

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO



“ESCUELA HÉROES DEL CENEP”

TÍTULO:

PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
TOMATE DE ÁRBOL

ELABORADO POR:

ARACELLY TERESA LLUMIGUSIN TORRES
SANDRA ELIZABETH QUINTANA VIERA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Internacional

QUITO, MAYO 2011

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por las Srtas. ARACELLY TERESA LLUMIGUSÍN TORRES con cédula de identidad N° 1717188005 y SANDRA ELIZABETH QUINTANA VIERA con cédula de identidad N° 1716413933 como requerimiento para la obtención del título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.

Quito, 12 de mayo del 2011

ING. DIEGO BOHÒRQUEZ

DIRECTOR

MBA. ALICIA MONTERO

CODIRECTOR

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarte cada día más.

A mi madre Teresita por haberme guiado en todos los años de estudio y por soportar mis errores. Gracias a sus consejos, por el amor que siempre me ha brindado, por cultivar e inculcar ese sabio don de responsabilidad. ¡Gracias por darme la vida! ¡Te quiero mucho!

A mi padre Sergio Oswaldo a quien le debo todo en la vida, le agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia y el apoyo que me brindó para culminar mi carrera profesional.

A mis hermanas porque siempre he contado con ellas para todo, gracias a la confianza que siempre nos hemos tenido; por el apoyo y la amistad.

Gracias a todos mis sobrinos que directamente me impulsaron para llegar hasta este lugar. En fin gracias a todos mis familiares por brindarme su cariño, afecto, amor y comprensión.

Aracelly Teresa Llumigusín Torres

DEDICATORIA

A Dios por ser el padre creador de mi vida y quien guía mis días como ser humano, a mis padres Eloy y Luz Marina por ser los gestores de mi camino personal y profesional quienes con sus consejos y su trabajo esmerado lograron inculcar en mi la necesidad de alcanzar un título académico para desarrollar mis capacidades como profesional y persona, para de esta manera servir a la sociedad, a mis hermanos Bladimir, Jeovanna y Edgar quienes me apoyaron con su cariño y amistad, a mi querido esposo Israel Darwin y a mi querido hijo Derek Israel que es el pilar fundamental en mi vida.

Sandra Elizabeth Quintana Viera

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Politécnica del Ejército, sus profesores y en especial al Ingeniero Jorge Ojeda por su trabajo esmerado en beneficio de los estudiantes ya que fue la persona que implementó la acreditación del título de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Internacional en nuestra querida Escuela Héroes del Cenepa y que supo guiar nuestros sueños profesionales y los de sus alumnos.

Al Ingeniero Diego Bohórquez y a la MBA. Alicia Montero por su apoyo académico, su don de personas y su amistad.

AUTORIA

Yo, ARACELLY TERESA LLUMIGUSÍN TORRES portadora de la cédula de identidad N° 1717188005 y SANDRA ELIZABETH QUINTANA VIERA portadora de la cédula de identidad N° 1716413933, estudiantes de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional de la ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO, certificamos que el presente trabajo lo hemos realizado personalmente en su totalidad con el asesoramiento del Sr. Ing. Diego Bohórquez y la Sra. Mba. Alicia Montero Director y Codirector de Tesis respectivamente.

AUTORIZACIÓN

Yo, ARACELLY TERESA LLUMIGUSÍN TORRES, portadora de la cédula de identidad N° 1717188005 y SANDRA ELIZABETH QUINTANA VIERA portadora de la cédula de identidad N° 1716413933, autorizamos a quien corresponda para que la Tesis de grado “PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES PARA LA EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL AL MERCADO NORTEAMERICANO”, sea publicada en la página Web de la ESPE.

Atentamente,

ARACELLY LLUMIGUSIN T.

SANDRA QUINTANA V.

