

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE – LATACUNGA**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN LOCAL Y
COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS
DESHIDRATADAS PARA EXPORTACIÓN”**

ELABORADO POR:

FREDDY MOREANO SINCHIGUANO

DIRECTOR:

ECO. JORGE ROSERO

COORDIRECTOR:

ING. MARLON TINAJERO

LATACUNGA, FEBRERO DEL 2007

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

En nuestra calidad de Director y Codirector, certificamos que el señor Freddy Moreano Sinchiguano, ha desarrollado el proyecto de grado titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION LOCAL Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS DESHIDRATADAS PARA EXPORTACIÓN ”**, aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizamos al mencionado alumno, reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Carrera de Ingeniería Comercial, y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente;

Eco. Jorge Rosero
Director

Ing. Marlon Tinajero
Codirector

**DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD
EXPRESADA**

Quien suscribe Freddy Moreano Sinchiguano, portador de la cédula de ciudadanía 050250204-0, libre y voluntariamente declaro que el presente tema de investigación: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION LOCAL Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS DESHIDRATADAS PARA EXPORTACIÓN”**, su contenido, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son originales, auténticos y personales.

En tal virtud son para efectos legales y académicos que se desprenden de la presente tesis es y será de mi exclusiva responsabilidad legal y académica, como autor de este proyecto de grado.

Atentamente;

.....
FREDDY MOREANO SINCHIGUANO
EL AUTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Este proyecto fue elaborado por:

.....
Freddy Moreano Sinchiguano
CI: 050250204-0

El Coordinador de Carrera

.....
MBA ING. Álvaro Carrillo P.

El Secretario Académico

.....
Dr. Rodrigo Vaca
Latacunga, Febrero del 2007

AGRADECIMIENTO

Al dar este gran paso en mi vida, es muy importante agradecer, en primer lugar, a Dios por la salud y la vida, a toda mi familia por el apoyo incondicional en cada una de mis actividades, a mis amigos y amigas, por los ánimos brindados, a la Escuela Politécnica del Ejercito por contribuir e impulsar al desarrollo profesional, a los docentes, y de manera especial al Eco. Jorge Rosero y al Ing. Marlon Tinajero, por su valiosa orientación en la culminación del presente trabajo.

Además a todas las personas que de una u otra forma hicieron lo posible para el cumplimiento de este proyecto.

Freddy Moreano S.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios, por la salud y la vida, a mi madre Dorila Sinchiguano, por su amor incondicional, a mi padre Fausto Moreano por guiarme por el sendero correcto, a mis hermanos por su apoyo y ánimo, y a todas las personas que me ayudaron para la culminación de este proyecto.

“La Vida es la Realización de un Sueño de Juventud”

Freddy Moreano S.

INDICE

GENERALIDADES	Pag.
A. Introducción	1
B. Importancia y Justificación	2
C. Importancia Económica y social del Cultivo	3
CAPITULO I	
ESTUDIO DE MERCADO	
1.1 Objetivos del Estudio de Mercado	5
1.2 Estructura del Mercado	5
1.2.1 Mercado Externo	5
1.2.2 Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas	6
1.2.3 País Destino	8
1.2.3.1 Mercado de Estados Unidos	11
1.2.3.2 Mercado de España	12
1.3 Identificación del Producto	14
1.3.1 Características del Producto	15
1.3.1.1 Clasificación Botánica	15
1.3.1.2 Propiedades Nutritivas y Medicinales	15
1.3.2 Productos Sustitutos o Complementarios	17
1.4 Análisis de la Demanda	17
1.4.1 Mercado Meta	17
1.4.2 Consumidor del Producto	18
1.4.3 Segmentación del Consumidor en el Exterior	19
1.4.4 Comportamiento del Consumidor en el Exterior	19
1.4.5 Demanda Actual del Producto en España	20
1.4.5.1 Análisis de la Demanda Actual en España	21
1.4.5.2 Proyección de la Demanda de España	21
1.4.6 Demanda Actual del Producto en EEUU	23
1.4.6.1 Análisis de la demanda actual de EEUU	24

1.4.6.2	Proyección de la Demanda de EEUU	24
1.5	Análisis De La Oferta	25
1.5.1	Identificación De La Oferta De Nuestro Producto	25
1.5.2	Factores Que Afectan A La Oferta	26
1.5.3	Destino De La Producción	27
1.5.4	Oferta Actual Del Producto En España	27
1.5.4.1	Análisis De La Oferta Actual Al Mercado Español	29
1.5.4.2	Proyección De La Oferta Al Mercado Español	29
1.5.5	Oferta Actual del Producto en EEUU	30
1.5.5.1	Análisis de la Oferta Actual a EEUU	32
1.5.5.2	proyección de la Oferta al Mercado de EEUU	32
1.6	Estimación de la Demanda Insatisfecha	33
1.6.1	Demanda Insatisfecha de España	34
1.6.2	Demanda Insatisfecha de Estados Unidos	35
1.7	Análisis de Precios	36
1.8	Análisis FODA Internacional	38
1.8.1	Análisis Interno	38
A.	Fortalezas	38
B.	Debilidades	38
1.8.2	Análisis Externo	39
A.	Oportunidades	39
B.	Amenazas	39
1.9	Análisis de Comercialización en el Exterior	39
1.10	Marketing Mix – internacional.	40
1.10.1	Estrategias de Promoción	40
1.10.2	Estrategias del Producto	40
1.10.3	Estrategia de Precios	41
1.10.4	Estrategias de Plaza	41
1.11	Conclusiones del Capitulo	42

CAPITULO II

ESTUDIO TECNICO E INGENIERIA DEL PRODUCTO

2.1	Objetivos del Estudio Técnico	43
2.2	Tamaño del Proyecto	43
2.2.1	Factores Determinantes del Proyecto	43
2.2.2	Disponibilidad de Recursos Financieros	44
2.2.3	Disponibilidad de Mano de Obra	44
2.2.4	Disponibilidad de Materia Prima	44
2.2.5	Disponibilidad de Tecnología	45
2.2.6	Disponibilidad de Terreno	46
2.2.7	Economías a Escala	46
2.3	Localización del Proyecto	47
2.3.1	Macrolocalizacion	47
2.3.1.1	Situación y Ubicación Geográfica de las Instalaciones	47
2.3.1.2	Criterios de Selección de Alternativas	48
2.3.1.3	Plano de Macrolocalizacion	48
2.3.2	Microlocalización	49
2.3.2.1	Plano de Microlocalización	49
2.3.2.2	Factores Locacionales	50
A.	Disponibilidad del Terreno	50
B.	Medios de Transporte	50
C.	Fuentes de Abastecimiento	51
D.	Factores Ambientales	51
E.	Disponibilidad de Servicios Básicos	51
2.3.2.3	Matriz de Localización	52
2.4	Ingeniería del Producto	52
2.4.1	Proceso de Producción	53
A.	Preparación del Terreno	53
B.	Siembra	54
C.	Riego	54
D.	Cavas	54

E. Cosecha y Recolección	55
F. Transformación de la Planta Aromática	56
1. Clasificación Peso y Lavado	56
2. Secado	56
3. Empacado del Producto	59
2.4.2 Diagrama de Flujo	59
2.4.3 Programa de Producción	61
2.4.4 Distribución de la Planta de Maquinaria y Equipo	61
2.4.5 Producción Actual y Pronóstico	64
2.4.6 Estudio de Materia Prima e Insumos	64
2.4.7 Cantidad Necesaria de Materia Prima e Insumos	65
2.4.8 Requerimiento de Mano de Obra	65
2.4.9 Requerimientos De Costos Indirectos De Fabricación	66
2.4.10 Mano De Obra Indirecta	67
2.4.11 Gasto Administrativo	67
2.4.12 Requerimiento De Materiales Indirectos	68
2.4.13 Maquinaria Y Equipo	69
2.4.14 Infraestructura	69
2.4.15 Costos De Inversión De Oficinas	70
2.4.16 Vehiculo	71
2.4.17 Estimación De Costos De Inversión	71

CAPITULO III

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3.1 La Empresa	73
3.1.1 Nombre O Razón Social	73
3.1.2 Tipo De Empresa	73
3.1.3 Logotipo	73
3.1.4 Titularidad De La Empresa	74
3.1.5 Base Legal	74
3.1.6 Tipo De Empresa	74

3.2 Clase De Actividad	75
3.2.1 Visión De La Empresa	75
3.2.2 Misión De La Empresa	75
3.2.3 Objetivos Estratégicos	76
3.2.4 Estrategia Empresarial	76
3.2.5 Principios Y Valores	78
3.3 La Organización	79
3.3.1 Organigrama Estructural	80
3.3.2 Organigrama Funcional	81
3.4 Niveles Jerárquicos	82
3.4.1 Descripción De Puestos	82
A. Junta General De Socios	82
B. Presidencia	83
C. Gerencia General	84
D. Secretaria General	85
E. Departamento De Producción	86
1. Preparación Y Siembra	87
2. Selección – Pesado	88
3. Secado	88
4. Empacado	89
F. Departamento De Ventas	90
G. Departamento Financiero	91

CAPITULO IV

GESTION DE EXPORTACION

4.1 Objetivos De La Gestión De Exportación	93
4.1.1 Procedimientos Previos A La Exportación De Plantas Aromáticas	93
A. Quienes Pueden Realizar Una Exportación A Consumo	94
B. Condiciones Previas Para Exportar	94
C. Como Obtener La Calidad De Exportador	95
D. Trámites Generales	96

1. Formulario Único De Exportación (Fue)	97
2. Factura Comercial	97
3. Lista De Empaque (Pack List)	98
4. Documento De Transporte	98
5. Autorizaciones Previas	99
4.1.2 Barreras Y Requisitos	99
4.2 Instituciones Involucradas En El Proceso De Exportación	100
4.3 Proceso De Exportación.	101
4.3.1 Diagrama De Flujo Del Proceso De Exportación	102
4.4 Proceso De Negociación	105
4.4.1 Cheque Bancario Internacional	105
4.4.2 Orden De Pago Simple	105
4.4.3 Remesa Simple	105
4.4.4 Orden De Pago Documentario	106
4.4.5 Otras Formas De Pagos	107
4.5 Cuotas Y Aranceles	108
4.6 Resumen General De Los Pasos a Seguir Para Una Exportación Exitosa	108

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Inversión	110
5.1.1 Activo Fijo	110
A. Terreno	110
B. Infraestructura	110
C. Vehiculo	111
D. Maquinaria Y Equipo, Muebles Y Enseres, Equipo De Oficina	111
5.1.2 Activo Diferido	111
5.1.3 Depreciación	113
5.1.4 Capital De Trabajo	113
5.2. Financiamiento	114
5.3. Presupuesto De Operación	115

5.3.1 Presupuesto De Ingresos	116
5.3.2 Presupuesto De Egresos	116
5.4 Punto De Equilibrio	119
5.4.1 Cálculo Del Punto De Equilibrio Para El Primer Año De Producción	119
5.4.2 Calculo Del Punto De Equilibrio Monetario	119
5.4.3 Calculo Del Punto De Equilibrio En Kilogramos	120
5.5 Estados Financieros	122
5.5.1 Estado De Resultados	122
5.5.2 Estado De Flujo De Efectivo	125
5.5.3 Balance General	127

CAPITULO VI

EVALUACION FINANCIERA

6.1 Criterios De Evaluación	129
6.1.1 Valor Actual Neto	129
6.1.2. Tasa Interna De Retorno	130
6.1.3. Periodo De Recuperación	131
6.1.4. Relación Beneficio – Costo	131
6.2 Razones Financieras	132
A. Índices De Solvencia	134
B. Índices De Rentabilidad	134
6.3 Análisis De Sensibilidad	135
A. Escenario 1. Variación De Los Precios	135
B. Escenario 2. Incremento De Los Costos De Producción	135

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones	136
7.2. Recomendaciones	138

INDICE DE CUADROS

	Pág.
1. Exportaciones De Plantas Aromáticas Deshidratadas	7
2. Principales Destinos De Exportación De Plantas Aromáticas	10
3. Clasificación Botánica De Plantas Aromáticas	15
4. Propiedades Medicinales De Las Plantas	16
5. Demanda Total De Plantas Aromáticas En España	20
6. Estimación De La Demanda Futura Para El Mercado Español	22
7. Demanda Actual De Plantas Aromáticas En EEUU	23
8. Estimación De La Demanda Futura En EEUU	24
9. Zonas De Cultivo Por Empresas Para Exportación	27
10. Oferta Actual Y Evolución De La Misma A España	28
11. Proyección De La Oferta Al Mercado Español	29
12. Oferta Actual Al Mercado De EEUU	31
13. Proyección De La Oferta Al Mercado De EEUU	32
14. Estimación De La Demanda Insatisfecha Del Mercado Español	34
15. Estimación De La Demanda Insatisfecha Del Mercado Estadounidense	35
16. Proyección De Precios Internacionales	37
17. Matriz De Localización	52
18. Humedad Máxima De Plantas Aromáticas	57
19. Programa De Producción	61
20. Producción Futura	64
21. Materias Primas	65
22. Numero De Trabajadores En El Área De Producción	66
23. Costos Indirectos De Fabricación Anuales	66
24. Costo De Mano De Obra Indirecta	67
25. Remuneración Administrativo	67
26. Gasto Administrativo	68
27. Costo Materiales Indirectos	68
28. Costo De Maquinaria Y Equipos	69

	Pag.
29. Costo De Infraestructura	69
30. Costo De Equipo De Oficina	70
31. Costo Muebles Y Enseres	70
32. Costo Equipo De Cómputo	71
33. Vehículo	71
34. Costos De Inversión Total	72
35. Activos Fijos	112
36. Depreciación Activos Fijos	113
37. Capital De Trabajo	114
38. Estructura De Financiamiento	114
39. Tabla De Amortización De Financiamiento	115
40. Proyección De La Inflación	115
41. Estimación De Ventas Anuales	116
42. Materia Prima	116
43. Materia Prima Indirecta	117
44. Mano De Obra Directa	117
45. Mano De Obra Indirecta	117
46. Costos Indirectos De Fabricación	118
47. Gasto De Comercialización Y Ventas	118
48. Gasto Administrativo	118
49. Detalle De Los Costos Totales De Cultivo	121
50. Estado De Pérdidas Y Ganancias Proyectado	124
51. Estado De Flujo De Efectivo	126
52. Balance General Proyectado	128
53. Índices Financieros Y De Rentabilidad	133

INDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
1. Evolución De Las Exportaciones De Plantas Aromáticas	7
2. Principales Destinos De Las Exportaciones De Plantas Aromáticas	11
3. Como Se Utilizan Los Suplementos Aromáticos En EEUU 2005	12
4. Países Importadores De Plantas Aromáticas De La CEE 2004.	13
5. Demanda De Plantas Aromáticas En España	20
6. Proyección De La Demanda Del Mercado Español	22
7. Demanda De Plantas Aromáticas En EEUU	23
8. Proyección De La Demanda Del Mercado Estadounidense	25
9. Oferta Actual Al Mercado Español	28
10. Proyección De La Oferta Al Mercado Español	30
11. Oferta Actual A EEUU	31
12. Proyección De La Oferta Al Mercado De EEUU	33
13. Estimación De La Demanda Insatisfecha Del Mercado Español	34
14. Estimación De La Demanda Insatisfecha Del Mercado Estadounidense	35
15. Proyección De Precios Internacionales	37
16. Plano De Macrolocalización	48
17. Vista Panorámica De La Ciudad De Latacunga y Terreno Del Proyecto	49
18. Secado Natural	58
19. Secado Mecánico	58
20. Diagrama De Flujo Del Proceso Productivo	60
21. Plano Del Terreno	62
22. Plano De La Planta Productiva	63
23. Logotipo	73
24. “Aromas Expor Cia. Ltda.” Diagrama Estructural	80
25. “Aromas Expor Cia. Ltda.” Diagrama Funcional	81
26. Diagrama De Flujo Del Proceso De Exportación	102
27. Punto De Equilibrio	122
28. Anexos	140
29. Bibliografía	149

GENERALIDADES

A. INTRODUCCIÓN

Hace cientos de años la gente ha tenido la costumbre de consumir aguas aromáticas provenientes de diferentes plantas. De esta manera, el conocimiento ancestral y altos estándares de calidad han sido la base para la producción de plantas aromáticas.

Nuestro País ha sido reconocido como uno de los más hermosos y variados de todo el continente, lleno de recursos naturales y humanos.

La provincia de Cotopaxi, y en especial la ciudad de Latacunga no son la excepción, ya que existen áreas de cultivos aptos para la siembra de todo tipo de plantas medicinales y esencialmente aromáticas. Las plantas más destacadas para la siembra, reconocidas por sus características son:

- Menta: ideal para aliviar dolencias estomacales, problemas de los ojos, calmante y antidepresivo.
- Cedrón: conocida también como hierba de la princesa, ideal para aliviar dolencias de tos, gases intestinales y dolores estomacales.
- Manzanilla: conocida también como chamomilla, ideal para tratar dolores de estómago y gastritis, gripe, bronquitis de niños e irritación de los ojos.

Estas plantas aromáticas han sido reconocidas por su distinguido aroma a nivel local e internacional, utilizadas en la preparación de aguas aromáticas, las mismas que se utilizan en el alivio de dolencias de carácter digestivo. De gran cotización y reconocimiento en los países con mayor cantidad de emigrantes como lo son España y Estados Unidos.

B. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

¿Por qué las Plantas deshidratadas aromáticas?

Las plantas aromáticas se caracterizan por su capacidad de tratar enfermedades de diversa índole las cuales con el tratamiento adecuado que consiste en la deshidratación o extracción de una gran cantidad de humedad, pueden ser empacadas de tal forma que se pueden exportar a grandes distancias, conservando sus deliciosos aromas y características propias de las plantas.

Actualmente estas plantas son muy requeridas, especialmente por emigrantes ecuatorianos residentes en otros países ya que en estos lugares no se dispone de un producto con similares características.

La generación de fuentes de empleo, es otro de los puntos favorables que se desea conseguir con la realización del proyecto, el ayudar a mejorar la situación económica de varias familias es muy reconfortante para los responsables del mismo.

C. IMPORTANCIA ECONOMICA Y SOCIAL DEL CULTIVO

En el Ecuador el hombre crece junto a esta planta, haciendo su historia socio - económica a base de plantas. Las plantas aromáticas para el pequeño como el gran agricultor, es parte fundamental de la vida económica de su finca y diversas actividades como los son: crianza de aves, cerdos, vacas lecheras, engorde de ganado.

En general, el agricultor que siembra destina pequeñas áreas de tierra para suplir sus necesidades inmediatas y el sobrante comercializarlo. El cultivo de las plantas aromáticas y medicinales se cultiva esencialmente en las provincias de la sierra, en total en todo el país hay unas 500 especies de plantas medicinales conocidas,

de las cuales 125 de ellas son ampliamente comercializadas y esto es solo una fracción de la riqueza que se estima que existe en el país, Se estima que el 80 % de la población ecuatoriana depende de la medicina tradicional y por consiguiente de las plantas o productos naturales, basados en estas plantas para salud y bienestar.

En resumen, tanto el sector agrícola sembrador de plantas como la industria de infusiones a base de plantas están coordinando sus acciones, constituyendo una parte del desarrollo social y económico del Ecuador.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

El proceso de un Comercio Exterior, el cuál se basa en la compra y venta de bienes, servicios y tecnología, es muy importante para la economía de un país, las exportaciones y las importaciones comprenden una operación básica con el fin de mejorar el nivel de vida los ecuatorianos, así como también la difusión de productos nacionales.

Esta actividad muy importante para la relación económica internacional entre países, depende de un alto nivel de exportaciones y el crecimiento permanente de las mismas, de tal forma la cooperación es vital, ya que con diferentes tratados o acuerdos así como preferencias arancelarias, los países menos desarrollados pueden tener más oportunidades para incursionar en un comercio exterior.

Las exportaciones y su crecimiento no han tenido un índice favorable para el País en los últimos años, debido a muchas circunstancias de carácter económico o político, sin embargo las empresas ecuatorianas no deben mantenerse al margen de este tema, ya que son grandes cambios a nivel mundial y que la tendencia de incursionar en un mercado internacional se va haciendo cada vez más primordial frente a las posibilidades de ampliar sus ventas.

La realización de un estudio de mercado es un componente muy importante al momento de realizar o aplicar un proyecto sobre la incursión o desarrollo de un producto, donde se analiza las características de él o los productos a ser elaborados, conocer sus bondades, identificar la demanda y la oferta, segmentos de mercado, perfiles de los futuros clientes potenciales, comprobar la existencia de una demanda insatisfecha, realizar los respectivos análisis de las proyecciones y planear estrategias de comercialización.

Toda esta información nos servirá de mucho en los demás capítulos los cuales se van complementando y relacionando a fin de establecer toda la información posible al futuro inversionista.

1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Determinar la Evolución, el índice de las exportaciones ecuatorianas e identificar los mercados.
- Conocer las características del Producto y sus bondades.
- Determinar la cantidad del producto que se requiere en los mercados internacionales, sobre todo en EEUU y en España.
- Identificar la oferta existente en cada uno de los mercados internacionales.
- Encontrar los segmentos de mercados en EEUU y España.

1.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

1.2.1 MERCADO EXTERNO

El tema referente a las plantas medicinales y aromáticas, su uso y/o potencial para la exportación es un tema de moda para el Ecuador en los últimos años, así como también lo son ciertos productos de carácter no tradicionales, quienes vienen creciendo de sobre manera. Aunque no es nada nuevo para el país, hay mucha razón para que el tema tenga cierto auge. Por sobre todo es cierto que los actuales sistemas de salud se basan en compuestos provenientes de plantas, y gran parte de la población mundial depende de las medicinas tradicionales para suplir los requerimientos de salud diarios.

Por lo tanto se deben considerar ciertos temas referentes a determinar los mercados potenciales los cuales son:

- Posibilidad de admisión de un producto a un país.
- Acceso a sistemas de distribución.
- Promoción, y difusión del producto
- Indicadores de consumo y precios.

A pesar de la importancia global del tema no existen datos oficiales reales sobre las importaciones y exportaciones realizadas por el País en materia de Plantas Aromáticas o productos derivados.

Las exportaciones son registradas con la codificación NANDINA 1211 y subpartidas, referentes a plantas medicinales y aromáticas, en lo particular la partida que corresponde a plantas aromáticas deshidratadas es 1211909000 “Los Demás” dentro del cual se designa “Plantas o partes de plantas, frescos o secos, cortados o no.

1.2.2 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS

Los datos oficiales de Exportación se basan en el arancel común y se registran generalmente como “los demás”, dentro de la categoría de “plantas, partes de plantas, frescos o secos cortados o no pulverizados”.

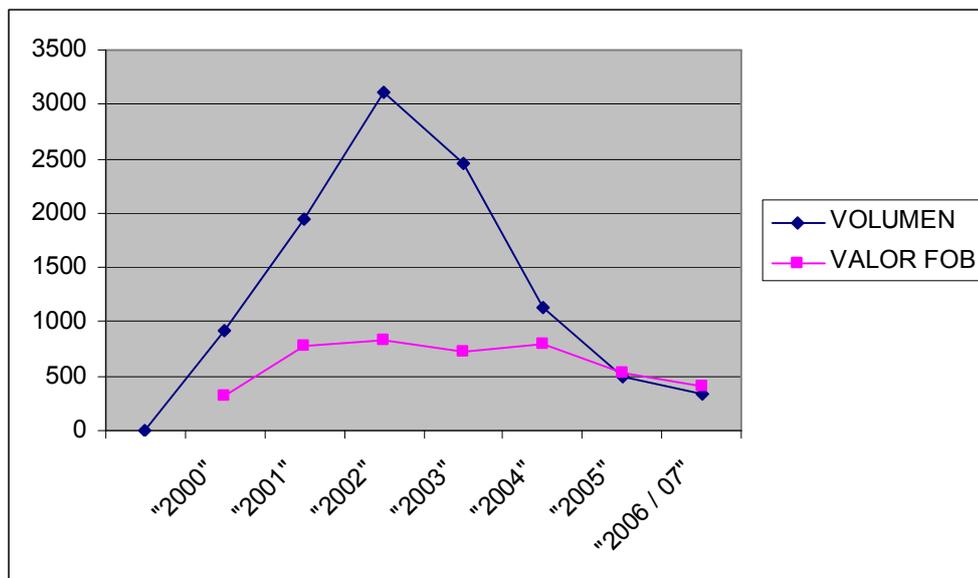
En el cuadro N.- 1 se ilustra las exportaciones de plantas aromáticas deshidratadas en General.

CUADRO N.- 1
EXPORTACIONES DE PLANTAS AROMÁTICAS DESHIDRATADAS
(Cifras en miles)

AÑO	VOLUMEN (KILOS)	VALOR FOB (\$)
2000	927.72	314.60
2001	1948.47	777.16
2002	3105.04	829.18
2003	2457.77	725.10
2004	1127.89	791.40
2005	493.31	534.87
2006 / 07	341.46	413.04

Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 1
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PLANTAS AROMÁTICAS



Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado Por: Freddy Moreano

1.2.3 PAÍS DESTINO

Referente a la tendencia de las exportaciones de plantas aromáticas deshidratadas, crecieron considerablemente hasta el año 2002, mientras que en el año 2003 se observa una caída considerable. Las exportaciones en el período de enero a mayo del 2004, abastecieron mercados como: Estados Unidos considerado el principal mercado para este tipo de producto, Puerto Rico, Francia, España, Colombia, Italia, Alemania y Bolivia. A partir de esta fecha se tiene un descenso de Exportaciones realizadas hasta finales del año 2005, debido a diversos acontecimientos sobre todo de índole internacional el cuál involucro de sobre manera a nuestro principal socio comercial, acontecimientos que citamos a continuación:

- En el transcurso del año 2002 el presidente de los Estados Unidos hace un anuncio ante el Congreso donde previene sobre amenazas con armas de destrucción masivas hacia Estados Unidos y sus aliados, entre otras situaciones que involucraban a la ONU e Irak sobre informes de armas nucleares, químicas etc. Las operaciones de comercio exterior no se vieron afectadas de una gran manera.
- Para inicios del año 2003 ya se sentía augurios de guerra, donde Estados Unidos y Gran Bretaña ya movilizaban tropas militares hacia diversos sitios estratégicos, empezó ya una “guerra relámpago” contra Irak y con esto, graves problemas económicos para la primera potencia mundial que a su vez afecta a la salud de las cuentas del resto de los países.
- El presidente estadounidense consiente del cuidado de los índices macroeconómicos de su país, establece un presupuesto militar de 380.000 millones de dólares para un año fiscal, como consecuencia el congreso da prioridad a importaciones de petróleo y materia prima haciendo que La balanza comercial adquiriera un déficit comercial de niveles record, es

cuando a partir de esa fecha se ponen diversas trabas para que productos como las plantas aromáticas puedan ingresar de la forma como lo han estado haciendo.

