



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESCUELA DE 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 GRANOLA, HACIA EL PRINCIPADO DE ASTURIAS – ESPAÑA, DE LA EMPRESA NUTRICEREALES, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERIODO 2017.

AUTORA:

SANI ALLAUCA MARTHA VERÓNICA

RIOBAMBA – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. Martha Verónica Sani Allauca, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Edison Ruperto Carrillo Parra

DIRECTOR

Ing. Jorge Luis Chafra Granda

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Martha Verónica Sani Allauca, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos que constan en el documento son de otras fuentes y están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 10 de octubre del 2018

Martha Verónica Sani Allauca
C.I. 060479222-6

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado en primer lugar a Dios, quien ha sabido guiar mi vida sobretodo en este duro y largo camino de estudiante, a mi hija Valeria Orozco y a mis padres Elio y Rosario quienes me apoyaron en este trayecto a mis hermanos quienes me han brindado su apoyo incondicional para el logro de mis metas trazadas siendo su ejemplo a seguir. A mi novio Diego Orozco, por su amor y paciencia y a esta noble institución y a mis docentes que fueron parte de mi formación académica, a aquellos amigos que me han brindado su amistad, y a todas esas personas que han confiado en mí.

MARTHA VERÓNICA SANI ALLAUCA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera de Comercio

Exterior, al Ing. Edison Ruperto Carrillo Parra, Director de Tesis, al Ing. Jorge Luis Chafra Granda, Miembro del Tribunal de Tesis, y a cada uno de los docentes que me han impartido los conocimientos que se ven reflejados en el presente proyecto.

A Dios por haberme permitido culminar mis estudios, dándome la fortaleza, sabiduría y perseverancia en mi formación académica, personal y ahora profesional.

También agradezco a mi familia Sani Allauca y a mi hija Valeria Orozco y mi novio Diego Orozco por su amor y por ser muy paciente y por ultimo a mi abuelita Carmen Damián por su apoyo, confianza y amor, quienes me han alentado para culminar y lograr cada una de mis metas en este caso el de ser una profesional con principios y valores éticos.

MARTHA VERÓNICA SANI ALLAUCA

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----------|
| Portada | i |
| Certificación del tribunal | ii |
| Declaración de autenticidad..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | iv |
| Índice general..... | vi |
| Índice de cuadros | x |
| Índice de gráficos..... | xii |
| Índice de anexos..... | xiii |
| Resumen..... | xiv |
| Abstract | xv |
| Introducción | 1 |
| CAPÍTULO I: PROBLEMA | 2 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN | 4 |
| 1.3. OBJETIVOS | 6 |
| 1.3.1. Objetivo general | 6 |
| 1.3.2. Objetivos específicos | 6 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL | 7 |
| 2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 7 |
| 2.1.1. Proyecto de Exportación..... | 7 |
| 2.1.1.1. Ventajas del Proyecto de Exportación..... | 7 |
| 2.1.2. Granola | 9 |
| 2.1.3. Propiedades benéficas de la granola | 10 |
| 2.2. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA EN ECUADOR. | 11 |
| 2.3. EXPORTADORES ECUATORIANOS DE GRANOLA..... | 12 |
| 2.4. RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y LOS PAÍSES EUROPEOS..... | 12 |
| 2.4.1. Herramientas para el comercio entre Ecuador y la Unión Europea | 15 |
| 2.4.1.1. Export Helpdesk | 15 |
| 2.4.1.2. Ventanilla Única de Comercio Exterior en Ecuador – ECUAPASS..... | 16 |

| | | |
|---------------------------------------|---|----|
| 2.4.1.3. | Cámaras de comercio binacionales europeas. | 17 |
| 2.4.1.4. | Programas de cooperación para fomentar la producción y comercio..... | 17 |
| 2.4.1.5. | Programa AL-Invest 5.0. | 18 |
| 2.4.1.6. | INTERCAN..... | 19 |
| 2.5. | MARCO CONCEPTUAL | 20 |
| 2.5.1. | Exportación..... | 20 |
| 2.5.2. | Aduana..... | 20 |
| 2.5.3. | Logística. | 20 |
| 2.5.4. | Logística Empresarial. | 21 |
| 2.5.5. | Mercado | 21 |
| 2.5.6. | Producción | 21 |
| 2.5.7. | Calidad..... | 21 |
| 2.5.8. | Arancel..... | 22 |
| 2.5.9. | Preferencia Arancelaria | 22 |
| 2.5.10. | Partida Arancelaria | 22 |
| 2.5.11. | Oferta y Demanda..... | 23 |
| 2.5.12. | Sistema de Pago Internacional..... | 23 |
| 2.5.13. | Incoterms | 23 |
| 2.5.14. | FOB (Free On Board) – Libre a Bordo (Puerto de carga convenido) | 24 |
| 2.5.15. | CIF (Cost, Insurance and Freight) – Costo, Seguro y Flete | 25 |
| 2.5.16. | Marketing Mix | 25 |
| 2.5.17. | VAN..... | 26 |
| 2.5.18. | TIR..... | 26 |
| 2.5.19. | PRI..... | 26 |
| 2.5.20. | Relación Beneficio/Costo | 26 |
| 2.6. | IDEA A DEFENDER..... | 27 |
| 2.6.1. | VARIABLES..... | 27 |
| 2.6.2. | Variable Independiente..... | 27 |
| 2.6.3. | Variable Dependiente. | 27 |
| CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO..... | | 27 |
| 3.1. | METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 27 |
| 3.1.1. | Métodos de Investigación | 27 |
| 3.1.2. | Población y Muestra | 30 |
| 3.1.3. | Técnicas de Investigación..... | 30 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1.3.1. Entrevista..... | 30 |
| 3.1.3.2. Encuesta..... | 31 |
| 3.1.4. Instrumentos de investigación | 32 |
| CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO..... | 34 |
| 4.1. ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 34 |
| 4.1.1. Reseña histórica de la empresa..... | 34 |
| 4.1.2. Misión..... | 35 |
| 4.1.3. Visión..... | 35 |
| 4.1.4. Objetivos Organizacionales | 35 |
| 4.1.5. Estructura Organizacional | 36 |
| 4.1.6. Productos y Servicios que ofrece la empresa | 37 |
| 4.1.7. Análisis FODA | 38 |
| 4.1.8. Requerimientos Legales | 42 |
| 4.1.8.1. Etapa de Pre – Embarque y exportación definitiva. | 44 |
| 4.2. ESTUDIO DE MERCADO..... | 47 |
| 4.2.1. Demanda..... | 47 |
| 4.2.1.1. Segmentación de la Demanda..... | 49 |
| 4.2.1.2. Análisis de la Demanda | 50 |
| 4.2.1.3. Gustos y Preferencias | 50 |
| 4.2.1.4. Empaque y Presentación..... | 51 |
| 4.2.1.5. Proyección de la Demanda. | 51 |
| 4.2.2. Oferta..... | 52 |
| 4.2.2.1. Análisis de la Oferta | 53 |
| 4.2.2.2. Proyección de la Oferta | 54 |
| 4.2.3. Demanda Insatisfecha..... | 55 |
| 4.2.4. Marketing Mix..... | 55 |
| 4.2.4.1. Producto..... | 55 |
| 4.2.4.2. Precio..... | 56 |
| 4.2.4.3. Plaza..... | 57 |
| 4.2.4.4. Promoción..... | 62 |
| 4.2.5. Riesgos críticos..... | 64 |
| 4.3. ANÁLISIS DE GESTIÓN EXPORTADORA..... | 66 |
| 4.3.1. Análisis de costos y precios de exportación. | 66 |
| 4.3.2. Modalidades de pago internacional. | 71 |

| | | |
|----------|--|--------------------------------------|
| 4.3.3. | Distribución física internacional..... | 72 |
| 4.4. | ESTUDIO TÉCNICO..... | 73 |
| 4.4.1. | Tamaño del Proyecto..... | 73 |
| 4.4.1.1. | Capacidad del Proyecto..... | 74 |
| 4.4.1.2. | Factores que determinan el tamaño del proyecto | 74 |
| 4.4.2. | Localización..... | 74 |
| 4.4.2.1. | Macro localización | 75 |
| 4.4.2.2. | Micro localización | 76 |
| 4.4.3. | Ingeniería..... | 77 |
| 4.4.3.1. | Procesos de NUTRICEREALES..... | 77 |
| 4.4.3.2. | Distribución en planta..... | 84 |
| 4.5. | ESTUDIO FINANCIERO | 85 |
| 4.5.1. | Inversión del Proyecto..... | 85 |
| 4.5.2. | Financiamiento del Proyecto..... | 86 |
| 4.5.3. | Ingresos..... | 88 |
| 4.5.4. | Costo de Producción..... | 89 |
| 4.5.5. | Flujo de Caja..... | 91 |
| 4.5.6. | Estados Financieros..... | 92 |
| 4.5.6.1. | Indicadores de Solvencia | 105 |
| 4.5.6.2. | Indicadores de Liquidez..... | 106 |
| 4.5.6.3. | Indicadores de Eficiencia..... | 107 |
| 4.5.6.4. | Indicadores de Rentabilidad | 108 |
| 4.5.7. | Otros Indicadores Financieros..... | 110 |
| 4.5.7.1. | VAN..... | 112 |
| 4.5.7.2. | TIR..... | 112 |
| 4.5.7.3. | Relación Beneficio / Costo..... | 112 |
| 4.5.7.4. | PRI..... | 113 |
| 4.5.7.5. | Punto de Equilibrio..... | 113 |
| | CONCLUSIONES | 114 |
| | RECOMENDACIONES..... | 115 |
| | BIBLIOGRAFÍA | ¡Error! Marcador no definido. |
| | ANEXOS | ¡Error! Marcador no definido. |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|----|
| Cuadro 1: Principales destinos de las exportaciones de Ecuador 2017 | 13 |
| Cuadro 2: Principales exportaciones de Ecuador a España | 13 |
| Cuadro 3: Principales productos importados por Ecuador desde España..... | 14 |
| Cuadro 4: Matriz FODA | 38 |
| Cuadro 5: Matriz FODA cruzada..... | 40 |
| Cuadro 6: Factura Comercial | 45 |
| Cuadro 7: Lista de empaque | 46 |
| Cuadro 8: Población económicamente activa de Asturias (PEA)..... | 48 |
| Cuadro 9: Población económicamente activa de Ecuador (PEA)..... | 48 |
| Cuadro 10: Segmentación de la demanda de Asturias..... | 49 |
| Cuadro 11: Segmentación de la demanda de Ecuador..... | 49 |
| Cuadro 12: Demanda proyectada..... | 52 |
| Cuadro 13: Análisis de la oferta | 53 |
| Cuadro 14: Oferta proyectada en unidades | 54 |
| Cuadro 15: Demanda insatisfecha. | 55 |
| Cuadro 16: Aspectos para fijación de costos y precios de exportación..... | 68 |
| Cuadro 17: Precio EXW. | 69 |
| Cuadro 18: Precio FOB..... | 69 |
| Cuadro 19: Precio CIF. | 70 |
| Cuadro 20: Precio DDP | 70 |
| Cuadro 21: Simbología de flujogramas. | 81 |
| Cuadro 22: Inversión de activos fijos | 85 |
| Cuadro 23: Equipos y maquinarias a financiar | 86 |
| Cuadro 24: Capital de trabajo a financiar | 87 |
| Cuadro 25: Capital de trabajo de cuentas corrientes..... | 87 |
| Cuadro 26: Tabla de amortización de crédito otorgado por BanEcuador..... | 88 |
| Cuadro 27: Ingresos – Ventas de exportación | 88 |
| Cuadro 28: Ingresos – Ventas Nacionales | 89 |
| Cuadro 29: Costo de producción de granola Nutricereal de 340 gr..... | 89 |
| Cuadro 30: Flujo de caja | 91 |
| Cuadro 31: Estado de Resultados de NUTRICEREALES año 2017 | 92 |
| Cuadro 32: Balance general de NUTRICEREALES, año 2017..... | 93 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 33: Estado de resultados proyectado..... | 94 |
| Cuadro 34: Análisis vertical del Estado de Resultados año 2017..... | 95 |
| Cuadro 35: Análisis vertical del Estado de Resultados proyectado..... | 97 |
| Cuadro 36: Análisis horizontal de Estado de Resultados. | 100 |
| Cuadro 37: Análisis vertical del Balance General del año 2017 | 104 |
| Cuadro 38: Rotación de inventarios..... | 107 |
| Cuadro 39: Inventarios en existencias | 108 |
| Cuadro 40: Rentabilidad con relación a la inversión | 108 |
| Cuadro 41: Rentabilidad con relación a las ventas | 109 |
| Cuadro 42: ROE..... | 109 |
| Cuadro 43: ROA | 110 |
| Cuadro 44: Flujos de efectivo para cálculo de indicadores financieros. | 111 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1: Organigrama estructural de NUTRICEREALES | 37 |
| Gráfico 2: Granola Nutricereal de 340 gr. Fda. | 37 |
| Gráfico 3: Registro de exportador en Ecuapass | 42 |
| Gráfico 4: Trámite de declaración juramentada de origen (DJO) | 43 |
| Gráfico 5: Cajas de 50 unidades de granola Nutricereal de 340 gr | 55 |
| Gráfico 6: Presentación de funda de granola Nutricereal de 340 gr | 56 |
| Gráfico 7: Canal de distribución. | 57 |
| Gráfico 8: Código de granola según la Unión Europea. | 58 |
| Gráfico 9: Certificado de origen para la Unión Europea | 61 |
| Gráfico 10: Página Web de NUTRICEREALES | 62 |
| Gráfico 11: Página de NUTRICEREALES en Facebook..... | 63 |
| Gráfico 12: Fijación de precios de exportación | 71 |
| Gráfico 13: Distribución física internacional..... | 73 |
| Gráfico 14: Provincia de Chimborazo - Ecuador..... | 75 |
| Gráfico 15: Asturias – España | 75 |
| Gráfico 16: Nutricereales | 76 |
| Gráfico 17: Supermercado Alimerka en Asturias – España | 77 |
| Gráfico 18: Proceso de producción de granola Nutricereal | 78 |
| Gráfico 19: Diagrama de flujo del proceso de ventas de NUTRICEREALES, actual. . | 79 |
| Gráfico 20: Diagrama de flujo del proceso de ventas por exportación hacia Asturias – España | 80 |
| Gráfico 21: Distribución en planta..... | 84 |
| Gráfico 22: Resumen de análisis de estado de resultados | 103 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|--------------------------------------|
| Anexo 1: Carros de 40 latas para horno industrial..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 2: Horno industrial. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 3: Área de empaque y etiquetado | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 4: Pesado de granola Nutricereal..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 5: Área administrativa. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 6: Área de pesado de materia prima. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 7: Bodega de materia prima. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 8: Cartones de 50 unidades de Granola Nutricereal. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 9: Bodega de producto en proceso. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 10: Área de producción. | ¡Error! Marcador no definido. |
| Anexo 11: Bodega de producto terminado | ¡Error! Marcador no definido. |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en un proyecto de exportación de granola de la empresa NUTRICEREALES hacia el Principado de Asturias – España, producto que será exportado y comercializado por medio del Supermercado Alimerka que está ubicado en Asturias. Este proyecto se ha realizado en base a cuatro estudios: Estudio administrativo, de mercado, técnico y financiero, además del análisis de la gestión exportadora. El estudio administrativo se presenta una pequeña reseña histórica, la misión, visión, estructura organizacional, un análisis FODA y los requerimientos legales que deberá cumplir la empresa, en el estudio de mercado se identifica una demanda total de 1,625,265 unidades y una oferta total de 576,000 unidades de granola Nutricereal de 340 gr., dando como resultado una demanda insatisfecha para el primer año de - 1,049.265 unidades, también se establece un Marketing MIX en donde se fija de acuerdo al INCOTERM el precio DDP de \$ 3,20 (€ 2,58) por cada funda de granola. Además se determina estrategias de promoción y el canal de distribución por medio del Supermercado de Alimerka. Mediante el estudio financiero y varios indicadores financieros se determina la viabilidad del proyecto por ejemplo se cuenta con un VAN de \$ 1,745,150.97, TIR de 27,69%, Relación Beneficio / Costo de \$1,60 y el PRI de 1.60 años. NUTRICEREALES deberá cumplir con los requisitos establecidos, en cuanto a registros sanitarios y etiquetas en donde se evidencie las características y beneficios de la granola. Por lo tanto se evidencia que el presente proyecto de exportación es viable y consecuentemente se recomienda su aplicación para aumentar la productividad, competitividad y rentabilidad de la empresa.

PALABRAS CLAVES: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PROYECTO DE EXPORTACIÓN> <LOGÍSTICA> <INCOTERMS>
<ECUAPASS> <RIOBAMBA-(CANTÓN)>

ING. EDISON RUPERTO CARRILLO PARRA
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The present investigation consists on a Project of granola exportation from NUTRICEREALS Enterprise to Asturias – Spain. This product will be exported and commercialized by Alimerka Supermarket, located in Asturias. This project is based on four studies: administrative, market, technical and financial and in the analysis of the exporter management. In the administrative study we can find historical background, mission, vision, organizational structure SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis and legal requirements that the enterprise must meet. In the market study, we can identify a total supply of 1,625,265 units and a total offer of 576,000 units of Nutricereal granola of 340 gr., giving as a result an unsatisfied demand for the first year of -1,049.265 units. It is also established a MIX Marketing where the price DDP (Delivery Duty Paid) of \$ 3.20 (2.58) per each bag of granola is according to INCOTERM. Advertising strategies and a distribution channel by means Alimerka Supermarket were determined, so this project is feasible by means of financial study and several financial indicators detailed a follows: NPV (Net Present Value) of \$ 1,745,150.95, IRR (Internal Rate of Return) of 27.69%, Cost/Benefit relation of \$ 1.60 and Payback of 1.60 years. NUTRICEREALS must meet the requirements according to the Sanitary Registration such as labels about the characteristics and benefits of granola. It is concluded that the present exportation project is viable, that is why it is recommended to make use of this project to increase the productivity, competitiveness and profitability of this enterprise.

Keys Words: <ADMINISTRATIVE AND ECONOMICAL SCIENCES>
<EXPORTATION PROJECT> <LOGISTICS> <INCOTERMS> <ECUAPASS>
<RIOBAMBA (CANTÓN)>

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el consumo de productos nutritivos y saludables se encuentra en boga a nivel internacional, puesto que las personas buscan bienestar en la salud de sus familias. La granola brinda un alto grado de nutrientes en respuesta a las exigencias de los consumidores, este producto ha pasado a ser considerado como un alimento nutritivo, que la mayoría de familias consumen en sus desayunos y han integrado a sus dietas diarias, con el fin de mejorar su estado de salud.

En Ecuador los productores de granola que se encuentran en los primeros lugares de proveedores a autoservicios están: NUTRICEREALES, seguido por CADEPAN, y Shalom. Estas empresas iniciaron sus negocios en familia y se han enfocado en producir y comercializar la granola a nivel nacional, y hoy en día buscan abarcar nuevos mercados en este caso internacionalmente en el mercado de Asturias; pues si bien es cierto, los pobladores buscan alimentos saludables.

En el presente proyecto de exportación se identifica el estudio administrativo, de mercado, análisis de gestión exportadora, técnico y financiero, con los cuales se comprobará la factibilidad de que NUTRICEREALES pueda exportar granola hacia el mercado de Asturias, por medio del supermercado Alimerka.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“La granola es ideal para un desayuno equilibrado, al ser el resultado de una combinación de alimentos con alto valor nutritivo, como son: El principal ingrediente la avena, rica en grasas no saturadas, en hidratos de carbono, en fibras y en vitaminas. La miel, que contiene hierro y glúcidos, ideal para niños y embarazadas. Pasas y coco, que aportan potasio, vitaminas y glúcidos. Frutos secos como las almendras y las pepas de sambo, mismos que aportan con proteínas, fósforo y vitaminas, necesarias para el adecuado funcionamiento del organismo del hombre.

La granola de NUTRICEREALES, es un alimento con alto valor nutritivo, saludable e ideal para un buen desayuno, puesto que contiene fibra como lo es la avena, además de aceite de soya, panela, ajonjolí, coco rallado, almendras, pasas y demás especias que complementan el sabor de la granola.

“La granola se comercializa con gran fuerza dentro del mercado ecuatoriano, existiendo a la presente fecha más de 12 marcas de granola, entre ellas Granola Nutricereal, que se encuentra posicionada en segundo lugar a nivel nacional. En su mayoría, varias marcas de granola incluyendo la de NUTRICEREALES han dejado de lado el mercado internacional, lo cual, ha impedido el crecimiento de este sector productivo. El nivel de exportación de la granola de Ecuador no cubre ni el 5% de los mercados extranjeros, que en realidad necesitan del consumo de granola por los beneficios que brinda para la salud como ayudar a combatir el colesterol, controlar los niveles de azúcar en la sangre, etc.” (Solón, 2015)

A nivel nacional se comercializa diversas marcas de granola entre ellas y teniendo un buen posicionamiento nacional tenemos a la granola de la empresa NUTRICEREALES, la misma que se puede encontrar en los grandes supermercados como son TIA S.A y CORPORACIÓN LA FAVORITA C.A. en todo Ecuador. Las empresas dedicadas a la producción y comercialización de granola en su mayoría se han limitado en incursionar

tan solo en el mercado nacional, por tanto, Ecuador no ha experimentado una gran exportación de este producto a través de sus empresas.

La tendencia del mercado mundial principalmente el europeo está orientada al consumo de alimentos sanos, nutritivos, altos en fibra, bajos en grasas saturadas y en azúcares, factores determinantes para que los consumidores decidan comprar, lo cual aumenta las posibilidades de una exitosa comercialización de granola en el mercado europeo y también, a través del nuevo acuerdo comercial entre el Ecuador y el Tratado de Multipartes de la Unión Europea que facilitará la exportación de granola.

“No es habitual encontrar granola en España, puesto que, no es muy conocida en este país, por cuanto, los españoles están acostumbrados a consumir Muesli, que incorpora una cantidad alta de conservantes y azúcares que son dañinos para la salud, a comparación de consumir una granola, la misma que supone un desayuno dietético, nutritivo, energético y más saludable que el Muesli.” (Uvidia, 2015)

Hoy en día las personas buscan productos sanos y nutritivos, que mejoren su estado de salud, siendo la granola un alimento altamente nutritivo, en comparación con el muesli un alimento con altos grados de grasa saturada, es por ello, que la presente investigación se orienta a realizar un proyecto de exportación de granola desde la empresa NUTRICEREALES hacia el Principado de Asturias–España, además, porque existe la necesidad de expansión en el mercado internacional, y hay posibilidades de competir en el mercado europeo por calidad y precio, ya que, es un producto, que los españoles buscan para mejorar sus hábitos alimenticios y de salud, y el costo de su producción no es alto, de tal forma que NUTRICEREALES pueda utilizar su capacidad productiva anual, que es de 11.520 cajas de 50 unidades de Granola Nutricereal de 340 gr.; siendo así, capaz de satisfacer en un inicio la demanda de granola en el mercado de Asturias, con la perspectiva de incrementar en un 100% su capacidad productiva si la demanda aumentara.

1.1.1. Formulación del problema

¿Cómo aportaría el proyecto de exportación de granola, hacia el Principado de Asturias – España, a la empresa NUTRICEREALES, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, durante el periodo 2017?

1.1.2. Delimitación del problema

Campo: Comercio Exterior

Área: Exportaciones

Aspecto: Proyecto de exportación de granola, hacia el Principado de Asturias – España, de la empresa NUTRICEREALES, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, periodo 2017.

Delimitación espacial: Empresa NUTRICEREALES, ubicada en el sector de San Miguel de Tapi, de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo.

Delimitación temporal: 2017

1.2. JUSTIFICACIÓN

La exportación nacional de granola no cubre los mercados receptores internacionales, solo lo hace en cuanto a cereales en un 2,7%, por lo que se diseñará un plan de exportación a Asturias debido a la economía creciente que posee; la granola en el mercado español no es muy conocida pero si se ha visto un notable crecimiento de consumo de este tipo de cereal, puesto que los españoles están acostumbrados al cereal muesli, La economía de Asturias al ser parte de un país con los índices más altos de crecimiento económico del mundo, tienen los suficientes recursos para importar productos agrícolas de otros países, aun mas conociendo que su mercado objetivo de importación preferido es el que le puede brindar producción orgánica, lo que permite al Ecuador posicionarse de este mercado al que no se ha llegado con un producto tan benéfico como la granola. Solo por hablar de cifras se puede decir que el Principado de Asturias posee un PIB Per cápita de 18.533€, con una tasa de crecimiento de 2.9%, contando con 70.115 empresas. (Manzano, 2017)

La exportación nacional de granola es mínima debido al tipo de empresas que se dedican a la fabricación de este producto, son en su mayoría empresas familiares, siendo CADE la más grande dentro de este tipo de industria, por ende casi no se exporta granola por tal se ha visto indispensable que NUTRICEREALES al ser una de las marcas reconocidas a nivel nacional incursione en el ámbito de la exportación.

Ecuador pactó un Protocolo de Adhesión al Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, asegurando casi el 100% de exportación en productos agrícolas y un total del 100% de mercaderías industriales de origen ecuatoriano, facilitando a NUTRICEREALES la exportación de granola, hacia esta localidad Española.

“Europa se ha ubicado en el segundo destino de las exportaciones ecuatorianas. Hasta la actualidad Ecuador ha aumentado su índice de exportación a 72.4 % hacia la Unión Europea; cuya economía es una de las más grandes a nivel mundial; además cuenta con más de 500 millones de consumidores, garantizando así a Ecuador el continuo acceso al mercado europeo con la exportación de sus bienes.” (Delegación de la Unión Europea en Ecuador., 2017)

La página web española denominada 20 minutos indica que, “en cuanto a la prevención de enfermedades, la granola se quiere exportar a la población de Asturias, debido fundamentalmente a los beneficios que otorga a la salud, principalmente como ayudar a controlar el sobrepeso y obesidad, puesto que, la granola contiene fibra principalmente por la avena y las almendras, lo cual, permite minimizar el exceso de hambre, siendo también un producto bajo en colesterol y sodio, por lo que ayuda a perder peso, también la granola ayuda en la prevención de cáncer, por su alto contenido de vitamina C y manganeso que son compuestos antioxidantes que se encuentran vinculados con la eliminación de radicales libres, mejorando el sistema inmunológico, además de que estimula la producción de glóbulos blancos. La población de Asturias posee los más altos índices de sobrepeso y cáncer, en comparación al resto de las poblaciones de España, el 25,7 % de asturianos son obesos y el 41,1% tienen sobrepeso, según un estudio de la Sociedad Española de Cardiología, se añade al estudio que el 39,3% de la población española entre 25 y 64 años padece sobrepeso y un 21,6% es obesa, sobre todo entre los hombres. El cáncer en Asturias expone 340.000 muertos entre los años 2005 al 2017.”

Por lo expuesto, se evidencia un nicho de mercado internacional en Asturias para la exportación de granola que, gracias a sus beneficios y al ser un producto sano y nutritivo, ayudará a la población española a reducir los índices de sobrepeso y de mortalidad por cáncer, además de evidenciarse como mercado potencial, debido a que la granola al ser

un alimento nutritivo no tendría competencia alguna con el producto tradicional de Asturias - España como es el Muesli.

La granola cubriría el mercado asturiano, posicionándose con su principal característica de ser un alimento que contiene nutrientes, que no sólo ayudaría a la población española en cuanto al sobrepeso y cáncer, sino también, reduciendo los índices de personas con problemas de presión arterial, que de igual manera es un desencadenante de muerte a nivel mundial.

La granola ha tomado un papel importante dentro del ámbito alimenticio y de salud, a nivel internacional, pues las personas buscan productos de consumo alimenticio, que les permita contar con un estilo de vida saludable.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

- Elaborar un proyecto de Exportación de Granola para la Empresa NUTRICEREALES ubicada en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo hacia el Principado de Asturias-España periodo 2017.

1.3.2. Objetivos específicos

- Establecer un diagnóstico situacional de la empresa NUTRICEREALES, a través de la matriz FODA.
- Realizar un estudio de mercado, estableciendo las condiciones de acceso que exige el mercado internacional, opciones de empaque, canales de distribución y de comercialización con base a criterios de calidad y precio.
- Desarrollar la propuesta del proyecto de exportación, enfocándose en los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero.