ÍNDICE GENERAL

1.	CAPITULO I. CULTIVO DE LA FRUTA O FRUTO	1
1.1	ANTECEDENTES	1
1.2	ANÁLISIS DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES	3
1.3	ASPECTOS TÉCNICOS	4
1.3.1	GENERALIDADES	5
1.3.2	VARIETADES EN EL PAÍS Y EN EL MUNDO	10
1.3.3	BENEFICIOS Y PROPIEDADES NUTRITIVAS	12
1.3.4	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TOMATE DE ÁRBOL	16
1.3.4.1	JUGO	17
1.3.4.2	JALEAS	18
1.3.4.3	MERMELADAS	18
1.4	ZONAS DE CULTIVO	19
1.5	MANEJO Y CULTIVO DE TOMATE DE ÁRBOL	21
1.5.1	PREPARACIÓN DEL SUELO	21
1.5.2	PLANTACIÓN Y SIEMBRA	22
1.5.3	FERTILIZACIÓN	23
1.5.4	CONTROL DE MALEZAS	24
1.5.5	COSECHA	25
2.	CAPITULO II. INVESTIGACIÓN PREVIA DEL MERCADO	27
2.1	CIFRAS COMERCIALES DE EXPORTACIÓN	27
2.1.1	EXPORTACIONES POR AÑO	27
2.1.2	EXPORTACIONES TOTALES	29
2.1.3	EXPORTACIONES HACIA ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA	31
2.1.4	PRECIOS DE EXPORTACIÓN AÑO – PAIS	34
2.2	PROVEEDORES	36
2.2.1	CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	37
2.2.2	DEMANDA INTERNACIONAL	37
2.2.2.1	DIRECTORIO DE IMPORTADORES	38
2.3	DATOS GENERALES DEL MERCADO	39
2.3.1	GEOGRAFÍA Y DEMOGRAFÍA DE ESTADOS UNIDOS	39
2.3.1.1	PRINCIPALES PUERTOS DE ESTADOS UNIDOS	42
2.3.2	ANÁLISIS DEL MERCADO	45
2.3.2.1	MERCADO DE FRUTAS	45
2.3.2.2	CONSUMO DE FRUTAS	45

2.3.3	MERCADO DE PRODUCTOS FRESCOS ORGÁNICOS DE ESTADOS UNIDOS	46
2.3.4	MINORISTAS DEL SECTOR DE ESTADOS UNIDOS	46
2.3.5	PRINCIPALES LOCALIDADES DE NEGOCIOS MINORISTAS DE ESTADOS UNIDOS	47
3.	CAPITULO III. EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL	48
3.1	TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN – INCOTERMS	48
3.1.1	NEGOCIACIÓN DE LA FORMA DE PAGO	51
3.2	CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES	52
3.3	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES – RUC	53
3.3.1	REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC	54
3.4	REGISTRO COMO IMPORTADOR – EXPORTADOR	55
3.5	COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR – COMEX	57
3.5.1	MECANISMOS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN	61
3.6	CERTIFICADO DE ORIGEN	62
3.6.1	OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO DE ORIGEN	62
3.6.2	REQUISITOS	63
3.6.3	VIGENCIA DEL CERTIFICADO DE ORIGEN	63
3.6.4	IDENTIFICACIÓN DE LAS MERCANCIAS	63
3.7	MEDIDAS DE CARÁCTER TÉCNICO	64
3.7.1	REQUISITOS EN AGROCALIDAD	64
3.7.2	REQUISITOS RELATIVOS A LAS CARACTERÍSTICAS DEL TOMATE DE ÁRBOL	65
3.7.3	NORMAS DE CALIDAD (NORMA INEN)	66
3.8	REGLAMENTACIONES DE CARÁCTER SANITARIO	67
3.8.1	MEDIDAS SANITARIAS DESTINADAS A PROTEGER LA SANIDAD VEGETAL – REGISTROS FITOSANITARIOS	67
3.8.2	QUE ES EL CERTIFICADO FITOSANITARIO	67
3.8.3	OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO FITOSANITARIO	68
3.8.4	INSPECCIÓN DEL PRODUCTO	68
3.9	REGLAMENTACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE MERCANCIAS	69
3.9.1	INSPECCIÓN DE ANTINARCÓTICOS	71
3.9.2	INSPECCIÓN	73
3.9.3	DOCUMENTOS DE TRANSPORTE	75
3.9.4	DOCUMENTOS DE EMBARQUE	77

