel, piquera, marcos, entretapa y tapa; adicional la disposición de las colmenas de las que existen las siguientes maneras: circular, en grupos y en línea.

El último paso, no menos importante, es la población del apiario mediante la compra de núcleos, que son la mitad de una colmena compuesta por 5 marcos (o panales) o colmenas que están compuestas por 10 marcos. Estos marcos contienen miel, polen, abejas y crías con su respectiva reina.

Manejo del apiario

Dentro de esta actividad se encuentra la revisión de la colmena donde se analiza la necesidad del crecimiento del apiario mediante la multiplicación de núcleos; en esta etapa se prevé posibles causas de enjambrazón (salida de la reina con un grupo de zánganos y hasta la mitad de las obreras de la colmena) como son la falta de espacio, ventilación insuficiente, necesidad de sombra, temperatura elevada entre otras.

También se realiza un control de plagas y enfermedades que puedan afectar la colmena, buscando siempre la prevención manteniendo crías de zánganos solo cuando sea necesario, o evitando contacto con otras colmenas infectadas.

La alimentación forma parte de esta actividad, el único motivo que induce a las abejas a morir trabajando es el de guardar o almacenar alimento para poder sobrevivir durante la época de escasez de polen y néctar que coincide con el invierno. En este momento cuando sale más beneficioso a nivel económico alimentar de manera artificial a las abejas que perder una producción de miel. Existen dos tipos de alimentación: por sostén y por estímulo.

Cosecha

Llegados a este punto se analiza la madurez que posee la miel del apiario, existen dos criterios de acuerdo con las zonas, para las zonas de altiplano los panales deben estar operculados en un 90% y para las zonas tropicales deben estar al 100%.

Luego de esto se debe tener en cuenta los equipos y herramientas necesarias para la cosecha, como los guantes, máscara, overol, ahumador, centrifugadoras, batea de desoperculación, cuchillo desoperculador, peineta desoperculador y filtros, teniendo en cuenta que todo el equipo debe estar limpio y seco con el fin de no contaminar la miel.

Luego de la extracción de la miel es de vital importancia el envasado de la misma, porque depende de esta acción la calidad de la miel y conservación de todas sus propiedades. La miel se compone principalmente de 16 tipos de azúcares (United States Department of

Agriculture, 1980) siendo dos los predominantes: levulosa (fructosa) y la dextrosa (glucosa). Esto es uno de los motivos por los que la miel actúa tan rápidamente produciendo energía, puesto que estos dos elementos se describen como “predigeridos”, por lo cual cuando entran en el cuerpo y son asimilados, comienzan a funcionar directamente.

2.3 Marco Legal

2.3.1 Certificados internos

De acuerdo con la legislación ecuatoriana es necesario un registro sanitario o en su caso la vigilancia y control de los productos de alimentos procesados, alimentarios, medicamentos en general, productos nutracéuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos el que será otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), adscrita al Ministerio de Salud Pública.

Se detallan los artículos en los cuales se basa el requerimiento de estos controles:

El artículo 137 de la Ley Orgánica de Salud establece la obligatoriedad del Registro Sanitario, entre otros productos, para los alimentos procesados y aditivos alimentarios, fabricados en el territorio nacional o en el exterior, para su importación, exportación, comercialización y expendio.

El artículo 140 de la Ley Orgánica de Salud establece lo siguiente: “Queda prohibida la importación, exportación, comercialización y expendio de productos procesados para el uso y consumo humano que no cumplan con la obtención previa del registro sanitario, salvo las excepciones previstas en esta Ley”.

El artículo 2 del Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados establece lo siguiente: “Las disposiciones contenidas en este Reglamento son aplicables a los alimentos procesados que se comercialicen a nivel nacional, en envases definidos y bajo nombres y marcas comerciales determinadas y para alimentos procesados de exportación.

Se exceptúan del cumplimiento de la obtención del Registro Sanitario, pero están sujetos a la vigilancia y control sanitario por parte de la Autoridad Sanitaria Nacional en coordinación con las entidades correspondientes, los siguientes productos:

1. Productos alimenticios en estado natural (producción primaria) como: frutas y vegetales frescos y otros de origen agrícola, que no hubieran sido sometidos a ningún proceso tecnológico de transformación, modificación y conservación, incluyendo productos pelados y/o cortados;
2. Productos alimenticios de origen animal sean estos crudos, refrigerados o congelados, que no hubieran sido sometidos a ningún proceso tecnológico de transformación, modificación y conservación incluyendo productos cortados. Se incluye huevos en estado natural y miel de abeja;...”.

El artículo 3 del Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados establece lo siguiente: “El Ministerio de Salud Pública, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA, es la entidad encargada de otorgar, suspender, cancelar o reinscribir el Certificado de Registros Sanitario de los alimentos procesados. La suspensión o cancelación del Registro Sanitario se la ejecutará luego del proceso sanitario especial correspondiente”.

El artículo 67 del Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados establece lo siguiente: “Los alimentos procesados que se exporten del país requieren contar obligatoriamente con Registro Sanitario Nacional”.

El artículo 68 del Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados establece lo siguiente: “La Autoridad Sanitaria Nacional a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, emitirá el certificado de garantía de lote a los productos alimenticios, para su exportación cuando el titular del Registro Sanitario lo solicite, a través del sistema informático de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA.

Para la extensión del Certificado de garantía de lote, se deben realizar análisis bromatológicos y microbiológicos en los laboratorios de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, siendo asumidos los costos de dichos análisis por el exportador.

La extensión de dicho certificado se la realizará en el término de tres (3) días contados a partir de la expedición de los resultados de análisis del laboratorio”.

El artículo 69 del Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados establece lo siguiente: “La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, se encargará de la expedición del Certificado de libre venta a productos alimenticios con Registro Sanitario nacional, para lo cual el interesado ingresará el formulario de solicitud a través del sistema automatizado.

La extensión de dicho certificado se lo realizará en el término de tres (3) días contados a partir de la cancelación del importe definido por la Autoridad Sanitaria Nacional”.

2.3.2 Certificados externos

Los productos agrícolas son regulados por la Administración de Alimentos y Medicamentos de EEUU (FDA, por sus siglas en inglés). El propósito de este ente gubernamental es asegurar los productos alimentos supervisando, inspeccionando y analizando la sanidad y etiquetado de dichos productos, ya sean estos productos en suelo norteamericano o importado al mismo.

Los productos que ingresan al mercado Estadounidense para poder ser nacionalizados deben cumplir con los reglamentos y leyes de acuerdo a los siguientes puntos.

Registro previo

De acuerdo al Acta de Protección de la Salud Pública, Preparación y Respuesta ante el Bioterrorismo que regula la circulación de productos alimenticios dentro de los Estados Unidos (Senate and House of Representatives of USA, 2002) permite a la FDA el campo de acción para respuestas en caso de ataque terrorista. Esto es posible mediante la exigencia de un registro y notificación previa por parte de las empresas y los envíos a los EUA.

Registro obligatorio de establecimientos de alimentos: Todas las instalaciones localizadas en EUA, como en el extranjero, que fabriquen, procesen, empaquen o mantengan en almacenamiento alimentos para el consumo humano o animal en EUA deben estar registrados en el FDA a menos que dicha instalación califique como apto para una exención de acuerdo a la regulaciones del FDA.

Sanción por no registrarse: Los alimentos importados desde una instalación en el exterior no registrada se retendrán en el puerto de entrada hasta que se haya registrado la instalación, salvo que el FDA ordene que sean transportados a una instalación segura. El propietario, comprador, importador o destinatario debe hacerse cargo del almacenamiento de los artículos alimenticios en la instalación segura designada por la FDA.

Es obligatorio actualizar la información ya presentada ante el FDA en un plazo de 30 días a partir del momento en que se produce un cambio.

Notificación de entrada: La FDA exige una notificación previa del envío de productos alimenticios a EUA, lo cual permite a la FDA, con el apoyo de aduana norteamericana, realizar más eficientemente las inspecciones, proporcionando una mayor protección frente a posibles ataques terroristas y otras emergencias sanitarias. Respecto de la notificación previa, la normativa establece que se deberá notificar la llegada del producto al FDA antes del mediodía del día anterior al que los alimentos importados lleguen al punto en el que cruzarán la frontera de EUA o al puerto de entrada en el país. Se debe realizar una notificación por cada partida de producto.

Reglas y registro de etiquetado

En la actualidad, los productores de alimentos procesados deben incluir la cantidad de cada nutriente, tanto por porción, como valor absoluto y como porcentaje del valor diario (%DV) de una dieta recomendada. Los componentes obligatorios en el panel nutricional de cada etiqueta son: total de calorías, calorías provenientes de la grasa, total de grasa, grasa saturada, colesterol, sodio, total de carbohidratos, fibra dietética, azúcares, proteínas, vitamina A, vitamina C, calcio y hierro.

En el caso específico de la miel de abeja, al no ser un producto procesado se debe indicar la concentración del tipo de miel que posee de acuerdo a la guía de la FDA sobre el Etiquetado correcto de la miel y producto de miel (Food and Drug Administration, 2014)

Principales requisitos para etiquetado:

- Denominación comercial del producto: el nombre o término que describa la naturaleza del producto (parte principal del envase).
- Contenido neto: cantidad total contenida en el envase (en ambos sistema de medida: métrico e inglés).
- Lista de ingredientes: lo que el producto contiene.
- Información nutricional: la información sobre la cantidad de nutrientes que contiene por ración (serving size) como son la cantidad de calorías, los porcentajes de grasa y grasa saturada; colesterol, sodio, carbohidratos, fibras y azúcar, cantidad de proteínas y vitaminas, propiedades dietéticas, aditivos, de acuerdo al formato y reglas gráficas definidas.
- Otras indicaciones: fecha de vencimiento, aditivos (cualquier sustancia que es agregada directa o indirectamente a los alimentos, ya sea sustancias agregadas durante cualquier punto desde la producción hasta su almacenaje), condiciones particulares para su utilización y conservación, eventuales riesgos en su consumo.
- Nombre y dirección persona responsable: del productor, empacador o distribuidor
- Lugar de origen: el país en donde se fabricó o fue elaborado.
- Idiomas necesarios: los establecidos de acuerdo al país donde se pretende exportar, en este caso el inglés.
- Código de Barras: no es un requisito impuesto por el gobierno de EE.UU., es recomendable su inclusión por temas comerciales. En EE.UU. se usa el código de barras Universal Product Code (UPC).
- País de Origen: las regulaciones de aduana en EE.UU. exigen que cada artículo importado incluya, en un lugar destacado, el nombre en inglés del país de procedencia del producto.
- Indicación contenida de grasas saturadas: Desde el 1 de enero 2006 los productos con un contenido superior a 0,05 gramos de grasa total por porción, deben incluir

información nutricional detallada en su etiquetado respecto del contenido de grasas saturadas. Si el total de grasas es inferior a 0,05 gramos por porción, se debe indicar al pie del etiquetado la frase: "The food is not a significant source of trans fat".

Capítulo III

3 MEDOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipos de investigación

Este estudio es de tipo exploratorio descriptivo por cuanto se parte de la información suministrada por los productores. Mediante la información se puede realizar un diagnóstico que permita llevar a cabo un análisis de la demanda del mercado destino y los pasos necesarios para poder realizar exportaciones al mercado estadounidense.

El presente estudio se enfoca en determinar ciertas características de una situación de oportunidad a la práctica de exportación de productos no tradicionales, por esta razón el estudio es de carácter descriptivo ya que estas características proporcionan una solución definiendo el problema y proporcionando diversas alternativas que luego se convierten en estrategias para el desarrollo de un mercado potencial como es el estadounidense, con un producto que tiene potencial para cubrir la demanda

3.1.1 Enfoque de la investigación

Estudio con enfoque cuantitativo. Es un estudio exploratorio por cuanto su contenido se construye dentro de un marco de referencia teórico y práctico, partiendo de un problema previamente conocido por el investigador, adicional se conseguirá información a través del análisis de la información referente al producto y al mercado destino, también con información que poseen las personas que trabajan en el medio, de encuestas a las personas objetivos, que nos ayudaran a reunir y sintetizar información.

3.1.2 Técnicas de investigación

Las técnicas de recolección de datos a emplear en el presente proyecto serán la encuesta y el análisis de datos.

La encuesta será realizada a los productores de miel de abeja del recinto Quimís de la provincia de Manabí sobre aspectos inherentes al tema. Así como la técnica de análisis de datos aportará con información importante para el desarrollo del presente proyecto.

3.2 Población y Muestra

De acuerdo a (Cristobal, 2010) la población es el conjunto de elementos, personas o individuos de los cuales queremos obtener un dato. Es el conjunto de información que caracterizan a un fenómeno.

La población a investigarse serán los productores de miel de abeja del recinto Quimís de la provincia de Manabí. La investigación tomará la totalidad de la población, en vista de su tamaño.

Los apicultores de este recinto están agremiados en la Asociación de apicultores 25 de julio, fueron constituidos en el 2004. Contando con 38 socios activos. (El Telegrafo, 2015) Se tomará el 100% del total de la población para el análisis de datos.

3.3 Análisis de los resultados

El análisis de los datos se realizó a través de la recolección de datos de los productores de miel de abeja. A continuación se presentan las tablas con los datos que se obtuvieron con la encuesta, la misma que se encuentra en el Anexo 1, realizada a los productores de miel de abaje del recinto Quimís de la provincia de Manabí:

Tabla 1: *¿Qué tiempo tiene como productor/vendedor de miel de abeja?*

Alternativas	Frecuencia	Peso
De 1 a 5 años	25	66%
De 5 a 10 años	9	24%
De 10 años en adelante	4	10%
Total	38	100%

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Se puede observar en la tabla 1 y en que el gráfico 13 a continuación, la mayor parte de los productores, un 66% de los mismos, llevan en la un lapso de tiempo entre 1 a 5 años en el negocio de la venta de miel de abeja.