CAPÍTULO II:

2. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se tomará como base la descripción de elementos teóricos.

2.1.1. Proyecto de Exportación

“Es un documento escrito que presenta el programa de actividades a realizar por la empresa, para exportar un determinado producto. Debe considerar variables y requisitos de exportación e importación, que cambian dependiendo del tipo de mercado, como: cultura, situación política, infraestructura, geografía, gustos y preferencias del consumidor entre otros. Los factores antes mencionados no son controlados por la empresa exportadora, pero también hay otros que sí pueden ser controlados, como son la mezcla de mercadotecnia: plaza, precio, promoción y producto.” (Quiñonez, 2015)

El proyecto de exportación será una guía para cuando NUTRICEREALES, desee iniciar el proceso de exportación, mediante esta herramienta la empresa sabrá si el proyecto tiene viabilidad, y si alcanzará rentabilidad.

2.1.1.1. Ventajas del Proyecto de Exportación

- “Evaluar la situación interna de la empresa, su producto, su situación sectorial y competencia.
- Detectar sus principales fortalezas y debilidades.
- Determinar las nuevas realidades del comercio internacional y cómo se plantean esos nuevos escenarios en relación en la oferta exportable de la empresa, identificando las principales oportunidades y amenazas de entorno competitivo externo.
- Determinar en forma previa los esfuerzos de adaptación que la empresa deberá hacer y delinear un plan de acciones en etapas que permitan manejar los costos que implica trabajar en la apertura de un mercado. Estas adaptaciones pueden incluir desde

aspectos netamente productivos a temas vinculados al uso de tecnologías, comunicaciones, empaque, certificaciones, etc.

- Seleccionar los mercados a incursionar y analizar sus potencialidades y sus barreras.
- Analizar y establecer los medios logísticos y de distribución.
- Definir los aspectos formales del proceso exportador (requerimientos de envío, despachos, etc.) así como aspectos financieros del negocio (formas de pago disponibles, costos, financiamiento, etc.)
- Visualizar el posicionamiento de la empresa e identificar aliados estratégicos que puedan actuar como facilitadores.
- Establecer costos asociados a la tarea de apertura de mercados.
- Diseñar el plan de acciones a llevar a cabo, permitiendo optimizar los recursos disponibles.” (Ochoa, 2015)

NUTRICEREALES, con el presente proyecto de exportación, contará con un análisis situacional de la empresa, sabrá cómo actuar en el mercado internacional, teniendo presente en el proyecto las oportunidades comerciales que se presenten a nivel mundial, además, la empresa tendrá noción en qué invertir para dar inicio con el proceso de exportación.

2.1.1.2. Elementos

Para el desarrollo de un buen proyecto de exportación son esenciales cinco tareas:

1. “Descripción de la situación actual de la empresa, lo que implica la elaboración de un resumen detallado de todos los aspectos relevantes de sus actividades comerciales actuales.
2. Determinación de oportunidades comerciales en el mercado internacional.
3. Análisis de la competitividad internacional de la empresa y de sus productos o servicios, mediante el análisis comparativo entre las fuerzas y debilidades de la empresa frente a los competidores en cada mercado objetivo.
4. Establecimiento de la estrategia competitiva. Con base en la información recabada en los tres pasos previos, y haciendo uso del ingenio, se podrá identificar y determinar acciones para mejorar el funcionamiento de su entidad en nuevos mercados, y así incrementar el éxito de la exportación.

5. Formulación del proyecto de exportación.” (Mercado, 2015)

Para desarrollar un buen proyecto de exportación es necesario iniciar con un diagnóstico situacional de NUTRICEREALES, establecer un FODA, identificar oportunidades comerciales, y competencia existente en territorio, así como establecer estrategias competitivas, para poder alcanzar éxito en el proceso de exportación.

2.1.1.3. Pasos para realizar un Proyecto de Exportación.

1. “Establecer el producto a exportar.
2. Identificar y cumplir con los requisitos del mercado meta.
3. Buscar y contactar con clientes potenciales dentro de dicho mercado a exportar.
4. Establecer y comparar los precios de exportación.
5. Tener conocimiento de ventajas y requisitos de los tratados y acuerdos entre Ecuador y Asturias.
6. Equiparar la capacidad productiva con la demanda.
7. Determinar la logística internacional.
8. Establecer la estructura administrativa.
9. Identificar la estructura de capital existente o disponible; y
10. Analizar la competencia.” (Pavón & Pierdant, 2016)

El producto a exportar por parte de NUTRICEREALES, es Granola Nutricereal 340 gr., la empresa exportará hacia Asturias – España, para lo cual, deberá conocer potenciales clientes, es decir, algunos supermercados de consumo masivo, donde se expendan o se pretende expender granola, también NUTRICEREALES, con el proyecto establecerá costos y precio de venta para la exportación, esto después de realizar el respectivo análisis a la demanda y oferta existentes en el mercado español. El exportador debe conocer los tratados o acuerdos comerciales existentes entre Ecuador y Asturias – España.

2.1.2. Granola

“La granola es un alimento de la categoría cereal fabricada a base de avena, miel o panela, aceite de soya, frutas secas y deshidratadas. Este producto alimenticio conocido como

granola ha ganado cada vez más consumidores, quienes la integran en sus desayunos diarios y de igual manera durante el día a manera de refrigerio entre comidas.”

La granola es un alimento, que actualmente es consumido en el desayuno acompañado con yogurth, jugo, batidos o ensaladas de frutas. Este producto se ha convertido en el aliado idóneo de quienes llevan una dieta alimenticia.

2.1.3. Propiedades benéficas de la granola

Las propiedades benéficas de la granola obedecen a su compuesto nutricional y bajos niveles de azúcar y calorías, siendo adecuado para el mejoramiento de la salud de quienes la consumen, entre los beneficios que brinda la granola se detallan los siguientes:

- **Ayuda a mejorar la presión arterial:** Los problemas de presión arterial originan dificultades cardíacas e inclusive infartos, en quienes padecen de este mal. La granola permite estabilizar la presión arterial, ya que, sus compuestos integrales como la avena poseen más potasio que sodio.
- **Aporta en la prevención de la anemia:** La granola por medio de la avena, además de contener fibra y potasio, también contiene hierro, lo cual es indispensable para la generación de glóbulos rojos, por tal razón es un alimento que debe integrarse en la alimentación diaria de niños y mujeres en estado de gestación.
- **Favorece a la regulación de peso:** La granola ayuda a mantener y reducir el peso corporal, principalmente aporta a suprimir los índices de obesidad y sobrepeso. Al contener la granola, fibra a través de su compuesto de avena y almendras ayuda a mejorar la digestión.
- **Contribuye a la reducción del colesterol:** Al contener la granola, fibra soluble de la avena y de las almendras, lo cual elimina el colesterol malo de la sangre y aumenta el bueno, al contener semillas de lino o ajonjolí, mejorando así el funcionamiento del organismo del hombre.

La granola al ser un alimento nutritivo y saludable, beneficia a la gente que la consume, mejorando así su estado de salud, en cuanto a mejorar la presión arterial, evitando la anemia, regulando el peso corporal y eliminando el colesterol malo; males que hoy en día afectan a la población mundial.

2.2. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRANOLA EN ECUADOR.

Las empresas ecuatorianas dedicadas a la producción y comercialización de granola, en su mayoría, han surgido a partir de fábricas familiares. Actualmente estas empresas han optado por comercializar la granola en autoservicios a nivel nacional (TIA, CORPORACIÓN FAVORITA, CORPORACIÓN ROSADO, CAMARI, etc.), además algunas fábricas proveen de granola al Estado en programas de Alimentación Escolar.

“Las empresas que se dedican a la producción y comercialización de granola en el Ecuador son:

- Nestlé
- NUTRICEREALES
- Alimentos CADE
- SHALOM
- Fundamyf
- Fibra Wen
- La Gavilla
- Schullo
- Natural Nutrition Foods
- Heidis
- Granen
- Wipala Healthy Snacks
- Cereales Andinos.” (Gugadir, 2015)

La producción y comercialización de granola en Ecuador se evidencia que va desde las empresas familiares, pequeñas y medianas empresas hacia los autoservicios, más conocidos como Supermercados, estas fábricas han optado por vender al por mayor, y por medio de distribuidores intermediarios.

2.3. EXPORTADORES ECUATORIANOS DE GRANOLA.

“Marcas como Dorset Cereals, AH Krokante y Granola – Notten & Pitten, son las más comercializadas en los supermercados orgánicos especializados en la Unión Europea, los precios de dichos productos oscilan entre € 4,60 y € 9,69.” (Navarrete, 2015)

- Cereales Andinos
- Natural Nutrition Foods
- Alimentos CADE
- Wipala Healthy Snacks
- Fundamyf

“Las empresas ecuatorianas en cuanto a competencia con multinacionales están en desventaja, puesto que, las transnacionales como Nestlé, hacen mucha publicidad y tienen mayor apertura en el mercado internacional.” (Revista Líderes, 2015)

Ecuador ha exportado productos del sector industrial, pero de acuerdo a lo expuesto se evidencia pocas empresas ecuatorianas de producción y comercialización de granola que se dedican a la exportación, por cuanto, por lo común en su mayoría son empresas familiares. Además, que hay posicionamiento de grandes empresas multinacionales inmersas en el mercado internacional.

2.4. RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y LOS PAÍSES EUROPEOS.

“Ecuador del 100% de sus exportaciones ha exportado un 3.30% de alimentos procesados, siendo su primer socio comercial Estados Unidos, destino del 21.72% de las exportaciones. El siguiente socio comercial es Vietman con un 11.49%, el tercero Rusia con un 6.86%, el cuarto socio Colombia con el 6.20%, España es el quinto cliente de Ecuador con una cuota del 5.07%, siendo estos países los principales clientes de Ecuador. La Unión Europea y Ecuador han cerrado un acuerdo comercial que constituye, una buena noticia para las empresas españolas. A pesar de la fuerte presencia de nuestro país en el conjunto de Iberoamérica, el mercado ecuatoriano ofrece un amplio margen de crecimiento para la exportación y la inversión. España y Ecuador tienen economías

complementarias y las empresas españolas y ecuatorianas deben aprovechar este factor para estrechar los lazos económicos y comerciales bilaterales.” (Prieto, 2017)

A continuación se presenta los cinco principales países de destino de las exportaciones de Ecuador, es decir, a los países que más se comercializan productos ecuatorianos.

Cuadro 1: Principales destinos de las exportaciones de Ecuador 2017

| PAÍS | MILES USD FOB | PARTICIPACIÓN % |
|----------------|---------------|-----------------|
| ESTADOS UNIDOS | 1,969,069 | 21.72% |
| VIETNAM | 1,041,860 | 11.49% |
| RUSIA | 621,802 | 6.86% |
| COLOMBIA | 562,407 | 6.20% |
| ESPAÑA | 459,247 | 5.07% |

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Ecuador y España al complementarse comercialmente facilita el proceso de exportación, además de identificar que España es uno de los mayores clientes que tiene Ecuador; con este antecedente NUTRICEREALES, debería aprovechar esta oportunidad económica.

“La Unión Europea es el principal destino de exportación no petrolera ecuatoriana y representa aproximadamente el 28% del total de la exportación de la misma. Las exportaciones de Ecuador hacia la UE se incrementaron en los últimos años de manera constante, las ventas ecuatorianas experimentaron un incremento del 45.32%. Los principales clientes son Italia, España, Holanda, Alemania y Bélgica, suponiendo aproximadamente el 81% total de exportaciones a esos cinco países.” (Gavilánez, 2017)

Como ya se mencionó con anterioridad, NUTRICEREALES, deberá aprovechar la oportunidad de iniciar la exportación hacia Asturias – España.

Cuadro 2: Principales exportaciones de Ecuador a España

| DESCRIPCIÓN | MILES USD |
|--------------------------------|-----------|
| Pesca | 261,637 |
| Acuicultura | 199,479 |
| Flores y plantas | 19,544 |
| Cacao y elaborados | 9,313 |
| Alimentos procesados (granola) | 8,033 |

Fuente: Ficha técnica España, diciembre 2017.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

Cuadro 3. Principales productos importados por Ecuador desde España.

| DESCRIPCIÓN | MILES USD |
|--|------------------|
| Nafta disolvente | 72,361 |
| Aparatos de medicina | 12,253 |
| Hornos industriales | 10,825 |
| Aparatos de radionavegación | 8,519 |
| Muebles de metal | 7,996 |
| Aparatos de rayos x | 7,780 |
| Mobiliarios para medicina | 6,935 |
| Electromédicos | 6,865 |
| Medicamentos | 6,601 |
| Cuadros, paneles, consolas, armarios para tensión máxima a 1,000 v | 6.604 |

Fuente: Ficha técnica España, diciembre 2017.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

“En los últimos años la Unión Europea ha sido uno de los principales aliados comerciales de Ecuador, en cuanto a productos no petroleros originados por las microempresas y de igual forma por las pequeñas y medianas empresas, las mismas que, se beneficiarán del Acuerdo Comercial Multipartes, aprobado en el 2017.

En primera instancia Ecuador tuvo presencia en Europa debido a las preferencias arancelarias en base al Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP+); para después, de varios años considerar la negociación del Protocolo de Adhesión al Acuerdo Multipartes que la Unión Europea ha venido manteniendo con los hermanos países de Colombia y Perú, con el único objeto de ser socio o aliado comercial con la UE y no sólo un beneficiario del SGP+; permitiendo de tal forma que, Ecuador mejore el proceso de exportación hacia los países europeos, garantizando una seguridad jurídica y fortaleciendo la comunicación y cooperación con la UE.

El Protocolo de Adhesión al Acuerdo Multipartes permitirá el acceso al mercado europeo con el 0% de tarifa arancelaria para casi todos los productos agrícolas y el 100% de las mercancías industriales del Ecuador; contando con mejores condiciones de acceso para productos que ya se exportaban en base al Sistema Generalizado de Preferencias Plus. El

Acuerdo Multipartes dará estabilidad a las exportaciones de productos agrícolas e industrializados.

Los pequeños productores agrícolas, emprendedores y empresarios ecuatorianos deberán aprovechar de las oportunidades y beneficios que brinda contar con el Acuerdo Multipartes. Los consumidores de la Unión Europea cuentan con un alto poder adquisitivo y se caracterizan por su exigencia de consumir productos de alta calidad y enfocados en la responsabilidad social y ambiental.

Ecuador cuenta con empresas dedicadas a la producción y comercialización de granola, que podrían incursionar en el ámbito de la exportación, pues existe proyectos que pueden ayudar a estas empresas a dar inicio a relaciones comerciales en el mercado europeo, aún más existiendo el Acuerdo Multipartes, que beneficia a las empresas ecuatorianas dedicadas a la industria, al no pagar aranceles, sobre todo cuando este acuerdo está direccionado a ayudar en los procesos de exportación a las pequeñas y medianas empresas, las mismas que en su mayoría son familiares y buscan un crecimiento competitivo y rentabilidad a raíz de su actividad económica y productiva.

2.4.1. Herramientas para el comercio entre Ecuador y la Unión Europea

2.4.1.1. Export Helpdesk

“Export Helpdesk es una ventanilla única, de servicio en línea totalmente gratis, que ha sido prestado por la Comisión Europea con el fin de ayudar y fortalecer el acceso al mercado europeo, a través de las exportaciones ecuatorianas.

Esta herramienta da a conocer los requisitos, tarifas arancelarias acuerdos preferenciales, seguros e índices estadísticos que afectan las exportaciones. También muestra los contactos de cámaras de comercio, empresas y asociaciones existentes en la Unión Europea.

Los exportadores de Ecuador, a través del Export Helpdesk, pueden planificar y establecer estrategias comerciales que facilite el acceso al mercado europeo.

El portal de esta herramienta se divide en las siguientes categorías:

- 1) **Requisitos e impuestos.** – En este ítem se indica los requerimientos especiales, disposiciones de sanidad, fitosanitarias, ambientales, reglas o métodos de comercialización, impedimentos comerciales, que los productos ecuatorianos deben cumplir para ingresar al mercado de la Unión Europea. Así también, se muestra los impuestos internos que aplican a cada producto en cada país europeo.
- 2) **Tarifas de importación.** – En este apartado se presenta información sobre tarifas arancelarias, rebajas e interrupciones arancelarias, seguros y otras regulaciones que aplican dependiendo del producto que se está importando.
- 3) **Sistemas preferenciales.** – En esta categoría se detallan los diferentes sistemas preferenciales que están en vigencia entre Europa y sus aliados comerciales; régimen como el Sistema de Preferencias Generalizadas Plus, acuerdos comerciales y preferencias comerciales autónomas. Además de establecer el detalle de documentos como el certificado de origen, requerido para beneficiarse de tarifas arancelarias preferenciales.
- 4) **Índice estadísticos comerciales.** – Esta categoría hace referencia a datos estadísticos de la actividad comercial entre la Unión Europea y cada uno de los países que son socios comerciales, como Ecuador, Colombia o Perú.
- 5) **Enlace:** En este ítem se establecen los respectivos enlaces hacia los portales de instituciones europeas, organismos internacionales calificados para intervenir en las actividades mercantiles de exportación y de comercialización y promoción dentro del mercado europeo.” (Van Steen & Saurebach, 2017)

Export Helpdesk al ser una de las herramientas que se direcciona al mercado europeo es recomendable su uso para NUTRICEREALES, que, con este proyecto de exportación se ha direccionado al mercado de Asturias – España.

2.4.1.2. Ventanilla Única de Comercio Exterior en Ecuador – ECUAPASS

“El ECUAPASS, es un sistema informático que remite las respectivas autorizaciones, permisos, certificados y vistos buenos exigidos por las autoridades ecuatorianas para llevar a cabo las importaciones y exportaciones. La ventanilla única de comercio exterior

de Ecuador se encuentra dividida en cuanto a licencias y registros de importación, autorizaciones para exportar e inscripciones ante las diferentes entidades.

Esta herramienta ayuda a simplificar digitalmente todo trámite necesario a realizarse vía internet, sobre los procesos de importación o exportación de productos. A través del ECUAPASS, las instituciones administrativas que guardan relación con los trámites de comercio exterior, emiten las respectivas autorizaciones previas de forma electrónica, dependiente del producto a importar o exportar.

Para acceder a este sistema informático se debe contar con una computadora, internet y principalmente con una firma electrónica o digital, la misma que garantiza la seguridad tecnológica y jurídica de los distintos trámites ya sean para importar o para exportar; permitiendo además, el pago electrónico en línea lo cual agiliza el proceso de importación o de exportación.

2.4.1.3. Cámaras de comercio binacionales europeas.

La Asociación de Cámaras de Industria y Comercio Binacionales de Europa, más conocida como EUROCAMARAS, se enfoca en impulsar, fortaleciendo las relaciones comerciales y cooperación económica entre Ecuador y los países europeos. El objetivo de esta herramienta es facilitar el acceso de las empresas exportadoras de Ecuador al mercado europeo y viceversa, es decir de las empresas de Europa al mercado ecuatoriano. Por tal razón, se han venido realizando actividades como: ruedas de negocios, ferias, a fin de ubicar nuevos mercados y ampliar con los que ya se cuenta. Las cámaras de comercio binacionales europeas establecen requisitos para contar con membresía y establece tarifas, para ser parte de ellas. El beneficio que adquieren los miembros de dichas cámaras es que, pueden ingresar a sus bases de datos, boletines electrónicos, publicaciones científicas, lista de mercados y posibles clientes potenciales, también tienen acceso a asesorías sobre comercio exterior.” (Van Steen & Saurebach, 2017)

2.4.1.4. Programas de cooperación para fomentar la producción y comercio.

a) Expo Ecuador.

El objetivo de este programa de cooperación es incrementar la competitividad de las Pymes y Mipymes exportadoras, brindándoles el respectivo apoyo en su actividad de comercialización para exportación, elevando la calidad, registro y certificación como empresas exportadoras y por ende de cada uno de sus productos que pretenden exportar. Garantizando así, que estas empresas ecuatorianas ofrezcan al mercado europeo productos de alta calidad. Este programa Expo Ecuador da asistencia técnica sobre comercio exterior a las empresas que tienen el deseo de iniciar el proceso de exportación o importación.

b) Programa Apoyo al Comercio.

Este programa pertenece a la Unión Europea que se ha venido desarrollando de manera conjunta con el Ministerio de Comercio Exterior de Ecuador, y con las empresas privadas. El objetivo de este programa está enfocado en la innovación de la matriz productiva de Ecuador en cuanto a comercio exterior para fortalecer los beneficios y oportunidades que brinda el contar con el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea. Además, este programa incentiva y fortalece a las microempresas, pequeñas y medianas empresas se orienten a ser exportadoras y de igual manera a los involucrados de la economía popular y solidaria; buscando de tal manera aumentar el valor y volumen de las exportaciones y multiplicidad de mercados. También este programa permite que los exportadores ecuatorianos fortalezcan sus actividades de promoción internacional. El programa de apoyo al comercio se viene ejecutando por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR) y por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI).

2.4.1.5. Programa AL-Invest 5.0.

Es un proyecto de cooperación internacional de la Comisión Europea para América Latina, su objetivo ha sido atraer inversiones europeas a la región. Con el tiempo se ha transformado para promover la internacionalización e impulsar la productividad de micro, pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. Este programa se enfoca en incentivar el trabajo combatiendo los índices de pobreza; fomentando el aumento de las capacidades productivas, sean estas empresariales o corporativas de las Pymes y Mipymes de la zona latinoamericana, apoyando

procesos de inclusión y bienestar social, de integración y búsqueda de un empleo digno, enfatizando así el desarrollo sostenible, social, ambiental y económico de las empresas.” (Van Steen & Saurebach, 2017)

Los programas o proyectos que ha fomentado el gobierno ecuatoriano, con el afán de ayudar a las medianas y pequeñas empresas a iniciar con la exportación de sus productos, ha beneficiado a estas empresas, pudiendo NUTRICEREALES acogerse a uno de estos programas.

2.4.1.6. INTERCAN

“La INTERCAN, aporta a la integración económica regional por medio de la aplicación de leyes, reglamentos, normas y prácticas armonizadas, así como contribuye el comercio intrarregional e intensifica las relaciones mercantiles de comercio exterior entre la UE y la Comunidad Andina. Para alcanzar los objetivos de la INTERCAN, esta se direcciona hacia las siguientes prioridades:

- 1) Consolidar la integración de quienes son miembros de la INTERCAN, aplicando las diversas decisiones que se toman en la Comunidad Andina.
- 2) Mejorar e invertir en las aduanas, en cuanto a interconectividad y laboratorios.
- 3) Perfeccionar la metodología, de capacidades de medición nivel nacional y de la comunidad andina.
- 4) Consolidar el sistema de sanidad agropecuaria y fitosanitario de los miembros de la INTERCAN.
- 5) Intercambiar y afianzar experiencias entre países los andinos, que forman la INTERCAN.” (Van Steen & Saurebach, 2017)

2.5. MARCO CONCEPTUAL

2.5.1. Exportación.

Exportación hace referencia a la acción y efecto de exportar, es decir de vender o comercializar un producto de un país a otro. Es la operación de llevar un bien a otro país con el cual se tiene un acuerdo comercial, y se puede tener acceso a ese mercado internacional.

2.5.2. Aduana.

“La Aduana es una oficina pública en donde se registran los productos que se pretenden exportar o importar, la misma que tiene como función cobrar un impuesto sobre los productos exportados o importados para ingresar o salir del territorio nacional. Básicamente, las oficinas de las aduanas se localizan en las fronteras o costas de cada país, por cuanto, por esos lugares ingresan y salen de un país los productos exportado o importados.” (Pérez & Gradey, 2017)

Las aduanas al ser responsables de controlar el ingreso y egreso de mercaderías, están en la potestad de incautar productos en mal estado o que no cuenten con la debida documentación, por tal NUTRICEREALES, antes de enviar la granola para exportación debe contar con toda la documentación en regla, para así evitar futuros inconvenientes con las aduanas.

2.5.3. Logística.

“La logística es una red de medios, métodos e infraestructura combinadas para garantizar el almacenamiento, el transporte y la entrega de bienes y servicios.

La logística debe coordinar operaciones y suministros necesarios para transportar productos hacia los puntos finales de forma eficiente y con rapidez.

2.5.4. Logística Empresarial.

La logística empresarial es la que gestiona la cadena de abastecimiento, garantizando que la circulación de los recursos de la empresa se desarrolle con rapidez; en la cantidad, lugar y fecha señalados.

La cadena de suministro gestionada por la logística empresarial inicia con el envío de los productos de los proveedores o productores, hacia las bodegas o almacenes; para posteriormente proceder a la distribución de los productos terminados hacia los consumidores.” (Graus, 2017)

2.5.5. Mercado

“El mercado es un conjunto de personas naturales o jurídicas que participan de la compra y venta de productos y servicios, a cambio del pago y cobro en dinero en efectivo o a crédito.” (Miranda, 2015)

2.5.6. Producción

“Se define como producción a la actividad destinada a la fabricación de productos. Es un proceso complicado que, requiere el esfuerzo de tres factores como son: la tierra, el capital y el trabajo. La tierra que es el factor productivo que implica los recursos naturales; el trabajo que es la mano de obra de los operarios, quienes con su esfuerzo físico y mental laboran con el fin de elaborar un producto de calidad; y por último, el capital que es un factor que se deriva de la tierra y el trabajo, y constituye el conjunto de bienes que puede consumirse de forma directa, aumentando así la producción de otros bienes.. (Marx, 2017)

2.5.7. Calidad

“La calidad es aquella cualidad de satisfacción que tienen las cosas que se identifican como de excelente fabricación, la calidad representa lo bueno que es un producto o servicio, por tal, todo lo que es de calidad presume ser de buen desempeño, supone que

ha pasado por varias pruebas que garantizan lo óptimo que puede llegar a ser un producto o servicio.” (Valencia, 2014)

2.5.8. Arancel

“El arancel es un impuesto aplicable a los productos importados o exportados. Es una fuente de ingresos para el gobierno de cada país, y sirve para:

- Identificar los productos que van a importarse o exportarse de forma ordenada.
- Cataloga y valúa los productos que van a ser importados o exportados para la correcta aplicación de las tarifas arancelarias.
- Controla el ingreso y salida de productos importados o exportados en base a la normativa de comercio exterior establecido en cada país.
- Lleva un registro de índices estadísticos de actividades de exportación e importación de diferentes países.” (Galeón, 2017)

2.5.9. Preferencia Arancelaria

“La preferencia arancelaria tiene que ver con la supresión de impuestos a la importación de productos, otorgada por un país a otro en base a un acuerdo comercial.

También conocida como rebaja o reducción del impuesto, la misma que, surge de la negociación entre los aliados comerciales con el único objetivo de beneficiar el intercambio de productos de manera equitativa para ambas partes dentro del acuerdo comercial.” (Pichardo, 2017)

Esta preferencia arancelaria en el caso de nuestro país y la Unión Europea, para la industria se ha acordado en un 100%, es decir que, NUTRICEREALES tendría preferencia arancelaria al aplicar el Acuerdo Comercial Multipartes.

2.5.10. Partida Arancelaria

“Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía, en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos.” (PROECUADOR, 2015)

2.5.11. Oferta y Demanda

“La oferta es la cantidad de producto o servicio que el vendedor pone para vender; la demanda es la cantidad de un producto o servicio que la gente desea comprar. La oferta y la demanda de un producto o servicio cambian según el precio.” (Meléndrez, 2015)

2.5.12. Sistema de Pago Internacional

“El sistema de pago internacional refiere a las transacciones económicas, en base al intercambio de productos entre empresas importadoras y exportadoras de diferentes países. Entre los principales medios de pago existente y vigente se señalan los siguientes:

- Pago anticipado: es cuando la empresa importadora paga por los productos que ha comprado antes que llegue a su destino.
- Pago directo: que refiere al pago a través de una entidad bancaria por medio de cheque, giro o transferencia bancaria.
- Cobranzas documentarias: en este caso la empresa exportadora entrega a un banco documentos financieros o comerciales debidamente legalizados como letra de cambio o factura.
- Carta de crédito: es un contrato en donde la empresa importadora busca el contacto con una entidad financiera reconocida en el exterior para que pueda pagar a la empresa exportadora.” (Rodríguez, 2015)

2.5.13. Incoterms

“Los Incoterms son un grupo de reglas internacionales, normados por la Cámara de Comercio Internacional, que establecen la importancia de cada una de las cláusulas mercantiles que integran el contrato de compraventa internacional. También conocidas como cláusulas de precio. Los Incoterms establecen:

- La magnitud del precio.