3.9.5	PROCEDIMIENTO ADUANERO	78
3.10	EXPORTACIÓN A CONSUMO	79
3.10.1	GENERACIÓN DE LA ÓRDEN DE EMBARQUE EN EL SICE	79
3.10.2	FLUJOGRAMA DEL PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIONES	80
3.10.3	RÉGIMEN 15.- OBTENCIÓN DE LA ORDEN DE EMBARQUE EN ZONA PRIMARIA ADUANERA	80
3.10.3.1	DATOS DE LA ORDEN DE EMBARQUE	81
3.10.4	PLAZO DE VIGENCIA DE LA ORDEN DE EMBARQUE EN ZONA PRIMARIA ADUANERA	82
3.10.5	CONSIDERACIONES QUE LOS EXPORTADORES DEBEN TENER EN CUENTA EN LA ORDEN DE EMBARQUE	83
3.10.6	RÉGIMEN 40.- PRESENTACIÓN DE LA DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA (DAU)	84
3.10.6.1	DATOS DE LA DAU (40)	85
3.10.7	LIQUIDACIÓN ADUANERA	86
3.11	ACUERDO DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LAS DROGAS (ATPDEA)	87
4.	CAPITULO IV. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL	95
4.1	DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA LA EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL	95
4.2	EMPAQUE Y EMBALAJE	95
4.2.1	EMPAQUE	95
4.2.2	EMBALAJE	97
4.2.2.1	REQUISITOS FITOSANITARIOS PARA EL EMBALAJE DE MADERA	98
4.2.2.2	EMBALAJES MÁS COMUNES	100
4.2.2.3	DAÑOS SUFRIDOS EN EL PRODUCTO DURANTE EL EMBALAJE	100
4.2.2.4	ALMACENES Y EQUIPO DE EMBALAJE	101
4.2.2.5	EQUIPO DE EMBALAJE	101
4.3	SELECCIÓN DEL MEDIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL	104
4.4	CONSOLIDACIÓN DE CARGA	105
4.5	COTIZACIONES Y TARIFAS	105
4.6	CADENA DE VALOR DE LA LOGÍSTICA	108
4.7	INCOTERM UTILIZADO PARA LA EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL	110
4.8	TIPO Y TAMAÑO DEL CONTENEDOR UTILIZADO	111

5.	CAPITULO V. PLAN DE MARKETING	115
5.1	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	115
5.1.1	LOGOTIPO Y SLOGAN DE LA EMPRESA	116
5.1.2	MISIÓN DE LA EMPRESA	116
5.1.3	VISIÓN DE LA EMPRESA	117
5.1.4	PRINCIPIOS DE LA EMPRESA	117
5.2	ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	117
5.2.1	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	117
5.2.1.1	ESTRATEGIAS DE PENETRACION EN EL MERCADO	117
5.2.1.2	ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS	118
5.3	ATRACTIVO / COMPETITIVIDAD	118
5.3.1	ATRACTIVO	118
5.3.2	COMPETITIVIDAD	119
5.4	OBJETIVOS DEL MARKETING	120
5.5	CONTEXTO ESTRATEGICO	121
5.5.1	VENTAJAS COMPETITIVAS	121
5.5.2	ESTRATEGIA DEL MERCADO META	122
5.5.3	POSICIONAMIENTO	122
5.6	ESTRATEGIA DE LA MEZCLA DEL MARKETING	123
5.6.1	EL PRODUCTO	123
5.6.2	USOS DEL TOMATE DE ÁRBOL	124
5.6.3	MARCA DEL PRODUCTO	124
5.6.4	EMPAJE Y EMBALAJE	127
5.7	PLAZA / DISTRIBUCIÓN	128
5.7.1	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	128
5.8	EL PRECIO	131
5.8.1	PRECIOS DE EXPORTACIÓN DEL ECUADOR	131
5.9	PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	131
5.9.1	PROMOCIÓN	132
5.9.2	COMERCIALIZACIÓN INTERNA	132
5.9.3	COMERCIALIZACIÓN EXTERNA	132
6.	CAPITULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO	134
6.1	INVERSIONES	135
6.1.1	ACTIVOS CORRIENTES	137
6.1.2	ACTIVOS FIJOS	138
6.1.3	ACTIVOS DIFERIDOS	138