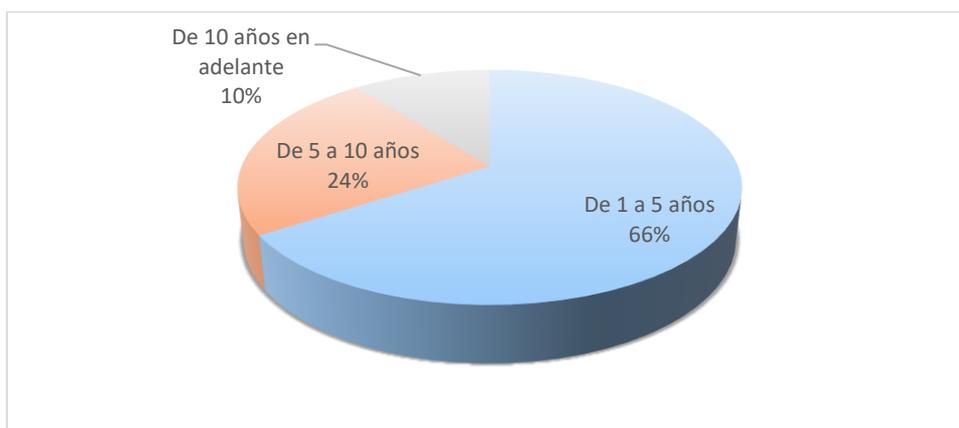


Gráfico 13: ¿Qué tiempo tiene como productor/vendedor de miel de abeja?

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Tabla 2: ¿Cree usted que su producto generaría mayores ingresos vendiendo al exterior?

Alternativas	Frecuencia	Peso
Si	19	50%
No	2	5,3%
Tal vez	17	44,7%
Total	38	100%

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

De acuerdo a la tabla 2 y el gráfico 14 a continuación, la mayoría de los productores consultados el 94.7% estima que es posible o aseguran que generarían mayores ingresos vendiendo su producto al exterior.

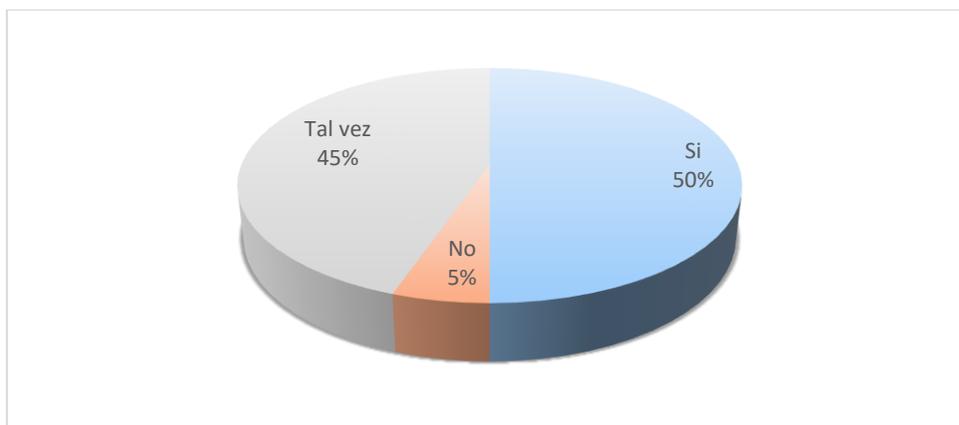


Gráfico 14: ¿Cree usted que su producto generaría mayores ingresos vendiendo su producto al exterior?

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Tabla 3: ¿Por qué no ha buscado vender al exterior su producto?

Alternativas	Frecuencia	Peso
Desconozco como hacerlo	31	81,6%
Prefiero vender localmente	7	18,4%
Otro motivo	0	0%
Total	38	100%

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

De acuerdo a los resultados de la tabla 3 se puede llegar a la conclusión que de los productores encuestados el 82% de los productores no tiene conocimientos sobre cómo vender su producto al exterior.

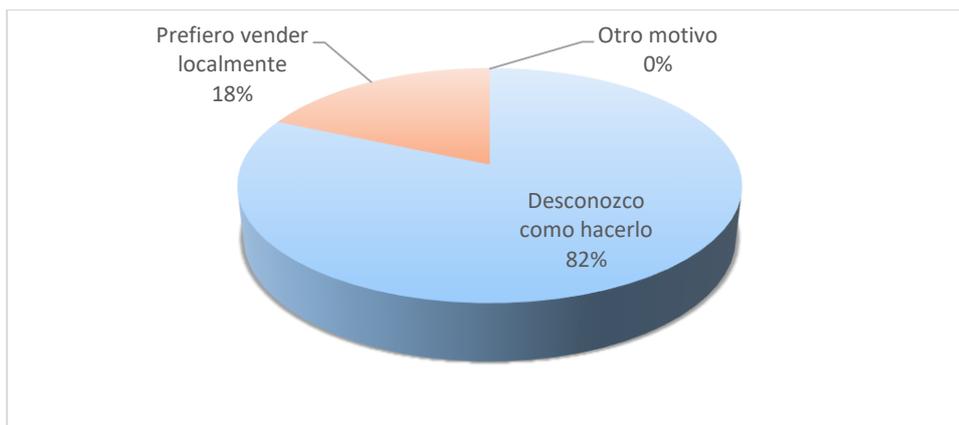


Gráfico 15: ¿Por qué no ha buscado vender al exterior su producto?

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Tabla 4: ¿Conoce el proceso de exportación (venta al exterior) de su producto?

Alternativas	Frecuencia	Peso
Si	0	0%
No	38	100%
Total	38	100%

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

De acuerdo a la tabla 4, el total de los productores consultados desconocen el proceso de exportación del producto.

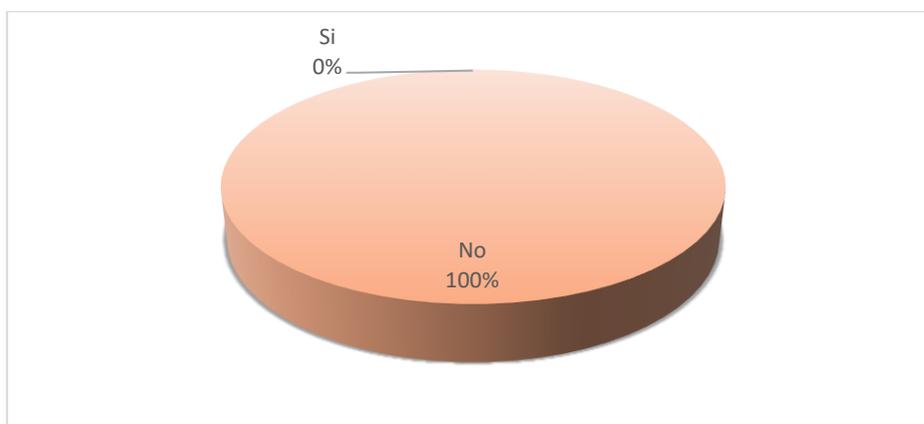


Gráfico 16: ¿Conoce el proceso de exportación (venta al exterior) de su producto?

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Tabla 5: ¿Si tuviera los conocimientos para exportar, cree usted que el mercado estadounidense es atractivo para vender su producto?

Alternativas	Frecuencia	Peso
Si	27	71,1%
No	3	7,9%
Tal vez	8	21,1%
Total	38	100%

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

De acuerdo a la tabla 5 de los productores encuestados el 71% cree atractivo el mercado estadounidense para vender su producto, contemplando el escenario que tienen el conocimiento para exportar.

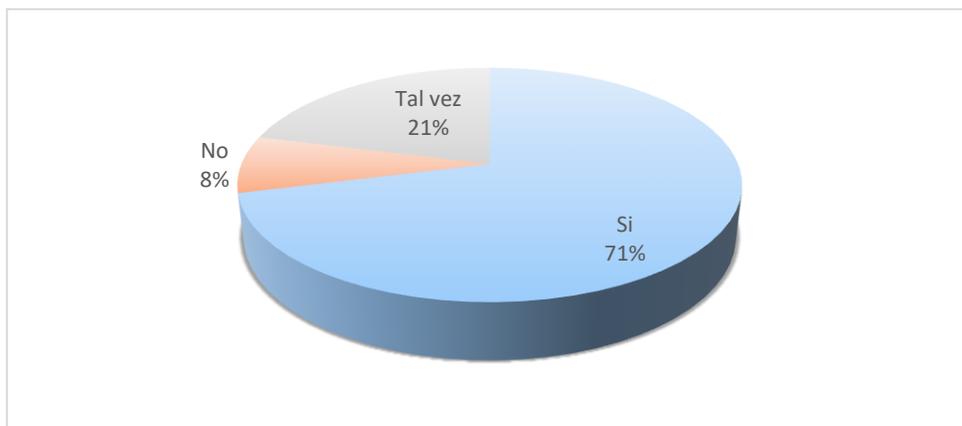


Gráfico 17: ¿Si tuviera los conocimientos para exportar, cree usted que el mercado estadounidense es atractivo para vender su producto?

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Tabla 6: *¿Estaría interesado en contar con un plan de exportación, que le ayude a exportar su producto a los Estados Unidos de América?*

Alternativas	Frecuencia	Peso
Si	32	84,2%
No	2	5,3%
Lo pensaría	4	10,5%
Total	38	100%

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

De acuerdo a la tabla 6 de los productores encuestados, el 84% se encontraría interesado en recibir información (en este caso un plan de exportación) que le brinde una ayuda para exportar su producto al mercado estadounidense.

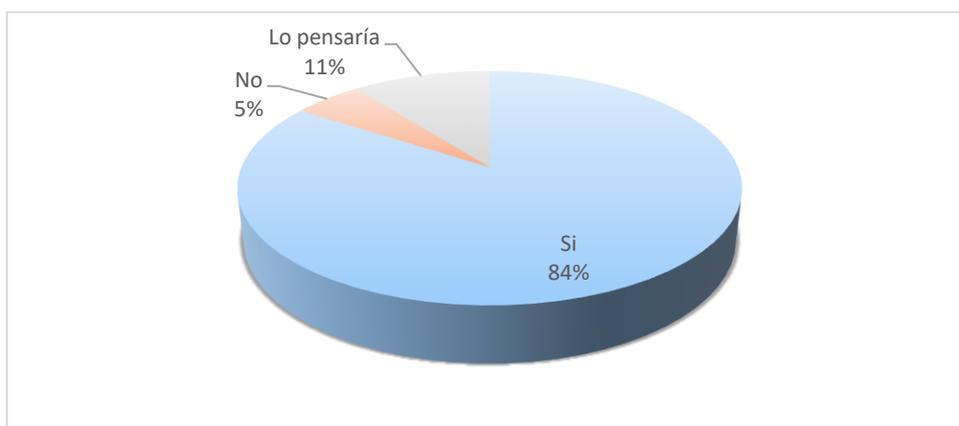


Gráfico 18: *¿Estaría interesado en contar con un plan de exportación, que le ayude a exportar su producto a los Estados Unidos de América?*

Fuente: Productores de miel

Elaborado por: Wilson Quichimbo

3.3.1 Análisis

Después de la toma de datos de los intervinientes relacionados con el tema de investigación, se observa el principal factor del por qué la miel de abeja no se ha exportado: desconocimiento de los procesos para realizar este proceso. Los comercializadores y productores tienen claro que sería una idea muy rentable este emprendimiento de la comercialización internacional.

También un factor que ha impedido la expansión de las exportaciones es porque las personas que están dentro del negocio han concentrado su comercialización a las ventas locales por falta de conocimiento de la oferta en otros mercados fuera del país.

Este es el caso del principal socio comercial que son los Estados Unidos de América con quienes se tienen acuerdos comerciales los cuales ayudan a incentivar el intercambio comercial. De igual manera los encuestados creen que es muy atractivo este mercado y el tener la posibilidad de llevar su producto al extranjero.

Capítulo IV

4 PROPUESTA

4.1 Propuesta del Plan de Exportación

De acuerdo con el análisis realizado en los capítulos anteriores sobre la demanda existente para el producto miel de abeja en el destino elegido, como los Estados Unidos de América, existe un mercado hacia donde exportar el producto.

Este mercado es el principal socio comercial del Ecuador tanto a nivel de exportaciones como de importaciones, y para el producto elegido el principal mercado comprador a nivel mundial como se podrá constatar con los datos en el presente capítulo.

Dentro de los productores consultados no existe conocimiento para la exportación del producto al mercado mencionado, por lo que al presentarse frente a estos retos y requerimientos no saben cómo afrontarlos por no estar preparados, conllevando a la inexistente motivación para expandir el negocio o ver la oportunidad existente al internacionalizar la venta de la miel de abeja.

4.2 Esquema del Plan de Exportación

A continuación, se presentará un esquema de un plan de exportación, con el detalle de lo que contendrá.

Etapa 1: Situación Actual

- Perfil de la compañía
- Análisis FODA

Etapa 2: Información del Producto

- Datos generales del producto

Etapa 3: Selección de mercados

- Preselección de mercados
- Priorización de mercados
- Selección final de mercados

Etapa 4: Inteligencia de mercados

- Perfil del país
- Comercio bilateral y acuerdos comerciales
- Tratamiento arancelario
- Requisitos

Etapa 5: Plan de trabajo

- Logística internacional
- Participación en ferias y misiones comerciales

Etapa 6: Plan económico

- Inversión inicial
- Depreciaciones y amortización
- Financiamiento
- Nómina del personal
- Costos de adquisición y de venta proyectado
- Proyecciones de costos
- Flujo de caja
- Estado de resultado proyectado
- Balance general
- Análisis VAR y TIR
- Punto de equilibrio

4.2.1 Etapa 1: Situación Actual

El exportador de miel debe desarrollar una breve descripción sobre la compañía incluyendo su misión, visión y objetivos como empresa, adicionando también información de las distintas áreas de la compañía que están relacionadas con la venta internacional del

producto, esto permitirá crear una relación entre la compañía y los objetivos con la meta final que es la exportación.