- Ciertos analistas consideran que la economía de Estados Unidos comienza a recuperarse y que para el año del 2005 se podrá contar con un índice de crecimiento del 3.5%.

Desde inicios del año 2006 se va contando con un crecimiento favorable a las exportaciones de plantas aromáticas, lo que hasta mediados del mismo se tiene una cifra muy aceptable del total del Valor FOB, con una estimación de un incremento del 100 % por lo menos para el resto del año, lo que significa que las exportaciones de plantas aromáticas deshidratadas tiene un futuro muy favorable en el Comercio Exterior.

Este producto tiene gran acogida en los países donde se concentra la mayor cantidad de emigrantes ecuatorianos, ya que son aquellas personas que no olvidan la medicina tradicional, y la capacidad que poseen estos productos para aliviar dolores de diversa índole.

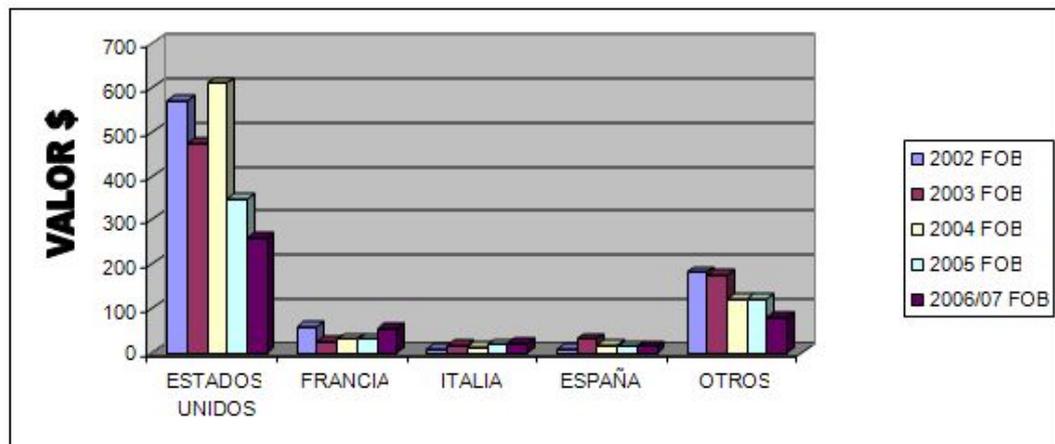
CUADRO N.- 2
PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN DE PLANTAS
AROMÁTICAS
(Cifra en miles)

DESTINO	2002		2003		2004		2005		2006/07	
	KILOS	FOB	KILOS	FOB	KILOS	FOB	KILOS	FOB	KILOS	FOB
ESTADOS UNIDOS	2364,2	570,19	1544,5	474,95	882,59	609,83	285,43	348,98	180,65	259,92
FRANCIA	65,2	57,96	19,12	25,21	26,6	31,57	23,75	31,34	32,35	53,53
HOLANDA	59,48	26,12	0,01	0,01			0,45	9,07	1,15	19,98
ALEMANIA	87,01	35,06	15	8,25	42,4	39,77	126	77,65	7,34	6,04
REPUBLICA CHECA	0,03	3,3								
ITALIA	33,8	9,35	18,9	17,91	19,86	12,89	13,67	18,95	18,95	21,06
ESPAÑA	66,92	9,79	63,24	31,27	9,65	15,47	12,28	15	2,79	15,26
PUERTO RICO	400,34	106	725,44	132,38	145,41	72,64	25,41	3,36	56,13	23,15
PERU			0,02	0,13						
BOLIVIA	0,07	0,34			0,02	0,19				
COLOMBIA	7,4	5,54	1,31	7,13	0,32	4,94	0,76	4,62	34,04	8,95
COSTA RICA	1	4,25								
CANADA	19,64	1,35	5,2	1,52	0,78	3,43	0,79	3,63		
SUIZA			40	19,6						
REINO UNIDO			24,5	6,16			0,17	0,32		
MEXICO			0,03	0,38						
NUEVA ZELANDA			0,5	0,25						
ANTILLAS HOLAN.					0,29	0,7	2,24	0,38		
ZONA FR. DE ECU.							2,4	21,6		
ARGENTINA									8,1	5,19
TOTAL	3105,1	829,25	2456,5	725,15	1127,9	791,43	493,35	534,9	341,5	413,08

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 2
PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE PLANTAS
AROMÁTICAS



Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado Por: Freddy Moreano

1.2.3.1 MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

El mercado de Estados Unidos, como nuestro principal socio comercial, y sobre todo nuestro principal demandante de productos de carácter natural, como plantas medicinales y aromáticas, se lo debe analizar de tal forma que podamos contar con una información real sobre la factibilidad de ingresar en este mercado con nuestros productos.

“En EEUU el mercado de las plantas medicinales y aromáticas se estima en más de dos mil millones de dólares en un mercado creciente, Las importaciones han crecido en un 40 % en los últimos 10 años, Los principales abastecedores de estas plantas para su mercado son: China, India, Alemania, Italia, Egipto y México”¹.

¹ Análisis del Mercado de Plantas Medicinales y Especies/Rocío Taga/ Pág. 15

Cabe señalar la importancia activa que tiene cada especie de plantas aromáticas, dentro del mercado de EEUU, utilizadas principalmente como té de infusión, utilizadas, ya sea en una sola hierba o combinadas.

GRÁFICO N.- 3
COMO SE UTILIZAN LOS SUPLEMENTOS AROMÁTICOS EN EEUU
2005



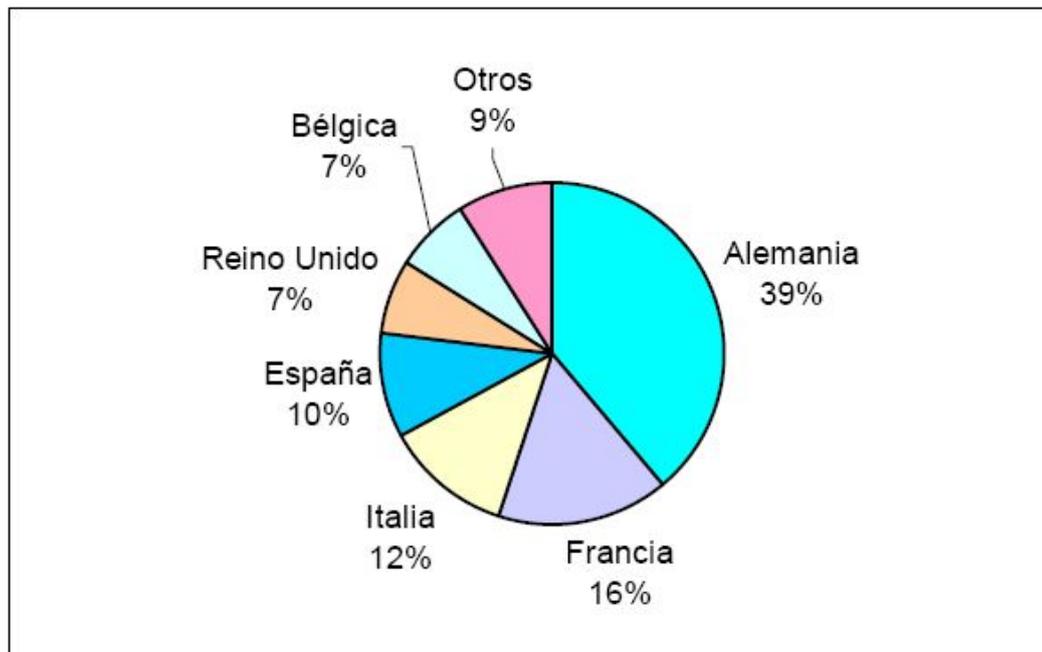
Fuente: Whole Foods Magazine
Elaborado Por: Freddy Moreano

1.2.3.2 MERCADO DE ESPAÑA

El mercado Europeo, es considerado como uno de los más importante, debido a su consolidación, un bloque, muy relevante respecto a las importaciones, y debido a que tiene las compañías más grandes del mundo.

España, considerado como uno de los principales países importadores, en lo que ha plantas aromáticas se refiere, ya que conforma el cuarto lugar con un 10 % del total de las Importaciones realizadas, por la Unión Europea.

GRÁFICO N.- 4
PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE PLANTAS AROMÁTICAS
Y MEDICINALES DE LA CEE 2004



Fuente: Eurostat

Elaborado Por: Freddy Moreano

“España se abastece principalmente de EEUU, China y de los países del resto de Europa (Bulgaria, Polonia, Hungría), y de la exportación de sus propios miembros, aunque esta producción también incluya un porcentaje de reexportaciones de productos de terceros países. Las importaciones se han mantenido en un crecimiento de aproximadamente un 7% en términos de volumen”.²

España y todos los países pertenecientes a la Comunidad Europea, tienen las mismas normas y restricciones de importación de productos, Por lo que es importante obtener toda la información correspondiente para el acceso a estos países para iniciar la producción. Además de definir la parte botánica a producir.

² Análisis del Mercado de Plantas Medicinales y Especies/Rocío Taga/ Pág. 12

Las exportaciones dentro del ámbito local se han mantenido en un nivel estable dentro de los últimos dos años, pero se espera un crecimiento del 100 % para el año 2006, ya que las fechas claves de exportación son en los meses de Agosto a Octubre, y se espera que la cifra actual se duplique.

1.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El cultivo regular de plantas aromáticas y medicinales, y su transformación industrial es una interesante alternativa para numerosas regiones rurales de Ecuador, que ayudaría a resolver problemas económicos, sociales y medioambientales.

El aprovechamiento por el hombre de las plantas aromáticas y medicinales, así como la extracción y utilización de sus esencias, hay que buscarla en la más remota antigüedad. Desde tiempos de la colonia con enormes latifundios, donde la población indígena estaba relegada a vivir en las zonas más altas y frías de las provincias de la sierra, donde retomaron la agricultura, pastoreo de animales como medio de vida.

De allí nace los productos con el cultivo de plantas aromáticas y medicinales, utilizadas por los indígenas para un sin fin de utilidades, como de alimentación, de aroma e incluso facultades medicinales.

Existe una gran variedad de plantas aromáticas provenientes del campo como son: Borraja, Cedrón, Eucalipto, Hierba Luisa, Hojas de Nopal, Manzanilla, Menta Piperita, Tomillo, Toronjil, Valeriana entre otras. Donde con el tratamiento adecuado se las puede deshidratar a fin de poderlas comercializar en el Exterior, sin que pierdan las características que son únicas de cada planta.

1.3.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Como una principal característica de todos los productos provenientes del cultivo se refiere al tratamiento orgánico, es decir sin la utilización de agentes químicos o similares.

1.3.1.1 CLASIFICACIÓN BOTÁNICA

Considerando la gran variedad de plantas existentes se han tomado en cuenta tres tipos de plantas aromáticas, las cuales son las de mayor demanda en mercados internacionales, reconocidas por sus características en general.

A continuación mostramos la clasificación Botánica de tres tipos de plantas aromáticas en las cuales se concentrará nuestro estudio.

CUADRO N.- 3
CLASIFICACIÓN BOTÁNICA DE PLANTAS AROMÁTICAS

PLANTA	NOMBRE CIENTIFICO	FAMILIA	OTROS NOMBRES	PARTES A COSECHAR	ESTADO DE CORTE	FORMA DE REPRODUCCIÓN
Manzanilla	Matricaria Chamomilla	Asteraceae	Chamomilla	Flores, tallo, raíz	Floración	Siembra Directa
Cedrón	Aloysia Tripilla	Verbeaceae	Hierba de la Princesa	Hojas	Antes de la Floración	Por estacas
Menta	Menta Piperita	Labiadas	Hierba Buena	Hojas	Floración	Por semilla y estolones

Fuente: Empresa Jambi Kiwa

Elaborado Por: Freddy Moreano

1.3.1.2 PROPIEDADES NUTRITIVAS Y MEDICINALES

Las cualidades de las hierbas aromáticas se conocen desde hace milenios, por su alto contenido en vitaminas y sales minerales, que les otorgan grandes

propiedades nutritivas. Esto unido a su intenso sabor, convierte a las plantas aromáticas en unas magnificas aliadas para la salud y bienestar del ser humano.

Las plantas aromáticas poseen además propiedades terapéuticas, para alivios y tratamientos medicinales. Presentamos algunas de esas propiedades considerando los tres tipos de plantas planteadas.

CUADRO N.- 4
PROPIEDADES MEDICINALES DE LAS PLANTAS

PLANTA	PROPIEDADES MEDICINALES
CEDRON	<ul style="list-style-type: none"> - Alivio de molestias originados por la Tos - Alivio de problemas digestivos. - Alivio de dolores y molestias estomacales
MANZANILLA	<ul style="list-style-type: none"> - Calma molestias de dolores de estómago y gastritis. - Combate la gripe, y problemas de sueño. - Ayuda a calmar la bronquitis de niños y la irritación en los ojos. - Cura y Sana las heridas mal cicatrizadas. - Uso en la cosmetología, por sus propiedades descongestivas y suavizantes debidas a su contenido en aceite esencial y flavonoides.
MENTA	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuda en las disfunciones del hígado y la vesícula biliar. - Combate el insomnio. - Ayuda a los problemas de gases y colon irritable - Alivia las molestias de resfriados

Fuente: Empresa Jambi Kiwa

Elaborado Por: Freddy Moreano

Es importante un adecuado proceso de deshidratación de los diferentes tipos de plantas aromáticas, para que estos no pierdan sus atributos y bondades característicos de cada una.

1.3.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS O COMPLEMENTARIOS

Para las plantas Aromáticas deshidratadas no se han identificado productos naturales que sean utilizados como sustitutos, ya que sus características nutritivas y medicinales son únicas de cada especie.

Se pueden presentar medicamentos o bebidas que cumplan con las mismas características de las plantas o que desempeñen sus mismas funciones, pero que son elaboradas con aditivos y sustancias de carácter químico lo que las hace en cierto punto diferentes a las plantas por su tratamiento totalmente natural, y preferidas por el consumidor.

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.4.1 MERCADO META

Enfocados al objetivo de nuestro estudio, tenemos que para una operación de exportación o de comercio exterior, el producto puede ser utilizado en su presentación original, o utilizado para la elaboración de otros productos de diversa índole, lo cierto es que las plantas aromáticas deshidratadas y la demanda respectiva de las mismas, según profesionales de las instituciones encargadas de su exportación, es inducida por la oferta del producto.

Lamentablemente por la falta de información específica presentada, en relación a consumo o demanda por parte de los países europeos, principalmente España y Estados Unidos de América, no se pueden precisar cifras exactas de especies de plantas, sin embargo el consumo de las mismas y el crecimiento en la evolución de exportaciones e importaciones de estos países evidencia un consumo considerable.

La mayoría de empresas o comerciantes se niegan a proporcionar datos y cifras sobre las exportaciones o importaciones de plantas aromáticas deshidratadas, y muchos aseguran que el comercio es solamente local. Sin embargo se conoce que se exporta principalmente a países como EEUU y Europa sin realizar trámites legales, solamente llevando los productos al por mayor o menor vía aérea o marítima y pagando a las aduanas.

Las informaciones de la demanda se encuentra en dos de los mercados más grandes la Unión Europea y Norte América, como son; España y Estados Unidos respectivamente.

Estados Unidos es el mercado de más rápido crecimiento debido a la facilidad a ser introducidas, mientras que La Unión Europea, especialmente España es un mercado más amplio pero con un poco más de restricciones, lo que no representa ningún obstáculo para el productor nacional ya que este mercado es el preferido por los exportadores, dejando en cierto punto a un lado el ofertar en EEUU.

1.4.2 CONSUMIDOR DEL PRODUCTO

Los consumidores del producto se están representados por los mercados de Europa (España), y América del Norte (Estados Unidos)

En virtud del gran numero de emigrantes residentes en EEUU y en España, hace que el mercado de las plantas aromáticas deshidratadas procedentes del Ecuador tenga mayor acogida, y una menor resistencia para el ingreso de los mismos.

El número de emigrantes regularizados en España es de 374711 ecuatorianos.

1.4.3 SEGMENTACIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL EXTERIOR

Para la segmentación del mercado se han seleccionado las variables geográficas, demográficas y conductuales.

Variables Geográficas

Países de La Comunidad Económica Europea y Norteamérica: España, Estados Unidos

Densidad: Urbana

Variables Demográficas

Ingresos: alto, medio-alto, medio

Variables Conductuales:

Ocasión de Compra: Ocasiones normales, Ocasiones especiales.

Beneficios Pretendidos: Calidad, Servicio, Economía

El mercado potencial externo se halla en los países de la Comunidad Europea y Norte América, especialmente en España, y Estados Unidos.

1.4.4 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL EXTERIOR

Particularmente el consumidor del exterior tiene características de comportamiento simplificadas en la búsqueda de productos exóticos, en este caso para las plantas aromáticas deshidratadas de producción totalmente orgánica, que contengan un valor nutricional y medicinal, que cumpla con las normas de calidad vigentes en cada uno de estos países, es una gran opción para estos consumidores.

1.4.5 DEMANDA ACTUAL DEL PRODUCTO EN ESPAÑA

Es posible obtener información sobre la demanda de las plantas aromáticas en forma deshidratada, para nuestros dos países meta. Los cuales se consideran que el precio fluctúa entre los 4 a 7 dólares, por cada Kilo de planta deshidratada. Empezaremos mostrando la demanda en los últimos años, y la actual en el país de España, datos que se aprecian en el cuadro N.- 5.

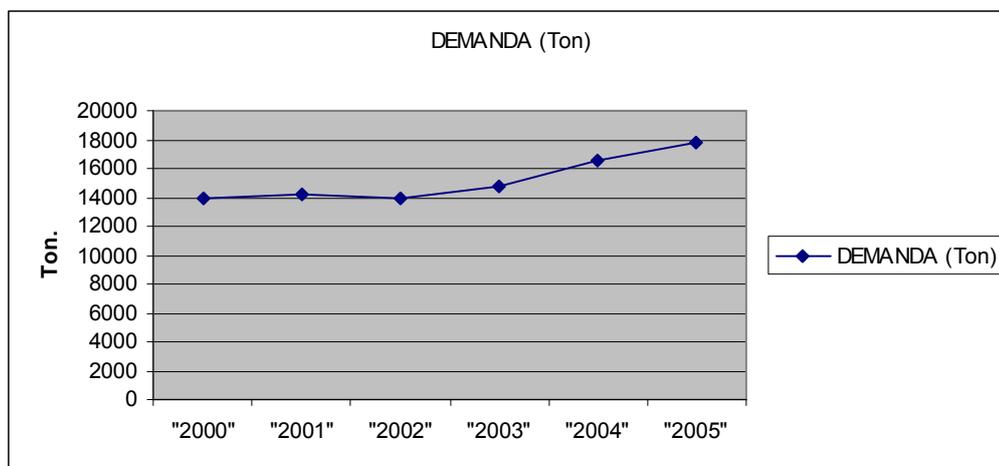
CUADRO N.- 5
DEMANDA TOTAL DE PLANTAS AROMÁTICAS EN ESPAÑA

AÑO	DEMANDA (Ton)
2000	13926
2001	14200
2002	13923
2003	14764
2004	16580
2005	17758

Fuente: Universidad Católica de Chile

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.-5
DEMANDA DE PLANTAS AROMÁTICAS EN ESPAÑA



Fuente: Cuadro N.- 5

Elaborado Por: Freddy Moreano

El mercado Español es muy atractivo para los productores mundiales de Plantas Aromáticas y medicinales, ya que en este país se concentra un gran número de empresas que demandan de este producto para un sin fin de necesidades.

1.4.5.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL EN ESPAÑA

Como se mencionó antes, España es un mercado que se encuentra en un total crecimiento, pese a una baja sufrida en el año 2002, en el resto de los años se considera un incremento que hace de este una oportunidad para los exportadores en especial para los de nuestro País.

La economía consolidada y la estabilidad reinante en este país son otros de los motivos para que el incremento de la demanda por las plantas aromáticas sea notorio, así como otro tipo de productos sobre todo de Sur América los cuales tienen gran aceptación.

1.4.5.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE ESPAÑA

Para la proyección de las cifras demandadas se ha utilizado el método de los mínimos cuadrados tomando como referencia los datos obtenidos en la demanda actual del producto, donde se pudo obtener la información presentada en el siguiente cuadro.

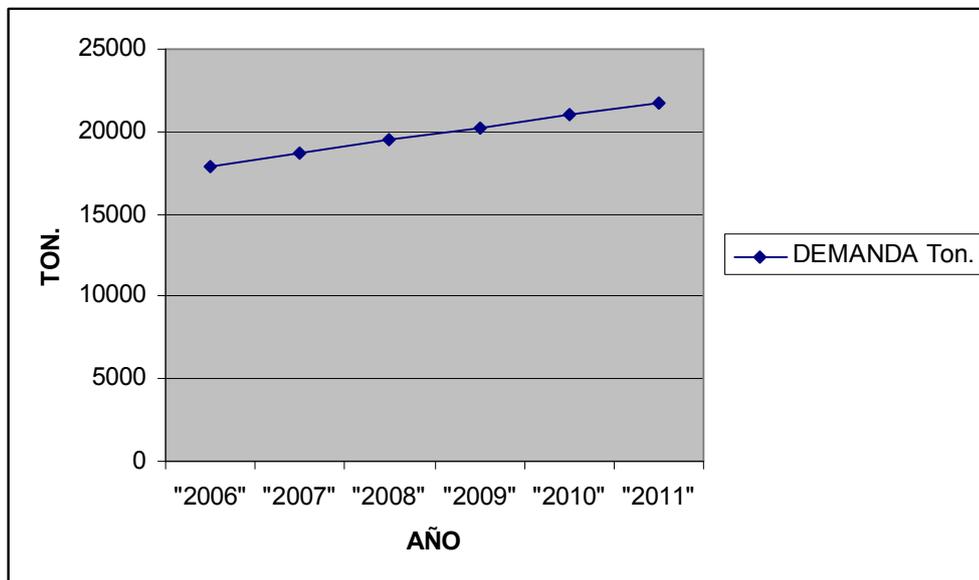
CUADRO N.- 6
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA PARA EL MERCADO
ESPAÑOL

AÑOS	DEMANDA Ton.
2006	17905,93
2007	18681,39
2008	19456,85
2009	20232,30
2010	21007,76
2011	21783,22

Fuente: Cuadro N.- 5

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 6
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL MERCADO ESPAÑOL



Fuente: Cuadro N.- 6

Elaborado Por: Freddy Moreano

1.4.6 DEMANDA ACTUAL DEL PRODUCTO EN EEUU

A continuación se muestra la información referente a la demanda actual del mercado en los Estados Unidos, un país que tiene una gran mayoría de las importaciones de este producto.

CUADRO N.- 7

DEMANDA ACTUAL DE PLANTAS AROMÁTICAS EN EEUU

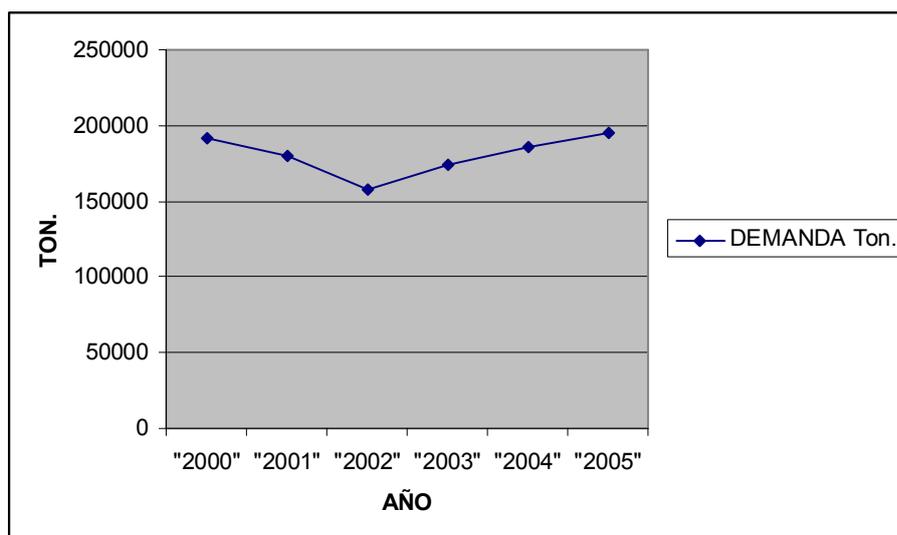
AÑO	DEMANDA Ton.
2000	191828
2001	180323
2002	158280
2003	174349
2004	186234
2005	194941

Fuente: Universidad Católica de Chile

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 7

DEMANDA DE PLANTAS AROMÁTICAS EN EEUU



Fuente: Cuadro N.- 7

Elaborado Por: Freddy Moreano

1.4.6.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL DE EEUU

A partir del año 2000 al año 2002 se ha tenido una demanda del producto de forma descendente, respecto a varias situaciones reflejadas en el desconocimiento por parte de los estadounidenses de ciertas bondades de estas plantas, ya que ellos tienen otro tipo de costumbre al momento de consumir bebidas de tipo natural. Pero a partir de ese año la demanda de este producto ha venido creciendo de una forma muy interesante, ubicando a EEUU en conjunto con España entre los dos mercados más atractivos para la exportación de plantas medicinales de forma deshidratada.

Un aspecto importante que hay que considerar en el crecimiento de la demanda es el aumento de emigrantes no solo de Ecuador sino también de América Latina en el país del norte, ya que ellos son los encargados de la difusión de las características de las plantas aromáticas.

1.4.6.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE EEUU

Para obtener la información de una demanda proyectada, tomaremos en consideración los datos obtenidos en el cuadro anterior y los proyectaremos, utilizando el método de los mínimos cuadrados.

