



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

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:
INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE HELADOS DE LA EMPRESA “PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS HELADOS DE SALCEDO CORPICECREAM S.A.” DE LA CIUDAD DE SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI, HACIA LA EMPRESA LA SERRANITA, NEW YORK, ESTADOS UNIDOS, PERÍODO 2018.

AUTORA:

JIMENA DEL CARMEN TONATO TUTASIG

RIOBAMBA- ECUADOR

2018

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. **Jimena del Carmen Tonato Tutasig**, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Eco. Jenny Isabel Chávez Rojas
DIRECTORA TRIBUNAL

Eco. María Isabel Gavilánez Vega
MIEMBRO TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Jimena del Carmen Tonato Tutasig**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 19 de diciembre del 2018

Jimena del Carmen Tonato Tutasig

C.I: 050412227-6

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo principalmente a Dios porque es quien guía mi vida, me dio la fortaleza y sabiduría necesaria para llegar hasta estas instancias.

A mi familia; mi Padre que ahora es mi ángel en el cielo, mi Madre quien es el pilar fundamental de mi vida y que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles, a mis hermanos Liz e Isaac que con sus palabras de aliento y afecto no me permitieron decaer hasta cumplir con este objetivo.

Jimena del Carmen Tonato Tutasig

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios puesto que todo lo que tengo se lo debo a él, a mi Madre por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado siempre apoyándome y aconsejándome, a mis hermanos Liz e Isaac, a mis tíos por su apoyo incondicional, porque estoy segura que sin el apoyo de todos ellos no hubiera sido posible alcanzar una vez más uno de mis sueños.

Expreso mi más sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a sus docentes por haberme formado de manera humana y profesional y en especial a la Eco. Jenny Isabel Chávez Rojas y a la Eco. María Isabel Gavilánez Vega, por su colaboración y apoyo en el desarrollo del presente trabajo.

Jimena del Carmen Tonato Tutasig

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|------|
| Portada..... | i |
| Certificado del Tribunal..... | ii |
| Declaración de Autenticidad..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Índice General..... | vi |
| Índice de Tablas..... | x |
| Índice de Gráficos..... | xi |
| Resumen..... | xii |
| Abstract..... | xiii |
| Introducción..... | 1 |
| CAPITULO I: EL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 4 |
| 1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA..... | 4 |
| 1.4 JUSTIFICACIÓN..... | 4 |
| 1.5 OBJETIVOS..... | 5 |
| 1.5.1 Objetivo General..... | 5 |
| 1.5.2 Objetivos Específicos..... | 5 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO..... | 6 |
| 2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | 6 |
| 2.1.1 Proyecto..... | 6 |
| 2.1.2 Proyecto de exportación..... | 9 |
| 2.1.3 Exportación..... | 9 |
| 2.2 MARCO CONCEPTUAL..... | 21 |
| 2.3 MARCO LEGAL..... | 25 |
| 2.3.1 Servicio de Rentas Internas (SRI)..... | 26 |
| 2.3.2 Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad..... | 26 |
| 2.3.3 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)..... | 27 |
| 2.3.4 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)..... | 27 |
| 2.3.5 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad el Agro..... | 28 |

| | | |
|-------|--|-----------|
| 2.3.6 | Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)..... | 28 |
| 2.3.7 | Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) ... | 29 |
| | CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO | 30 |
| 3.1 | IDEA A DEFENDER | 30 |
| 3.2 | MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN | 30 |
| 3.2.1 | Cualitativa | 30 |
| 3.2.2 | Cuantitativa | 31 |
| 3.3 | Tipos de Investigación | 31 |
| 3.3.1 | Bibliográfica-documental..... | 31 |
| 3.3.2 | Descriptiva. | 32 |
| 3.4 | MÉTODOS | 32 |
| 3.4.1 | Método Inductivo | 32 |
| 3.4.2 | Método deductivo | 33 |
| 3.4.3 | Método Analítico | 33 |
| 3.4.4 | Histórico..... | 33 |
| 3.5 | TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN | 34 |
| 3.5.1 | Observación | 34 |
| 3.5.2 | Entrevistas..... | 34 |
| 3.5.3 | Revisión de bibliografía..... | 35 |
| 3.5.4 | Investigación Electrónica (Internet)..... | 35 |
| 3.6 | INSTRUMENTOS..... | 35 |
| 3.7 | POBLACIÓN Y MUESTRA..... | 35 |
| | CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO | 36 |
| 4.1 | GENERALIDADES DE LA EMPRESA | 36 |
| 4.1.1 | Ubicación de la empresa | 37 |
| 4.1.2 | Misión | 38 |
| 4.1.3 | Visión..... | 38 |
| 4.1.4 | Objetivos Corporativos | 38 |
| 4.1.5 | Valores Corporativos | 39 |
| 4.1.6 | Grupo humano..... | 39 |
| 4.1.7 | Análisis FODA..... | 40 |
| 4.2 | ESTUDIO DE MERCADO | 41 |
| 4.2.1 | Definición de mercado | 41 |
| 4.2.2 | Segmentación del mercado | 44 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.2.3 | Análisis y proyección de oferta y demanda | 46 |
| 4.2.4 | Canales de distribución | 53 |
| 4.2.5 | Marketing | 53 |
| 4.2.6 | Marketing mix | 55 |
| 4.2.7 | Empaque y embalaje | 56 |
| 4.3 | ESTUDIO TÉCNICO | 57 |
| 4.3.1 | Tamaño del proyecto..... | 57 |
| 4.3.2 | Capacidad del Proyecto..... | 58 |
| 4.3.3 | Análisis de los factores físicos | 58 |
| 4.3.4 | Localización | 62 |
| 4.3.5 | Ingeniería | 63 |
| 4.3.6 | Estudio Administrativo | 64 |
| 4.3.7 | Comercio exterior | 70 |
| 4.3.8 | Forma de pago..... | 75 |
| 4.3.9 | Requisitos y documentos para exportar | 77 |
| 4.4 | ESTUDIO ECONÓMICO | 91 |
| 4.4.1 | Costos..... | 91 |
| 4.4.2 | Inversión Total | 92 |
| 4.4.3 | Costo del proyecto | 92 |
| 4.4.4 | Capital de Trabajo | 93 |
| 4.4.5 | Financiamiento..... | 93 |
| 4.4.6 | Amortización de la deuda | 94 |
| 4.4.7 | Ingresos | 94 |
| 4.5 | ESTADOS FINANCIEROS | 95 |
| 4.5.1 | Estado de Resultados | 95 |
| 4.5.2 | Flujo de fondos..... | 96 |
| 4.5.3 | Costo total | 97 |
| 4.5.4 | Punto de equilibrio | 99 |
| 4.6 | EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA | 100 |
| 4.6.1 | Valor Actual Neto (VAN)..... | 100 |
| 4.6.2 | Tasa Interna de Retorno (TIR) | 101 |
| 4.6.3 | Relación Beneficio-Costo..... | 102 |
| 4.6.4 | Periodo de Recuperación de la Inversión | 102 |

| | |
|----------------------|-----|
| CONCLUSIONES | 104 |
| RECOMENDACIONES..... | 105 |
| BIBLIOGRAFÍA | 106 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|------------------|--|----|
| Tabla 1: | Incoterms | 15 |
| Tabla 2: | Población de New York | 42 |
| Tabla 3: | Demanda Histórica | 47 |
| Tabla 4: | Demanda Actual | 47 |
| Tabla 5: | Proyección de la Demanda | 48 |
| Tabla 6: | Cifras Proyectadas al 2023 | 49 |
| Tabla 7: | Costos e Insumos para la producción de 10.000 helados diarios..... | 50 |
| Tabla 8: | Capital de Trabajo..... | 50 |
| Tabla 9: | Oferta Actual..... | 51 |
| Tabla 10: | Oferta proyectada..... | 51 |
| Tabla 11: | Demanda Insatisfecha | 52 |
| Tabla 12: | Valor Nutricional | 54 |
| Tabla 13: | Costos e Insumos para la producción de 10.000 helados diarios..... | 58 |
| Tabla 14: | Maquinarias y Equipos para la producción helados | 59 |
| Tabla 15: | Financiamiento..... | 60 |
| Tabla 16: | Talento Humano | 61 |
| Tabla 17: | Ficha Técnica | 71 |
| Tabla 18: | Partida Arancelaria | 71 |
| Tabla 19: | Precio FOB | 75 |
| Tabla 20: | Medidas del contenedor de 20 pies..... | 88 |
| Tabla 21: | Costo de Transporte Interno | 89 |
| Tabla 22: | Costo del Seguro | 89 |
| Tabla 23: | Tasa de Almacenaje | 90 |
| Tabla 24: | Trámites Aduaneros | 90 |
| Tabla 25: | Costos..... | 91 |
| Tabla 26: | Inversión total | 92 |
| Tabla 27: | Costo del proyecto | 92 |
| Tabla 28: | Capital de Trabajo..... | 93 |
| Tabla 29: | Financiamiento..... | 93 |
| Tabla 30: | Amortización de la deuda | 94 |
| Tabla 31: | Ingresos | 94 |

| | | |
|------------------|---|-----|
| Tabla 32: | Estado de Resultados | 95 |
| Tabla 33: | Flujo de fondos | 96 |
| Tabla 34: | Costo Total..... | 97 |
| Tabla 35: | Punto de equilibrio..... | 99 |
| Tabla 36: | Valor Actual Neto..... | 100 |
| Tabla 37: | Valor Actual Neto (-)..... | 101 |
| Tabla 38: | Período de Recuperación de la Inversión | 102 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|--------------------|--|----|
| Gráfico 1: | Procesos de exportación..... | 10 |
| Gráfico 2: | Opción sistema guía..... | 19 |
| Gráfico 3: | Registro como OCE | 19 |
| Gráfico 4: | Registro de Operador | 20 |
| Gráfico 5: | Ubicación de la Empresa | 37 |
| Gráfico 6: | New York..... | 41 |
| Gráfico 7: | Puerto de New York | 43 |
| Gráfico 8: | Logotipo..... | 55 |
| Gráfico 9: | Ubicación de la Empresa | 62 |
| Gráfico 10: | Distribución de la planta..... | 64 |
| Gráfico 11: | Organigrama estructural | 70 |
| Gráfico 12: | Incoterms | 72 |
| Gráfico 13: | Flujograma para carta de crédito | 77 |
| Gráfico 14: | Contenedor 20 pies | 88 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es el desarrollo de un proyecto de exportación de helados, de la empresa “Productora y Comercializadora de los Helados de Salcedo CORPICECREAM S.A., de la ciudad de Salcedo, Provincia de Cotopaxi, hacia la empresa La Serranita, New York, Estados Unidos, periodo 2018, con el objetivo de incrementar las plazas de trabajo, mejorar la economía de sus colaboradores, así como de los propietarios y accionistas de la empresa. Para lo cual se realizó un análisis situacional de la organización mediante un análisis FODA y su actividad productiva utilizando entrevistas directas aplicadas al Gerente General; determinando que la problemática se basa en el desaprovechamiento de la maquinaria y la capacidad de producción, esto implica costos y gastos para la empresa, para la investigación de mercado se ha analizado el consumo nacional aparente y los principales países demandantes del producto, considerando el mercado objetivo New York-Estados Unidos. El estudio económico y financiero muestra los costos de requerimiento, mismo que permitió establecer la inversión, de la misma manera se determinó la utilidad del ejercicio. La evaluación del proyecto mide su valor económico y financiero a través de indicadores financieros proporcionando resultados del Valor Actual Neto (V.A.N) de \$ 751.316,69 que indica la factibilidad del proyecto, una Tasa Interna de Retorno (T.I.R) de 92,47% que demuestra la rentabilidad del proyecto. Por lo cual el presente proyecto de exportación de helados del cantón Salcedo es viable, se recomienda poner en ejecución.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PROYECTO DE EXPORTACIÓN> <ECUAPASS (SISTEMA ADUANERO)>
<VALOR ACTUAL NETO (V.A.N)> <TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R)>
<SALCEDO (CANTÓN)>

Eco. Jenny Isabel Chávez Rojas
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

This research focuses on the development of an ice cream export project, for the producing and marketing company of ice cream, CORPICECREAM S.A, from Salcedo city, Cotopaxi province, to the “La Serranita”, a company in New York, United States, during 2018. This project aims to increase job opportunities, improve the economy of its employees, as well as the owners and shareholders of the company. In order to make this possible, it was conducted a situational analysis of the company by means of a SWOT analysis, and its productive activity by surveying to the General Manager, which lead to determine that the problem is based on the underuse of machinery and its production capacity. This factor implies costs and expenses for the company. In order to conduct the market research, it was analysed the apparent national consumption as well as the main countries demanding the product considering the target market, New York-United States. The economic and financial study shows the requirement costs. This study made possible to establish the investment, and the utility of the exercise was determined. The evaluation of the project measures its economic and financial value by financial indicators, providing 751,316.69 \$, as a result of the net present value (NPV), which supports the feasibility of the project, an Internal Rate of Return (IRR) of 92.47% which also demonstrates its profitability. Therefore, this export project of ice cream of Salcedo Canton is viable, it is recommended to implement it.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <EXPORT PROJECT>, <ECUAPASS (CUSTOMS SYSTEM)>, <NET PRESENT VALUE (NPV)>, <INTERNAL RATE OF RETURN (I.R.R)>, < SALCEDO (CANTON)>.

INTRODUCCIÓN

La producción del sector alimenticio dividido en productos primarios y elaborados, en los elaborados se puede determinar una gran variedad de productos como son los helados los cuales aportan significativamente al PIB, incrementando las divisas para el Ecuador y cooperando para que la balanza comercial ecuatoriana sea superior; por lo cual incentivar a la exportación de helados a los Productores y Comercializadores de los Helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. es importante pues al eliminar los intermediarios podemos ganar posicionamiento de la marca en el mercado internacional.

El proyecto de exportación de helados del Cantón Salcedo hacia el mercado de New York busca integrar los recursos y servicios de interés, a fin de acceder en la identidad de destino. De este modo dinamizar la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico sistémico del Cantón.

El Ecuador está empeñado en la transformación de su matriz productiva y esto se ve reflejado en la exportación que el gobierno promueve a través de varias instituciones como es PROECUADOR donde uno de sus productos de análisis y estudio son los productos no tradicionales, esta institución en su trayectoria ha venido ampliando los mercados internacionales para comercializar los productos nacionales.

El siguiente proyecto está orientado al desarrollo exhaustivo de la empresa y por ende del Cantón Salcedo desde la acción, ya que formula retos, así como oportunidades de inversión y desarrollo para otros sectores que incide directa e indirectamente en el bienestar de la economía de Salcedo.

Este trabajo de titulación va enfocado a la comercialización de helados en el mercado de New York para lo cual en el presente proyecto se analiza: datos estadísticos y proyecciones para comprobar que existe una demanda insatisfecha en el mercado de destino, y que nuestro producto puede satisfacer en un porcentaje el déficit de dicho mercado.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Existe una diversidad de sectores que aportan día a día al crecimiento del país; entre ellos se encuentra el sector alimenticio dividido en productos primarios y elaborados, en los elaborados se pueden determinar una gran variedad de productos como son los helados.

La empresa PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS HELADOS DE SALCEDO CORPICECREAM S.A. abrió sus puertas en la ciudad de Salcedo con el objetivo de aportar con un proyecto con visión emprendedora, la comercializadora se dedica a la elaboración de helados. Generando de esta manera nuevas plazas de trabajo y nuevas oportunidades de crecimiento al pueblo salcedense.

En la asociación la producción anual de helados en el año 2015; fue de 850.000 unidades, mientras que para el año 2016; la producción fue de 800.000 unidades y para el año 2017; fue de 750.000 unidades, existiendo una disminución notable en la producción debido al incremento de la competencia que ha llegado a tener la empresa. Debido a la reciente adecuación, remodelación e inversión de la empresa tanto en infraestructura como en maquinaria, la capacidad de producción es de 10.000 unidades de helados diarios. Para la venta a nivel nacional la empresa fabrica 580.000 unidades anuales, por lo tanto existe un desaprovechamiento de la maquinaria la misma que implica costos y gastos para la empresa (CORPICECREAM S.A, 2018). En función de aprovechar dicha capacidad de producción se desea implementar un proyecto de exportación hacia la empresa “La Serranita” localizada en la ciudad de Nueva York - Estados Unidos, con la finalidad de satisfacer la necesidad existente en este país.

A criterio del Gerente General de CORPICECREAM S.A, (2018) La empresa “La Serranita”, además de la distribución y comercialización de los helados de Salcedo, expende productos tradicionales estacionarios de nuestro país como: productos lácteos, tortillas de maíz, conservas, granos para realizar la fanesca, productos para elaborar la tradicional colada morada; a las ciudades de New York, New Jersey, California.

Es importante resaltar que la empresa “La Serranita” se ha encargado de los procesos necesarios en la (Food and Drug Administration: Administración de Medicamentos y Alimentos) FDA para obtener el certificado y aval de la misma, para que los helados puedan ser exportados e ingresen al mercado Estadounidense, es así que NUESTRO producto a exportar ha pasado la prueba realizada por la FDA, y en 6 meses la empresa La Serranita obtuvo dicho Certificado.

Según la prestigiosa empresa de estudios de mercado (Wagner, 2013) en cuanto a los conocimientos de helados y percepciones del consumidor ha publicado; que el 98% de las familias Estadounidenses compran helados, cada Americano consume 18,4 litros al año, de los cuales 7,5 litros son artesanales, domingo es el día de la semana en que más se consumen helados, el consumo es mayor durante Julio y Agosto debido al periodo de verano y considerando que Julio es el mes nacional del helado en este país, la mayor cantidad de helados es consumido por niños entre 2 y 12 años, y adultos a partir de los 45 años.

Actualmente, el Gobierno de Ecuador impulsa mucho la producción nacional y ha implementado varios mecanismos para fomentar la exportación, enfocándose en transformar la matriz productiva para que el país no solo comercialice internacionalmente productos tradicionales, sino que se incluya otras opciones que dinamicen la balanza comercial.

Por lo expuesto y debido a la capacidad de producción de helados que tiene la empresa y por la aceptación que tienen los productos elaborados de manera tradicional, exportar a Estados Unidos tiene ventajas competitivas, siendo el país número uno en consumir helados tradicionales con sabores de frutas tropicales, por lo tanto es necesario realizar un proyecto de exportación que permita cubrir la demanda existente, considerando los gustos y preferencias, para así poder aplicar estrategias necesarias para que el producto llegue a ser reconocido.

Mediante la elaboración de este proyecto lo que se busca es incrementar las plazas de trabajo, mejorar la economía de sus colaboradores así como de los propietarios y accionistas de la empresa, y por ende de los productores que proveen la materia prima para la elaboración de dicho producto.

Debido a que la exportación es uno de los factores más importantes en el desarrollo de las empresas y del país, datos estadísticos indican que en los últimos años las cifras de exportaciones se han incrementado en un 10% debido a las salvaguardas implementadas por el gobierno y a las facilidades que el mismo presta al momento de querer enviar el producto a otra parte del mundo (PROECUADOR, 2010).

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo beneficiará en la rentabilidad de la empresa la elaboración de un proyecto de exportación a la PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS HELADOS DE SALCEDO CORPICECREAM S.A.?

1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La presente investigación se va a realizar en la empresa Productora y Comercializadora de los Helados de Salcedo CORPICECREAM S.A.

Campo: Proyecto de Exportación

Área: Comercio Exterior

Aspecto: Empresa Productora y Comercializadora de los Helados de Salcedo CORPICECREAM S.A.

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Salcedo

Parroquia: La Matriz

1.4 JUSTIFICACIÓN

Una de las políticas del gobierno del Ecuador es estimular el desarrollo sustentable de nuestro país, impulsando así a las empresas ecuatorianas a la exportación de sus productos. Esta política de gobierno es posible, con el presente trabajo puesto que está encaminado a proporcionar una vía de comercialización internacional de dichos productos en este caso los helados, al mercado de Estados Unidos, mediante el diseño de un proyecto de exportación.

Debido a que el tradicional helado de Salcedo es uno de los productos de mayor acogida en el mercado nacional, de manera que es un producto que tiene concentrados naturales y de alta calidad, y sobre todo es saludable, el mismo podría tener excelente aceptación en el mercado al cual se pretende llegar y puede satisfacer la adquisición de pequeños y medianos productores ya que en Estados Unidos no existe un producto similar, ni empresas que se dediquen a la elaboración del mismo.

La ejecución del Proyecto pretende alcanzar grandes beneficios económicos y sociales, de manera que la PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE SALCEDO CORPICECREAM S.A. contribuirá con el crecimiento económico de la empresa y la ciudad, generando nuevas plazas de trabajo y de esta manera ayudará a bajar las tasas de desempleo existente en la actualidad.

La búsqueda de mercados externos para los productos tradicionales, como son los helados, es de suma importancia para la productora debido a que ayudará a incrementar los niveles de producción y comercialización.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General:

Diseñar un proyecto de exportación de helados de Salcedo para la empresa “PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS HELADOS DE SALCEDO CORPICECREAM S.A.” hacia la empresa “La Serranita”, ciudad de New York – Estados Unidos, mediante un estudio de mercado para mejorar su rentabilidad.

1.5.2 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar la situación actual de la empresa para determinar la demanda insatisfecha, mediante la revisión de datos históricos.
- ✓ Realizar un estudio Económico y Financiero, mediante la revisión de estados financieros de la empresa para evaluar la rentabilidad.
- ✓ Desarrollar el proyecto de exportación de helados hacia la empresa La Serranita, ciudad de New York – Estados Unidos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Como lo menciona García & Ávila (2010) el estudio del comercio exterior ha formado parte del cuerpo teórico de la economía, en el entorno económico, político y social en los que surgen estudios de la corriente clásica muy diferentes a la realidad de nuestros días; sin embargo, el análisis del planteamiento clásico constituye el fundamento para la comprensión de la teoría y la lógica de los posteriores desarrollos de la teoría del comercio internacional.