- Misión

Ser y crecer como una empresa emprendedora intermediaria del comercio local con el extranjero de materia prima como lo es la miel de abeja, buscando fomentar el progreso de pequeños y medianos productores, así como generar ganancias a nivel empresarial y gubernamental mediante la exportación.

- Visión

Llegar a liderar el mercado de la exportación de miel para el 2023, como principal fuente de ingreso.

- Objetivo general

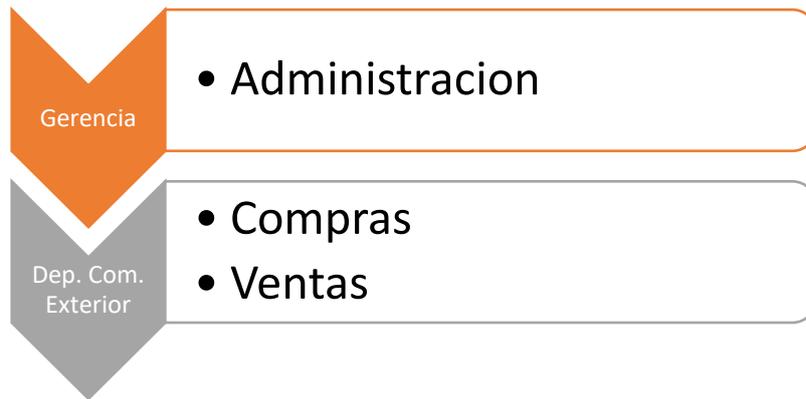
Determinar la viabilidad y factibilidad de un plan de exportación para la comercialización de miel de abeja en bruto al mercado estadounidense.

- Organigrama

La empresa exportadora está comprendida de 2 departamentos indispensables como lo son:

- Gerencia. - Se encarga de la parte administrativa general como la contabilidad, pagos, cobros y demás papeleos.
- Departamento de Comercio Exterior. – Se encarga de las respectivas cotizaciones y compras de la miel en bruto para posterior proceder a buscar clientes para poder exportar.

Cada uno de los departamentos asignados son indispensables para realizar la exportación ya que van de la mano cada proceso, permitiendo así un trabajo de calidad.



4.2.1.1 Perfil de la compañía

En esta sección el exportador realiza una descripción de la compañía la siguiente información:

- Breve reseña
- Nombre de la compañía
- Nombre del presidente o representante legal
- Constitución legal, tipo de negocio
- Año en que se estableció el negocio
- Información de contacto

Exportadora Quichimbo S.A. es una empresa emprendedora-privada, dedicada a la compra y comercialización de Miel de Abeja en bruto hacia el mercado estadounidense, buscando de esta manera el incremento de la balanza comercial, que es el crecimiento tanto para el país como crecimiento personal.

Tabla 7: Datos de Empresa

Datos de la Empresa	
Nombre del Representante Legal	Wilson André Quichimbo Fernández
Nombre de la empresa	Exportadora Quichimbo S.A.
Fecha de Constitución	9 de agosto 2016
Marca	ANA HONEY PURE
Domicilio	Guayaquil – Ecuador
Actividad	Comercialización y Exportación de Miel de Abeja
Contactos	Móvil +593 987207937

Etiqueta marca de Miel

“Ana Honey Pure”



Razón Social

“Exportadora Quichimbo S.A.”



Esto ayudará a brindar información a los potenciales clientes creando una buena primera impresión, se podría llegar a decir que sería la carta de presentación indicando el quién es, el qué busca y el hacia dónde va de la compañía

Se describe de igual manera la industria a la que pertenece, en este caso sería apicultura; también es recomendable indicar si se pertenece algún tipo de agremiación del sector, esto brindará un soporte adicional en el marco legal y productivo.

4.2.1.2 Análisis FODA de la compañía

En esta sección el exportador se realiza un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la compañía, siendo una herramienta que permite identificar los factores del ámbito interno (Fortalezas y Debilidades) como son los recursos tanto técnicos, tecnológicos y humano.

De igual manera se analiza también los factos del ambiente externo (Oportunidades y Amenazas) como son los proveedores, competidores, canales de distribución, consumidores, economía, ecología, entre otros.



Gráfico 19: Análisis FODA

Elaborado por: Wilson Quichimbo



4.2.2 Etapa 2: Información del producto

Se desarrolla en dos secciones definiendo el portafolio de productos y luego los productos seleccionados.

- Como adicional, si se desea puede incluirse un cuadro indicando expectativas del cliente con criterios tales como calidad, precio, servicios, accesibilidad, comunicación, seguridad; a continuación, un ejemplo:

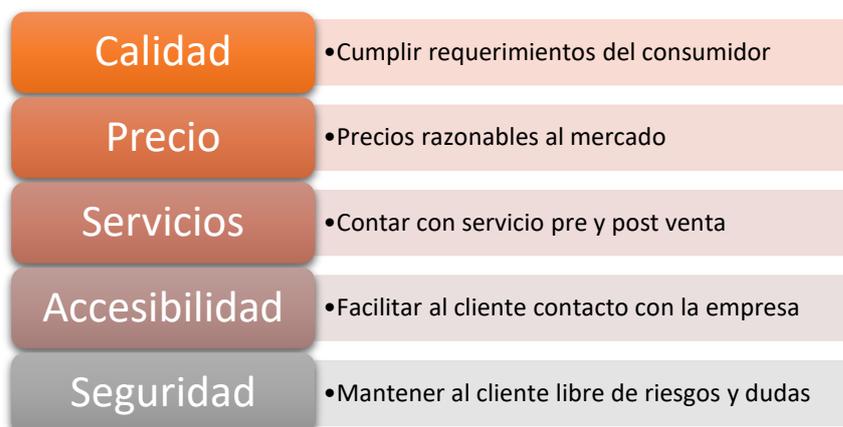


Gráfico 20: Expectativas de clientes

Elaborado por: Wilson Quichimbo

4.2.2.1 Datos generales del producto

Se dan a conocer todos los productos que ofrezca la compañía. Se puede presentar como un catálogo o portafolio donde conste una descripción detallada de las características y propiedades de los mismos.

Con esto se podrá presentar de manera esquematizada toda la oferta de productos y/o servicios de la compañía, incluyendo aquellos que no vayan a seleccionarse para la exportación. Para la Exportadora Quichimbo S.A. el único producto es la miel de abeja en fundas asépticas de polietileno dentro de baldes de 20 litros que tienen las siguientes especificaciones:

- Diámetro interior de la boca 293mm
- Diámetro de la base 265mm
- Altura 386mm
- Peso 769grs
- Altura tapa 29mm



4.2.3 Etapa 3: Selección de mercados

Esta etapa se dedica a la selección de los mercados adecuados para la exportación del producto seleccionado. De los datos obtenidos de la Base de datos de las Naciones Unidas (*UN Comtrade Database*) Se analizarán los temas que se desarrollan en las siguientes secciones.

4.2.3.1 Preselección de mercados

Como principio básico la internacionalización de un producto es su puesta a la venta en el exterior, puede realizarse a cualquier parte del mundo, por lo que el primer paso para la búsqueda de mercados es hacer una selección de los países que presente un mayor interés en el producto a ofertar.

En el gráfico 13 que se encuentra a continuación se pueden observar los 10 principales importadores a nivel mundial del producto miel de abeja, en conjunto representan el 72% de la comercialización internacional. (Centro de Comercio Internacional, 2017)

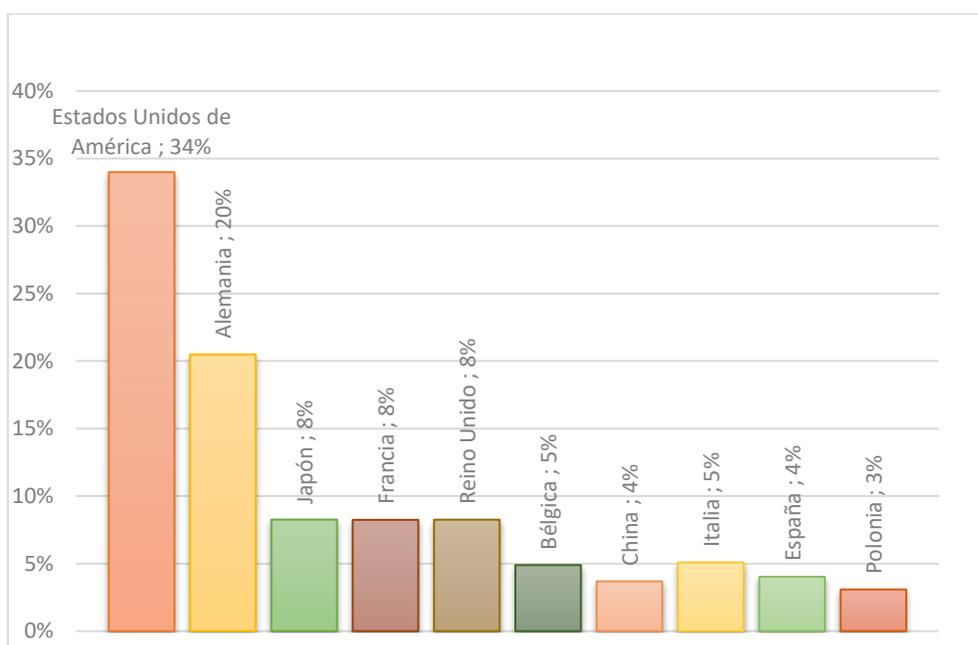


Gráfico 21: Diez principales importadores de miel de abeja periodo 2012-2016

Fuente: (Centro de Comercio Internacional, 2017)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

De acuerdo con el total de ventas de miel de abeja natural en el periodo comprendido entre el 2012 y el 2016, los principales mercados compradores son los siguientes:

Tabla 8: Principales Compradores

Mercado/País	2012	2013	2014	2015	2016	Total (Toneladas)	Peso
E.U.A.	141.016	153.065	165.945	175.205	166.516	801.746	26,50%
Alemania	87.022	92.632	83.256	87.068	81.959	349.978	14,28%
Japón	36.823	39.030	37.870	36.222	48.445	198.389	6,56%
Reino Unido	33.231	38.337	39.029	41.876	40.830	193.302	6,39%

Fuente: (Centro de Comercio Internacional, 2017)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Sobre los países mencionados en la tabla 8 se procederá hacer un perfil y realizar un análisis comparativo de cuál es el mercado más apto para ofertar la miel de abeja, teniendo un mercado principal y el siguiente mejor puntuado como el mercado secundario.

4.2.3.2 Priorización de mercados

El primer mercado a analizar será ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.

Datos generales

- Población: 326,625,791 habitantes
- Ubicación: América del Norte
- Tipo de gobierno: República federal
- Tercer país en tamaño detrás de Rusia y Canadá
- Tercer país en población detrás de China e India

Datos económicos

- PIB: USD 18.56 billones
 - Crecimiento:
 - 1.6% (2016)
 - 2.6% (2015)
 - 2.4% (2014)
- Acuerdos comerciales con el país de origen: Sí, es beneficiario del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)
- Distancia con el país de origen: 4,691 Kms
 - Cantidad de puertos de acceso logístico:
 - Océano Pacífico: Los Ángeles, Long Beach, Seattle-Tacoma, Oakland
 - Océano Atlántico: New York, New Jersey, Savannah, Brunswick, Virginia, Houston, Charleston, Georgetown y Miami
- Oficinas comerciales del país de origen: Sí, en New York, Los Ángeles, Miami y Chicago

Relacionados al producto

- Posición en importaciones del producto: 1ro

- Crecimiento en importaciones del producto en los últimos 4 años: 9%, 8%, 6% y -5%
- Barreras arancelarias y no arancelarias hacia el producto: Ad Valorem 0,46%, certificados de origen

El segundo mercado a analizar será ALEMANIA

Datos generales

- Población: 80,594,017 habitantes
- Ubicación: Europa Central
- Tipo de gobierno: Republica parlamentaria
- El país con mayor población en Europa

Datos económicos

- PIB: USD 3.98 billones
 - Crecimiento:
 - 1.8% (2016)
 - 1.5% (2015)
 - 1.6% (2014)
- Acuerdos comerciales con el país de origen: Sí, firmado en noviembre del 2016 el protocolo de adhesión al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados Miembros por una parte, y Colombia y el Perú, por otra
- Distancia con el país de origen: 10,071 Kms
 - Puertos de acceso logístico: Hamburg, Bremen-Bremerhaven, Duisburg-Ruhrort y JadeWeserPort
- Oficinas comerciales del país de origen: Sí, en Hamburgo

Relacionados al producto

- Posición en importaciones del producto: 2do
- Crecimiento en importaciones del producto en los últimos 4 años: 6%, -10%, 5% y -6%
- Barreras arancelarias y no arancelarias hacia el producto: Ad Valorem 0%, certificados de origen

El tercer mercado a analizar será JAPÓN

Datos generales:

- Población: 126,451,398 habitantes
- Ubicación: Este asiático
- Tipo de gobierno: Monarquía constitucional
- Compuesto por 4 grandes islas (Hokkaido, Honshu, Shikoku y Kyushu) y miles de pequeñas islas e islotes

Datos económicos:

- PIB: USD 5.238 billones
 - Crecimiento:
 - 1% (2016)
 - 1.2% (2015)
 - 0.3% (2014)
- Acuerdos comerciales con el país de origen: Sí, desde el 2011 es beneficiario del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) Japonés
- Distancia con el país de origen: 14.666 Kms
 - Principales puertos de acceso logístico: Kobe, Nagoya, Osaka, Tokyo y Yokohama
- Oficinas comerciales del país de origen: Sí, en Tokyo

Relacionados al producto:

- Posición en importaciones del producto: 3ro
- Crecimiento en importaciones del producto en los últimos 4 años: 6%, -3%, -4% y 34%
- Barreras arancelarias y no arancelarias hacia el producto: Ad Valorem 25,50%, certificados de origen

El último mercado a analizar será REINO UNIDO

Datos generales:

- Población: 64,769,452 habitantes
- Ubicación: Oeste europeo
- Aun pertenece a la Unión Europea pero no maneja el mismo sistema monetario
- Tercer economía de Europa detrás de Alemania y Francia

Datos económicos:

- PIB: USD 2.786 billones
 - Crecimiento:
 - 1.8% (2016)
 - 2.2% (2015)
 - 3.1% (2014)
- Acuerdos comerciales con el país de origen: Sí, firmado en noviembre del 2016 el protocolo de adhesión al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados Miembros por una parte, y Colombia y el Perú, por otra
- Distancia con el país de origen: 9.221 Kms
 - Principales puertos de acceso logístico: Felixstowe, Southampton, London, Grimsby, Immingham y Milford Haven
- Oficinas comerciales del país de origen: Sí, en Londres

Relacionados al producto:

- Posición en importaciones del producto: 4to
- Crecimiento en importaciones del producto en los últimos 4 años: 15%, 2%, 7% y -2%
- Barreras arancelarias y no arancelarias hacia el producto: Ad Valorem 0%, certificados de origen

Obtenidos los datos de cada mercado para la evaluación se puede otorgar un peso y sobre un total de 10 sacar la valoración de cada uno de los criterios antes mencionados:

Tabla 9: *Matriz comparativa de mercados*

	PESO	E.U.A.	Alemania	Japón	Reino Unido
PIB	20%	10	8	9	7
Nivel de crecimiento	15%	8	10	6	9
Acuerdos comerciales	25%	9	9	9	9
Barreras arancelarias	30%	9,5	10	6	10
Posición comprador a nivel mundial del producto	10%	10	8	8	7
TOTAL	100%	9,30	9,15	7,45	8,70

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Como se puede observar en la tabla 9 de acuerdo a los pesos otorgados a cada criterio se procede a elegir el mercado que tenga mayor peso como el objetivo y el segundo como el alterno.