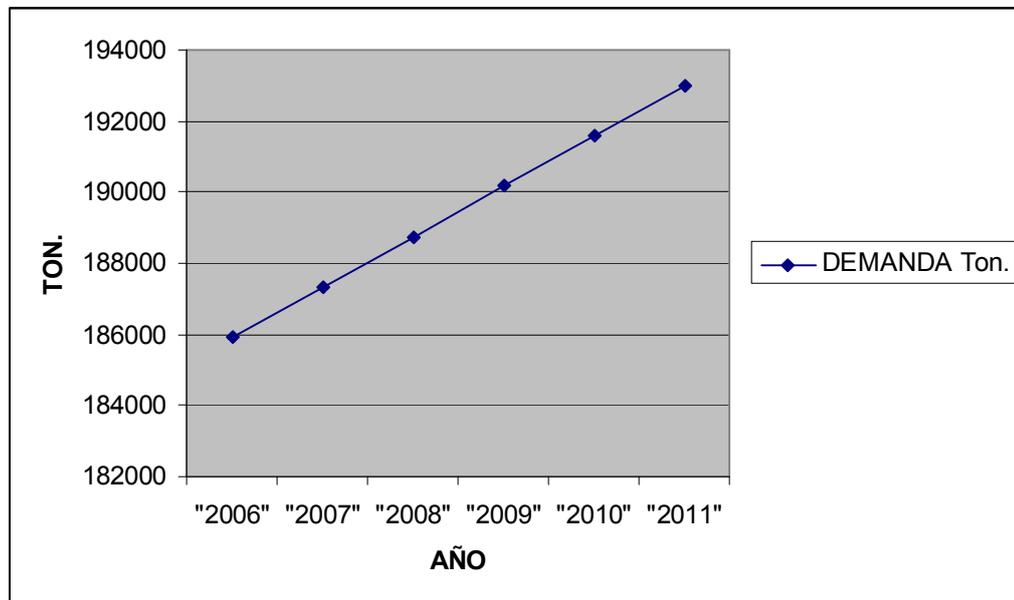
CUADRO N.- 8
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA EN EEUU

AÑO	DEMANDA Ton.
2006	185929,20
2007	187339,69
2008	188750,17
2009	190160,66
2010	191571,14
2011	192981,63

Fuente: Cuadro N.- 7

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.-8
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE



Fuente: Cuadro N.- 8
Elaborado Por: Freddy Moreano

1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

1.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA DE NUESTRO PRODUCTO

Para poder entender de una mejor manera la oferta de un producto a esta se la clasifica de la siguiente manera:

- a) Monopolio.- Que corresponde a un solo ofertante de un determinado producto, y por lo tanto, controla el mercado, precios calidad etc.
- b) Oligopolio.- Cuando un mercado se encuentra dominado por pocos productores.

- c) Oferta Competitiva.- Es una oferta de libre competencia, debido a un gran número de oferentes o productores.

De tal forma podemos considerar que la oferta de nuestro producto es competitiva, ya que a nivel local existen varias empresas que se dedican a la producción y a la comercialización en el exterior.

1.5.2 FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA

La mayor parte de la producción de plantas aromáticas ha estado concentrada en regiones con clima frío y moderado a semi tropical, durante los últimos años la producción de estas plantas se ha dispersado a varios países.

La producción mundial y el tratamiento de estas plantas se concentra en países como: Francia, Alemania, Bulgaria, Malasia, Indonesia, China y Corea, estos dos últimos son los mayores productores tanto de plantas aromáticas como de plantas medicinales.

Para nuestro País existen dos principales factores que afectan a la oferta de nuestro producto los cuales son:

- Factores Internos
- Factores Externos.

Factores Internos.- Son los que afectan o podrían afectar a la producción interna de un país como por ejemplo: Costos de Producción, Mano de Obra, Clima, Plagas, etc.

Factores Externos.- Son aquellos que presentan resistencia a ofertar un producto como pueden ser: Leyes, reglamentos, registros, condiciones de salubridad, etc.

1.5.3 DESTINO DE LA PRODUCCIÓN

Para poder establecer el destino de la producción, tenemos que identificar cuales son las zonas de cultivo, concentradas en su mayor parte en la Sierra mostradas en el siguiente cuadro.

CUADRO N.- 9
ZONAS DE CULTIVO POR EMPRESAS PARA EXPORTACIÓN

EN LA SIERRA	
PROVINCIA	PRODUCTORES / PROCESADORES
LOJA	ILE
CHIMBORAZO	CEDEIN, JAMBI KIWA
BOLIVAR	CASA CAYAMBE
IMBABURA	AGROALEGRE
PICHINCHA	ASOCIACIÓN DE MUJERES DE OLMEDO
TUNGURAHUA	AROMAS DEL TUNGURAHUA
EN LA COSTA	
GUAYAS	PENINSULA DE SANTA ELENA

Fuente: Cuadro N.- 8

Elaborado Por: Freddy Moreano

En la realidad la producción de plantas aromáticas se da en casi todos los sitios agro ecológicos de la región sierra de nuestro país, debido a las características de suelo y a las bondades que presta el mismo para obtener un producto de calidad, y de forma orgánica.

1.5.4 OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO EN ESPAÑA

La oferta, y la evolución de las mismas de parte de diversos países hacia la Comunidad Europea y en esencial a España ha tenido indicadores muy alentadores para el sector productivo, y exportador, especialmente para nuestro país, cabe notar que esta oferta se considera a las importaciones y a la producción

interna de plantas aromáticas de forma deshidratada por parte de España, indicados de una mejor manera en el cuadro N.- 10

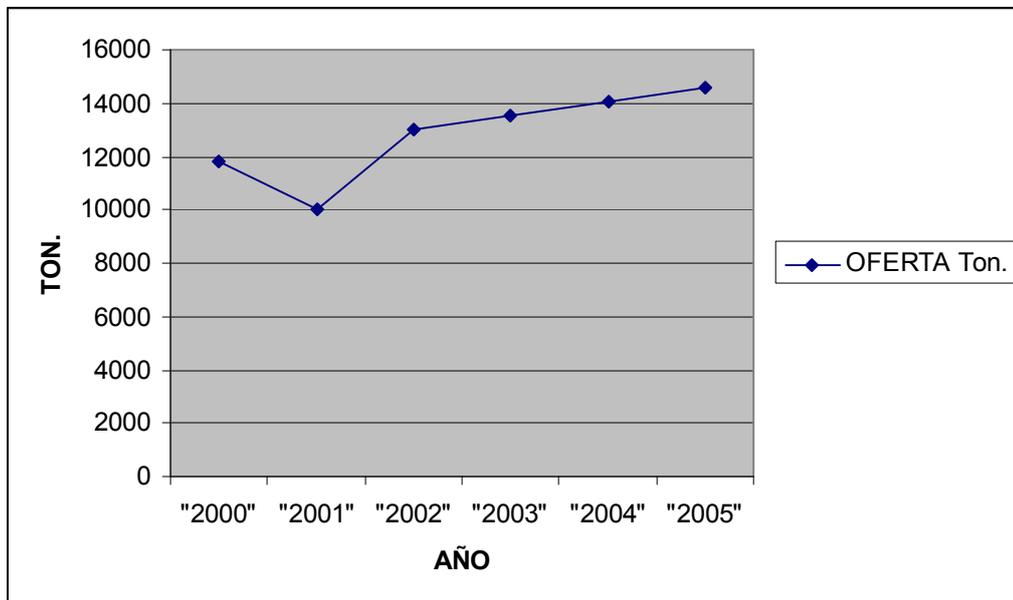
CUADRO N.- 10
OFERTA ACTUAL Y EVOLUCIÓN DE LA MISMA A ESPAÑA

AÑOS	OFERTA Ton.
2000	11800
2001	10020
2002	13038
2003	13500
2004	14070
2005	14600

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 9
OFERTA ACTUAL AL MERCADO ESPAÑOL



Fuente: Cuadro N.- 8

Elaborado Por: Freddy Moreano

1.5.4.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL AL MERCADO ESPAÑOL

La oferta y las importaciones por parte de otros países hacia España ha tenido su gran evolución o repunte desde el año 2002, debido a que varios países de América Del Sur como Chile y Ecuador que han incrementado sus exportaciones hacia la Unión Europea, en vista de la disminución de exportaciones a EEUU por el conflicto armado.

1.5.4.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA AL MERCADO ESPAÑOL

Para la proyección de la oferta se considera los datos obtenidos en el cuadro anterior, y se utiliza el método de los mínimos cuadrados.

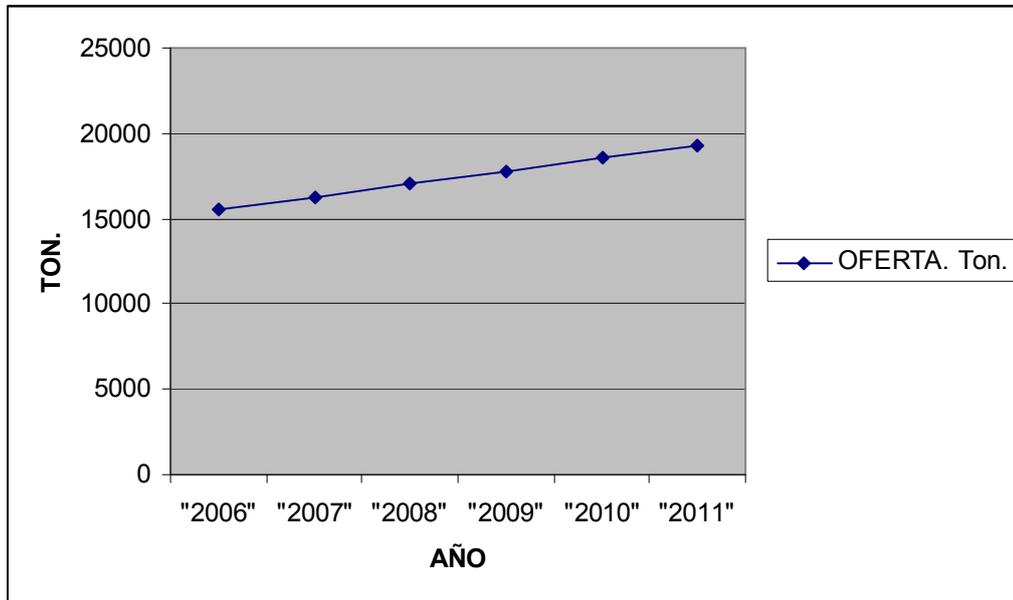
CUADRO N.- 11
PROYECCIÓN DE LA OFERTA AL MERCADO ESPAÑOL

AÑOS	OFERTA. Ton.
2006	15499,20
2007	16259,54
2008	17019,89
2009	17780,23
2010	18540,57
2011	19300,91

Fuente: Cuadro N.- 8

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 10
PROYECCIÓN DE LA OFERTA AL MERCADO ESPAÑOL



Fuente: Cuadro N.- 9
Elaborado Por: Freddy Moreano

1.5.5 OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO EN EEUU

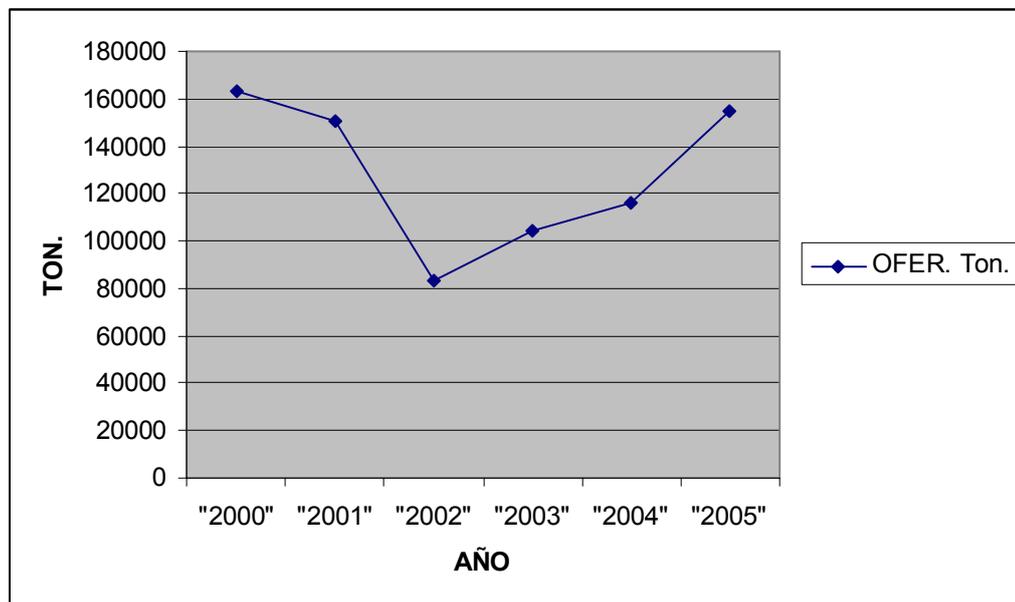
La oferta actual de plantas aromáticas hacia Estados Unidos ha tenido ciertas variaciones las cuales han hecho que los exportadores ecuatorianos han dejado su oferta hacia este país y prefiriendo realizar sus ofertas al mercado Europeo. Sin embargo el mercado de estadounidense tiene una demanda la cual posee un crecimiento año tras año, y donde factores como el TLC cambiarían las tendencias de la oferta por parte del Ecuador.

CUADRO N.- 12
OFERTA ACTUAL AL MERCADO DE EEUU

AÑO	OFER. Ton.
2000	163000
2001	150323
2002	83000
2003	104349
2004	116234
2005	154941

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 11
OFERTA ACTUAL A EEUU



Fuente: Cuadro N.- 9
Elaborado Por: Freddy Moreano

1.5.5.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL A EEUU

Se tiene índices que las importaciones de EEUU de plantas aromáticas antes del 2000 tenía un crecimiento muy favorable, lamentablemente la adopción de una prioridad económica por parte del congreso del este país a causas del conflicto armado afectó a las importaciones de plantas aromáticas en el año del 2002 y 2003, sin embargo varios analistas económicos apuntan a que la recuperación de estos índices se dará de a poco desde el año 2005.

1.5.5.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA AL MERCADO DE EEUU

Para la proyección de la oferta al mercado de Estados Unidos, se considerarán los datos obtenidos de la oferta actual, aplicando el método de los mínimos cuadrados.

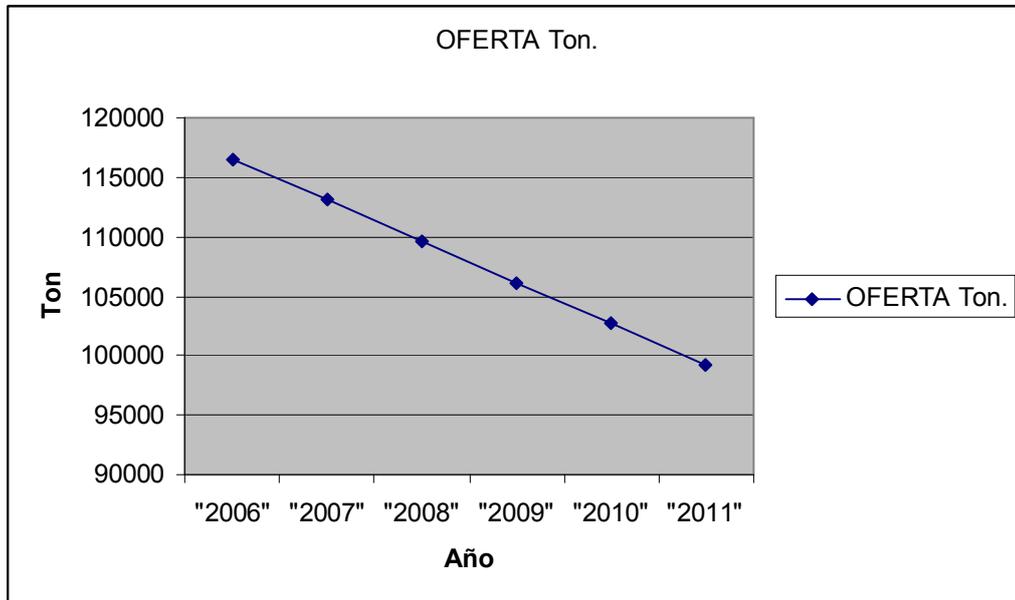
CUADRO N.- 13
PROYECCIÓN DE LA OFERTA AL MERCADO DE EEUU

AÑO	OFERTA (Ton.)
2006	116519,87
2007	113056,64
2008	109593,41
2009	106130,18
2010	102666,95
2011	99203,72

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 12
PROYECCIÓN DE LA OFERTA AL MERCADO DE EEUU



Fuente: Cuadro N.- 13
Elaborado Por: Freddy Moreano

1.6 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se encuentra obtenida por medio de la información de la demanda y oferta proyectadas tanto para el país de España como para Estados Unidos.

Mediante la diferencia entre la demanda y la oferta obtenemos la Demanda Insatisfecha para los próximos 6 años y podremos resaltar la información para la puesta en marcha del proyecto.

1.6.1 DEMANDA INSATISFECHA DE ESPAÑA

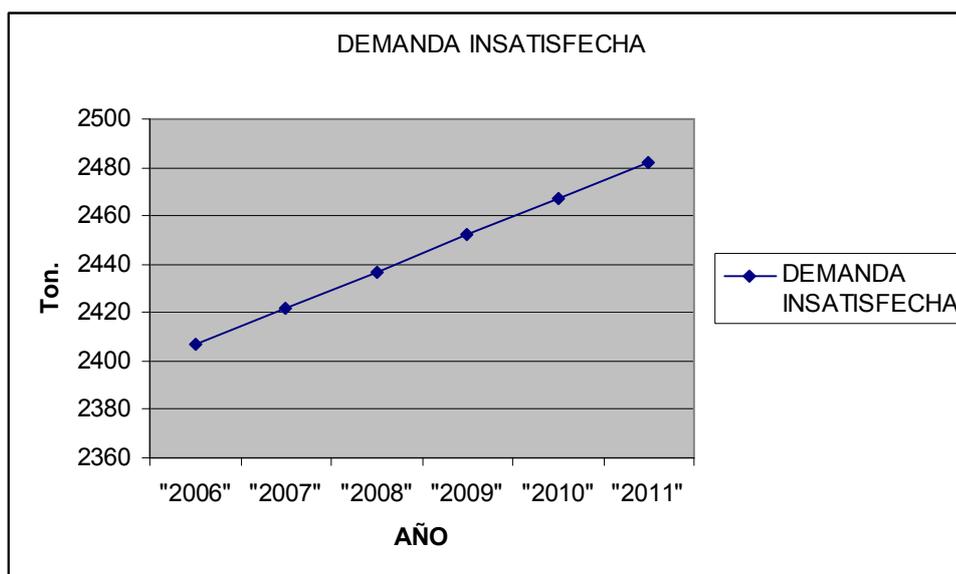
CUADRO N.- 14
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA DEL MERCADO
ESPAÑOL

AÑO	DEMANDA Ton.	OFERTA Ton.	DEMANDA INSATISFECHA
2006	17905,93	15499,20	2406,73
2007	18681,39	16259,54	2421,85
2008	19456,85	17019,89	2436,96
2009	20232,30	17780,23	2452,07
2010	21007,76	18540,57	2467,19
2011	21783,22	19300,91	2482,31

Fuente: Universidad Católica de Chile

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 13
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA DEL MERCADO
ESPAÑOL



Fuente: Cuadro N.- 14

Elaborado Por: Freddy Moreano

Como podemos observar en el cuadro y gráfico anterior, la demanda insatisfecha del mercado español, la cual es muy extensa, crece considerablemente en cifras que se encontrarían entre 1% y 2% anuales.

1.6.2 DEMANDA INSATISFECHA DE ESTADOS UNIDOS

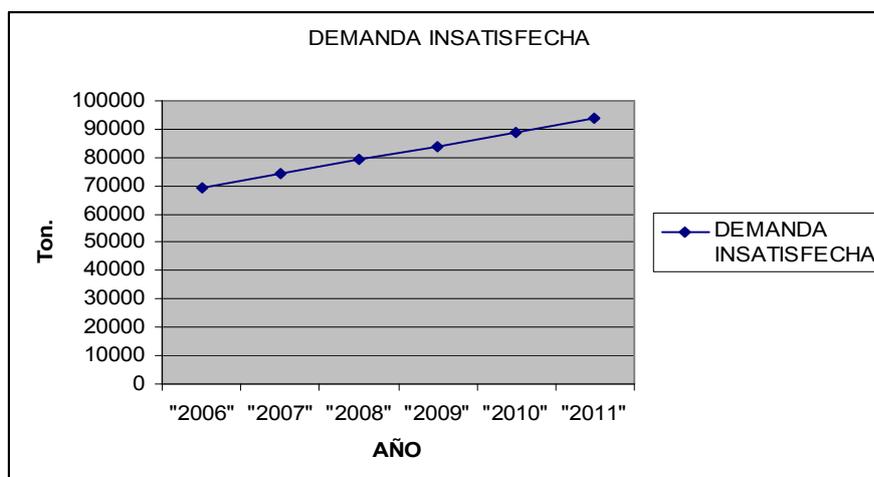
CUADRO N.- 15
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA DEL MERCADO
ESTADOUNIDENSE

AÑOS	DEMANDA Ton.	OFERTA Ton.	DEMANDA INSATISFECHA
2006	185929,20	116519,87	69409,33
2007	187339,69	113056,64	74283,05
2008	188750,17	109593,41	79156,76
2009	190160,66	106130,18	84030,48
2010	191571,14	102666,95	88904,19
2011	192981,63	99203,72	93777,91

Fuente: FEDEXPOR

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 14
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA DEL MERCADO
ESTADOUNIDENSE



Fuente: Cuadro N.- 15

Elaborado Por: Freddy Moreano

La oportunidad de poder incursionar en un mercado como el de España o el de Estados Unidos, es muy amplia, y se piensa captar en porcentaje mínimo debido a la gran cantidad de demanda insatisfecha existente.

Hay que considerar que nuestro país tiene una gran ventaja competitiva en el mercado, y sus productos son muy demandados. Reconocidos por su precio y calidad en lo que a plantas aromáticas se refiere, lamentablemente la falta de producción y un trato agro industrial ha hecho que no exista una gran oferta por parte de empresas ecuatorianas hacia estos mercados.

1.7 ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio de las plantas aromáticas deshidratadas ha sufrido ciertas variaciones de precios en el transcurso de los años, así en España en los últimos 3 años su precio ha venido fluctuando en \$0,50 / Kg., para el año 2003, \$1,60 /Kg. en el año 2004, \$1,40 en el año 2005 respectivamente, para el año 2006 se tuvo un precio de \$ 3,90 / Kg.

En Estados Unidos, las plantas aromáticas deshidratadas variaron de \$ 0,45 / Kg. En el año 2003, \$ 0,80 / Kg. En el 2004, y 1,38 en el 2005, para el año 2006 el precio era de \$ 1,70 / Kg.

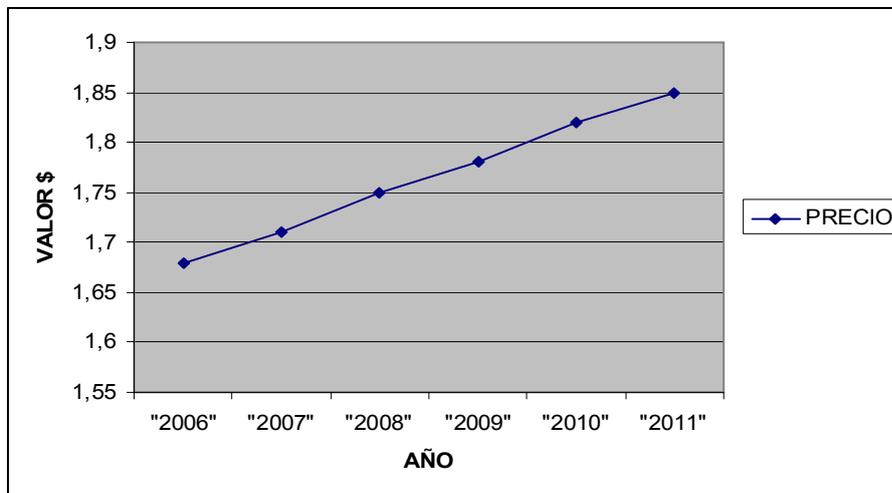
El precio puede fluctuar de acuerdo a varios factores como: condiciones climáticas, aspectos propios del cultivo, consideraciones internas del productor, consideraciones externas propias de cada país, restricciones internacionales. Donde de acuerdo a expertos relacionados con el tema muestran la proyección de los precios en los dos mercados indicados en el cuadro N.- 16.

CUADRO N.- 16
PROYECCIÓN DE PRECIOS INTERNACIONALES

AÑOS	PRECIO ESPAÑA (\$)	PRECIO EEUU (\$)
2007	3,53	1,82
2008	4,15	2,09
2009	4,77	2,37
2010	5,39	2,64
2011	6,02	2,92
2012	6,64	3,19

Fuente: Escuela Politécnica del Chimborazo
Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 15
PROYECCIÓN DE PRECIOS INTERNACIONALES



Fuente: Cuadro 16
Elaborado Por: Freddy Moreano

1.8 ANÁLISIS FODA INTERNACIONAL

1.8.1 ANÁLISIS INTERNO

Este análisis representa las fortalezas y debilidades para la empresa encargadas de la producción, comercialización de plantas aromáticas y nos guiarán de mejor manera para la implementación de actividades de la empresa.

A. FORTALEZAS

- Las condiciones agrícolas de los terrenos de la ciudad de Latacunga son óptimos par la siembra de plantas aromáticas.
- La producción y cosecha de estas plantas se las realiza en cualquier época del año.
- Materias Primas totalmente orgánicas donde no intervienen productos químicos.
- Mano de Obra capacitada.

B. DEBILIDADES

- Dificultad de ingresar al mercado internacional.
- Escasez de créditos al sector.
- Falta de conocimiento sobre las características de estas plantas.
- Carencia de estudios técnicos para el cultivo de las plantas.

1.8.2 ANÁLISIS EXTERNO

Mediante el análisis Externo podremos identificar las Oportunidades y Amenazas existentes para nuestro producto.

A. OPORTUNIDADES

- Aumento del consumo mundial de productos naturales o no tradicionales.
- Capacidad de Producción Orgánica.
- Gran captación en el mercado internacional por cualidades propias de las plantas.
- Posibilidad de integración vertical y horizontal, producción y comercialización.

B. AMENAZAS

- Ingreso de Nuevas Industrias al mercado Internacional.
- No renovación de preferencias arancelarias con Estados Unidos.

1.9 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL EXTERIOR

En una gran mayoría, la producción de las plantas aromáticas nacionales, está destinada a la exportación, donde con una correcta implementación de estrategias de promoción y difusión se podrá tener éxito en la comercialización de nuestro producto.

El incremento del consumo de productos naturales es muy alto, sobre todo en los países de España y EEUU debido al apareamiento de nuevas industrias, el incremento de emigrantes de los países latinos entre otros.