- Cuándo y dónde se lleva a cabo el traspaso de riesgos sobre los productos comercializados del exportador hacia el importador.
- Dónde se va a realizar la entrega de los productos comercializados.
- La persona que efectuará el contrato y pago del transporte de la mercadería comercializada.
- La persona encargada de contratar y pagar el seguro de la mercadería comercializada.
- Los documentos que tramitará el importador y exportador respectivamente y el costo en el que se incurrirá. (Abaco, 2016)

2.5.14. FOB (Free On Board) – Libre a Bordo (Puerto de carga convenido)

“La responsabilidad y compromiso del exportador culmina cuando los productos sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque o despacho convenidos. El importador debe sobrellevar los costos y riesgos por pérdida y daño de los productos comercializados desde el punto de llegada al puerto de embarque o despacho. La expresión FOB demanda al exportador despachar los productos a exportar, este vocablo es usado solo para el transporte marítimo.

Obligaciones del exportador

- Proveer las mercaderías destinadas a exportar con la respectiva documentación.
- Empaque y embalaje.
- Flete desde la fábrica hacia el lugar de exportación.
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del importador

- Pagar por los productos comercializados.
- Flete y seguro desde el lugar de exportación hacia el lugar de importación.
- Cubrir con los gastos de importación en cuanto a recursos, almacenamiento, agentes aduaneros.
- Presentar en la aduana los documentos, permisos, requisitos, y pagar los respectivos impuestos por la mercadería comercializada.

- Pagar el flete desde el lugar de importación hacia la empresa.
- Demoras en cuanto al pago por los productos comprados.” (Abaco, 2016)

2.5.15. CIF (Cost, Insurance and Freight) – Costo, Seguro y Flete

“Es cuando el exportador desembolsa los productos comercializados cuando sobrepasan el borde del buque en el puerto de embarque o despacho establecidos. El exportador en este caso debe pagar los costos y el flete necesarios para trasladar la mercadería exportada hacia el puerto de destino establecido. Cuando se aplica el CIF el exportador debe contratar un seguro y cancelar por la póliza correspondiente, con el objeto de cubrir los riesgos por pérdida o por daño que pueda tener la mercadería comercializada durante su transporte. El importador tendrá en cuenta que el exportador se encuentra en la obligación de contratar un seguro con cobertura mínima, pero de ser el caso, sí el importador quiere que el seguro sea más alto lo negociará con el exportador. El vocablo CIF exige al exportador entregar los productos a exportar, por vía marítima.” (Abaco, 2016)

2.5.16. Marketing Mix

“El marketing Mix fue creado por McCarthy, y forma parte de un estudio de mercado, que involucra a sus cuatro componentes básicos o sus cuatro P’s:

- **Producto:** Es un bien que origina la satisfacción de necesidades de los consumidores. Las propiedades que debe tener un producto son: Buena imagen, marca, empaque dependiendo del producto y servicios post venta.
- **Precio:** Es el valor que se da al producto para poder comercializarlo, generando ingresos para la empresa.
- **Plaza:** Refiere a la forma en que se debe trasladar el producto terminado hasta los distintos puntos de venta. Los aspectos de la plaza son almacenamiento o bodega, control de inventarios, transporte, ubicación de puntos de venta, órdenes de pedido. En esta variable se identifican los canales de distribución sean estos directos, del productor al consumidor final; o indirectos, del productor, al intermediario y de éste al consumidor final.
- **Promoción:** Esta variable hace referencia a cómo comunicar el producto a los consumidores, para lo cual se relaciona con la publicidad y las relaciones públicas, ya

sea de forma directa o indirecta, inclusive utilizando medios de comunicación, por ejemplo se puede hacer promoción y publicidad mediante el internet, que es el medio que hoy en día se encuentra en auge y que todos tienen acceso al mismo a través de sus redes sociales o páginas web respectivamente.” (Espinosa, 2016)

2.5.17. VAN

“El VAN es un indicador financiero que calcula los movimientos de futuros ingresos y egresos proyectados respectivamente para un proyecto sea este de inversión o de exportación, el VAN o valor actual neto permite determinar si habrá ganancia o no, luego de descontar la inversión inicial en el que incurrirá un proyecto. Si el resultado del VAN es positivo, el proyecto de inversión o exportación será viable, y podrá llevarse a cabo en base a las decisiones que tomen los administradores.” (Reyes, 2015)

2.5.18. TIR

“Es la tasa interna de retorno de un proyecto de inversión o de exportación, que permite que el VAN o valor actual neto sea igual a la inversión. La tasa interna de retorno es la máxima tasa de descuento que un proyecto de inversión o de exportación puede tener, para que el mismo sea viable y rentable.” (Reyes, 2015)

2.5.19. PRI

“El periodo de recuperación de la inversión (PRI), es un indicador financiero que al ser calculado para un corto plazo puede favorecer a algunos inversionistas en el momento de analizar sus proyectos de inversión o exportación..” (Váquiro, 2016)

2.5.20. Relación Beneficio/Costo

“La relación beneficio/costo, es un indicador financiero, que se obtiene del cálculo de los ingresos actualizados acumulados sobre los egresos actualizados acumulados del estado de resultados, de donde se obtendrá cuanto de utilidad le genera cada dólar invertido en

el proyecto sea este de inversión o de exportación. El PRI mide el nivel de progreso y rentabilidad, que un proyecto puede generar a una empresa.” (Váquiros, 2016)

CAPÍTULO III:

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1.IDEA A DEFENDER

Sí se realiza el proyecto de exportación de granola hacia el principado de Asturias – España, la empresa NUTRICEREALES, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, incrementará su productividad y rentabilidad en el periodo 2018.

3.2.VARIABLES.

3.2.1. Variable Independiente.

Proyecto de Exportación.

3.2.2. Variable Dependiente.

Granola

3.3.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. Métodos de Investigación

3.3.1.1.Métodos Teóricos.

a. Analítico-Sintético.

“Este método estudia casos, partiendo de la desintegración de un objeto de estudio en cada una de sus partes para analizarlas individualmente, para luego integrar dichas partes y analizarlas o estudiarles en un todo de forma íntegra.

El método analítico es el análisis de las cosas que están destinadas a estudiar; el término análisis, significa evaluar, descomponer, examinar cuidadosamente una cosa, lo cual quiere decir que, el método analítico comienza descomponiendo el todo de un hecho y lo estudia o analiza parte por parte, entendiendo su funcionamiento y relación individual,

para en lo posterior analizarlo todo y de esta forma se concluiría la investigación con la parte sintética.

Las etapas del método analítico son: Observación, descripción, descomposición, enumeración, ordenación y clasificación. El método sintético, tiene que ver con la síntesis de las cosas o de los hechos, el término síntesis, quiere decir, que es la composición de un todo por medio de la unificación de sus partes, este método, es aquel que inicia del aspecto simple a lo complejo, lo cual significa que, las partes en las que se separaron en el análisis, una vez estudiadas, se procede a integrarlas con el método sintético. Originando que este método lleve un análisis de causas a efectos.

Las etapas del método sintético son: Observar, clasificar, relacionar, interpretar y explicar.” (Falcon, 2015)

b. Inductivo-Deductivo.

“El método inductivo – deductivo, se compone en una primera etapa por la inducción de elementos interpretativos a partir de hechos debidamente observados, y en una segunda etapa, sobre estos elementos se elaboran enunciados que los contengan y se refieran a los hechos. Lo cual quiere indicar, que la primera parte del proceso radica en la producción de un conjunto teórico que exponga, a través de unos enunciados elementales, los hechos, y la segunda parte del proceso radica en seguir normativas generales para los hechos, constituidas por el conjunto teórico formado y efectivas para explicar los hechos.” (Jimenez, 2015)

“El juicio deductivo funciona ejecutando desde lo general hacia lo específico. Se puede iniciar pensando en una hipótesis sobre algún tema concreto. Luego minimizar a alguna hipótesis en particular que se quiera probar.

El método inductivo se ejecuta de manera contraria, empieza desde lo más específico hasta lo general, es decir inicia con las partes de un todo hasta llegar a su complemento.” (Robles, 2015)

c. Método Sistémico.

“Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, este se presenta más en el planteamiento de la hipótesis. El investigador sintetiza las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que someterá a prueba. También como pensamiento sistemático encontramos que es un método que consiste en identificar algunas reglas, algunas series de patrones y sucesos para prepararnos de cara al futuro e influir en alguna medida. Está dirigido a modelar el objeto mediante la determinación de sus componentes, así como las relaciones entre ellos. Estas relaciones determinan por un lado la estructura del objeto y por otro su dinámica.” (Martínez, 2015)

3.3.1.2. Métodos empíricos.

a. Recolección de información.

“Se refiere a la utilización de una gran variedad de técnicas y herramientas a ser usadas por el investigador para elaborar los sistemas de información, tales como: La entrevista, la encuesta, la observación, flujogramas y diccionarios. Estos instrumentos se llevarán a cabo en un momento determinado, con el objeto de buscar información para iniciar con una investigación.” (Delgado, 2016)

b. Observación.

“La observación, es una técnica objetiva de recolección de información; con ella puede obtenerse datos aun cuando no haya la pretensión de entregarla y es independiente de la habilidad y franqueza de las personas a analizar; por otra parte, como las cosas se analizan sin intermediarios, se evitan alteraciones en el estudio de dichas cosas. La observación puede asumir diferentes peculiaridades:

- Observación estructurada: Se observan cosas estableciendo con anticipación qué condiciones han de ser objeto de estudio.
- Observación no estructurada: Se fundamenta en reunir y citar todas las cosas que se originan en determinado momento sin contar con alguna guía escrita para anotar lo que se va a observar.

- Observación participante: Se refiere a la participación inmediata del investigador con la población objetivo, grupo o situación determinada para la investigación.
- Observación de campo: Los fenómenos se obtienen tal y como se van mostrando en el mismo lugar donde se ubican o viven las personas a ser estudiadas. En el campo se observa cómo actúa y se comporta el sujeto.
- Observación cualitativa: Hace referencia a la exploración y comprensión de ambientes, descripción de lugares, identificando inconvenientes y generando hipótesis, en esta tipo de observación es imprescindible llevar apuntes como: Comentarios de la observación directa, comentarios interpretativos, registros de asuntos o temas específicos, acotaciones personales.” (Delgado, 2016)

3.3.2. Población y Muestra

La población a tomar en consideración es el total de empleados que laboran en NUTRICEREALES, que es de diez trabajadores, a quienes se aplicará las encuestas respectivas.

Al ser una población pequeña la muestra será el total de la población, es decir 10.

3.3.3. Técnicas de Investigación

3.3.3.1. Entrevista

“Se utiliza para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el investigador. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los cuales son usuarios actuales del sistema existente, usuarios potenciales del sistema propuesto o aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por el estudio propuesto; la entrevista puede ser:

- Estructurada: Este tipo de entrevista es cuando la persona que va entrevistar elabora una lista de preguntas, y lleva consigo ya un formulario preparado para el momento de entrevistar.
- Semi estructurada: En la que quien va a entrevistar hace preguntas sueltas adicionalmente.

- No estructurada: En este tipo de entrevista el entrevistador cuenta con una guía general con temas concretos y manejables sobre lo que se pretende conocer.

Para obtener información efectiva en la entrevista deben cuidarse que el contacto inicial entre el entrevistador y el entrevistado sea cordial y agradable al momento de hacer las preguntas respectivas, al momento de formularlas, deben evitarse los tecnicismos, evitar cambiar de pregunta y sugerir alguna respuesta en especial.” (Delgado, 2016)

3.3.3.2. Encuesta.

“La encuesta en sí es un cuestionario, mismo que viene a estar constituido por un conjunto de preguntas ordenadas y dirigidas a una muestra representativa de la población, con el objeto de conocer la opinión de los involucrados en la investigación o hechos específicos sobre la razón de la investigación.” (Delgado, 2016)

Para levantar información se aplicará a los trabajadores de Nutricereales la siguiente encuesta:

1) ¿Cuál es la misión y visión de Nutricereales?

Misión: _____

_____.

Visión: _____

_____.

2) ¿Cuáles son los principales valores que aplican en Nutricereales?

- Respeto
- Honradez
- Solidaridad
- Honestidad
- Lealtad
- Otros _____.

3) ¿Qué productos ofrece Nutricereales?

_____.

4) ¿Cuánto tiempo lleva trabajando para Nutricereales?

5) ¿Cree Ud., que mejoraría su situación económica si Nutricereales comenzara a exportar?

SI ____

NO ____

6) ¿Los procesos que se sigue en Nutricereales son:

- Proceso de comercialización
- Proceso de producción
- Proceso administrativo
- Todos los anteriores

7) ¿Qué significa para usted Nutricereales?

_____.

3.3.4. Instrumentos de investigación

- **Guía de entrevista.**

La entrevista se la realizará al gerente propietario Sr. Samuel Toala.

1. ¿Cuándo inicio las actividades NUTRICEREALES?
2. ¿Cuál es la misión y visión de su empresa?
3. ¿Cuáles son los valores que se aplica a diario en su empresa?
4. ¿Cuál es el producto principal de NUTRICEREALES?
5. ¿Cuáles son sus principales clientes?
6. ¿A quiénes considera como sus competidores directos?
7. ¿Qué materia prima utiliza para producir su granola?
8. ¿Cuánto tiempo se demora en preparar la granola hasta obtener el producto final?
9. ¿Con qué maquinaria cuenta para la fabricación de granola?
10. ¿Aproximadamente cuál es el volumen de su producción y ventas mensuales?
11. ¿Cuál es el costo y precio de su producto estrella?
12. ¿Aplica medidas de control dentro de su empresa?

13. ¿Cuenta con BPM?
14. ¿Alguna vez ha exportado?
15. ¿Al estar dispuesto a exportar, qué presentaciones de su producto exportaría?
16. ¿Cambiaría el diseño de empaque de su producto a exportar?
17. ¿A qué países de la Unión Europea estaría dispuesto a exportar?
18. ¿Cree Ud., que la exportación lo ayudaría a la competitividad y a mejorar la situación económica de su empresa?
19. ¿Cuánto aproximadamente invertiría para iniciar con el proceso de exportación, (en equipos, ampliación de planta, maquinaria, materia prima, mano de obra)?
20. ¿Añadiría un valor agregado a su producto para exportar?
21. ¿Qué cantidad estima exportar?

- **Guía de observación**

La observación se aplicará en la empresa NUTRICEREALES, en cada una de sus áreas.

- 1) ¿Cómo está distribuida físicamente la empresa NUTRICEREALES?
- 2) ¿Con qué productos cuenta?
- 3) ¿Cuántos trabajadores hay en la fábrica?
- 4) ¿Hay rotación de producto terminado?
- 5) ¿Cuenta con BPM?
- 6) ¿Con qué maquinaria cuenta NUTRICEREALES?
- 7) ¿Qué procesos siguen dentro de la fábrica?
- 8) ¿Cómo es el diseño de empaque de NUTRICEREALES?
- 9) ¿Qué diferencia a NUTRICEREALES de las marcas competidoras?

CAPÍTULO IV

4. MARCO PROPOSITIVO

4.1. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo del proyecto de exportación contiene la planeación estratégica de NUTRICEREALES, su estructura orgánica y muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que deberá tomarse en cuenta para el proceso de exportación, además integra el diagnóstico situacional de la empresa a través de la matriz FODA.

4.1.1. Reseña histórica de la empresa

NUTRICEREALES, inicia sus actividades de producción y comercialización el 08 de enero del 2008, inicio siendo una empresa familiar, hoy en día es considerada como una empresa pequeña, que se mantiene en constante crecimiento y dándose a conocer en el mercado ecuatoriano con su producto estrella que es Granola Nutricereal de 340 gr. fda., alimento de consumo masivo, ideal para la salud de las personas. El negocio de NUTRICEREALES surgió con sus primeros clientes los centros naturistas de la ciudad de Riobamba, para luego comenzar a comercializar puerta a puerta en casas, empresas, tiendas.

En el año 2009, NUTRICEREALES comenzó a distribuir su producto a minimarkets y supermercados locales, como: SUCASA, Almacén Fiesta, DICOSAVI, CAMARI, IBERICA.

A partir del año 2011 se inicia el proceso de comercialización con Tiendas Industriales Asociadas S.A., en ese año se apertura el negocio a nivel nacional de igual manera procede a distribuir directamente la granola hacia Yatzanza, Loja y Galápagos; a partir del año 2015 se apertura el mercado a través de un nuevo cliente CORPORACIÓN FAVORITA C.A., a través de sus cadenas de supermercados a nivel nacional, cubriendo con este cliente gran parte del territorio ecuatoriano.

Con el pasar de los años ahora NUTRICEREALES se ubica como el primer productor y comercializador de granola a nivel nacional, seguido por su principal competencia CADEPAN y por Shalom.

4.1.2. Misión

Se propone para NUTRICEREALES la siguiente misión:

“NUTRICEREALES, es una pequeña empresa riobambeña que produce y comercializa productos cereales como la Granola; en base a principios, valores, con calidad, eficiencia y eficacia, con un adecuado mejoramiento continuo de los procesos de esta empresa, además de generar un valor agregado a la Granola, enfocándose en el desarrollo sostenible, se satisface los requerimientos y exigencias de nuestros clientes a nivel nacional.”

4.1.3. Visión

Se propone para la empresa NUTRICEREALES la siguiente visión:

“Ser la empresa productora y comercializadora líder, en el mercado nacional e internacional, con la mayor gama de producto cereal para nuestro mercado meta, contando con instalaciones que cumplen con las BPM, y con equipos y maquinarias de alta tecnología para su fabricación, con personal capacitado y calificado, promoviendo así, el adecuado desarrollo sostenible de NUTRICEREALES; mejorando la rentabilidad del negocio, y sus estándares de calidad; para lograr la satisfacción de todos nuestros clientes actuales y potenciales, con el compromiso de optimizar tiempo y recursos para mejorar los procesos productivos de la empresa.”

4.1.4. Objetivos Organizacionales

Los objetivos que se propone para que, NUTRICEREALES logre alcanzar son:

- “Ser la empresa líder a nivel nacional e internacional en cuanto a producción y comercialización de cereales.

- Satisfacer a los clientes actuales y potenciales, ofertando un producto de alta calidad.
- Cumplir con la normativa que exige las BPM.
- Innovar continuamente en cuanto a ofertar nuevas presentaciones de producto cereal.
- Optimizar tiempo y recursos, así como minimizar costos.
- Aumentar la productividad en base a la aplicación de indicadores de gestión.
- Capacitar al talento humano de NUTRICEREALES, e involucrarlo de actividades de desarrollo sostenible, fomentando su desarrollo profesional, a través de un buen clima organizacional.
- Implementar el desarrollo sostenible, social, ambiental y económico.
- Alcanzar rentabilidad, que le permita a NUTRICEREALES continuar siendo competitiva.”

4.1.5. Estructura Organizacional

Se propone a NUTRICEREALES, la siguiente estructura organizacional, de acuerdo al personal y espacio de la empresa:

Nivel ejecutivo

- Gerente Propietario

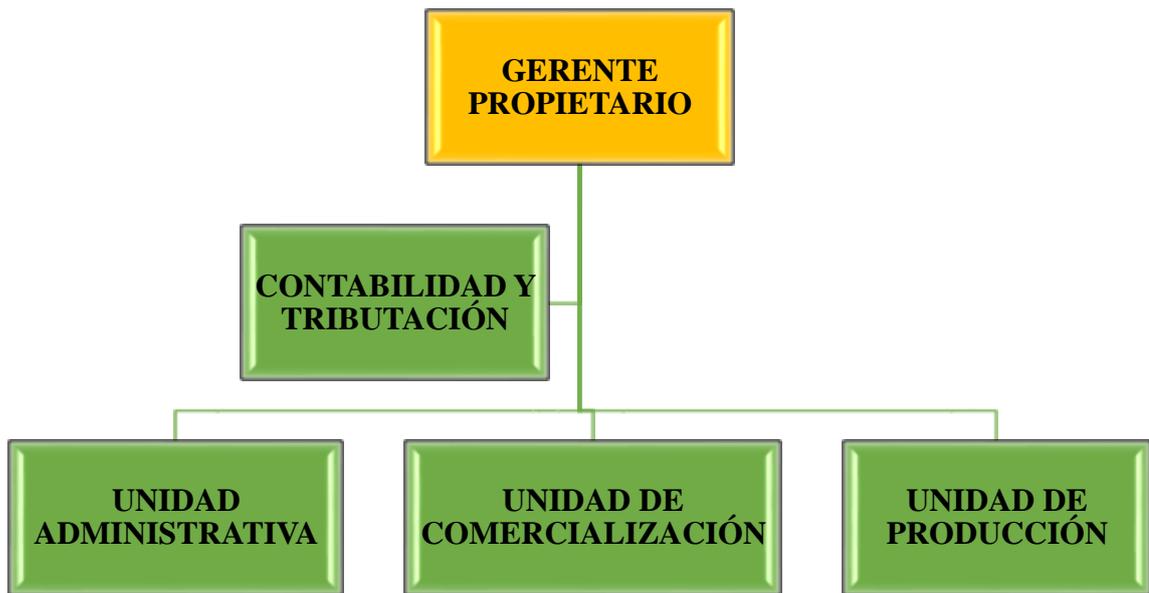
Nivel operativo

- Unidad administrativa
- Unidad de come
- rcialización
- Unidad de producción

Nivel de apoyo o Staff

- Contabilidad y tributación

Gráfico 1: Organigrama estructural de NUTRICEREALES



Fuente: Manual de Organización y Funciones de NUTRICEREALES.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.1.6. Productos y Servicios que ofrece la empresa

NUTRICEREALES, ofrece granola en dos presentaciones:

Gráfico 2: Granola Nutricereal de 340 gr. Fda.



Fuente: NUTRICEREALES

- Granola Nutricereal de 250 gr. Fda.

Actualmente NUTRICEREALES brinda el servicio puerta a puerta a través de sus distribuidores.

4.1.7. Análisis FODA

Cuadro 4: Matriz FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado • Aplicación de BPM • Fabricación de producto nutritivo, saludable y de calidad. | <ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente espacio físico en la empresa para implementar un proyecto de exportación. • Falta de equipos de fábrica y maquinarias, para cubrir con la demanda de un proyecto de exportación. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Mercado posicionado. • Reconocimiento de marca a nivel nacional. • Apertura de nuevos mercados. • Promoción y publicidad a través de clientes actuales. • Apoyo gubernamental por ser productores nacionales. • Alta demanda de pedidos. • Población prefiere consumir alimentos saludables. • Préstamo con BANECUADOR. | <ul style="list-style-type: none"> • Cambio en las leyes, reglamentos y normativas de Ecuador y de España. • Carestía de materia prima para producir granola. • Proveedores que incumplen con la entrega de pedidos. • Alza de precios de materia prima, de suministros y materiales. • Incremento de impuestos y tarifas arancelarias. • Demoras en entregas del producto. • Cobro y pago a destiempo de facturas. • Pedidos cancelados sin previa anticipación. |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Incumplimiento en especificaciones requeridas para exportar. |
|--|--|

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

| | | |
|--|--|---|
| MATRIZ FODA CRUZADA | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Mercado posicionado. • Reconocimiento de marca a nivel nacional. • Apertura de nuevos mercados. • Promoción y publicidad a través de clientes actuales. • Apoyo gubernamental por ser productores nacionales. • Alta demanda de pedidos. • Población prefiere consumir alimentos saludables. • Préstamo con BANECUADOR. | <ul style="list-style-type: none"> • Cambio en las leyes, reglamentos y normativas de Ecuador y de España. • Carestía de materia prima para producir granola. • Proveedores que incumplen con la entrega de pedidos. • Alza de precios de materia prima, de suministros y materiales. • Incremento de impuestos y tarifas arancelarias. • Demoras en entregas del producto. • Cobro y pago a destiempo de facturas. • Pedidos cancelados sin previa anticipación. • Incumplimiento en especificaciones requeridas para exportar. |
| FORTALEZAS | ESTRATEGIAS FO | ESTRATEGIAS FA |
| <ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado • Aplicación de BPM • Fabricación de producto nutritivo, saludable y de calidad. | <ul style="list-style-type: none"> • Implementar estrategias de promoción y publicidad a través de redes sociales como Facebook. • Enfatizar capacitación al personal de NUTRICEREALES en temas de buenas prácticas de manufactura y manipulación de alimentos. • Solicitar apoyo técnico y capacitación de organismos gubernamentales en relación a alimentos procesados | <ul style="list-style-type: none"> • Verificar el estado de materia prima e insumos y materiales que ingresa a NUTRICEREALES. • Contar con una base de datos de proveedores de materia prima, insumos y materiales. • Tener en los archivos de NUTRICEREALES, proformas de materia prima, insumos y materiales. • Contar con informes técnicos de materia prima, insumos, materiales, equipos y maquinarias. • Contar y cumplir con BPM, y el respectivo Registro Sanitario. |
| DEBILIDADES | ESTRATEGIAS DO | ESTRATEGIAS DA |

| | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente espacio físico en la empresa para implementar un proyecto de exportación. • Falta de equipos de fábrica y maquinarias, para cubrir con la demanda de un proyecto de exportación. | <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar y adecuar el espacio físico de NUTRICEREALES cumpliendo con las BPM. • Solicitar préstamo bancario a BANECUADOR para financiar proyecto de exportación e invertir en equipos, maquinarias y capital de trabajo. | <ul style="list-style-type: none"> • Adecuar espacio físico destinado a almacenar materia prima, insumos y materiales. • Establecer existencias mínimas y máximas en bodega evitando agotar stock o sobrellenar el almacén. • Llevar el control de inventarios diariamente. • Cotizar equipos y maquinaria a adquirir. |
|--|--|--|

Cuadro 5: Matriz FODA cruzada

Fuente: Cuadro 4.