Dada esta perspectiva, el objetivo de este trabajo es analizar los fundamentos de la teoría del comercio internacional y definir básicamente los conceptos con los cuales se sustenta el trabajo.

2.1.1 Proyecto

Se entiende por Proyecto al conjunto de actividades coherentes e inteligentes que lo ejecutan un grupo especializado de personas mediante el planteamiento de objetivos y la aplicación de ciertos recursos metodológicos que se orientan a la solución de problemas con resultados previsibles para un grupo beneficiario en un tiempo determinado (Montoya, 2009).

Baca (2010) sostiene que “un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana” (s/n).

En palabras de Hernández (2001) el proyecto es “un conjunto de planes detallados que se presentan con el fin de aumentar la productividad de la empresa para incrementar utilidades o la prestación de servicios mediante el uso óptimo de fondos en un plazo razonable” (s/n).

Como mencionan los autores en el apartado anterior proyecto es aquel que se lo realiza a través de un grupo de personas mediante la detección del problema y especificación de objetivos, utilizando técnicas metodológicas que permita llegar a una solución adecuada.

2.1.1.1 Etapas de un proyecto

2.1.1.1.1 Inicio

El proyecto aun cuando presenta diversas etapas el sitio web (Online Bisnes School, 2013) pone a disposición la importancia de la fase inicial del proyecto, por cuanto manifiesta lo siguiente.

La fase de inicio es crucial en el ciclo de vida del proyecto, ya que es el momento de definir el alcance y proceder a la selección del equipo. Sólo con un ámbito claramente definido y un equipo especializado, se puede garantizar el éxito. Es además, el momento de compartir la visión con los stakeholders y buscar su compromiso y apoyo.

Las actividades que debe cumplir en esta etapa son las siguientes:

Elaboración del caso de negocio/ plan de proyecto: justifica la puesta en marcha del proyecto. Debe incluir una descripción del fin, los costos y beneficios de cada alternativa de ejecución y la solución recomendada para su aprobación.

Estudio de viabilidad: el propósito de un estudio de viabilidad es identificar la probabilidad de que una o más soluciones satisfagan los requisitos de negocio establecidos aplicando claridad a la toma de decisiones. Durante el estudio de viabilidad, se llevan a cabo una variedad de métodos de evaluación, hasta dar con una solución confirmada para su implementación.

Definición de proyecto: describe la visión del proyecto, los objetivos, el alcance y los resultados, así como los grupos de interés, roles y responsabilidades.

Nombramiento del equipo de proyecto: define los objetivos y las responsabilidades intervinientes en la ejecución del proyecto y su localización en la estructura organizacional; completándolas con información suficiente sobre las habilidades, experiencia y cualificaciones necesarias para cumplir cada una de las funciones definidas. Una Habrá de ser completada de nuevo cada vez que se identifique un nuevo rol.

2.1.1.1.2 Planificación

Ésta es a menudo la fase más difícil para un director de proyecto, ya que tiene que hacer un importante esfuerzo de abstracción para calcular las necesidades de personal, recursos y equipo que habrán de preverse para lograr la consecución a tiempo y dentro de los parámetros previstos. Asimismo, también es necesario planificar comunicaciones, contratos y actividades de adquisición. Se trata, en definitiva, de crear un conjunto completo de planes de proyecto que establezcan una clara hoja de ruta.

2.1.1.1.3 Ejecución

En base a la planificación, habrá que completar las actividades programadas, con sus tareas, y proceder a la entrega de los productos intermedios. Es importante velar por una buena comunicación en esta fase para garantizar un mayor control sobre el progreso y los plazos. Asimismo, es indispensable monitorizar la evolución del consumo de recursos, presupuesto y tiempo, para lo que suele resultar necesario apoyarse en alguna herramienta de gestión de proyectos. En esta etapa se deben gestionar: el riesgo, el cambio, los eventos, los gastos, los recursos, el tiempo y las actualizaciones y modificaciones. (Baca, 2010)

2.1.1.1.4 Seguimiento y control

La cuarta fase pretende una serie de procesos que permiten realizar el seguimiento, revisión y monitorización del avance en cuanto al proyecto. En esta fase es posible detectar desviaciones de manera eficiente, de tal manera que cualquier cambio que se requiera en la planificación suceda una vez identificadas las áreas que presenten dificultad.

La etapa de seguimiento y control no puede tratarse de forma disociada a la etapa de ejecución, es decir estas etapas están concatenadas. No obstante por su relevancia para el proyecto, se las debe tratar de forma aislada a cada una de ellas (Chain, 2014).

2.1.1.1.5 Cierre

Esta fase comprende todos procesos orientados a completar formalmente el proyecto y las obligaciones contractuales congénitas. Una vez terminado este estudio, se establece formalmente que el proyecto ha concluido.

2.1.2 Proyecto de exportación

El proyecto de exportación se entiende como un plan que procura asistir en la planificación de la viabilidad del negocio, apertura de un nuevo mercado, determinar la competencia, precios, calidad del producto entre otros aspectos que se deben tener en cuenta para la exportación de cualquier producto.

Con lo antedicho es preciso acudir al concepto de Proyecto de exportación concebido por (Eras, 2013) quien afirma lo siguiente:

El proyecto de exportación es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiere iniciar su posición en el mercado exterior. El objetivo es dar respuestas a las principales cuestiones que se plantea en la elaboración y puestas en práctica de la estrategia comercial internacional

¿Cómo seleccionar el mercado de mayor potencia y accesibilidad para el producto?

¿Cuál es la forma de entrada más adecuada?

¿Qué acciones deberá llevarse a cabo en sus políticas de marketing?

¿Cuáles son los recursos necesarios para cumplir con los objetivos de venta y de rentabilidad que se establecen?

Un proyecto de exportación debe estructurarse en etapas claramente diferenciadas que, siguiendo el orden secuencial de las operaciones de comercio internacional, analicen cada uno de los aspectos clave de la estrategia de la empresa en relación al mercado internacional.

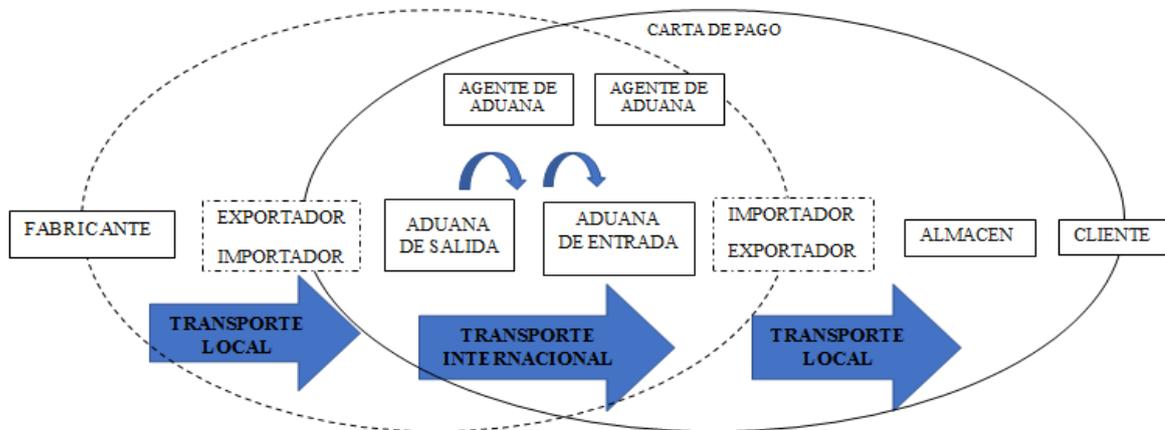
2.1.3 Exportación

La exportación según Hill (2007) es la acción que toman las empresas productoras para conquistar mercados extranjeros, es decir pretenden abrir campo a su producto en escenarios internacionales con el fin de satisfacer necesidades además de incrementar la rentabilidad de la empresa.

Este fenómeno tiene como fin favorecer la balanza comercial de cada país, es decir mantener ingresos por exportaciones superiores a los de las importaciones. Adam Smith

corroborar su teoría de la Mano Invisible del mercado, las fuerzas que intervienen en ésta están dadas por los oferentes y demandantes siendo estos los que definen cuáles serán los productos que un país deberá exportar o importar.

Gráfico 1: Procesos de exportación



Fuente: (García & Ávila, 2010)

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

El proceso de exportación puede resultar complejo, no obstante si la empresa cuenta con personal especializado para realizar los trámites del mismo esto resultara beneficioso, puesto que permitirá mantener buenas relaciones con los futuros clientes y de esta manera evitar que la compra sea directamente por el fabricante.

Las etapas de un modo más simplificado a decir de la página Web ACF Internacional (2013) son:

1. La entidad exportadora establece un contrato con una entidad cliente. La mercancía la compra de un proveedor o puede que la misma empresa sea quien produce el bien o el servicio. En el caso de pequeñas empresas, normalmente se compra a un proveedor, actuando de intermediarios en la venta.

2. La empresa proveedora tiene que preocuparse de adecuar su producto a la normativa del país de destino (certificaciones, normalización, etc.). Este es un proceso caro y complejo. Normalmente las grandes empresas ya tienen esa parte solucionada, en todo caso debe asegurarse en el contrato de compra al fabricante que es exclusiva cuenta suya.

3. Se realizan contratos entre la entidad que realiza la exportación y su cliente y su proveedor. Ese contrato con el cliente, establece las condiciones de entrega del producto o servicio: número de unidades, presentación (envase y embalaje), precio, divisa y el medio y forma de pago. En lo posible, conviene acordar una “señal” de compra para cubrir los primeros gastos y forzar el compromiso del cliente, pero no es sencillo conseguirlo al principio.

4. La mercancía es transportada desde el fabricante hasta un almacén intermedio o directamente hasta el recinto aduanero y allí se elaboran los trámites para la exportación. Ese transporte y almacenamiento ya debe de contar con un seguro. El proveedor puede que exija ya el pago total o parcial de la mercancía.

5. La mercancía es embarcada en el medio de transporte que vaya a realizar el transporte entre el país de exportación y el país de importación. De nuevo es un transporte que requiere un seguro adecuado.

6. La mercancía entra en el recinto aduanero de la aduana de importación para ser despachada. Allí, un agente de aduanas contratado por nuestra entidad, realiza los trámites.

7. Por último la mercancía es transportada hasta las dependencias del cliente, en ocasiones puede requerir un almacén intermedio si actuamos como mayoristas y servimos a varios clientes con un mismo envío.

8. En el momento de recibir conforme la mercancía, se firma el albarán de recepción y se realiza el pago, normalmente a través de carta bancaria.

2.1.3.1 Ventajas y desventajas de exportar

Dentro de las ventajas que la exportación puede aportar a las empresas, se distinguen:

En un plano macroeconómico, el incremento de las exportaciones permite a los países manejar una balanza comercial positivamente.

Permite efectuar economías de escala que den como resultado la optimización de recursos de las empresas, disminuyendo los costos unitarios de producción y la subsecuente posibilidad de mejorar el margen de utilidades.

Promueve la prolongación del ciclo de vida de los productos.

Permite que la empresa adecue la producción de sus bienes a través de una permanente evaluación del portafolio de productos.

Permite diversificar y abarcar mercados externos, frente a situaciones de mercados internos fragmentados.

Impulsa la mejora de los estándares de la calidad de los productos, al buscar cumplir con normas internacionales que establecen los mercados demandantes.

Mejora el posicionamiento y prestigio de la empresa y sus marcas en el mercado nacional, frente a proveedores, instituciones financieras y la misma competencia.

Amplía la posibilidad de establecer relaciones sólidas y duraderas con socios comerciales, que constituyen alternativas de expansión. (García & Ávila, 2010, pág. 7)

2.1.3.2 Formas de exportar

2.1.3.2.1 Exportación directa

La exportación directa según (Bengochea, 1997) es cuando la empresa se interesa en buscar nuevos mercados internacionales para insertar sus productos buscando nuevas oportunidades tanto para la empresa como para el país.

2.1.3.2.2 Exportación indirecta

La exportación indirecta es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales. Es decir que es el uso por un exportador de otro exportador como intermedio. De esta forma, hay una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de algún distribuidor o intermediario también conocido como brokers lo que en si constituye una ventaja competitiva, al emplear facilidades de la informática y las telecomunicaciones en la detección de negocios. (Robbins, 2005)

2.1.3.2.3 Regímenes aduaneros de exportación

Las exportaciones se definen como la salida, con destino a otro país o a una zona franca industrial, de mercancías que hayan tenido circulación libre o restringida. Para las

exportaciones de productos mexicanos, se consideran los siguientes regímenes aduaneros: la exportación definitiva, la exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo, la exportación temporal para reimportación en el mismo estado y el reembarque. (Bengochea, 1997)

2.1.3.3 Barreras Arancelarias, no Arancelarias e INCOTERMS.

(Quingaluisa, 2015) Conceptualiza las Barreras Arancelarias y no arancelarias como se describe a continuación:

Existen políticas dentro del comercio exterior, las cuales actúan de manera proteccionista y son conocidas como Barreras Arancelarias; éstas tienen por objeto dificultar la exportación y lo utilizan países con el fin de gravar, quiere decir, imponer un impuesto a través de aranceles. Los aranceles también, están con el propósito de proteger los productos nacionales de los competidores extranjeros y son asignados a mercancías que entran, salen o pasan por un país

Un arancel es un impuesto que se aplica a los bienes, con el objetivo de proteger los productos nacionales. Existe una diversificación de Aranceles, los principales son los siguientes:

- Ad- valorem.
- Específicos.
- Mixtos.

Los aranceles Ad- valorem son al Valor; es un porcentaje al valor de los bienes, en términos porcentuales y se aplica sobre el valor de la mercancía. Los específicos es por una cantidad determinada por unidad de peso o volumen y los mixtos son una combinación de los dos aranceles antes mencionados (Ad- valorem y específicos). La finalidad de los impuestos mencionados es proteger a determinados sectores de la economía, en contra de la competencia de los productos extranjeros.

Entre las barreras no arancelarias más destacadas se mencionan las siguientes:

- Dificultad para obtener permisos de exportación.
- Presencia de cuotas de exportación para diversos orígenes y destinos.
- Medidas fitosanitarias.

- Restricciones legales para el flujo de mercancía por razones políticas.
- Problemas de clasificación arancelaria de productos.
- Diferencias de costumbres, religión, creencias, etc.

Tanto las barreras arancelarias como no arancelarias negocian y se discuten en diferentes foros, tales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Organización Mundial del Comercio (OMC), Asociación Latinoamericana de integración (ALADI), etc., creando así acuerdos comerciales y convenios que facilitan la eliminación de estas barreras. Sin embargo, aquellas barreras costumbristas, culturales y religiosas son difíciles de negociar, por el desconocimiento propio de ellas.

Los INCOTERMS o International Chamber of Commerce Trade Terms, de acuerdo al Autor Genaro de Jesús Portales (2001) menciona que:

Son una serie de convenciones que permiten delimitar las responsabilidades de comprador y vendedor en una operación de comercio internacional, para subsanar las diferencias existentes entre las distintas legislaciones nacionales.

Existe una clasificación de los tipos de INCOTERMS, los cuales son los siguientes:

- El lugar de venta.
- La forma de entrega.
- El modo de transporte. (pág. 7)

A continuación se muestran las siglas de los INCOTERMS con su significado en la siguiente tabla:

Tabla 1: Incoterms

| Siglas | Inglés | Español |
|------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| EXW | Ex Works | En fábrica |
| FCA | Free Carrier At | En fábrica o porteador |
| FAS | Free Alongside Ship | Al costado del buque |
| FOB | Free On Board | A bordo del buque |
| CFR | Cost and Freight | A bordo del buque con flete |
| CIF | Cost Insurance and Freight | A bordo del buque con flete y seguro |
| CIP | Carriage and insurance paid to | Al porteador con transporte y seguro |
| CPT | Carriage Paid to | Al porteador con transporte pagado |
| DAP | Delivered at Place | En destino sin descarga |
| DAT | Delivered at Terminal | En terminal con descarga |
| DDP | Delivery Duty Paid | En destino con impuestos pagados |

Fuente: Incoterms 2010.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

2.1.3.4 Requisitos para exportar

Todo empresario o microempresario que desee exportar debe tener conocimiento de los requisitos básicos que debe cumplir para poder realizar dicha actividad a continuación se detallarán los requisitos básicos que deben cumplir para poder exportar.

2.1.3.5 Requisitos para ser exportadores en la aduana

Los principales requisitos para calificarse como exportador son:

- Registrarse en el Servicio de Rentas Internas (SRI), y solicitar el Registro Único de Contribuyentes (RIJC) donde detalle la actividad a realizar, para este caso deberá especificar la exportación de productos alimenticios.
- Solicitar la firma digital o token para poder hacer uso del sistema.
- Posterior al cumplimiento de los anteriores requisitos deberá ingresar en el portal web de la aduana y registrarse como exportador en ECUAPASS (Pinson, 2015).

2.1.3.6 Trámite de exportación

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Aforo Automático
- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque la mercancía, será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga al depósito temporal o zona primaria, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. Es preciso indicar que en caso de existir una observación al trámite, será registrada mediante el esquema de notificación electrónico. Una vez cerrada la DAE cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito en el punto anterior y adicionalmente se realiza una inspección física de la carga corroborándola con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE. (Aduana del Ecuador, 2017)

2.1.3.6.1 Fases de exportación

Según la página (TodoComercio Exterior, 2011) el trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Fase Post-Embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).

Certificado Fitosanitario

La (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, 2017) pone de manifiesto lo siguiente en cuanto al Certificado Fitosanitario:

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), a través de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD),

regula los procesos de certificación fitosanitaria para el cumplimiento de requerimientos fitosanitarios de los países importadores de productos vegetales, producidos en él.

Para obtener esta certificación fitosanitaria, el productor - exportador debe cumplir con el siguiente procedimiento:

1. Llenar la Solicitud Electrónica de Registro de Operador en la página de Agrocalidad los siguientes puntos son:

Gráfico 2: Opción sistema guía



Fuente: Agrocalidad

- Se deberá escoger la opción “Representa usted a un operador o empresa regístrese aquí”.

Gráfico 3: Registro como OCE

Fuente: Agrocalidad

2. Llenar los campos obligatorios para obtener una clave de: Representante legal y técnico, RUC, dirección la que conste en el RUC, correo electrónico.

Gráfico 4: Registro de Operador

Registro de Operador
Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la calidad del Agro - Agrocalidad

La información ingresada en este formulario servirá para registrarse en sistema informático y acceder a los servicios de AGROCALIDAD. La información es de carácter confidencial y de uso exclusivo para la institución y el usuario dueño de los datos.

Tipo de identificación

RUC - Persona natural
 RUC - Persona jurídica
 Cédula

0992641091001

Datos generales

Razón social (+)
FRUTALANDIA S.A.

Representante legal: PABLO DAVID TORRES ALAÑA
Representante técnico: RAUL HERNANDO GUZMAN GUZMAN

Datos de oficina

Provincia: Guayas
Cantón: Guayaquil
Parroquia: García Moreno

Dirección: ROSENDO AVILES 1318 Y JOSE DE ANTEPARA

Teléfonos: (04) 234-3700 Secundario: 5: (00) 000-0000
Celular: (09) 9401-9759 Secundario: 2: (00) 000-0000

Fuente: Agrocalidad (2016)

3. Una vez ingresada la solicitud, la agencia procede a programar una inspección, en la cual se verificará la información proporcionada y evaluará el lugar de producción donde el operador de exportación realizará sus actividades. Si la evaluación tiene como resultado un 80% positivo, se aprobará la solicitud. Si luego de la inspección, el funcionario determina que deben hacerse correctivos, especificará los días en que debe implementarse y se procederá a una nueva inspección.

Junto con el reporte favorable de la inspección del lugar de producción, se deberán presentar los siguientes documentos:

- Copia del RUC actualizado.
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa, inscrito en el registro mercantil (para personas jurídicas).
- Copia de la constitución legal de la empresa (para personas jurídicas).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Comprobante de pago original de acuerdo al tarifario vigente de AGROCALIDAD, según el producto a exportar y el tipo de registro.

Agente afianzado de Aduana

El Agente afianzado de Aduana es toda persona natural o jurídica a quien se le ha otorgado una licencia emitida por el o la Directora General de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, dicha licencia le faculta efectuar el despacho de las mercancías y posterior a esto debe firmar la declaración aduanera como lo establece el reglamento. Para el cobro de sus honorarios deberá facturar en base a la tabla de honorarios mínimos que serán fijados por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Dicha licencia tendrá un plazo de duración de 5 años, la cual puede ser renovada por el mismo plazo (Freire Obando, 2015).

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Plan de Negocios: Según Arturo (2015), define al plan de negocios como: “un documento que describe y explica un negocio que se va a realizar, así como sus objetivos, estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada”.

Exportación: Se entiende como el envío de un bien o servicio a otra parte del mundo con fines comerciales, utilizando diversas vías de transporte. Los países no producen todos los bienes que necesitan, por lo cual se ve en la necesidad de fabricar aquellos que cuentan con una ventaja productiva y que les servirá para obtener los productos y servicios que son más difíciles o más costosos de producir (Ventura, 2015).

Producción: Es la acción que todo ser humano realiza como actividad productiva para obtener un bien final. La producción en sentido activo sería todo lo que se hace para obtener lo que se produce, por ello producción forma parte de cualquier análisis económico (Sogorb & Portilla, 2009).