6.2	GASTOS PRESUPUESTADOS	140
6.2.1	COSTOS VARIABLES	140
6.2.2	COSTOS FIJOS	141
6.3	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	143
6.4	INGRESOS PRESUPUESTADOS	145
6.5	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	145
6.6	PRECIO DE VENTA	147
6.7	PUNTO DE EQUILIBRIO	148
6.8	FLUJO DE CAJA	149
6.9	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	151
6.10	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	151
7.	CAPITULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	152
7.1	CONCLUSIONES	152
7.2	RECOMENDACIONES	155

ÍNDICE DE FOTOS

FOTO 1	ASPECTOS TÉCNICOS DEL TOMATE DE ÁRBOL	4
FOTO 2	TALLO DE TOMATE DE ÁRBOL	7
FOTO 3	FLORES DE TOMATE DE ÁRBOL	8
FOTO 4	HOJAS DE TOMATE DE ÁRBOL	8
FOTO 5	TOMATE DE ÁRBOL	9
FOTO 6	PULPA DEL TOMATE DE ÁRBOL	10
FOTO 7	TOMATE ROJO MORADO	11
FOTO 8	TOMATE ANARANJADO	11
FOTO 9	TOMATE COMÚN	12
FOTO 10	INDUSTRIALIZACIÓN DEL TOMATE DE ÁRBOL	16
FOTO 11	TOMATE FRESCO	16
FOTO 12	TOMATE DE ÁRBOL EN JUGO	17
FOTO 13	MERMELADA DE TOMATE DE ÁRBOL	19
FOTO 14	TERRENO DE CULTIVO	23
FOTO 15	MALEZAS DEL TOMATE DE ÁRBOL	25
FOTO 16	COSECHA DEL TOMATE DE ÁRBOL	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	ZONAS DE CULTIVO	20
GRÁFICO 2	EXPORTACIONES 2006 – 2010	31
GRÁFICO 3	EXPORTACIONES HACIA ESTADOS UNIDOS	33
GRÁFICO 4	EXPORTACIONES HACIA ESPAÑA	34
GRÁFICO 5	MAPA DE ESTADOS UNIDOS	39
GRÁFICO 6	PALLET DE MADERA	100
GRÁFICO 7	CLASIFICACIÓN DEL FRUTO	103
GRÁFICO 8	CONTENEDOR REEFER 40 PIES	112
GRÁFICO 9	LOGOTIPO TIERRA GRANDE S.A.	116
GRÁFICO 10	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN – PAGINA WEB	130
GRÁFICO 11	ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	133