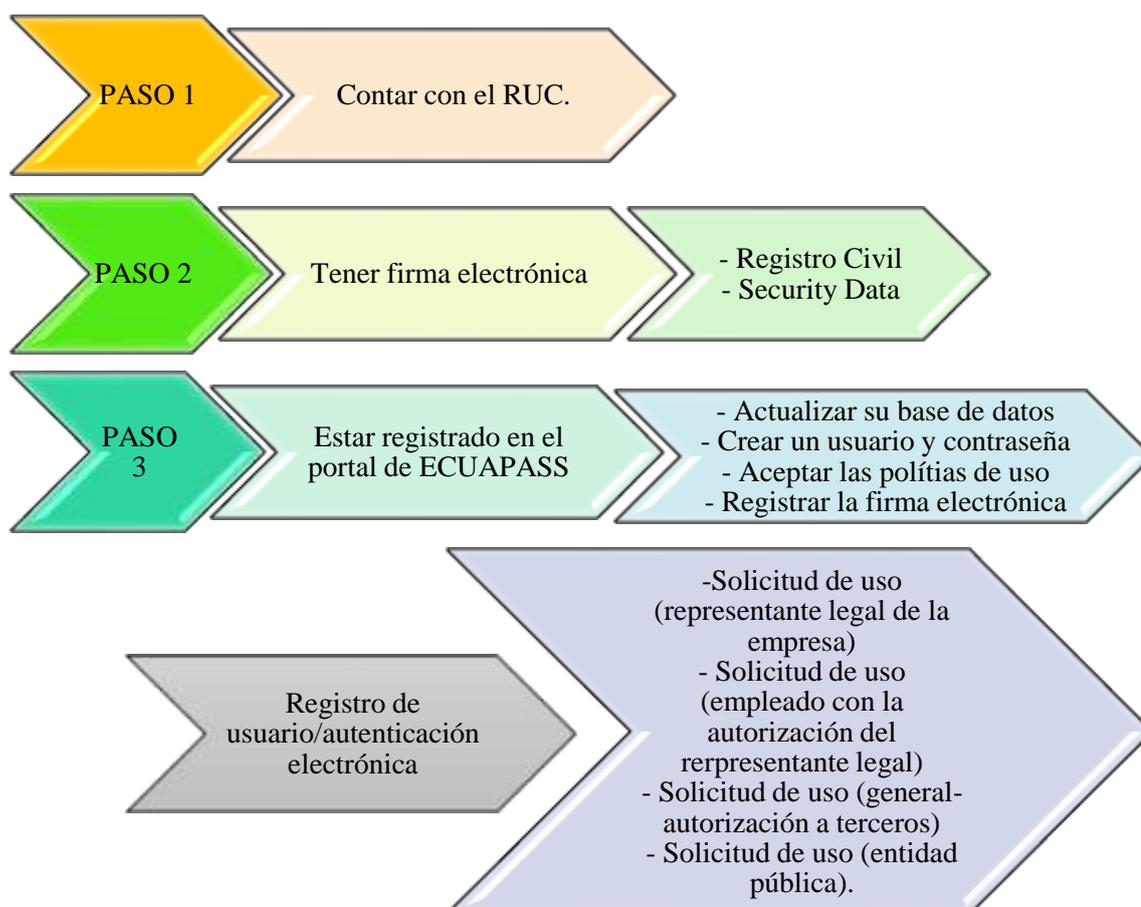
Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.a

4.1.8. Requerimientos Legales

Para ser exportador se requiere:

1. “Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI), indicando la actividad económica a desarrollar.
2. Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades: Registro Civil o Security Data.
3. Registrarse como exportador en Ecuapass, donde se podrá: Actualizar información en la base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar políticas de uso, y registrar firma electrónica.” (PROECUADOR, 2017)

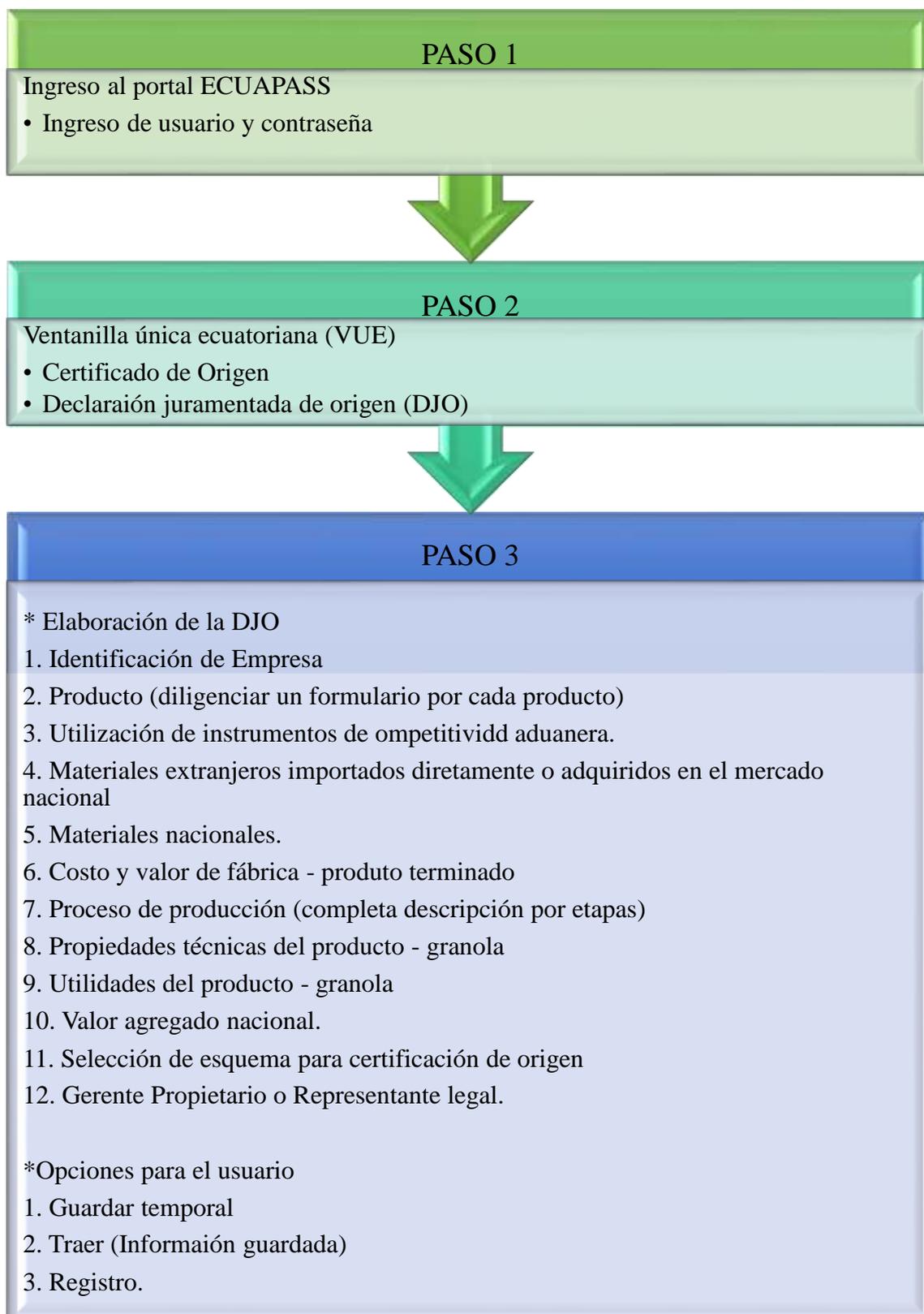
Gráfico 3: Registro de exportador en Ecuapass



Fuente: Guía del exportador

Elaborado por: (PROECUADOR, 2017)

Gráfico 4: Trámite de declaración juramentada de origen (DJO)



Fuente: Guía del exportador.

Elaborado por: (PROECUADOR, 2017)

4.1.8.1. Etapa de Pre – Embarque y exportación definitiva.

NUTRICEREALES deberá cumplir los siguientes requerimientos al momento de pre embarque y la exportación definitiva:

- 1. Declaración aduanera de exportación (DAE):** “La exportación procede con la transferencia electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema informático ECUAPASS, la cual, deberá adjuntar una factura y documentación previa para el embarque.

Esta declaración no sólo tiene por objetivo el embarque, sino que crea una relación legal y atribuye obligaciones que el exportador deberá cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

La información que se originará en la DAE se detalla a continuación:

- Datos del exportador o de quien declara.
- Detalle de los productos de acuerdo a la factura comercial.
- Datos de la persona consignataria.
- Área de embarque de la mercadería.
- Cantidades específicas.
- Peso del producto que se va a exportar.
- Demás datos requeridos sobre el producto a exportar.

La documentación digital que se debe adjuntar con la DAE a través del ECUAPASS son: Factura comercial original, lista de empaque y autorizaciones previas cuando sea necesario.” (PROECUADOR, 2017)

La factura comercial propuesta para que NUTRICEREALES realice las transacciones de exportación se presenta a continuación:

Cuadro 6: Factura Comercial

| NUTRICEREALES | | FACTURA |  | |
|-----------------------------------|--|-------------------------------------|---|-------------|
| RUC: | 1204854697001 | | | |
| Dirección: | Río Paute 363 y Padre Modesto Arrieta - Ecuador | | | |
| Celular: | 593-0990546282 | | | |
| E-mail: | nutricereales_s@hotmail.com | Mercado Exportación | | |
| Señores: | SUPERMERCADO ALIMERKA | Nombre de contacto: | Juan Luis Mallada | |
| Dirección: | Av. De Pumarín y Calle Avellanos - Asturias | Referencia: | | |
| Atención: | Eco. Alejandro Fernández | N° de cliente: | CEX01 | |
| INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N° | 001-001-000001 | N° Orden de pedido: | 51210 | |
| La mercadería ha sido enviada en: | Cartones de 50 u. | Fecha: | | |
| Dimensiones de Embalaje: | | | | |
| Peso Bruto: | 340 gr. | | | |
| Peso Neto: | 338 gr. | | | |
| Marcas: | Nutricereal | | | |
| Vía: | Marítimo | | | |
| País de origen: | Ecuador | | | |
| CÓDIGO DE PRODUCTO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
| 1904109000 | Granola Nutricereal 340gr. Fda. | 28000 | 2.58 € | 72,105.60 € |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| INCOTERM: | DDP | TOTAL FACTURADO: | 72,105.60 € | |
| SR. SAMUEL TOALA - NUTRICEREALES | | ECO. ALEJANDRO FERNÁNDEZ - ALIMERKA | | |
| EXPORTADOR / VENDEDOR | | IMPORTADOR / COMPRADOR | | |

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

La lista de empaque propuesta para que NUTRICEREALES agregue a la Declaración Aduanera de Exportación es:

Cuadro 7: Lista de empaque

| LISTA DE EMPAQUE | |  | | |
|----------------------------------|---|---|--------|-------|
| NUTRICEREALES | | | | |
| RUC: | 1204854697001 | | | |
| Dirección: | Río Paute 363 y Padre Modesto Arrieta - Ecuador | | | |
| Celular: | 593-0990546282 | | | |
| E-mail: | nutricereales_s@hotmail.com | | | |
| Comprador: | SUPERMERCADO ALIMERKA | | | |
| Dirección: | Av. De Pumarín y Calle Avellanos - Asturias | | | |
| Celular: | 985 792 100 / 900 100 126 | | | |
| E-mail: | atencion_al_cliente@alimerka.es | | | |
| DETALLE DE EMBALAJE | | | | |
| N° DE BULTO | DESCRIPCIÓN DE MERCADERÍA | CANTIDAD | KILOS | |
| | | | NETO | BRUTO |
| 1 | Granola Nutricereal 340gr. Fda. | 28,000 | 9,464 | 3,218 |
| TOTAL: | | 1 Bulto | 28,000 | 9,464 |
| MARCA: | Nutricereal | | | |
| EMBALAJE: | 5 Palets | | | |
| VÍA: | Marítimo | | | |
| FACTURA COMERCIAL: | 001-001-000001 | | | |
| SR. SAMUEL TOALA - NUTRICEREALES | | | | |
| EXPORTADOR / VENDEDOR | | | | |

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

2. **Documentos de soporte:** Se refiere a la base de información de la DAE, estos pueden ser físicos o electrónicos como:
 - a. Documentos de transporte.
 - b. Factura comercial. Ver **Cuadro 6**.
 - c. Certificado de origen. Ver **Gráfico 9**.
3. **Aforo:** Puede ser automático, electrónico, documental o físico.
4. **Régimen aduanero:** Que es para NUTRICEREALES la exportación definitiva, permitiendo la libre circulación de la mercadería exportada fuera del territorio ecuatoriano.

Para que NUTRICEREALES inicie el proceso de exportación también deberá cumplir con los siguientes requisitos específicos:

1. **Certificados sanitarios:** NUTRICEREALES debe contar con el respectivo registro sanitario, que es para poder exportar alimentos procesados como lo es la granola.
2. **Certificado de calidad:** Este certificado debe otorgarlo el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN)

4.2. ESTUDIO DE MERCADO

En este estudio que integra el proyecto de exportación involucra un conjunto de acciones encaminadas a buscar datos e información sobre clientes, competidores y el mercado en el cual NUTRICEREALES desea incursionar.

4.2.1. Demanda

La demanda para el proyecto de exportación de granola será tomada en cuenta de “la población de Asturias – España que, es de 1.030.055 habitantes, de los cuales el 51% corresponde a la población económicamente activa.” (Cascante, 2017)

La demanda a ser considerada para este proyecto de exportación de granola será a partir del 51% de los habitantes de Asturias que es de 525.328 ciudadanos, lo cual corresponde a la población económicamente activa, de donde se segmentará la demanda del presente trabajo investigativo que será 341.829 unidades de granola Nutricereal de 340 gr.

También se considera la demanda ecuatoriana, ya que, no se puede dejar de lado la comercialización nacional que es la fuente de ingresos principal para NUTRICEREALES, de igual forma se partirá de la PEA, que es 4,073,315 habitantes de los cuales se segmenta originando una demanda nacional de 1,283,436 unidades de granola.

Se toma en consideración la población económicamente activa, por cuanto la granola a exportar será comercializada en un supermercado de Asturias como es Alimerka, y se comercializa nacionalmente a través de autoservicios como TIA S.A., COROPORACIÓN FAVORITA C.A., por ende el mercado al que va encaminado debe contar con ingresos económicos para consumir el producto, además de estar direccionado a personas con actividad física y que siguen una adecuada dieta alimenticia.

Cuadro 8: Población económicamente activa de Asturias (PEA)

| | |
|--|----------------------|
| POBLACIÓN DE ASTURIAS | 1.030.055 habitantes |
| POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) | 525.328 habitantes |

Fuente: (Cascante, 2017)

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Cuadro 9: Población económicamente activa de Ecuador (PEA)

| | |
|--|-----------------------|
| POBLACIÓN DE ECUADOR | 16.625.775 habitantes |
| POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) | 4.073.315 habitantes |

Fuente: (Equipo técnico del BCE, 2017)

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.2.1.1. Segmentación de la Demanda.

Cuadro 10: Segmentación de la demanda de Asturias.

| PEA | 525,328 habitantes | |
|---|--------------------|---------------------------|
| Población entre 16 a 44 años de edad | 28.00% | 147,092 habitantes |
| Población entre 45 a 64 años de edad | 18.80% | 98,762 habitantes |
| Población con diabetes | 7.30% | 38,349 habitantes |
| Población hipertensa | 10.90% | 57,261 habitantes |
| Población con obesidad o sedentaria | 34.80% | 182,814 habitantes |
| TOTAL | | 524,277 habitantes |
| Población en actividad física y con dieta | 65.20% | 341,829 habitantes |
| DEMANDA DE ASTURIAS | | 341,829 unidades |

Fuente: (Servicio de Salud y Secretaría General del Principado de Asturias, 2017)

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Cuadro 11: Segmentación de la demanda de Ecuador

| | | |
|--|--------|------------------|
| PEA | 100% | 4,073,315 |
| Población con obesidad o sedentaria | 62.80% | 2,558,042 |
| Población con enfermedades crónicas (diabetes, hipertensión) | 5.40% | 219,959 |
| TOTAL | | 2,778,001 |
| Población en actividad física y con dieta | 46.20% | 1,283,436 |
| DEMANDA ECUADOR | | 1,283,436 |

Fuente: (Equipo técnico del INEC, 2017)

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.2.1.2. Análisis de la Demanda

Como ya se mencionó en los ítems anteriores se considerará el 51% que corresponde a la población económicamente activa de Asturias, de 525.328 demandantes. Ver **Cuadro. 8.**, de donde se ha segmentado la respectiva demanda por edades entre 14 y 64 años de edad y por enfermedad como: Diabetes, hipertensión y obesidad; puesto que la granola al ser un alimento nutritivo y que busca mejorar la salud de sus consumidores del total de esta segmentación se considerará la población que realiza actividad física y que sigue una dieta alimenticia siendo ésta la demanda del presente proyecto que será de 341.829 unidades de granola Nutricereal de 340 gr. como se indica en el **Cuadro.10.**

Así también, la demanda de Ecuador se ha obtenido del PEA, segmentando a la población por enfermedades crónicas, por obesidad y del total de estos habitantes se establece la demanda ecuatoriana que corresponde al 46.20%, como se observa en el **Cuadro.11.**

4.2.1.3. Gustos y Preferencias

“No es habitual encontrar granola en Asturias - España, y la que se ubica es similar al Muesli, producida a base de conservantes y azúcares que dañan la salud del hombre y reducen la cantidad de nutrientes que contiene la granola. A comparación del muesli la granola es un alimento nutritivo y saludable que aporta múltiples beneficios a la salud de quienes la consumen.” (Uvidia, 2015)

Las personas prefieren consumir productos con altos valores nutritivos y que beneficie a llevar un mejor estilo de vida. Desde este punto de vista los ciudadanos de Asturias estarían propensos a adquirir y consumir granola producida por NUTRICEREALES, que cuenta con un alto grado de nutrientes favorables para la salud de quienes la consumen, puesto que en la actualidad todos tienen ese deseo de sentirse bien y evitar enfermedades como el colesterol.

Por otro lado la gente se direcciona a consumir a parte de un producto saludable, que sea económico y que esté al alcance de sus bolsillos.

4.2.1.4. Empaque y Presentación

El empaque constituye la envoltura que acompaña al producto y forma parte de sus características, que cumple con proteger al producto desde su fabricación hasta su venta, además de, facilitar el transporte y almacenamiento por parte del comprador; un envase bien diseñado, de forma y colores atractivos permite diferenciar de la competencia, ser mejor identificado y por ende mejorar la venta; en el empaque se puede resumir las características y beneficios del producto y de su consumo lo cual, permite inducir a veces a consumirlo y aumentar su demanda.

El empaque y presentación de la granola Nutricereal debe ser llamativo en cuanto a forma y colores, que llame la atención de los consumidores por su presentación física y por los beneficios que brinda consumir un alimento nutritivo. Ver *Gráfico 5 y 6*.

4.2.1.5. Proyección de la Demanda.

El mercado objetivo para el presente proyecto de exportación de granola que produce NUTRICEREALES es la población económicamente activa en actividad física y con una dieta alimenticia tanto de Asturias – España, como de Ecuador a medida que el número de habitantes aumente, la demanda de granola Nutricereal también incrementará.

Para proyectar la demanda de este trabajo investigativo se toma en cuenta “la tasa de crecimiento demográfica o poblacional que en Asturias es de 6.12% y en Ecuador es del 1.31%” (Cascante, 2017)

La determinación de la demanda futura de granola Nutricereal se hará para 5 años, calculada mediante la tasa de crecimiento geométrico:

$$P_n = P_o(1 + r)^n$$

Donde:

- P_n = Población para el año n
- P_0 = Población inicial
- r = tasa de crecimiento poblacional
- n = periodo

Asturias

$$P_5 = 341.829(1 + 0,0612)^5$$

$$P_5 = 525.328(1,34581761)$$

$$P_5 = 460.039 \text{ Unidades}$$

Ecuador

$$P_5 = 1.283.436(1 + 0,0131)^5$$

$$P_5 = 525.328(1,067238729)$$

$$P_5 = 1.369.733 \text{ Unidades}$$

Cuadro 12: Demanda proyectada.

| AÑO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| DEMANDA EXPORTACIÓN EN UNIDADES | 341,829 | 384,949 | 408,508 | 433,509 | 460,039 |
| DEMANDA NACIONAL EN UNIDADES | 1,283,436 | 1,317,283 | 1,334,539 | 1,352,021 | 1,369,733 |
| DEMANDA TOTAL EN UNIDADES | 1,625,265 | 1,702,232 | 1,743,047 | 1,785,530 | 1,829,772 |

Fuente: Cuadro 10 y 11.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca

4.2.2. Oferta

La oferta no es más que, la cantidad de producto (granola) que los fabricantes están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado tales como precio, promoción, publicidad. Por tal, a continuación se analizará aspectos importantes de la oferta existente de granola.

4.2.2.1. Análisis de la Oferta

En lo que respecta a la oferta de granola, en la zona de influencia del producto en este caso a nivel nacional, se ha evidenciado la existencia de empresas que ofertan granola, pero cabe indicar que lo realizan en menor escala, salvo CADEPAN y SHALOM, quienes serán nuestros principales competidores, puesto que ofertan granola en la misma escala que NUTRICEREALES.

A través de la siguiente matriz procederemos a analizar a nuestra competencia.

Cuadro 13: Análisis de la oferta

| <i>Descripción</i> | <i>CADEPAN</i> | <i>SHALOM</i> | <i>Mi producto NUTRICEREALES</i> |
|-------------------------------|---|--|--|
| Atributos del Producto | Nutricional Ofertan otros productos. (panes y galletas) Presentación: 340 gr. 240 gr., y empaque de 12 unidades de 40 gr. | Nutricional Ofertan otros productos. (barras de granola, y miel de abeja) Presentación: Granola Shalom 450 gr. y Granola Plus Shalom 450 gr. | Nutricional Solo se oferta granola Presentación: 340 gr. y 250gr. |
| Atributos de Precio | Medio – Alto P.V.P. <ul style="list-style-type: none"> • 340gr. = \$ 2.50 - \$ 2.85 • 240gr. = \$ 1.60 • 12un. de 40gr c/u. = \$ 3.60 | Medio – Alto P.V.P Granola Shalom 450 gr. = \$ 2.50 Granola Plus Shalom 450 gr. = \$ 2.60 | Medio Bajo P.V.P <ul style="list-style-type: none"> • 340gr. \$ 2.50 • 250gr. \$ 1.90 |

| | | | |
|--|---|---|--|
| Atributos de Plaza | Posicionamiento Nacional con miras a Internacionalizarse Proveen en supermercados y próximos a exportar. | Posicionamiento Nacional Proveen en supermercados y a través del PAE | Posicionamiento Nacional Se provee a supermercados |
| Atributos de Promoción | Vía Internet y comercialización en SUPERMERCADOS | Página web. | A través de la comercialización en SUPERMERCADOS, página web y redes sociales. |
| Atributos de Personal de Ventas | GRUPO CADE | Familiar | Familiar y se realiza contratos de personal. |

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca

4.2.2.2. Proyección de la Oferta

La oferta del proyecto está dada por la capacidad productiva anual de NUTRICEREALES, que es de 11.520 cajas de 50 unidades de Granola Nutricereal de 340 gr, de los cuales se destina para la exportación 6.720 cajas al año, quedando para la comercialización nacional 4.800 cajas anuales, por tal, se establece una oferta actual para la exportación de 336.000 unidades de granola y nacional de 240.000 unidades de granola con una proyección del 100% en cinco años.

Cuadro 14: Oferta proyectada en unidades

| AÑO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|---|---|---|---|---|
|-----|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| OFERTA EXPORTACIÓN EN UNIDADES | 336,00 0 | 420,00 0 | 525,00 0 | 656,250 0 | 820,313 0 |
| OFERTA NACIONAL EN UNIDADES | 240,00 0 | 300,00 0 | 375,00 0 | 468,750 0 | 585,938 0 |
| OFERTA TOTAL EN UNIDADES | 576,00 0 | 720,00 0 | 900,00 0 | 1,125,00 0 | 1,406,25 0 |

Fuente: NUTRICEREALES.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.2.3. Demanda Insatisfecha.

La demanda insatisfecha para el presente proyecto de exportación es la diferencia entre oferta y la demanda descritos con anterioridad.

Cuadro 15: Demanda insatisfecha.

| AÑO | OFERTA | DEMANDA | DEMANDA INSATISFECHA |
|------------|------------------|------------------|-----------------------------|
| 1 | 576,000 | 1,625,265 | -1,049,265 |
| 2 | 720,000 | 1,702,232 | -982,232 |
| 3 | 900,000 | 1,743,047 | -843,047 |
| 4 | 1,125,000 | 1,785,530 | -660,530 |
| 5 | 1,406,250 | 1,829,772 | -423,522 |

Fuente: Cuadro 12 y 14.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.2.4. Marketing Mix.

4.2.4.1. Producto

El producto que NUTRICEREALES exportará hacia Asturias – España será: Granola Nutricereal de 340 gr. Fda., en cajas de 50 unidades.

Gráfico 5: Cajas de 50 unidades de granola Nutricereal de 340 gr



Fuente: Empresa NUTRICEREALES.

Gráfico 6: Presentación de funda de granola Nutricereal de 340 gr.



Fuente: Empresa NUTRICEREALES.

4.2.4.2. Precio

NUTRICEREALES comercializa en el mercado ecuatoriano cada funda de granola Nutricereal de presentación de 340 gr. a un P.V.P. de \$2,50; para el precio de exportación se usará el apartado **4.3.1. Análisis de costos y precios de exportación**, del presente proyecto.

El precio de exportación al mercado de Asturias – España será de \$ 3,20 por funda de granola Nutricereal de 340 gr. en dólares, que es la moneda de circulación en Ecuador, en euros sería de € 2,5752, por cuanto \$ 1,00 equivale a € 0,8048. Cabe indicar que a este valor está incluido el IVA o VAT, sin el VAT que es de € 0,2341 correspondería a € 2,3411.

4.2.4.3. Plaza

“La plaza es una de las P’s del Marketing Mix y hace referencia a los medios de distribución adecuados, para que el cliente tenga acceso a los productos ofertados; pueden incluir puntos de venta, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios; con el fin de que el consumidor tenga posesión del producto.” (Aguilar, 2017)

En el presente proyecto NUTRICEREALES establecerá los canales de distribución de la granola a exportar así como las condiciones de acceso al mercado de Asturias, con el fin de que la granola Nutricereal pueda tener posesión en ese mercado internacional.

a) Canales de distribución.

NUTRICEREALES, para dar inicio a su actividad de exportación, establecerá el canal de distribución indirecto, es decir de NUTRICEREALES hacia el supermercado Alimerka de Asturias, que será el intermediario y de éste hacia el consumidor final, que será los habitantes de Asturias.

Gráfico 7: Canal de distribución.



Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

b) Condiciones de acceso al mercado de Asturias – España

Todas las empresas que exportan sus productos hacia la Unión Europea deben identificar ciertas condiciones de acceso a este mercado, para este proyecto no es la excepción por tal, se tomara en consideración los siguientes pasos:

1. **Código de la granola en la clasificación europea:** NUTRICERELAES debe conocer el código de su producto dentro del mercado europeo. Para esto debe ingresar a la página de Trade Helpdesk, en donde ubicará a su producto, siendo para la granola el código 1904109000, como lo establece la Unión Europea.

Gráfico 8: Código de granola según la Unión Europea.



Fuente: (Comisión europea, 2018)

2. *Requerimientos que debe cumplir la granola Nutricereal para ingresar al mercado europeo:*

La tarifa arancelaria es de \$ 0,00, no paga gracias al Acuerdo de Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea. El IVA o VAT en España y por ende en Asturias es del 10%. El Control de contaminantes y de salud en productos alimenticios, por tal la granola deberá contar con su respectivo registro sanitario, emitido por el ARCSA. Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos, esto en cuanto a etiquetado de la granola pues, Para el ingreso de la granola Nutricereal al mercado de Asturias se tomará en cuenta ciertos requerimientos sobre etiquetado y embalaje del producto. En el etiquetado debe constar:

- Nombre con el cual se vende el producto.
- Lista de ingredientes, en orden descendente por peso.
- La cantidad de ciertos ingredientes.
- La cantidad neta de los productos comestibles, expresada en unidades de medida, en este caso 340 gr.
- Fecha de vencimiento.
- Alguna condición especial de almacenamiento o condiciones de uso.
- Nombre del negocio, contacto del fabricante.
- Detalle del lugar de origen.

- Lote de producción, debe estar precisado con la letra “L”.
 - Información nutricional obligatoria.
 - Valor energético.
 - Cantidad de grasa, saturados, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal.
 - Debe estar en el idioma que prevalece en el mercado de Asturias, que sería el español.
 - Debe ser legible, con tamaño mínimos de texto.
 - La etiqueta y empaque en general debe ser ecológico y reciclable.
 - Adicional a esto NUTRICEREALES, en su empaque cuenta con el semáforo respectivo.
3. También para acceder al mercado de Asturias, NUTRICEREALES, deberá contar con **marca registrada**, la cual debe cumplir con dos condiciones:
1. Contar con signo gráfico.
 2. Debe tener la posibilidad de distinguir el producto de otros similares ofertados por otras empresas.

La **Marca registrada** de NUTRICEREALES, deberá obtenerla en las oficinas de propiedad intelectual, en este caso sería en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, más conocido como IEPI.

4. **Acuerdo comercial preferencial:** Ecuador y la Unión Europea cuentan con el Acuerdo Multipartes, como ya se mencionó con anterioridad, este acuerdo beneficia a las exportaciones por cuanto, para productos de la actividad industrial no se paga arancel alguno.
5. **Certificado de origen:** NUTRICEREALES debe contar con un certificado de origen, a través de este formulario se conocerá las condiciones que debe cumplir la granola, para que se le considere originario de Ecuador.