Mercado: Se entiende como el escenario en donde interactúan los oferentes y los demandantes, con el fin de comprar o vender un bien o servicio (Mankiw, 2005).

Agente Aduanero: Persona física o jurídica que ejerce actividad en el tráfico internacional, mismo que debe contar con una licencia para poder ejercer las formalidades de aduanas y las reexpediciones (Bengochea, 1997).

Arancel: Es el impuesto que le sirve al importador o exportados para agregar valor a sus mercancías en el mercado de destino, cuyo objetivo es proteger las similares que se fabriquen en el país (Gutierrez, 2003).

Materia Prima: Es aquella que se obtiene de los sectores de producción, las mismas que antes de sufrir una transformación son rigurosamente seleccionadas. Para su posterior utilización deben cumplir con unas propiedades de suma importancia, como las propiedades geométricas, físicas, funcionales y características relacionadas con el bien a desarrollar (Smith, 1994).

Transbordo Aduanero: Es el ente aduanero por el cual, bajo el control de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), se efectúa la transferencia de mercancías al extranjero por diversos medios de transporte utilizado para su llegada a aquel utilizado para su salida, para ello se hace necesario presentar la copia del manifiesto de carga y de la declaración de transbordo (Paicorocke, 2013).

Proyecto de Exportación: Es un requisito para exportar correctamente. Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación (Aduanas, 2012).

El proyecto de exportación según Chain (2014) se compone de los siguientes estudios.

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo - legal
- Estudio financiero
- Evaluación financiera

Estudio de mercado: El estudio de mercado es el análisis donde se determina la demanda, considerada como el número de entes que adquirieran los productos, la oferta que indica la cantidad de producto ofertado por la competencia, sea específico o sustituto y la diferencia de estas dos, conocida como demanda insatisfecha, la cual indicará la factibilidad de mercado (Kotler, 2014).

Estudio técnico: “El estudio técnico detalla la ubicación, tamaño del proyecto, procesos, y procedimientos para la realización o comercialización del producto o servicio” (Coss, Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión, 2017).

Considerando que la empresa está en funcionamiento y el proyecto enfocado a la exportación de helados, en este estudio se determinarían los requisitos y se detallarían los procedimientos de exportación.

Tamaño: “El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir” (Chain, 2014, pág. 134). En el caso de la empresa el tamaño se lo considera, dependiendo la cantidad de helados a producir.

Estudio administrativo – legal: (Pinson, 2015) manifiesta lo siguiente en cuanto al Estudio administrativo – legal:

En el estudio administrativo se identifican los aspectos de orden administrativo y dirección estratégica, analizando la misión, visión, estructura orgánica y funciones del personal, de igual manera se consideran los aspectos legales que la empresa debe cumplir.

Estudio financiero: A decir de Villarán (2009)

El estudio financiero identifica los resultados de las inversiones proyectadas, cuantificando los recursos requeridos para la puesta en marcha del proyecto, costos de producción, inversiones fijas, diferidas, capital de trabajo, de igual manera determina el flujo de caja con el cual se puede analizar si los rendimientos son los esperados por los accionistas

Dentro del diseño del proyecto se realizará el plan financiero, direccionándolo a establecer el impacto de las exportaciones en los estados financieros.

Evaluación financiera: “La evaluación financiera, analiza los resultados obtenidos en el estudio financiero y los analiza mediante indicadores financieros y económicos, con el fin de establecer si estos cumplen con las expectativas de los inversionistas” (Villarán, 2009).

Aduana: La página oficial de las Aduana del Ecuador manifiesta lo siguiente:

Es aquel lugar establecido generalmente en las áreas fronterizas, puertos y ciudades importadoras/exportadoras cuyo propósito principal es controlar todas las entradas y salidas de mercancía, los medios en los que son transportadas y los trámites necesarios para llevarlos a cabo. Su función recae en hacer cumplir las leyes y recaudar impuestos, derechos y aprovechamientos aplicables en materia de comercio exterior. (Comercio y Aduanas, 2012)

Embalaje: “Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. Embalaje en una expresión más breve es la caja o envoltura con que se protegen las mercancías para su transporte” (Almaguer , 2010).

Acuerdo comercial: según el criterio de la Organización Mundial del Comercio (2008) el Acuerdo comercial es:

Es un convenio bilateral o multilateral entre estados, que busca conformar los intereses de cada una de las partes y aumentar el intercambio comercial, entre otros objetivos.

Un acuerdo comercial es un pacto o negociación entre dos o más países con el objetivo de armonizar intereses en materia de comercio e incrementar los intercambios entre las partes firmantes. El acuerdo comercial puede ser más o menos complejo, dependiendo de si los países firmantes deciden o no delegar parte de su soberanía a un organismo supranacional y someterse a su control en materia de política económica, incluida la política comercial. En caso de que haya algún tipo de cesión de soberanía hablaríamos de integración económica.

Competencia: Es el fenómeno que se da cuando dos empresas o más se dedican a producir un mismo bien o servicio en un medio determinado intentando acaparar por completo el mercado, de tal modo que una sea la beneficiada y por ende perjudicando a la otra (Burns, 1973).

Demanda: es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios y de acuerdo a sus gustos y preferencias. La demanda es una función que relaciona las cantidades demandadas a diferentes precios (Falconi, 2001).

Comercialización: Reyes (2016) menciona que la comercialización es:

Conjunto de medios empleados para proporcionar al consumidor por medio de los canales de distribución adecuados, y con la ayuda de un apoyo apropiado en el campo de las ventas y de la publicidad, el producto que, por su índole, presentación y precio, corresponde mejor a sus necesidades, lo que también expresa implícitamente el proceso de realizar una acción simultánea y coordinada de esos elementos para lograr el objetivo final.

Consumidor: El consumidor es quien demanda bienes y servicios a cambio de dinero.

El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición y que decide demandar para satisfacer algún tipo de necesidad en el mercado.

Factores que afectan al consumidor:

Las preferencias o gustos; cada individuo en particular establece y conoce cuáles son sus necesidades o inquietudes, eligiendo los bienes o servicios que mejor puedan satisfacer los mismos de manera independiente.

El nivel de renta; dependiendo del umbral de ingresos y poder adquisitivo con el que cuenta un individuo, tendrá más o menos opciones en el mercado para poder satisfacer su demanda. (Kotler, 1997)

Satisfacción Del Cliente: (Thompson, 2010) manifiesta que la Satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener "satisfecho a cada cliente" ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.

2.3 MARCO LEGAL

Los organismos que controlan el comercio exterior de productos y servicios son los siguientes:

2.3.1 Servicio de Rentas Internas (SRI)

El (Servicio de Rentas Internas, 2015) tuvo origen el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria.

En este sentido el (Servicio de Rentas Internas, 2017) manifiesta en su Art. 57.- Las personas naturales y sociedades exportadoras que hayan pagado y retenido el IVA en la adquisición de bienes que exporten tienen derecho a crédito tributario por dichos pagos. Igual derecho tendrán por el impuesto pagado en la adquisición de materias primas, insumos y servicios utilizados en los productos elaborados y exportados por el fabricante. Una vez realizada la exportación, el contribuyente solicitará al Servicio de Rentas Internas la devolución correspondiente acompañando copia de los respectivos documentos de exportación.

Este derecho puede trasladarse únicamente a los proveedores directos de los exportadores. También tienen derecho al crédito tributario los fabricantes, por el IVA pagado en la adquisición local de materias primas, insumos y servicios destinados a la producción de bienes para la exportación, que se agregan a las materias primas internadas en el país bajo regímenes aduaneros especiales, aunque dichos contribuyentes no exporten directamente el producto terminado, siempre que estos bienes sean adquiridos efectivamente por los exportadores y la transferencia al exportador de los bienes producidos por estos contribuyentes que no hayan sido objeto de nacionalización, están gravados con tarifa cero.

2.3.2 Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad

Según el (Ministerio Coordinación de Producción Empleo y Competitividad, 2017), manifiesta que es el ente encargado de generar, coordinar, articular, impulsar y evaluar las políticas, programas, proyectos y estrategias de producción, empleo y competitividad del Consejo Sectorial de la Producción, orientados al cambio de la matriz productiva del Ecuador.

2.3.3 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

Según el (Ministerio de Industrias y Productividad, 2015) se concibe a sí mismo como el encargado de:

Impulsar el desarrollo de sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

Este ministerio tiene como finalidad el impulsar la generación de productos, bienes y servicios de calidad a través de políticas públicas, planes y proyectos especializados que promuevan la generación de empleo y a su vez permita el ingreso de nuevas empresas y/o productos al mercado interno y externo.

El reto se presenta cuando el MIPRO deberá articular los procesos para organizar gremios o agremiaciones de productores que sean capaces de replicar productos de igual calidad en sus distintas unidades de producción, fortalecidas con los créditos asociativos/solidarios o grupales que producen los beneficios de escala. En la primera etapa se deberá vender a clientes particulares al menudeo, sin embargo, el éxito real está en producir en volúmenes y abastecer a clientes que hacen de subdistribuidores, como las tiendas de barrios, bares de colegios, que llegan a gran cantidad de consumidores finales.

La segunda etapa será lograr que cadenas de autoservicios adquieran estos productos y los masifiquen en el mercado local.

La tercera etapa será que las réplicas de unidades productivas puedan producir para la exportación masivamente, bajo una marca única.

2.3.4 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

El (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015) se autodefine de la siguiente manera:

Somos parte activa del quehacer nacional e internacional, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar mejor calidad en el servicio al usuario. Estamos conscientes que en las instituciones, el principal recurso es el humano, por eso creemos en la gente. Estamos listos para enfrentar cualquier reto, y comprometidos con la gran responsabilidad que implica ser la Aduana del Ecuador.

2.3.5 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro

La página oficial (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, 2017) conocida como AGROCALIDAD, se manifiesta a sí misma como:

La Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la regulación y control sanitario agropecuario, con la finalidad de mantener y mejorar el estatus Fito y zoonosanitario; procurar la inocuidad de la producción primaria; apoyar los flujos comerciales; y contribuir a la soberanía alimentaria. Nos comprometemos a impulsar una cultura de calidad basada en la honestidad, respeto, lealtad y responsabilidad, asignando los recursos necesarios y cumpliendo con todos los requisitos legales y reglamentarios que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes y partes interesadas entregando servicios de calidad, mejorando continuamente el desarrollo de nuestros procesos internos y del talento humano.

2.3.6 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

Según el (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010) manifiesta que:

El COPCI tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de

calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente con el ciudadano de la naturaleza.

2.3.7 Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional (PROECUADOR, 2017).

Su misión es promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y a la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 IDEA A DEFENDER

La industria del helado se caracteriza por participar de un mercado altamente competitivo donde coexisten empresas locales, nacionales e internacionales. Esta situación ha obligado a la PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE SALCEDO CORPICREAM S.A. a diversificar su producción y diferenciarse mediante la utilización de diversas estrategias tales como, añadir cada vez más valor agregado a sus productos, incorporar nuevos canales de comercialización e incrementar los servicios que brindan.

Mediante la elaboración de este proyecto lo que se busca es incrementar las plazas de trabajo, mejorar la economía de sus colaboradores así como de los propietarios y accionistas de la empresa, y por ende de los productores que proveen la materia prima para la elaboración de dicho producto.

3.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se realizó mediante la modalidad descriptiva y bibliográfica en donde se emplea una serie de herramientas y técnicas para la recolección de información de todos los aspectos y características de la realidad y así proporciona datos relevantes para describir y explicar los factores importantes.

El diseño de la investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado, la presente investigación será cualitativa – cuantitativa.

3.2.1 Cualitativa

Según Sandoval (2002), considera a la investigación cualitativa, como “aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”.

Para Le Compte (1995), la investigación cualitativa podría entenderse como “una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de

observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y video, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos”.

Se utilizó este tipo de investigación porque permitió registrar los eventos narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

3.2.2 Cuantitativa

Según Pita & Pértagas (2002), en su investigación menciona que la investigación cuantitativa “es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables” (p. 2).

Cualitativa porque generará la comprensión del fenómeno y sus características y cuantitativa pues se considerarán términos financieros e indicadores de cumplimiento.

3.3 Tipos de Investigación

3.3.1 Bibliográfica-documental.

Según Galarza (2003) indica lo siguiente en cuanto a la Investigación Bibliográfica – documental:

La investigación de carácter documental se apoya en la recopilación de antecedentes a través de documentos gráficos formales e informales, cualquiera que éstos sean, donde el investigador fundamenta y complementa su investigación con lo aportado por diferentes autores. Los materiales de consulta suelen ser las fuentes bibliográficas, iconográficas, fonográficas y algunos medios magnéticos.

A decir de Morales (2010) en función de definir la investigación documental indica que “es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos”.

Se utilizó la investigación documental porque permite recabar toda la información en libros, trabajos de investigación realizados respecto al proyecto y otros documentos con respecto a la producción y exportación de helados.

3.3.2 Descriptiva.

En cuanto a la investigación descriptiva (Dankhe, 1986) postula lo siguiente:

En comparación con la naturaleza poco estructurada de los estudios exploratorios, requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder. La descripción puede ser más o menos profunda, pero en cualquier caso se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito.

Se emplea este tipo ya que luego de haber explorado se describe situaciones. Realizar análisis y presentar la interpretación correspondiente. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

3.4 MÉTODOS

3.4.1 Método Inductivo

Boscan, (2013) “consiste en utilizar razonamientos para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación tiene carácter general”

Como menciona (Vázquez, 2008)

Se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

En este método utilizare mi razonamiento para llegar a conclusiones que serán principios que se debe tomar en cuenta para la realización del proyecto.

3.4.2 Método deductivo

Ferrer (2010) afirma que “A través de observaciones de un caso particular se plantea un problema. Éste lleva a un proceso de inducción que remite a una teoría para formular una hipótesis, que a través de un razonamiento deductivo intenta validar la hipótesis empíricamente”.

Según Vásquez (2008) La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Para el desarrollo de esta investigación, este método se aplicará en la fase de la planificación en lo referente al estudio de mercado, con el objetivo de identificar las características del mercado al cual se pretende llegar y comprobar la existencia de demanda histórica, demanda insatisfecha y la oferta del producto.

3.4.3 Método Analítico

Según Vásquez (2008) “es aquél que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de sus elementos por separado. Analizar significa: Observar y penetrar en cada una de las partes de un objeto considerado como unidad”.

El analizar es de mucha ayuda ya que proporciona nuevos elementos de juicio. En el análisis a los procedimientos, se utilizará este método al encontrar diferencias, se pondrá mayor énfasis en la revisión de la secuencia lógica a seguir por parte de los involucrados. La utilización de estos métodos servirá para conocer y analizar un problema emitiendo una propuesta después de una cuidadosa consideración como un proceso para la toma de decisiones.

3.4.4 Histórico

Según el criterio manejado por Moreno (2000) “Es muy importante analizar los datos históricos para conocer las tendencias de mercado, de precios, de producción, etc.”.

3.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La recolección adecuada de la información del trabajo investigativo se considera importante para lograr los objetivos propuestos, es por ello que se considera necesario realizar investigaciones acordes a los indicadores que se presentan en la operatividad.

Para la realización del siguiente trabajo se utilizarán las principales técnicas de:

3.5.1 Observación

Para Puente (2011) la observación como técnica consiste en:

“Observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación”.

Existen dos clases de observación: la observación no científica y la observación científica:

Se realizará una observación de entidades similares al momento de formular mi propuesta, teniendo en cuenta los atributos muy importantes como el temperamento, gustos y preferencias, que permitan establecer los procedimientos específicos más adecuados.

Este método permitirá conseguir información de los procesos y procedimientos existentes dentro de la empresa.

3.5.2 Entrevistas

En esta técnica es preciso referirnos al mismo autor Puentes (2011) quien menciona que

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación.

De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difícil conseguir.

Con el apoyo de esta técnica se obtendrá principalmente información de la empresa y la competencia.

3.5.3 Revisión de bibliografía

Esta técnica permitirá recolectar información segura y confiable por medio de libros, folletos, módulos, sobre el diseño de estrategias.

3.5.4 Investigación Electrónica (Internet)

A través del internet se recolectará principalmente información de variables económicas, políticas y sociales.

3.6 INSTRUMENTOS

Los instrumentos a utilizar en la investigación son los siguientes:

- Libros, Internet, Revistas, y Tesis referentes a la investigación.

3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

El presente trabajo es la realización de un proyecto de exportación de helados elaborados de manera tradicional hacia el mercado de New York – Estados Unidos, por lo tanto se tomará en cuenta datos históricos y proyectados que se llevara a cabo en la investigación de mercado, el nicho de mercado para esta investigación es el estado de New York con una población aproximada de 19.745.289 habitantes según datos macroeconómicos del 2016.

No sé ha tomado en cuenta la técnica de la encuesta por lo que el mercado es internacional. Sin embargo, la recolección de información es mediante revisión bibliográfica y web-gráfica para encontrar el consumo nacional aparente que permita establecer la oferta y la demanda por estos aspectos no amerita considerar el cálculo de la muestra para esta investigación.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

En función de ofrecer un acercamiento detallado y necesario a la empresa, es preciso recurrir a los antecedentes de la empresa PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS HELADOS DE SALCEDO CORPICECREAM S.A. Pacheco (2016) pone a consideración los inicios de la elaboración de los Tradicionales HELADOS DE SALCEDO.

Por el año 1950, la difícil situación económica de la comunidad franciscana del cantón Salcedo, y el anhelo de mejores días, inspiraron a la monjita Rosa María Durán a producir el famoso helado de Salcedo, inicialmente conocido por la población como el HELADO DE LAS MONJAS.

Esta madre franciscana, muy reconocida por sus habilidades gastronómicas, conjugó perfectamente los ingredientes naturales como lácteos, frutales y endulzantes de la prodigiosa zona cotopaxense en el centro del país para obtener como resultado un producto muy delicioso que pronto fue adquiriendo notoriedad en todo Salcedo.

El helado de las monjitas era elaborado entonces, en el interior del convento y comercializado por una ventana, pues para esos años las monjas se resguardaban de toda tentación externa.

La aceptación que inmediatamente tuvieron los deliciosos helados de las monjitas, obligó a que estas ingeniosas religiosas, vieran la necesidad de acercar el producto al consumidor por medio de un vendedor ambulante llamado José Medina, más conocido como "José Trrutrra". Este importante personaje para la difusión del actual helado de Salcedo, llevaba sobre su espalda una gran caja de madera conteniendo en su interior, lo que hoy es un verdadero patrimonio de la ciudad de Salcedo, y con su singular chispa recorría calles, caminos y senderos gritando "HELADOS CON LECHE DE LAS MONJITAS".

En los años posteriores, varias personas que habían tenido acceso a la fórmula por la cercana relación con las religiosas franciscanas, entre las que se cuentan las familias Franco, Paredes, Jijón, mamá Mery, etc. continuaron con la actividad de producción y comercialización.

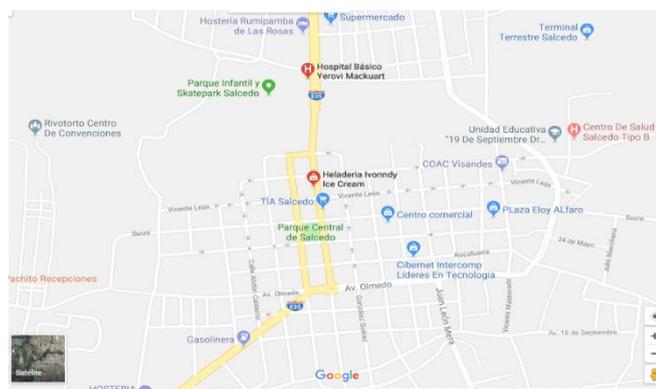
La necesidad de ingresar a los mercados más importantes del Ecuador ha obligado a que los actuales productores, en un ejemplo de organización y solidaridad se hayan unido para formar la Asociación de Productores y Comercializadores de los Helados de Salcedo, patentando el producto y cumpliendo con los estándares exigidos para productos alimenticios.

Hoy todo el Ecuador está abastecido de este delicioso producto, recibiendo ocasionales pedidos desde New York en los Estados Unidos. El Helado de Salcedo salió de un convento y se liberó por el mundo.

4.1.1 Ubicación de la empresa

La empresa Productora y Comercializadora de los Helados de Salcedo CORICECREAM S.A., está ubicada en la provincia de Cotopaxi, Cantón Salcedo, Parroquia San Miguel, Urbanización Rumipamba de las Rosas, calle Los Molles L-123 y Av. Yolanda Medina, Teléfonos (03) 2597-011/ (03) 2730-254.

Gráfico 5: Ubicación de la Empresa



Fuente: Googlemaps

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.1.2 Misión

CORPICECREAM S.A. es una empresa asociada, productora y comercializadora de helados de sabores que busca la satisfacción total de sus clientes y consumidores brindando un servicio de calidad y trabajando con los estándares de productos alimenticios más exigentes, con un talento humano comprometido con el éxito de la empresa (Pacheco A. , 2013).

4.1.3 Visión

CORPICECREAM S.A. busca consolidarse, como la organización productora y comercializadora de helados de sabores con mayor participación en el mercado nacional e internacional, sustentado por un liderazgo en calidad y servicios por la satisfacción plena de los clientes y consumidores (Pacheco A. , 2013)

4.1.4 Objetivos Corporativos

El principal objetivo corporativo de la empresa según (Pacheco A. , 2013) es:

“Lograr el 100% de la satisfacción total del cliente todos los días en cada punto de distribución y venta de los helados de Salcedo”.