4.2.3.3 Selección final de mercados

Luego de realizados el análisis detallado en la sección anterior, quedarán con mayor puntaje los mercados con las características más favorables, con estos datos se puede establecer el mercado objetivo y el mercado alterno.

Para el ejemplo desarrollado quedaría de la siguiente manera:

- Mercado objetivo: Estados Unidos de América
- Mercado alterno: Alemania

Dentro del mercado objetivo la locación donde se realizaran las exportaciones será el ciudad de Nueva York, que forma parte de uno de los cinco distritos metropolitanos que componen la ciudad de Nueva York.

La cual consta con una población de más de 8,5 millones de habitantes, de acuerdo al último censo del año 2016. (U.S. Census Bureau, 2016)

4.2.4 Etapa 4: Inteligencia de mercados

4.2.4.1 Perfil del país

En esta sección se desarrollan los perfiles del mercado objetivo y alterno, lo cual permitirá tener una idea general básica sobre los países, que contendrá información administrativa, política, económica, demográfica, entre otras.

Es recomendable elaborar una tabla con estos datos básicos, la cual brindará la información de manera estructurada, un ejemplo se encuentra en el Anexo 2.

Mercado objetivo:

Tabla 10: Perfil de país objetivo

Perfil Básico	
Nombre oficial	Estados Unidos de América
Capital	Washington DC
Nacionalidad	Estadounidense
Idioma	Inglés 79%, Español 13%, otros 10%
Huso horario	UTC-5, UTC-6, UTC-7 y UTC-8

Perfil Geográfico	
Límites	Canadá por el norte, México por el sur, el Océano Pacífico al oeste y el Océano Atlántico al este
Área	9,833,517 Kms ²
Características	Plano en la parte central, montañoso en el oeste y montañas bajas en el este, volcánico en las islas de Hawái
Clima	Normalmente templado, pero Tropical en la parte de Hawái y Florida, ártico en Alaska

Perfil Demográfico											
Población	323,995,528 habitantes										
Población Urbana	82%										
Composición étnica	Blancos 72.4%, negros 12.6%, asiáticos 4.8%, indígenas nativos y de Alaska 0.9%, nativos de las islas del Pacífico 0.2% y otras 9.1%										
Composición religiosa	Protestante 46.5%, católica 20.8%, mormón 1.6%, judíos 1.9%, sin religión 22.8% y otras 8%										
Tasa de crecimiento poblacional	0.8% anual										
Estructura de edades	<table border="0"> <tr> <td>0-14 años</td> <td>18.73%</td> </tr> <tr> <td>15-24 años</td> <td>13.27%</td> </tr> <tr> <td>25-54 años</td> <td>39.45%</td> </tr> <tr> <td>55-64 años</td> <td>12.91%</td> </tr> <tr> <td>65 años en adelante</td> <td>15.63%</td> </tr> </table>	0-14 años	18.73%	15-24 años	13.27%	25-54 años	39.45%	55-64 años	12.91%	65 años en adelante	15.63%
0-14 años	18.73%										
15-24 años	13.27%										
25-54 años	39.45%										
55-64 años	12.91%										
65 años en adelante	15.63%										
Edad media	37.9 años										

Perfil Económico	
Moneda	US Dólar
Tasa de cambio	Misma moneda
PIB	USD 18.56 billones
Tasa de crecimiento del PIB	1.6% al año 2016
PIB per cápita	USD 57,400

Composición del PIB	68.6% Consumo doméstico, 17.7% Consumo gubernamental 15.9% Inversiones en activos fijos 12% Exportaciones de bienes y servicios -14.7% Importaciones de bienes y servicios 0.5% Inversiones en existencias
Población activa	158.6 millones
Tasa de desempleo	4.7% al año 2016
Tasa de inflación	1.3% al año 2016
Industrias	Innovación en alta tecnología, segundo productor industrial a nivel mundial, petróleo, acero, vehículos, aeroespacial, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera, minería entre otros
Tasa de crecimiento de producción	2.1% al año 2016
Balanza comercial	USD 1,539.1 millones
Exportación hacia el país	USD 5,436 millones
Principales productos de exportación	Petróleo, banano, rosas frescas, camarón, cacao, langostino, flores, atún
Importación desde el país	USD 3,896.9 millones
Principales productos de importación	Diésel, gasolina, propano licuado, aceites, teléfonos

Perfil Político	
Tipo de gobierno	República Federal
Poder Ejecutivo	Donald J. Trump desde el 20 de enero del 2017
Poder Legislativo	Congreso compuesto por: Senado y Cámara de Representantes
Poder Judicial	Corte suprema compuesta por un presidente y ocho jueces asociados
Partidos políticos y líderes	Sistema bipartidista con: Partido Republicano liderado por Ronna Romney McDaniel y el Partido Demócrata liderado por Tom Pérez

Fuente: (Central Intelligence Agency, 2017)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Mercado alterno:

Tabla 11: *Perfil de país alterno*

Perfil Básico	
Nombre oficial	República Federal de Alemania
Capital	Berlín
Nacionalidad	Alemán
Idioma	Alemán
Huso horario	UTC+1 y en verano UTC+2

Perfil Geográfico	
Límites	Dinamarca, Mar del Norte y Mar Báltico por el norte, Suiza y Austria por el sur, Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo y Francia por el oeste y Polonia y República Checa por el este
Área	357,022 Kms2
Características	Plano en el norte, montañoso en el centro y los Alpes Bavarios en el sur
Clima	Temperado y marino, viento cálido ocasional en las montañas

Perfil Demográfico											
Población	80,594,017 habitantes										
Población Urbana	75.7%										
Composición étnica	Alemanes 91.5%, turcos 2.4%, otros 6.1% (compuesto principalmente por polacos, italianos, rumanos, sirios y griegos)										
Composición religiosa	Católica 29%, protestante 27%, musulmán 4.4%, cristianos ortodoxos 1.9%, otras 1.7% y ninguna o sin religión aparente 36%										
Tasa de crecimiento poblacional	-0.2% anual										
Estructura de edades	<table border="0"> <tr> <td>0-14 años</td> <td>12.82%</td> </tr> <tr> <td>15-24 años</td> <td>10.09%</td> </tr> <tr> <td>25-54 años</td> <td>40.45%</td> </tr> <tr> <td>55-64 años</td> <td>14.58%</td> </tr> <tr> <td>65 años en adelante</td> <td>22.06%</td> </tr> </table>	0-14 años	12.82%	15-24 años	10.09%	25-54 años	40.45%	55-64 años	14.58%	65 años en adelante	22.06%
0-14 años	12.82%										
15-24 años	10.09%										
25-54 años	40.45%										
55-64 años	14.58%										
65 años en adelante	22.06%										
Edad media	46.8 años										

Perfil Económico	
Moneda	Euro
Tasa de cambio	USD 1 = EUR 0.85
PIB	USD 3.47 billones
Tasa de crecimiento del PIB	1.8% al año 2016
PIB per cápita	USD 48,100
Composición del PIB	53.7% Consumo doméstico, 19.5% Consumo gubernamental 20.1% Inversiones en activos fijos 45.7% Exportaciones de bienes y servicios -38% Importaciones de bienes y servicios -1% Inversiones en existencias
Población activa	45.3 millones
Tasa de desempleo	4.3% al año 2016
Tasa de inflación	0.4% al año 2016

Industrias	Entre los primeros y tecnológicamente avanzado productores de hierro, acero, carbón, cemento, productos químicos, maquinaria, vehículos, electrónica, alimentos y bebidas, construcción naval, textiles entre otros
Tasa de crecimiento de producción	1.5% al año 2016
Balanza comercial	USD 148.3 millones
Exportación hacia el país	USD 530.7 millones
Principales productos de exportación	Banano, café, cacao, atún
Importación desde el país	USD 382.4 millones
Principales productos de importación	Medicamentos, productos de laboratorio, insumos médicos, máquinas de envasado y para medicamentos

Perfil Político	
Tipo de gobierno	República Parlamentaria
Poder Ejecutivo	Frank-Walter Steinmeier - Presidente Federal y Angela Merkel - Canciller
Poder Legislativo	Formado por la Asamblea Federal o Bundestag y el Consejo Federal o Bundesrat
Poder Judicial	Compuesto por la Corte Federal Constitucional y Cortes Superiores Federales
Partidos políticos y líderes	Sistema multipartidista compuesto en la actualidad por: Unión Demócrata Cristiana liderado por Angela Merkel, Unión Social Cristiana liderado por Horst Seehofer, Partido Socialdemócrata de Alemania liderado por Martin Schulz, Alternativa para Alemania liderado por Jörg Meuthen, Partido Democrático Libre liderado por Cristian Lindner, La Izquierda liderado por Katja Kipping, y Alianza 90/Los Verdes liderado por Cem Özdemir

Fuente: (Central Intelligence Agency, 2017)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

4.2.4.2 Comercio bilateral y acuerdos comerciales

En esta sección se detallará el intercambio comercial existente entre Ecuador y el país destino. Mostrando a través de tablas y gráficos la tendencia existente dentro de los últimos cinco años.

Se puede observar en el gráfico 22 el comercio bilateral es fuerte entre Ecuador y los Estados Unidos de América (EUA), siendo este el mayor socio comercial que tiene el país, representando en los cinco últimos años una participación siempre mayor al 30%.

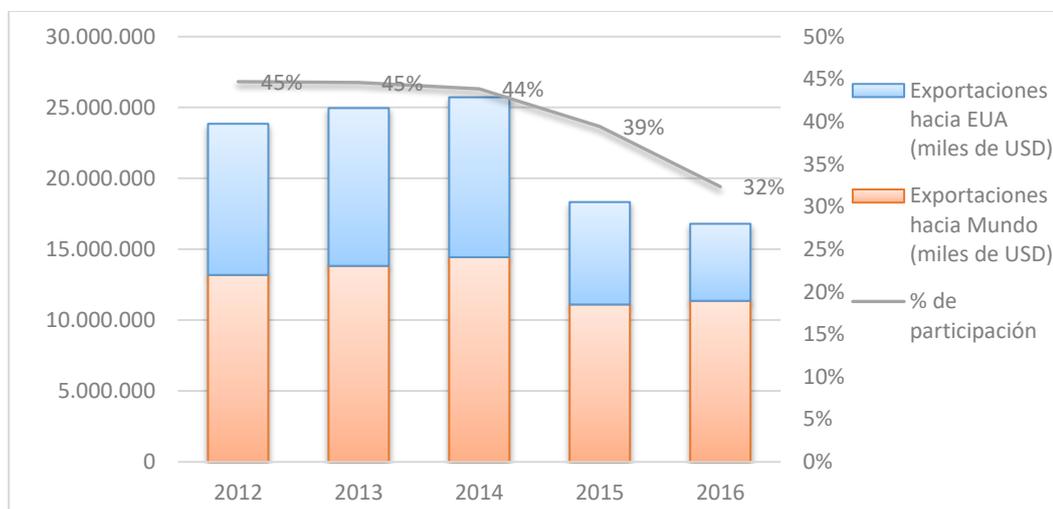


Gráfico 22: Evolución exportaciones de Ecuador y participación de EUA

Fuente: (Centro de Comercio Internacional, 2017)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

De igual manera en el gráfico 23 se puede observar la participación de las importaciones desde los Estados Unidos de América (EUA) sigue siendo este el mayor socio comercial, representando en los cinco últimos años una participación siempre mayor al 20%.