1.10 MARKETING MIX – INTERNACIONAL.

1.10.1 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

La promoción y difusión de nuestro producto es de vital importancia para el comercio exterior y por ello se considera los siguientes aspectos:

- Estrategia de difusión por medio de presentaciones en el Ministerio de Industrialización y Pesca ya que esta institución realiza presentaciones de productos no tradicionales en periodos de tiempo determinados.
- Presentación por medio de envío de muestras a los emigrantes radicados en cada uno de los países que son el objetivo de este estudio.

1.10.2 ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

Un producto de calidad es muy importante para la satisfacción de una necesidad.

- Utilización de materias primas e insumos totalmente orgánicos sin la implementación de productos químicos.
- No perder las propiedades y características propias de las plantas al momento de la deshidratación.
- Presentación del producto en un empaque seguro, presentable y que llame la atención de el consumidor.

1.10.3 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Los precios de los diferentes productos de carácter no tradicional como el nuestro varían de acuerdo a temporadas, escasez, épocas de mayor o menor oferta, por lo mismo es importante el poder aplicar estrategias de precios que no representen una resistencia a la comercialización de nuestro producto. Como por Ejemplo:

- Determinar un precio que sea realmente competitivo en el mercado internacional.
- Aplicación de descuentos y rebajas por la compra en grandes volúmenes.
- Rebajas de precios en ciertas temporadas.

1.10.4 ESTRATEGIAS DE PLAZA

Para la comercialización de las plantas aromáticas en el exterior es muy importante considerar las características, ventajas, desventajas de distribución en un determinado mercado, observar los distintos comportamientos, exigencias por parte del consumidor, requisitos sanitarios, como por ejemplo en Estados Unidos, se debe cumplir con la inspección sanitaria Animal and Plants Health Inspection Service, donde la importación de productos como plantas requieren de un certificado fitosanitario.

De igual manera en mercados como los europeos se deben cumplir con certificados fitosanitarios exigentes por los gobiernos, además, existen los broker's los cuales son los encargados de la presentación, almacenamiento, distribución, y representan una opción para iniciarse en la comercialización en los mercados internacionales.

1.11 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

- Las evoluciones de exportaciones de productos no tradicionales han sido un potencial de evolución constante y las plantas aromáticas no han sido la excepción.
- Las plantas aromáticas de carácter botánico tiene características de alivio de dolores, y la capacidad de tratar diversos síntomas de carácter digestivo.
- En el mercado español se requiere aproximadamente de 14000 toneladas de este producto por año, mientras que en EEUU, la cantidad requerida es de 30000 toneladas por año.
- La oferta por parte de Ecuador a España es de aproximadamente de 30 toneladas por año mientras que a EEUU se tienen una oferta de 300 toneladas por año.
- Los segmentos de mercado identificados en estos mercados se refiere a toda la población con ingresos medio, alto con ocasiones de compra normales y especiales.

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PRODUCTO

Una vez determinada la demanda insatisfecha en la investigación de mercado, debemos exponer los criterios técnicos del proyecto, como las características de la planta de producción, los materiales, el equipo, insumos, a fin de identificar el lugar donde se instalará la empresa.

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Identificar los factores determinantes del proyecto
- Establecer los recursos a utilizar para el desarrollo del proyecto.
- Escoger la mejor alternativa de localización de la planta.

2.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

Cumplido los objetivos del capítulo I, los cuales se basan en la información elemental para la estimación de una demanda futura, es muy importante también la determinación del tamaño adecuado del proyecto, como la capacidad instalada, con el fin de obtener la producción necesaria para satisfacer necesidades, los ciclos de operaciones, la capacidad productiva, todo esto durante un periodo normal de producción.

2.2.1 FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

Relacionando estos factores con el logro de resultados que nos ayuden a determinar el tamaño del proyecto como objetivo primordial, aquellos como el financiero, capacidad de producción, la mano de obra, entre otros recursos a utilizar, serán la pauta para establecer la infraestructura del proyecto.

2.2.2 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

Como se mencionaba anteriormente, uno de los principales recursos a utilizar en la implementación del presente proyecto, se refiere a los recursos financieros, y el mismo requiere de un mínimo necesario que pretende la busca de un producto de calidad. Considerando este aspecto, sería muy aconsejable un aporte del 45 % y el resto, buscar un financiamiento, con unas condiciones financieras favorables.

2.2.3 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

La disponibilidad de mano de obra necesaria para iniciar el proceso de producción será aquella con conocimientos de cultivo y cosecha de plantas, por que la provincia de Cotopaxi cuenta con mucho personal de experiencia, como lo son los campesinos e indígenas, grandes conocedores del tratamiento de las plantas y sus bondades.

Es muy importante contar con la supervisión y vigilancia de un profesional en el área, el cuál nos guiará sobre los cuidados que se debe tener al momento de la siembra, riego y cultivo de estas plantas.

2.2.4 DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

La utilización de una materia prima de excelente calidad, hará que el resultado final se obtenga en las mismas condiciones.

Para nuestro caso las materias primas e insumos a utilizar podrían considerarse en los siguientes.

- Semillas de cada especie de planta (Manzanilla, Cedrón, Menta)
- Abono Orgánico

Estos materiales serán obtenidos con gran facilidad en los mercados de la región centro del país como lo son Latacunga, Ambato.

Una característica principal que no hay que olvidar sobre nuestro producto, es que será producido con insumos y abonos completamente orgánicos, es decir sin la utilización de químicos que alteren la textura o el aroma que identifica a cada una de ellas.

Otra alternativa sería la compra directa de plantas por medio de las diversas asociaciones campesinas existentes en las ciudades de Latacunga, Ambato o Riobamba. Para lo cual el proceso de transformación a plantas deshidratadas, se las realizaría específicamente en la ciudad de Latacunga en donde se ubicará la planta.

2.2.5 DISPONIBILIDAD DE TECNOLOGÍA

El poseer una tecnología de punta hará que nuestro producto sea más competitivo en los mercados internacionales, ya que se contarán con ventajas como, rapidez en el cultivo, cosecha de las plantas, empaçado de calidad, optimización de los procesos, etc.

Algunas de las maquinarias a utilizarse serían:

- Sistemas de riego por dispersión
- Hornos Industriales para Deshidratación.
- Selladora de empaques

Debido a que se trata de un proceso netamente agro- industrial se utilizarán técnicas de cultivo, en el área agrícola, optimización y control en el área industrial.

2.2.6 DISPONIBILIDAD DE TERRENO

Se cuenta en la actualidad con un terreno, perteneciente a uno de los accionistas ubicado en la provincia de Cotopaxi, ciudad de Latacunga, a 2 Km. vía a Bellavista por el sector de la FAE, el cual reúne las siguientes características:

- 4800 m^2
- Canalización
- Agua de regadío
- Cercana a la carretera principal
- Suelo cultivable con abonos totalmente orgánico

2.2.7 ECONOMIAS A ESCALA

La capacidad del proyecto estará relacionada con las características del terreno antes mencionado sin forzar los recursos de producción, de tal manera que nos permita operar a un costo mínimo unitario.

Tanto el terreno como la infraestructura tienen la capacidad de poder seguir ampliando sus instalaciones, lo que representaría que la maquinaria como otros costos de diversa índole vayan disminuyendo a fin de ser más productivos.

2.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La ubicación del terreno de cultivo y la planta productiva, es de vital importancia para el correcto funcionamiento de las actividades agrícolas e industriales, por lo cual se analizará la macrolocalización y la microlocalización.

2.3.1 MACROLOCALIZACIÓN

2.3.1.1 SITUACIÓN Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS INSTALACIONES

En toda la región centro del País, existen áreas muy desarrolladas y aptas para el cultivo de plantas aromáticas, la cordillera de los Andes hace que cada provincia que se encuentra en este lugar sea un potencial productor, debido a su clima y a la calidad del suelo que presenta.

Una de las empresas productoras más representativas del País, en lo que a exportación de plantas aromáticas se refiere es la empresa Jambi Kiwa, ubicada en la ciudad de Riobamba, provincia del Chimborazo, debido a sus cualidades climáticas, muy similares a las de nuestra provincia, por lo que es una muy buena opción para la localización de nuestro proyecto.

País: Ecuador

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Latacunga

Ciudades Cercanas: Quito, Ambato, Riobamba

2.3.1.2 CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

Por medio de lo antes mencionado se pudo deducir que las provincias como Tungurahua y Chimborazo presta las características para un cultivo de las plantas aromáticas de excelente calidad, sin embargo, debido a la disposición del terreno, y a las características identificadas se selecciona a Latacunga como un lugar completamente óptimo para el funcionamiento de la empresa.

2.3.1.3 PLANO DE MACROLOCALIZACIÓN

GRÁFICO N.- 16
PLANO DE MACROLOCALIZACIÓN



Fuente: Municipalidad De Latacunga
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.3.2 MICROLOCALIZACIÓN

Este análisis corresponde al sitio o lugar interno en la provincia de Cotopaxi, y al sector donde se ubicara la empresa, tomando en cuenta las características del lugar, así como también si las condiciones y la accesibilidad a los servicios básicos se los puede recibir con las mejores condiciones posibles.

2.3.2.1 PLANO DE MICROLOCALIZACIÓN

GRÁFICO N.- 17
VISTA PANORAMICA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA Y DEL
TERRENO DEL PROYECTO



Fuente: Municipalidad De Latacunga
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.3.2.2 FACTORES LOCACIONALES

A. DISPONIBILIDAD DEL TERRENO

El terreno corresponde a un instrumento de análisis muy minucioso, ya que el suelo del mismo debe contener ciertas características los cuales permitan que una planta aromática no pierda su aroma y sus propiedades en el proceso de siembra y cultivo, pero primordialmente debe tener acceso a sitios de regadío.

El costo del terreno se determina en base a las cualidades de éste incluso a la cercanía al sector urbano o a un área habitada, para este caso el terreno considerado, tiene un avalúo de 30000 dólares americanos.

B. MEDIOS DE TRANSPORTE

La disponibilidad del medio de transporte es muy importante para el correcto funcionamiento de la empresa, de tal forma que la cercanía a las vías de acceso, a los puertos de comercialización, serán puntos muy importantes a ser considerados para la aplicación del proyecto.

En lo particular nuestra área de funcionamiento del terreno y la planta de la empresa cuenta con una carretera de primer orden lo cuál es de gran importancia ya que ocuparemos transporte terrestre para el traslado de nuestros productos en especial hacia el puerto de Guayaquil, de donde se desarrollará las exportaciones.

Otra situación favorable es la cercanía al Aeropuerto Internacional Cotopaxi, donde se podría realizar exportaciones vía aérea en un futuro próximo, lo que reduciría significativamente los costos.

C. FUENTES DE ABASTECIMIENTO

La región centro de nuestro país como Quito, Latacunga y Ambato, cuentan con proveedores y distribuidores de materiales e insumos de buena calidad, necesarios para la producción de plantas aromáticas, por lo que el lugar donde se ubicará nuestra planta productiva es un sitio estratégico muy cercano a estos proveedores.

D. FACTORES AMBIENTALES

El cuidado de la naturaleza por parte de la planta productiva se lo realizará tomando en cuenta los siguientes aspectos.

- Utilizar únicamente productos orgánicos como abono en la siembra del terreno.
- Disponer de tachos recolectores de basura sólida, separados en desechos reciclables y los no reciclables.

Hay que considerar que la siembra de plantas aromáticas no produce contaminación ambiental, por lo que no se lo considera como un factor de riesgo.

E. DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS

El sitio elegido por el autor del proyecto cuenta con los siguientes servicios básicos:

- Carreteras de primer orden.
- Servicio de Alcantarillado.
- Servicio de Energía Eléctrica.

- Servicio de Telecomunicaciones.

- Sistema de Riego.

2.3.2.3 MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

A continuación se muestra la ponderación de dos posibles lugares en donde la zona de cultivo es eficaz para la siembra de plantas aromáticas, como lo son: Parroquia San Buenaventura “sector la FAE”, Parroquia Belisario Quevedo, Obteniendo como lugar óptimo el sector de la FAE.

CUADRO N.- 17

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN (Parroquia San Buenaventura – Parroquia Belisario Quevedo)

FACTORES	PESO	SAN BUENAVENTURA		BELISARIO QUEVEDO	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Disponibilidad de terreno	0,50	10	5,00	7	3,50
Medios de Transporte	0,15	10	1,50	8	1,2
Fuentes de Abastecimiento	0,10	9	0,90	9	0,9
Factores Ambientales	0,05	10	0,50	10	0,5
Disponibilidad Servicios Básicos	0,20	9	1,80	7	1,40
TOTAL	1,00		9,7		7,50

Fuente: Datos estudiados

Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

A continuación se realizará el estudio de ingeniería del producto, para las plantas aromáticas deshidratadas, en el cuál se determinará los recursos que incurren el proceso de producción y transformación para la obtención del producto final.

2.4.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN

El Proceso de producción de las plantas aromáticas es muy simple y sencillo, pero requiere de ciertos cuidados esenciales para la conservación de los aromas y texturas de sus hojas.

A. PREPARACIÓN DEL TERRENO

La preparación del terreno corresponderá a uno de los principales aspectos a considerarse dentro del proceso de producción, ya que con una correcta preparación del suelo se obtiene un producto de excelente calidad. La preparación del terreno tendrá las siguientes características.

- El realizar las cavas del suelo permitirá romper la costra de la superficie, acompañado de un arado con el motivo de suavizar la tierra a sembrar.
- Para la siembra de plantas aromáticas se requiere de una aplicación mínima de abono, para que éstas no pierdan su sabor y aroma, estas plantas prefieren un suelo normal en nutrientes naturales, a uno rico en líneas generales.
- La aplicación del abono orgánico es importante, y no hay que olvidar que para la siembra y cultivo de estas plantas, no se utilizarán fertilizantes ni químicos parecidos debido al daño que se le está proporcionando a la planta, y el consumo de estos alimentos podría ser perjudicial. El estiércol, mantillo o turba son una muy buena opción para el abonado del suelo, y se lo aplicará en el invierno (1 Kilo por metro cuadrado).
- La realización de surcos de manera que se tenga un orden en la siembra, se aconseja hacerlos de 1 a 2 metros de separación.

B. SIEMBRA

Consistirá en la colocación de la semilla al boleó para el caso de la manzanilla, por medio de estacas o plantas, para el caso del cedrón, y dependiendo si se tiene semillas o por estacas para el caso de la menta, sobre los surcos de tierra ya preparados, cuidando de que las semillas no queden en el exterior de la capa del suelo sino enterradas a poca profundidad. Culminada esta labor se aconseja regar el suelo a través de riego por aspersión o por inundación, para que la semilla o la planta puedan desarrollarse de mejor manera.

C. RIEGO

Muchas de las especies de plantas aromáticas requieren de poco agua para vivir, pero algunas especies como la menta requieren de una mayor humedad, por lo que se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Según las condiciones de clima que se tenga se deberá regar más o menos, esto es si se encuentra al sol, si le da el viento, si el suelo se torna arcilloso o arenoso, primavera, verano, en fin de acuerdo al la situación del clima.
- Es recomendable regar a las primeras horas de la mañana o del atardecer, más no en las horas de mas sol.

D. CAVAS

Durante el periodo de crecimiento de la planta se debe continuar con los procesos de cavas así consideraremos lo siguiente:

- Durante el año, es aconsejable realizar algunas cavas de tal forma que podamos remover la tierra y eliminar las plantas ajenas a la de la siembra conocidas como (malas hierbas).

- Se labra muy superficialmente, sin profundizar, puesto que se rompería las raíces, mínimo 3 veces al año y un máximo de 7 a 8 cavas.
- Hay que considerar que plantas como la menta se propagan con gran rapidez, mediante tallos subterráneos por lo que pueden invadir plantas de alrededores, a lo que es aconsejable que se las corte con frecuencia para que esto no suceda.
- Se puede optar por el acolchado, que consiste en extender en la base de las plantas, cortezas de pepino, paja, plástico negro, esterilla u otros materiales los que nos ayudará para: conservar la humedad del suelo, reducir el crecimiento de malas hierbas, si se utiliza acolchados orgánicos, estos pueden colaborar con humus al suelo.

E. COSECHA Y RECOLECCIÓN

Para la cosecha de una planta aromática se deberá considerar los siguientes aspectos:

- La planta se encontrará lista para la recolección cuando ya se haya visto una floración para el caso de la manzanilla y del cedrón, donde se recortarán para provocar un nuevo desarrollo sano, de lo contrario se harán leñosas, esto se hará durante el verano para estimular el desarrollo de hojas nuevas. No obstante, después de algunos años, aunque las hayamos podado cada año, será preciso arrancarlas y plantar otras nuevas, puesto que pierden su forma original.
- Si algunas hierbas tienen un crecimiento excesivo se recortan también.

- Se elimina los restos de flores pasadas, ya que consumen reservas y afean a la planta.
- La poda será en el tallo siempre por encima de una yema, de forma que la planta pueda seguirse desarrollándose.
- Es necesario vigilar los posibles ataques de plagas (insectos, ácaros, caracoles, etc.) o enfermedades, (hongos, bacterias, virus) por lo que se puede utilizar los insecticidas biológicos y no los químicos.

F. TRANSFORMACIÓN DE LA PLANTA AROMÁTICA

Una vez obtenida la planta de los terrenos, pasa a un proceso de transformación de la planta, el cual consiste en la deshidratación para conseguir el producto final, en este proceso se tiene varios subprocesos que son:

1. CLASIFICACIÓN PESO Y LAVADO

Como su nombre lo indica, se realiza la clasificación de las tres especies de plantas, en función de calidad de tallos y hojas cosechados, ya que ambos son importantes para el empaqueo del producto.

Se pesa las plantas en grupos de 3 kilogramos para lavarlos con el fin de eliminar todas las impurezas existentes en las plantas y dejarlas listas para el proceso de secado.

2. SECADO

La razón más importante, desde el punto de vista técnico, por la que se seca las plantas aromáticas es su conservación: por este método se promueve el

mantenimiento de los componentes del vegetal fresco y se evita la proliferación de microorganismos.

También existen aspectos comerciales: la desecación debe llevarse a cabo en las mejores condiciones para que las plantas no pierdan nada del aspecto que deben presentar, para que cautiven y ejerzan la mayor atracción, así serán más apreciadas, más demandadas, y sobre todo mejor pagadas.

La cantidad de agua a extraer no puede superar ciertos valores, no debe presentarse muy reseca y quebradiza, cada planta debe tener un porcentaje de humedad, dependiendo de los estándares internacionales, para el caso de nuestras plantas estas serían:

CUADRO N.- 18
HUMEDAD MAXIMA DE PLANTAS AROMÁTICAS

PLANTA	HUMEDAD MAXIMA
Manzanilla	10 %
Cedrón	9%
Menta	10%

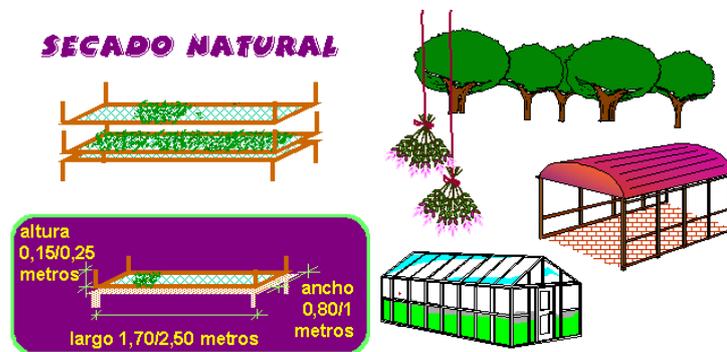
Fuente: Herbotecnia

Elaborado Por: Freddy Moreano

El aire es el que absorbe el vapor de agua de las plantas, es decir, su humedad relativa debe ser baja, sea tanto que se utilice secado natural, como secado mecánico.

- **SECADO NATURAL.**- Se puede realizar colocando el material sobre el suelo, al sol y removiéndola constantemente. Como desventaja se puede notar que no se puede controlar las condiciones climatológicas, y se obtiene un producto de mala calidad.

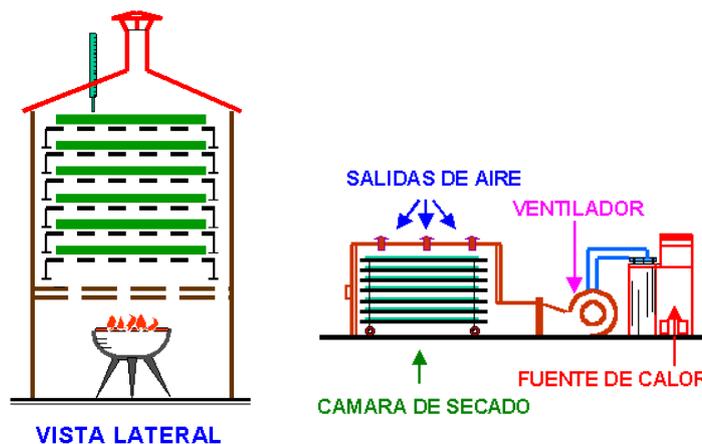
GRÁFICO N.- 18
SECADO NATURAL



Fuente: Herbotecnia
Elaborado Por: Freddy Moreano

- **SECADO MECANICO.-** Determina mayores gastos pero tiene grandes ventajas ya que se utilizan maquinas que realizan la función del secado de forma mecánica, y este proceso puede ser por aire caliente, por superficie caliente o por microondas.

GRAFICO N.- 19
SECADO MECÁNICO



Fuente: Herbotecnia
Elaborado Por: Freddy Moreano

3. EMPACADO DEL PRODUCTO

Para el empaqueo del producto seco se lo puede realizar de dos maneras y estas son:

- A granel en empaques de 20 Kilos.
- En empaques pequeños de 25 gramos

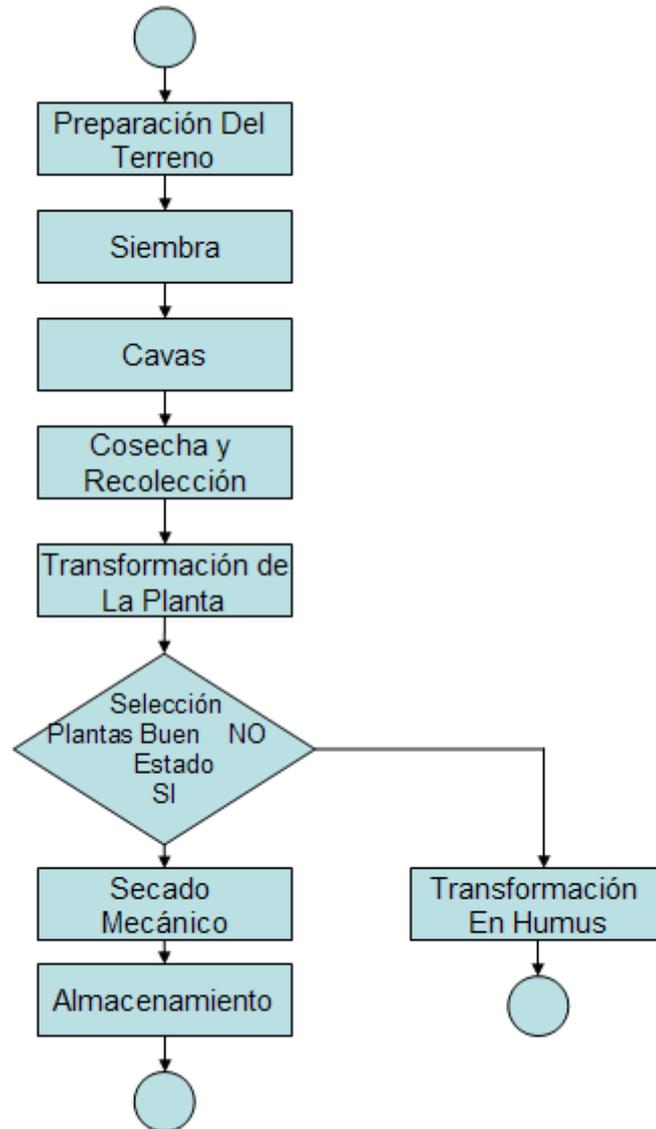
Cada uno de estos empaques son los demandados para exportación.

2.4.2 DIAGRAMA DE FLUJO

Las plantas aromáticas tienen un proceso productivo muy simple, en el cual intervienen la agricultura y la industria, de esa manera se obtendrá un producto industrializado, cumpliendo con los parámetros de salubridad y calidad en cada uno de los procesos existentes.

GRÁFICO N.- 20

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO



Fuente: Proceso de Producción
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.3 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Siguiendo los pasos mencionados en el proceso de producción, se tendrá un programa de acuerdo a las fechas en las cuales se pretende realizar y poner en marcha el proyecto. Se debe considerar que la cosecha de estas plantas será constante a partir de la etapa de siembra en períodos cortos de tiempo.