Para alcanzar el objetivo general planteado se deben cumplir otras metas:

- Mantener las ventas diarias y estándares de calidad de acuerdo a los requerimientos del cliente, para satisfacer las necesidades de la demanda insatisfecha.
- Mantener precios competitivos con respecto a otros proveedores de Helados de Sabores.
- Garantizar las necesidades de nuestros clientes tanto internos como externos.
- Fortalecer la imagen tanto en su aspecto comercial como administrativo de la empresa.
- Lograr indicadores financieros de liquidez y rentabilidad superiores a los costos de oportunidad del mercado.

4.1.5 Valores Corporativos

Según (Pacheco A. , 2013) los Valores Corporativos de la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. son:

Ética: Comprometidos con los valores éticos, se apoyara y promoveremos la implementación de prácticas empresarias con un fuerte compromiso social y moral. Se consideraran los intereses de todos los involucrados en la actividad procurando que los impactos que puedan generar, no sean contrarios al bienestar general. Y respetando las políticas de la Asociación de Productores y Comercializadores de los Helados de Salcedo, para mantener lazos de lealtad y compromiso en el largo plazo.

Puntualidad: La entrega a tiempo será el principal valor corporativo por el que se diferenciará nuestra empresa de la competencia.

Calidad de Servicio y Limpieza: La calidad del empaque y del producto será un factor crítico del éxito para “Los Helados de Salcedo”.

Competitividad y Productividad: La formación de nuestro personal se basa en un factor de motivación que hace de una persona capaz de competir en el medio en el que se desenvuelve.

Preservación del Medio Ambiente: Se trabajara en miras a difundir y promover la responsabilidad de cuidar el medio ambiente.

4.1.6 Grupo humano

La empresa CORPICECREAM S.A. es una empresa que cuenta con trabajadores especializados al momento de ejercer sus actividades, donde cada persona tiene que alcanzar objetivos que se plantean al producir los helados, mediante sus puestos de trabajo y responsabilidades en su campo laboral, dando así un alto rendimiento para el bienestar de la empresa.

Por ello, ahora es recomendable tener un grupo de trabajadores motivados y fieles en sus actividades a desarrollar, por tanto al momento de resolver un problema sea consiente y lo realice de forma eficiente, dando así una amplia mejora con la organización por lo cual parte de incentivos que pueda tener la empresa con sus

trabajadores, con esto se quiere llegar a tener decisiones participativas, opinión de todo el personal de la empresa.

4.1.7 Análisis FODA

Fortalezas

- Las condiciones climáticas del Ecuador permiten obtener durante todo el año la materia prima para la elaboración del producto.
- Personal altamente capacitado para la elaboración del producto.
- Materia prima de calidad.
- Instalaciones apropiadas para la elaboración y comercialización del producto.
- Reconocimiento a nivel nacional e internacional del helado de Salcedo.

Oportunidades

- Incremento de la demanda nacional e internacional de productos alimenticios en este caso los helados.
- Generar alianzas políticas, para exportar el excedente de la producción a mercados de gran importancia, como Estados Unidos.
- Tendencia creciente en cuanto al consumo de helados.

Debilidades

- Alta informalidad en la comercialización en la zona de desarrollo del proyecto.
- Poco apoyo estatal, con fondos y capacitación al empresario ecuatoriano.
- Moderada dependencia en asistencia técnica.

Amenazas

- Invasión de competidores.
- Mayor uso de sustitutos en la elaboración de helados.
- Inestabilidad política y económica del país.
- Condiciones climáticas desfavorables (fríos, lluvias).

4.2 ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1 Definición de mercado

Gráfico 6: New York



Fuente: Googlemaps

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

El mercado estadounidense se caracteriza por ser el más importante para los países de América Latina (Gestión Digital, 2018).

Indica que esta importancia se debe no solo por la relativa cercanía y las oportunidades que brinda, sino porque es el segundo importador de alimentos a nivel mundial, una de las economías más grandes del mundo, razones que lo hace un mercado atractivo para el intercambio comercial de alimentos con nuestro país. Además, si se tiene en cuenta que Estados Unidos es un país de inmigrantes que desean conservar sus tradiciones, entre las que incluyen las alimenticias, representa una oportunidad especial de mercado.

Es importante destacar que Estados Unidos tiene alrededor de 50.5 millones de habitantes hispanos (Census 2010), quienes son los principales consumidores de productos latinoamericanos. De acuerdo a información del (US Census Bureau: Oficina del Censo de Estados Unidos) hay alrededor de 2.3 millones de habitantes hispanos en New York, la cual la convierte en la ciudad más poblada de este segmento en los Estados Unidos, en donde Ecuador tiene una importante presencia con alrededor de 760.000 compatriotas migrantes. Ecuador ocupa el décimo lugar entre los grupos de Latinos que residen en este país.

4.2.1.1 Características de la población

La página oficial de demografía de EE.UU (datosmacro.com, 2007) arroja cifras acertadas en cuanto a su población:

New York cerró el 2016 con una población de 19.745.289 personas, que ha supuesto un descenso de 1.894 personas, respecto a 2015, en el que la población fue de 19.747.183 personas, con lo que varió un 0,01% en el último año. Es el 4º estado de Estados Unidos en cuanto a población se refiere.

Nueva York, con 140 habitantes por Km², es un estado con mucha densidad de población, cuenta con un clima húmedo continental, resultado de los constantes vientos que traen aire frío desde el interior del continente americano. Nueva York tiene inviernos fríos, pero la ubicación costera de la ciudad mantiene las temperaturas un poco más cálidas que en las regiones interiores, ayudando a moderar la cantidad de nieve, cuya media es de 63,5 a 88,9 cm al año. La ciudad tiene un período templado que dura un promedio de 199 días entre las heladas estacionales. La primavera y el otoño son erráticos, y pueden variar desde frío y nevado a cálido y húmedo. El verano es cálido y húmedo, con temperaturas de (90 F) 32.2° C o más en un promedio entre 18 y 25 días cada verano.

En la ciudad el 24,2% de la población tiene menos de 18 años, el 10,0% tiene de 18 a 24 años, el 32,9% tiene de 25 a 44, el 21,2% de 45 a 64, y el 11,7% son mayores de 65 años. La edad media es de 34 años. Por cada 100 mujeres hay 90 hombres. Por cada 100 mujeres mayores de 18 años hay 85,9 hombres.

Tabla 2: Población de New York

| EDAD | PERSONAS | PORCENTAJE |
|---------------------------|----------------------|-------------|
| < DE 18 AÑOS | 4.778.359,94 | 24.2% |
| DE 18 A 24 AÑOS | 1.974.528,90 | 10% |
| DE 25 A 44 AÑOS | 6.496.200,08 | 32.9% |
| DE 45 A 64 AÑOS | 4.186.001,27 | 21.2% |
| MAYORES DE 65 AÑOS | 2.310.198,81 | 11.7% |
| TOTAL | 19.745.289,00 | 100% |

Fuente: Banco mundial (2018)

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.2.1.2 Acceso

La página Web de Acceso a los puertos (ProColombia, 1993) menciona que Estados Unidos posee una infraestructura portuaria, misma que:

Está compuesta por más de 400 puertos y sub puertos, de los cuales 50 manejan el 90% del total de toneladas de carga. Están localizados estratégicamente en los Océanos Pacífico y Atlántico.

Algunos de los puertos estadounidenses se encuentran dentro del rango de los más grandes y de mayor movimiento de carga del mundo.

Para la costa Este se destacan por la afluencia de navieras con servicio directo y regular los puertos de: Houston, Nueva York, Baltimore, Savannah, Jacksonville, Port Everglades, Miami, New Orleans y Charlestown.

4.2.1.3 Puerto New York

Gráfico 7: Puerto de New York



Fuente: www.marinetraffic.com

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

Tintoré & Hernández (2007) mencionan que:

En la Costa Este, el puerto de Nueva York y Nueva Jersey es el puerto principal. Es el puerto más grande y más activo de la Costa Este de Estados Unidos y el tercero más grande del país. Ofrece acceso a uno de los mercados de consumo más concentrados del mundo. En 2015, movilizó más de 4,5 millones de TEUs, lo que contribuyó a más del

11% del comercio total de contenedores en América del Norte. Maneja mercancías tales como petróleo, chatarra, carga general y a granel.

4.2.2 Segmentación del mercado

4.2.2.1 Macro segmentación

Es necesario realizar una macro-segmentación de mercado con la finalidad de conocer a la competencia, conocido como mercado de referencia. Para esto, se debe identificar al grupo de clientes interesados por el producto.

El segmento que se ha tomado en cuenta para el desarrollo de este proyecto es la población del mercado objetivo de New York al cual se pretende llegar con una población de 19.745.289 personas.

4.2.2.2 Micro segmentación

La micro-segmentación tiene por objeto dirigirse específicamente a un pequeño segmento de clientes identificando sus necesidades específicas, para ofrecer los productos acordes a sus preferencias y orientarlos al consumo del mismo. Por lo tanto, se realiza una clasificación psicográfica con los siguientes aspectos:

Clase Social: Alta- Media - Baja.

Estilo de vida: Consumo de productos de calidad y de bajo costo.

Género: Masculino y Femenino.

Edad: Personas desde los 2 años en adelante.

Actividad: Empresarios, independientes, dependientes, estudiantes, deportistas.

Intereses: Satisfacción personal.

4.2.2.3 Mercado objetivo

4.2.2.3.1 Relaciones comerciales entre Ecuador y New York

Según Pareja & Cucalón (2018) emiten los siguientes criterios en cuanto a las relaciones comerciales entre Ecuador y New York:

Mediante comunicado la Cancillería de Ecuador anunció que; los Estados Unidos son el principal mercado de las exportaciones ecuatorianas. En el 2016, por ejemplo, Ecuador exportó \$ 16,8 mil millones, de los cuales Estados Unidos adquirió la tercera parte. Las exportaciones no petroleras del país representaron en el mismo año un 70% del valor total exportado, y de ese total un 22% (alrededor de \$ 2,6 mil millones) fueron adquiridos por los Estados Unidos. Es evidente que la política comercial de nuestro país debe reconocer que Estados Unidos es nuestro socio principal.

Pero también cabe advertir que los productos no petroleros que los Estados Unidos compran a Ecuador son fundamentalmente bienes primarios: crustáceos (44%), rosas (29%) y oro en bruto para uso no monetario (27%).

En este sentido el diario el Universo (2018) manifiesta que:

El presidente de Estados Unidos, Donald Trump, aprobó la renovación del Sistema de Preferencias Arancelarias (SGP) por un periodo de tres años.

Las preferencias arancelarias estarán en vigencia para Ecuador hasta el 31 de diciembre de 2020 y con efecto retroactivo. La anterior renovación había expirado el 31 de diciembre de 2017. Más de 120 países en desarrollo participan del SGP, indicó el Ministerio de Relaciones Exteriores.

El objetivo de la política de comercio exterior del Gobierno es la integración de Ecuador al mundo, dijo el ministro de Comercio Exterior, a través del dinamismo de la economía, la atracción de inversiones, el fomento de las exportaciones e incremento de fuentes de plazas de trabajo.

Por su parte el diario El Telégrafo (2015) considera que:

El principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador en enero-abril de 2015 fue Estados Unidos con una participación del 28.20% del total exportado, le siguen Vietnam con un 7.40%, Colombia con un 7.05% y Rusia con 6.36%. Al revisar los veinte principales destinos de nuestras exportaciones no petroleras, ocho corresponden a países de América.

4.2.2.4 Países exportadores de helados

La página especializada en la información de exportadores Gestión (2013) publica datos relevantes en cuanto a los principales países que exportan helados:

De acuerdo con el Sistema de Información de la Asociación de Exportadores (ADEX DATA TRADE), Los helados peruanos, en el rubro de productos no tradicionales, llegaron a un total de cinco países entre enero y noviembre del año 2012, pero fue Estados Unidos el que concentró el 97% del total.

De acuerdo con el Sistema de Información ADEX DATA TRADE, el país norteamericano lo importó por US\$ 445,962, aunque ese monto evidencia una caída de 36% en relación al periodo enero-noviembre del 2011, cuando el monto ascendió a US\$ 715,992, sin embargo; el Ecuador se encuentra ganando mercado y la confianza de los países amantes del helado.

4.2.2.5 Países importadores de helados

La página Web Muy Historias (2016) arroja datos en cuanto a los principales países que importan más helados:

Según datos de 2012 la Asociación Internacional de Productos Lácteos, el ranking del consumo mundial de helados (en litros al año por habitante) lo encabeza Nueva Zelanda, con 26.3 litros, seguida de EE UU (24.5 litros), Australia (17.8) y Suiza (14.4). El quinto puesto es para Suecia (14.2), mientras que Finlandia ocupa la sexta posición (13.9). Le siguen de cerca Chile (10.4), Dinamarca (9,2) e Italia (8.2). En España el consumo se sitúa en torno a 6.5 litros per cápita, según los últimos datos de la Asociación Española de Fabricantes de Helados.

4.2.3 Análisis y proyección de oferta y demanda

El proyecto establece una proyección de oferta para 5 años, ya que de acuerdo a la ubicación geográfica de la empresa no existe restricción alguna para abastecerse de la materia prima necesaria para la producción de los helados. En cuanto a la demanda, de acuerdo a análisis realizados se ha podido evidenciar que existe una aceptación bastante satisfactoria del producto a elaborarse.

4.2.3.1 Demanda histórica

De acuerdo a la información proporcionada por el Sr. Paco Hinojosa, Gerente General de la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. detalla que existe un crecimiento del 10% de consumo de helados, donde podemos obtener los siguientes valores:

Tabla 3: Demanda Histórica

| Año | Exportaciones |
|-------------|----------------------|
| 2013 | 2.125.764,00 |
| 2014 | 2.361.960,00 |
| 2015 | 2.624.400,00 |
| 2016 | 2.916.000,00 |
| 2017 | 3.240.000,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.2.3.2 Demanda Actual

Tabla 4: Demanda Actual

| Año | Producto | Exportaciones |
|-------------|-----------------|----------------------|
| 2018 | HELADOS | 3.564.000,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.2.3.3 Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda de helados en el mercado Estadounidense se lo realizará en base a datos históricos obtenidos por la empresa a partir del año 2014, los mismos que nos servirán para proyectar la demanda hasta el año 2023.

Tabla 5: Proyección de la Demanda

| Años | Y | X | X² | Xy |
|----------------|----------------------|----------|----------------------|---------------------|
| 2014 | 2.361.960,00 | -2 | 4 | -4723920,00 |
| 2015 | 2.624.400,00 | -1 | 1 | -2624400,00 |
| 2016 | 2.916.000,00 | 0 | 0 | 0,00 |
| 2017 | 3.240.000,00 | 1 | 1 | 3240000,00 |
| 2018 | 3.564.000,00 | 2 | 4 | 7128000,00 |
| TOTALES | 14.706.360,00 | 0 | 10 | 3.019.680,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

Para proyectar la demanda hasta el año 2023 se aplicara el método de regresión lineal (Geo, 2014) sostiene que se utiliza tanto para pronósticos de series de tiempo como para pronósticos de relaciones causales. En particular cuando la variable dependiente cambia como resultado del tiempo se trata de un análisis de serie temporal. El objetivo de un análisis de regresión es determinar la relación que existe entre una variable dependiente y una o más variables independientes. Para poder realizar esta relación, se debe postular una relación funcional entre las variables.

Proceso para realizar la proyección de la demanda hasta el año 2023 es el siguiente:

$$a = \sum y/n \quad 2.941.272,00$$

$$b = \sum (X*Y)/X_2 \quad 301.968,00$$

$$TM = a (b * X)$$

$$Yc \text{ 2023} = a + bx$$

$$Yc \text{ 2023} = 2.941.272,00 + 301.968,00 * 5$$

$$Yc \text{ 2023} = 4.451.112,00$$

Tabla 6: Cifras Proyectadas al 2023

| Año | Cantidad |
|-------------|-----------------|
| 2019 | 3.243.240,00 |
| 2020 | 3.545.208,00 |
| 2021 | 3.847.176,00 |
| 2022 | 4.149.144,00 |
| 2023 | 4.451.112,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

Análisis de la de demanda

El comportamiento de las exportaciones de helados es creciente por lo que para el año 2023 se espera una exportación de 4.451.112,00 unidades; lo que muestra una oportunidad para el comercio de los tradicionales helados de Salcedo.

4.2.3.4 Análisis de la oferta

Martínez (2016) indica que:

El análisis de la oferta tiene como finalidad determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc.

Según el Sr. Paco Hinojosa (2018) Gerente General de la empresa; menciona que debido a la reciente inversión de los accionistas se ha logrado incrementar la Maquinaria y Equipos para la elaboración de los helados. Por lo tanto la capacidad de producción diaria de helados es de 10.000 unidades.

Tabla 7: Costos e Insumos para la producción de 10.000 helados diarios

| Insumos | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|-----------------|----------|----------------|-----------------|
| Mora | 120 kg | 1,50*kg | 180,00 |
| Naranja | 110 kg | 2,50*kg | 275,00 |
| Taxo | 120 kg | 1,25*kg | 150,00 |
| Leche | 900 l | 0,42 ctvs.*l | 378,00 |
| Crema | 105 l | 1,60*l | 168,00 |
| Vainilla | 600 ml | 17,00*kg | 0,10 |
| Azúcar | 100 kg | 42,00 qq | 42,00 |
| Paletas | 10000 | 0,02 ctvs. | 200,00 |
| Fundas | 10000 | 0,02 ctvs. | 200,00 |
| TOTAL: | | | 1.593,10 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

Tabla 8: Capital de Trabajo

| CORPICECREAM S.A | |
|---|---------------------|
| CAPITAL DE TRABAJO (trimestral) | |
| RUBROS | VALOR |
| MATERIA PRIMA | \$ 9.558,00 |
| MANO DE OBRA | \$ 6.092,05 |
| COSTOS INDERECTOS DE FABRICACION | \$ 9.060,08 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | \$ 10.435,23 |
| GASTOS DE VENTA | \$ 6.947,33 |
| GASTOS FINANCIEROS | \$ 1.425,00 |
| TOTAL | \$ 43.517,68 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.2.3.5 Oferta Actual

Oferta: Martínez (2016) “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

Tabla 9: Oferta Actual

| Año | Producción Anual | Envío Anual | Unidades a Exportar | Total Exportación | % de Exportación |
|--------------|-------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------|-------------------------|
| 2018 | 3.600.000 | 4 | 60.000 | 240.000 | 6,7% |
| Total | 3.600.000 | 4 | 60.000 | 240.000 | 6,7% |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.2.3.6 Oferta Proyectada

La oferta del proyecto es el porcentaje que se espera exportar con la finalidad de cubrir las necesidades y exigencias del mercado de New York, para lo cual se ha tomado en cuenta el 6,7% de la oferta con el fin de no sobredimensionar el proyecto. Se ha determinado en base a la capacidad de producción de la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. que en el primer año se realizarán 4 envíos de 60.000 helados.

Tabla 10: Oferta proyectada

| Año | Cantidad |
|-------------|-----------------|
| 2019 | 256.080,00 |
| 2020 | 273.237,36 |
| 2021 | 291.544,26 |
| 2022 | 311.077,73 |
| 2023 | 331.919,94 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.2.3.7 Estacionalidad de la oferta y demanda

Datosmacro.com (2007) en su publicación de demografía extiende información necesaria en cuanto a la relación de estacionalidad de la oferta y demanda en función al consumo de helados.

La producción de helados en sí no depende de ninguna estación climática, pues nuestro país cuenta con regiones cuyos climas son diversos y permiten la producción de las frutas para la realización de los helados con sus respectivos sabores. Por otro lado, la

demanda es quien depende de la estacionalidad ya que New York que es nuestro mercado objetivo tiene un período templado que dura un promedio de 199 días entre las heladas estacionales. La primavera y el otoño son erráticos, y pueden variar desde frío y nevado a cálido y húmedo. El verano es cálido y húmedo, con temperaturas de (90 F) 32.2° C o más en un promedio entre 18 y 25 días cada verano de acuerdo a las estaciones.

4.2.3.8 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha obtendremos del resultado de la siguiente formula:

$$DI = Dma - Of$$

Donde:

DI= Demanda Insatisfecha

Dma= Demanda de mercado anual

Of= Oferta

De esta manera tendremos el siguiente resultado:

Tabla 11: Demanda Insatisfecha

| Año | Periodo | Demanda | Oferta | Demanda insatisfecha |
|------------|----------------|----------------|---------------|-----------------------------|
| 0 | 2018 | 3.564.000,00 | 240.000,00 | 3.324.000,00 |
| 1 | 2019 | 3.243.240,00 | 256.080,00 | 2.987.160,00 |
| 2 | 2020 | 3.545.208,00 | 273.237,36 | 3.271.970,64 |
| 3 | 2021 | 3.847.176,00 | 291.544,26 | 3.555.631,74 |
| 4 | 2022 | 4.149.144,00 | 311.077,73 | 3.838.066,27 |
| 5 | 2023 | 4.451.112,00 | 331.919,94 | 4.119.192,06 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.2.3.9 Determinación de la oferta y aceptación del producto

Se planteó la oferta en base a la observación realizada en la provincia de Cotopaxi en el cantón Salcedo, donde se verificó que existe una aceptación total de los helados, pues la producción de los mismos es realizada por varios emprendedores del sector, de acuerdo a las normas que rige la ley de nuestro país como el país importador en este caso Estados Unidos.

Se tomó la iniciativa de exportar los helados a New York puesto que es importante destacar que los principales consumidores de productos latinoamericanos en Estados Unidos son los habitantes hispanos que suman alrededor de 50.5 millones de personas de acuerdo con el (US Census Bureau: Oficina del Censo de Estados Unidos). De esa cifra, 2.3 millones viven en New York, donde residen alrededor de 760.000 migrantes ecuatorianos (Gestión Digital, 2018).