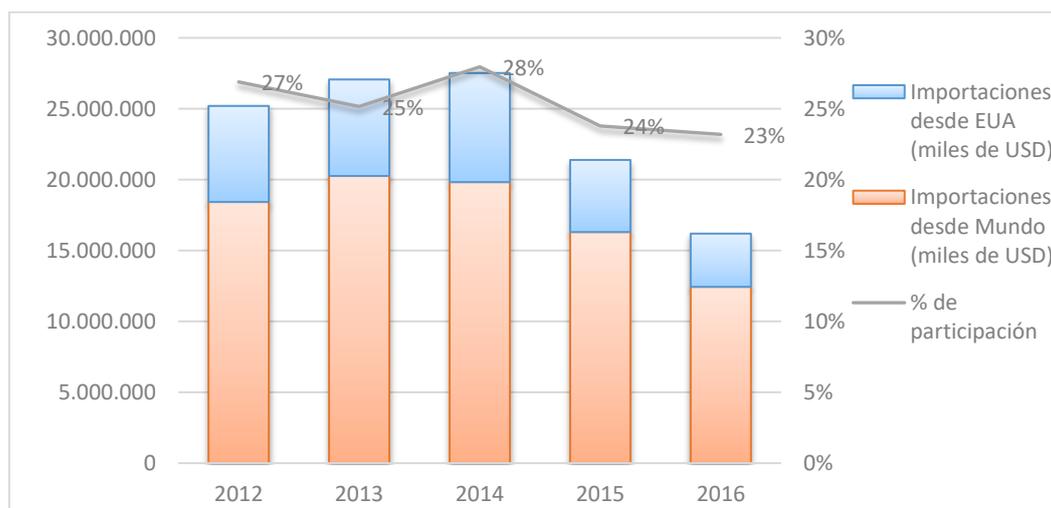


Gráfico 23: Evolución importaciones de Ecuador y participación de EUA

Fuente: (Centro de Comercio Internacional, 2017)

Elaborado por: Wilson Quichimbo

Los acuerdos comerciales del tipo tratados de libre comercio o asociaciones comerciales, como por ejemplo la Comunidad Andina de Naciones (CAN) o la Unión Europea, brindan ventajas al momento de establecer un comercio internacional entre sus países intervinientes.

La relación con los Estados Unidos de América tiene vigente el convenio del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), por lo que es prioritario identificar si el producto a exportar se encuentra amparado: para este producto el valor por aranceles es del 0%, siendo un indicador importante a tener en cuenta para poder ingresar al país.

4.2.4.3 Tratamiento arancelario

Para la importación o exportación de productos a cualquier mercado debe clasificarse mediante una nomenclatura arancelaria del Sistema Armonizado, clasificación estándar a nivel internacional establecida por la Organización Mundial de Aduanas el cual consta de 6 dígitos.

Ecuador como país miembro de la CAN, se encuentra sujeto a la Nomenclatura Común NANDINA el cual consta de 8 dígitos. Para una exportación se debe identificar el código asignado en el país, que pueden agregar más dígitos de requerirlos, en el caso específico de los Estados Unidos de América es el Arancel Armonizado de Aduanas de Estados Unidos (HTSUS, por sus siglas en inglés) con 8 dígitos para su codificación. (United States International Trade Commission, 2012)

Esta codificación establecerá las regulaciones arancelarias, impuestos, derechos, etc., que se aplican a los productos que ingresan a dicho mercado.

4.2.4.4 Requisitos

Cada mercado define los requisitos mínimos que deberán cumplir los productos que ingresen para importación. Que pueden depender de lo siguiente:

- Que competen al producto y sus características:
 - Sanitarios,
 - Fitosanitarios,

- Ecológicos,
- Técnicos,
- Normativos,
- Estándares, entre otros;
- O del tipo licencias que dependen de:
 - Características,
 - Destino,
 - Origen,
 - Uso final que se dará.

Por ejemplo, para el producto Miel de Abeja en el mercado estadounidense es necesario el control de Administración de Alimentos y Medicamentos de EE.UU. (FDA, por sus siglas en inglés) que abarcan desde el registro previo de la compañía, la notificación de entrada y el etiquetado de los productos.

4.2.5 Etapa 5: Plan de trabajo

Se desarrolla el plan de acción que resume los pasos necesarios para dar inicio a la exportación, se encuentra conformada por dos partes.

4.2.5.1 Logística Internacional y Transporte Internacional de Carga

En esta etapa del plan se detallará todo el proceso paso a paso que el exportador deberá cumplir para el envío de la carga. Los parámetros de la negociación que pactará para el desarrollo de este plan será FCA, que significa que el vendedor entrega la mercadería a bordo del avión designado por el comprador dentro del puerto de embarque. El riesgo de pérdida o daño de la mercadería se transmite cuando la mercadería se encuentra a bordo del buque, y el comprador asume todos los costos a partir de ese momento.

Se revisaran las diferentes plataformas en las cuales se tiene que realizar los registros para obtener los usuarios y claves respectivos, para realizar los trámites necesarios.

En primer lugar se requiere el registro en los portales del Banco Central y Aduana del Ecuador, como de Agrocalidad como se mencionó en el capítulo II como son:

- Firma electrónica
 - Registro Sistema Ecuapass
 - Registro ante US Food and Drug Administration
 - Registro como Exportador ante la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD
 - Elaboración de la Declaración Aduanera de Exportación
-
- *Comprador en el mercado estadounidense*

Cadena de supermercados Greenmarket fue constituida en el año de 1976 buscando asegurar que los ciudadanos de Nueva York accedan a productos frescos y sanos. Cuenta con cuatro marcas de supermercados Greenmarket Co., Youthmarket, Fresh Food Box, y Wholesale Greenmarket. Contando con más de 50 tiendas en la ciudad de Nueva York. (GrowNYC, 2010). El medio de pago será transferencia bancaria a 30 días plazo de recibida la carga.

- ***Transporte Internacional***

En este caso, el transporte internacional será designado por el comprador. La empresa importadora será quien dé instrucciones a la aerolínea de carga. Con los datos que indiquen se coordinará la reserva del espacio para el embarque.

En este caso se generará un Airwaybill, el cual debe ser revisado y enviado con los datos correctos en cada campo dentro del tiempo límite para realizarlo. Si se realizan cambios fuera de tiempo se generarán costos extras.

Adicional, se tiene que emitir por parte del exportador 48 horas previas al despegue del avión un documento llamado 10+2 o Importer Security Filing. Este documento tiene los campos similares a los del conocimiento de embarque con la diferencia que pide

especificaciones del origen del producto, partida arancelaria o HS-code, lugar donde es cargada la unidad; etc. Se imprime en hoja formato del exportador, firmado y sellado se envía por correo electrónico al comprador para que a su vez ellos lo entreguen a su broker de aduanas y lo registre en el sistema. En el caso que esto no se realice en el tiempo antes mencionado se presentan penalidades monetarias bastante altas en destino.

4.2.5.2 Participación en ferias y misiones comerciales

Luego de desarrollado todo el plan de exportación, es importante teniendo la información, participar en ferias y misiones comerciales, y demás rondas de negocio que estén acorde a la industria y producto a exportar.

Para desarrollar el plan de crecimiento y negociación se buscara alianzas con empresas intermediadoras como lo es CEREXG Technology y el apoyo de la PNUD Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), potenciando los servicios mediante la compra y venta dentro de la plataforma de CEREXG y el apoyo de ODS.



Gráfico 24: Plataforma de negociación de productos agrícolas CEREXG

Fuente: (CEREXG Technology, 2017)

Se buscara alianza con PRO ECUADOR, principal entidad del estado en dar apoyo a los microempresarios, para así de esta manera participar de los diferentes eventos que organiza esta institución, de igual manera darse a conocer aún más al mercado nacional e internacional

y fomentar el emprendimiento ecuatoriano. Para ello se deben cumplir ciertos requisitos (formulario de inscripción) que pide PRO ECUADOR como exportador:

- Tipo de Empresa
- Actividad
- Información de la Empresa
 - Nombre
 - RUC
 - Ciudad y provincia
 - Dirección
 - Teléfonos
 - Sitio web
 - Persona de Contacto
 - Cargo
 - E-mail y teléfono del contacto
 - Tiempo de funcionamiento
- Tamaño de la empresa
 - Si pertenece a algún Gremio indicar nombre.
 - Productos a ofertar, cantidad y frecuencia

Requisitos para Exportar post registro:

- Documentos y Certificados
- Certificados Internacionales
- Incoterms
- Logística y Transporte

Una vez registrados podemos participar de las diferentes ferias internacionales y demás beneficios que tiene PRO ECUADOR.

4.2.6 Etapa 6: Plan Económico

Realizar un análisis de viabilidad económica-financiera del plan de exportación, será de gran ayuda para el análisis de los costos de exportación, analizando los márgenes de contribución a los costos fijos relacionados; es recomendable definir el plazo de ejecución de la propuesta para definir una línea base y el impacto en la empresa.

Establecer una proyección financiera, será una herramienta importante para determinar cómo se financiará la exportación, identificar necesidades de crédito y tener una presentación estructurada de toda la información financiera necesaria.

Es frecuente la utilización de premisas y estimados que contribuyan a elaborar los estados y en base a estos realizar una evaluación de la viabilidad financiera del plan de exportación.

Inversión Inicial

Exportadora Quichimbo abre sus funciones con una inversión inicial que indicamos a continuación:

Tabla 12: *Inversión Inicial*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
INSTALACIONES			
INSTALACIONES (ADECUACIONES)	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<u>MUEBLES Y ENSERES</u>			
EQUIPOS DE OFICINA			\$ 600,00
SILLAS HIDRAULICAS SIN BRAZO	2	\$ 40,00	\$ 80,00
AIRE ACONDICIONADO	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TELEFONO	2	\$ 10,00	\$ 20,00
EQUIPOS DE COMPUTACION			\$ 890,00
COMPUTADORAS	2	\$ 400,00	\$ 800,00
IMPRESORA MULTIFUNCION	1	\$ 90,00	\$ 90,00
	TOTAL		\$ 1740,00

La compañía estará integrada por dos empleados para lo cual es necesario comprar los muebles y enseres que equiparan la oficina donde funcionará, teniendo un total de \$1.740,00 como inversión inicial como consta en la tabla 12.

Inversión Total Anual

Tabla 13: *Total Inversión Anual*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSTALACIONES	\$ 250	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 600	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 890	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL INVERSIONES	\$ 1.740	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

La inversión total será en el primer año como consta en la tabla 13.

Tabla 14: *Gastos Preoperativos*

GASTOS PREOPERATIVOS

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO
CONSTITUCIÓN CÍA.	\$ 240
RESERVA LEGAL	\$ 800
SOFTWARE CONTABLE	\$ 400
LICENCIA PARA EXPORTAR	\$ 200
TOTAL	\$ 1.640

En los gastos preoperativos constan los gastos previos al funcionamiento de la compañía, como es la constitución de la compañía y demás licencias obteniendo un total de \$1.640,00 como consta en la tabla 14.

Depreciación y Amortización

Tabla 15: *Depreciación y Amortización Proyectada*

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN					
INSTALACIONES					
10%	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
EQUIPOS DE OFICINA					
10%	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					
33%	\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 296,66		
TOTAL DEPRECIACIÓN	\$ 381,67	\$ 381,67	\$ 381,66	\$ 85,00	\$ 85,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 381,67	\$ 763,33	\$ 1.144,99	\$ 1.229,99	\$ 1.314,99

Los activos generan depreciación y amortización anual y deberán ser calculados de acuerdo a cada activo, se puede observar el valor anual en la tabla 15.

Depreciación y Amortización Acumulada

Tabla 16: Depreciación Acumulada

ACTIVOS FIJOS TOTALES	\$ 1.740,00	\$ 1.740,00	\$ 1.740,00	\$ 850,00	\$ 850,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	-\$ 381,67	-\$ 763,33	-\$ 1.144,99	-\$ 340,00	-\$ 425,00
ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 1.358,33	\$ 976,67	\$ 595,01	\$ 510,00	\$ 425,00

En la tabla 16 se puede observar que el valor de los activos fijos ira decreciendo de acuerdo a la depreciación de cada tipo.

Tabla 17: Amortización Acumulada

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AMORTIZACION	\$ 328	\$ 328	\$ 328	\$ 328	\$ 328
AMORTIZACION ACUMULADA	\$ 328	\$ 656	\$ 984	\$ 1.312	\$ 1.640

La amortización ira incrementando hasta completar el valor de los gastos preoperativos iniciales de acuerdo a la tabla 17.

Tabla 18: Gastos Pre-operativos Acumulados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 1.640	\$ 1.640	\$ 1.640	\$ 1.640	\$ 1.640
(-) AMORTIZACION ACUMULADA	-\$ 328	-\$ 656	-\$ 984	-\$ 1.312	-\$ 1.640
GASTOS PREOPERATIVOS NETOS	\$ 1.312	\$ 984	\$ 656	\$ 328	\$ 0

En la tabla 18 se puede observar los gastos preoperativos versus la amortización anual.

Financiamiento (Préstamo)

Tabla 19: Préstamo Bancario

Total a Financiar	\$	10.000,00		
ACCIONISTAS	\$	3.000,00	Préstamo Bancario	Inversión de Accionistas
			70%	30%
MONTO DEL PRÉSTAMO	\$	7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 3.000,00
TASA ANUAL		9,74%	Tasa Mensual	0,81%
PLAZO		24 meses (2 AÑOS)		
PAGO				\$ 322,18
PERIODICIDAD DE PAGO:		Mensual		
DESTINO DEL CRÉDITO:		Adecuación del mismo para oficinas, transporte e insumos		

La inversión total estará compuesta por la inversión inicial, los gastos preoperativos y los gastos para cubrir la primera operación, dejando un margen de diferencia a favor para cubrir los gastos administrativos, obteniendo un valor a financiera de \$10.000,00 que estará compuesto por el 30% de inversión de capital y el 70% por un préstamo bancario como consta en la tabla 19.