**CUADRO N.- 19
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN**

		2007																				
	ACTIVIDAD	FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Preparación Del terreno			■	■																	
2	Siembra				■	■																
3	Riego				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	Cavas						■	■			■	■			■	■			■	■		
5	Cosecha y Recolección															■	■	■	■	■	■	■
6	Secado															■	■	■	■	■	■	■
7	Almacenado															■	■	■	■	■	■	■

Fuente: Proceso de producción

Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE MAQUINARIA Y EQUIPO

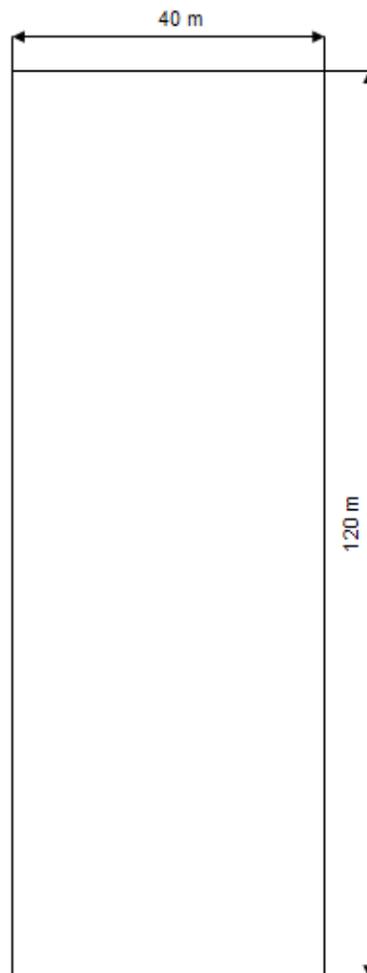
La distribución de la planta productiva se presenta a continuación:

- Área de cultivo de 4800 m^2 .
- Planta de secado 26.80 m^2

- Bodega 33.84 m^2
- Oficinas 14.25 m^2

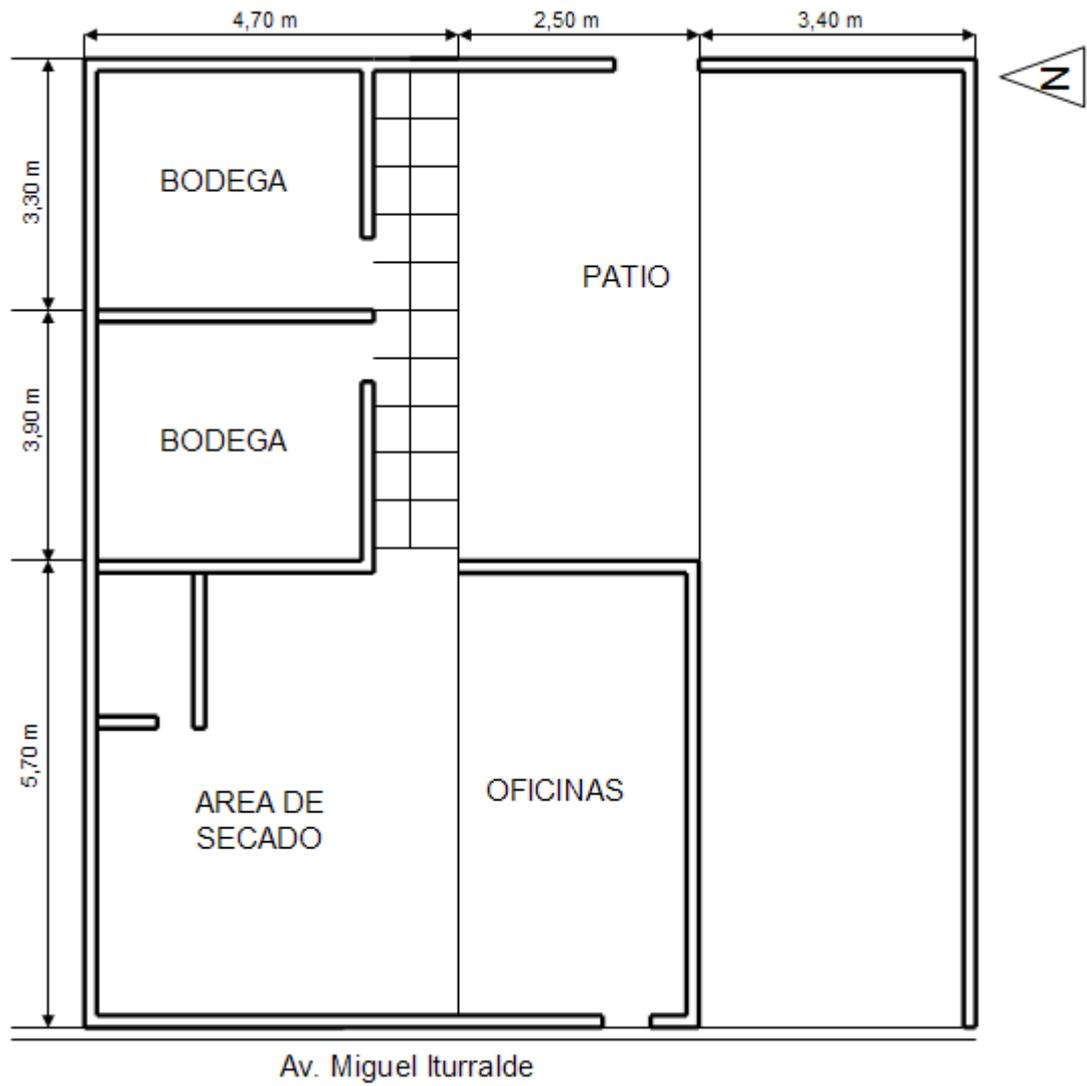
Entre otras áreas que también se deben considerar como las de carga para el transporte, las cuales se las puede apreciar de una mejor manera en el siguiente plano del área de cultivo y de las instalaciones de la infraestructura.

GRÁFICO N.- 21
PLANO DEL TERRENO



Escala: 1: 100
Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO.- 22
PLANO DE LA PLANTA PRODUCTIVA



Escala: 1: 100

Fuente: Investigación Directa

Diseñado Por: Freddy Moreano

Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.5 PRODUCCIÓN ACTUAL Y PRONÓSTICO

Al momento del cultivo del terreno de 4800 m^2 , se tendrá una producción real de 30 toneladas por año, por lo que la empresa considera la capacidad de poder expandir sus terrenos en 700 m^2 cada tres años, de acuerdo al crecimiento de la demanda.

De acuerdo a expertos en la siembra y cosecha de plantas aromáticas, se puede obtener 8 kilos de planta por metro cuadrado en la cosecha, lo que darían 6,25 Kilos de plantas deshidratadas en la transformación de esas plantas.

CUADRO N.- 20
PRODUCCION FUTURA

AÑO	Kilos Por Metro Cuadrado	Metros Cuadrados de Terreno	TOTAL KILOS
2007	6,25	4800	30000
2008	6,25	4800	30000
2009	6,25	4800	30000
20010	6,25	5500	34370
20011	6,25	5500	34370

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.6 ESTUDIO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

Nuestra materia prima es la semilla para el caso de la manzanilla y la menta, estacas o plantas preparadas para el caso del cedrón, las mismas que necesitarán de constante regadío y cuidados como fertilizantes orgánicos para que no sufran ningún tipo de deterioro, durante el tiempo que dura hasta la cosecha.

2.4.7 CANTIDAD NECESARIA DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

CUADRO N.- 21
MATERIAS PRIMAS

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO SEMESTRAL.(\$)	COSTO ANNUAL (\$)
Semillas Manzanilla	Quintal	4	20	40	80
Plantas Cedrón	Unidad	5000	0,02	50	100
Semillas Menta	Quintal	4	25	50	100
TOTAL					280

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.8 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Los habitantes de los alrededores de Latacunga, se dedican en su mayor parte a la agricultura, por lo que se dispone de mano de obra la cual es conocedora sobre el cultivo de las plantas aromáticas.

El sueldo a percibir cada trabajador es de \$ 180 a lo cual incluida las bonificaciones de ley, las cuales son: décimo tercero y décimo cuarto corresponden a \$209,5 mensuales para cada uno, por lo cual el total de mano de obra a utilizarse en la realización del proyecto es la siguiente.

CUADRO N.- 22
NUMERO DE TRABAJADORES EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN

ACTIVIDAD	N.- DE TRABAJADORES	SUELDO INDIVIDUAL+ BONIFICACIONES (\$)	SUELDO ANUAL (\$)
Preparación de suelo Regadío Sembrado Cosecha y Recolección Selección, Pesado, Lavado	3	209,5	7542
Secado Mecánico	1	209,5	2514
Empacado	1	209,5	2514
TOTAL	5		12570

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.9 REQUERIMIENTOS DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Dentro de los costos indirectos de fabricación, se incluye la depreciación de la maquinaria, lo que se podrá observar de una mejor manera en el Anexo 1.

CUADRO N.- 23
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN ANUALES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNIT	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Electricidad Kw/hr	3300	0,11	30,25	363
Mantenimiento Planta	Constante		16,67	200
Mantenimiento Vehiculo	Constante		66,67	800
Alquiler Tractor (hrs.)	20	8	13,33	160
Combustible	466 glns.	1.5	58,33	700
Depreciación Maquinaria			5,87	70,47
TOTAL				2293,47

Fuente: Investigación Directa, empresas productoras
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.10 MANO DE OBRA INDIRECTA

Para poder tener un control, y sobre todo un seguimiento de él área de producción, se contará con los servicios profesionales de un Supervisor de Producción, el cuál será el encargado de vigilar las actividades realizadas en este departamento.

CUADRO N.-24
COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	OBREROS	SUELDO (\$)	SUELDO ANUAL (\$)	BENEFICIOS (\$)	COSTO TOTAL ANUAL (\$)
Supervisor	1	350	4200	510	4710

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.11 GASTO ADMINISTRATIVO

El gasto administrativo corresponde a los sueldos y salarios del personal administrativo y los costos que se genera en las oficinas, los cuales se muestran a continuación:

CUADRO N.- 25
REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	SUELDO (\$)	SUELDO ANUAL (\$)	BENEFICIOS (\$)	COSTO TOTAL ANUAL (\$)
Presidente	420	5040	580	5620
Gerente	420	5040	580	5620
Jefe de Ventas	350	4200	510	4710
Contadora	250	3000	410	3410
Secretaria	180	2160	340	2500
TOTAL				21860

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.- 26
GASTO ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL (\$)	GASTO ANUAL (\$)
Remuneración Administrativa	1821,67	21860
Luz	18,33	220
Agua	20,83	250
Teléfono	31,67	380
Limpieza Oficinas	16,67	200
Suministros de Oficina	20,83	250
Depreciación Varios	389,55	4674,58
TOTAL		27834,58

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.12 REQUERIMIENTO DE MATERIALES INDIRECTOS

Los materiales indirectos que intervienen en la realización del producto final son:

CUADRO N.- 27
COSTO MATERIALES INDIRECTOS

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO SEMESTRAL. (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Abono Orgánico	Quintal	50	5	125	250
Lombirz	Quintal	70	7,5	262,5	525
Agua de regadio	Constante				20
Lonas para empaque 20Kg.	Unidad	1300	0,35	227,5	455
Fundas para empaque 75g.	Unidad	5000	0,016	40	80
Etiqueta	Unidad	7000	0,052	182	364
Cubetas plásticas	Unidad	50	0,52	13	26
Gás Domestico	Unidad	24	1,6	19,2	38,4
TOTAL					1758,4

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.13 MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO N.- 28
COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

MÁQUINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL(\$)
Horno industrial	3	150	450
Sistema de Riego	2	20	40
Selladora de Empaques	2	15	30
Carretillas	2	34	68
Azadones	5	5	25
Bombas Mochila	2	43	86
Rastrillos	4	5	20
Tijeras	4	1	4
Cubetas plásticas	20	3	60
TOTAL			783

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.14 INFRAESTRUCTURA

CUADRO N.- 29
COSTO DE INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	AREA (m²)	COSTO (m²)	COSTO TOTAL (\$)
Oficinas	14.25	150	2137,50
Área de Secado	26.80	150	4020,00
Bodegas	33.84	150	5076,00
Zona de carga	44,16	5,50	242,88
Cerramiento	280	5,50	1540,00
TOTAL			13016,38

Fuente: Constructora Cotopaxi
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.15 COSTOS DE INVERSIÓN DE OFICINAS

Los Costos de inversión para la adecuación correspondiente al equipo de oficina, muebles y enseres como equipo de cómputo se consideran los siguientes:

CUADRO N.- 30
COSTO DE EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Máquina Sumadora	1	50	50
Teléfono Fax	1	60	60
Archivador	2	70	140
TOTAL			250

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.- 31
COSTO MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Escritorios	3	60	180
Sillas	10	10	100
Mesa de Reuniones	1	120	120
TOTAL			400

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.- 32
COSTO EQUIPO DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Computadoras	3	700	2100
Impresora	1	50	50
TOTAL			2150

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.16 VEHÍCULO

Para poder obtener una correcta manipulación de productos se contará con un vehiculo que servirá de transporte para los mismos e incluso del personal.

CUADRO N.- 33
VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Vehiculo Tipo camioneta	1	22000	22000
TOTAL			22000

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

2.4.17 ESTIMACIÓN DE COSTOS DE INVERSIÓN

COSTOS DE INVERSIÓN TOTAL

El costo de inversión aproximado para comenzar con la producción de las plantas aromáticas será de:

CUADRO N.- 34
COSTOS DE INVERSIÓN TOTAL

RUBROS	TOTAL (\$)
Terreno	30000,00
Vehiculo	22000,00
Infraestructura	13016,38
Maquinaria y Equipo	783,00
Muebles y Enseres	400,00
Equipo de Oficina	250,00
Equipo de Cómputo	2150,00
Materia Prima	140,00
Materia Prima Indirecta	879,20
Mano de Obra Directa	6285,00
Mano de Obra Indirecta	2355,00
Costos Indirectos de Fabricación	1146,74
Gasto Administrativo	13917,29
TOTAL	93322,61

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Freddy Moreano

CAPÍTULO III

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3.1 LA EMPRESA

3.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El nombre o razón social de esta compañía exportadora, especializada en la producción y exportación de plantas aromáticas será “AROMAS EXPOR” de nacionalidad ecuatoriana, el nombre a sido elegido por la particularidad de dar a conocer sobre los aromas de nuestro producto.

3.1.2 TIPO DE EMPRESA

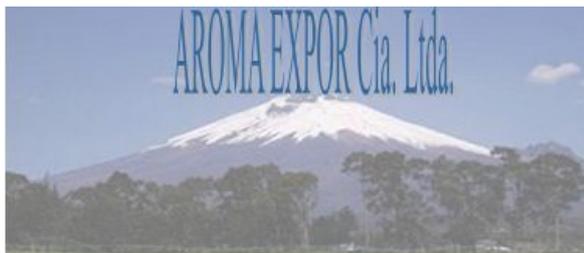
Esta compañía se encuentra dentro de la clasificación de las empresas privadas como COMPAÑÍA LIMITADA, en el sector exportador.

3.1.3 LOGOTIPO

El logotipo, muestra al Volcán Cotopaxi como muestra del lugar donde se desarrolla la producción de las plantas aromáticas.

GRÁFICO N.- 23

LOGOTIPO



Fuente: Estudio Administrativo
Elaborado Por: Freddy Moreano

3.1.4 TITULARIDAD DE LA EMPRESA

La constitución legal de la compañía estará representada como una Compañía Limitada, lo que representará las siguientes consideraciones:

- Se tendrá una participación de 3 socios y 15 como máximo, los cuales responderán por las obligaciones sociales, hasta el monto de sus aportaciones.

3.1.5 BASE LEGAL

El principio de existencia de esta compañía es a la fecha de inscripción del contrato social en el registro mercantil, bajo escritura pública ante un juez de lo civil, donde también se publicará en un periódico de mayor circulación.

La fiscalización y el control serán a cargo de los comisarios, el consejo de vigilancia y un auditor externo.

3.1.6 TIPO DE EMPRESA

La compañía AROMA EXPOR Cia. Ltda. Deberá afiliarse a la Cámara de la Pequeña Industria y a la Cámara de Comercio, cumpliendo con los requisitos y las normas que estas instituciones lo exijan.

Además deberá cumplir y acoger las obligaciones señaladas por la Superintendencia de Compañías, así como adquirir el Registro Único de Contribuyentes, otorgado por el S. R. I. y cumplir con las obligaciones tributarias.

3.2 CLASE DE ACTIVIDAD

La actividad de la empresa es la producción, transformación y exportación de Plantas aromáticas deshidratadas, por lo que la afiliación a cámaras de comercio, a la Superintendencia de Compañías es muy importante para poder desarrollar de una correcta manera la gestión de exportación.

De igual manera ser afiliado al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.

3.2.1 VISIÓN DE LA EMPRESA

Toda empresa debe tener una base filosófica que sean las guías de superación y crecimiento en la ejecución de actividades, la Visión se refiere a lo que la empresa espera ser en un período de tiempo determinado.

VISIÓN

Ser la más grande exportadora de productos agrícolas aromáticos reconocida a nivel nacional e internacional por su calidad y diversidad, respetando las leyes tratados internacionales, expandiendo sus mercados en Estados Unidos y la Unión Europea.

3.2.2 MISIÓN DE LA EMPRESA

MISIÓN

Lograr clientes satisfechos por medio de la producción y exportación de plantas aromáticas deshidratadas de calidad, promoviendo las bondades de las mismas a carácter internacional, y buscando otras alternativas de plantas con características similares.

3.2.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Por medio de los objetivos estratégicos se da a conocer los logros que la empresa desea a nivel de toda la organización.

Los objetivos estratégicos que se desean alcanzar son:

- Disponer una planta productiva distinguida por su nivel tecnológico y capacidad de producción.
- Promover los convenios de Asociaciones de Productores de Plantas aromáticas a fin de disponer varios proveedores y contar con materia prima que cumpla con las características similares.
- Incursionar en nuevos mercados internacionales por medio de los estudios de factibilidad de gestión de exportación.

3.2.4 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

OBJETIVO: Disponer una planta productiva distinguida por su nivel tecnológico y capacidad de producción.

ESTRATEGIAS

- Contaremos con un horno industrial de secado automatizado, controlado por PLC temporizados que permitirán la obtención de un producto de buena calidad.
- Contaremos con sistema de control industrial para el traslado de las plantas listas a ser secadas.

OBJETIVO: Promover los convenios de Asociaciones de Productores de Plantas aromáticas a fin de disponer varios proveedores y contar con materia prima que cumpla con las características similares

- Aplicaremos un plan de capacitaciones a las asociaciones de indígenas y campesinos productoras de plantas aromáticas.
- Presentaremos una propuesta diferente para mejorar el nivel de vida de las familias indígenas y campesinas a través de la siembra de plantas aromáticas, el cual consiste en la siembra totalmente orgánica de estas plantas, dotándoles de las herramientas necesarias y la venta de sus productos a precios razonables.
- Realizaremos convenios de compra de materia prima con las asociaciones, y empresas existentes.

OBJETIVO: Incursionar en nuevos mercados internacionales por medio de los estudios de factibilidad de gestión de exportación.

- Crearemos una página Web con las actualizaciones correspondientes en determinados lapsos de tiempo mostrando la infraestructura y los productos fabricados por la empresa.
- Visitaremos nuevos mercados potenciales en la Unión Europea a fin de establecer vínculos de una futura comercialización, por medio de nuestra página Web se establecerá los contactos necesarios para cumplir dicho objetivo.
- Mantendremos precios que sean atractivos al mercado internacional sin descuidar el porcentaje de utilidad local.

3.2.5 PRINCIPIOS Y VALORES

Es muy importante que una empresa mantenga una carta magna en la cual se expresen los principios y valores los cuales se identifique con el sentir de los involucrados en este proceso.

PRINCIPIOS DE LA EMPRESA AROMAS EXPOR Cia. Ltda.

- Respetar y Hacer respetar las leyes y reglamentos inscritos en los estatutos de constitución de la compañía.
- Asumir con total responsabilidad y dedicación en las labores desempeñadas dentro de la empresa.
- Capacitarse continuamente sobre las innovaciones referentes a siembra y cultivo, así como también sobre las últimas tecnologías en transformación de plantas deshidratadas.
- Mantener una cultura de atención al cliente basado en la cordialidad y respeto, ofreciendo las herramientas necesarias a fin de dar a conocer las cualidades de nuestro producto de calidad.
- Desenvolverse en un ambiente laboral totalmente amigable, y comprometido con su actividad.

VALORES DE LA EMPRESA AROMAS EXPOR Cia. Ltda.

- Respeto por los compañeros de trabajo.
- Honestidad y Responsabilidad en las relaciones laborales.

- Disciplina en las labores cotidianas de la empresa.
- Puntualidad y Ética especialmente en las labores de exportación.
- Fomentar el trabajo en equipo en el interior de los departamentos.

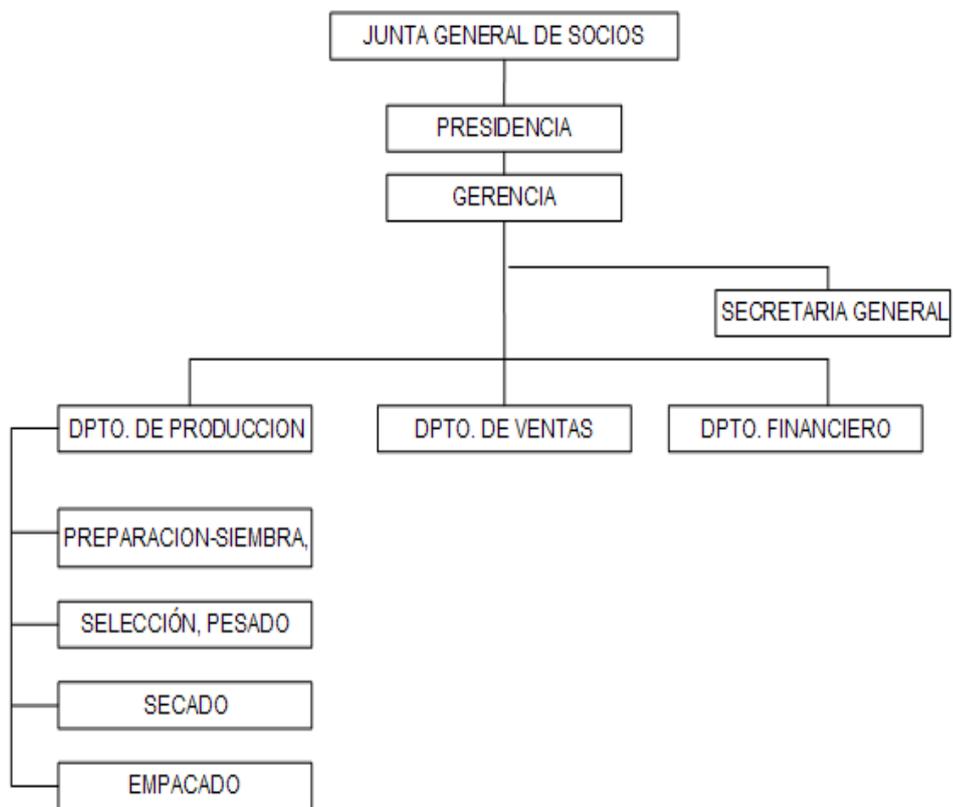
3.3 LA ORGANIZACIÓN

Toda empresa u organización debe mantener una estructura organizacional, la cual sea como la columna vertebral del funcionamiento de los departamentos.

La jerarquía es muy importante para la delegación de responsabilidades, de esa manera se puede lograr un trabajo más sólido y confiable en los resultados obtenidos. Para lo cual presentamos los organigramas de los diferentes departamentos existentes en la empresa.

3.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

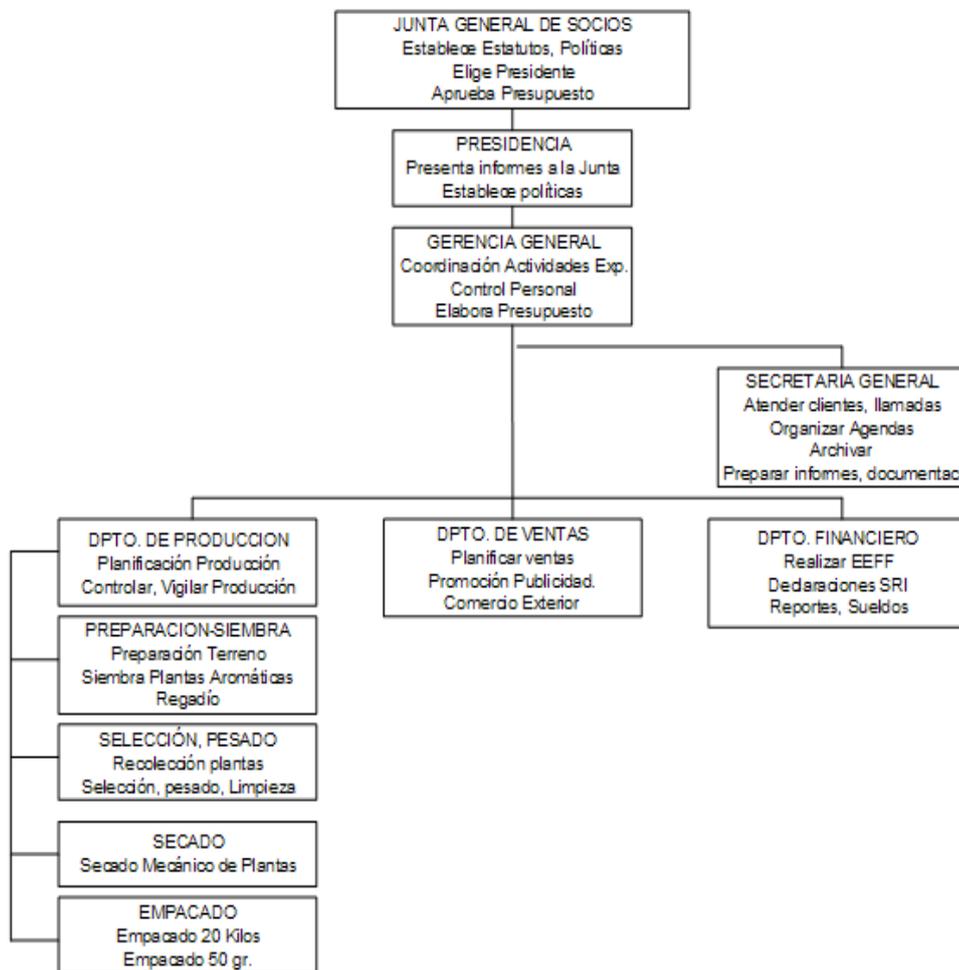
GRÁFICO N.- 24
“AROMAS EXPOR Cia. Ltda.”
DIAGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Estudio Administrativo
Elaborado Por: Freddy Moreano

3.3.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRÁFICO N.- 25
“AROMAS EXPOR Cia. Ltda.”
DIAGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Estudio Administrativo
Elaborado Por: Freddy Moreano

3.4 NIVELES JERÁRQUICOS

En el diagrama estructural de la empresa, podemos notar diferentes niveles jerárquicos, entre los cuales se distinguen los siguientes.

Nivel Superior (Alta Gerencia).

- Junta General de Socios.
- Presidencia
- Gerencia General

Nivel Administrativo

- Departamento Financiero
- Departamento de Ventas.
- Secretaria General

Nivel Operativo

- Departamento de Producción.

3.4.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

A. JUNTA GENERAL DE SOCIOS

La junta General de Socios, está conformado por todos aquellos aportantes de la compañía, y sus funciones se limitan a:

- Elegir al Gerente General, por medio de elección y por mayoría de votos.
- Nombrar al Presidente de la Compañía
- Establecer y diseñar los reglamentos internos de la empresa como los estatutos.
- Aprobar los presupuestos anuales de la compañía en reuniones cada tres meses.
- Asumir los riesgos y presentar soluciones ante problemas presentados de carácter que afecten seriamente a la compañía.

B. PRESIDENCIA

Se representa a la presidencia como la dignidad que responde al cumplimiento y control de actividades emprendidas por el Gerente General además vigila el cumplimiento de las normas establecidas por la Junta General de Socios, por lo general éste cargo es ocupado por uno de los socios que rendirá cuentas a la Junta.