4.2.4 Canales de distribución

La distribución del producto a Estados Unidos y específicamente a New York se la realizará a través del contacto directo de la empresa LA SERRANITA, quien hará llegar los helados al consumidor final. El contacto directo con la empresa LA SERRANITA, nos permitirá conocer el nivel de aceptación del producto, así como también las sugerencias y necesidades del cliente objetivo. Estos aspectos ayudarán a la empresa productora a mejorar la calidad del helado producido, alcanzando así los estándares exigidos por el cliente.

En cuanto al medio de transporte se ha considerado factible se realice por medio marítimo, una vez que la mercadería sea transportada hacia el puerto, será entregada a la Consolidadora de la empresa LA SERRANITA, la cual se encargará de coordinar el transporte de manera segura hacia el puerto de destino “Puerto de New York”, siendo esta la mejor alternativa de distribución.

4.2.5 Marketing

4.2.5.1 El producto

Escuchar la palabra ‘Helado’ en nuestro país es recordar inmediatamente al hermoso cantón Salcedo, en donde se elabora y comercializa al por mayor y menor este delicioso postre. El helado de Salcedo es considerado como un postre con forma de un vaso y con un palito de madera para sostenerlo. Los ingredientes principales son: leche y frutas como mora, taxo, naranjilla, entre otros.

4.2.5.2 Valor Nutricional

En la siguiente tabla se detalla el valor nutricional del producto el cual es objeto de estudio del presente proyecto.

Tabla 12: Valor Nutricional

| INFORMACIÓN NUTRICIONAL | | |
|---|---------------------|-----|
| Tamaño por porción 1 unidad | (135g) | |
| Cantidad por envase | (1) | |
| Calorías por porción | | |
| Energía (Calorías) | 1089kJ (260kcal) | |
| Energía de Grasa (Calorías de grasa) | 293 kJ (70kcal) | |
| % Valor diario | | |
| Grasa Total | 8g | 12% |
| Grasa saturada | 6g | 30% |
| Acidos grasos Trans | 0g | |
| Acidos grasos mono insaturados | 2g | |
| Acidos grasos poliinsaturados | 0g | |
| Colesterol | 23mg | 8% |
| Sodio | 35mg | 1% |
| Carbohidratos totales | 43g | 14% |
| Fibra dietética | 1g | 4% |
| Azúcares | 39g | |
| Proteínas | 3g | 6% |
| *Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 8380kJ (2000kilocalorías). | | |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.2.5.3 Beneficios del producto

Guerrero (2018) en su página Web menciona los beneficios del Helado, en aras de llevar un estilo de vida saludable:

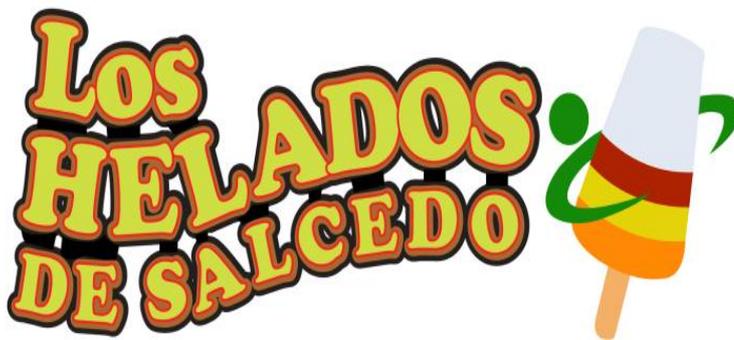
1. Los helados aportan una gran cantidad de calcio: una ración normal de helado hecho con una base láctea (yogur o leche) cubre hasta el 15% del calcio diario que nuestro cuerpo necesita.
2. Las proteínas mayoritarias en los helados son las albúminas y las globulinas. Las proteínas tienen una función estabilizadora en el helado e intervienen en el organismo a la hora de formar todas las estructuras, además de realizar labores de defensa y de regulación de funciones metabólicas.
3. Los azúcares que contiene el helado proporcionan gran cantidad de energía al cuerpo, también puede emplearse la miel o el jarabe de glucosa en su elaboración. Asimismo, los azúcares aportan al helado un sabor agradable, fijando sus aromas y dándole consistencia.

4. Los helados elaborados de manera artesanal contienen solamente un 6% de grasa en su composición.
5. Los helados contribuyen a la hidratación, combaten la sequedad de las vías respiratorias, facilitan la digestión y crean una sensación de bienestar a quien lo consume. Todas estas características hacen del helado un producto muy adaptable a cualquier edad, dieta y ¿por qué no? época del año.
6. Un helado aporta numerosas vitaminas y minerales. Las vitaminas que contienen son A, B-6, B-12, C, D y E.
7. No está demostrado que comer helados sea el motivo de coger un resfriado. De hecho, en gran parte de los restaurantes se sirven como postre en cualquier época del año.
8. Los helados nos ayudan a refrescarnos en verano y quitarnos el calor. ¿Que sería del verano sin los helados?
9. Los helados y granizados son una excelente opción para reducir las molestias ocasionadas por enfermedades como la amigdalitis, ya que disminuyen la inflamación, ayudando a su vez a controlar el dolor.

4.2.6 Marketing mix

4.2.6.1 Logotipo

Gráfico 8: Logotipo



Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Empresa CORPICECREAM S.A.

4.2.7 Empaque y embalaje

El empaque y embalaje tiene la finalidad de proteger los productos en este caso los helados y mantenerlos en su condición original, contener un número uniforme de unidades, ser ergonómico en cuanto al peso, volumen y forma para facilitar su manipulación, resistir al apilamiento y permanecer estable durante el mismo, emplear el mínimo material posible y facilitar la apertura y comodidad para extraer el producto.

Los helados contienen un empaque primario que estará en contacto directo con el producto del cual depende la conservación del mismo. El material a utilizar para el empaque será de plástico ya que es ligero y manejable, además de resistente al calor, económico e impermeable. Adicional a esto deben ser envueltos en papel madera, seguido de una envoltura plástica y enviados en cajas térmicas más conocidas como hieleras que tienen capacidad para 150 unidades, con el fin de mantener la temperatura original y adecuada para que de esta manera que no se deshagan.

Se deberá cumplir con cada una de las disposiciones y regulaciones establecidas por el mercado Estadounidense para la exportación de alimentos, los cuales se rigen bajo diferentes organismos y con un reparto muy específico de competencias.

Según la guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para exportar alimentos a los Estados Unidos (MINCETUR, 2010), las siguientes principales agencias federales involucradas en la regulación y control de la importación de alimentos son:

- La (Environmental Protection Agency, Agencia de Protección Ambiental) EPA;
- La (Food and Drugs Administration, Administración de Alimentos y Drogas) FDA, que pertenece al (Department of Health and Human Services, Departamento de Salud y Servicios Humanos) HHS;
- El (Animal and Plant Health Inspection Service, Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal) APHIS, que pertenece al (United States Department of Agriculture, Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) USDA.
- El Food (Safety and Inspection Service, Servicio de Seguridad e Inspección) FSIS, que pertenece al (United States Department of Agriculture, Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) USDA; y

- El (Alcohol and Tobacco Trade And Tax Bureau, Oficina de Comercio e Impuestos sobre el Alcohol y el Tabaco) TTB, que pertenece al United States Department of the Treasury.

Para el caso de los helados deberán someterse a las disposiciones y regulaciones de la Food and Drugs Administration (FDA), que pertenece al Department of Health and Human Services (HHS), es la agencia responsable de proteger la salud pública, asegurando la inocuidad, seguridad y eficacia de los medicamentos para uso humano y veterinario, los productos biológicos, los alimentos (tanto para seres humanos como para animales), suplementos alimenticios, medicamentos (humanos y veterinarios), cosméticos, equipos médicos (humanos y animales) y productos que emiten radiación, incluyendo su correcto marcado y etiquetado.

Según (MINCETUR, 2010), la agencia federal de la (Food and Drugs Administration, Administración de Alimentos y Drogas) FDA, inspecciona los siguientes alimentos:

- Los productos alimenticios, de origen animal o vegetal, sólidos o líquidos que no contengan alcohol o más de 2% de componentes cárnicos;
- Los alimentos para animales;
- Las aguas embotelladas;
- Suplementos nutricionales;
- Aditivos alimentarios.

4.3 ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1 Tamaño del proyecto

El proyecto está definido en relación al tamaño por una producción proyectada de helados para los años 2018 hasta el 2023, con la finalidad de cumplir con los requerimientos del mercado para realizar una producción normal durante los períodos determinados. La capacidad de producción se expresa en cantidades por tiempo, es decir, volumen, valor y número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación.

4.3.2 Capacidad del Proyecto

Capacidad Diseñada: La capacidad de producción diseñada para la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. es de 20.000 unidades diarias.

Capacidad Instalada: La capacidad de producción instalada para la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. es de 10.000 unidades diarias actualmente.

4.3.3 Análisis de los factores físicos

- **Materia prima e insumos:** Para el desarrollo del proyecto es necesario que exista abastecimiento de la materia prima. Para el caso de la producción de helados se requiere de la dotación de frutas y leche en cantidad y calidad.

Tabla 13: Costos e Insumos para la producción de 10.000 helados diarios

| Insumos | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
|---------------|----------|----------------|-----------------|
| Mora | 120 kg | 1,50*kg | 180,00 |
| Naranja | 110 kg | 2,50*kg | 275,00 |
| Taxo | 120 kg | 1,25*kg | 150,00 |
| Leche | 900 l | 0,42 ctvs.*l | 378,00 |
| Crema | 105 l | 1,60*l | 168,00 |
| Vainilla | 600 ml | 17,00*kg | 0,10 |
| Azúcar | 100 kg | 42,00 qq | 42,00 |
| Paletas | 10000 | 0,02 ctvs. | 200,00 |
| Fundas | 10000 | 0,02 ctvs. | 200,00 |
| TOTAL: | | | 1.593,10 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

- **Tecnología y equipos:** Para el desarrollo del producto se requiere de equipos adecuados, para la extracción de los jugos naturales y la congelación de los helados. Así como también para el empaque del producto para su posterior distribución.

Tabla 14: Maquinarias y Equipos para la producción helados

| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | | | | | |
|------------------------------|--|---------------|-----------------|----------------------------------|------------------------------|
| Nº | Detalle | Unidad | Cantidad | Precio Unitario (dólares) | Costo Total (dólares) |
| 1 | Marmitas de Pasteurización y Enfriamiento | Unidad | 1 | 1.050,00 | 1.050,00 |
| 2 | Licadoras industriales de acero inoxidable | Unidad | 2 | 680,00 | 1.360,00 |
| 3 | Paletas con motor trifásico | Unidad | 1 | 18.687,00 | 18.687,00 |
| 4 | Cámaras de frío | Unidad | 1 | 40.000,00 | 40.000,00 |
| 5 | Selladora con banda continua | Unidad | 1 | 690,00 | 690,00 |
| 6 | Moldes para la elaboración de helados | Unidad | 2 | 358,00 | 716,00 |
| TOTAL | | | | | 62.503,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

- **Financiamiento:** Los recursos financieros ocupan un lugar muy importante dentro del desarrollo de un proyecto, ya que permite cubrir las necesidades, costos y gastos, así como también la adquisición de materias primas e insumos. Para llevar a cabo el proyecto es necesario contar con un financiamiento externo, ventajosamente en la actualidad existen diversas fuentes de financiamiento.

Tabla 15: Financiamiento

| FINANCIAMIENTO | |
|----------------------------|-------------------|
| CAPITAL PROPIO | 142.103,00 |
| CAPITAL AJENO | 50.000,00 |
| TOTAL: | 192.103,00 |
| CONDICIONES DEL CRÉDITO | |
| CAPITAL | 50.000,00 |
| TASA DE INTERÉS | 12 |
| FORMA DE PAGO SEMESTRAL | 180 |
| PLAZO AÑOS | 5 |
| GARANTÍAS | 140% |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.
Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

- **Organización:** Para que se lleve a cabo un proyecto es necesario la existencia de la organización tanto estructural como funcional. La misma que permite un óptimo desempeño del talento humano, así como también la optimización de los recursos financieros.

Tabla 16: Talento Humano

| Cargo | RMU | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Aporte Personal IESS 11,45% | Aporte Patronal IESS 9,15% | IECE y SECAP 5% | Anual | Presupuesto Mensual |
|---------------------------|------------|-----------------------|----------------------|------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|--------------|----------------------------|
| Gerente general | \$ 800,00 | \$ 800,00 | \$ 385,00 | \$ 91,60 | \$ 73,20 | \$ 40,00 | \$ 9.270,80 | \$ 772,57 |
| Secretaria | \$ 406,00 | \$ 406,00 | \$ 386,00 | \$ 46,49 | \$ 37,15 | \$ 20,30 | \$ 5.086,16 | \$ 423,85 |
| Contador | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 386,00 | \$ 74,43 | \$ 59,48 | \$ 32,50 | \$ 7.678,90 | \$ 639,91 |
| Auxiliar contable | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 386,00 | \$ 62,98 | \$ 50,33 | \$ 27,50 | \$ 6.616,30 | \$ 551,36 |
| Guardia | \$ 390,00 | \$ 390,00 | \$ 386,00 | \$ 44,66 | \$ 35,69 | \$ 19,50 | \$ 4.916,14 | \$ 409,68 |
| Jefe de producción | \$ 640,00 | \$ 640,00 | \$ 386,00 | \$ 73,28 | \$ 58,56 | \$ 32,00 | \$ 7.572,64 | \$ 631,05 |
| Operario 1 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 44,20 | \$ 35,32 | \$ 19,30 | \$ 4.873,64 | \$ 406,14 |
| Operario 2 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 44,20 | \$ 35,32 | \$ 19,30 | \$ 4.873,64 | \$ 406,14 |
| Operario 3 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 44,20 | \$ 35,32 | \$ 19,30 | \$ 4.873,64 | \$ 406,14 |
| Operario 4 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 44,20 | \$ 35,32 | \$ 19,30 | \$ 4.873,64 | \$ 406,14 |
| Operario 5 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 386,00 | \$ 44,20 | \$ 35,32 | \$ 19,30 | \$ 4.873,64 | \$ 406,14 |
| Punto de venta 1 | \$ 395,00 | \$ 395,00 | \$ 386,00 | \$ 45,23 | \$ 36,14 | \$ 19,75 | \$ 4.969,27 | \$ 414,11 |
| Punto de venta 2 | \$ 395,00 | \$ 395,00 | \$ 386,00 | \$ 45,23 | \$ 36,14 | \$ 19,75 | \$ 4.969,27 | \$ 414,11 |
| Total | | | | | | | \$ 75.447,66 | \$ 6.287,30 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.4 Localización

La localización trata de establecer la ubicación más idónea para desarrollar el proyecto, permitiendo cubrir las exigencias y necesidades del proceso de producción, con el objeto de minimizar costos y gastos, dando lugar a una mejor rentabilidad.

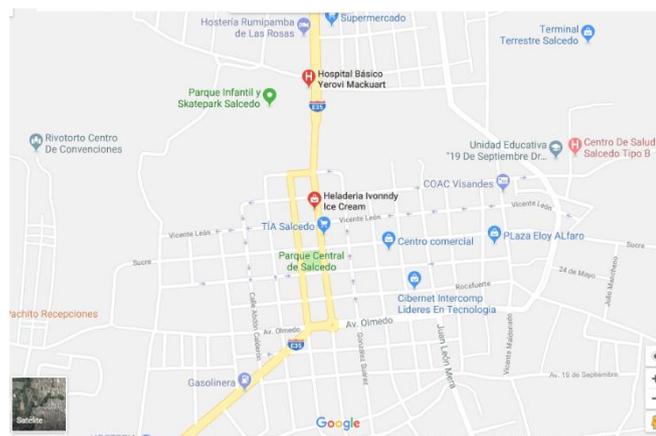
4.3.4.1 Macro localización

El proyecto se encuentra ubicado en la provincia de Cotopaxi en el cantón Salcedo; en donde la producción de los helados es una tradición, y su talento humano tiene conocimiento de la misma, siendo ésta una ventaja competitiva para la empresa.

4.3.4.2 Micro localización

La empresa Productora y Comercializadora de los Helados de Salcedo CORICECREAM S.A., se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, Cantón Salcedo, Parroquia San Miguel, Urbanización Rumipamba de las Rosas, calle Los Molles L-123 y Av. Yolanda Medina, Teléfonos (03) 2597-011/ (03) 730-254.

Gráfico 9: Ubicación de la Empresa



Fuente: Googlemaps

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.5 Ingeniería

4.3.5.1 Nombre del proyecto

Exportación de helados de la empresa “Productora y Comercializadora de los Helados de Salcedo CORPICECREAM S.A.”

4.3.5.2 Giro de la empresa

Exportación de helados de Salcedo

4.3.5.3 Tipo de empresa

Producción – Exportación

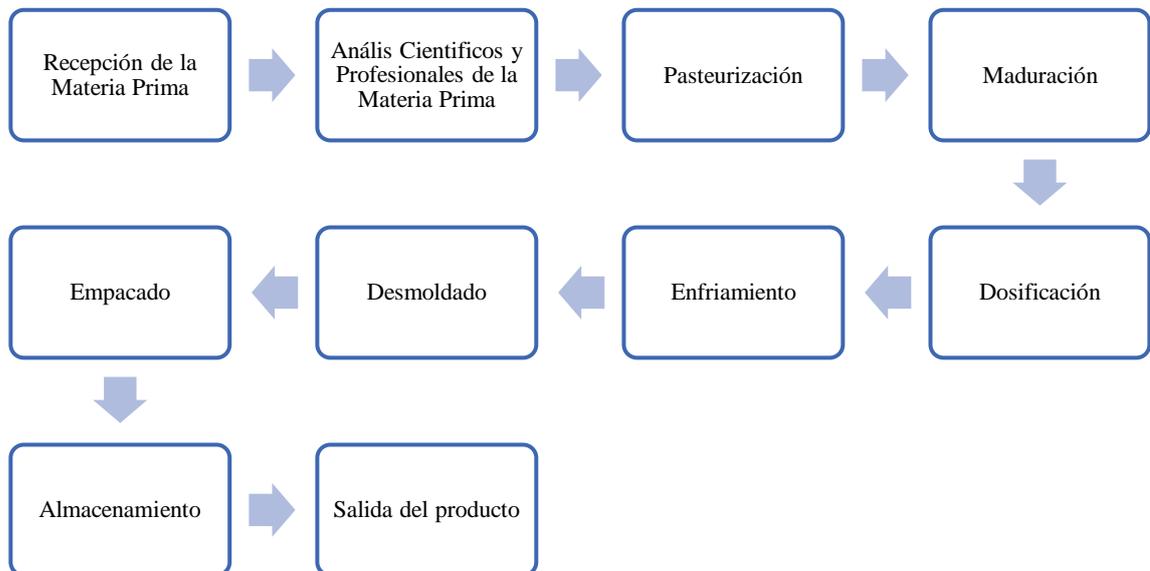
4.3.5.4 Obligaciones de la empresa

Junto con el reporte favorable de la inspección del lugar de producción, se deberán presentar los siguientes documentos:

1. Copia del RUC actualizado.
2. Copia del nombramiento del representante legal de la empresa, inscrito en el registro mercantil (para personas jurídicas).
3. Copia de la constitución legal de la empresa (para personas jurídicas).
4. Copia de la cédula de identidad del representante legal.
5. Aval de inscripción por el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI).
6. Comprobante de pago original de acuerdo al tarifario vigente de AGROCALIDAD, según el producto a exportar y el tipo de registro.

4.3.5.5 Distribución en planta

Gráfico 10: Distribución de la planta



Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.6 Estudio Administrativo

La página digital Overblog (2011) sostiene que “el estudio administrativo consiste en determinar la organización que la empresa debe considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc.”.

El estudio administrativo es necesario para el funcionamiento óptimo de la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A.

4.3.6.1 Organización del Talento Humano de la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A.

Según la escritura de constitución la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. con el fin de cumplir sus objetivos, en la actualidad está conformada por:

- Junta General de Accionistas
- Presidente
- Gerente General

- Secretaria
- Departamento de Producción
- Departamento Financiero
- Departamento de Ventas

4.3.6.2 Estructura funcional

Junta General de Accionistas:

Bek (2012) considera a La Junta General de la siguiente manera:

Está formada por accionistas de la compañía o empresa legalmente convocados y reunidos, es la máxima autoridad y órgano supremo de la misma. Las decisiones tomadas por la Junta General de accionistas en conformidad con la ley y el estatuto, obligan a todos los socios, incluso a los ausentes y disidentes.

En la actualidad la empresa cuenta con 18 Accionistas, cada uno ha aportado con un capital de \$ 7.894,61 dólares de los Estados Unidos de América.

Funciones:

Según Bek (2012) la junta general de accionistas tiene que cumplir con las siguientes funciones:

1. Designar a los consejeros principales y suplentes del Consejo de Administración y fijar sus retribuciones.
2. Conocer y aprobar el balance general, que irá acompañado del estado de pérdidas y ganancias y de los informes sobre los negocios sociales que sean presentados por el Gerente General.
3. Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales, tomando a consideración la propuesta realizada por el Consejo de Administración.
4. Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.
5. Toma de decisiones en cuanto a prórroga del contrato social, de la disolución anticipada, del aumento o disminución de capital suscrito o autorizado y de cualquier reforma de los estatutos sociales.
6. Selección de auditores externos en caso de ser requeridos.

7. Ejercer las demás funciones que estén establecidas en la ley y en los estatutos de la empresa.

Presidente

El presidente de la empresa es la máxima autoridad inmediata. Se encuentra ubicado entre los niveles más altos de la organización.