Gráfico 9: Certificado de origen para la Unión Europea

| CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCIAS | | | |
|--|---|--|--|
| 1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país) | EUR. 1 No A 000.000 | | |
| | Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso. | | |
| 3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (opcional) | 2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre y <i>(indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)</i> | | |
| | 4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos | 5. País, grupo de países o territorio de destino | |
| 6. Información relativa al transporte (opcional) | 7. Observaciones | | |
| 8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos ⁽¹⁾ ; designación de las mercancías | 9. Masa bruta (kg) u otra medida measure (litros, m ³ , etc.) | 10. Factura (opcional) | |
| 11. VISADO DE LA AUTORIDAD COMPETENTE O LA AUTORIDAD ADUANERA ⁽²⁾ | | 12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR | |
| <p><i>Declaración certificada conforme</i></p> <p>Documento de exportación ⁽³⁾</p> <p>Modelo N°</p> <p>De</p> <p>Autoridad Competente o Autoridad Aduanera</p> <p>País o territorio de expedición</p> <p>.....</p> <p>Lugar y fecha</p> <p>.....</p> <p style="text-align: center;">(Firma)</p> | | <p>El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado.</p> <p>Lugar y fecha</p> <p>.....</p> <p style="text-align: center;">(Firma)</p> | |
|  | | | |
| <p>⁽¹⁾ En caso de que las mercancías no estén embaladas, indíquese el número de artículos o escríbase -a granel-, según sea el caso.</p> <p>⁽²⁾ Las Partes aceptarán los certificados EUR.1 que no hagan referencia a «autoridad competente» en la casilla 11.</p> <p>⁽³⁾ Rellénese únicamente si la normativa del país o territorio de exportación lo exige.</p> | | | |

Fuente: (PROECUADOR, 2017)

4.2.4.4. Promoción.

La promoción que NUTRICEREALES, ha desarrollado hasta la presente fecha será acogida para el presente proyecto de exportación, puesto que ha permitido captar a nuevos clientes y fidelizar a los actuales, como estrategia de promoción NUTRICEREALES cuenta con:

- **Internet:** Al ser un medio de comunicación eficaz y económico, que ha permitido dar a conocer la granola Nutricereal ya no solo a nivel nacional sino también internacionalmente, pues el internet rompe barreras sin ningún esfuerzo adicional. NUTRICEREALES cuenta con su respectiva página Web y su página de red social Facebook.

Gráfico 10: Página Web de NUTRICEREALES



Fuente: <https://www.nutricerealescuador.com>

Gráfico 11: Página de NUTRICEREALES en Facebook



Fuente: <https://www.facebook.com/NutriCerealesEC/>

Dentro de la estrategia de promoción por medio de internet se encuentra las redes sociales, en este caso Facebook, NUTRICERELES, deberá aprovechar esta herramienta de promoción, en la cual se propone publicar información sobre características, beneficios, de la granola, compartir acciones de responsabilidad social y ambiental, así como la realización de concursos por temporadas, ya sea por Navidad, Año Nuevo, Día de la Madre, Día del Padre, San Valentín, Día del Niño; también se recomienda realizar concursos abiertos para eventos educativos, en donde los premios involucrarán el producto Nutricereal. Para los concursos se solicitará a los participantes compartir una foto con la granola publicada en la página de Facebook de NUTRICEREALES, de esta manera se espera que a través de los usuarios de esta red social se llegue a más consumidores de granola y así poder elevar la demanda nacional e internacional.

- **Auspicios:** Se propone a NUTRICEREALES auspiciar eventos educativos, deportivos, sociales y culturales, pudiendo hacerlo a través de donaciones con premios, utilizando esta estrategia de promoción para ser partícipes activos en estos eventos, para en lo posterior cargar las fotos de los mismos en la página de Facebook de la empresa; de esta manera se llegará visualmente al consumidor.
- **Campañas por correo electrónico:** NUTRICEREALES, compartirá información sobre su producto Granola Nutricereal y actividades que realizará la empresa, enviando correos electrónicos a todos sus contactos.
- **SEM (Search Engine Marketing):** NUTRICEREALES creará campañas de anuncios por clic en internet, mediante buscadores más conocidos como google. Con esta herramienta de promoción se busca dar a conocer rápidamente a NUTRUCEREALES y sus productos a través de la red.

4.2.5. Riesgos críticos.

NUTRICEREALES, al salir a incursionar en un mercado internacional como lo es Asturias – España, debe evaluar diferentes aspectos internos de la empresa como cuál es su capacidad de producción, la calidad de granola que produce, capacidad de negociación, así también analizará los aspectos del país de destino hacia donde se exportará la granola entre ellos:

- Problemas cambiarios en el exterior.
- Requerimiento del gobierno español para la entrada de productos al país.
- Tarifas arancelarias y otras barreras comerciales.
- Ambiente cultural.
- Ambiente de negocios.

Es por ello, que se ve la necesidad de analizar los riesgos internos y externos que podrían presentarse al implementarse el presente proyecto de exportación.

Riesgos internos: Este tipo de riesgos se pueden presentar en el mercado de Asturias – España en cuanto a:

- a) *Política fiscal:* Ecuador y la Unión Europea cuentan con el protocolo de adhesión al Acuerdo Multipartes que garantiza el acceso de productos a los países europeos, con un 0% de tarifa arancelaria para la mayor parte de los productos de origen agrícola y del 100% de los productos industrializados del Ecuador. Por tal NUTRICEREALES, es una industria, que produce un alimento procesado que es la granola y por ende no pagaría aranceles en base a este acuerdo, hasta que se encuentre en vigencia.
- b) *Intervención gubernamental:* Todo gobierno protege a sus empresas nacionales, por lo que crean políticas de protección a los empresarios de la nación, y al firmar el Acuerdo de Multipartes ha permitido que no existan desventajas entre las empresas nacionales y extranjeras, debiendo las dos partes cumplir con las especificaciones de productos y requerimientos de negocios de manera equitativa.
- c) *Derechos de propiedad:* NUTRICEREALES al no contar con la propiedad intelectual del nombre de su producto, corre el riesgo que alguna empresa de Asturias – España pueda apropiarse del mismo y registrarlo como suyo, por tal es vital que NUTRICEREALES realice el trámite de adquirir la propiedad intelectual de “Granola Nutricereal”, y así, las partes se comprometan a cumplir con los acuerdos internacionales de propiedad intelectual existentes.
- d) *Protección al consumidor:* Actualmente los consumidores son cada vez más exigentes en lo que tiene que ver con la calidad de los productos que consumen, los países cuentan en su mayoría con normas que protegen al consumidor. Por esta razón NUTRICEREALES, debe cumplir con las debidas especificaciones de la granola que exportará y que cubra las necesidades de la población de Asturias de manera satisfactoria.

Riesgos externos: NUTRICEREALES estará propenso directamente a este tipo de riesgos:

- a) *Competencia:* Al salir a un mercado internacional NUTRICEREALES contará con competencia leal, a la cual la empresa combatirá mejorando las especificaciones de su producto en lo que tiene que ver con calidad, diseño, costo, tiempos de entrega, presentación, publicidad y promociones; pero también contará con competencia desleal a la cual la fábrica combatirá con medidas antidumping.
- b) *Recesión en el mercado:* NUTRICEREALES deberá estar previsto ante una situación de estas en el mercado de destino de Asturias, pues la economía española tiene

tendencia a repentinos cambios que pueden afectar a empresas nacionales y extranjeras. Por tal NUTRICEREALES a futuro deberá examinar otros mercados alternativos en los que pueda intervenir comercialmente.

- c) *Transporte*: En el ámbito de la exportación el transporte es el medio para que la mercadería llegue a su destino, pueden presentarse ciertos problemas de transporte y que la granola llegue tarde o en malas condiciones a Asturias, por tal se recomienda a NUTRICEREALES que, embarque la granola vendida unos tres o cuatro días antes como lo ha venido haciendo para los envíos hacia Galápagos.

4.3. ANÁLISIS DE GESTIÓN EXPORTADORA.

NUTRICEREALES, para llegar a ser competitiva en el mercado de Asturias – España, debe tomar en cuenta los costos de producción y demás egresos originados de la actividad de exportación, de igual forma el precio al cual se comercializará a este mercado internacional; la empresa establecerá la forma de pago adoptar y determinará la distribución física de la granola, desde NUTRICEREALES hacia el comprador de Asturias - España.

4.3.1. Análisis de costos y precios de exportación.

En este apartado se analizará los costos y gastos originados por la actividad de exportar, y por consiguiente el precio de exportación.

Los costos de exportación generalmente se clasifican en *costos fijos*, son aquellos cuya magnitud no se relacionan con la cantidad producida y comercializada; y *costos variables*, que tienen que ver con la realización de la exportación, en cuanto a cantidad producida y exportada.

Los costos de exportación variaran de acuerdo al Incoterm (Términos Internacionales de Comercio) el cual se vaya a negociar entre las partes en un contrato de compra – venta internacional.

Los aspectos que NUTRICEREALES, debe considerar para la fijación del precio de exportación son:

- “Costos totales, que resultan de la sumatoria de costos variables y costos fijos.
- Ventajas del proceso de exportación.
- Porcentaje de utilidad que se pretende obtener.
- Gastos en los que se incurrirá en el proceso de exportación.
- Compras y gastos de ventas.
- Riesgos productivos y financieros.
- Identificar el país hacia donde se va a exportar.
- Comparar precios con los de la competencia existente en el país de destino.
- Estímulos o incentivos comerciales.
- Transporte o flete internacional.
- Seguro con su respectiva póliza sobre el transporte o flete internacional.
- Impuestos o aranceles de importación.
- Gastos en los que se incurrirá con el proceso de importación.
- Costo de la distribución indirecta.” (Díaz, 2015)

Cuadro 16: Aspectos para fijación de costos y precios de exportación

| | |
|--------------------------------|--|
| COSTO DE EXPORTACIÓN | <ul style="list-style-type: none">• Costo de producción: en cuanto a materias primas, suministros y materiales, gastos indirectos de fabricación, mano de obra directa.• Gastos administrativos: Pueden ser fijos y variables, por ejm pago de servicios básicos, arriendo, seguro.• Gastos de ventas: Incluyen los que se aplican a la operación de exportación, pago por flete.• Gasto financiero: Los intereses por créditos adquiridos para el proyecto de exportación..• Utilidad: Porcentaje que se pretende ganar sobre el valor FOB .• Gastos directos de exportación: Embalaje, seguro por flete, almacenamiento, gastos por adquirir la documentación internacional, pago por arriendo de contenedores en el puerto.• Gastos indirectos de exportación: Préstamos, de despacho y terminales de carga, salarios de despachante de aduana, aranceles sobre el producto. |
| COSTO DE IMPORTACIÓN | <ul style="list-style-type: none">• Este costo está compuesto por el precio al que se hizo la compra, más los gastos incurridos para poner el producto (granola) en bodega de la empresa importadora. |
| PRECIO AL MERCADO (PVP) | <ul style="list-style-type: none">• Introducción y análisis de mercado: NUTRICEREALES fijará el precio para el mercado de Asturias en relación a los precios de la competencia, fijando uno más bajo a fin de ganar una parte del mercado objetivo.• Establecimiento de precios diferenciales: Establecer varios precios en el mismo mercado de acuerdo a la clase de clientes, cantidades vendidas y formas de pago pactadas. |
| PRECIO PARA LA EMPRESA | <ul style="list-style-type: none">• Costo más porcentaje de utilidad, con el objeto de recuperar el costo total.• Costo marginal, toma en cuenta solo a los costos variables.• Utilidad máxima, se considerará el precio de venta de la competencia en el mercado de Asturias, NUTRICEREALES disminuirá los costos de comercialización, nacionalización y flete a fin de llegar al máximo valor FOB de exportación. |

Fuente: (Diaz, 2015).

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Para la fijación de costos y precios de exportación NUTRICEREALES seguirá el siguiente proceso:

2. Costo para NUTRICEREALES

- a) **Embalaje:** Para la fijación de este costo se tomará en cuenta embalaje que es la envoltura del producto, cuyo objetivo es proteger el contenido de la granola, es importante puesto que al contar NUTRICEREALES con una clase embalaje llamativo en cuanto a diseño y estructura habrá una mayor acogida por el mercado consumidor.

Cuadro 17: Precio EXW.

| | | |
|---------------------------|---|-----------------|
| COSTO TOTAL | + | \$ 1,250 |
| 100% UTILIDAD | + | \$ 1,250 |
| 1,70/50 COSTO DE EMBALAJE | + | \$ 0,034 |
| PRECIO EXW | | \$ 2.534 |

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

- b) **Transporte interno:** Se refiere al transporte dentro del territorio nacional, desde NUTRICEREALES hacia el terminal de almacenamiento internacional (aeropuerto, puerto o terrapuerto).

Documentación: Certificados de origen, certificado sanitarios, certificados de calidad, factura comercial, packing list, documentos de transporte.

Agencia de aduanas: Persona natural o jurídica autorizada para actuar ante los órganos competentes en nombre y por cuenta de quien contrata sus servicios, en el trámite de una operación aduanera.

Cuadro 18: Precio FOB.

| | | |
|--------------------------------|---|-----------------|
| PRECIO EXW | + | \$ 2,534 |
| TRANSPORTE INTERNO | + | \$ 0,052 |
| COSTO DE DOCUMENTACIÓN | + | \$ 0.024 |
| COMISIÓN DEL AGENTE DE ADUANAS | + | \$ 0,000 |
| PRECIO FOB | | \$ 2.590 |

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

3. Costos en el tránsito internacional

- a. **Flete internacional:** Precio pagado por la mercadería en un buque, camión o avión; dependiendo del peso de la granola embarcada para exportar.

Seguro internacional: pago por cobertura de la mercadería en caso de que ocurriera un siniestro al momento de transportar la granola y pueda dañarse o perderse.

Cuadro 19: Precio CIF.

| | | |
|----------------------|---|-----------------|
| PRECIO FOB | + | \$ 2,590 |
| FLETE INTERNACIONAL | + | \$ 0,270 |
| SEGURO INTERNACIONAL | + | \$ 0,250 |
| PRECIO CIF | | \$ 3,110 |

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4. Costos en Asturias – España

- a. **Desanuaje:** Costos que incluyen pago de impuestos en Asturias como arancel y el impuesto a las ventas, para nacionalizar la granola Nutricereal.

Agente de aduanas: Comisión para la Agencia de Aduanas por realizar los trámites de nacionalización de la granola en las oficinas de Asturias – España.

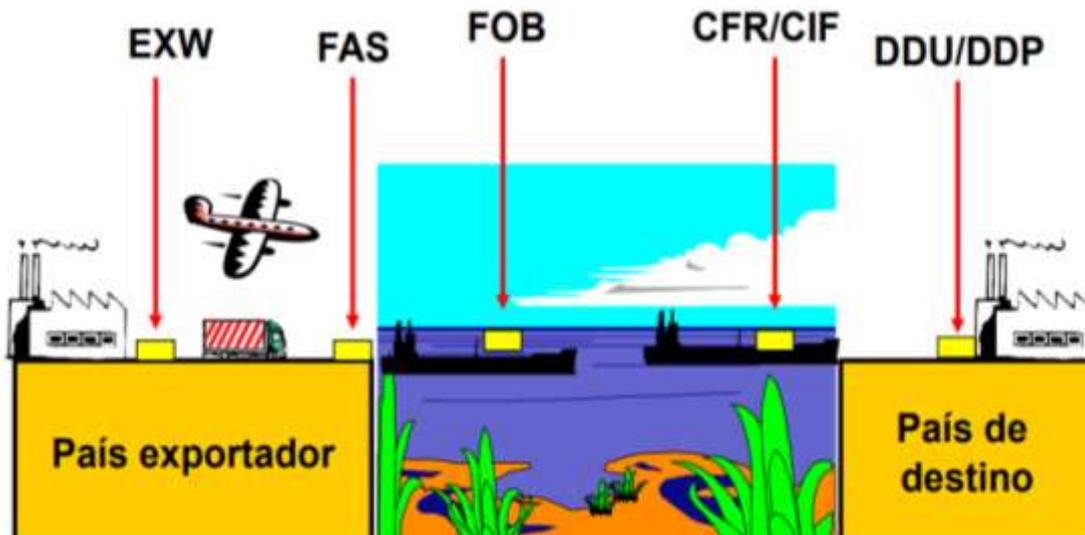
Transporte interno: Pago por transportar la mercadería desde el terminal de almacenamiento de Asturias – España como: puerto, aeropuerto o terrapuerto; hacia el almacén del comprador.

Cuadro 20: Precio DDP

| | | |
|--------------------|---|-----------------|
| PRECIO CIF | + | \$ 3,110 |
| DESANUAJE | + | \$ 0,000 |
| AGENTE DE ADUANAS | + | \$ 0,000 |
| TRANSPORTE INTERNO | + | \$ 0,090 |
| PRECIO DDP | | \$ 3,200 |

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Gráfico 12: Fijación de precios de exportación



Fuente: (Paredes, 2017)

4.3.2. Modalidades de pago internacional.

Existen varias modalidades de pago como cheques, giros bancarios, órdenes de pago, cobranzas bancarias internacionales y cartas de crédito.

- **Cheque:** Esta forma de pago representa dinero en efectivo por tal es importante que se preste atención en cuanto a su llenado, que el nombre del beneficiario se anote correctamente así como, cantidades iguales en letras y números, que no tenga ningún tipo de enmendadura o alteración.
- **Giro bancario:** Es un título de crédito nominal que debe expedirse a nombre de una persona natural o jurídica. Los bancos solo reciben estos giros como abono en cuenta. Debe buscarse un banco en donde los giros realizados por el importador sean de fácil aceptación en el banco del exportador en este caso en Banco Guayaquil, en donde maneja las cuentas el gerente de NUTRICEREALES. No se despachará la mercadería mientras no se reciba y se presente el documento original para el respectivo cobro.

- **Orden de pago:** Es las conocidas transferencias bancarias, en donde el importador o exportador deberán ponerse de acuerdo cuál de los dos pagará las comisiones a los bancos por la transferencia a realizarse, además de cuando se realizará dicha orden de pago.
- **Cobranzas bancarias internacionales:** NUTRICEREALES deberá solicitar por escrito el servicio de cobranza internacional, indicando las instrucciones a acatar, y entregar los documentos referentes a la negociación, además de una letra de cambio o pagaré, con el fin de que el banco por medio de su corresponsal establecido en el país de destino entregue los documentos contra el pago del importe respectivo.
- **Carta de pago:** Promesa incondicional de pago que efectúa un banco, por cuenta de un solicitante, ante un beneficiario; normalmente por medio de otro banco notificador, para pagar el total de factura o aceptar letras a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos. Es la forma de pago más segura y recomendable para un nuevo exportador.

NUTRICEREALES para iniciar con la exportación de granola adoptará en primera instancia la modalidad de *carta de pago*, para en lo posterior una vez conocido al cliente utilizar la *orden de pago* que, actualmente usa con sus demás clientes.

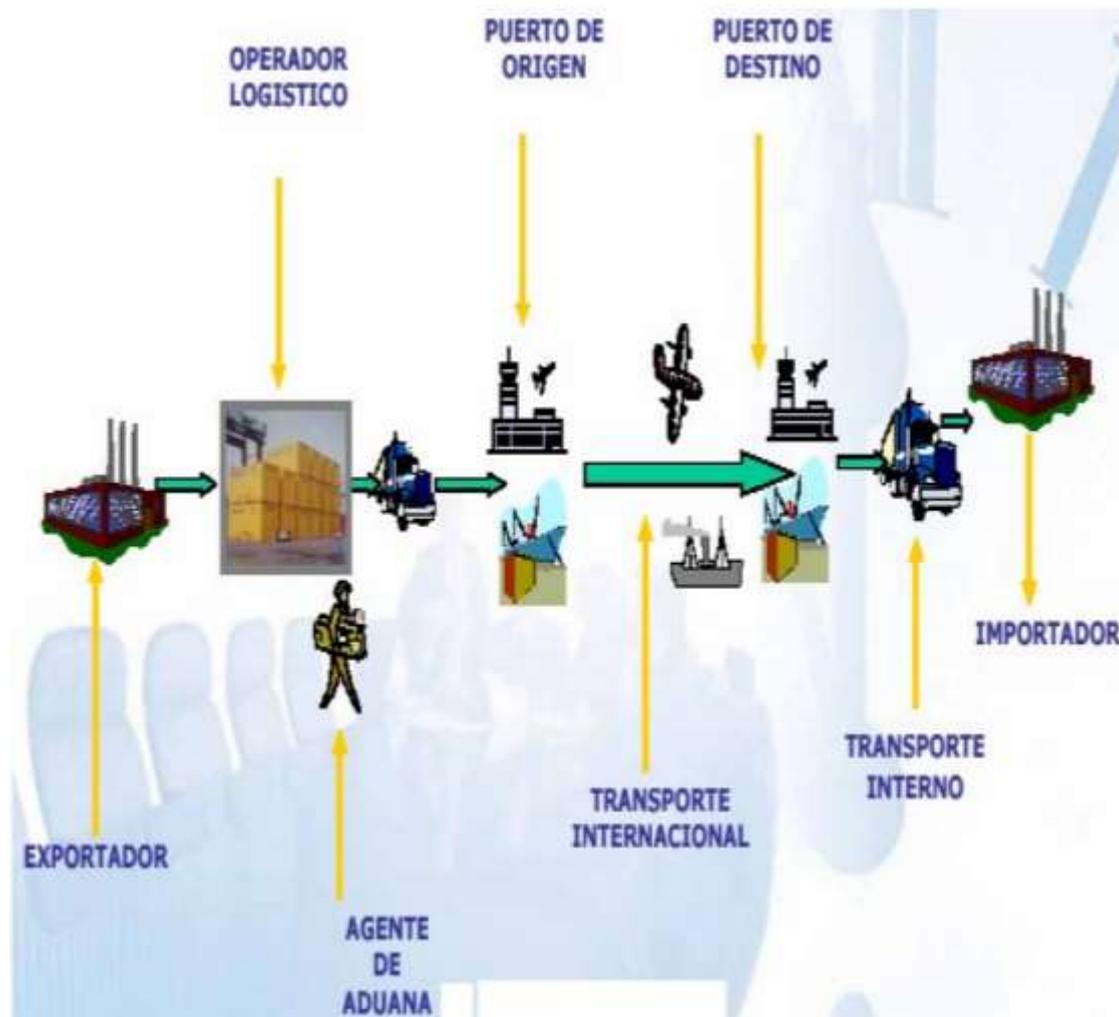
4.3.3. Distribución física internacional.

Para el presente proyecto de exportación la distribución física internacional a tomar en cuenta seguirá la siguiente cadena:

- Preparar la granola en NUTRICEREALES (empaque y embalaje)
- Colocar la mercadería en palets y contenedores, para poder ser transportados hacia la terminal de almacenamiento.
- Manipuleo en el terminal de almacenamiento.
- Almacenamiento.
- Transporte en toda la cadena de distribución.
- Seguro de la mercadería, ante posibles riesgos durante su transporte.
- Documentación como: Facturas, certificados, documentos de pago, guías de transporte.
- Gestión y operación aduanera (exportación).

- Gestión y operación bancaria.
- Gestión de distribución, incluye personal administrativo y operativo.

Gráfico 13: Distribución física internacional.



Fuente: (Paredes, 2017)

4.4. ESTUDIO TÉCNICO.

En esta parte del proyecto de exportación se determinará el tamaño del proyecto, la localización e ingeniería del mismo, para producir y comercializar granola Nutricereal de 340 gr.

4.4.1. Tamaño del Proyecto.

Uno de los factores importantes para la determinación del tamaño del proyecto es la demanda insatisfecha determinada con anterioridad en el estudio de mercado de este proyecto de exportación, en el **Cuadro 12. Demanda insatisfecha.**

4.4.1.1. Capacidad del Proyecto.

La capacidad del proyecto está dada por la capacidad productiva anual de NUTRICEREALES, que en un inicio será de 11.520 cajas de 50 unidades de Granola Nutricereal de 340 gr, con proyección a 5 años, como se muestra en el **Gráfico 5. Oferta proyectada en unidades.**

4.4.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto

- a) Disponibilidad de financiamiento:* Para exportar se requiere de los recursos necesarios para poder atender a un mercado internacional, para lo cual NUTRICEREALES, buscará fuentes de financiamiento para invertir en maquinaria adicional, mientras que la empresa aportará con el espacio físico y con los equipos y maquinaria con la que cuenta actualmente. NUTRICEREALES, apuesta al financiamiento con el antes conocido como Banco de Fomento ahora BanEcuador.
- b) Disponibilidad de mano de obra:* Al implementarse el presente proyecto de exportación NUTRICEREALES necesitará contratar el doble de personal, es decir que debería contar con 10 trabajadores más para poder abastecer en cada uno de los procesos inmersos en producción y comercialización de la granola.
- c) Disponibilidad de materia prima:* NUTRICEREALES, posee una base de datos de proveedores que hasta la fecha han podido abastecer en un 80% a los pedidos realizados por la empresa, para evitar inconvenientes en la falta de abastecimiento de materia prima NUTRICEREALES deberá realizar dos pedidos semanales a su principal proveedor de avena, aceite y panela.

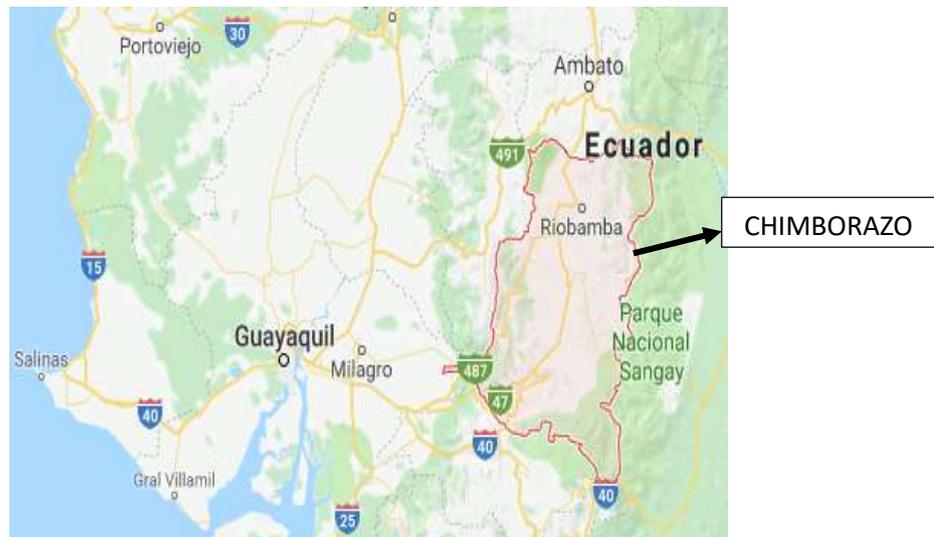
4.4.2. Localización.

Para este proyecto de exportación se identificará la macro y micro localización de NUTRICEREALES, y su respectiva distribución actual y futura, analizando el acceso a la disponibilidad de recursos humanos, materiales y tecnológicos.

4.4.2.1. Macro localización

La macro localización del proyecto de exportación de granola será la Provincia de Chimborazo - Ecuador, puesto que NUTRICEREALES es una empresa ecuatoriana que ha visto la posibilidad de iniciar con la exportación de su producto, además se toma en cuenta como distribuidor al supermercado Alimerka de Asturias – España siendo esta región considerada también en la macro localización del presente proyecto.

Gráfico 14: Provincia de Chimborazo - Ecuador



Fuente: Google maps, 2018

Gráfico 15: Asturias – España



Fuente: Google maps, 2018.

4.4.2.2.Micro localización

Como micro localización del presente proyecto de exportación es NUTRICEREALES como empresa exportadora y el supermercado Alimerka ubicado en Asturias – España como empresa importadora.

Gráfico 16: Nutricereales



Fuente: Google maps, 2018

Gráfico 17: Supermercado Alimerka en Asturias – España



Fuente: Google maps, 2018.