Sus funciones se limitan a:

- Informar las decisiones de la Junta General de Socios al Gerente General para que tome las consideraciones necesarias.
- Coordinar las actividades y vigilar el cumplimiento de las mismas con el Gerente General.
- Representatividad a nivel Internacional para los negocios de comercio exterior.

- Ejecuta el cumplimiento de la Carta Magna de la institución, cumpliendo y haciendo cumplir sus principios y valores.

C. GERENCIA GENERAL

El Gerente General es la persona contratada por la compañía, en decisión de la Junta General, el cuál puede ser miembro de la misma, o una persona ajena, que cumpla con los requisitos necesarios para ocupar este puesto que entre otros son:

- Título Profesional En Economía, Ingeniero Comercial, Administración o afines.
- Experiencia mínima de 2 años en Comercio Exterior.
- Excelente presencia, y trabajo por logro de objetivos.

Las funciones que desempeñará el Gerente General serán:

- Coordinar y Administrar las funciones emprendidas por los diferentes departamentos de la compañía.
- Establecer cronogramas de trabajo en función de períodos de tiempo determinados, a fin de cumplir con la producción necesaria.
- Presentar reportes e informes sobre las actividades de los diferentes departamentos que funcionan en la Compañía, así como también de las dificultades significativas ante el Presidente.
- Diseñar nuevas estrategias para el logro de objetivos, a fin de fomentar el crecimiento de la institución.

- Elaborar el presupuesto de ingresos y egresos a fin de presentarlo ante la Junta de accionistas.
- Verificar la disposición de todos los materiales e insumos a fin de no detener el proceso productivo.
- Ser un ente comunicador entre sus empleados y la Junta General de Accionistas por medio del Presidente.

Hay que considerar que el Gerente General se debe al Presidente de la Compañía.

D. SECRETARIA GENERAL

Es aquella persona encargada de la facilitación y organización de la información, el perfil para ocupar este puesto será:

- Señorita de entre 18 a 22 años.
- Título de Bachiller.
- Buena presencia.
- Experiencia de 2 años en labores similares
- Ingles hablado y escrito.

Las funciones que realizará la secretaria general son:

- Elaboración de informes, y documentación necesaria para la empresa.
- Atender visitas de clientes, así como sus llamadas.

- Archivar la documentación relacionada con la empresa.
- Administrar la información de los departamentos.
- Dar contestaciones a los e-mails de la página Web en coordinación con el departamento de ventas.

La secretaria general tendrá que rendir cuentas ante su Jefe Inmediato el Gerente General.

E. DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

El Departamento de Producción es el pilar de la compañía de tal forma, todas las estrategias de producción, la solución de problemas, la optimización de recursos estarán orientadas a la ejecución en este departamento.

El encargado del control de las actividades desarrolladas en el departamento de producción está a cargo del Jefe de Producción. Cuyo perfil será:

- Ingeniero Mecánico o Electro Mecánico
- Experiencia en optimización de maquinaria industrial y manejo de PLC

Las funciones que desempeñará el Jefe del Departamento de Producción serán:

- Supervisión y control de las actividades de producción, así como del cumplimiento de las tareas de los operarios.
- Cuidar el control de calidad del producto en cada uno de los pasos hasta obtener el producto final.

- Elaborar informes sobre los avances del proceso productivo.
- Implementar sistemas de optimización a los hornos del secado.
- Diseñar programas de control industrial para el traslado de las plantas y el producto terminado.
- Manejar los sistemas de inventarios para el control del producto terminado.
- Proporcionar e informar a los directivos sobre los materiales, e insumos de departamento de producción.
- Ser un ente informador de sugerencias o problemas por parte de los trabajadores al gerente general.

1. PREPARACIÓN Y SIEMBRA

En esta sección se requerirá de 1 persona que cumpla con el siguiente perfil:

- 1 Persona de 20 a 28 años
- Experiencia en cultivos de plantas aromáticas y medicinales.

Las funciones encomendadas para esta sección serán:

- Preparar el terreno con abono orgánico a fin de que se encuentren listas para la siembra.
- Siembra de tres especies de plantas aromáticas como lo son: manzanilla, cedrón, menta.

- Riego constante y cuidado del crecimiento de las plantas hasta que se encuentren listas para el cultivo.

2. SELECCIÓN - PESADO

El perfil requerido para esta labor es el siguiente:

- 2 personas de 20 a 28 años
- Experiencia en cultivos de plantas aromáticas y medicinales.

Las funciones para esta sección serán las siguientes:

- Cosecha y recolección de las plantas aromáticas
- Clasificación y selección de las plantas en buen estado
- Limpieza de impurezas de las plantas.
- Pesado y notificación de ingreso al área de secado.

3. SECADO

El secado consiste en la transformación de la planta aromática por medio de un proceso de deshidratación para convertirla en una planta seca, manteniendo las cualidades y características propias de ésta.

Para esta operación se requiere de una persona que cumpla con el siguiente perfil:

- Bachiller Técnico en Mecánica Industrial

- Experiencia en manejo de herramientas industriales.

Las funciones que desempeñará este puesto será:

- Selección de tallos y hojas para el proceso de secado.
- Secado de plantas aromáticas en el horno industrial
- Selección de plantas deshidratadas que cumplan con los requisitos deseados.

4. EMPACADO

El empaqueo corresponde al último paso del proceso productivo, en esta sección se requiere de una persona que cumpla con el siguiente perfil.

- Joven bachiller.

Las funciones serán las siguientes.

- Realizar el empaqueo del producto de acuerdo al peso y volumen determinado.
- Empaque a granel de 20 Kg.
- Empaque de 25 g.

F. DEPARTAMENTO DE VENTAS

Este departamento será el responsable de las ventas del producto a nivel internacional, deberá además encargarse la todo el proceso de ventas hasta llegar al consumidor final, para lo cual el perfil para este puesto será el siguiente.

- Ingeniero en Comercio Exterior o Tecnólogo en Comercio Exterior entre 26 y 30 años.
- Experiencia en Ventas Internacionales
- Experiencia en Trámites de Aduanas.
- Inglés 80 %

Las funciones que se desarrollará en este departamento son:

- Planificar y realizar el seguimiento del proceso de ventas hasta que el producto llegue al consumidor final en el exterior.
- Realizar los contactos con los clientes en los diferentes mercados internacionales.
- Contar con una cartera de clientes y clientes potenciales a los cuales se les informará de cualquier información vía Internet.
- Contar con un plan de ventas a crédito para clientes internacionales con garantía en una institución financiera local.
- Realizar los trámites pertinentes en el puerto de Guayaquil por medio de un agente de aduana.

- Actualizarse constantemente sobre los procedimientos de exportación, los aranceles, los requisitos para incursionar en un mercado internacional, así como las exigencias fitosanitarias del país a introducirse.
- Elaborar los planes de descuentos y promociones de ventas por volúmenes.
- Presentar los informes de ventas al Gerente General.
- Realizar los contactos con los brokers.
- Realizar planes de Mercadeo y Publicidad a fin de dar a conocer nuestro producto en el exterior.

G. DEPARTAMENTO FINANCIERO

Este departamento se concentrará únicamente en la situación financiera de la empresa, para lo cual la persona encargada de esta área tendrá que cumplir con el siguiente perfil.

- Contadora de entre 24 a 28 años.
- Experiencia de 2 años en cargos similares
- Bastos conocimientos de Tributación y contabilidad

Las funciones de este departamento financiero son:

- Elaborar los Estados Financieros de la empresa al final de cada período.
- Preparar los informes del presupuesto.

- Realizar las declaraciones de los impuestos ante el Servicio de Rentas Internas.
- Realizar las gestiones del Seguro Social de los empleados de la empresa.
- Diseñar un sistema de cancelaciones de Sueldos y Salarios a los empleados de la empresa conjuntamente con sus bonificaciones.

CAPÍTULO IV

GESTIÓN DE EXPORTACIÓN

4.1 OBJETIVOS DE LA GESTIÓN DE EXPORTACIÓN

El comercio internacional, y sobre todo las exportaciones es la estrategia más adecuada para ampliar los mercados de una industria, de tal manera que la gestión de exportación es usada cada vez con mayor frecuencia en las empresas del Ecuador, los objetivos que busca esta gestión de exportación son:

- Ampliar los mercados de cobertura, mediante la incursión de un producto de calidad por parte de la empresa.
- Lograr una mayor productividad en la producción.
- Ser reconocida a nivel internacional.
- Ser competitivos en los mercados internacionales por medio de un producto de calidad a precios bajos.

4.1.1 PROCEDIMIENTOS PREVIOS A LA EXPORTACIÓN DE PLANTAS AROMÁTICAS DESHIDRATADAS

Antes de realizar una gestión de exportación, es importante conocer ciertos aspectos que se relacionan para lograr una exportación exitosa.

Como por ejemplo, Los INCOTERMS que son reglas internacionales, para la interpretación de los términos comerciales, y entre los más usados son:

- **VALOR FOB.**- que es el valor cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido.
- **VALOR CFR.**- Que es el valor de la mercancía incluido los costos del flete, el vendedor paga los costos y flete necesarios para llevar la mercadería al puerto de destino convenido.
- **VALOR CIF.**- Que es el valor de la mercadería, incluido los costos del flete, y los costos del seguro necesarios para llevar la mercadería al puerto convenido.³

A. QUIENES PUEDEN REALIZAR UNA EXPORTACIÓN A CONSUMO

Realizar una exportación no impone condiciones de tal forma todas las personas pueden realizarla como son:

- Personas Naturales.
- Personas Jurídicas.
- Instituciones del sector Público

B. CONDICIONES PREVIAS PARA EXPORTAR

Antes de iniciar con una gestión de exportación, debemos verificar si los productos son exportables o no lo son, o también si estos necesitan de algún requerimiento especial.

Los detalles comerciales y técnicos como:

³ LORENA CISNEROS. “Asesora de Exportación”

- Cantidad
- Calidad
- Precio
- Diseño
- Envase
- Embalaje
- Disponibilidad
- Tiempo de entrega
- Transporte
- Seguro

También debe ser considerado la partida arancelaria del producto o productos a exportador, para nuestro caso se trata de la partida arancelaria NANDINA 1211 referente a plantas medicinales y aromáticas y como sub partida que corresponde a las plantas aromáticas deshidratadas es 1211909000 “Las Demás” .

C. COMO OBTENER LA CALIDAD DE EXPORTADOR

Obtener la calidad de exportador es muy simple, e incluye los siguientes pasos:

- Registrarse en un Banco Corresponsal del Banco Central, a fin de obtener la Tarjeta de identificación de exportador y constar en la base de datos del SICE (Sistema Integrado de Comercio Exterior).
- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas, como actividad de exportador.
- Calificarse por el CONSEP, en el caso de sustancias químicas sujetas a fiscalización.

D. TRAMITES GENERALES

El exportador deberá preparar la siguiente documentación previa al embarque, la misma que servirá para ser presentada en la declaración aduanera:

- Formulario único de exportación FUE.
- Factura Comercial, autorizada por el S.R.I.
- Lista de Empaque (Pack List). “Opcional”
- Documento de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea, carta de porte)
- Autorizaciones previas(Ministerio de Agricultura, Ministerio de Salud Pública)

1. FORMULARIO ÚNICO DE EXPORTACIÓN (FUE)

El formulario único de Exportación es un documento en el cual se sintetizan las mercaderías a exportar, se lo adquiere en cualquier banco corresponsal del Banco Central, Ver Anexo 2.

Su plazo de validez es indefinido si el producto a exportarse no tiene restricción, y de 15 días a partir de la fecha de aprobación del banco corresponsal si el producto a exportar tiene algún tipo de restricción o es perecible en estado natural, negociados a consignación, zonas francas, en estos casos son válidas las exportaciones parciales.

No se requiere el FUE en efectos personales o equipaje no acompañado, envíos de socorro por catástrofes naturales o siniestros, féretros y ánforas con restos humanos, u obsequios comerciales cuyo valor FOB no exceda de \$ 2000

2. FACTURA COMERCIAL

Una factura comercial para exportaciones debe ser elaborada por una imprenta que sea autorizada por el SRI en la cual se deben elaborar una original y 5 copias.

La factura debe indicar los siguientes datos, ya que no es igual a una factura convencional:

- Número de FUE.

- Sub Partida Arancelaria del producto.

- Descripción de la mercadería, cantidad, peso, valor unitario, valor total.

- Forma de Pago.
- Información Completa del comprador.

3. LISTA DE EMPAQUE (PACK LIST)

Es un documento de ayuda para el inventario, el cual permite identificar la mercadería contenida en determinado embalaje o contenedor, incluyendo tipo, dimensiones y peso. Su presentación no es obligatoria.

4. DOCUMENTO DE TRANSPORTE

Es un documento que expide la compañía transportista, que representa:

- Contrato para el embarque entre el transportista y el remitente.
- Recibo del transportista por el cargamento.
- Certificado de propiedad o título de los bienes.
- Describe las mercancías embarcadas y la condición en la que se encuentran.

Exportaciones Vía Marítima

- Conocimiento de embarque marítimo o Bill of lading B/L.

Exportaciones aéreas.

- Conocimiento de embarque aéreo, guía aérea o carta porte aéreo.

Exportaciones por carretera, países de la CAN

- Carta de porte internacional por carretera.

5. AUTORIZACIONES PREVIAS

CUPON CORPEI.- es un documento que acompaña a la declaración aduanera de exportación, el cual se lo obtiene al adquirir el FUE, y el valor de la cuota debe ser cancelado en un banco corresponsal, el cuál es el 1.5 por 1000 de valor FOB del exportador. Su pago mínimo a pagar es de \$ 5.00 por cada exportación.

CERTIFICADO DE ORIGEN.- es un documento emitido para Sur América y Centro América, mediante el cuál el exportador y una autoridad certifican que el bien es originario de un país.

4.1.2 BARRERAS Y REQUISITOS

Las barreras para el exportador se consideran a los requisitos que impone el país importador a la entrada de determinados producto.

Estos requisitos son en base a:

- Cantidad, Cantidades estables para la exportación.
- Calidad, Cuidar y mantener la buena calidad de las exportaciones.
- Precio, El cuál es recomendable hacer un estudio de los precios de otros exportadores.
- Presentación, El cuál incluye un buen logotipo, indicaciones claras y correctas del contenido, peso, registro sanitario.

- Adecuado embalaje.
- Normas internacionales de presentación.
- Cumplimiento puntual de los pedidos.

Para las plantas aromáticas deshidratadas, se requiere de una licencia o autorización previa para exportar, y el trámite se lo realiza en el Ministerio de Salud por medio del registro sanitario, y en el Ministerio de Medio Ambiente.

Otros requisitos adicionales son: los derechos de aduana o pagos de aranceles internacionales, Impuestos internos a las ventas o al consumo selectivo, y certificados fitosanitarios de ser el caso para nuestro producto.

4.2. INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN

El asesoramiento sobre la demanda de los productos, así como la información de las exportaciones es muy importante, por lo que existen varias instituciones involucradas en este proceso, y donde podríamos recibir la capacitación necesaria para una gestión de exportación.

- Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.
- CORPEI.- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- FEDEXPOR.- Federación Ecuatoriana de Exportadores

En estas instituciones usted podrá asesorarse de una mejor manera sobre temas como:

- Verificar si la exportación es permitida.
- Solicitar información sobre políticas de gobierno.
- Cualquier tema referente a exportaciones por medio de la página Web.

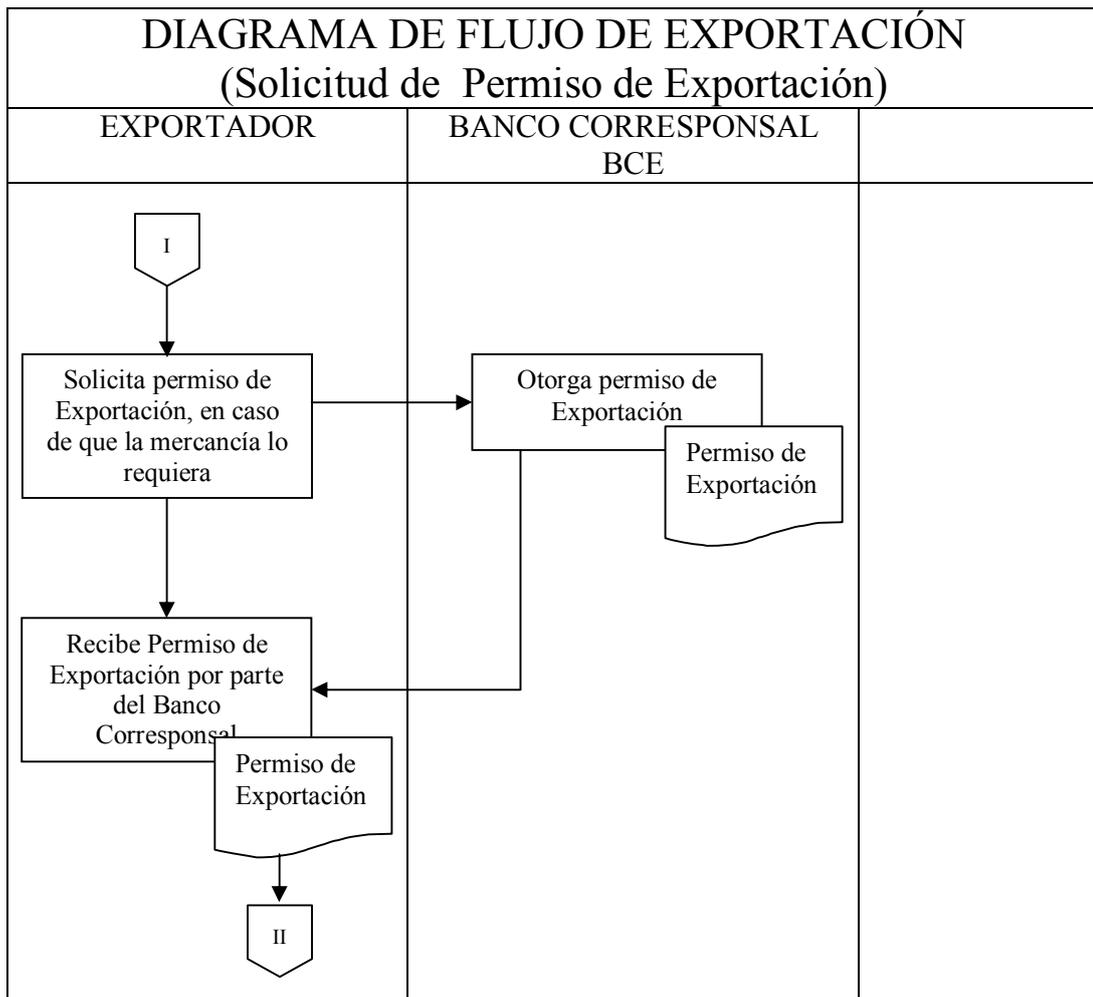
4.3 PROCESO DE EXPORTACIÓN.

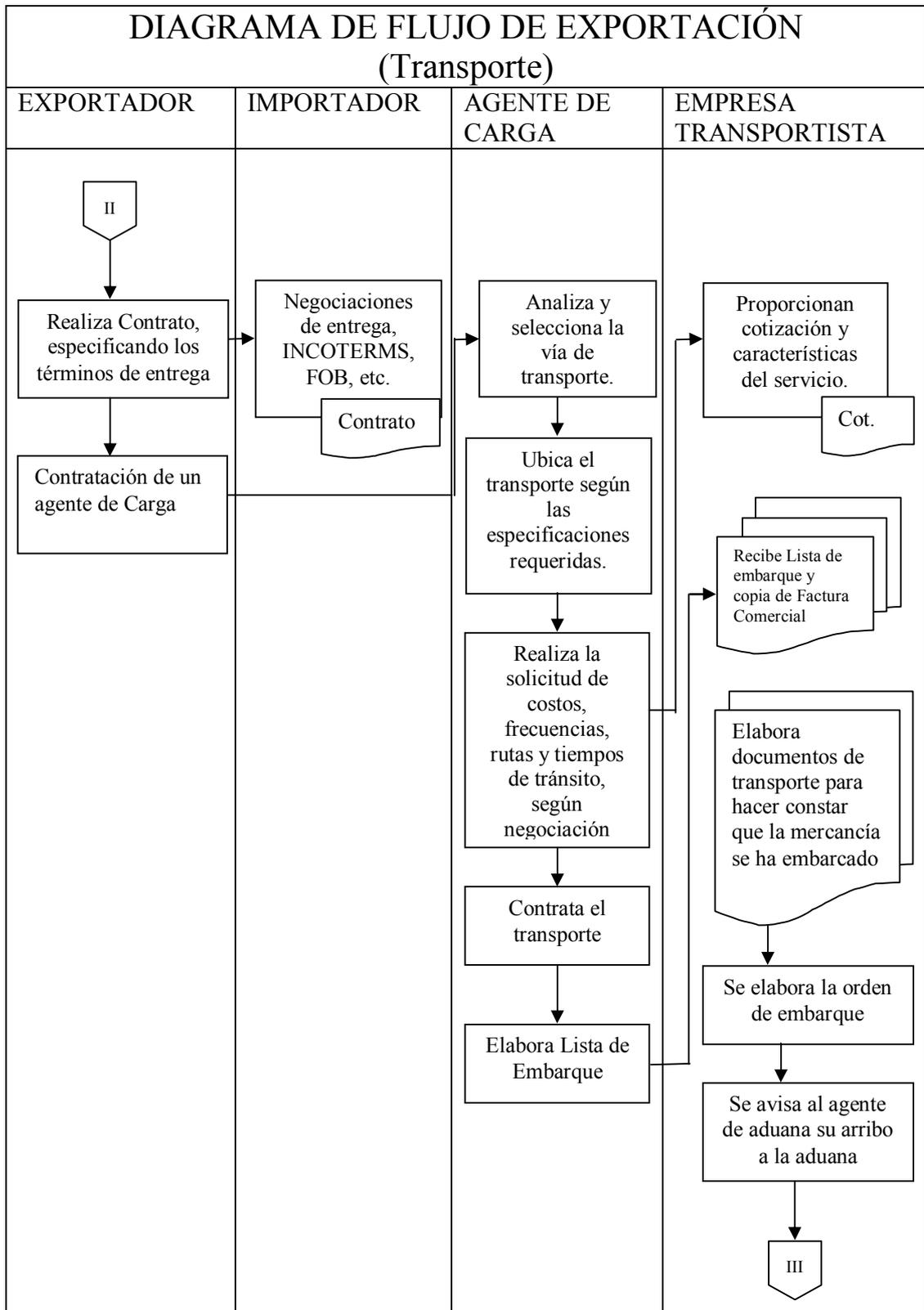
A continuación se muestra el diagrama de flujo del proceso de exportación.

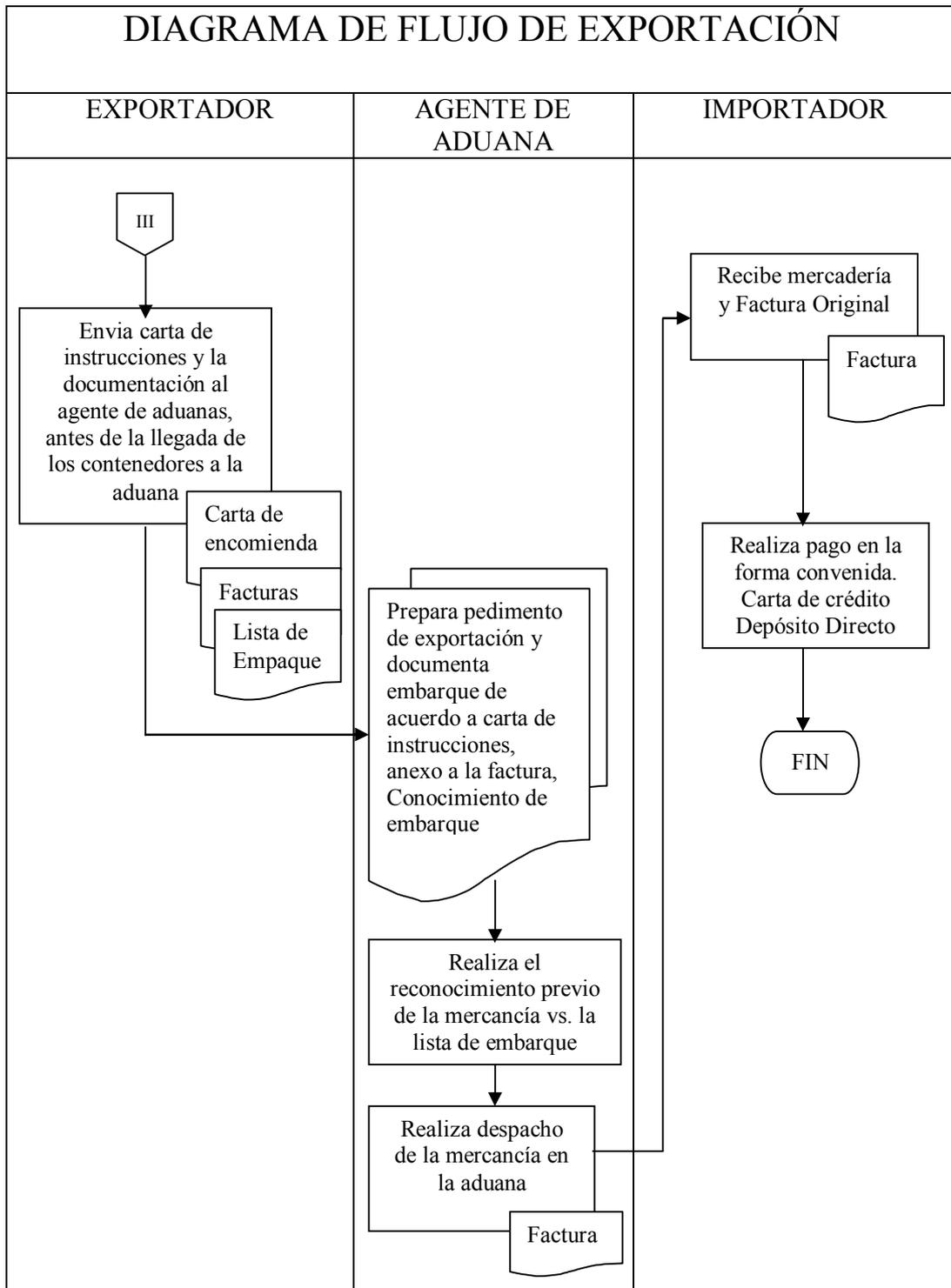
4.3.1 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN

GRÁFICO N.- 26

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN







Fuente: www.ecuadorexporta.ec
Elaborado Por: Freddy Moreano

4.4 PROCESO DE NEGOCIACIÓN

Un proceso de negociación para realizar exportaciones empieza con la comunicación de las partes a realizar el proceso de compra, el vendedor en un país y el importador en otro país. Lo más importante de este proceso son los medios de pago que se podrían hacer, de entre los cuales tenemos los siguientes:

4.4.1 Cheque Bancario Internacional

Este medio de pago es muy utilizado cuando existe confianza entre el exportador y el importador, y se trata de la emisión de un cheque de una institución bancaria representada en el país de l exportador el cuál debe ser nominativo, es decir a nombre del Exportador y solo él podrá cobrarlo, el mismo puede ser enviado por Courier.