La presidenta actual de la empresa es la Lcda. Bethy Elizabeth Guanoluisa Chavez.

Funciones

Según Raivor (2015) indica que él o la presidenta tiene que cumplir con las siguientes funciones:

1. Dirigir y controlar el funcionamiento de la compañía, tanto la matriz como la sucursal.
2. Representar a la compañía en todos los negocios y contratos con terceros en relación con el objeto de la sociedad.
3. También convoca y preside las reuniones de la Junta Directiva.
4. El Presidente es el representante Legal de la Coalición Empresarial, para todos los actos judiciales y extrajudiciales.

Gerente General

Ávila (2007) pone a consideración las funciones que debe cumplir el Gerente General “planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo”.

El Gerente General actual de la empresa es el Sr. Paco Hinojosa.

Funciones

Según (Ávila, Gestipolis, 2007) el Gerente General tiene que cumplir con las siguientes funciones específicas:

1. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.

2. Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
3. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
4. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
5. Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
6. Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

Secretaria

Ávila (2007) indica que la secretaria es la encargada de “colaborar con el Gerente General en el área administrativa, es la encargada de la documentación de la empresa y de la atención del público, efectuando esto durante la jornada de trabajo”

Funciones

Ávila menciona que la Secretaria tiene que cumplir con las siguientes funciones:

1. Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue su superior.
2. Confeccionar cartas, certificados y otros documentos.
3. Recibir la documentación que llega a la empresa.
4. Atender al público, en forma personal o vía telefónica.
5. Debe tener capacidad para planear sus actividades, acompañado de habilidades en cálculos numéricos, un buen lenguaje y un desenvolvimiento adecuado a su cargo.

Departamento de Producción

Jauregui (2016) indica que:

El departamento de producción en una empresa es el encargado de la creación o manufactura de los bienes o servicios finales, por lo que su función es imprescindible para que el producto llegue en condiciones óptimas al consumidor.

Por ello ha de tener en cuenta diversos frentes, como la planificación de la producción, la minimización de los costes productivos, el aseguramiento de una calidad óptima o el diseño de producto y de los procesos, entre otros elementos.

Funciones

Las funciones de este departamento son tan variadas como los distintos tipos de productos y servicios existentes en el mercado. Sin embargo, las funciones más comunes en todas las empresas:

1. Identificar los insumos necesarios en el proceso productivo
2. Planificar la producción
3. Minimizar los costes de producción
4. Innovar y mejorar
5. Asegurar la calidad del producto

Departamento Financiero

López (2016) indica la importancia de una buena planificación en cuanto al departamento financiero, además de las funciones que éste debe cumplir:

Una correcta planificación financiera resulta esencial para la supervivencia de una empresa. Aunque no se cuente con un área específica, toda pyme debe asegurarse de realizar estas tareas. El área de finanzas es una pieza fundamental para el desarrollo y sustentabilidad de cualquier negocio.

Funciones

Las funciones que se deben cumplir en el departamento financiero son las siguientes:

1. Registrar operaciones contables y datos financieros.
2. Planificar, analizar y evaluar la información registrada.
3. Buscar fuentes de financiamiento y seleccionar la más conveniente para el emprendimiento.
4. Buscar opciones de inversión con las que pueda contar el negocio
5. Controlar las operaciones ejecutadas.

Departamento de Ventas

En criterios de Fervac (2011) las funciones del departamento de Ventas se debe implicar en lo siguiente:

Maximizar, satisfacer y motivar al consumidor para elevar la rentabilidad de la propia empresa por el incremento de su participación en el mercado. Igual importancia tiene la actividad de la venta como el servicio de posventa. La venta favorece la primera compra y la posventa favorece a mantener al cliente para ventas posteriores.

Es importante establecer un vínculo de información entre el departamento de Ventas y el de Marketing, en el que los enfoques estratégicos de cada área se ajusten entre sí. Una colaboración efectiva ayuda a conducir a una adecuada política de ventas.

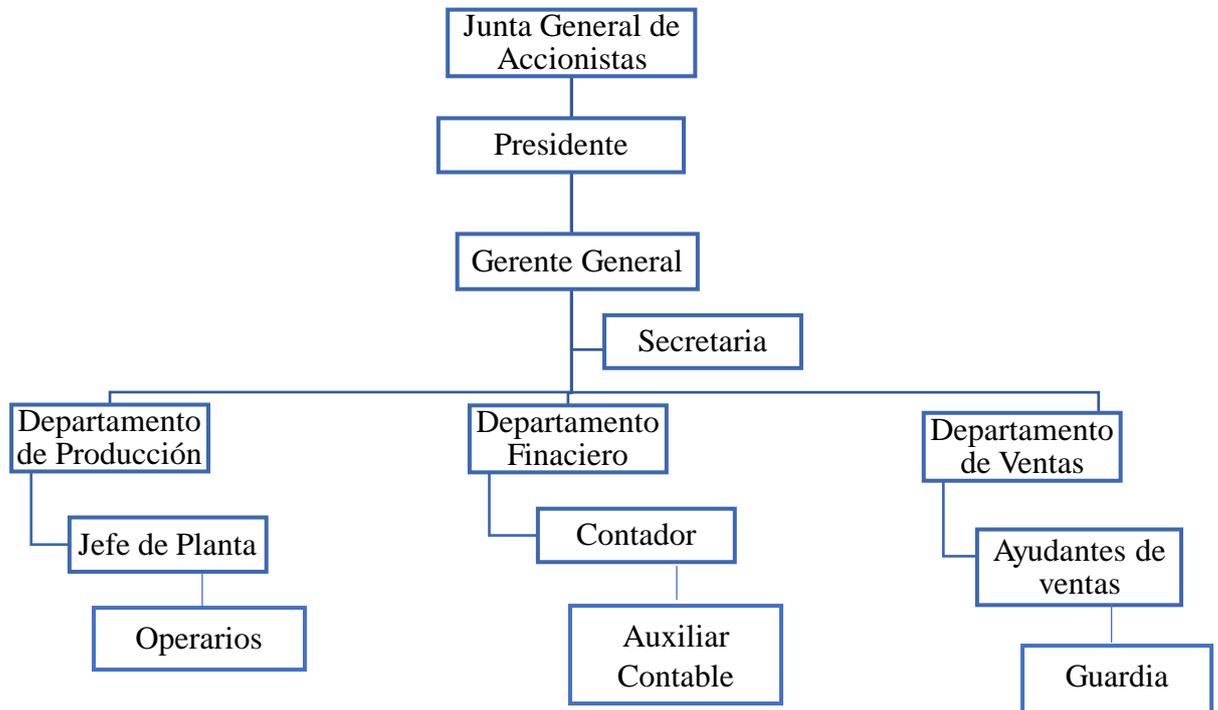
Funciones

Las funciones del departamento de Ventas son:

1. Establecer el contacto efectivo y personal con el cliente con el fin de realizar la venta.
2. Elaborar pronósticos de ventas.
3. Establecer precios.
4. Identificar aquellas zonas que resultan problemáticas.
5. Realizar promociones de ventas.
6. Llevar un control y análisis de las ventas.

4.3.6.3 Estructura organizacional

Gráfico 11: Organigrama estructural



Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.7 Comercio exterior

La exportación radica en la división internacional del trabajo para Ventura (2015)

Los países no producen todos los bienes que necesitan, por lo cual se ve en la necesidad de fabricar aquellos en los que cuenta con una ventaja productiva y que les servirá para obtener los productos y servicios que son más difíciles o más costosos de producir.

4.3.7.1 Aspecto legal para la exportación

De acuerdo a la Nomenclatura emitida por el Comité de Comercio Exterior la ficha técnica para la exportación de los helados es la siguiente:

Tabla 17: Ficha Técnica

| Producto | Helados |
|-------------------------|----------------------------|
| Subpartida: | 2105.00 |
| País Importador: | Estados Unidos New York |
| País Exportador: | Ecuador |
| Empresa | La Serranita |
| Vía transporte | Marítima |
| Puerto origen | Guayaquil |
| Puerto destino | New York |

Fuente: Comité de Comercio Exterior

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.7.2 Partida Arancelaria

La partida arancelaria que se utilizará es: Helados, incluso con cacao.

Tabla 18: Partida Arancelaria

| Partida | Descripción | Autorización para Importar | Autorización para Exportar | Arancel |
|----------------------|----------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------|
| 2105.00.90.00 | Helados, incluso con cacao | HABILITADA | HABILITADA | 20% |

Fuente: Comité de Comercio Exterior

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.7.3 Negociación

INCOTERMS.

Los Incoterms según BusinessCol (2009) los define como:

Un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

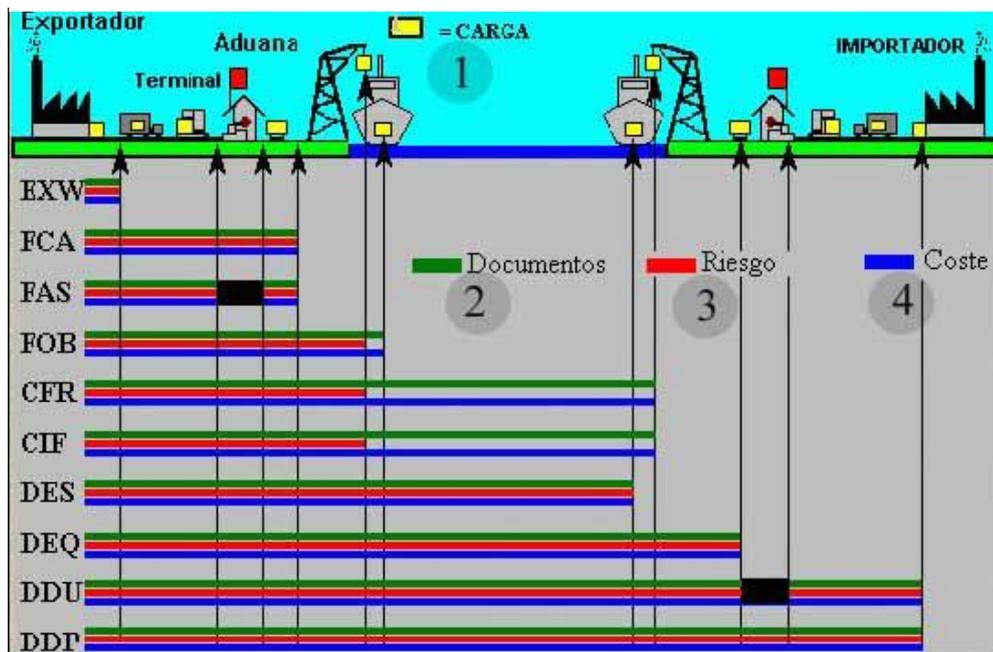
Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte.
- Quién contrata y paga el seguro.
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

Gráfico 12: Incoterms



Fuente: www.businesscol.com
 Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.7.4 Incoterms que se utilizará

Según la página de PRO ECUADOR (2010)

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

Un Incoterm representa un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de transportación desde la salida del producto hasta recepción por el país importador.

La empresa Productora y Comercializadora de los Helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. para la exportación de su producto utilizará el siguiente término de contratación internacional:

FOB (Free on Board) Franco a Bordo:

Paguay (2016) describe el Free on Board, responsabilidad del comprador y responsabilidad del vendedor de la siguiente manera:

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo, si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

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

El comprador deberá asumir los costos en caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá

comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

El vendedor entrega la mercancía cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque. Esto significa que el comprador a de soportar todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde ese punto. El termino FOB exige al vendedor despachar la mercancía para la exportación y solo puede utilizar para la navegación marítima o fluvial.

Responsabilidad del vendedor:

- Contratar y pagar el transporte de la mercancía desde la provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo, hasta el puerto de Guayaquil.
- Las mercancías deberán estar ya listas en su empaque y embalaje para ser transportadas.
- Deberá subir al buque contratado por el comprador.
- De igual forma realizar las formalidades aduaneras de exportación (documentos, permisos, requisitos, impuestos) y pagar los gastos que se generan (maniobras, almacenaje, agentes).

Responsabilidades del comprador:

- Deberá pagar el valor de la mercancía a los Productores y Comercializadores de los Helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. en la fecha acordada.
- Contratar y pagar el transporte marítimo, seguro y el transporte interno que llevará la mercancía hasta la empresa de destino.
- Realizar las formalidades aduaneras de importación (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Pagar los costos que se generen hasta su destino final.
- El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llegue a tiempo.
- El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

4.3.7.5 Precio FOB

El precio FOB por cada unidad de helado es de \$ 2.00 dólares.

Tabla 19: Precio FOB

| DENOMINACIÓN DEL PROCESO | COSTO EN USD |
|--------------------------------------|----------------------|
| Costo de venta | \$ 24.710,12 |
| Gasto administrativo y ventas | \$ 17.584,87 |
| Utilidad | \$ 76.482,32 |
| EXW | \$ 118.777,31 |
| Declaración | \$ 25,00 |
| Aforo físico | \$ 150,00 |
| Certif. Inspección | \$ 300,00 |
| b/l | \$ 39,20 |
| Corpei | \$ 708,49 |
| PRECIO FOB | \$ 120.000,00 |
| PRECIO FOB POR UNIDAD | \$ 2,00 |

Fuente: Comité de Comercio Exterior
Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.8 Forma de pago

4.3.8.1 Carta de Crédito irrevocable y confirmada

Según PROECUADOR (2010) contextualiza a la carta de crédito irrevocable y confirmada en las siguientes situaciones:

Cuando el pago debe hacerse mediante el compromiso del importador (o comprador) a través de su banco (emisor) y un banco en el país del exportador (banco corresponsal). El pago al exportador lo efectúa el banco confirmante que generalmente es el mismo banco corresponsal, siempre y cuando el beneficiario del crédito (exportador) cumpla con los requisitos solicitados en el crédito.

Además, podemos indicar que dependiendo de las habilidades del negociador, se pueden negociar las formas de pago antes mencionadas de manera que el pago al

exterior sea a plazos, es decir se ha estipulado cierta cantidad de días, contados generalmente a partir de la fecha de embarque.

4.3.8.2 Términos de cartas de crédito documentarias

Según el Banco Internacional (2010) el glosario de cartas de crédito documentarias son las siguientes:

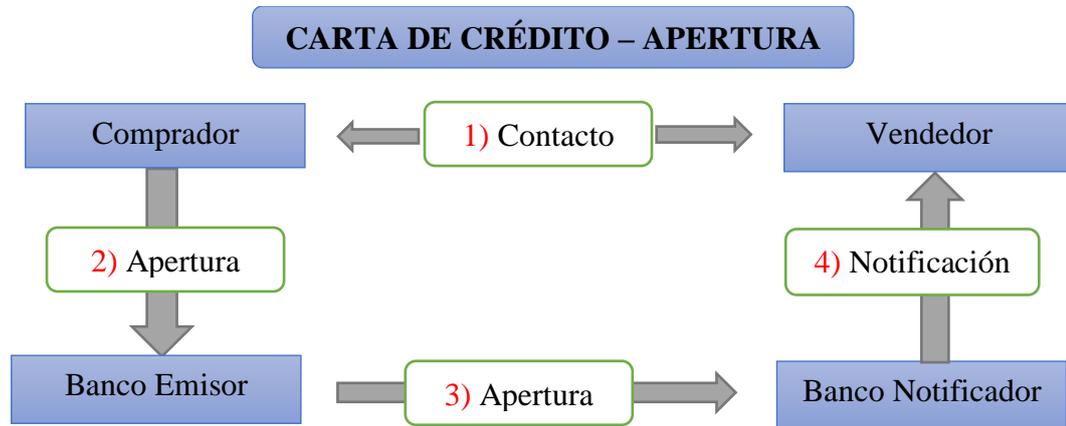
- **Irrevocable:** esta no puede ser enmendada ni cancelada sin el consentimiento de las partes.
- **Confirmada:** El banco que con firma honra el pago de la Carta de Crédito previo a la verificación de que los documentos cumplen con los términos y condiciones.
- **Avisada:** El banco corresponsal solo informa al beneficiario sobre la apertura de la Carta de Crédito pero no garantiza el pago.
- **Transferible:** Es la cesión total o parcial del crédito documentario a uno o más beneficiarios.
- **Ordenante:** Comprador, Importador: Quien solicita a su Banco la emisión de la Carta de Crédito.
- **Banco Emisor:** Banco ordenante: quien emite la carta de crédito por cuenta del ordenante a favor del Beneficiario.
- **Banco Avisador:** Confirmador, Banco Corresponsal: Banco designado para avisar, confirmar, aceptar, pagar o negociar la carta de crédito a favor de un beneficiario.
- **Beneficiario:** Vendedor, Exportador: Es la parte a cuyo favor se expide la Carta de Crédito.

Ventajas

- El pago se realiza únicamente si el exportador cumple con los términos y condiciones.
- El exportador cuenta con un banco que se comprometa a pagar, en lugar de asumir el riesgo comercial del importador.
- El contar con bancos corresponsales de primera línea a nivel mundial.
- Al comprador le permite obtener mejores precios, así como plazos de pago convenientes.

- Amplia las fuentes de suministros de compradores, ya que generalmente los proveedores están dispuestos a vender contra pago anticipado.

Gráfico 13: Flujoograma para carta de crédito



Fuente: Guía del Exportador PRO ECUADOR
Elaborado Por: Tonato Jimena (2018)

4.3.9 Requisitos y documentos para exportar

Según Bustamante & Ponce (2014) indican que:

“Todo empresario o microempresario que desee exportar debe tener conocimiento de los requisitos básicos que debe cumplir para poder realizar dicha actividad a continuación se detallarán los requisitos básicos que deben cumplir para poder exportar”.

a) **Registro Único de Contribuyentes (R.U.C)**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas físicas o jurídicas, para fines tributarios. El RUC es el instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario.

El número de RUC, que es individual e irrepitible, está compuesto por trece dígitos y varía según el tipo de contribuyente. Para las personas naturales, el número de RUC es igual a su número de cédula, seguido de la secuencia 001. Para las personas jurídicas, es un número aleatorio dependiendo de la provincia en la cual se encuentren constituidas. El RUC no solo es una secuencia específica de números, sino que incluye además información personal del contribuyente como por ejemplo: domicilio tributario,

teléfonos, correo electrónico, descripción de las actividades económicas que realiza, tipo de contribuyente y las obligaciones tributarias que debe cumplir según el tipo asignado.

b) Certificado Digital

Según (Pérez, 2015), el Certificado de firma electrónica es

El documento virtual que certifica la vinculación de la firma electrónica con una persona determinada; es la equivalencia de la firma manuscrita ya que tiene la misma validez legal y está amparada en la Ley de Comercio Electrónico.

El Banco Central del Ecuador emite certificados digitales de firma electrónica y otros servicios relacionados con la certificación electrónica para el Sector Público, Personas Jurídicas y Personas Naturales; garantizando la seguridad jurídica y tecnológica en entornos electrónicos cumpliendo el marco legal y normas y estándares nacionales e internacionales.

En el caso de Persona Jurídica y Funcionario público se requiere que se encuentre registrada la empresa, de no estarlo es necesario registrarla a través del mismo BCE.

PASO 1

- Ingrese la solicitud en www.eci.bce.ec.
- De clic en la pestaña Firma Electrónica.
- Ingrese a “Solicitud de Certificado”. Llene el formulario y adjunte los requisitos solicitados

PASO 2

Escoger la opción “ingresar la solicitud” completar los datos, enviar la solicitud de Certificado e imprimirla, posteriormente adjuntar todos los documentos PDF solicitados.

Persona Natural

- Digitalizado de cédula o pasaporte a color.
- Digitalizado de papeleta de votación actualizada.

- Digitalizado de la última factura de pago de luz, agua o teléfono.

Persona Jurídica/ Funcionario Público.

- Digitalizado de cédula o pasaporte a color.
- Digitalizado de papeleta de votación actualizada.
- Digitalizado del nombramiento o certificado laboral firmado por el representante legal.
- Autorización firmada por el representante legal.

PASO 3

Aprobada la solicitud realice el pago del certificado en las oficinas del BCE o en las ventanillas de Registro Civil de la ciudad donde solicitó el servicio.

PASO 4

Una vez realizado el pago, recibirá un correo electrónico en donde se le especifica hora y fecha de entrega

Presentar la solicitud del Certificado y el comprobante de pago y retire su certificado en la oficina que eligió portando su cédula o pasaporte.

4.3.9.1 Registro como exportador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2017) se debe seguir los siguientes pasos para registrarse como exportador.

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

4.3.9.2 Proceso de Exportación

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2017):

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Aforo Automático
- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque la mercancía, será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga al depósito temporal o zona primaria, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. Es preciso indicar que en caso de existir una observación al trámite, será registrada mediante el esquema de notificación electrónico. Una vez cerrada la DAE cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito en el punto anterior y adicionalmente se realiza una inspección física de la carga corroborándola con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE.

4.3.9.3 Documentos requeridos para exportar

La página oficial del DIARIO DEL EXPORTADOR (2016) menciona los documentos que se requieren para exportar:

a) Factura Pro forma

Es un documento provisional emitido por el exportador con la finalidad de que el comprador disponga de información completa sobre los elementos que componen la operación.

Cuando las relaciones entre ambos son habituales la factura pro-forma sustituye a la oferta comercial (cotización) en la cual el exportador propone el precio y las condiciones de venta de la operación. Si la oferta ha sido aceptada por el comprador la factura pro-forma sirve para que el exportador confirme todos los datos de venta.