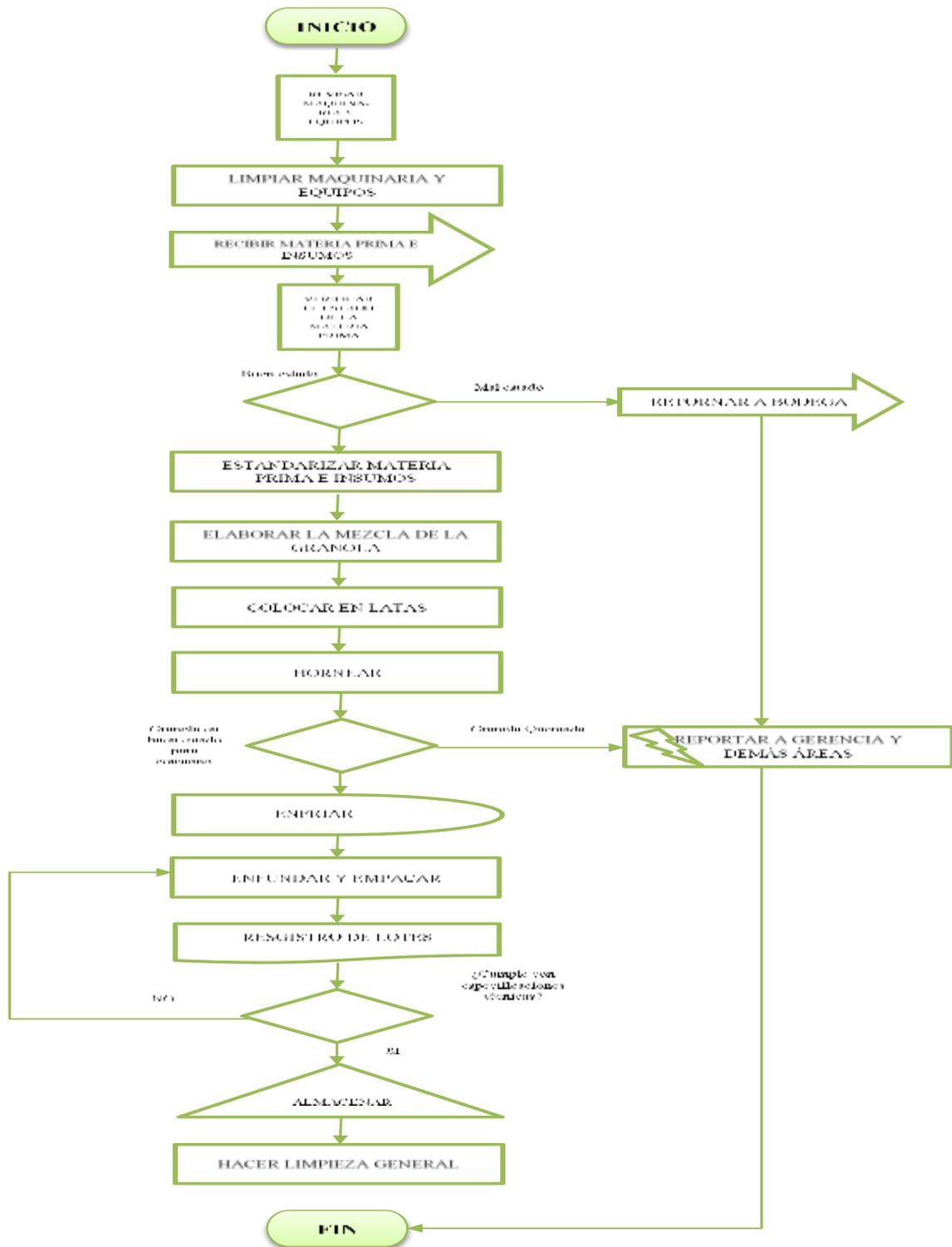
4.4.3. Ingeniería.

Para el proyecto de exportación de granola Nutricereal de 340 gr. se identificará el proceso de producción que NUTRICEREALES sigue para la obtención de su producto, así como el proceso de ventas actual y con la exportación, así también se identificará una distribución en planta de la empresa.

4.4.3.1. Procesos de NUTRICEREALES.

El primer proceso que se identifica en NUTRICEREALES, es el proceso de producción, el mismo que es el principal y razón de ser de la empresa, por tal se propone el siguiente flujograma:

Gráfico 18. Proceso de producción de granola Nutricereal

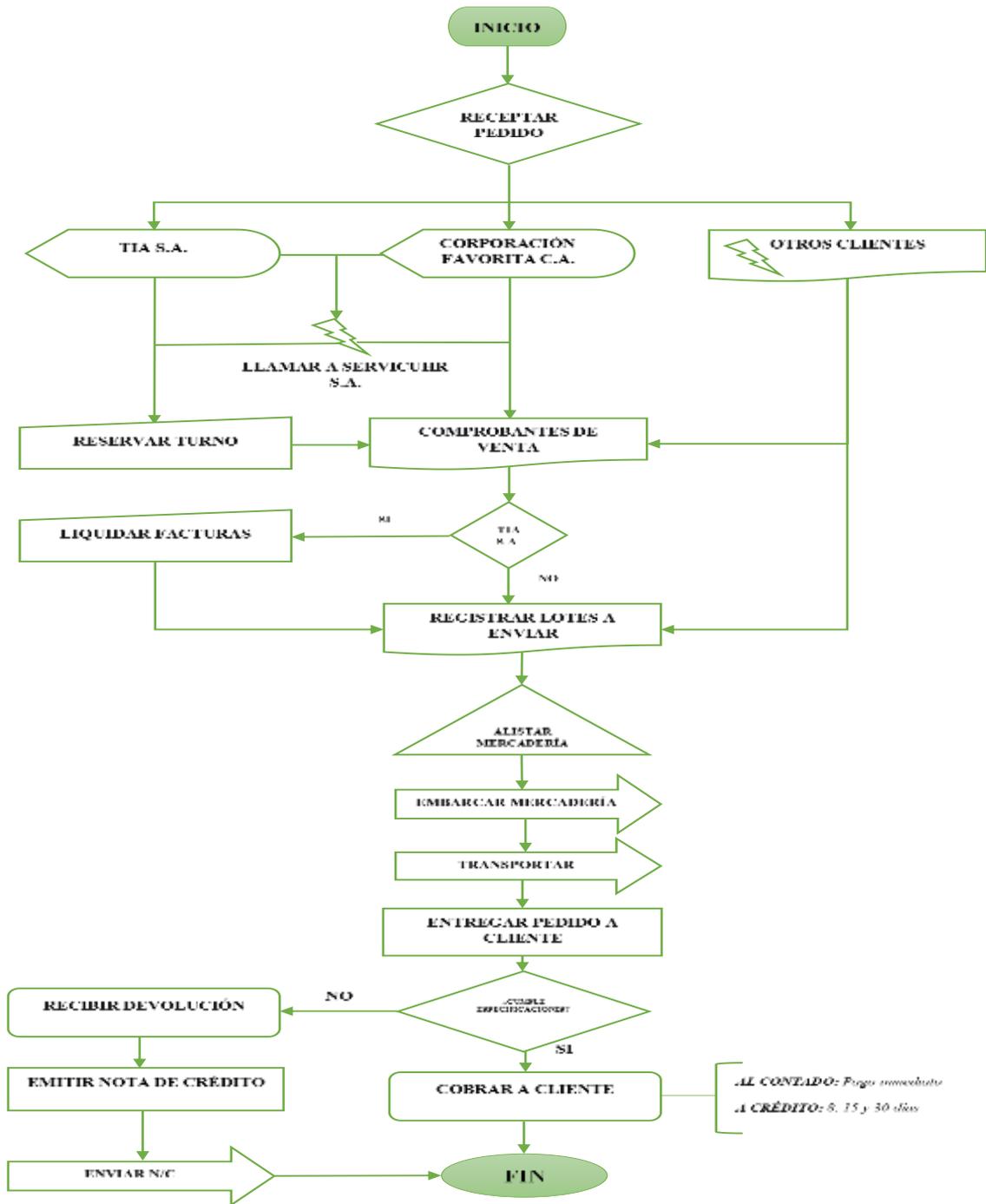


Fuente: Manual de procesos de NUTRICEREALES

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca

El segundo proceso que se propone a la empresa NUTRICEREALES en el siguiente flujograma es el proceso de ventas a nivel nacional.

Gráfico 19: Diagrama de flujo del proceso de ventas de NUTRICEREALES, actual.

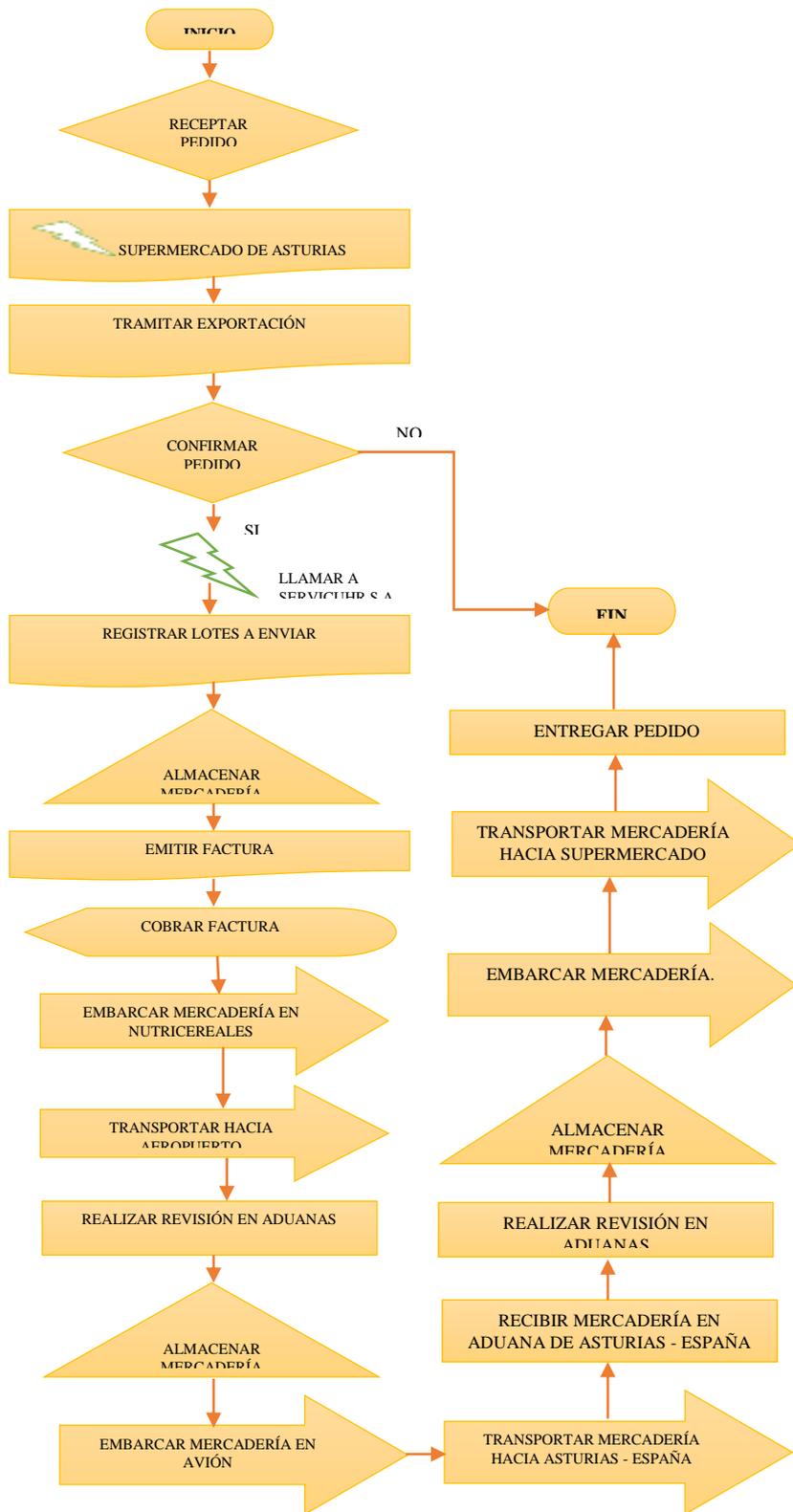


Fuente: Manual de procesos de NUTRICEREALES.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

A continuación se propone a NUTRICEREALES el siguiente flujograma para el proceso de exportación hacia el Supermercado Alimerka de Asturias - España.

Gráfico 20: Diagrama de flujo del proceso de ventas por exportación hacia Asturias – España

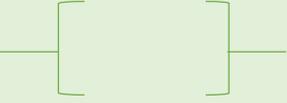


Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Cuadro 21: Simbología de flujogramas.

| SÍMBOLO | NOMBRE | DESCRIPCIÓN |
|---|------------------------|--|
|  | Inicio o Fin | Para indicar en dónde empieza y termina el diagrama |
|  | Actividad | Representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento. |
|  | Actividad opcional | Representa la ejecución opcional de una tarea dentro de la secuencia del procedimiento. |
|  | Decisión | Indica una pregunta para evaluar una condición y plantear la selección de una alternativa. |
|  | Transporte – Traslado | Ocurre cuando un objeto o grupo de ellos son movidos de un lugar a otro, o el trabajador que está efectuando la operación o inspección. Ej. Mover material a mano de un área a otra. |
|  | Inspección | Ocurre cuando un objeto o grupo de ellos son examinados para su identificación o para comprobar y verificar la calidad o cantidad de cualesquiera de sus características. |
|  | Documentación/Registro | Representa cualquier tipo de documento, formato o |

| | | |
|---|----------------------------|---|
| | | cualquier escrito que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento. |
|  | Multi documento | Indica la necesidad de varios documentos en un paso del proceso. Refiere a un conjunto de documentos. |
|  | Tiempo en espera – Retraso | Representa un periodo de espera que parte de un proceso. |
|  | Almacenamiento | Por lo general indica el almacenamiento de materias primas. |
|  | Almacenamiento | Por lo general indica el almacenamiento de productos terminados. |
|  | Manual de entrada | Muestra los pasos del proceso donde se le pide al usuario introducir o ingresar manualmente en un sistema para obtener información. |
|  | Mostrar | Indica una etapa del proceso donde la información, se muestra a una persona (Por ej. Los usuarios de PC) |
|  | Suplente Proceso | Se utiliza cuando el paso de flujo del proceso es una alternativa a la etapa del proceso normal. |
|  | Línea de flujo | Indican el sentido de ejecución de las operaciones, señalan el orden en que se |

| | | |
|---|-----------------------|--|
| | | deben realizar las distintas operaciones. |
|  | Línea conectora | Sirve de unión entre dos símbolos. |
|  | Nota aclaratoria | Es un elemento que se adiciona a una operación o actividad para dar una explicación. |
|  | Línea de comunicación | Proporciona la transmisión de información de un lugar a otro por ej. Vía telefónica. |

Fuente: Manual de procesos de NUTRICEREALES.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.4.3.2. Distribución en planta

Gráfico 21: Distribución en planta



Fuente: NUTRICEREALES.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.5. ESTUDIO FINANCIERO

4.5.1. Inversión del Proyecto.

NUTRICEREALES para el presente proyecto de exportación deberá invertir sobre todo en activos fijos como se detalla a continuación.

Cuadro 22. Inversión de activos fijos

| NUTRICEREALES | | | | | |
|-----------------------------------|--|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------------------|
| INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS | | | | | |
| CANTIDAD | DETALLE | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL | APORTE PROPIO | FINANCIAMIENTO BANECUADOR |
| 1 | Terreno | \$50,000.00 | \$50,000.00 | \$50,000.00 | |
| 1 | Construcción Edificios | \$125,000.00 | \$125,000.00 | \$125,000.00 | |
| | MUEBLES Y ENCERES | | | | |
| 2 | Silla ejecutiva | \$120.00 | \$240.00 | \$240.00 | |
| 8 | Silla regulares | \$20.00 | \$160.00 | \$160.00 | |
| 2 | Archivador | \$320.00 | \$640.00 | \$640.00 | |
| 2 | Escritorio | \$400.00 | \$800.00 | \$800.00 | |
| | EQUIPOS DE OFICINA | | | | |
| 2 | Calefactores | \$105.00 | \$210.00 | \$210.00 | |
| 1 | Teléfono | \$60.00 | \$60.00 | \$60.00 | |
| 1 | Teléfono celular | \$480.00 | \$480.00 | \$480.00 | |
| | EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | | | |
| 1 | Computadora de escritorio | \$800.00 | \$800.00 | \$800.00 | |
| 2 | Computadoras portátil | \$1,500.00 | \$3,000.00 | \$3,000.00 | |
| 1 | Impresora multifuncional | \$290.00 | \$290.00 | \$290.00 | |
| 1 | Impresora matricial | \$450.00 | \$450.00 | \$450.00 | |
| 1 | Impresora para imprimir códigos de barra | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 | |
| | MAQUINARIA Y EQUIPOS | | | | |
| 2 | Hornos industriales | \$16,000.00 | \$32,000.00 | \$16,000.00 | \$16,000.00 |
| 8 | Carros de horno de 40 latas | \$160.00 | \$1,280.00 | \$640.00 | \$640.00 |
| 2 | Mezcladoras industriales | \$5,000.00 | \$10,000.00 | \$5,000.00 | \$5,000.00 |
| 2 | Ralladores industriales de coco | \$750.00 | \$1,500.00 | \$1,500.00 | |
| 2 | Licuadoras industriales | \$450.00 | \$900.00 | \$900.00 | |
| 2 | Selladora / Codificadora | \$3,000.00 | \$6,000.00 | \$3,000.00 | \$3,000.00 |
| 1 | Selladora industrial | \$300.00 | \$300.00 | \$300.00 | |
| 1 | Congelador | \$490.00 | \$490.00 | \$490.00 | |
| 2 | Cocina Industrial | \$280.00 | \$560.00 | \$280.00 | \$280.00 |
| 3 | Balanzas digitales pequeñas | \$60.00 | \$180.00 | \$180.00 | |
| 2 | Balanzas digitales grandes | \$175.00 | \$350.00 | \$350.00 | |
| 1 | Molino | \$40.00 | \$40.00 | \$40.00 | |
| 8 | Mesa de acero inoxidable | \$200.00 | \$1,600.00 | \$1,200.00 | \$400.00 |
| 4 | Cilindro de gas industrial | \$60.00 | \$240.00 | \$240.00 | |
| 1 | Atrapamoscas | \$60.00 | \$60.00 | \$60.00 | |
| 2 | Casilleros | \$160.00 | \$320.00 | \$320.00 | |
| 10 | Recipientes | \$30.00 | \$300.00 | \$180.00 | \$120.00 |
| 1 | Utensillos de cocina | \$500.00 | \$500.00 | \$260.00 | \$240.00 |
| | VEHÍCULOS | | | | |
| 1 | Camioneta | \$30,000.00 | \$30,000.00 | \$30,000.00 | |
| | TOTAL INVERSIÓN | | \$268,870.00 | \$243,190.00 | \$25,680.00 |
| | | | FINANCIAMIENTO | 90% | 10% |

Fuente: NUTRICEREALES.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.5.2. Financiamiento del Proyecto.

NUTRICEREALES, financiará el presente proyecto de exportación con un crédito a BANECUADOR, para cubrir la inversión en cuanto a equipos y maquinaria que dan un total de \$ 25.680,00.

Cuadro 23: Equipos y maquinarias a financiar

| DETALLE | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-----------------------------|----------|----------------|--------------|
| EQUIPOS Y MAQUINARIAS | | | \$ 25,680.00 |
| Horno industrial | 1 | \$ 16,000.00 | \$ 16,000.00 |
| Mezcladora | 1 | \$ 5,000.00 | \$ 5,000.00 |
| Mesas de acero inoxidable | 2 | \$ 200.00 | \$ 400.00 |
| Cocina industrial | 1 | \$ 280.00 | \$ 280.00 |
| Selladora / Codificadora | 1 | \$ 3,000.00 | \$ 3,000.00 |
| Recipientes | 4 | \$ 30.00 | \$ 120.00 |
| Carros de horno de 40 latas | 4 | \$ 160.00 | \$ 640.00 |
| Ollas | 3 | \$ 80.00 | \$ 240.00 |

Fuente: NUTRICEREALES.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Además NUTRICEREALES invertirá en capital de trabajo, es decir en materia prima \$ 311,477.34, de los cuales buscará financiamiento con BanEcuador por un valor de \$ 4,320.00.

Cuadro 24: Capital de trabajo a financiar

| NUTRICEREALES | | | | |
|---------------------------|---|--|--|----------------------------------|
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | |
| AÑO | COSTO DE PRODUCCIÓN VARIABLE TOTAL |  CAPITAL DE TRABAJO | INVERSIÓN INICIAL DE CAPITAL DE TRABAJO | FINANCIAMIENTO BANECUADOR |
| 1 | \$ 311,477.34 | \$ 311,477.34 | \$ 311,477.34 | \$ 4,320.00 |
| 2 | \$ 389,346.68 | \$ 77,869.336 | | |
| 3 | \$ 486,683.35 | \$ 408,814.014 | | |
| 4 | \$ 608,354.19 | \$ 199,540.174 | | |
| 5 | \$ 760,442.73 | \$ 560,902.561 | | |
| TOTAL | | \$ 1,558,603.43 | \$ 311,477.34 | \$ 4,320.00 |

Fuente: Cuadros 27 y 29.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

NUTRICEREALES cuenta con un capital de trabajo de \$ 87,094.10, con los cuales puede solventar una parte de la inversión requerida en cuanto a materia prima, una vez saldado las cuentas de pasivos corrientes.

Cuadro 25: Capital de trabajo de cuentas corrientes.

| | |
|-------------------------------|---------------------|
| ACTIVOS CORRIENTES | \$ 101,689.69 |
| (-) PASIVOS CORRIENTES | \$ 14,595.59 |
| (=) CAPITAL DE TRABAJO | \$ 87,094.10 |

Fuente: Cuadro 32.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Cuadro 26: Tabla de amortización de crédito otorgado por BanEcuador.

| | | | | | |
|---------------------------------|--------------------------------------|----------------|----------------|---------------------------|----------------------|
| TIPO DE CRÉDITO: | Pequeñas y medianas empresas - pymes | | | | |
| DESTINO: | Activo Fijo y Capital de trabajo | | | | |
| FORMA DE PAGO: | Trimestral | | | | |
| TASA: | 9.76% | | | | |
| MONTO: | \$30,000.00 | | | | |
| PLAZO: | 5 años | | | | |
| SISTEMA DE AMORTIZACIÓN: | Capital Fijo | | | | |
| CUOTA | SALDO CAPITAL | CAPITAL | INTERÉS | SEGURO DESGRAVAMEN | VALOR A PAGAR |
| 1 | \$ 30,000.00 | \$ 6,000.00 | \$ 2,928.00 | \$ 8.56 | \$ 8,936.56 |
| 2 | \$ 24,000.00 | \$ 6,000.00 | \$ 2,342.40 | \$ 6.85 | \$ 8,349.25 |
| 3 | \$ 18,000.00 | \$ 6,000.00 | \$ 1,756.80 | \$ 5.14 | \$ 7,761.94 |
| 4 | \$ 12,000.00 | \$ 6,000.00 | \$ 1,171.20 | \$ 3.42 | \$ 7,174.62 |
| 5 | \$ 6,000.00 | \$ 6,000.00 | \$ 585.60 | \$ 1.71 | \$ 6,587.31 |

Fuente: <https://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>

Elaborado por: BanEcuador.

4.5.3. Ingresos

Cuadro 27. Ingresos – Ventas de exportación

| AÑO | CANTIDAD A PRODUCIR | PRECIO | | TOTAL INGRESOS | |
|-----|---------------------|--------|------|----------------|--------------|
| | | \$ | € | \$ | € |
| 1 | 336,000 | 3.20 | 2.58 | 865,267.20 | 865,267.20 |
| 2 | 420,000 | 3.20 | 2.58 | 1,081,584.00 | 1,081,584.00 |
| 3 | 525,000 | 3.20 | 2.58 | 1,351,980.00 | 1,351,980.00 |
| 4 | 656,250 | 3.20 | 2.58 | 1,689,975.00 | 1,689,975.00 |
| 5 | 820,313 | 3.20 | 2.58 | 2,112,468.75 | 2,112,468.75 |

Fuente: Cuadro 14, 20 y 29. y NUTRICEREALES

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca

| AÑO | CANTIDAD A PRODUCIR | PRECIO | TOTAL INGRESOS |
|-----|---------------------|---------|----------------|
| 1 | 240,000 | \$ 1.68 | \$ 403,200.00 |
| 2 | 300,000 | \$ 1.68 | \$ 504,000.00 |
| 3 | 375,000 | \$ 1.68 | \$ 630,000.00 |
| 4 | 468,750 | \$ 1.68 | \$ 787,500.00 |
| 5 | 585,938 | \$ 1.68 | \$ 984,375.00 |

Cuadro 28: Ingresos – Ventas Nacionales

Fuente: Cuadro 14, 29 y NUTRICEREALES.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca

4.5.4. Costo de Producción

Cuadro 29: Costo de producción de granola Nutricereal de 340 gr.

| COSTO DE PRODUCCIÓN GRANOLA 340 GR. | | | | |
|---|--------|----------|---------|--------------|
| DETALLE | UNIDAD | CANTIDAD | P.C.U | TOTAL/PARADA |
| MATERIA PRIMA | | | | |
| Avena | libras | 28.00 | \$ 0.39 | \$ 10.92 |
| Ajonjolí | gramos | 30.00 | \$ 0.01 | \$ 0.30 |
| Coco | unidad | 1.50 | \$ 1.00 | \$ 1.50 |
| Pasas | gramos | 400.00 | \$ 0.01 | \$ 4.00 |
| Escencias | ml | 50.00 | \$ 0.02 | \$ 1.00 |
| Canela molida | gramos | 0.60 | \$ 0.01 | \$ 0.01 |
| Panela | gramos | 2.00 | \$ 0.95 | \$ 1.90 |
| Azúcar | gramos | 800.00 | \$ 0.01 | \$ 8.00 |
| Sal | gramos | 100.00 | \$ 0.01 | \$ 1.00 |
| Aceite | litros | 1.50 | \$ 1.45 | \$ 2.18 |
| Almendras | gramos | 130.00 | \$ 0.02 | \$ 2.60 |
| Espesarios | gramos | 20.00 | \$ 0.01 | \$ 0.20 |
| TOTAL MATERIA PRIMA | | | | \$ 33.72 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | | | | |
| Trabajadores asegurados | | 8 | \$ 1.04 | \$ 8.31 |
| trabajadores x horas | | 2 | \$ 0.52 | \$ 1.04 |
| TOTAL M.O.D | | | | \$ 9.35 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | |
| codificación | Unidad | 53.00 | \$ 0.01 | \$ 0.29 |
| arriendo | | 1.00 | \$ 1.25 | \$ 1.25 |
| cartón | | 2.00 | \$ 1.75 | \$ 3.50 |
| cinta | | 1.00 | \$ 0.90 | \$ 0.90 |
| Combustible | | 3.00 | \$ 0.93 | \$ 2.78 |
| Gas | | 0.01 | \$ 1.60 | \$ 0.01 |
| Funda | | 53.00 | \$ 0.03 | \$ 1.56 |
| Agua | | 1.00 | \$ 0.06 | \$ 0.06 |
| Luz | | 1.00 | \$ 0.10 | \$ 0.10 |
| Teléfono | | 1.00 | \$ 0.11 | \$ 0.11 |
| Internet | | 1.00 | \$ 0.10 | \$ 0.10 |
| Mano de obra indirecta | | 1.00 | \$ 2.95 | \$ 2.95 |
| Transporte | | 1.00 | \$ 4.17 | \$ 4.17 |
| Depreciaciones | | 1.00 | \$ 1.37 | \$ 1.37 |
| Cyler | | 1.00 | \$ 0.90 | \$ 0.90 |
| Patentes y permisos | | 1.00 | \$ 0.56 | \$ 0.56 |
| Mantenimiento maq | | 1.00 | \$ 0.33 | \$ 0.33 |
| Etiquetas | | 53.00 | \$ 0.04 | \$ 2.21 |
| TOTAL C.I.F | | | | \$ 23.14 |
| TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN/PARADA | | | | \$ 66.21 |
| TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN POR FUNDA | | | | \$ 1.25 |

Fuente: Registros contables de NUTRICEREALES.
Elaborado por: Ing. Olga Uquillas.