Amortización del Financiamiento

Tabla 20: Amortización del Préstamo Mensual

NO. DE PAGOS	CAPITAL	INTERESES	DIVIDENDO	AMORTIZABLE
0				\$ 7.000,00
1	\$ 265,36	\$ 56,82	\$ 322,18	\$ 6.734,64
2	\$ 267,51	\$ 54,66	\$ 322,18	\$ 6.467,13
3	\$ 269,68	\$ 52,49	\$ 322,18	\$ 6.197,45
4	\$ 271,87	\$ 50,30	\$ 322,18	\$ 5.925,57
5	\$ 274,08	\$ 48,10	\$ 322,18	\$ 5.651,49
6	\$ 276,30	\$ 45,87	\$ 322,18	\$ 5.375,19
7	\$ 278,55	\$ 43,63	\$ 322,18	\$ 5.096,64
8	\$ 280,81	\$ 41,37	\$ 322,18	\$ 4.815,84
9	\$ 283,09	\$ 39,09	\$ 322,18	\$ 4.532,75
10	\$ 285,38	\$ 36,79	\$ 322,18	\$ 4.247,37
11	\$ 287,70	\$ 34,47	\$ 322,18	\$ 3.959,66
12	\$ 290,04	\$ 32,14	\$ 322,18	\$ 3.669,63
13	\$ 292,39	\$ 29,79	\$ 322,18	\$ 3.377,24
14	\$ 294,76	\$ 27,41	\$ 322,18	\$ 3.082,48
15	\$ 297,16	\$ 25,02	\$ 322,18	\$ 2.785,32

16	\$ 299,57	\$ 22,61	\$ 322,18	\$ 2.485,75
17	\$ 302,00	\$ 20,18	\$ 322,18	\$ 2.183,75
18	\$ 304,45	\$ 17,72	\$ 322,18	\$ 1.879,30
19	\$ 306,92	\$ 15,25	\$ 322,18	\$ 1.572,38
20	\$ 309,41	\$ 12,76	\$ 322,18	\$ 1.262,97
21	\$ 311,92	\$ 10,25	\$ 322,18	\$ 951,05
22	\$ 314,46	\$ 7,72	\$ 322,18	\$ 636,59
23	\$ 317,01	\$ 5,17	\$ 322,18	\$ 319,58
24	\$ 319,58	\$ 2,59	\$ 322,18	\$ 0,00
	\$ 7.000,00	\$ 732,20	\$ 7.732,20	\$ 7.732,20
TOTAL CAPITAL + INTERESES				\$ 7.732,20

En la tabla 20 se detalla los valores a cancelar durante los dos años que tiene de plazo el préstamo bancario.

Tabla 21: Amortización del Préstamo Anual

	AÑO 1	AÑO 2
INTERES	\$ 535,73	\$ 196,47
CAPITAL	\$ 3.330,37	\$ 3.669,63
TOTAL	\$ 3.866,10	\$ 3.866,10

En la tabla 21 se detallan los valores totales por año a cancelar por concepto de interés y capital del préstamo bancario.

Nomina

Nomina Sueldos Anual

Tabla 22: Nomina Sueldos Anual

SUELDOS ADMINISTRATIVOS			4,80%	4,80%	5,00%	5,00%	
No.	GASTOS DE SUELDOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	\$ 654,5	\$ 7.854	\$ 8.755	\$ 9.175	\$ 9.634	\$ 10.116
2	ASISTENTE COMERCIO EXTERIOR	\$ 504,9	\$ 6.059	\$ 6.748	\$ 7.072	\$ 7.412	\$ 7.769
	TOTAL	\$ 1.159,4	\$ 13.913	\$ 15.503	\$ 16.247	\$ 17.046	\$ 17.885

Se pueden observar los valores anuales que se desembolsaran por concepto de nomina en la tabla 22.

Detalle de Nomina Sueldos

Tabla 23: Detalle Nomina Sueldo Año 1

Año 1									
DESCRIPCION DE LOS SUELDOS									
NO.	CARGO	SUELDO	13ro	14to	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE GENERAL	500,00	41,67	31,25	20,83	60,75		654,50	7.854,00
2	ASISTENTE COMERCIO EXT.	380,00	31,67	31,25	15,83	46,17		504,92	6.059,04
	TOTAL							1.159,42	13.913,04

Para el año 1 se detallan los valores por cada cargo y rubros de nómina en la tabla 23.

Tabla 24: Detalle Nomina Sueldo Año 2

Año 2									
		Incremento +	BASICO		393				
		4,8%							
NO.	CARGO	SUELDO	13ro	14to	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE GENERAL	524,00	43,67	32,75	21,83	63,67	43,47	729,58	8.754,99
2	ASISTENTE COMERCIO EXT.	398,24	33,19	32,75	16,59	48,39	33,19	562,34	6.748,11
	TOTAL							1.291,92	15.503,10

Para el año 2 se detallan los valores por cada cargo y rubros de nómina en la tabla 24.

Tabla 25: *Detalle Nomina Sueldo Año 3*

Año 3		Incremento +	BASICO				412		
		4,8%							
NO.	CARGO	SUELDO	13ro	14to	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE GENERAL	549,15	45,76	34,32	22,88	66,72	44,76	764,60	9.175,23
2	ASISTENTE COMERCIO EXT.	417,36	34,78	34,32	17,39	50,71	34,78	589,34	7.072,02
	TOTAL							1.353,94	16.247,25

Para el año 3 se detallan los valores por cada cargo y rubros de nómina en la tabla 25.

Tabla 26: *Detalle Nomina Sueldo Año 4*

Año 4		Incremento +	BASICO				432		
		5,0%							
NO.	CARGO	SUELDO	13ro	14to	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE GENERAL	576,61	48,05	36,04	24,03	70,06	48,05	802,83	9.633,99
2	ASISTENTE COMERCIO EXT.	437,35	36,45	36,04	18,26	53,14	36,45	617,69	7.412,30
	TOTAL							1.420,52	17.046,29

Para el año 4 se detallan los valores por cada cargo y rubros de nómina en la tabla 26.

Tabla 27: *Detalle Nomina Sueldo Año 5*

Año 5		Incremento +	BASICO			454			
NO.	CARGO	5,0%	13ro	14to	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE GENERAL	605,44	50,45	37,84	25,23	73,56	50,45	842,97	10.115,69
2	ASISTENTE COMERCIO EXT.	458,38	38,20	37,84	19,10	55,69	38,20	647,41	7.768,96
	TOTAL							1.490,39	17.884,65

Para el año 5 se detallan los valores por cada cargo y rubros de nómina en la tabla 27.

Costos por adquisición de Producto

Tabla 28: Costo de Adquisición

COSTO DE ADQUISICIÓN - PRECIO

CARACTERISTICA	COSTO \$
BALDE	\$ 4,00
FUNDA ASÉPTICA	\$ 1,50
ETIQUETA	\$ 0,30
MIEL	\$ 55,00
COSTO UNITARIO	\$ 60,80
GASTOS DE EXPORTACION	\$ 2,67
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 47,81
MARGEN DE UTILIDAD 60%	\$ 66,77
PRECIO NETO (POR BALDE DE 20 LITROS)	\$ 178,05

Los costos de adquisición del producto constan por los directos relacionados con el producto y su empaque, sumando los gastos de exportación y administrativos en que se incurrirá por cada envío como se observa en la tabla 28.

Costos de Venta Proyectado

Tabla 29: Costos de Venta Proyectado

	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
% CRECIMIENTO ANUAL		4,80%	4,80%	5,00%	5,00%
PRECIO	\$ 178,05	\$ 186,60	\$ 195,55	\$ 205,33	\$ 215,60
COSTO DE VENTA	\$ 60,80	\$ 63,72	\$ 66,78	\$ 70,12	\$ 73,62

En la tabla 29 constan los costos de venta proyectados con el incremento anual de acuerdo a la tasa interbancaria y el promedio ponderado de inflación.

Detalles de Exportación

Tabla 30: Distribución de Exportación

CANTIDADES POR EXPORTACIÓN

DESCRIPCIÓN	TOTAL DE BALDES	GALONES POR BALDES	LITROS POR BALDES	TOTAL DE LITROS EXPORTADOS
BALDES DE MIEL	60	5,29	20	1200

Por envío se cargaran 60 baldes con las respectivas cantidad por litro y galones como consta en la tabla 30.

Tabla 31: *Exportaciones al Año*

LAS EXPORTACIONES SE REALIZARÁN CADA 2 MESES

	CANTIDAD POR EXPORTACION	EXPORTACIONES AL AÑO	TOTAL EXPORTADO AL AÑO
BALDES DE MIEL	60	6	360
GALONES DE MIEL	317	6	1904,76
LITROS DE MIEL	1200	6	7200

Como se observa en la tabla 31 el total de envío de baldes por el primer año, indicando también las cantidades por litros y por galones.

Tabla 32: *Gastos de Exportación*

GASTOS DE EXPORTACIÓN

DESCRIPCION	COSTO \$
TRANSPORTE HASTA AEROPUERTO GUAYAQUIL	\$ 110,00
CERTIFICACIONES	\$ 50,00
TOTAL	\$ 160,00

Los gastos de exportación que se incurrirán por cada envío constan en la tabla 32.

Tabla 33: *Gastos de Exportación Anual*

COSTO DE EXPORTACION ANUAL

GASTO MENSUAL DE EXPORTACIÓN	CANTIDAD EXPORTACIONES AL AÑO	GASTO ANUAL DE EXPORTACIÓN
\$ 160,00	6	\$ 960,00

Los gastos de exportación anuales que se incurrirán constan en la tabla 33.

Proyección de Costo de Exportación

Tabla 34: *Proyección de Costos*

PROYECCIÓN DE COSTOS

AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
% ESTIMADO CRECIMIENTO		5,8%	5,8%	6%	6%
UNIDADES DE BALDES EXPORTADOS	360	381	403	427	453
COSTO DE VENTA	\$ 60,80	\$ 63,72	\$ 66,78	\$ 70,12	\$ 73,62
COSTOS DE VENTA ANUAL	\$ 21.888,00	\$ 24.277,32	\$ 26.912,34	\$ 29.941,24	\$ 33.349,86

En la tabla 34 constan la proyección anual de los costos de venta, con el respectivo incremento anual.

Proyección de Volumen de Venta

Tabla 35: *Estimación de Exportación*

ESTIMACION DE EXPORTACION

AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
% ESTIMADO CRECIMIENTO		5,8%	5,8%	6%	6%
UNIDADES DE BALDES	360	381	403	427	453
PRECIO POR BALDE	\$ 178,05	\$ 186,60	\$ 195,55	\$ 205,33	\$ 215,60
TOTAL ANUAL EN DÓLARES	\$ 64.098,00	\$ 71.094,60	\$ 78.806,65	\$ 87.675,91	\$ 97.666,80

Los gastos de venta que se incurrirán anualmente constan en la tabla 35.

Costos y Gastos

Tabla 36: *Costos y Gastos*

COSTOS Y GASTOS

COSTOS OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE VENTA	\$ 21.888,00	\$ 24.277,32	\$ 26.912,34	\$ 29.941,24	\$ 33.349,86
COSTOS DIRECTOS DE EXPORTACION	\$ 960,00	\$ 1.006,08	\$ 1.054,37	\$ 1.107,09	\$ 1.162,44
NOMINA INDIRECTA	\$ 13.913,04	\$ 15.503,11	\$ 16.247,26	\$ 17.046,30	\$ 17.884,65
SERVICIOS BASICOS	\$ 600,00	\$ 628,80	\$ 658,98	\$ 691,93	\$ 726,53
INTERNET	\$ 300,00	\$ 314,40	\$ 329,49	\$ 345,97	\$ 363,26
ALQUILER	\$ 6.600,00	\$ 6.916,80	\$ 7.248,81	\$ 7.611,25	\$ 7.991,81
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	\$ 44.261,04	\$ 48.646,51	\$ 52.451,25	\$ 56.743,77	\$ 61.478,56
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEPRECIACIÓN	\$ 381,67	\$ 381,67	\$ 381,66	\$ 85,00	\$ 85,00
AMORTIZACIÓN	\$ 328,00	\$ 328,00	\$ 328,00	\$ 328,00	\$ 328,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 535,73	\$ 196,47	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL OTROS GASTOS	\$ 1.245,40	\$ 906,14	\$ 709,66	\$ 413,00	\$ 413,00
TOTAL GASTOS	\$ 45.506,44	\$ 49.552,65	\$ 53.160,90	\$ 57.156,77	\$ 61.891,56

En la tabla 36 constan los costos y gastos anuales que incurrirá la compañía durante los cinco años.

Flujo de Caja

Tabla 37: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 64.098	\$ 71.095	\$ 78.807	\$ 87.676	\$ 97.667
COSTOS DIRECTOS	\$ 22.848	\$ 25.283	\$ 27.967	\$ 31.048	\$ 34.512
COSTOS INDIRECTOS	\$ 21.413	\$ 23.363	\$ 24.485	\$ 25.695	\$ 26.966
FLUJO OPERATIVO	\$ 19.837	\$ 22.448	\$ 26.355	\$ 30.932	\$ 36.188
INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 10.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CREDITO BANCARIO	\$ 7.000				
APORTE PROPIO	\$ 3.000				
EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 7.246	\$ 10.131	\$ 7.260	\$ 8.643	\$ 10.285
INVERSIONES	\$ 3.380	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PAGO DE DIVIDENDOS	\$ 3.866	\$ 3.866	\$ 0	\$ 0	\$ 0
IMPUESTOS		\$ 6.265	\$ 7.260	\$ 8.643	\$ 10.285
FLUJO NO OPERATIVO	\$ 2.754	-\$ 10.131	-\$ 7.260	-\$ 8.643	-\$ 10.285
FLUJO NETO	\$ 22.591	\$ 12.317	\$ 19.096	\$ 22.290	\$ 25.903
FLUJO NETO ACUMULADO	\$ 22.591	\$ 34.907	\$ 54.003	\$ 76.293	\$ 102.196

Se puede observar en la tabla 37 el flujo de caja proyectado por cada año.