Es obligado que en la factura pro-forma se incluya el encabezamiento, de forma bien visible, la expresión pro-forma para que no se confunda, en ningún caso, con la factura comercial.

b) Factura Comercial

Es el documento comercial más importante en una operación de exportación. Lo emite el exportador, una vez confirmada la operación de venta, para que el comprador satisfaga el importe de los productos y servicios que se suministran.

Además es un documento contable que se utiliza como base para aplicar los derechos arancelarios al paso de las mercancías por las aduanas.

Debe aparecer numerada, con fecha, datos identificativos de las empresas y con membrete de la empresa exportadora.

La factura comercial debe imprimirse en papel con membrete de la empresa exportadora. A diferencia de la factura pro-forma, debe firmarse y sellarse.

c) Packing list

Es un documento de control, emitido por el exportador, para detallar todos los bultos, cajas o paquetes que componen el pedido, así como el peso y contenido de cada uno, identificándolos con un número o referencia.

d) Certificado de origen

Los certificados de origen están destinados a probar el origen de las mercancías, con vistas a satisfacer las exigencias aduaneras o comerciales tales como la apertura de cartas de créditos.

Las Cámaras de Comercio e Industria están habilitadas para expedir certificados de origen de las mercancías destinadas a la exportación

e) **DUA**

Realmente es un documento aduanero, pero muy importante. Es un formato especialmente diseñado por Aduanas, para consignar la información que se requiere para el ingreso o salida de mercancías del país. Los formatos varían según el país.

f) **Conocimiento de Embarque Marítimo o Bill of lading (B/L)**

Es un documento que emiten las empresas navieras, en el consta que se ha recibido la mercancía para ser transportada al puerto y en la nave que se indica.

4.3.9.4. Procedimiento aduanero

De acuerdo con la página de TodoComercioExterior (2011) el trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Fase Post-Embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano). CORPEI.

Trámites para la exportación de los helados de Salcedo

La mercadería antes de ser exportada fuera del territorio ecuatoriano, es objeto de algunas formalidades aduaneras que se realiza mediante la presentación del DUA, documento administrativo que se utiliza también en las importaciones y operaciones de tránsito.

La clasificación arancelaria de una mercadería consiste en la asignación de uno de los códigos de la nomenclatura del arancel de aduanas que para el caso de los helados es 2105.00.90.00.

Paguay (2016) menciona los documentos que se debe presentar para la exportación de productos a mercados internacionales, además describe la declaración única de exportación:

Documentos que se debe presentar:

- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC)
- Copia de la constitución de la compañía.
- Comunicación suscrita por el representante en el que conste dirección, número de teléfono, nombres apellidos de la persona autorizada para firmar la declaración de exportación con su número de cédula.

Declaración única de exportación

Se debe declarar el precio mínimo, referencia fijado por un acuerdo del MAGAP.

Si el precio de venta al exterior es igual o superior al mínimo referencial, el exportador debe consignar el precio de venta en el FUE, en caso de ser inferior debe consignar el precio mínimo referencial.

Nombre del vendedor y comprador.

Precio FOB de los helados puesto en el puerto de destino.

El FUE tiene una validez de 15 días a partir de la fecha de aprobación del banco corresponsal.

Para que los helados a exportar sean de calidad y reconocidos en el mercado de destino es necesario que la empresa Productora y Comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A. obtenga los siguientes certificados;

Certificados

Certificado Fitosanitario emitido por La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario.

Certificado avalado por la (Food and Drug Administration: Administración de Medicamentos y Alimentos) FDA.

En función de detallar el certificado de origen, peso, fitosanitario y permisos adicionales se hace necesario recurrir a los criterios emitidos por Escola (2018):

Certificado de origen

Registro en el sistema de identificación previa a la certificación de origen en la página web del MIPRO, consignando los datos generales del exportador y de la subpartida que se exporta.

Visita de verificación en la empresa productora si se trata de la primera exportación.

Elaboración del informe técnico por parte el funcionario delegado para la verificación que concluye si la mercancía a exportarse, cumple o no con las reglas de origen según el mercado de exportación.

Certificado de calidad y peso.

Certificado exigido por el comprador para asegurar que la mercadería objeto de expedición corresponden con lo acordado en el contrato de compraventa.

Certificado fitosanitario

Los certificados fitosanitarios pertenecen a un sistema de competitividad para la exportación de productos vegetales y productos reglamentados del Ecuador, ya que, con dichos certificados lo que se espera es una detección temprana de plagas identificadas por la ONPF de los países de destino. Para ello se realiza una inspección fitosanitaria a una muestra del producto que se vaya a exportar para someterlas a un estudio de plantas y productos vegetales, hay que tomar en cuenta que este estudio no prueba que una plaga esté ausente en dicha muestra.

El estudio de la muestra tiene como objetivo analizar cada una de los componentes de las muestras obtenidas de los productos sujetas a estudio.

Aspectos para realizar una inspección de muestra ante el inspector:

- Registro del Operador.
- Requisitos fitosanitarios por parte del país importador con verificación en página institucional del país ONPF.

- Certificación de los protocolos fitosanitarios de los productos y de los países de destino.
- Certificación de cumplimiento de planes de trabajo dependiendo del producto y países de destino.

Durante la inspección el operador deberá contar con los siguientes documentos:

En el proceso de inspección deberá estar presente un representante del lugar de producción, la vigencia del certificado será de 72 horas a partir de la fecha de emisión. El único personal autorizado para la firma de los certificados son los inspectores de Agrocalidad. Los certificados estarán en el formato aprobado por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria.

Permisos adicionales

Certificado de negociación en bolsa para la exportación de los helados.

Póliza para el traslado al puerto.

Permiso de ingreso de personal.

Guía de embarque

Los helados se exportarán en cajas térmicas de 150 unidades cada una, en Reefer containers o refrigerated containers de 20 pies con capacidad de 27.400 kg, los mismos que son utilizados para el transporte de mercancías que requieren condiciones de temperatura controlada en tránsito, tales como fruta , verduras, productos lácteos, carnes entre otros.

Están equipados con una unidad de refrigeración que se conecta a la red eléctrica del barco, de las terminales portuarias y de los camiones. Disponen de un disco de control de temperatura que reflejará la temperatura del contenedor desde que la mercancía es cargada en almacén de origen hasta su llegada al almacén de destino.

Gráfico 14: Contenedor 20 pies



Fuente: <http://es.slideshare.net/anieto61>

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

Tabla 20: Medidas del contenedor de 20 pies

| TARA | CAPACIDAD CARGA | CAPACIDAD CÚBICA | LONGITUD INTERNA |
|-------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| 3.080 kg | 27.400 kg | 28.3 m | 5,44 m |
| 6.791,4 lbs | 60.417 lbs | 999 cu ft | 17,9 ft |

Fuente: <http://es.slideshare.net/anieto61>

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.9.5 Agente afianzado de Aduana

Freire (2015) definen al Agente afianzado de Aduana como:

Persona natural o jurídica cuya licencia, otorgada por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo para el efecto firmar la declaración aduanera en los casos que establezca el reglamento, estando obligado a facturar por sus servicios de acuerdo a la tabla de honorarios mínimos que serán fijados por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Dicha licencia tendrá un plazo de duración de 5 años, la cual puede ser renovada por el mismo plazo.

4.3.9.6 Transporte hacia el puerto de embarque

El transporte de los helados desde Salcedo hacia el Puerto de Guayaquil se lo realizará con la empresa Panatlantic; empresa experta en el manejo y transporte de carga nacional e internacional. En el siguiente cuadro se describe el costo total que incluye el manipuleo de la carga:

Tabla 21: Costo de Transporte Interno

| Descripción | Costo por contenedor | Costo Anual |
|---------------------------|----------------------|-----------------|
| Transporte interno | 450,00 | 1.800,00 |
| TOTAL | 450,00 | 1.800,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.9.7 Seguro hasta el puerto de embarque

Es necesario que se contrate un seguro de movilización interna de la mercadería para prevenir la presencia de algún imprevisto y se pueda perder la carga.

Es necesario que se haga notar este rubro de seguro de transporte interno desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil. La empresa que está a cargo del seguro es la compañía SEGUROS ALIANZA S.A.

Tabla 22: Costo del Seguro

| Descripción | Costo Anual |
|---------------|-----------------|
| Seguro | 5.680,00 |
| TOTAL | 5.680,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.9.8 Tasa de almacenaje

Se realiza el pago cuando la Aduana presta directamente este servicio en los almacenes bajo su responsabilidad.

En este estudio se va a considerar 5 días este servicio para realizar los trámites correspondientes. Para calcular la tasa de almacenaje debemos tomar en cuenta el peso de la carga y los días de uso del servicio.

El valor a pagar por los 5 días de almacenaje es de \$ 50 dólares por envío y \$ 200 anual.

Tabla 23: Tasa de Almacenaje

| Descripción | Costo por contenedor | Costo Anual |
|--------------------|----------------------|---------------|
| Transporte interno | 50,00 | 200,00 |
| TOTAL | 50,00 | 200,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.3.9.9 Trámites Aduaneros

Tabla 24: Trámites Aduaneros

| Documentos | Costo | Costo Anual |
|--------------------|-----------------|-----------------|
| Declaración | 25,00 | 100,00 |
| Aforo físico | 150,00 | 600,00 |
| Certif. Inspección | 300,00 | 1.200,00 |
| b/l | 39,20 | 156,80 |
| Corpei | 708,49 | 2.833,96 |
| TOTAL | 1.222,69 | 4.890,76 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.4 ESTUDIO ECONÓMICO

4.4.1 Costos

De acuerdo a la definición del mercado es necesario determinar los costos en los que se incurren para la realización del proyecto.

Tabla 25: Costos

| CORPICECREAM S.A | | | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MATERIA PRIMA DIRECTA | 38.232,00 | 40.143,60 | 42.150,78 | 44.258,32 | 46.471,23 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 24.368,18 | 25.586,59 | 26.865,92 | 28.209,21 | 29.619,68 |
| GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN | 36.240,30 | 38.052,32 | 39.954,93 | 41.952,68 | 44.050,31 |
| <i>MATERIALES INDIRECTOS</i> | 9.960,00 | 10.458,00 | 10.980,90 | 11.529,95 | 12.106,44 |
| <i>SERVICIOS BÁSICOS</i> | 4.320,00 | 4.536,00 | 4.762,80 | 5.000,94 | 5.250,99 |
| <i>DEPRECIACIONES</i> | 19.210,30 | 19.210,30 | 19.210,30 | 19.210,30 | 19.210,30 |
| <i>SEGUROS DE FABRICA Y MANTENIMIENTO</i> | 2.750,00 | 2.887,50 | 3.031,88 | 3.183,47 | 3.342,64 |
| SUBTOTAL | 98.840,48 | 103.782,50 | 108.971,63 | 114.420,21 | 120.141,22 |
| GASTOS DE OPERACIÓN | | | | | |
| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 41.740,94 | 43.827,98 | 46.019,38 | 48.320,35 | 50.736,37 |
| GASTOS DE VENTAS | 27.789,30 | 29.178,77 | 30.637,70 | 32.169,59 | 33.778,07 |
| GASTOS FINANCIEROS | 5.700,00 | 4.500,00 | 3.300,00 | 2.100,00 | 900,00 |
| SUBTOTAL | 5.230,24 | 7.506,75 | 79.957,09 | 82.589,94 | 85.414,44 |
| TOTAL | 174.070,72 | 181.289,25 | 188.928,71 | 197.010,15 | 205.555,66 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.4.2 Inversión Total

Tabla 26: Inversión total

| CORPICECREAM S.A | | | | |
|----------------------|------------------------|-------------------|--------------------------|----------------|
| INVERSIONES | | | | |
| RUBROS | VALOR | % DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ANUAL \$ | DEPARTAMENTO |
| TERRENOS | 40.000,00 | 0 | - | |
| EDIFICIOS | 52.000,00 | 5% | 2.600,00 | PRODUCCIÓN |
| MAQUINARI AS | 62.503,00 | 10% | 6.250,30 | PRODUCCIÓN |
| EQUIPOS | 4.500,00 | 10% | 450,00 | PRODUCCIÓN |
| VEHÍCULOS | 28.000,00 | 20% | 5.600,00 | ADMINISTRACIÓN |
| EQUIPO DE COMPUTO | 2.100,00 | 33,33% | 700,00 | ADMINISTRACIÓN |
| MUEBLES Y ENSERES | 3.000,00 | 10% | 300,00 | ADMINISTRACIÓN |
| TOTAL | 192.103,0 0 | | 15.900,30 | |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.4.3 Costo del proyecto

Tabla 27: Costo del proyecto

| CORPICECREAM S.A | | |
|--------------------|-----------------|-----------------|
| COSTO DEL PROYECTO | | |
| Documentos | Costo | Costo Anual |
| Declaración | 25,00 | 100,00 |
| Aforo físico | 150,00 | 600,00 |
| Certif. Inspección | 300,00 | 1.200,00 |
| b/l | 39,20 | 156,80 |
| Corpei | 708,49 | 2.833,96 |
| TOTAL | 1.222,69 | 4.890,76 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.4.4 Capital de Trabajo

Tabla 28: Capital de Trabajo

| CORPICECREAM S.A | |
|---|---------------------|
| CAPITAL DE TRABAJO (trimestral) | |
| RUBROS | VALOR |
| MATERIA PRIMA | \$ 9.558,00 |
| MANO DE OBRA | \$ 6.092,05 |
| COSTOS INDERECTOS DE FABRICACION | \$ 9.060,08 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | \$ 10.435,23 |
| GASTOS DE VENTA | \$ 6.947,33 |
| GASTOS FINANCIEROS | \$ 1.425,00 |
| TOTAL | \$ 43.517,68 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.4.5 Financiamiento

Tabla 29: Financiamiento

| FINANCIAMIENTO | |
|-------------------------------|-------------------|
| CAPITAL PROPIO | 142.103,00 |
| CAPITAL AJENO | 50.000,00 |
| TOTAL: | 192.103,00 |
| CONDICIONES DE CRÉDITO | |
| CAPITAL | 50.000,00 |
| TASA DE INTERÉS | 12 |
| FORMA DE PAGO | 180 |
| SEMESTRAL | |
| PLAZO AÑOS | 5 |
| GARANTÍAS | 140% |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.4.6 Amortización de la deuda

Tabla 30: Amortización de la deuda

| CORPICECREAM S.A | | | | |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| PERIODOS DE PAGO | CAPITAL | INTERÉS 12% | DIVIDENDO | SALDO DE CAPITAL |
| 0 | | | | 50.000,00 |
| 1 | 5.000,00 | 3.000,00 | 8.000,00 | 45.000,00 |
| 2 | 5.000,00 | 2.700,00 | 7.700,00 | 40.000,00 |
| 3 | 5.000,00 | 2.400,00 | 7.400,00 | 35.000,00 |
| 4 | 5.000,00 | 2.100,00 | 7.100,00 | 30.000,00 |
| 5 | 5.000,00 | 1.800,00 | 6.800,00 | 25.000,00 |
| 6 | 5.000,00 | 1.500,00 | 6.500,00 | 20.000,00 |
| 7 | 5.000,00 | 1.200,00 | 6.200,00 | 15.000,00 |
| 8 | 5.000,00 | 900,00 | 5.900,00 | 10.000,00 |
| 9 | 5.000,00 | 600,00 | 5.600,00 | 5.000,00 |
| 10 | 5.000,00 | 300,00 | 5.300,00 | - |
| TOTAL | 50.000,00 | 16.500,00 | 66.500,00 | |

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.4.7 Ingresos

Tabla 31: Ingresos

| CORPICECREAM S.A | | | | | |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| PRESUPUESTO DE VENTAS | | | | | |
| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| CANTIDAD (helados) | 240.000,00 | 252.000,00 | 264.600,00 | 77.830,00 | 291.721,50 |
| PRECIO DE VENTAS (\$*helados) | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 | 2,00 |
| VALOR TOTAL | 480.000,00 | 504.000,00 | 529.200,00 | 555.660,00 | 583.443,00 |

Fuente: Empresa CORPICECREAM S.A.

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.5 ESTADOS FINANCIEROS

4.5.1 Estado de Resultados

Tabla 32: Estado de Resultados

| CORPICECREAM S.A | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | |
| AL 31 DE DICIEMBRE | | | | | |
| RUBROS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| VENTAS | 480.000,00 | 504.000,00 | 529.200,00 | 555.660,00 | 583.443,00 |
| (-) COSTOS DE PRODUCCIÓN | 98.840,48 | 103.782,50 | 108.971,63 | 114.420,21 | 120.141,22 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 381.159,52 | 400.217,50 | 420.228,37 | 441.239,79 | 463.301,78 |
| (-) GASTOS OPERACIONALES | 75.230,24 | 77.506,75 | 79.957,09 | 82.589,94 | 85.414,44 |
| UTILIDAD IMPONIBLE (UAPIR) | 305.929,28 | 322.710,75 | 340.271,29 | 358.649,85 | 377.887,34 |
| (-) PARTICIPACIÓN 15% | 45.889,39 | 48.406,61 | 51.040,69 | 53.797,48 | 56.683,10 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA | 260.039,89 | 274.304,14 | 289.230,59 | 304.852,37 | 321.204,24 |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA 22% | 57.208,78 | 60.346,91 | 63.630,73 | 67.067,52 | 70.664,93 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | 202.831,12 | 213.957,23 | 225.599,86 | 237.784,85 | 250.539,31 |

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.5.2 Flujo de fondos

Tabla 33: Flujo de fondos

| CORPICECREAM S.A | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| FLUJO DE FONDOS | | | | | | |
| AL 31 DE DICIEMBRE | | | | | | |
| RUBROS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| VENTAS | | 480.000,00 | 504.000,00 | 529.200,00 | 555.660,00 | 583.443,00 |
| (-) COSTOS DE PRODUCCIÓN | | 98.840,48 | 103.782,50 | 108.971,63 | 114.420,21 | 120.141,22 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | | 381.159,52 | 400.217,50 | 420.228,37 | 441.239,79 | 463.301,78 |
| (-) GASTOS OPERACIONALES | | 75.230,24 | 77.506,75 | 79.957,09 | 82.589,94 | 85.414,44 |
| UTILIDAD IMPONIBLE (UAPIR) | | 305.929,28 | 322.710,75 | 340.271,29 | 358.649,85 | 377.887,34 |
| (-) PARTICIPACIÓN 15% | | 45.889,39 | 48.406,61 | 51.040,69 | 53.797,48 | 56.683,10 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA | | 260.039,89 | 274.304,14 | 289.230,59 | 304.852,37 | 321.204,24 |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA 22% | | 57.208,78 | 60.346,91 | 63.630,73 | 67.067,52 | 70.664,93 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | | 202.831,12 | 213.957,23 | 225.599,86 | 237.784,85 | 250.539,31 |
| (+) DEPRECIACIONES | | 19.210,30 | 19.210,30 | 19.210,30 | 19.210,30 | 19.210,30 |
| (-) AMORTIZACION BANCARIA | | 10.000,00 | 10.000,00 | 10.000,00 | 10.000,00 | 10.000,00 |
| INVERSION FIJA | 192.103,00 | | | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | 43.517,68 | | | | | |
| REC. CAPITAL DE TRABAJO | | | | | | 43.517,68 |
| VALOR RESIDUAL | | | | | | 74.001,50 |
| FLUJO DE FONDOS | 235.620,68 | 212.041,42 | 223.167,53 | 234.810,16 | 246.995,15 | 377.268,79 |

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.5.3 Costo total

Tabla 34: Costo Total

| TABLA DE COSTOS AÑO 1 | | | |
|---|-------------------|-----------------------|--------------------|
| CUENTAS | COSTO FIJO | COSTO VARIABLE | COSTO TOTAL |
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | | | |
| MATERIA PRIMA DIRECTA | | 38.232,00 | 38.232,00 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 24.368,18 | | 24.368,18 |
| GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN | | | |
| <i>MATERIALES INDIRECTOS</i> | | 9.960,00 | 9.960,00 |
| <i>SERVICIOS BÁSICOS</i> | | 4.320,00 | 4.320,00 |
| <i>DEPRECIACIONES</i> | 19.210,30 | | 19.210,30 |
| <i>SEGUROS DE FABRICA Y MANTENIMIENTO</i> | 2.750,00 | | 2.750,00 |
| SUBTOTAL | 46.328,48 | 52.512,00 | 98.840,48 |
| GASTOS OPERATIVOS | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | |
| SUELDOS Y SALARIOS | 41.140,94 | | 41.140,94 |
| ÚTILES DE OFICINA | 600,00 | | 600,00 |
| GASTOS DE VENTAS | | | |
| SUELDOS Y SALARIOS | 9.938,54 | | 9.938,54 |
| PUBLICIDAD | 12.000,00 | | 12.000,00 |
| TRANSPORTE | | 960,00 | 960,00 |
| TRAMITES DE EXPORTACION | 4.890,76 | | 4.890,76 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | |
| INTERÉS | 5.700,00 | | 5.700,00 |
| SUBTOTAL | 74.270,24 | 960,00 | 75.230,24 |
| TOTAL | 120.598,72 | 53.472,00 | 174.070,72 |

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

FORMULAS

PUNTO DE EQUILIBRIO (UF)

| | |
|---------|------------|
| CFT | 120.598,72 |
| <hr/> | |
| Pvu-Cvu | 1, 7772 |

PE= 67.859,00

PUNTO DE EQUILIBRIO (UM)

| | |
|-----------|------------|
| CFT | 120.598,72 |
| <hr/> | |
| 1-(CVT/V) | 0,8886 |

PE= 120.597,83

| | |
|----------|---------|
| UNIDADES | 240.000 |
| PRECIO | 2 |
| CV | 0,2228 |

4.5.4 Punto de equilibrio

Tabla 35: Punto de equilibrio

| CORPICECREAM S.A | | |
|---------------------------------------|-------------------|---------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | | |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | | |
| RUBROS | 1 | PUNTO DE EQUILIBRIO |
| VENTAS | 480.000,00 | 120.598,72 |
| (-) COSTOS DE PRODUCCIÓN | 98.840,48 | 0.8886 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 381.159,52 | 120.597,83 |
| (-) GASTOS OPERACIONALES | 75.230,24 | 120.597,83 |
| UTILIDAD IMPONIBLE (UAPIR) | 305.929,28 | - |
| (-) PARTICIPACIÓN 15% | 45.889,39 | |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA | 260.039,89 | |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA 22% | 57.208,78 | |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | 202.831,12 | |

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

4.6 EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

4.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se ha calculado una tasa de actualización a partir de la sumatoria de la inflación acumulada 4,36% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 4,53%, es decir 8,89%.