4.5.5. Flujo de Caja.

Cuadro 30: Flujo de caja

| NUTRICEREALES | | | | | | |
|---|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ventas Exportación | | \$865,267.20 | \$1,081,584.00 | \$1,351,980.00 | \$1,689,975.00 | \$2,112,468.75 |
| Ventas Nacionales | | \$403,200.00 | \$504,000.00 | \$630,000.00 | \$787,500.00 | \$984,375.00 |
| (-) Costo de Producción | | \$720,000.00 | \$900,000.00 | \$1,125,000.00 | \$1,406,250.00 | \$1,757,812.50 |
| = Utilidad Bruta | | \$548,467.20 | \$685,584.00 | \$856,980.00 | \$1,071,225.00 | \$1,339,031.25 |
| (-) Gastos de Administración | | \$90,116.11 | \$90,116.11 | \$90,116.11 | \$90,116.11 | \$90,116.11 |
| (-) Gasto Ventas | | \$25,862.03 | \$25,862.03 | \$25,862.03 | \$25,862.03 | \$25,862.03 |
| (-) Gasto Financiero | | \$2,936.56 | \$2,349.25 | \$1,761.94 | \$1,174.62 | \$587.31 |
| = Utilidad Antes de Participación a Trabajadores | | \$429,552.49 | \$567,256.60 | \$739,239.91 | \$954,072.23 | \$1,222,465.79 |
| (-) 15% Participación a Trabajadores | | \$64,432.87 | \$85,088.49 | \$110,885.99 | \$143,110.84 | \$183,369.87 |
| = Utilidad antes de Impuesto a la Renta | | \$365,119.62 | \$482,168.11 | \$628,353.93 | \$810,961.40 | \$1,039,095.92 |
| (-) Impuesto a la Renta | | \$110,026.87 | \$150,993.84 | \$202,158.87 | \$266,071.49 | \$345,918.57 |
| = Utilidad Neta | | \$255,092.75 | \$331,174.27 | \$426,195.05 | \$544,889.91 | \$693,177.35 |
| (+) Depreciaciones | | \$20,993.79 | \$20,993.79 | \$20,993.79 | \$20,993.79 | \$20,993.79 |
| (-) Amortización Capital Crédito | | \$6,000.00 | \$6,000.00 | \$6,000.00 | \$6,000.00 | \$6,000.00 |
| Inversión en Activos Fijos | -\$268,870.00 | | | | | |
| Inversión en Capital de Trabajo | -\$311,477.34 | | | | | |
| FLUJO DE CAJA | -\$580,347.34 | \$270,086.55 | \$346,168.07 | \$441,188.85 | \$559,883.70 | \$708,171.15 |

Fuente: Cuadros 23, 24, 26, 27, 28 y 29.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.5.6. Estados Financieros.

Cuadro 31: Estado de Resultados de NUTRICEREALES año 2017

| NUTRICEREALES | | | |
|--|--------------------|----------------------|----------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | | | |
| DEL 02 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017 | | | |
| VENTAS NETAS | | | \$ 381,224.83 |
| Ventas | \$ 395,864.74 | | |
| Devolución en ventas | \$ (751.51) | | |
| Gasto Transporte | \$ (13,888.40) | | |
| UTILIDAD EN VENTA DE PROPIEDADES, PLANTA Y | | | \$ 3,706.00 |
| COSTO DE VENTAS | | | \$ 130,174.53 |
| Inventario Materia Prima (Inicial) | | \$ 6,744.86 | |
| Inventario Productos Terminados (Inicial) | | \$ 6,742.32 | |
| COMPRAS NETAS | | \$ 118,142.61 | |
| Compras | \$ 122,934.38 | | |
| Descuento en compras | \$ (473.10) | | |
| Devolución en compras | \$ (4,400.67) | | |
| Transporte en compras | \$ 82.00 | | |
| Inventario Materia Prima (Final) | | \$ (1,150.00) | |
| Inventario de Suministros y Materiales (Final) | | \$ (305.26) | |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | | | \$ 254,756.30 |
| (-) GASTOS OPERACIONALES | | | \$ 138,292.34 |
| Interes | \$ 4,232.57 | | |
| Seguro | \$ 8,377.24 | | |
| Gasto combustible y lubricantes | \$ 1,198.39 | | |
| Suministros, materiales y repuestos | \$ 20,219.24 | | |
| Gasto servicio de internet | \$ 430.80 | | |
| Otros gastos | \$ 22,900.86 | | |
| Gasto sueldos y salarios | \$ 38,089.93 | | |
| Gasto aporte IESS | \$ 8,227.84 | | |
| Impuesto, contribuciones y otros | \$ 1,898.94 | | |
| Gastos de gestión | \$ 10,520.29 | | |
| Promoción y publicidad | \$ 4,444.40 | | |
| Comisión bancaria | \$ 15.28 | | |
| BENEFICIOS SOCIALES, INDEMNIZACIONES | \$ 7,379.48 | | |
| Depreciación Equipo de cómputo | \$ 376.92 | | |
| Depreciación maquinaria, equipo e instalaciones | \$ 2,385.52 | | |
| Depreciación vehículo | \$ 6,641.43 | | |
| Depreciación muebles y encerres | \$ 37.08 | | |
| Depreciación Equipo de tecnología | \$ 244.99 | | |
| Depreciación Otros propiedad, planta y equipo | \$ 3.16 | | |
| Servicios profesionales | \$ 400.00 | | |
| Gasto provisión cuentas incobrables | \$ 267.97 | | |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | | | \$ 116,463.96 |

Fuente: Registros Contables de NUTRICEREALES.

Elaborado por: Ing. Olga Uquillas.

Cuadro 32. Balance general de NUTRICEREALES, año 2017.

| NUTRICEREALES | | | |
|---|----------------|--|------------------------|
| BALANCE GENERAL | | | |
| DEL 02 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017 | | | |
| ACTIVO | | | |
| ACTIVO CORRIENTE | | | \$ 101,689.69 |
| <u>Activo Disponible</u> | | | |
| Caja/bancos | \$ 73,704.91 | | |
| <u>Activo exigible</u> | | | |
| Cuentas por cobrar | \$ 26,797.49 | | |
| (-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES | \$ (267.97) | | |
| <u>Activo realizable</u> | | | |
| Inventario de Materia Prima | \$ 1,150.00 | | |
| Inventario de Suministros y Materiales | \$ 305.26 | | |
| | | | |
| ACTIVO FIJO | | | \$ 111,557.42 |
| <u>Activo No Depreciable</u> | | | |
| Terreno | \$ 50,000.00 | | |
| <u>Activo Depreciable</u> | | | |
| Equipo de Cómputo | \$ 2,815.39 | | |
| Maquinaria, equipo e instalaciones | \$ 28,727.13 | | |
| Vehículo | \$ 47,106.93 | | |
| Muebles y enseres | \$ 458.50 | | |
| Equipo de tecnología | \$ 1,096.97 | | |
| Otros propiedad, planta y equipo | \$ 35.09 | | |
| (-) Depreciación acumulada Otros | \$ (18,682.59) | | |
| OTROS ACTIVOS | | | \$ 7,934.62 |
| Crédito Tributario Retenciones en la | \$ - | | |
| Crédito Tributario Impuesto a la Renta | \$ 3,981.04 | | |
| A.R.F.I.R. 1% | \$ 3,953.58 | | |
| TOTAL ACTIVOS | | | \$221,181.7286 |
| PASIVO | | | |
| <u>Pasivo corto plazo</u> | | | |
| Cuentas por pagar | \$ 10,960.79 | | |
| Impuesto por pagar | \$ 2,866.35 | | |
| IESS por pagar | \$ 768.45 | | |
| <u>Pasivo Largo Plazo</u> | | | |
| Préstamo bancario | \$ 30,966.60 | | |
| <u>Otros Pasivos</u> | | | |
| Anticipo impuesto a la renta | \$ 1,917.48 | | |
| TOTAL PASIVO | | | \$ 47,479.66 |
| PATRIMONIO | | | |
| Capital social | \$ 44,917.47 | | |
| Utilidad o pérdida del ejercicio anterior | \$ 12,320.64 | | |
| Utilidad del ejercicio | \$ 116,463.96 | | |
| TOTAL PATRIMONIO | | | \$ 173,702.07 |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | | | \$ 221,181.7286 |

Fuente: Registros contables de NUTRICEREALES.

Elaborado por: Ing. Olga Uquillas.

Cuadro 33: Estado de resultados proyectado.

| NUTRICEREALES | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ventas por Exportación | \$865,267.20 | \$1,081,584.00 | \$1,351,980.00 | \$1,689,975.00 | \$2,112,468.75 |
| Ventas Nacionales | \$403,200.00 | \$504,000.00 | \$630,000.00 | \$787,500.00 | \$984,375.00 |
| (-) Costo de Producción | \$720,000.00 | \$900,000.00 | \$1,125,000.00 | \$1,406,250.00 | \$1,757,812.50 |
| = Utilidad Bruta | \$548,467.20 | \$685,584.00 | \$856,980.00 | \$1,071,225.00 | \$1,339,031.25 |
| (-) Gastos de Administración | \$90,116.11 | \$90,116.11 | \$90,116.11 | \$90,116.11 | \$90,116.11 |
| (-) Gasto Ventas | \$25,862.03 | \$25,862.03 | \$25,862.03 | \$25,862.03 | \$25,862.03 |
| (-) Gasto Financiero | \$2,936.56 | \$2,349.25 | \$1,761.94 | \$1,174.62 | \$587.31 |
| = Utilidad Antes de Participación a Trabajadores | \$429,552.49 | \$567,256.60 | \$739,239.91 | \$954,072.23 | \$1,222,465.79 |
| (-) 15% Participación a Trabajadores | \$64,432.87 | \$85,088.49 | \$110,885.99 | \$143,110.84 | \$183,369.87 |
| = Utilidad antes de Impuesto a la Renta | \$365,119.62 | \$482,168.11 | \$628,353.93 | \$810,961.40 | \$1,039,095.92 |
| (-) Impuesto a la Renta | \$110,026.87 | \$150,993.84 | \$202,158.87 | \$266,071.49 | \$345,918.57 |
| = Utilidad Neta | \$255,092.75 | \$331,174.27 | \$426,195.05 | \$544,889.91 | \$693,177.35 |

Fuente: Cuadro 30.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca

Cuadro 34: Análisis vertical del Estado de Resultados año 2017

| NUTRICERALES | | | | | | |
|---|----------------|---------------|---------------|---------|--------|--------|
| ANÁLISIS VERTICAL | | | | | | |
| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | |
| DEL 02 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017 | | | | | | |
| INGRESOS | | | \$ 384,930.83 | | | 100% |
| VENTAS NETAS | | | \$ 381,224.83 | | 99.04% | |
| Ventas | \$ 395,864.74 | | | 102.84% | | |
| Devolución en ventas | \$ (751.51) | | | -0.20% | | |
| Gasto Transporte | \$ (13,888.40) | | | -3.61% | | |
| UTILIDAD EN VENTA DE PROPIEDADES, PLANTA Y | | | \$ 3,706.00 | | 0.96% | |
| COSTO DE VENTAS | | | \$ 130,174.53 | | | 33.82% |
| Inventario Materia Prima (Inicial) | | \$ 6,744.86 | | | 1.75% | |
| Inventario Productos Terminados (Inicial) | | \$ 6,742.32 | | | 1.75% | |
| COMPRAS NETAS | | \$ 118,142.61 | | | 30.69% | |
| Compras | \$ 122,934.38 | | | 31.94% | | |
| Descuento en compras | \$ (473.10) | | | -0.12% | | |
| Devolución en compras | \$ (4,400.67) | | | -1.14% | | |
| Transporte en compras | \$ 82.00 | | | 0.02% | | |
| Inventario Materia Prima (Final) | | \$ (1,150.00) | | | -0.30% | |
| Inventario de Suministros y Materiales (Final) | | \$ (305.26) | | | -0.08% | |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | | | \$ 254,756.30 | | | 65.22% |
| (-) GASTOS OPERACIONALES | | | \$ 138,292.34 | | | 35.93% |
| Interes | \$ 4,232.57 | | | 1.10% | | |
| Seguro | \$ 8,377.24 | | | 2.18% | | |
| Gasto combustible y lubricantes | \$ 1,198.39 | | | 0.31% | | |
| Suministros, materiales y repuestos | \$ 20,219.24 | | | 5.25% | | |
| Gasto servicio de internet | \$ 430.80 | | | 0.11% | | |
| Otros gastos | \$ 22,900.86 | | | 5.95% | | |
| Gasto sueldos y salarios | \$ 38,089.93 | | | 9.90% | | |
| Gasto aporte IESS | \$ 8,227.84 | | | 2.14% | | |
| Impuesto, contribuciones y otros | \$ 1,898.94 | | | 0.49% | | |
| Gastos de gestión | \$ 10,520.29 | | | 2.73% | | |
| Promoción y publicidad | \$ 4,444.40 | | | 1.15% | | |
| Comisión bancaria | \$ 15.28 | | | 0.00% | | |
| BENEFICIOS SOCIALES, INDEMNIZACIONES | \$ 7,379.48 | | | 1.92% | | |
| Depreciación Equipo de cómputo | \$ 376.92 | | | 0.10% | | |
| Depreciación maquinaria, equipo e instalaciones | \$ 2,385.52 | | | 0.62% | | |
| Depreciación vehículo | \$ 6,641.43 | | | 1.73% | | |
| Depreciación muebles y enseres | \$ 37.08 | | | 0.01% | | |
| Depreciación Equipo de tecnología | \$ 244.99 | | | 0.06% | | |
| Depreciación Otros propiedad, planta y equipo | \$ 3.16 | | | 0.00% | | |
| Servicios profesionales | \$ 400.00 | | | 0.10% | | |
| Gasto provisión cuentas incobrables | \$ 267.97 | | | 0.07% | | |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | | | \$ 116,463.96 | | | 63.11% |

Fuente: Cuadro 31

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca

El 33.82% de los recursos que provienen de los ingresos se ha invertido en el costo de ventas, es decir en compras e inventarios para poder producir la granola Nutricereal, mientras que el 35.93% de los valores generados por los ingresos han sido destinados para cubrir los gastos operacionales de NUTRICEREALES.

Cuadro 35: Análisis vertical del Estado de Resultados proyectado

| NUTRICEREALES | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|
| ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO | | | | | | | | | | |
| ANÁLISIS VERTICAL | | | | | | | | | | |
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| Ventas Totales | \$1,268,467.20 | 100.00% | \$1,585,584.00 | 100.00% | \$1,981,980.00 | 100.00% | \$2,477,475.00 | 100.00% | \$3,096,843.75 | 100.00% |
| Ventas por Exportación | \$865,267.20 | 68.21% | \$1,081,584.00 | 68.21% | \$1,351,980.00 | 68.21% | \$1,689,975.00 | 68.21% | \$2,112,468.75 | 68.21% |
| Ventas Nacionales | \$403,200.00 | 31.79% | \$504,000.00 | 31.79% | \$630,000.00 | 31.79% | \$787,500.00 | 31.79% | \$984,375.00 | 31.79% |
| (-) Costo de Producción | \$720,000.00 | 56.76% | \$900,000.00 | 56.76% | \$1,125,000.00 | 56.76% | \$1,406,250.00 | 56.76% | \$1,757,812.50 | 56.76% |
| = Utilidad Bruta | \$548,467.20 | 43.24% | \$685,584.00 | 43.24% | \$856,980.00 | 43.24% | \$1,071,225.00 | 43.24% | \$1,339,031.25 | 43.24% |
| (-) Gastos de Administración | \$90,116.11 | 7.10% | \$90,116.11 | 5.68% | \$90,116.11 | 4.55% | \$90,116.11 | 3.64% | \$90,116.11 | 2.91% |
| (-) Gasto Ventas | \$25,862.03 | 2.04% | \$25,862.03 | 1.63% | \$25,862.03 | 1.30% | \$25,862.03 | 1.04% | \$25,862.03 | 0.84% |
| (-) Gasto Financiero | \$2,936.56 | 0.23% | \$2,349.25 | 0.15% | \$1,761.94 | 0.09% | \$1,174.62 | 0.05% | \$587.31 | 0.02% |
| = Utilidad Antes de Participación a Trabajadores | \$429,552.49 | 33.86% | \$567,256.60 | 35.78% | \$739,239.91 | 37.30% | \$954,072.23 | 38.51% | \$1,222,465.79 | 39.47% |
| (-) 15% Participación a Trabajadores | \$64,432.87 | 5.08% | \$85,088.49 | 5.37% | \$110,885.99 | 5.59% | \$143,110.84 | 5.78% | \$183,369.87 | 5.92% |
| = Utilidad antes de Impuesto a la Renta | \$365,119.62 | 28.78% | \$482,168.11 | 30.41% | \$628,353.93 | 31.70% | \$810,961.40 | 32.73% | \$1,039,095.92 | 33.55% |
| (-) Impuesto a la Renta | \$110,026.87 | 8.67% | \$150,993.84 | 9.52% | \$202,158.87 | 10.20% | \$266,071.49 | 10.74% | \$345,918.57 | 11.17% |
| = Utilidad Neta | \$255,092.75 | 20.11% | \$331,174.27 | 20.89% | \$426,195.05 | 21.50% | \$544,889.91 | 21.99% | \$693,177.35 | 22.38% |

Fuente: Cuadro 33.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

En el primer año del proyecto de exportación de las ventas de NUTRICEREALES, el 68.21% corresponde a las ventas destinadas para la exportación y el 31.79% para ventas nacionales; el 56.76% de los recursos provenientes de las ventas totales se invierte en su costo de producción, para poder fabricar la granola, mientras que el 7.10% de los ingresos se destina a cubrir sus gastos administrativos, el 2.04% de las ventas se destina a los gastos de ventas, el 0.23% de los valores por ventas se destina al gasto financiero, el 5.08% de los ingresos de igual forma está destinado para la participación de utilidades a los trabajadores y el 8.67% de ingresos se destina para el pago de impuesto a la renta al SRI. Deduciendo esos valores a cubrir con los recursos obtenidos por las ventas resulta una utilidad neta para NUTRICEREALES del 20.11% del total de ventas.

En el segundo año del presente proyecto igual que el primer año de las ventas de NUTRICEREALES, el 68.21% destinará para la exportación y el 31.79% para ventas nacionales; el 56.76% de los recursos provenientes de las ventas totales se invertirá en compras e inventarios, para poder fabricar la granola, mientras que el 5.68% de los ingresos se destina a cubrir sus gastos administrativos, el 1.63% de las ventas se destina a los gastos de ventas, el 0.15% de los valores por ventas se destina al gasto financiero, el 5.37% de los ingresos de igual forma está destinado para la participación de utilidades a los trabajadores y el 9.52% de ingresos se destina para el pago de impuesto a la renta al SRI. Deduciendo los valores a cubrir con los recursos obtenidos por las ventas resulta una utilidad neta para NUTRICEREALES del 20.89% del total de sus ventas.

En el tercer año del presente proyecto de exportación igual que el primer y segundo año de las ventas de NUTRICEREALES, el 68.21% destinará para la exportación y el 31.79% para ventas nacionales; el 56.76% de los recursos provenientes de las ventas totales se invertirá en compras e inventarios, para poder fabricar la granola, mientras que el 4.55% de los ingresos se destina a cubrir sus gastos administrativos, el 1.30% de las ventas se destina a los gastos de ventas, el 0.09% de los valores por ventas se destina al gasto financiero, el 5.59% de los ingresos está destinado para la participación a los trabajadores y el 10.20% de ingresos se destina para el pago de impuesto a la renta al SRI. Deduciendo los valores a cubrir con los recursos obtenidos por las ventas resulta una utilidad neta para NUTRICEREALES del 21.50% del total de sus ventas.

En el cuarto año del proyecto de exportación igual que los tres primeros años de las ventas de NUTRICEREALES, el 68.21% destinará para la exportación y el 31.79% para ventas nacionales; el 56.76% de los recursos provenientes de las ventas totales se invertirá en compras e inventarios, para poder fabricar la granola, mientras que el 3.64% de los ingresos se destina a cubrir sus gastos administrativos, el 1.04% de las ventas se destina a los gastos de ventas, el 0.05% de los valores por ventas se destina al gasto financiero, el 5.59% de los ingresos está destinado para la participación a los trabajadores y el 10.74% de ingresos se destina para el pago de impuesto a la renta al SRI. Deduciendo los valores a cubrir con los recursos obtenidos por las ventas resulta una utilidad neta para NUTRICEREALES del 21.99% del total de sus ventas.

En el quinto año del proyecto de exportación igual que los cuatro primeros años de las ventas de NUTRICEREALES, el 68.21% destinará para la exportación y el 31.79% para ventas nacionales; el 56.76% de los recursos provenientes de las ventas totales se invertirá en compras e inventarios, para poder fabricar la granola, mientras que el 2.91% de los ingresos se destina a cubrir sus gastos administrativos, el 0.84% de las ventas se destina a los gastos de ventas, el 0.02% de los valores por ventas se destina al gasto financiero, el 5.92% de los ingresos está destinado para la participación a los trabajadores y el 11.17% de ingresos se destina para el pago de impuesto a la renta al SRI. Deduciendo los valores a cubrir con los recursos obtenidos por las ventas resulta una utilidad neta para NUTRICEREALES del 22.38% del total de sus ventas.

Cuadro 36: Análisis horizontal de Estado de Resultados.

| NUTRICEREALES | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ANÁLISIS HORIZONTAL | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 2017 | EXPORTACIÓN AÑO 1 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN RELATIVA | EXPORTACIÓN AÑO 2 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN RELATIVA | EXPORTACIÓN AÑO 3 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN RELATIVA | EXPORTACIÓN AÑO 4 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN RELATIVA | EXPORTACIÓN AÑO 5 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN RELATIVA |
| VENTAS TOTALES | \$ 381,224.83 | \$ 1,268,467.20 | \$ 887,242.37 | 100% | \$ 1,585,584.00 | \$ 317,116.80 | 100% | \$ 1,981,980.00 | \$ 396,396.00 | 100% | \$ 2,477,475.00 | \$ 495,495.00 | 100% | \$ 3,096,843.75 | \$ 619,368.75 | 100% |
| VENTAS EXPORTACIÓN | \$ - | \$ 865,267.20 | \$ 865,267.20 | 68% | \$ 1,081,584.00 | \$ 216,316.80 | 68% | \$ 1,351,980.00 | \$ 270,396.00 | 68% | \$ 1,689,975.00 | \$ 337,995.00 | 68% | \$ 2,112,468.75 | \$ 422,493.75 | 68% |
| VENTAS NACIONALES | \$ 381,224.83 | \$ 403,200.00 | \$ 21,975.17 | 32% | \$ 504,000.00 | \$ 100,800.00 | 32% | \$ 630,000.00 | \$ 126,000.00 | 32% | \$ 787,500.00 | \$ 157,500.00 | 32% | \$ 984,375.00 | \$ 196,875.00 | 32% |
| UTILIDAD EN VENTA DE PROPIEDADES, PLANTA Y | \$ 3,706.00 | \$ - | \$ (3,706.00) | 0% | \$ - | \$ - | 0% | \$ - | \$ - | 0% | \$ - | \$ - | 0% | \$ - | \$ - | 0% |
| COSTO DE VENTAS | \$ 130,174.53 | \$ 720,000.00 | \$ 589,825.47 | 57% | \$ 900,000.00 | \$ 180,000.00 | 57% | \$ 1,125,000.00 | \$ 225,000.00 | 57% | \$ 1,406,250.00 | \$ 281,250.00 | 57% | \$ 1,757,812.50 | \$ 351,562.50 | 57% |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | \$ 254,756.30 | \$ 548,467.20 | \$ 293,710.90 | 43% | \$ 685,584.00 | \$ 137,116.80 | 43% | \$ 856,980.00 | \$ 171,396.00 | 43% | \$ 1,071,225.00 | \$ 214,245.00 | 43% | \$ 1,339,031.25 | \$ 267,806.25 | 43% |
| (-) GASTOS OPERACIONALES | \$ 138,292.34 | \$ 118,914.71 | \$ (19,377.63) | 9% | \$ 118,327.40 | \$ (587.31) | 7% | \$ 117,740.09 | \$ (587.31) | 6% | \$ 117,152.77 | \$ (587.32) | 5% | \$ 116,565.46 | \$ (587.31) | 4% |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | \$ 116,463.96 | \$ 429,552.49 | \$ 313,088.54 | 34% | \$ 567,256.60 | \$ 137,704.11 | 36% | \$ 739,239.91 | \$ 171,983.31 | 37% | \$ 954,072.23 | \$ 214,832.32 | 39% | \$ 1,222,465.79 | \$ 268,393.56 | 39% |

Fuente: Cuadro 31 y 33.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Con el proyecto de exportación en el primer año se incrementarán las ventas de NUTRICEREALES en \$ 887,242.37 que sería de un 233% en comparación a las ventas actuales, en este caso el 57% de los valores recibidos por las ventas serán invertidos para su costo de ventas, mientras tanto que, los gastos operacionales en los que incurrirá NUTRICEREALES con el proceso de exportación disminuirán en 14%, debido a que habrá más inversión en cuanto a compras e incremento de inventarios, además el 9% de los valores obtenidos por concepto de venta de granola están destinados a cubrir los gastos de la empresa. Y consecuentemente la Utilidad del Ejercicio aumentará con la exportación en un 269%. Lo cual significa que el proyecto de exportación permitirá aumentar la rentabilidad y productividad de NUTRICEREALES y por ende ser altamente competitiva en el mercado nacional e internacional.

En el segundo año con el proyecto de exportación se incrementarán las ventas de NUTRICEREALES en \$ 317,116.80 que sería de un 25% en comparación a las ventas del año 1 del proyecto, en este caso el 57% de los valores recibidos por las ventas serán invertidos para compras e inventarios, mientras tanto que, los gastos operacionales en los que incurrirá NUTRICEREALES con el proceso de exportación disminuirán en 0.49%, debido a que habrá más inversión en cuanto a compras e incremento de inventarios, además el 7% de los valores obtenidos por concepto de venta de granola están destinados a cubrir los gastos de la empresa. Y consecuentemente la Utilidad del Ejercicio aumentará con la exportación en un 127%. Lo cual significa que el proyecto de exportación permitirá aumentar la rentabilidad y productividad de NUTRICEREALES y por ende ser altamente competitiva en el mercado nacional e internacional, contando con una utilidad del 36% en el segundo año.

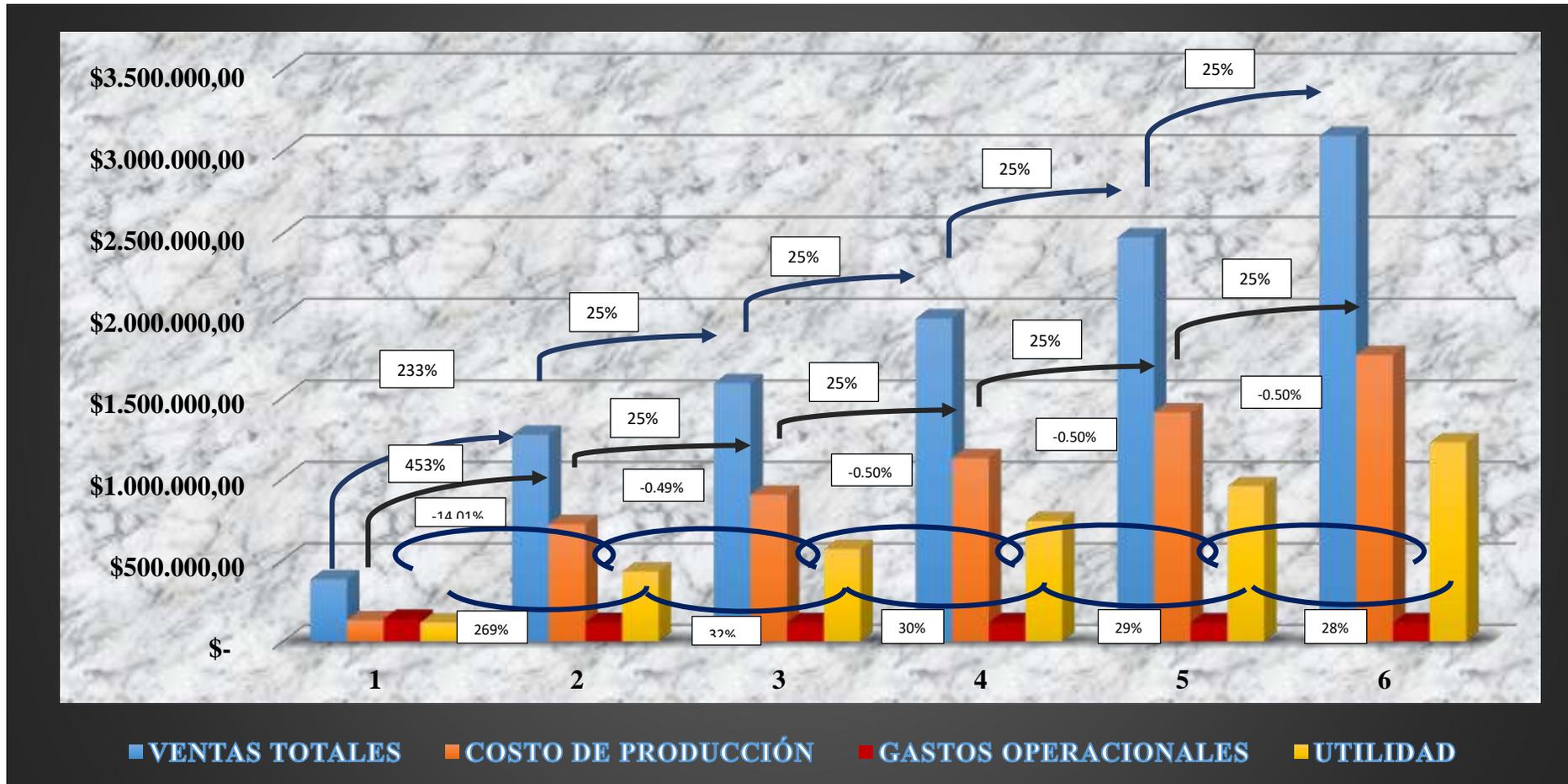
En el tercer año con el proyecto de exportación se incrementarán las ventas de NUTRICEREALES en \$ 396,396.00 que sería de un 25% en comparación a las ventas del año 2 de este proyecto, en este año e igual al año anterior el 57% de los valores recibidos por las ventas serán invertidos para compras e inventarios, mientras tanto que, los gastos operacionales en los que incurrirá NUTRICEREALES con el proceso de exportación disminuirán en 0.50%, debido a que habrá más inversión en cuanto a compras e incremento de inventarios, además el 6% de los valores obtenidos por concepto de venta de granola están destinados a cubrir los gastos de la empresa. Y consecuentemente la Utilidad del Ejercicio para el tercer año será del 37% y aumentará con la exportación en

un 30% en comparación con el segundo año del proyecto. Lo cual significa que el proyecto de exportación permitirá aumentar la rentabilidad y productividad de NUTRICEREALES.