Estado de Resultado Proyectado

Tabla 38: Estado de Resultado Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 64.098	\$ 71.095	\$ 78.807	\$ 87.676	\$ 97.667
COSTOS DIRECTOS	\$ 22.848	\$ 25.283	\$ 27.967	\$ 31.048	\$ 34.512
UTILIDAD BRUTA	\$ 41.250	\$ 45.811	\$ 50.840	\$ 56.628	\$ 63.154
COSTOS INDIRECTOS	\$ 21.413	\$ 23.363	\$ 24.485	\$ 25.695	\$ 26.966
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 19.837	\$ 22.448	\$ 26.355	\$ 30.932	\$ 36.188
DEPRECIACION&AMORTIZACION	\$ 710	\$ 710	\$ 710	\$ 413	\$ 413
GASTOS FINANCIEROS	\$ 536	\$ 196	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 18.592	\$ 21.542	\$ 25.646	\$ 30.519	\$ 35.775
PART TRABAJADORES	\$ 2.789	\$ 3.231	\$ 3.847	\$ 4.578	\$ 5.366
IMPUESTO RENTA	\$ 3.477	\$ 4.028	\$ 4.796	\$ 5.707	\$ 6.690
UTILIDAD NETA	\$ 12.326	\$ 14.282	\$ 17.003	\$ 20.234	\$ 23.719
PART TRABAJADORES	15%	15%	15%	15%	15%
IMPUESTO RENTA	22%	22%	22%	22%	22%
TASA IMPOSITIVA CONJUNTA	33,70%	33,70%	33,70%	33,70%	33,70%

El estado de resultados proyectado a los cinco años presenta utilidad desde el primer año y se mantiene en incremento cada año como consta en la tabla 38.

Balance General Proyectado

Tabla 39: Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 22.591	\$ 34.907	\$ 54.003	\$ 76.293	\$ 102.196
ACTIVOS FIJOS	\$ 1.740	\$ 1.740	\$ 1.740	\$ 850	\$ 850
(-) DEP. ACUMULADA	-\$ 382	-\$ 763	-\$ 1.145	-\$ 340	-\$ 425
ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 1.358	\$ 977	\$ 595	\$ 510	\$ 425
ACTIVOS DIFERIDOS O PREOPERATIVOS	\$ 1.640	\$ 1.640	\$ 1.640	\$ 1.640	\$ 1.640
(-) AMORTI. ACUMULADA	-\$ 328	-\$ 656	-\$ 984	-\$ 1.312	-\$ 1.640
ACTIVOS DIFERIDOS NETOS	\$ 1.312	\$ 984	\$ 656	\$ 328	\$ 0
TOTAL ACTIVOS	\$ 25.261	\$ 36.868	\$ 55.254	\$ 77.131	\$ 102.621
PAGO IMPUESTOS	\$ 6.265	\$ 7.260	\$ 8.643	\$ 10.285	\$ 12.056
PAGO PRESTAMO	\$ 3.670				
TOTAL PASIVOS	\$ 9.935	\$ 7.260	\$ 8.643	\$ 10.285	\$ 12.056
PATRIMONIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL SOCIAL	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
UTILIDAD RETENIDA	\$ 0	\$ 12.326	\$ 26.609	\$ 43.612	\$ 63.846
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 12.326	\$ 14.282	\$ 17.003	\$ 20.234	\$ 23.719
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.326	\$ 29.609	\$ 46.612	\$ 66.846	\$ 90.565
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 25.261	\$ 36.868	\$ 55.254	\$ 77.131	\$ 102.621

El balance general consta en la tabla 39 consta la evolución anual quedando cuadra en cada año.

Análisis Financiero VAN-TIR

Como se puede ilustrar en la tabla 40, calculando el VAN, el proyecto es viable mientras que el periodo de recuperación de ganancias será en el primer año, dándonos así la certeza de que el proyecto es viable, factible y rentable.

Tabla 40: VAN y TIR

ANÁLISIS FINANCIERO

VALOR ACTUAL FLUJO	\$ 65.505					
INVERSION DE CAPITAL	(\$ 10.000)					
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 55.505					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	200%					
PERIODO DE RECUPERACION	AÑO 1					
TASA DE DESCUENTO POR RIESGO PAIS	16,00%					
ANALISIS FINANCIERO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO	-\$ 10.000	\$ 22.591	\$ 12.317	\$ 19.096	\$ 22.290	\$ 25.903

Calculo del punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se tomó el precio unitario por balde y el costo total del balde, obteniendo así el punto de equilibrio que se basa en la igualdad de valores entre precio y volumen de venta.

Tabla 41: Calculo Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS (6 ENVIOS)

PRECIO UNITARIO	\$ 178,05
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 63,47
PUNTO DE EQUILIBRIO	170 BALDES
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 33.441,67

Como se puede apreciar en el grafico ilustrado, muestra claramente el punto de equilibrio de la cantidad de baldes vendidos versus el flujo monetario, reflejando así el punto de equilibrio entre costos e ingresos.

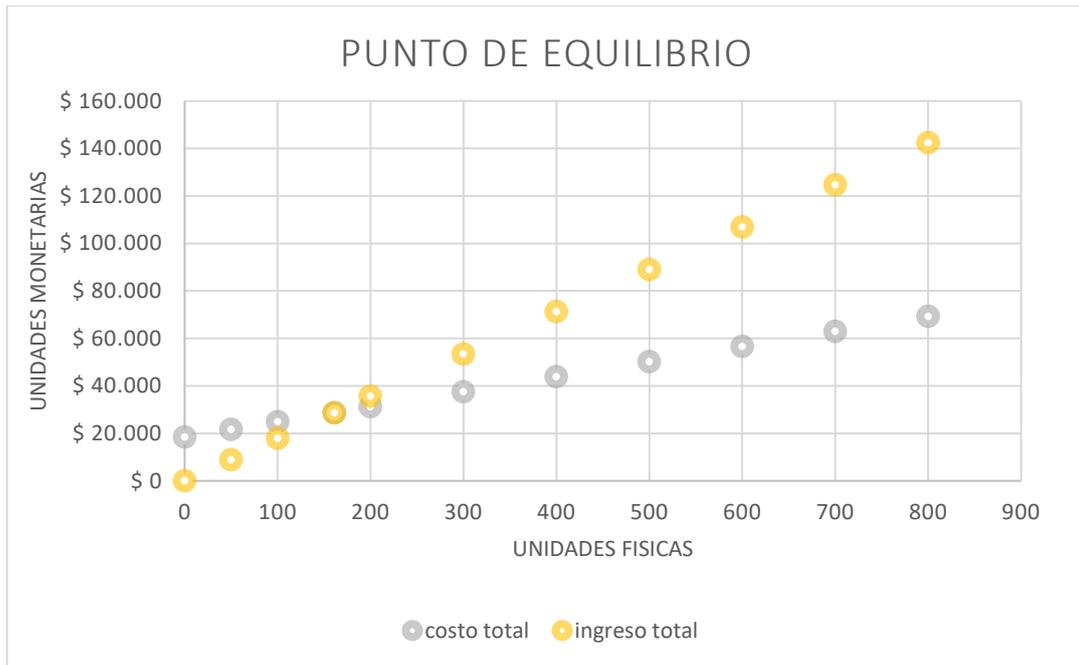


Tabla 42: Detalle Punto de Equilibrio

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL	RESULTADO
0	\$ 18.458	\$ 0	\$ 18.458	\$ 0,00	(18.458,44)
50	\$ 18.458	\$ 3.174	\$ 21.632	\$ 8.902,45	(12.729,48)
100	\$ 18.458	\$ 6.347	\$ 24.805	\$ 17.804,91	(7.000,53)
170	\$ 22.658	\$ 10.790	33448	33441,67	(6,66)
200	\$ 22.658	\$ 12.694	\$ 35.352	\$ 39.343,15	3.990,71
300	\$ 22.658	\$ 19.041	41699	59014,72	17.315,28
400	\$ 22.658	\$ 25.388	\$ 48.046	\$ 78.686,29	30.639,86
500	\$ 22.658	\$ 31.735	\$ 54.393	\$ 98.357,87	43.964,43
600	\$ 22.658	\$ 38.082	\$ 60.740	\$ 118.029,44	57.289,00
700	\$ 22.658	\$ 44.429	\$ 67.087	\$ 137.701,01	70.613,58
800	\$ 22.658	\$ 50.776	\$ 73.434	\$ 157.372,59	83.938,15
900	\$ 22.658	\$ 57.123	\$ 79.781	\$ 177.044,16	97.262,72
1000	\$ 22.658	\$ 63.470	\$ 86.128	\$ 196.715,73	110.587,30

CONCLUSIONES

- La oferta exportadora del Ecuador de acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central, está basada en los productos tradicionales del país como son el petróleo, banano, cacao, pesca, entre otros; siendo la economía ecuatoriana una vendedora principalmente de materia prima hacia el exterior.
- La principal industria del mercado ecuatoriano es el sector agrícola, al nivel del producto miel de abeja existen asociaciones de productores principalmente en la provincia de Manabí y región sierra del territorio, que hasta el momento ha enfocado su producción industrial, como la artesanal también, en satisfacer la necesidad del mercado interno.
- La asociatividad de los productores de miel de abeja es una excelente ventaja al momento de realizar negociaciones internacionales porque contarán con una mayor oferta exportable del producto, lo que conllevará a obtener mayores ingresos para el colectivo y cada uno de sus integrantes.
- Se pudo determinar la existencia de un gran mercado externo, comprador del producto miel de abeja, como es los Estados Unidos de América, que es un gran demandante de este producto, siendo primer consumidor a nivel mundial durante el periodo analizado de acuerdo al Departamento de Agricultura de los E.U.A. es de 772 litros per cápita. También es el principal socio comercial del país y existe apertura para poder ingresar nuestros productos, ya que se conoce las normativas y reglamentaciones vigentes para importar en dicho mercado.
- El mercado estadounidense representa para el presente proyecto una gran oportunidad para potenciar las exportaciones, ya que si delimitamos el mercado de la ciudad de Nueva York, su diversidad poblacional y su gran poder adquisitivo basados en una economía de gran potencia augurarían beneficios óptimos al presente proyecto.
- Los productores de la población investigada en el presente proyecto, ubicados en el recinto Quimís del cantón de acuerdo a los datos otorgados no poseen el conocimiento

sobre los procesos requeridos para la exportación de su producto a mercados externos, ni la demanda existen de dicho producto en el mercado analizado en la investigación.

- Durante el análisis del plan financiero del proyecto se demostró en base a los cálculos la factibilidad de la oferta del producto al mercado estadounidense, obteniendo una tasa de retorno dentro el primer año de funcionamiento, concluyendo que es una gran oportunidad de crecimiento económico para el sector apicultor del recinto Quimís y ayudando al cambio de la matriz productiva.
- Actualmente entes gubernamentales como PRO ECUADOR, SENA, entre otros; brindan información sobre los procesos óptimos para el desarrollo de sus emprendimientos, incluyendo perfiles de los productos requeridos en mercados externos, pero el poco dominio de la tecnología hace que estos productores, que viven en condiciones rurales, no tengan conocimiento de las TICs que son de acceso público.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda emprender mayores esfuerzos de socialización sobre la información, que poseen entes gubernamentales como PRO Ecuador o Banco Central, de productos de mayor demanda en mercados extranjeros y que son producidos internamente por los agricultores ecuatorianos.
- Para los productores de miel de abeja es recomendable enfocar su crecimiento en la búsqueda de internacionalización de su producto, el cual mueve más de 500 mil toneladas por año en importaciones entre los principales 100 compradores.
- Deben los productos buscar el crecimiento a través de asociaciones y federaciones a nivel nacional, como se indicó esto ayudara a que la oferta exportable sea mayor y más rentable en la continuidad del tiempo.
- Se recomienda enfocar su oferta exportable al principal socio comercial del Ecuador, que es los Estados Unidos de América, que es también el principal importador del producto moviendo anualmente 150 mil toneladas de miel de abeja para su consumo interno.
- El mercado de la ciudad de Nueva York presenta las cualidades necesarias también a nivel poblacional, como adquisitivo para este producto que es la principal alternativa de la azúcar como edulcorante en los alimentos de consumición diaria.
- Es recomendable la socialización del presente proyecto de investigación con los productores de miel del sector analizado, como del resto de sectores productores a nivel nacional para que obtengan información importante sobre los procesos necesarios para realizar exportaciones al mercado analizado.
- Los inversionistas y productores deben considerar el potencial de crecimiento que tiene este producto en el mercado internacional, no solo en el mercado estadounidense, buscando la especialización y mejora de la oferta, lo que conllevará a una mayor

proyección de ingresos a futuro, siendo este emprendimiento una empresa que generará utilidades como se comprobó en los cálculos del plan de financiamiento.

- Los exportadores o inversionistas deberán mantenerse informados a través de las distintas instituciones y entes gubernamentales de promoción para la exportación como por ejemplo PRO ECUADOR, Agrocalidad, entre otros; o la Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana a fin de tener mayor información y acceso al mercado estadounidense.