La fórmula del Valor Actual Neto es:

$$VAN = \frac{\sum \text{Flujos de caja}}{(1+i)^n} - \text{Inv. Inicial}$$

Tabla 36: Valor Actual Neto

| Años | Flujo de caja | Factor de actualización $1 / (1+i)^n$ | Flujo de efectivo actual | Flujo de efectivo acumulado |
|------|----------------|--|--------------------------|-----------------------------|
| 0 | -\$ 235.620,68 | 1 | -\$ 235.620,68 | -\$ 235.620,68 |
| 1 | \$ 212.041,42 | 0,918357976 | \$ 194.729,92 | -\$ 40.890,75 |
| 2 | \$ 223.167,53 | 0,843381372 | \$ 188.215,33 | \$ 147.324,58 |
| 3 | \$ 234.810,16 | 0,77452601 | \$ 181.866,58 | \$ 329.191,16 |
| 4 | \$ 246.995,15 | 0,711292139 | \$ 175.685,71 | \$ 504.876,87 |
| 5 | \$ 377.268,79 | 0,653220809 | \$ 246.439,82 | \$ 751.316,69 |

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

$$VAN = \frac{212.041,42}{(1+0,0889)} + \frac{223.167,53}{(1+0,0889)^2} + \frac{234.810,16}{(1+0,0889)^3} + \frac{246.995,15}{(1+0,0889)^4} + \frac{377.268,79}{(1+0,0889)^5} - 235.620,68$$

$$VAN = (194.729,92 + 188.215,33 + 181.866,58 + 175.685,71 + 246.439,82) - 235.620,68$$

$$VAN = \$751.316,69$$

INTERPRETACIÓN: El valor actual neto es de \$ 751.316,69 el cual refleja los beneficios reales de la empresa en exportar helados a New York, al ser mayor que cero el proyecto es factible.

4.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La fórmula de la Tasa Interna de Retorno es:

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

Tabla 37: Valor Actual Neto (-)

| Años | Flujo de caja | Factor de actualización $1 / (1 + i)^n$ | Flujo de efectivo actual | Flujo de efectivo acumulado |
|------|----------------|--|--------------------------|-----------------------------|
| 0 | -\$ 235.620,68 | 1 | -\$ 235.620,68 | -\$ 235.620,68 |
| 1 | \$ 212.041,42 | 0,519547993 | \$ 110.165,69 | -\$ 125.454,99 |
| 2 | \$ 223.167,53 | 0,269930117 | \$ 60.239,64 | -\$ 65.215,35 |
| 3 | \$ 234.810,16 | 0,140241651 | \$ 32.930,16 | -\$ 32.285,19 |
| 4 | \$ 246.995,15 | 0,072862268 | \$ 17.996,63 | -\$ 14.288,56 |
| 5 | \$ 377.268,79 | 0,037855445 | \$ 14.281,68 | -\$ 6,88 |

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

$$i_1 = 8,89\% \quad VAN 1 = 751.316,69$$

$$i_2 = 92.475\% \quad VAN 2 = -6,88$$

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) * (VAN1 / (VAN1 - VAN2))$$

$$TIR = 8,89\% + ((92.475\% - 8,89\%) * (751.316,69 / (751.316,69 - (-6,88))))$$

$$TIR = 92,47\%$$

La tasa interna de retorno es 92,47% y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.

4.6.3 Relación Beneficio-Costo

Para la aplicación de la relación beneficio costo se aplicará la siguiente fórmula:

$$R\ B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados} + \text{Inversión}}$$

$$R\ B/C = \$ 986.937,37 / \$ 235.620,68$$

$$R\ B/C = \$ 4,19$$

El proyecto muestra una relación R B/C de \$ 4,19 resultado mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto obtiene \$ 3,19 centavos por cada dólar invertido, asignación a la que se puede calificar como económicamente eficiente.

4.6.4 Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión indica el tiempo en que se recupera el monto principal.

Tabla 38: Período de Recuperación de la Inversión

| Periodos | Inversión | Flujos | Flujos Acumulados |
|----------|---------------|---------------|-------------------|
| 0 | \$ 235.620,68 | | |
| 1 | | \$ 212.041,42 | \$ 212.041,42 |
| 2 | | \$ 223.167,53 | \$ 435.208,94 |
| 3 | | \$ 234.810,16 | \$ 670.019,10 |
| 4 | | \$ 246.995,15 | \$ 917.014,25 |
| 5 | | \$ 377.268,79 | \$ 1.294.283,04 |

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Tonato Jimena (2018)

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

Periodo de recuperación de la inversión = $a + ((b - c) / d)$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Periodo de recuperación de la inversión = $a + ((b - c) / d)$

a = 1

b = \$ 235.620,68

c = \$ 212.041,42

d = \$ 223.167,53

Periodo de recuperación de la inversión = $1 + (\$ 235.620,68 - \$ 212.041,42) / \$ 223.167,53)$

Periodo de recuperación de la inversión = 1,2678 años

El periodo de recuperación de la inversión es de 1 año 1 mes, y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.

Una vez realizada la Evaluación Financiera y Económica del proyecto podemos verificar que se dará cumplimiento con la idea a defender:

- Generación de empleo: esto se logrará en base al incremento de la demanda del producto y las ganancias que generará al exportar los helados hacia el mercado Estadounidense, para la cual la empresa se verá en la necesidad de contratar 5 trabajadores por año.
- Mejorar la economía: mediante la implementación del presente proyecto y como se puede verificar en los resultados de la evaluación financiera y económica del mismo, la empresa logrará mejorar la economía de sus colaboradores así como de los propietarios y accionistas, y por ende de los productores que proveen la materia prima para la elaboración de los tradicionales helados de Salcedo, puesto que se espera tener una demanda progresiva del producto y por ende mejores ingresos y rentabilidad para la empresa.

CONCLUSIONES

- La amplia información proporcionada por la empresa a través de datos históricos, ayudo a determinar la situación actual de la empresa, así también se logró sustentar cada uno de los procesos de exportación de helados y la información tanto histórica como actual de la evolución en el mercado del producto permitió conocer y establecer que la exportación de helados es factible hacia el mercado de New York.
- A través del estudio económico financiero se pudo ver que la exportación de helados al mercado de New York proporcionara grandes beneficios económicos a la empresa, como se demuestra con el TIR (Tasa Interna de Retorno) igual a 92,47% la cual es un proyecto aceptado, un VAN (Valor Actual Neto) de \$ 751.316,69 que supera a la inversión inicial de \$ 235.620,68, lo cual hace que el proyecto sea factible y obtener utilidades.
- En el desarrollo del proyecto de exportación de helados hacia el mercado de New York se verifico los resultados de incremento económico y financiero de la empresa arrojan resultados positivos, lo que demuestra que la empresa en años futuros contará con una buena liquidez financiera.

RECOMENDACIONES

- Es muy importante ampliar la información actualizada de las exportaciones realizadas por el país y que sirva de apoyo para futuras investigaciones y ser aporte para la sociedad en general, además que el conocimiento de la realidad sobre las exportaciones puede ser útil para poner en marcha diferentes proyectos.
- Después de analizar los diferentes aspectos en el presente proyecto, como la capacidad de producción de helados por parte de la empresa CORPICECREAM S.A se recomienda invertir en el proyecto de exportación de helados hacia el mercado de New York.
- Poner en consideración a la empresa sobre la idea para la exportación de helados hacia el mercado de New York, considerando que los estudios arrojan resultados positivos.

BIBLIOGRAFÍA

- ACF Internacional. (2013). *Exportación e importación en la empresa*. Obtenido de https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.9_exportacion_importacion.pdf
- Aduana del Ecuador. (Abril de 2017). *Reglas para exportar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Aduana del Ecuador. (04 de Diciembre de 2012). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/plan-exportacion-estructura/>
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro. (17 de Abril de 2017). *Regulación y Control Fito y Zoosanitario*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>
- Agronegocios. (2017). *Los Helados de Salcedo*. Obtenido de <http://agronegociosecuador.ning.com/page/los-helados-de-salcedo>
- Almaguer , S. E. (19 de Junio de 2010). *Envase, empaque y embalaje de productos*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/envase-empaque-y-embalaje-de-productos/>
- Ávila, R. (10 de Octubre de 2007). *Descripción del cargo de gerente general*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/>
- Ávila, R. (11 de Octubre de 2007). *Descripción del cargo de una secretaria*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-de-una-secretaria/>
- Baca, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. 6ª. ed. México: Alianza.
- Banco Internacional. (2010). *Servicios del comercio exterior*. Obtenido de <https://www.bancointernacional.com.ec/comercioExtServicios.html>
- Bek, M. (2012). *Funciones de la junta general de accionistas*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/30639812/Funciones-de-la-junta-general-de-accionistas>

- Bengochea, B. (1997). *Diccionario de Comercio Exterior*. México D.C: Electa.
- Boscan, A. (2013). *Epistemología e Investigación: De la Creatividad a la Innovación*. Barcelona: Olañeta.
- BusinessCol. (2009). *Incoterms*. Obtenido de <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Bustamante, P., & Ponce, J. (9 de Octubre de 2014). *Qué es el Ruc*. Obtenido de <http://www.pbplaw.com/que-es-el-ruc/>
- Chain, N. (2014). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson.
- Asamblea Nacional de Ecuador. (29 de Diciembre de 2010). *Código orgánico de la producción, comercio e inversiones*. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf
- Comercio y Aduanas. (10 de Abril de 2012). *Qué es la aduana*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/aduanas/aduana/107-que-es-una-aduana>
- Coss, R. (2017). *Análisis y Evaluación de proyectos de Inversión*. México: Limusa.
- Cueva , J. C. (2016). *Desarrollo y gestión de microemprendimientos de Áreas Rurales*. Obtenido de <http://comercializacionaf.org/wp-content/uploads/2016/05/sistema-de-comercializacion.pdf>
- Datosmacro. (23 de Octubre de 2007). *Demografía de Nueva York*. Obtenido de <https://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/usa-estados/nueva-york>
- Diario del Exportador. (2016). *Documentos necesarios para exportar*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2016/03/cuales-son-los-documentos-necesarios.html>
- Economía. (1 de Agosto de 2008). *Qué es el mercado*. Obtenido de <http://www.economia.ws/mercado.php>
- Ministerio Coordinación de Producción Empleo y Competitividad. (2017). *Qué es el Mipro*. Obtenido de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/ministerio-de-coordinacion-de-la-produccion-empleo-y-competitividad/#>
- ElTelégrafo. (4 de Septiembre de 2015). El 28% de los productos no petroleros se exportaron a EE.UU. *eltelégrafo*, pág. 8.

- Eras, J. (2013). *Determinación de parámetros técnicos para la elaboración de helados con frutas nativas del cantón Loja*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja). Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5193/1/DETERMINACI%C3%93N%20DE%20PAR%C3%81METROS%20T%C3%89CNICOS%20PARA.pdf> .
- Escola Valenzuela, J. (22 de Abril de 2018). *Certificado fitosanitario de exportación*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/certificado-fitosanitario-de-exportaci-n>
- Escudero, M. (2012). *Comunicación y atención al cliente* . España: Paraninfo S.A .
- Falconi, C. (2001). *Términos Económicos, Financieros y Bursátiles*. Riobamba: Edipcentro .
- Ferrer, J. (2010). *Operacionalización de variables*. Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>
- Fervac, L. (1 de Agosto de 2011). *Funciones del departamento de ventas*. Obtenido de https://es.over-blog.com/Como_funciona_un_departamento_de_ventas-1228321767-art314863.html
- Freire Obando, G. (26 de Junio de 2015). *Agente afianzado de Aduana*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/agente-afianzado-de-aduana-requisitos-derechos-deberes-y>
- Galarza, A. (2003). *Tipos de Investigación*. Chile: Osmar D. Buyatti.
- Galindo, L. (2008). *Técnicas de Investigación* . México: Pearson Education .
- García , H. B., & Ávila, D. D. (2010). *Visión hacia la cultura de exportaciones de los empresarios de las PYMES del estado de Hidalgo y su impacto en el desarrollo regional*. congreso de la AMET. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_EcoReg/Blanca_Garcia/exportacion.pdf
- Garza, A. (2007). *Manual de Técnicas de Investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades* . México: Lunwerg.

- Geo, T. (22 de 02 de 2014). *Gestión de Operaciones*. Obtenido de <https://www.gestiondeoperaciones.net/proyeccion-de-demanda/como-utilizar-una-regresion-lineal-para-realizar-un-pronostico-de-demanda/>
- Geografias. (2013). *Qué es la producción*. Obtenido de http://www.geografia.us.es/web/contenidos/becarios/materiales/archivos/Transparencias_Tema_4.pdf
- Gestión. (20 de Enero de 2013). *Exportaciones de helados concentrados en Estados Unidos*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/97-exportaciones-helado-peruano-concentro-estados-unidos-29546>
- Gestión Digital. (18 de Abril de 2018). *Guía para el importador*. Obtenido de: <http://www.revistagestion.ec/index.php/empresas/pro-ecuador-lanzara-guia-para-el-importador-en-eeuu>
- Ghotme, R. A., & De Castro, A. R. (2016). *La relación triangular China, América Latina, Estados Unidos: socios necesarios en medio de la competencia por el poder mundial*. Obtenido de <http://revistasojs.unilibrecali.edu.co/index.php/entramado/article/view/356>.
- Graterol, R. (2011). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://jofillop.files.wordpress.com/2011/03/metodos-de-investigacion.pdf>.
- Guerrero, B. (4 de Agosto de 2017). *Beneficios de los helados*. Obtenido de <https://www.cambio16.com/lifestyle/ocho-beneficios-helados/>
- Gutierrez, D. (2003). *Guía Básica de Bancomext*. Obtenido de https://issuu.com/brenmp/docs/bancomext__2007_.__gu__a__b__sica__del.
- Los Helados de Salcedo. (18 de Agosto de 2008). *Generalidades de los helados de Salcedo*. Obtenido de <http://www.heladosdesalcedo.com/index.html>
- Hernandez, A. (2001). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Thomson Leraningg.
- Jauregui, A. (2016). *Cómo funciona el área de producción*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/area-produccion-empresa/>

- Kotler, P. (1997). *Marketing del Siglo XXI*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>
- Kotler, P. (2014). *Dirección de Mercadotecnia*. Perú: Pearson.
- Liendo, M., & Martínez, A. (2007). *Sector lácteo, Industria del helado. Un análisis del sector*. Obtenido de <http://www.fcecon.unr.edu.ar/web-nueva/sites/default/files/u16/Decimocuartas/martinez%20y%20liendo%20industria%20del%20helado.pdf>.
- López, N. (17 de Octubre de 2016). *Funciones del área de finanzas*. Obtenido de <http://www.buenosnegocios.com/notas/2782-5-funciones-del-area-finanzas>
- Mankiw, G. (2005). *Principios de Economía*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Martínez, A., & Liendo, M. (2007). *Sector lacteo industria del helado a nivel mundial. Instituto de Investigaciones Económicas de la Escuela de Economía FCEyE UNR, Colombia*. Obtenido de <https://www.fcecon.unr.edu.ar/web-nueva/sites/default/files/u16/Decimocuartas/martinez%20y%20liendo%20industria%20del%20helado.pdf>
- Martínez, H. (22 de Noviembre de 2016). *Análisis de la oferta*. Obtenido de <http://cedconsultoria.net/2016/11/22/analisis-de-la-oferta/>
- Mincetur. (2010). Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a los estados unidos. *Revista Exigencias para exportar a EE.UU. Mincetur*, pág. 7-8.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (17 de Aril de 2015). *Qué es el Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/institucion.php?cd=21>
- Montoya, E. (2009). *Metodología de la Investigación*. Lima: Conecta.
- Morales, O. (2010). *Fundamentos de la Investigación Documental y la Monografía*. Escocia: Ebooks.
- Moreno, M. (2000). *Introducción a la metodología de la investigación educativa 2*. México: Progreso.

- MuyHistoria. (2016). *Países que más consumen helados*. Obtenido de <https://www.muyhistoria.es/curiosidades/preguntas-respuestas/en-que-paises-se-consume-mas-helado-811373368794>
- Noveno semestre de Ingeniería en Banca y Finanzas, Unach. (2001). *Diccionario de Términos Económicos, Financieros y Bursátiles*. Riobamba: EDIPCENTRO.
- Online Business School. (2013). *Etapas de un proyecto*. Obtenido de <file:///D:/Usuario/Descargas/OBS-Etapas-Proyectos.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (2008). *Qué es la Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/rta_pta_s.htm
- Overblog. (19 de Julio de 2011). *Qué es el estudio administrativo*. Obtenido de https://es.overblog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html
- Pacheco, A. (2013). *Plan estratégico para mejorar el posicionamiento del mercado de la asociación de productores y comercializadores de los helados de salcedo PROCOHESA*. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Central del Ecuador Sede Amato) Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/904/1/75571.pdf>
- Pacheco, R. F. (2016). *Desarrollo de un modelo de logística y distribución de la empresa productora de helados CORPICECREAM*. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1604/1/76137.pdf>
- Paicorocke, M. (23 de febrero de 2013). *Transbordo aduanero*. Obtenido de: <http://es.slideshare.net/miguelpaicorocke/transbordo-aduanero>
- Pareja Cucalón, F. (2018). Las relaciones comerciales con EE.UU. *eltelégrafo*, pág.9.
- Pérez, P. (18 de Abril de 2015). *Comunidad de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/requisitos-para-obtener-el-certificado-digital-de-firma-1>
- Pinson, L. (2015). *Anatomía de un Plan de negocios*. Chicago: Dearborn Trade.

- Pita, F., & Pértagas, D. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Obtenido de https://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali2.pdf
- Porre, J. (01 de Julio de 2013). *Investigación bibliográfica*. Obtenido de <http://mtu-pnp.blogspot.com/2013/07/la-investigacion-bibliografica.html>
- ProColombia. (17 de Marzo de 1993). *Acceso Marítimo*. Obtenido de <http://tlc-eeuu.procolombia.co/logistica/acceso-maritimo>
- PROECUADOR. (2010). *Guía del Inversionista*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-inversionista-2/#1518025007892-5e473429-ccfb>
- PROECUADOR. (17 de Abril de 2017). *Promociones de Exportaciones e Iversiones*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>
- Quingaluisa, J. (2015). *La gestión financiera y administrativa eficiente de la productora y comercializadora de los helados de Salcedo CORP. ICE CREAM S.A., incide en el crecimiento patrimonial*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato). Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18558/1/T3317i.pdf>
- Raviror, P. (2015). *Funciones del presidente de una empresa*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/96734900/Funciones-Del-Presidente-de-Una-Empresa>
- Reyes, A. (2016). *Mercadotecnia estratégica*. México: Olañeta.
- Rivadeneira, D. (28 de Marzo de 2012). *Empresa y actualidad*. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Robbins, S. (2005). *Administración*. México: Pearson Education.
- RT Noticias. (2009). *Deuda Pública de Estados Unidos*. Obtenido de <https://actualidad.rt.com/actualidad/249794-deuda-eeuu-superar-record-millones>
- Sandoval, C. C. (2002). *Programa de especialización en teoría métodos y técnicas de investigación social*. Obtenido de <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>

- Servicio de Rentas Internas . (2017). *Régimen Tributario Interno*. Obtenido de <file:///D:/Usuario/Descargas/Ley%20de%20r%C3%A9gimen%20tributario%20interno%20art.%2057.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2015). *Qué es el Servicio Nacional de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67;jsessionid=b6zEJvmRAQ-bPk-N7xOtV22F>
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2015). *Qué es el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/ace/intro.action>
- Smith, A. (1994). *Teoría Económica*. México: Taurus.
- Sogorb, H., & Portilla, J. (2009). *Conceptos Económicos Básicos*. España: Electa.
- Thompson, I. (2010). *La satisfacción del cliente*. Obtenido de <http://www.procase.cl/Demos/tmk/docs/Satisfacci%C3%B3n%20al%20Cliente.pdf>
- Tintoré, I., & Hernández, C. (2007). *iContainers*. Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/2017/05/17/top-10-puertos-estados-unidos/>
- TodoComercio Exterior. (13 de Septiembre de 2011). *Procedimientos para exportar*. Obtenido de <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2011/09/procedimientos-exportar-desde-ecuador.html>
- El Universo. (23 de Marzo de 2018). Estados Unidos aprueba renovación de preferencias arancelarias con Ecuador por tres años. *El Universo*, pág. 12.
- Ventura, S. (12 de Agosto de 2015). *Qué es exportación*. Obtenido de <https://www.gestion.org/estrategica/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>
- Villarán, K. W. (2009). *Plan de Negocios*. Lima: Nathan Associates Inc.
- Wagner, D. (Mayo de 2013). *Consumo de helados en los Estados- Unidos*. Obtenido de <https://www.finamac.com/es/noticias/2013/05/consumo-de-helados-en-los-estados-unidos>