Para el cuarto año del proyecto de exportación las ventas de NUTRICEREALES aumentarán en \$ 495,495.00 que sería de un 25% en comparación a las ventas del año 3 de este proyecto, en este año e igual al año anterior el 57% de los valores recibidos por las ventas serán invertidos para compras e inventarios, mientras tanto que, los gastos operacionales en los que incurrirá NUTRICEREALES con el proceso de exportación disminuirán en 0.50%, igualmente que el año anterior, siendo el 5% de los valores obtenidos por concepto de venta de granola destinados a cubrir los gastos de la empresa. Y consecuentemente la Utilidad del Ejercicio para el cuarto año será del 39% y aumentará con la exportación en un 29% en comparación con el tercer año del proyecto. Lo cual significa que el proyecto de exportación permitirá aumentar la rentabilidad y productividad de NUTRICEREALES.

Para el quinto año del proyecto de exportación las ventas de NUTRICEREALES aumentarán en \$ 619,368.75 que sería un aumento del 25% en comparación a las ventas del año 4 de este proyecto, en este año e igual al año anterior el 57% de los valores recibidos por las ventas están destinados a cubrir el costo de ventas, mientras tanto que, los gastos operacionales en los que incurrirá NUTRICEREALES con el proceso de exportación disminuirán en 0.50%, igualmente que el año anterior, siendo el 4% de los valores obtenidos por concepto de venta de granola destinados a cubrir los gastos de la empresa. Y por ende la Utilidad del Ejercicio para el quinto año será del 39% y aumentará con la exportación en un 28% en comparación con el cuarto año del proyecto. Lo cual significa que el proyecto de exportación permitirá aumentar la rentabilidad y productividad de NUTRICEREALES

Gráfico 22: Resumen de análisis de estado de resultados



Fuente: Cuadro 36.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Cuadro 37: Análisis vertical del Balance General del año 2017

| NUTRICEREALES | | | | |
|---|----------------|------------------------|--------|-------------|
| ÁNÁLISIS VERTICAL | | | | |
| BALANCE GENERAL | | | | |
| DEL 02 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017 | | | | |
| ACTIVO | | | | |
| ACTIVO CORRIENTE | | \$ 101,689.69 | | 45.98% |
| Activo Disponible | | | | |
| Caja/bancos | \$ 73,704.91 | | 33.32% | |
| Activo exigible | | | | |
| Cuentas por cobrar | \$ 26,797.49 | | 12.12% | |
| (-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES | \$ (267.97) | | -0.12% | |
| Activo realizable | | | | |
| Inventario de Materia Prima | \$ 1,150.00 | | 0.52% | |
| Inventario de Suministros y Materiales | \$ 305.26 | | 0.14% | |
| | | | | |
| ACTIVO FIJO | | \$ 111,557.42 | | 50.44% |
| Activo No Depreciable | | | | |
| Terreno | \$ 50,000.00 | | 22.61% | |
| Activo Depreciable | | | | |
| Equipo de Cómputo | \$ 2,815.39 | | 1.27% | |
| Maquinaria, equipo e instalaciones | \$ 28,727.13 | | 12.99% | |
| Vehículo | \$ 47,106.93 | | 21.30% | |
| Muebles y enseres | \$ 458.50 | | 0.21% | |
| Equipo de tecnología | \$ 1,096.97 | | 0.50% | |
| Otros propiedad, planta y equipo | \$ 35.09 | | 0.02% | |
| (-) Depreciación acumulada Otros | \$ (18,682.59) | | -8.45% | |
| OTROS ACTIVOS | | \$ 7,934.62 | | 3.59% |
| | \$ - | | | |
| Crédito Tributario Impuesto a la Renta | \$ 3,981.04 | | 1.80% | |
| A.R.F.I.R. 1% | \$ 3,953.58 | | 1.79% | |
| TOTAL ACTIVOS | | \$221,181.7286 | | 100% |
| PASIVO | | | | |
| Pasivo corto plazo | | | | |
| Cuentas por pagar | \$ 10,960.79 | | 23.09% | |
| Impuesto por pagar | \$ 2,866.35 | | 6.04% | |
| IESS por pagar | \$ 768.45 | | 1.62% | |
| Pasivo Largo Plazo | | | | |
| Préstamo bancario | \$ 30,966.60 | | 65.22% | |
| Otros Pasivos | | | | |
| Anticipo impuesto a la renta | \$ 1,917.48 | | 4.04% | |
| TOTAL PASIVO | | \$ 47,479.66 | | 100% |
| PATRIMONIO | | | | |
| Capital social | \$ 44,917.47 | | 25.86% | |
| Utilidad o pérdida del ejercicio anterior | \$ 12,320.64 | | 7.09% | |
| Utilidad del ejercicio | \$ 116,463.96 | | 67.05% | |
| TOTAL PATRIMONIO | | \$ 173,702.07 | | 100% |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | | | | |
| | | \$ 221,181.7286 | | |

Fuente: Cuadro. 32.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

Del total de los bienes de propiedad de NUTRICEREALES, el 50.44% corresponde a sus Activos Fijos, la empresa cuenta con un Activo Disponible del 33.32% del total de sus activos, con lo cual puede solventar de forma inmediata alguna adquisición que se requiera. Además NUTRICEREALES cuenta con el 12.12% de Activo Exigible y con 0.66% de su Activo Realizable y contando con el 3.59% de Otros Activos.

El 65.22% de los bienes que posee NUTRICEREALES han sido adquiridos con un Pasivo a Largo plazo, es decir con préstamo bancario, de igual manera se han adquirido el 23.09% de bienes a corto plazo, mediante cuentas por pagar, principalmente por obligaciones contraídas con proveedores.

El capital social con el que cuenta NUTRICEREALES corresponde al 25.86% de sus bienes, mientras que el patrimonio está constituido en su mayoría por la utilidad generada en el ejercicio fiscal que corresponde al 67.05%.

4.5.6.1. Indicadores de Solvencia

a) Endeudamiento del activo

$$\text{Endeudamiento del activo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Endeudamiento del activo} = \frac{\$ 47,479.66}{\$ 221,181.73}$$

$$\text{Endeudamiento del activo} = \$ 0.21$$

NUTRICEREALES demuestra independencia frente a sus acreedores, contando así con capacidad para endeudarse, y por ende buscar el financiamiento correspondiente para ejecutar el proyecto de exportación.

b) Apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\$ 221,181.73}{\$ 173,702.07}$$

$$\text{Apalancamiento} = \$ 1.27$$

NUTRICEREALES ha generado \$ 0.27 más en su activo por cada \$ 1.00 de su patrimonio demostrando así que la empresa cuenta con una rentabilidad sobre el patrimonio de NUTRICEREALES, lo cual indica que la empresa es solvente y tiene capacidad para endeudamiento.

4.5.6.2. Indicadores de Liquidez

a) Liquidez corriente

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\$ 101,689.69}{\$ 14,595.59}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \$ 6.97$$

NUTRICEREALES cuenta con una liquidez corriente de \$ 6.97, lo cual indica que puede solventar sus deudas u obligaciones a corto plazo.

b) Prueba ácida.

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\$ 101,689.69 - \$ 1,455.26}{\$ 14,595.59}$$

$$\text{Prueba ácida} = \$ 6.87$$

NUTRICEREALES al contar con una liquidez de \$ 6.87 puede cubrir sus deudas u obligaciones a corto plazo, sin tomar en cuenta la venta de sus existencias.

4.5.6.3. Indicadores de Eficiencia

a) Rotación de inventarios.

NUTRICEREALES ha colocado a crédito y ha convertido en efectivo sus inventarios 89.45 veces, mientras que con el proyecto de exportación la fábrica obtendrá de sus inventarios el 2.31 veces de efectivo, en el segundo año 11.56 veces de su inventario se convertirá en efectivo y así sucesivamente hasta el año 5 de la proyección de este proyecto.

Cuadro 38: Rotación de inventarios.

$$\text{ROTACIÓN DE INVENTARIOS} = \frac{\text{COSTO DE MERCANCÍAS VENDIDAS}}{\text{INVENTARIO}}$$

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|-------|------|-------|------|------|------|
| ROTACIÓN DE INVENTARIOS | 89.45 | 2.31 | 11.56 | 2.75 | 7.05 | 3.13 |

Fuente: Cuadros 24 y 33.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

b) Inventarios en existencias.

NUTRICEREALES ha mantenido un inventario por un tiempo de 4.08 días, con el proyecto de exportación tendrá una rotación de inventarios para el primer año de 0.74 días, para el segundo año de 0.59 días, mientras que en el tercer año será de 0.47 días, en el cuarto año de 0.38 días y el tercer año de 0.30 días, cabe indicar que la empresa debe evitar agotar su stock en existencias de inventarios para lo cual se recomienda contar con las respectivas existencias mínimas y máximas y efectuar el control de inventarios diario a fin de saber cuánto inventario se ha direccionado a la producción de lotes de granola diariamente.

Cuadro 39: Inventarios en existencias

$$INVENTARIOS EN EXISTENCIAS = \frac{INVENTARIO * 365}{COSTO DE MERCADERÍAS VENDIDAS}$$

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| INVENTARIOS EN EXISTENCIAS | 4.08 | 0.74 | 0.59 | 0.47 | 0.38 | 0.30 |

Fuente: Cuadros 24 y 33.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.5.6.4. Indicadores de Rentabilidad

a) Rentabilidad con relación a la inversión.

Con esta razón financiera se determina cuanto NUTRICEREALES gana por cada dólar invertido como se presenta a continuación en el primer año con el proyecto de exportación la fábrica ganará \$ 0.44, en el segundo año obtendrá una ganancia de \$ 0.57, en el tercer año de \$ 0.73, en el cuarto año ganará \$ 0.94 y en el quinto año del proyecto la utilidad generada será de \$ 1.19, por cada dólar invertido.

Cuadro 40: Rentabilidad con relación a la inversión

$$RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD}{INVERSIÓN}$$

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| RENTABILIDAD | \$ 0.44 | \$ 0.57 | \$ 0.73 | \$ 0.94 | \$ 1.19 |

Fuente: Cuadro 30.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca

b) Rentabilidad con relación a las ventas.

Con esta razón financiera se identificará el porcentaje de utilidad que NUTRICEREALES puede alcanzar con el presente proyecto de exportación.

Cuadro 41: Rentabilidad con relación a las ventas

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de producción}}{\text{Ventas}} * 100$$

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| MARGEN UTILIDAD BRUTA | 43.24% | 43.24% | 43.24% | 43.24% | 43.24% |

Fuente: Cuadro 30.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

c) Rentabilidad Financiera.

Con este indicador financiero NUTRICEREALES mide la rentabilidad obtenida sobre su patrimonio, es decir el rendimiento del capital invertido para el proyecto de exportación. Como se observa en el siguiente cuadro la empresa ha obtenido por cada dólar invertido en el patrimonio, \$ 0.67 de utilidad, de igual forma en el primer año con la implementación del proyecto de exportación NUTRICEREALES obtendrá el \$ 1.47 de ganancia, sobre cada dólar del capital invertido y así sucesivamente en los 5 años proyectados para este proyecto, evidenciando que la fábrica obtendrá más del doble de utilidad en relación a cada dólar del capital invertido.

Cuadro 42: ROE

$$ROE = \frac{UTILIDAD NETA}{PATRIMONIO}$$

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ROE | \$ 0.67 | \$ 1.47 | \$ 1.91 | \$ 2.45 | \$ 3.14 | \$ 3.99 |

Fuente: Cuadros 32 y 33.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

d) Retorno sobre activos ROA

NUTRICEREALES a través de ese indicador medirá la capacidad que tienen sus activos para generar rentabilidad por ellos mismos, es decir que, la empresa ha obtenido por cada dólar invertido en activos una rentabilidad de \$ 0.53, mientras que con el proyecto de

exportación se determina una rentabilidad de \$ 1.15, sobre cada dólar invertidos en los activos de la empresa y así sucesivamente por los 5 años proyectados para el proyecto de exportación, evidenciándose que la fábrica obtendrá rentabilidad sobre sus activos y por ende el proyecto es viable para ejecutarse.

Cuadro 43: ROA

$$ROA = \frac{UTILIDAD\ NETA}{ACTIVO\ TOTAL}$$

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ROA | \$ 0.53 | \$ 1.15 | \$ 1.50 | \$ 1.93 | \$ 2.46 | \$ 3.13 |

Fuente: Cuadros 32 y 33.

Elaborado por: Martha Verónica Sani Allauca.

4.5.7. Otros Indicadores Financieros.

Los indicadores financieros que se calcularán para este proyecto de exportación son: VAN, TIR, Relación Beneficio Costo y PRI, para lo cual se utiliza una “tasa de actualización de 4.75%, que es la sumatoria de la tasa de inflación de -0.20% y la tasa pasiva de 4.95%, fijadas por el Banco Central del Ecuador.” (Equipo Técnico Banco Central del Ecuador, 2017)

Cuadro 44: Flujos de efectivo para cálculo de indicadores financieros.

| NUTRICEREALES | | | | | | | | | |
|--------------------|---------------|-----------------------------|----------------|----------------|-------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|
| FLUJOS DE EFECTIVO | | | | | | | | | |
| AÑO | FLUJO DE CAJA | FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO | INGRESOS | EGRESOS | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO | FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESOS ACTUALIZADOS |
| | | | | | $1/(1+i)^n$ | | | | |
| 0 | -\$580,347.34 | -\$580,347.34 | | | 1 | -\$580,347.34 | -\$580,347.34 | | |
| 1 | \$270,086.55 | -\$310,260.80 | \$1,268,467.20 | \$838,914.71 | 0.954653938 | \$257,839.19 | -\$296,191.69 | \$1,210,947.21 | \$800,873.23 |
| 2 | \$346,168.07 | \$35,907.27 | \$1,585,584.00 | \$1,018,327.40 | 0.911364141 | \$315,485.16 | \$32,724.60 | \$1,445,044.40 | \$928,067.07 |
| 3 | \$441,188.85 | \$477,096.12 | \$1,981,980.00 | \$1,242,740.09 | 0.870037366 | \$383,850.78 | \$415,091.45 | \$1,724,396.66 | \$1,081,230.31 |
| 4 | \$559,883.70 | \$1,036,979.82 | \$2,477,475.00 | \$1,523,402.77 | 0.830584598 | \$465,030.78 | \$861,299.47 | \$2,057,752.58 | \$1,265,314.87 |
| 5 | \$708,171.15 | \$1,745,150.97 | \$3,096,843.75 | \$1,874,377.96 | 0.792920857 | \$561,523.67 | \$1,383,766.60 | \$2,455,552.00 | \$1,486,233.38 |
| | | | | | | | Σ | \$8,893,692.85 | \$5,561,718.86 |
| | | ↓ VAN.1 | | | | | ↓ VAN.2 | | |

Fuente: Cuadros 27 y 30.

Elaborado por: Martha Verónica Sani ALLAUC

4.5.7.1.VAN.

El VAN para el presente proyecto de exportación es de \$ 1,745,150.97, calculado con anterioridad en el **Cuadro 44.**, y al ser positivo y mayor a uno se determina que el proyecto es viable.

4.5.7.2. TIR.

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR), se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = i_2 + (i_2 - i_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$
$$TIR = 0.0475 + (0.0475 - 0) \left(\frac{1,745,150.97}{1,745,150.97 - 1,383,766.60} \right)$$
$$TIR = 0.0475 + 0.0475(4.829071507)$$
$$TIR = 0.0475 + 0.229380897$$
$$TIR = 0.276880897$$

$$TIR = 27.69\%$$

La Tasa Interna de Retorno de 27.69% al ser mayor a la tasa de descuento que es de 4.75%, indica que el proyecto de exportación de granola es viable.

4.5.7.3.Relación Beneficio / Costo.

La relación beneficio costo está dada por la sumatoria de los ingresos actualizados sobre la sumatoria de los egresos actualizados, dando como resultado \$ 1.60, lo cual, significa que por cada dólar invertido en este proyecto NUTRICEREALES ganará \$ 0.60.

$$R^B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$R^B/C = \frac{\$ 8,893,692.85}{\$ 5,561,718.86}$$

$$R^B/C = \$ 1.60$$

4.5.7.4.PRI.

La inversión para este proyecto de exportación de granola se recuperará en 1.60 años, para calcular el periodo de recuperación de la inversión (PRI) se utilizará la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Año anterior de recuperación de inversión} + \left(\frac{\text{Flujo de ef. del año de recuperación de inversión}}{\text{Inversión inicial}} \right)$$

$$PRI = 1 + \left(\frac{346,168.07}{580,347.34} \right)$$

$$PRI = 1 + 0.60$$

$$PRI = 1.60 \text{ años}$$

4.5.7.5.Punto de Equilibrio.

Para determinar el punto de equilibrio para no ganar ni perder en este proyecto de exportación de granola se aplicará las siguientes fórmulas.

$$P.E.U = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$P.E.\$ = P.E.U * \text{Precio de venta}$$

| | |
|---------------------------------|--------------|
| PUNTO DE EQUILIBRIO (unidades) | 101,494 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO (monetario) | \$324,781.19 |

Una vez realizado el cálculo respectivo se determina que NUTRICEREALES, deberá producir 101,494 unidades de granola Nutricereal de 340 gr., para mantenerse en equilibrio sin ganar ni perder.

CONCLUSIONES

- Se estableció una matriz FODA de NUTRICEREALES, en donde se pudo identificar la falta de equipos y maquinarias de la fábrica para poder implementar este proyecto de exportación.
- Para poner la granola Nutricereal en el mercado extranjero como lo es Asturias – España se debe cumplir con las condiciones para acceder a este mercado europeo y demás requisitos exigidos para la exportación definitiva.
- Se desarrolló cuatro estudios en este proyecto de exportación a fin de conocer si es viable o no, así como, también identificar varias directrices que van a permitir que NUTRICEREALES, cuente con reconocimiento social y rentabilidad.
- NUTRICEREALES, es una empresa pequeña, que cuenta con solo 10 trabajadores, y con equipos y maquinarias que en ocasiones se sobrecargan de trabajo, con estos recursos que son limitantes la empresa se abastece para cubrir el mercado nacional, y cumplir con las ordenes de pedido a tiempo.
- La empresa realiza publicidad por medio del internet, en donde comparte información sobre su actividad y producto que es la granola Nutricereal.
- La producción de granola Nutricereal es diaria y se almacena sin secuencia cronológica y sin tomar en cuenta ordenes de pedido de clientes de NUTRICEREALES.
- La empresa cuenta solo con dos presentaciones la de 340 gr. y la de 250 gr., la presentación a exportar en la granola Nutricereal de 340 gr. que cuenta con buen diseño y adecuado empaque.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda buscar financiamiento con BanEcuador, por cuanto NUTRICEREALES, ya ha mantenido este tipo de negociaciones con dicha institución financiera, y por ende hay las facilidades para adquirir a un crédito bancario.
- Es recomendable ingresar y cumplir con lo expuesto en la página de Trade Helpdesk, que emite directrices para poder ingresar al mercado europeo, además de tomar en cuenta los requisitos en cuanto a ECUAPASS, Incoterms y la VUE.
- Se sugiere implementar el presente proyecto de exportación de granola por cuanto, se ha determinado en el estudio financiero la viabilidad que tendría el presente proyecto, también es aconsejable que NUTRICEREALES, cuente con un certificado de calidad y de buenas prácticas de manufactura, y para poder contar con ellos, la empresa debería contar con una nueva planta de producción que cumpla con todos los estándares de calidad, se recomienda que la fábrica transporte la granola al extranjero vía aérea, lo cual es un poco más seguro que un buque, la empresa deberá continuar con la promoción que ha desarrollado vía internet, a fin de buscar y posicionarse en el mercado internacional, ya que con el internet no hay barreras.
- Para el proyecto de exportación es recomendable que NUTRICEREALES, contrate el doble del personal con el que cuenta y busque financiamiento con BANECUADOR para adquirir los equipos y maquinarias necesarias para evitar la sobreproducción y que con el tiempo el personal se enferme y los recursos técnicos y materiales se dañen y deterioren con rapidez; y de esta manera se entreguen los pedidos a tiempo, en lugar y fecha señalados.
- Se recomienda enfatizar su estrategia de promoción a través de la red social Facebook, por medio de concursos y otorgando premios, que bien puede ser el mismo producto que oferta NUTRICEREALES.
- Es recomendable que NUTRICEREALES, lleve un control en bodega de acuerdo a fechas de producción, números de lote y órdenes de pedido.
- En lo posterior se sugiere a NUTRICEREALES, contar con una gama de productos o a su vez con nuevas presentaciones de su granola y mejorando las que tiene actualmente a fin de satisfacer la necesidad de los consumidores que prefieren este tipo de alimentos en tipo snaks.

BIBLIOGRAFÍA

- Abaco, A.** (2016). *Incoterms; International Commerce Terms*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2017, de <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Aguilar, F.** (2017). *Estrategias de mercadotecnia*. Obtenido de <http://mercantilizate.blogspot.com/2017/07/estrategias-de-distribucion-plaza-en-el.html>
- Banco Central del Ecuador.** (2017). *Tasa de inflación*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco Central del Ecuador.** (2017). *Reporte trimestral del mercado laboral*. Obtenido de <https://cotenido.bce.fin.ec/documentos/Estadistico/SectorReal/Previsiones/pdf>
- Cascante, A.** (2017). *Economía de Asturias*. Obtenido de <https://www.datosmacro.com/ccaa/asturias>
- Comisión Europea.** (2018). *I want to export to the EU - TRADE HELPDESK*. Obtenido de <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>
- Delegación de la Unión Europea en Ecuador.** (2017). *Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea*. Recuperado el Octubre de 2017, de https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ecuador_0.pdf
- Delgado, L. A.** (2016). *Recolección de datos*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de <http://data-collection-and-reports.blogspot.com/>
- Diaz, S.** (2015). *Costos de una importación y una exportación*. Obtenido de <https://prezi.com/rox3re1rh3gb/costos-de-una-importacion-y-una-exportacion/>
- INEC.** (2017). *ENSANUT*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web/inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf
- Espinosa, R.** (2016). *Marketing Mix*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2017, de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Falcon, J.** (2015). *Método analítico - sintético*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de <https://prezi.com/aj7ol61na2bb/metodo-analitico-sintetico/>

- Galeón, C.** (2017). *Arancel*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2017, de <https://es.slideshare.net/cesarito2050/arancel-de-aduana>
- Gavilánez, V.** (2017). *Programa de encuentros con embajadores de España*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/Encuentro_embajadores_ecuador_2017.pdf
- Graus, B.** (2017). *Significado de logística*. Recuperado el Octubre de 2017, de <https://www.significados.com/logistica/>
- Gugadir, C.** (2015). *Proveedores de granola*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de <http://ecuador.gugadir.com/proveedores-de-granola-en-ecuador/>
- Jimenez, J.** (2015). *Método inductivo - deductivo*. Obtenido de <https://filotecnologa.wordpress.com/tag/metodo-inductivo-deductivo/>
- Manzano, D.** (2017). *Economía de Asturias*. Recuperado el Octubre de 2017, de https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Asturias
- Martínez, G.** (2015). *Método sistemático*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de <http://tiposdemetodosdeinvestig.blogspot.com/2012/09/metodo.sistematico.html>
- Marx, P.** (2017). *Producción*. Recuperado el Octubre de 2017, de <https://definicion.mx/produccion/>
- Meléndrez, J.** (2015). *Oferta y demanda*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2017, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>
- Mercado, S.** (2015). *Comercio Internacional I*. Madrid: Limusa.
- Miranda, M.** (2015). *Concepto de mercado y sus tipos*. (WebProfit Ltda.) Recuperado el 25 de Diciembre de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- Navarrete, J.** (2015). *Potencial de exportación y comercialización de productos elaborados*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2017
- Ochoa, P.** (2015). *Las PyMEs y el Comercio Exterior*. México D.F.: CEDEX.

- Paredes, D.** (2017). *Plan de negocios de exportación*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9387AB94-A68C-4572-A7FE-F15962F58507.PDF>
- Pavón & Pierdant.** (2016). *Prácticamente. Cómo exportar*. Plaza y Valdés.
- Pérez Luis & Gradey Eddy.** (2017). *Aduana*. (WordPress) Recuperado el 25 de Diciembre de 2017, de <https://definicion.de/aduana/>
- Pichardo, M.** (2017). *Preferencias arancelarias*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2017, de <https://es.slideshare.net/anaordua/preferencias-arancelarias>
- Prieto, B.** (2017). *Programa de encuentros con embajadores españoles*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/Encuentro_embajadores_ecuador_2017.pdf
- PROECUADOR.** (2015). *Partida arancelaria*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2017, de <https://www.proecuador.gob.ec/glossary/partida-arancelaria/>
- PROECUADOR, M.** (01 de Septiembre de 2017). *Guía del exportador*. Obtenido de <file:///C:/Users/SYSTEMarket/Downloads/GuiaExportador17Actualizado.pdf>
- Quiñonez, J. G.** (2015). *Diseño de un plan de exportación de productos no tradicionales a Europa vía aérea*. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Tesis/2002/01/04/Quinonez-Lazo-Jose.pdf>
- Revista Líderes.** (2015). *Cereal ecuatoriano crece con sello propio*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2017, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/cereal-ecuatoriano-crece-sello-propio.html>
- Reyes, I.** (2015). *Indicadores financieros VAN y TIR*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2017, de <https://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- Robles, F.** (2015). *Método inductivo - deductivo*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de <https://www.lifeder.com/metodo-inductivo-deductivo/>
- Rodríguez, I.** (2015). *Medios de pago internacional*. (Consultorio de comercio exterior) Recuperado el 30 de Diciembre de 2017, de <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/09/05/23/>

- Servicio de Salud y Secretaría General del Principado de Asturias.** (2017). *Memoria SESPAs*. Obtenido de https://www.asturias.es/Astursalud/Ficheros/AS_SESPA/ec
- Solón, R.** (2015). *Granola un cóctel de fibra y nutrientes*. Recuperado el Octubre de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/granola-coctel-fibra-y-nutrientes.html>
- Uvidia, C.** (2015). *Granola*. Recuperado el Diciembre de 2017, de <http://www.entrefogonesyartilugios.com/2014/01/granola.html>
- Valencia, M.** (2014). *Definición de calidad*. Recuperado el Octubre de 2017, de <http://conceptodefinicion.de/calidad/>
- Van Steven & Saurebach Roberth.** (Marzo de 2017). *Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ecuador_0.pdf
- Váquiro, J.** (2016). *Periodo de recuperación de la inversión*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2017, de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Váquiro, J.** (2016). *Relación beneficio costo*. Recuperado el 31 de Diciembre de 2017, de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