BIBLIOGRAFÍA

Trabajos citados

- Aduana del Ecuador. (2017). *Ecuapass*. Obtenido de <https://portal.aduana.gob.ec/>
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Publicaciones Banca Central*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/756>
- Bernal Torres, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (3ra edición ed.). Colombia.
- Central Intelligence Agency. (2017). *The World Factbook*. Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>
- Centro de Comercio Internacional. (2016). *TRADE MAP*. Obtenido de Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas: www.trademap.org
- Centro de Comercio Internacional. (2017). *TRADE MAP*. Obtenido de Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas: <http://www.trademap.org/>
- CEREXG Technology. (2017). *Cerexg Ecuador Commodity Exchange*. Obtenido de <https://www.cerexg.com/>
- Comunidad Andina. (2015). *Comercio Exterior de bienes entre la Comunidad Andina y Estados Unidos*. Lima, Perú. Obtenido de <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2015/15457.pdf>
- ConnectAmericas. (2014). *¿Qué debe contener un plan de exportación? | ConnectAmericas*. Obtenido de Bancon Interamericano de Desarrollo: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>
- Cristobal, M. E. (2010). *Manual de Estadísticas*. Argentina: Omicron System Argentina.
- Dr. Castillo Montenegro, A. (2011). *Manual de Protocolos y Procedimientos en Apiterapia*. Argentina.
- El Telegrafo. (Marzo de 2015). *Quimis localidad agricola en la que tambien se desarrolla la apicultura*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-manabi/1/quimis-una-localidad-agricola-en-la-que-tambien-se-desarrolla-la-apicultura>
- European Union External Action. (11 de Noviembre de 2016). *Ecuador se suma al acuerdo comercial entre la UE y Colombia y Perú - Servicio Europeo de Acción Exterior*. Obtenido de https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/15521/node/15521_es

- Food and Drug Administration. (Abril de 2014). *U.S. Department of Health and Human Services*. Obtenido de FDA: <http://www.fda.gov/downloads/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/UCM389828.pdf>
- Fundación Educación para el Desarrollo FAUTAPO. (Diciembre de 2014). *Texto guía Producción de Miel de Abeja*. Obtenido de [Texto_guia_Produccion_de_Miel_de_Abeja.pdf](https://www.eda.admin.ch/content/dam/countries/countries-content/bolivia/es/Texto_guia_Produccion_de_Miel_de_Abeja.pdf): https://www.eda.admin.ch/content/dam/countries/countries-content/bolivia/es/Texto_guia_Produccion_de_Miel_de_Abeja.pdf
- González Blanco, R. (Enero-Febrero de 2011). Diferentes teorías del comercio internacional. *Revista de Economía ICE*(858), 103-118.
- GrowNYC. (2010). *Greenmarket Farmers Markets*. Obtenido de <https://www.grownyc.org/greenmarket>
- ICC, International Chamber of Commerce. (Julio de 2012). *International Chamber of Commerce*. Obtenido de Incoterms Rules | Incoterms 2010 | Trade Facilitation: <http://www.iccwbo.org/products-and-services/trade-facilitation/incoterms-2010/the-incoterms-rules/>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2011). *Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado*. Obtenido de Temas: http://recursostic.educacion.es/kairos/web/temas/Intercambios/intercambios3_0102.html
- Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2009). *La Institución Agrocalidad*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>
- Pro Ecuador. (17 de Abril de 2013). *Pro Ecuador - Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>
- Registrar Corp. (2017). *Registro FDA y Agente estadounidense*. Obtenido de <https://www.registrarcorp.com/es/fda-food/registration/>
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (21 de Junio de 2015). *¿Qué es la apicultura? - Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación - Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sagarpa/articulos/que-es-la-apicultura>
- Senate and House of Representatives of USA. (12 de Junio de 2002). *U.S. Government Public Office*. Obtenido de <https://bulk.resource.org/gpo.gov/laws/107/publ188.107.pdf>

- Sistema Producto Apícola de Baja California, A. (Febrero de 2011). *Apicultura Tropical*.
Obtenido de <http://www.bajamiel.com/contenido.php?idioma=3&seccion=3>
- U.S. Census Bureau. (Julio de 2016). *U.S. Census Bureau QuickFacts selected: New York City*. Obtenido de
<https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/newyorkcitynewyork,newyorkcountymanhattanboroughnewyork/PST045216>
- United States Department of Agriculture. (2015). *Sugar and Sweeteners Outlook*. Economic Research Service, Washington DC. Obtenido de
https://www.ers.usda.gov/webdocs/publications/39417/52661_sss_m_320.pdf?v=42111
- United States Department of Agriculture. (1980). *Beekeeping in the United States*. Washington, DC: Agriculture Handbook Number 335. Obtenido de
<https://www.ars.usda.gov/ARSUserFiles/60500500/PDFFiles/1-100/015-USDA-%20Beekeeping%20in%20the.pdf>
- United States Department of Agriculture. (2016). *National Honey Report*. Washington, DC.
- United States International Trade Commission. (Julio de 2012). *A Guide to the Harmonized Tariff Schedule of the United States*. Obtenido de
<https://www.usitc.gov/elearning/hts/menu/>

ANEXOS

Anexo 1

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN - CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
PROYECTO: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE MIEL DE ABEJA

1. ¿Qué tiempo tiene como productor/vendedor de miel de abeja?

De 1 a 5 años De 5 a 10 años De 10 años en adelante

2. ¿Cree usted que su producto generaría mayores ingresos vendiendo su producto al exterior?

Si No Tal vez

3. ¿Por qué no ha buscado vender al exterior su producto?

Desconozco como hacerlo Prefiero vender local Otro motivo

4. ¿Conoce el proceso de exportación (venta al exterior) de su producto?

Si No

5. ¿Si tuviera los conocimientos para exportar, cree que el mercado estadounidense es atractivo para vender su producto?

Si No Tal vez

6. ¿Estaría interesado en contar con un plan de exportación, que le ayude a exportar su producto a los Estados Unidos de América?

Si No Los pensaría

Anexo 2

Perfil Básico	
Nombre oficial	
Capital	
Nacionalidad	
Idioma	
Huso horario	

Perfil Geográfico	
Limites	
Área	
Características	
Clima	

Perfil Demográfico	
Población	
Población Urbana	
Composición étnica	
Composición religiosa	
Tasa de crecimiento poblacional	
Estructura de edades	
Edad media	

Perfil Económico	
Moneda	
Tasa de cambio	
PIB	
Tasa de crecimiento del PIB	
PIB per cápita	
Composición del PIB	
Población activa	
Tasa de desempleo	
Tasa de inflación	
Industrias	
Tasa de crecimiento de producción	
Balanza comercial	
Exportación hacia el país	
Principales productos de	
Importación desde el país	
Principales productos de	

Perfil Político	
Tipo de gobierno	
Poder Ejecutivo	
Poder Legislativo	
Poder Judicial	
Partidos políticos y	

Anexo 3

CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA EN EL REGISTRO MERCANTIL



Constituciones

Requisitos para la inscripción de las Constituciones de Compañías Anónimas, limitadas, comandita por acciones y de economía mixta.

Conforme lo determinado en los artículos 37, 38, 61, 136, 146, 307 y 311 de la Ley de Compañías para la inscripción de una constitución de compañía en los registros mercantiles, el usuario presentará:

1. Por lo menos 3 copias certificadas de los testimonios de la escritura pública de Constitución, en las cuales deberá constar la razón de marginación de la Resolución aprobatoria en la respectiva escritura matriz, sentada por el notario ante el cual se otorgó la constitución.
2. Publicación del Extracto emitido por la autoridad competente realizada en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio de la compañía.
3. Si la compañía se constituye con la aportación de un bien inmueble, el usuario deberá inscribir la escritura en el registro de la propiedad de forma previa a la presentación en el registro mercantil, de no cumplirse con esta formalidad el registrador mercantil no podrá inscribir dicho acto.
4. Si los socios o accionistas fueren personas naturales o jurídicas extranjeras residentes en el Ecuador deberán presentar el RUC o el documento que emita el Servicio de Rentas Internas cuando se trate de aquellas personas naturales extranjeras residentes o no en Ecuador y sociedades extranjeras no domiciliadas en el país y que de acuerdo a la normativa tributaria vigente no tengan establecimiento permanente en Ecuador que, no estén enmarcados en los casos previstos en los numerales 1 y 3 de la Circular No. NAC-DGECCGC 12-00011;

5. Si la compañía que se está constituyendo es de aquellas cuyo objeto social sea exclusivo para actividades complementarias como (vigilancia, alimentación, mensajería y limpieza) el capital social mínimo será de 10.000,00 USD Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.
6. Las compañías que formen parte del sistema de seguros privados (seguros, reaseguros, intermediarios de reaseguros y asesores productores de seguros) deben adjuntar la calificación de los accionistas emitido por la Superintendencia de Bancos, de al menos 5 personas que actúen en calidad de promotores.

Anexo 4

REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN DE LOS NOMBRAMIENTOS



Nombramientos

Requisitos para la inscripción de los nombramientos.-El artículo 13 de la Ley de Compañías, en cuanto a la inscripción en el registro mercantil establece la obligación del administrador designado, de inscribir en el registro mercantil su nombramiento con la razón de aceptación, dentro de los 30 días posteriores a su designación, la cual, podrá efectuarse en la escritura de constitución o posteriormente, por acuerdo entre los socios y, salvo pacto en contrario, por mayoría de votos, conforme lo establece el artículo 48 la norma citada.

Cuando la designación de los administradores se realice en el acto constitutivo no se requerirá copia de documentación adicional.

Si la designación del administrador se realiza de forma posterior al acto constitutivo o no existe información relacionada con las personas que hacen las designaciones se solicitará copia del acta de la junta por la cual se nombra al administrador.

- a. Presentar al menos 3 ejemplares de los nombramientos con firmas originales;
- b. En caso de que la persona designada sea extranjera, deberá adjuntar el RUC o el documento que emita el Servicio de Rentas Internas cuando se trate de aquellas personas naturales extranjeras residentes o no en Ecuador y sociedades extranjeras no domiciliadas en el país y que de acuerdo con la normativa tributaria vigente no tengan establecimiento permanente en Ecuador que, no estén enmarcados en los casos previstos en los numerales 1 y 3 de la Circular No. NAC-DGECCGC 12-00011; y,
- c. Tratándose de nombramientos de miembros principales o suplentes de directorios o de organismos que hagan sus veces, o de nombramientos de representantes legales o

de quienes les subroguen estatutariamente, de instituciones del sistema financiero o de empresas de seguros y reaseguros, se deberá adjuntar la Resolución de calificación emitida por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Contenido del nombramiento. -

- a. La fecha de su otorgamiento;
- b. El nombre de la compañía, así como los nombres y apellidos de la persona natural, o bien el nombre de la compañía en cuyo favor se lo extendiere;
- c. La fecha del acuerdo o resolución del órgano estatutario que hubiere hecho la designación o, en su caso, la mención de la cláusula del contrato social en que ella conste;
- d. El cargo o función a desempeñarse;
- e. El período de duración del cargo;
- f. La enunciación de que la persona natural o la compañía designada ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sola o conjuntamente con otro u otros administradores;
- g. La fecha de otorgamiento de la escritura pública en que consten las atribuciones vigentes del representante legal, el Notario que autorizó esa escritura y la fecha de su inscripción, en el Registro Mercantil;
- h. El nombre y la firma autógrafa de la persona que extienda por la compañía el nombramiento; e,
- i. La aceptación del cargo, al pie del nombramiento, de parte de la persona natural en cuyo favor se lo hubiere discernido. Si el nombramiento se hubiera extendido a una compañía, tal aceptación la hará su representante legal, a nombre de ella. En cualquier caso, se indicará el lugar y la fecha en que esa aceptación se hubiere producido.

Anexo 5

NOMBRAMIENTO REPRESENTANTE LEGAL DE LA COMPAÑÍA



Elaboración de Nombramientos

Datos de Otorgamiento:	
Lugar:	Guayaquil
Otorgado A:	
Título:	Sr. ▼
Nombres / N. Compañía:	Alby Lissette
Apellidos:	Minga Vite
Cédula / RUC / Doc. Identificación:	092354708-7
Cargo:	Gerente General
Duración del cargo:	5 ▼ años
Información de la Institución:	
Nombre de la Compañía:	Exportadora Quichimbo S.A.
Organo Nominador:	Junta General de Accionistas ▼
Fecha de Designación por parte de la Junta:	2016 ▼ Agosto ▼ 09 ▼
Enunciación de Facultades a ejercer conforme el Estatuto:	El Gerente General ejerce la representación legal y judicial de la compañía
Datos de Escritura de Constitución	
Fecha de Celebración:	2016 ▼ Agosto ▼ 01 ▼
Notario:	Dr. Xavier Roas Garces
Notaría:	Notaria 11
Datos de Inscripción	
No. Inscripción:	
Nombre completo de quién extiende el nombramiento:	Wilson André Quichimbo Fernández
Cargo:	Presidente de la Junta
Datos de Aceptación:	
Lugar:	Guayaquil
Fecha:	2016 ▼ Agosto ▼ 09 ▼

Anexo 6

INSCRIPCIÓN EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Nombre:

Se realiza en servicio al cliente de la Superricas, se tarda 30 minutos de la gestión aproximadamente, el personal de la superricas revisa que no exista otra empresa constituida con el mismo nombre.

El nombre de la empresa es EXPORTADORA QUICHIMBO, aquí consta los objetivos y valores de nuestra empresa.

Elaboración de Estatutos:

Es el contrato social que será en sociedad con las personas que de alguna manera aporten en la constitución de la empresa, eso es mediante una minuta firmada por un Abogado, esto debe ser presentado ante la Superintendencia de Compañías para que ellos aprueben dicha gestión.

Aperturar cuenta de integración de Capital:

Se realiza en cualquier Institución bancaria del país, en este caso la empresa será Sociedad Anónima cuyo capital de constitución de la empresa es de \$ 1,200 o carta de Socios en la que detalla la participación de cada uno con la fotocopia de cedula y votación.

Eleva a escritura pública:

Se realiza ante un Notario Público y se debe llevar la reserva del nombre, certificado de cuenta de integración de capital y minuta de los estatutos.

Aprobación de Estatuto:

Se debe llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su control, registro, revisión y aprobación mediante una resolución. Posterior de la aprobación de estatutos la Superintendencia de Compañías hace una publicación en cualquier diario nacional.

Permisos:

La empresa debe de constar con permisos y certificados para que pueda funcionar sin ningún inconveniente, entre se cita pagar la patente municipal, certificado de obligaciones y el permiso de funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bombero de Guayaquil.

Inscribir la compañía:

Con todos los documentos antes detallados se debe de registrar en el Registro Mercantil la sociedad anónima.

Junta General de Accionistas:

Esta primera convocatoria sirve para nombrar a los representantes según los estatutos.

Documentos Habilitantes:

Ya inscrita la compañía en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías entregara los documentos para aperturar el RUC de la empresa.

Nombramiento Representante Legal:

Esta diligencia se debe gestionar en el Registro Mercantil, inscribiendo al Representante Legal elegido en la Junta de Accionistas con su aceptación.

Anexo 7

Medio por el que se puede contactar (página web de Exportadora Quichimbo)

PC de Escritorio



Teléfono Móvil