4.4.2 Orden de Pago Simple

Para utilizar este medio de pago, también debe existir una cierta confianza entre ambas partes, ya que el importador una vez recibida la mercadería, solicita al Banco corresponsal que pague a través de una cuenta bancaria al exportador, este pago contará con un código de seguridad , y un código del importador.

4.4.3 Remesa Simple

Se utiliza este medio de pago cuando no existe mucha confianza en el importador, y a su vez es más seguro que un cheque bancario, considerando que tiene un costo más elevado, ya que el exportador tiene que enviar junto a la mercadería un documento financiero, ya sea una letra de cambio o un pagaré al banco importador.

4.4.4 Orden de Pago Documentario

Es muy poco utilizado ya que incurre en gastos más elevados para con los bancos intervinientes en el proceso de pago, estos documentos pueden ser:

Carta de Crédito

Un crédito documentario (CD – Letter of credit) es un convenio que adquiere una institución bancaria (banco emisor) por cuenta de una firma (solicitante, importador o comprador), ante otra firma (beneficiario, exportador o vendedor), por conducto de otra institución bancaria (banco notificador) de pagar determinada suma, contra presentación de una serie de documentos exigidos dentro de un límite de tiempo especificado, siempre y cuando se hayan cumplido los términos y las condiciones del crédito, esto puede tener un valor de hasta el 4 % del valor CIF de la mercadería, pero el exportador asegura el pago.

Existen dos tipos de cartas de crédito que son:

- **Cartas de Crédito Revocables.**- El crédito puede ser modificado o anulado por el banco emisor en cualquier momento y sin tener que avisar al beneficiario. (No es muy utilizado).

- **Cartas de Crédito Irrevocable.**- El crédito no puede ser modificado, sin el acuerdo del banco emisor, y del beneficiario. Es un compromiso a favor del exportador. Este tipo de medio de pago puede ser confirmada cuando el banco exportador asegura el desembolso al exportador en caso de que el banco emisor no lo hiciese, y no confirmada cuando el banco emisor no pagase, el banco notificador no tiene la obligación de pago.

Tipos de Carta de Crédito Documentaria Alternativa

Transferible

Un C-D transferible es emitido a favor de un beneficiario que no es quién produce la mercadería sino un intermediario, que ha establecido un contrato de venta con un comprador, pero depende de una tercera parte (el exportador) para suministrar la mercancía a su cliente. Especialmente indicado para las Trading Company's (empresas internacionales de comercio internacionales).

Back to Back

Cuando el beneficiario del crédito no es el proveedor final de la mercancía y el crédito recibido no es transferible, el exportador puede solicitar a su banco que emita un nuevo crédito documentario respaldado por el primer crédito recibido.

Stand By

El importador es el primer obligado al pago y el Banco que emite esta carta solo tendrá que utilizarlo si el importador incumple con este pago.

4.4.5 Otras formas de Pagos

- Pago en efectivo
- Cuenta corriente
- Cheques particulares o bancarios
- Transferencias bancarias

- Factoring

- Leasing

- Forfaiting

4.5 CUOTAS Y ARANCELES

Los pagos de aranceles internacionales fijados entre países o regiones, estos pagos influyen y afectan al precio final del consumidor.

Todos estos valores adicionales hacen que el producto sea menos competitivo a diferencia de otros ofrecidos por otros países con preferencias arancelarias.

Recordemos que antes de producir con la meta de exportar, debemos analizar y cerciorarnos si nos conviene o no hacerlo.

En estos momentos el Ecuador se encuentra en negociación de las preferencias arancelarias por parte de EEUU lo que representaría una gran ventaja para las exportaciones ecuatorianas.

4.6 RESUMEN GENERAL DE LOS PASOS A SEGUIR PARA UNA EXPORTACIÓN EXITOSA

Los pasos a seguir para una exportación exitosa se simplifican a continuación:

1. Registrarse en un Banco Corresponsal del Banco Central con el fin de obtener la Tarjeta de Exportador.

2. Obtener el RUC como actividad de exportación.

3. Contratar un agente de carga (opcional).
4. Realiza contacto con cliente y define términos como el incoterm, forma de pago, etc.
5. Adquiere y elabora Formulario Único de Exportación.
6. Elabora Factura Comercial.
7. Contrata Transporte y Seguro.
8. Contrata Agente de Aduana.
9. Entrega Documentos al Agente de Aduana
10. Establece Tiempo de Entrega.
11. Confirmación de la entrega al comprador.
12. Cobro.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo principal para realizar el estudio financiero es la de identificar los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto así como también busca establecer los indicadores que sustenten la factibilidad del mismo.

5.1 INVERSIÓN

5.1.1 ACTIVO FIJO

Los activos fijos son aquellos bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de producción de las plantas aromáticas. Ver cuadro N.- 35.

A. TERRENO

El terreno seleccionado para la siembra de las plantas, y la construcción de la planta productiva tiene una extensión de $4.800 m^2$. El precio de éste terreno se encuentra avaluado en \$ 30.000. Ver gráfico N.- 21.

B. INFRAESTRUCTURA

La infraestructura comprende a la planta productiva, oficinas, etc. Mostrados en el cuadro N.- 29 del estudio Técnico e Ingeniería del producto cuyo costo total es de \$ 13.016,038.

C. VEHÍCULO

Se tendrá que disponer de un vehículo tipo camioneta el cuál será de gran ayuda para la correcta operación de la planta productiva, al momento de disponer de todos los materiales e insumos. El valor del vehículo es de \$ 22.000

D. MAQUINARIA Y EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES, EQUIPO DE OFICINA

La maquinaria y el quipo correspondiente necesarios corresponden a un precio de \$ 783, los muebles y enseres en \$ 400, y el equipo de oficina en un total de \$ 2.400

Todos estos datos son mostrados con una mayor descripción en el cuadro N.- 35.

5.1.2 ACTIVO DIFERIDO

Estos activos diferidos son las inversiones intangibles necesarias para el inicio de las actividades de producción, como los gastos de constitución, el cual tiene un valor de \$ 1000.

A continuación se muestra con detalle todos los costos de la inversión total del proyecto.

CUADRO N.- 35

ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	PRECIO	
		UNITARIO (\$)	TOTAL (\$)
TERRENO			30.000,00
VEHICULO			22.000,00
INFRAESTRUCTURA			13.016,38
Oficinas	14,25 m ²	150,00	2.137,50
Área Secado	26,80 m ²	150,00	4.020,00
Bodegas	33,84 m ²	150,00	5.076,00
Zona de Carga	44,16 m ²	150,00	242,88
Cerramiento	280 m.	5,50	1.540,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			783,00
Horno	3	150,00	450,00
Sistema de Riego	2	20,00	40,00
Selladora de Fundas	2	15,00	30,00
Carretilla	2	34,00	68,00
Azadones	5	5,00	25,00
Bomba Mochila	2	43,00	86,00
Rastrillos	4	5,00	20,00
Tijeras	4	1,00	4,00
Cubeta Plástica	20	3,00	60,00
MUEBLES Y ENSERES			400,00
Escritorios	3	60,00	180,00
Sillas	10	10,00	100,00
Mesa de Reuniones	1	120,00	120,00
EQUIPO DE OFICINA			2.400
Computadora	3	700,00	2.100,00
Impresora	1	50,00	50,00
Teléfono / Fax	1	60,00	60,00
Archivador	2	70,00	140,0
Máquina sumadora	1	50,00	50,00
ACTIVO DIFERIDO			500,00
Gasto de Constitución		1000,00	1000,00
TOTAL ACTIVOS			69.599,38

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

5.1.3 DEPRECIACIÓN

Se refiere a la pérdida del valor de los activos fijos como infraestructura, maquinaria, equipo, muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de cómputo, vehículo como consecuencia de su uso.

Los activos fijos se deprecian en línea recta, ya que éste es uno de los métodos que aprueba la ley obteniéndose los valores mostrados a continuación.

CUADRO N.- 36

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR (\$)	AÑO	DEPREC. ANNUAL (\$)
Infraestructura	13.016,38	20	618,28
Maquinaria y Equipo	783,00	10	70,47
Muebles y Enseres	400,00	10	36,00
Equipo de Oficina	250,00	10	22,50
Equipo de Cómputo	2.150,00	3	477,80
Vehículo	22.000,00	5	3520,00
TOTAL	38.599,38		4745,05

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

5.1.4 CAPITAL DE TRABAJO

Para iniciar con la operación de cultivo y transformación de las plantas aromáticas, a demás de la inversión en los activos fijos, se requiere de un capital necesario para la adquisición de materia prima, insumos y mano de obra.

CUADRO N.- 37
CAPITAL DE TRABAJO

PRINCIPALES RUBROS	COSTO SEMESTRAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Materia Prima	140,00	280
Materia Prima Indirecta	879,20	1758,4
Mano de Obra Directa	6285,00	12570
Mano de Obra Indirecta	2355,00	4710
Costos Indirectos de Fabricación.	1146,74	2293,47
Gasto de Comerc. Y Vtas.	3394,27	6788,54
Gasto Administrativo	14192,29	28384,58
TOTAL	28392,50	56784,99

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto
Elaborado Por: Freddy Moreano

5.2. FINANCIAMIENTO

El financiamiento del proyecto corresponderá al 43 % por parte de aportes de los socios y el 57 % por medio de un préstamo bancario, a una tasa del 12,05 %, este préstamo se encontrará respaldado a través de la hipoteca de un terreno y una construcción perteneciente a uno de los socios con un valor referencial de aproximadamente \$100000. En los siguientes cuadros se podrá identificar la estructura de financiamiento así como la tabla de amortización respectiva.

CUADRO N.- 38
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN RUBROS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		TOTAL(\$)
	SOCIOS (\$)	BANCO PRIVADO (\$)	
Terreno	30000		30000
Vehiculo		22000	22000
Infraestructura		13016,38	13016,38
Maquinaria y Equipo		783	783
Muebles y Enseres		400	400
Equipo de Oficina	250		250
Equipo de Cómputo	2150		2150
Capital de Operación	7991,88	20400,62	28392,5
Gasto de Constitución	1000		1000
TOTAL	41391,88	56600	97991,88

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

Inversión:	99414,88
Aporte Socios:	42814,88
Saldo Amortizar:	56600
Tasa anual:	12,05%

CUADRO N.- 39
TABLA DE AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO

AÑOS	CAPITAL (\$)	INTERÉS (\$)	CUOTA (\$)	CAPITAL REDUCIDO (\$)
1	5660	6820,30	12480,30	50940,00
2	5660	6138,27	11798,27	45280,00
3	5660	5456,24	11116,24	39620,00
4	5660	4774,21	10434,21	33960,00
5	5660	4092,18	9752,18	28300,00
6	5660	3410,15	9070,15	22640,00
7	5660	2728,12	8388,12	16980,00
8	5660	2046,09	7706,09	11320,00
9	5660	1364,06	7024,06	5660,00
10	5660	682,03	6342,03	0,00

Fuente: investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

5.3. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Para el establecimiento de los presupuestos de Operación se considera el análisis de un escenario pesimista, considerándose una tasa de inflación creciente del 5 % anual.

CUADRO N.- 40
PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INFLACIÓN	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %

Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: Freddy Moreano

5.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

De acuerdo al trato de la información obtenida en el estudio de mercado y al comprobar una demanda insatisfecha del producto para los países estudiados, se estima los ingresos por ventas mostrados a continuación.

CUADRO N.- 41

ESTIMACIÓN DE VENTAS ANUALES

MERCADO	CANTIDAD	PRECIO (\$)	TOTAL (\$)
EEUU	22700	1,6	36320,00
ESPAÑA	7000	3,5	24500,00
DESECHO	300	1,6	480,00
TOTAL	30000		61300,00

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

5.3.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Los corresponden a los valores por concepto de materia prima, mano de obra directa e indirecta, costos indirectos para la producción del producto, gastos de comercialización y ventas, gastos de administración y servicios, mostrados a continuación, Así como el seguro de las instalaciones. Ver Anexo 3.

CUADRO N.- 42

MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO SEMESTRAL (\$)	COSTO TOTAL ANUAL (\$)
Semillas Manzanilla	Quintal	4	20	40	80
Plantas Cedrón	Unidad	5000	0,02	50	100
Semillas Menta	Quintal	4	25	50	100
TOTAL					280

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.- 43
MATERIA PRIMA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD (\$)	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO SEMESTRAL (\$)	COSTO TOTAL ANUAL (\$)
Abono Orgánico	Quintal	50	5	125	250
Lombirz	Quintal	70	7,5	262,5	525
Agua de riego	Constante				20
Lonas para empaques 20Kg.	Unidad	1300	0,35	227,5	455
Fundas para empaques 75g.	Unidad	5000	0,016	40	80
Etiqueta	Unidad	7000	0,052	182	364
Cubetas plásticas	Unidad	50	0,52	13	26
Gás Domestico	Unidad	24	1,6	19,2	38,4
TOTAL					1758,4

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.- 44
MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	N.- OBREROS	SUELDO (\$)	SUELDO ANUAL (\$)	COSTO TOTAL ANUAL (\$)
Obrero Plantación	5	209,5	12570	12570

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.-45
MANO DE OBRA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	N.- OBREROS	SUELDO (\$)	SUELDO ANUAL (\$)	BENEFICIOS (\$)	COSTO TOTAL ANUAL (\$)
Supervisor	1	350	4200	510	4710

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.- 46
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNIT (\$)	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Electricidad Kw/hr	3300	0,11	30,25	363
Mantenimiento Planta	Constante		16,67	200
Mantenimiento Vehiculo	Constante		66,67	800
Alquiler Tractor (hrs.)	20	8	13,33	160
Combustible			58,33	700
Depreciación Maquinaria			5,87	70,47
TOTAL				2293,47

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.- 47
GASTO DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

DESCRIPCIÓN	COSTO MENS (\$)	COSTO TOTAL(\$)
Comisión Broker's 3%	136,55	1638,54
Promoción Ext	54,17	650
Telefonia	41,67	500
Fletes	291,67	3500
Seguros	41,67	500
TOTAL		6788,54

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

CUADRO N.- 48
GASTO ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL (\$)	GASTO ANUAL (\$)
Remuneración Administrativo	1821,67	21860
Luz	18,33	220
Agua	20,83	250
Teléfono	31,67	380
Limpieza Oficinas	16,67	200
Suministros de Oficina	20,83	250
Seguro Instalaciones	45,83	550
Depreciación Varios	389,55	4674,58
TOTAL		28384,58

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de equilibrio puede ser establecido en términos de volumen físico de producción, ingreso monetario y capacidad utilizada de la planta, y nos indica el nivel de ingresos que debe tener la empresa con la finalidad de no tener pérdidas ni ganancias, de manera que permita la operación normal del negocio.

5.4.1 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO DE PRODUCCIÓN

$$COSTO_UNITARIO = \frac{\text{Costo_Total_de_Producción_}\$}{\text{Volumen_de_Producción_Kg}}$$

$$COSTO_UNITARIO = \frac{63805,29}{30000}$$

$$COSTO_UNITARIO = \$2,13 \text{ (Kg.)}$$

Por medio de este procedimiento se puede identificar que el costo unitario del producto es de \$ 2,13 y se puede notar que está por encima de el precio al cuál se vende el producto en el mercado internacional, cabe resaltar la importancia de vender a un precio menor debido a que de ésta forma se tendrá una incursión más rápida en el mercado, y el mismo variará de acuerdo a las fluctuaciones de los precios internacionales, hasta alcanzar su normalidad, ya que la proyección de los precios es muy alentador.

5.4.2 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{\text{Costo_Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo_Variable}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{41835,35}{1 - \frac{21969,94}{61300}}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \$65204,75$$

Se requiere de un volumen de ventas de \$ 65204,75, para alcanzar para que la empresa no tenga ni pérdidas ni ganancias.

5.4.3 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN KILOGRAMOS

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{\text{Punto_de_Equilibrio_}\$}{\text{Ingresos}}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{65204,75}{61300}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = 1,0636$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 1,0636 * 100 = 106,36 \% \text{ (29700 Kg.)}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 31588,92 \text{ Kg.}$$

En función de Volumen se debe alcanzar un total de 31588.92 Kg. Para poder alcanzar el punto de equilibrio y a partir de esa cifra se podrán obtener utilidades para la empresa.

CUADRO N.- 49

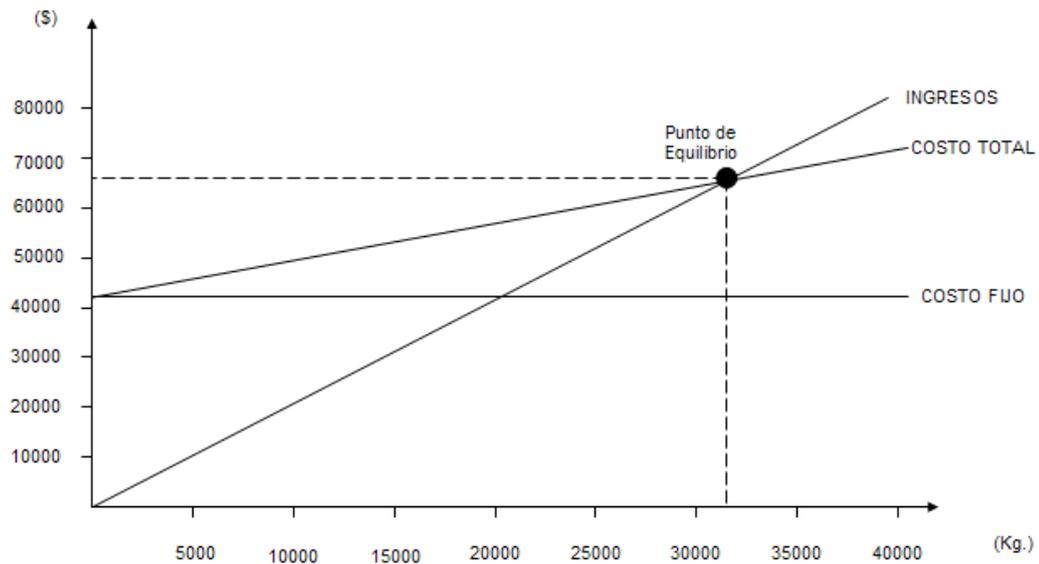
DETALLE DE LOS COSTOS TOTALES DE CULTIVO

PRINCIPALES RUBROS	COSTO TOT. ANNUAL(\$)	COSTOS FIJOS (\$)	COSTOS VARIABLES (\$)
MATERIA PRIMA DIRECTA	280,00		280,00
Semillas Manzanilla	80,00		80,00
Plantas Cedrón	100,00		100,00
Semillas Menta	100,00		100,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	1758,40		1758,40
Abono Orgánico	250,00		250,00
Lombirz	525,00		525,00
Agua de riego	20,00		20,00
Lonas para empaque 20Kg.	455,00		455,00
Fundas para empaque 75g.	80,00		80,00
Etiqueta	364,00		364,00
Cubetas plásticas	26,00		26,00
Gás Domestico	38,40		38,40
MANO DE OBRA DIRECTA	12570,00		12570,00
Obrero Plantación	12570,00		12570,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	4710,00	4710,00	
Supervisor	4710,00	4710,00	
COSTOS INDIRECTOS DE FAB.	2293,47	70,47	2223,00
Electricidad Kw/hr	363,00		363,00
Mantenimiento Planta	200,00		200,00
Mantenimiento Vehiculo	800,00		800,00
Alquiler Tractor (hrs.)	160,00		160,00
Combustible	700,00		700,00
Depreciación Maquinaria	70,47	70,47	
COSTOS DE FABRICACION	21611,87		
GASTO DE COMERCIALIZAC VTS.	6788,54	1650,00	5138,54
Comisión Broker's 3% ventas	1638,54		1638,54
Promoción Ext	650,00	650,00	
Telefonia	500,00	500,00	
Fletes	3500,00		3500,00
Seguros	500,00	500,00	
GASTO ADMINISTRATIVO	28034,58	28034,58	
Remuneración Administrativo	21860,00	21860,00	
Luz	220,00	220,00	
Agua	250,00	250,00	
Teléfono	380,00	380,00	
Limpieza Oficinas	200,00	200,00	
Suministros de Oficina	250,00	250,00	
Amortización Gasto Constitución	200,00	200,00	
Seguro Instalaciones	550,00	550,00	
Depreciación Varios	4674,58	4674,58	
GASTOS FINANCIEROS	6820,30	6820,30	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	42193,42		
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	63805,29	41835,35	21969,94

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

GRÁFICO N.- 27
PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Cálculo del Punto de Equilibrio
Elaborado Por: Freddy Moreano

5.5 ESTADOS FINANCIEROS

5.5.1 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados sirve para calcular la utilidad o pérdida neta que genera un proyecto, donde a su vez presenta de forma ordenada las cuentas que generan ingresos por venta de productos y/o servicios.

Para poder proyectar el estado de resultados la empresa tendrá las siguientes políticas.

- Partiendo de los datos de ingreso del primer año, se tendrá un incremento del 10 % para los próximos años, debido a consultas realizadas a empresas exportadoras de este producto como Jambi Kiwa.

- Para los costos de producción, gastos administrativos, gastos de comercialización y Ventas se estima un incremento del 5% para los próximos años, considerándose una tasa de inflación anual del 5 % en un escenario pesimista.

- La amortización de los gastos de constitución de la empresa se lo realizará en 5 años.

CUADRO N.- 50
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

CONCEPTO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas	61300,00	67430,00	74173,00	81590,30	89749,33	98724,26	108596,69	119456,36	131401,99	144542,19
Costo de Ventas	21611,87	22692,46	23827,09	25018,44	26269,36	27582,83	28961,97	30410,07	31930,57	33527,10
UTILIDAD BRUTA	39688,13	44737,54	50345,91	56571,86	63479,97	71141,43	79634,72	89046,29	99471,42	111015,09
Gastos de Administracion	28384,58	29803,81	31294,00	32858,70	34501,63	36226,72	38038,05	39939,95	41936,95	44033,80
Gastos de Comerc.y Ventas	6788,54	7127,97	7484,37	7858,58	8251,51	8664,09	9097,29	9552,16	10029,77	10531,25
Amortizacion Constitucion	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00					
UTILIDAD OPERACIONAL	4315,01	7605,76	11367,55	15654,58	20526,82	26250,63	32499,37	39554,17	47504,70	56450,04
Gastos Financieros	8518,30	6138,27	5456,24	4774,21	4092,18	3410,15	2728,12	2046,09	1364,06	682,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-4203,29	1467,49	5911,31	10880,37	16434,64	22840,48	29771,25	37508,08	46140,64	55768,01
Participación Trabajadores (15%)		220,12	886,70	1632,05	2465,20	3426,07	4465,69	5626,21	6921,10	8365,20
UTILIDAD DESPUÉS PARTICIPACION	-4203,29	1247,37	5024,61	9248,31	13969,44	19414,41	25305,56	31881,87	39219,55	47402,81
Impuesto a la renta (25%)		311,84	1256,15	2312,08	3492,36	4853,60	6326,39	7970,47	9804,89	11850,70
UTILIDAD NETA	-4203,29	935,53	3768,46	6936,23	10477,08	14560,80	18979,17	23911,40	29414,66	35552,10

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto
Elaborado Por: Freddy Moreano

5.5.2 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

El estado de flujo de efectivo, nos muestra la liquidez de la empresa durante los años que se encuentren proyectados, para proporcionar una mayor información para las inversiones.

Por medio del flujo de efectivo podemos realizar una planificación respecto a las necesidades de financiamiento y a la correcta distribución de la liquidez del proyecto.

CUADRO N.- 51
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

OPERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Utilidad Neta	-4203,29	935,53	3768,46	6936,23	10477,08	14560,80	18979,17	23911,40	29414,66	35552,10
más Depreciaciones	4745,05	4745,05	4745,05	4267,25	4267,25	747,25	747,25	747,25	747,25	747,25
mas Amortización Constitución	200	200	200	200	200					
Más Gastos financieros	8518,30	6138,27	5456,24	4774,21	4092,18	3410,15	2728,12	2046,09	1364,06	682,03
Más Aumento Cuentas por Pagar		531,97	1610,88	1801,28	2013,42	2322,12	2512,41	2804,60	3129,30	3489,92
Sub Total	9260,06	12550,81	15780,63	17978,98	21049,94	21040,32	24966,95	29509,35	34655,27	40471,30
menos Cuentas por pagar (Préstamo)	12480,30	11798,27	11116,24	10434,21	9752,18	9070,15	8388,12	7706,09	7024,06	6342,03
menos cuentas por pagar (comisión)	1698,00									
EFFECTIVO GENERADO	-4918,24	752,54	4664,39	7544,77	11297,76	11970,17	16578,83	21803,26	27631,21	34129,27
Más saldo inicial de Efectivo	28392,50	23474,26	24226,80	28891,19	36435,96	47733,71	59703,88	76282,71	98085,97	125717,18
SALDO FINAL DE EFECTIVO	23474,26	24226,80	28891,19	36435,96	47733,71	59703,88	76282,71	98085,97	125717,18	159846,45

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto
Elaborado Por: Freddy Moreano

5.5.3 BALANCE GENERAL

El balance General, se refiere a un informe contable sobre las cuentas del activo, pasivo y patrimonio, donde se identifica la posición financiera de la misma para la correcta toma de decisiones, el balance general proyectado muestra las cifras de las diferentes cuentas en el transcurso de los años, de tal forma se puede tener una información proyectada de las cuentas antes mencionadas.

CUADRO N.- 52
BALANCE GENERAL PROYECTADO

CONCEPTO	INICIAL	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DISPONIBLE	28392,495	23474,26	24226,8	28891,2	36435,96	47733,71	59703,88	76282,71	98085,97	125717,18	159846,5
Caja / Bancos	28392,50	23474,26	24226,80	28891,19	36435,96	47733,71	59703,88	76282,71	98085,97	125717,18	159846,45
FIJO	68599,38	63854,33	59109,28	54364,23	50096,98	45829,73	45082,48	44335,23	43587,98	42840,73	42093,48
Terreno	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Obras Civiles	13016,38	13016,38	13016,38	13016,4	13016,38	13016,38	13016,38	13016,38	13016,38	13016,38	13016,38
Maquinaria y Equipo	783	783	783	783	783	783	783	783	783	783	783
Muebles y Enseres	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Equipo de Oficina	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Equipo de Cómputo	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150
Vehículo	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000
Depreciación Acumulada Act. F.		4745,05	9490,10	14235,15	18502,40	22769,65	23516,90	24264,15	25011,40	25758,65	26505,90
DIFERIDO	1000	800	600	400	200	0					
Constitución Legal	1000	1000	800	600	400	200					
Amortización Constitución		200	200	200	200	200					
TOTAL ACTIVOS	97991,88	88128,59	83936,08	83655,42	86732,94	93563,45	104786,37	120617,95	141673,95	168557,91	201939,94
PASIVOS	56600,00	50940,00	45811,97	41762,85	37904,13	34257,56	30919,67	27772,08	24916,68	22385,98	20215,90
Pasivo Corto Plazo											
Pasivo Largo Plazo	56600,00	50940,00	45280,00	39620,00	33960,00	28300,00	22640,00	16980,00	11320,00	5660,00	
Participación Por Pagar			220,12	886,70	1632,05	2465,20	3426,07	4465,69	5626,21	6921,10	8365,20
Impuestos Por Pagar			311,84	1256,15	2312,08	3492,36	4853,60	6326,39	7970,47	9804,89	11850,70
PATRIMONIO	41391,88	37188,59	38124,12	41892,57	48828,81	59305,89	73866,69	92845,87	116757,27	146171,93	181724,03
Capital Social	41391,88	41391,88	37188,59	38124,12	41892,57	48828,81	59305,89	73866,69	92845,87	116757,27	146171,93
Utilidad del Ejercicio		-4203,29	935,53	3768,46	6936,23	10477,08	14560,80	18979,17	23911,40	29414,66	35552,10
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	97991,88	88128,59	83936,08	83655,42	86732,94	93563,45	104786,37	120617,95	141673,95	168557,91	201939,94

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto

Elaborado Por: Freddy Moreano

CAPITULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera del proyecto realiza la comparación del flujo de caja proyectado utilizando diversas herramientas que tienen como objetivo principal conocer si el proyecto es rentable o no para el inversionista.

6.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación del proyecto se los realizará de acuerdo a:

- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Periodo de Recuperación
- Relación Beneficio- Costo

6.1.1 VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello calcula el valor de todos los flujos futuros de caja proyectadas a partir del primer período de operación y se le resta la inversión inicial total expresada en el momento cero.⁴

Para obtener el Valor Actual Neto se debe considerar una tasa de descuento que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir en otro proyecto o inversión, de

⁴ NASSIR. “Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa”. Pág. 227. Copia.

tal forma que debido todas estas variables políticas y económicas que maneja el Ecuador se consideró un escenario pesimista, así se analiza la factibilidad con un costo de oportunidad del 13 % anual considerando que es la tasa de interés activa máxima.

$$VAN = - Inversión + (\text{Flujo año 1}) / ((1+i)^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+i)^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+i)^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+i)^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+i)^5) + (\text{Flujo año 6}) / ((1+i)^6) + (\text{Flujo año 7}) / ((1+i)^7) + (\text{Flujo año 8}) / ((1+i)^8) + (\text{Flujo año 9}) / ((1+i)^9) + (\text{Flujo año 10}) / ((1+i)^{10})$$

$$VAN = -97991,88 + \frac{23474,25}{(1+0,13)^1} + \frac{24226,79}{(1+0,13)^2} + \frac{28891,18}{(1+0,13)^3} + \frac{36435,95}{(1+0,13)^4} + \frac{47733,71}{(1+0,13)^5} + \frac{59703,88}{(1+0,13)^6} + \frac{76282,71}{(1+0,13)^7} + \frac{98085,96}{(1+0,13)^8} + \frac{125717,17}{(1+0,13)^9} + \frac{159846,45}{(1+0,13)^{10}}$$

$$VAN = 196968,68$$

Podemos observar que el VAN es de \$ 196968,68 que representa la cantidad que a valor actual, se gana en los diez años de operación de la empresa.

6.1.2. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno es la que permite descontar los flujos netos de operación e igualarlos a la inversión inicial, que es lo mismo que buscar una tasa que iguale el VAN a cero.⁵

⁵ Gabriel Vaca Urbina. “Evaluación de Proyectos”. Pág. 216. Copia

Para este caso en particular tomaremos la tasa nominal máxima (13 %) ya que consideraremos un escenario pesimista, y esta será la tasa de descuento que se dejará de invertir en otro proyecto para invertirlo en el nuestro.

$$VAN = 0$$

$$0 = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+\text{TIR})^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+\text{TIR})^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+\text{TIR})^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+\text{TIR})^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+\text{TIR})^5) + (\text{Flujo año 6}) / ((1+\text{TIR})^6) + (\text{Flujo año 7}) / ((1+\text{TIR})^7) + (\text{Flujo año 8}) / ((1+\text{TIR})^8) + (\text{Flujo año 9}) / ((1+\text{TIR})^9) + (\text{Flujo año 10}) / ((1+\text{TIR})^{10})$$

$$\text{TIR} = 37,91\%$$

La tasa Interna de Retorno para este proyecto es de 37,91% como observamos que es mayor a la tasa de descuento ($i = 13\%$), se demuestra que el proyecto es rentable, o que asumiendo el riesgo de invertir en esta empresa los socios multiplicarían 2,91 veces más su dinero que depositando en una institución financiera.

6.1.3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Se refiere al tiempo que se tarda en recuperarse la inversión inicial por medio de los flujos de caja generados por el proyecto.⁶

$$PR = \text{Inversión Fija Inicial} / \text{Flujo de efectivo anual}$$

$$PR = \frac{97991,88}{23474,26}$$

⁶ NASSIR SAPAG CHAIN, "Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa" Pag. 230. Resumen

$$PR = 4,17$$

Considerándose la suma de los flujos de fondos proyectados, la inversión se recupera en 4 años 2 meses y 1 día.

6.1.4. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Indica la rentabilidad promedio que genera el proyecto por cada dólar que se invierte en la ejecución y funcionamiento del mismo.⁷

$$B/C = \sum \text{Flujo de Fondos} / \text{Costo} + \text{Inversión}$$

$$B/C = \frac{680398,10}{161797,17}$$

$$B/C = 4,20$$

La relación beneficio costo se refiere a que por cada dólar invertido la empresa recibe 4,20 dólares.

6.2 RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son instrumentos que se utilizan para evaluar resultados de las operaciones de la empresa y así poder realizar la correcta toma de decisiones, así estos se indican en el cuadro N.- 53.

⁷ GALLARDO CERVANTES JUAN “Evaluación de Proyectos”. Pág. 57. Resumen

CUADRO N.- 53
ÍNDICES FINANCIEROS Y DE RENTABILIDAD

ÍNDICES FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Indice de Solvencia	1,73	1,83	2,00	2,29	2,73	3,39	4,34	5,69	7,53	9,99
Endeudamiento	57,80	54,58	49,92	43,70	36,61	29,51	23,02	17,59	13,28	10,01
Autonomia	46,97	44,31	45,57	48,30	52,19	56,60	61,24	65,53	69,27	72,38
Capital de trabajo	27889,75	30345,62	35060,56	41873,56	51615,18	61085,49	74313,52	91784,32	114036,58	114037,58
INDICE DE RENTABILIDAD										
Utilidad Neta / Ventas	-0,07	0,14	0,05	0,09	0,12	0,15	0,17	0,20	0,22	0,25
Utilidad Neta / Capital	-0,10	0,03	0,10	0,17	0,21	0,25	0,26	0,26	0,25	0,24
Utilidad Neta / Activo Total	-0,05	0,01	0,05	0,08	0,11	0,14	0,16	0,17	0,17	0,18
Utilidad Neta / Endeudamiento	-0,08	0,02	0,09	0,18	0,31	0,47	0,68	0,96	1,31	1,76

Fuente: Estudio Técnico e Ingeniería del Producto
Elaborado Por: Freddy Moreano

Referente a los índices financieros mostrados para el primer año se los puede interpretar de la siguiente manera:

A. ÍNDICES DE SOLVENCIA

- Para el índice de solvencia ($\text{Activo Total} / \text{Pasivo Total}$) nos indica que los activos de la empresa pueden responder a sus obligaciones ya que los cubre en una relación de 1,73.
- Endeudamiento ($\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$), Representa el porcentaje de la deuda en relación a los activos de la empresa, para el caso la deuda contraída representa el 57,8 % de los activos disponibles.
- Autonomía ($\text{Capital Total} / \text{Activo Total}$), significa que los socios son dueños de la empresa en el 46,97 % de sus activos.
- Capital de Trabajo ($\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo corriente}$), representa la disposición de efectivo para comenzar las actividades de operación de producción, que en este caso es de \$ 27889,75

B. ÍNDICES DE RENTABILIDAD

- ($\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Netas}$), su interpretación se define que por cada dólar vendido se tuvo una pérdida de \$ -0,07, cabe resaltar que esta pérdida se tiene únicamente en el primer año por motivo de pagos de préstamo e inversiones iniciales, a partir del segundo año ya se tiene una ganancia.
- ($\text{Utilidad Neta} / \text{Capital}$), se refiere a que por cada dólar invertido se tiene una pérdida de \$ -0,10
- ($\text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total}$), significa que la utilidad no representa un porcentaje positivo de los activos totales ya que el valor obtenido es de -0,05.

- (Utilidad Neta / Endeudamiento), Con la primera utilidad que se resulte de las operaciones de la empresa, no se podrá cubrir con el total de la deuda adquirida, sino que por el contrario se tendrá un desfase de -8 %.

Cabe indicar que los datos de los índices de rentabilidad son negativos debido a que el primer año de operación no se cuenta con una utilidad neta positiva, lo que no sucede con el resto de los años donde las cifras cambian de forma alentadora.

6.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Cuando se trata de sensibilidad se refiere a un sondeo de posibilidades que pueden darse cuando se procede a la variación de ciertos datos como el valor del precio, costo de producción, ingresos etc.

A. Escenario 1. VARIACIÓN DE LOS PRECIOS

Considerando un escenario donde los precios del mercado internacional sufran una disminución del 10 % debido a cualquier eventualidad, el VAN tiene una disminución del 70 % y el TIR tiene una caída a 20%

B. Escenario 2. INCREMENTO DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

Considerando que los costos de ventas aumentan en un 10 % y los precios internacionales se mantengan el VAN tiene una disminución del 24 % y el TIR sufre una caída a 32 %

CAPÍTULO VII

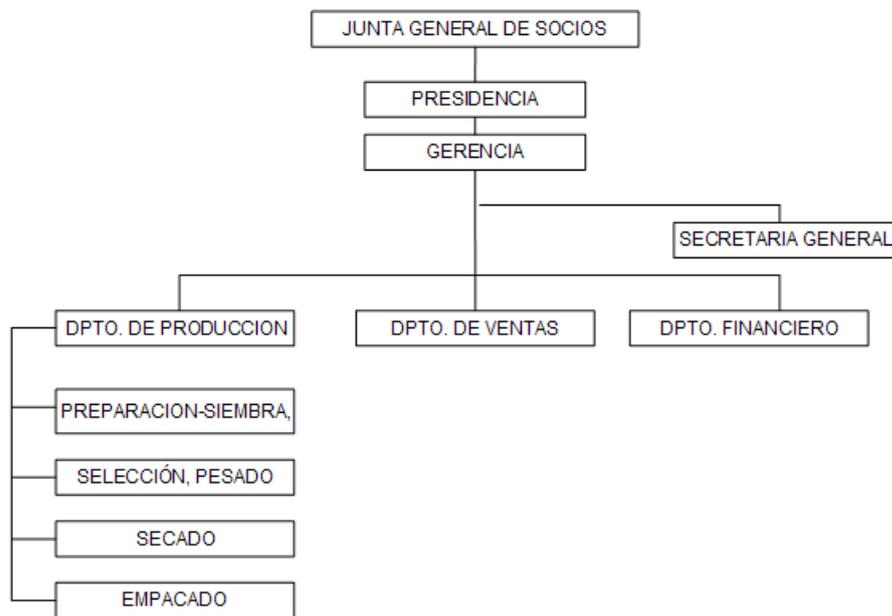
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

1. A través del estudio de Mercado se puede concluir que existe una demanda insatisfecha para la comercialización de plantas aromáticas de forma deshidratada en los mercados de los países de Estados Unidos y España, con cifras de 69000 y 2400 toneladas respectivamente, siendo Estados Unidos el país donde se concentran la mayor cantidad de exportaciones de este producto por parte de nuestro país, España es considerado como un mercado muy atractivo para las exportaciones de este producto las mismas que se incrementan año a año.
2. En el estudio Técnico, se estableció el lugar geográfico idóneo para el cultivo de plantas medicinales, siendo este en la ciudad de Latacunga, provincia del Cotopaxi, debido a las condiciones climatológicas y de servicios básicos son las adecuadas para el cultivo de las plantas aromáticas especialmente para la producción de manzanilla, cedrón y menta, además esta ciudad cuenta la los recursos materiales, tecnológicos y humanos de gran calidad esenciales en el proceso de producción.
3. El la Ingeniería del producto se identificó los pasos del proceso de transformación del producto, los cuales consisten de:
 - Preparación del terreno..
 - Siembra de las plantas medicinales
 - Riego continuo
 - Cavas para la eliminación de otras plantas ajenas a las deseadas.

- Cosecha y Recolección
- Clasificación y Lavado
- Secado Mecánico.

4. La empresa se encontrará constituida como Compañía Limitada, y su estructura organizacional se encontrará distribuida de la siguiente manera:



5. Para iniciar la exportación de productos como plantas aromáticas de forma deshidratada se debe tener en consideración ciertos aspectos como lo son:

- Condiciones previas e Incoterm
- Obtener la calidad de exportador
- Tramites de exportación
- Proceso de Negociación (Forma de pago)

Así como el asesoramiento en las siguientes entidades:

- Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.
 - CORPEI.- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
 - FEDEXPOR.- Federación Ecuatoriana de Exportadores
6. El estudio financiero nos indica el total de la inversión inicial que es de \$ 97991,88, el mismo que se encuentra financiado por el aporte de los socios en un 42 %, y el 58 % por medio de una institución financiera
 7. La evolución financiera demuestra la factibilidad del proyecto obteniéndose un VAN de \$ 196968,68 que es la cantidad a valor actual, que se gana en los 10 años de operación, una Tasa Interna de Retorno del 37,91% lo que significa que los socios multiplicarán 3.14 veces más su dinero que depositándolo en una institución financiera, y una recuperación de la inversión en 4 años, 2 meses y 1 día.

7.2. RECOMENDACIONES

1. Desarrollar la incursión de la tecnología y procesos de automatización en la aplicación de cualquier tipo de proyecto agroindustrial, a fin de poder ser más competitivos en los mercados locales o internacionales.
2. Capacitación continua para todo el personal que se encuentra involucrado en los procesos de producción o comercialización de productos agroindustriales, con el propósito de no encontrarse al margen de las novedades en este tipo de actividades.
3. El estado debería apoyar a los pequeños exportadores a través de las instituciones relacionadas con estos temas, por medio de la difusión de información correspondiente a ferias internacionales, convenios, etc.

4. Dar la promoción y publicidad necesaria para la difusión de un nuevo producto acompañado de un valor agregado a fin de poder tener facilidad de accesos en los mercados internacionales y en la mente del consumidor.
5. Promover la investigación y el desarrollo de nuevas técnicas y estrategias donde se den a conocer las propiedades nutritivas y medicinales de las plantas aromáticas, difundiendo la información en los mercados internacionales.
6. Realizar contactos con empresas dedicadas a la comercialización de productos importados en los países de Estados Unidos y España (Broker's) a fin de encontrar la empresa que mejor se adopte a los requerimientos de exportación por parte de nuestra empresa.

ANEXO N.- 1

DEPRECIACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

$$Depreciación \text{ _ Anual} = \frac{Valor \text{ _ de _ obras} - ValorDesecho}{Vida \text{ _ Útil}}$$

DATOS

Valor	13016,38
Valor desechado	650,81
Porcentaje	5%
Vida Útil (años)	20

TABLA DE DEPRECIACIÓN

AÑOS	DEP. ANUAL	DEP. ACUM.	VALOR
1	618,27805	618,28	12398,10
2	618,27805	1236,56	11779,82
3	618,27805	1854,83	11161,55
4	618,27805	2473,11	10543,27
5	618,27805	3091,39	9924,99
6	618,27805	3709,67	9306,71
7	618,27805	4327,95	8688,43
8	618,27805	4946,22	8070,16
9	618,27805	5564,50	7451,88
10	618,27805	6182,78	6833,60
11	618,27805	6801,06	6215,32
12	618,27805	7419,34	5597,04
13	618,27805	8037,61	4978,77
14	618,27805	8655,89	4360,49
15	618,27805	9274,17	3742,21
16	618,27805	9892,45	3123,93
17	618,27805	10510,73	2505,65
18	618,27805	11129,00	1887,38
19	618,27805	11747,28	1269,10
20	618,27805	12365,56	650,82

Fuente: Cuadro # 29

Elaborado Por: Freddy Moreano

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor de Máquina y Equipo} - \text{Valor Desechado}}{\text{Vida Útil}}$$

DATOS

Valor	783
Valor desechado	78,3
Porcentaje	10%
Vida Útil (años)	10

TABLA DE DEPRECIACIÓN

AÑOS	DEP ANUAL	DEP ACUM	VALOR
1	70,47	70,47	712,53
2	70,47	140,94	642,06
3	70,47	211,41	571,59
4	70,47	281,88	501,12
5	70,47	352,35	430,65
6	70,47	422,82	360,18
7	70,47	493,29	289,71
8	70,47	563,76	219,24
9	70,47	634,23	148,77
10	70,47	704,70	78,30

Fuente: Cuadro # 28

Elaborado Por: Freddy Moreano

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA

$$\text{Depreciación}_{\text{ Anual}} = \frac{\text{Valor}_{\text{ de}_{\text{ Equipo}_{\text{ de}_{\text{ Oficina}}} - \text{ValorDe secho}}}{\text{Vida}_{\text{ Útil}}}$$

DATOS

Valor	250
Valor desechado	25
Porcentaje	10%
Vida Útil (años)	10

TABLA DE DEPRECIACIÓN

AÑOS	DEP ANUAL	DEP ACUM	VALOR
1	22,5	22,50	227,50
2	22,5	45,00	205,00
3	22,5	67,50	182,50
4	22,5	90,00	160,00
5	22,5	112,50	137,50
6	22,5	135,00	115,00
7	22,5	157,50	92,50
8	22,5	180,00	70,00
9	22,5	202,50	47,50
10	22,5	225,00	25,00

Fuente: Cuadro # 30

Elaborado Por: Freddy Moreano

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor de Muebles Enseres} - \text{Valor Desecho}}{\text{Vida Útil}}$$

DATOS

Valor	400
Valor desechado	40
Porcentaje	10%
Vida Útil (años)	10

TABLA DE DEPRECIACIÓN

AÑOS	DEP ANUAL	DEP ACUM	VALOR
1	36	36,00	364,00
2	36	72,00	328,00
3	36	108,00	292,00
4	36	144,00	256,00
5	36	180,00	220,00
6	36	216,00	184,00
7	36	252,00	148,00
8	36	288,00	112,00
9	36	324,00	76,00
10	36	360,00	40,00

Fuente: Cuadro # 31

Elaborado Por: Freddy Moreano

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO

$$\text{Depreciación}_{\text{ Anual}} = \frac{\text{Valor}_{\text{ de}_{\text{ Equipo}_{\text{ de}_{\text{ Cómputo}}} - \text{ValorDesecho}}}{\text{Vida}_{\text{ Útil}}}$$

DATOS

Valor	2150
Valor desechado	716,66
Porcentaje	33.33%
Vida Útil (años)	3

TABLA DE DEPRECIACIÓN

AÑOS	DEP ANUAL	DEP ACUM	VALOR
1	477,77	477,78	1672,22
2	477,77	955,56	1194,44
3	477,77	1433,33	716,67

Fuente: Cuadro # 32

Elaborado Por: Freddy Moreano

DEPRECIACIÓN VEHÍCULO

$$\text{Depreciación}_{\text{ Anual}} = \frac{\text{Valor}_{\text{ Vehículo}} - \text{ValorDesecho}}{\text{Vida}_{\text{ Útil}}}$$

DATOS

Valor	22000
Valor desechado	4400
Porcentaje	20%
Vida Útil (años)	5

TABLA DE DEPRECIACIÓN

AÑOS	DEP ANUAL	DEP ACUM	VALOR
1	3520	3520,00	18480,00
2	3520	7040,00	14960,00
3	3520	10560,00	11440,00
4	3520	14080,00	7920,00
5	3520	17600,00	4400,00

Fuente: Cuadro # 33

Elaborado Por: Freddy Moreano

ANEXO N.- 2
FORMULARIO ÚNICO DE EXPORTACIÓN

IMPRESO POR OFFSETEC S.A., 65555 M² // 2005/07/24 //

		FORMULARIO UNICO DE EXPORTACION BANCO CENTRAL DEL ECUADOR MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACION, PESCA Y COMPETITIVIDAD			No.1733951	
1) CIUDAD		5) RUC No.		9) DIRECCION DEL COMPRADOR		
2) BANCO CORRESPONSAL		6) EXPORTADOR		10) No. TELF./FAX/EMAIL COMPRADOR		
3) FECHA PRESENTACION		7) DIRECCION DEL EXPORTADOR		11) MONEDA TRANSACCION		
4) CODIGO REGIMEN EXPORTACION		8) COMPRADOR		12) COD. FORMA PAGO/No. DIAS		
13) No. DAFE	14) VALOR	15) No. DAFE	16) VALOR	17) COD. CONFIR. INTERNET		
DECLARACION DE LAS MERCANCIAS						
18) SUBPARTIDA NANDINA	19) DESCRIPCION COMERCIAL DE LA MERCANCIA	20) CANTON ORIGEN PRODUCTO	21) PESO NETO EN KILOS	22) UNIDADES FISICAS		23) VALOR FOB
				TIPO	CANTIDAD	
24) DEDUCCIONES				25) TOTAL		
DECLARAMOS QUE LOS PRECIOS INDICADOS SON LOS VIGENTES EN EL MERCADO EXTERIOR Y LA INFORMACION DECLARADA ES VERAZ.						
26) FIRMA AUTORIZADA DEL EXPORTADOR Nombre: Cédula No. AGENTE AFIANZADO DE ADUANA Nombre: Código No.		27) AUTORIZACIONES ESPECIALES		28) VISTO BUENO BANCO		
		Nombre: Institución:		Firma Autorizada Banco Corresponsal: 29) Fecha de concesión: 30) Fecha Caducidad:		
TRAMITE ADUANERO						
31) DISTRITO	CODIGO	34) No. FACTURA COMERCIAL		37) BANDERA TRANSPORTE	CODIGO	
32) DECLARACION ADUANERA No.		35) FECHA ULTIMO EMBARQUE		38) PUERTO DE EMBARQUE	CODIGO	
33) FECHA ACEPTACION	36) VIA TRANSPORTE	CODIGO	39) PAIS DESTINO	CODIGO	40) PUERTO DESTINO	CODIGO
41) SUBPARTIDA ARANCELARIA	42) UNIDADES FISICAS		43) PESO BRUTO KILOS	44) PESO NETO KILOS	45) VALOR FOB	
	TIPO	CANTIDAD				
46) TOTAL EXPORTADO						
47) ADUANA/AFORADOR:		48) ADUANA/RECAUDACION:		49) OBSERVACIONES:		

ANEXO 3



Ambato, 010 de enero del 2007

Señor:

Freddy Moreano

Presente. –

REF: COTOPAXI CIA LTDA. ASESORES PRODUCTORES DE SEGUROS DE SEGURO.S

De mis consideraciones:

A continuación procedemos a detallar nuestra oferta para el paquete de Seguros, de acuerdo a la siguiente información:

INCENDIO

Objetos Asegurados:

EDIFICACIÓN

Coberturas:

- Incendio y/o rayo
- Explosión
- Daños maliciosos
- Motín y huelga
- Colapso
- Terremoto, temblor, Erupción volcánica
- Eventos de la naturaleza.

Cláusulas Adicionales:

- Restitución automática de Suma Asegurada
- Ampliación para aviso de siniestro, a 5 días calendario
- Pago de primas 15 días calendario
- Cancelación de la póliza 30 días

- Alteraciones y reparaciones
- De Sellos y Marcas
- De Salvamento

Deducibles:

- Terremoto, Lluvia e Inundación, Colapso: 2% del Valor Asegurado
mínimo
\$750 dólares.
- Otros Eventos: 10% del valor del siniestro, mínimo USD \$250 dólares.
- Rotura de Vidrios y Cristales: 10% del Valor del siniestro, mínimo USD
80

TOTAL A PAGAR.

\$ 550,00

FORMA DE PAGO:

- A Convenir

***Atentamente,
COTOPAXI CIA. LTDA.***



***Patricia Jácome de Luzuriaga
GERENTE SUCURSAL***

Guayaquil: Urbasa Central, Av. Los Lomas #302 y calle Primera esquina. PBX. 2610909. FAX. 2610904, 2610905. Email: informacion@hispaniadeseguros.com
Quito: Av. Quito #1711 y Juan León Mera. Edif. Juan León Mera Piso 5. Of. 503 - 504. Teléfonos (02) 2238683, 2239614, 2549242, 2553803,
2234970, 2236705. Email: quito@hispaniadeseguros.com

BIBLIOGRAFIA

- **GABRIEL BACA URBINA**, Evaluación de Proyectos Tercera Edición. 2001.
- **GALLARDO SEMBLANTES JUAN** , Evaluación de Proyectos, 2002
- **SPAG NASSIR**, Evaluación de Proyectos de Inversión En La Empresa, 2001.
- **LARA JUAN**, Administración Financiera 1998.
- **ARMANDO MORA ZAMBRANO**, Finanzas, MC GRAW HILL, 1999
- **FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**, Décima Edición.
- **ROCIO TAGA**, Análisis Del Mercado de Plantas Medicinales y Plantas, 2006.
- **BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**, Boletín Económico, 2005, 2006
- **CORPEI**, Procedimientos para Exportar.
- **EUROSTAT**, Boletines Oficiales, 2006.
- **ECUADOR EXPORTA**, www.ecuadorexorta.com
- **COMUNIDAD EUROPEA**, www.europa.eu.int