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	TABLA NUTRICIONAL	15
TABLA 2	EXPORTACIONES 2006 – 2007	27
TABLA 3	EXPORTACIONES 2007 – 2008	28
TABLA 4	EXPORTACIONES 2008 – 2009	28
TABLA 5	EXPORTACIONES 2009 – 2010	29
TABLA 6	EXPORTACIONES 2006 – 2010	30
TABLA 7	EXPORTACIONES HACIA ESTADOS UNIDOS	32
TABLA 8	EXPORTACIONES HACIA ESPAÑA	32
TABLA 9	PRECIO DE EXPORTACIÓN	35
TABLA 10	PRINCIPALES PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES NACIONALES DE TOMATE DE ÁRBOL	36
TABLA 11	CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	37
TABLA 12	DIRECTORIO DE IMPORTADORES	38
TABLA 13	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	66
TABLA 14	OBJETIVOS DEL MARKETING	120
TABLA 15	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	137
TABLA 16	ACTIVOS DIFERIDOS / CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	139
TABLA 17	COSTO DE EXPORTACIÓN DE LA MERCANCÍA (CONTENEDOR DE 40 PIES)	140
TABLA 18	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	141
TABLA 19	AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	142
TABLA 20	SUELDOS Y SALARIOS	142
TABLA 21	SUMINISTROS DE OFICINA	143
TABLA 22	MATERIAL PUBLICITARIO	143
TABLA 23	MUEBLES Y ENSERES	144
TABLA 24	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	144
TABLA 25	INGRESOS PRESUPUESTADOS	145
TABLA 26	CONTRIBUCIÓN MARGINAL	147
TABLA 27	FLUJO DE CAJA	150

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1	CERTIFICADO DE ORIGEN	158
ANEXO 2	CERTIFICADO FITOSANITARIO	159
ANEXO 3	DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA – DAU	160
ANEXO 4	FACTURA COMERCIAL	165
ANEXO 5	CONOCIMIENTO DE EMBARQUE (BILL OF LADING)	166
ANEXO 6	REGISTRO COMO IMPORTADOR – EXPORTADOR	167
ANEXO 7	NÓRMAS TÉCNICAS DE LOS EMBALAJES	169
ANEXO 8	NÓRMA INEN	176
BIBLIOGRAFÍA		180
LINKS ELECTRÓNICOS		181

INTRODUCCIÓN

El mercado de alimentos y bebidas orgánicas está aumentando rápidamente en la mayoría de los mercados de Europa Occidental, América de Norte, Japón y Australia, así como en países desarrollados como Estados Unidos, España, Francia, Reino Unido, entre otros. La participación de las exportaciones ecuatorianas en el mercado norteamericano de tomate de árbol actualmente es pequeña, en cuanto a los porcentajes de los datos estadísticos se determina una tendencia progresiva de las ventas y el incremento en el consumo haciendo que el consumidor tenga definidos los hábitos alimenticios para prevenir los problemas de salud ya que en la producción de tomate de árbol se utilizan químicos que no perjudican la salud de las personas que trabajan en la cosecha de esta fruta y demás sustancias para que crezca; sino también mediante una estrategia de Marketing que está orientada a problemas, objetivos concretos organizada a través de los principales grupos minoristas. También ayudará a aumentar la demanda mundial de desarrollo de productos como los frutos Andinos por ejemplo la granadilla, pera, claudia, manzana, tomate de árbol, entre otros.

En la realización del presente Plan de Comercio Exterior y Negocios Internacionales para la Comercialización de Tomate de Árbol conocido también en el mercado mundial como Tamarillo, al Mercado Norteamericano se van a analizar las principales posibilidades y expectativas para ejecutar la investigación en las condiciones propuestas.

Los países en desarrollo ofertan al mercado norteamericano una gran variedad de productos orgánicos, muchos de ellos con bastante éxito. Con frecuencia la mayoría tiene que hacer frente a algunos obstáculos, como los métodos de producción, malas prácticas de agricultura, es decir, la utilización de químicos y pesticidas muy fuertes que perjudican la salud

tanto del consumidor como del productor, que ocasionan enfermedades severas que atentan con la vida de las personas.

La elaboración del Plan de Tesis se basa en determinar las ventajas para la exportación del tomate de árbol al mercado norteamericano, las cuales se destaca el Acuerdo de Preferencias Arancelarias SGP, el Arancel Nacional de las exportaciones que es del 0%, el Código Orgánico de la Producción, la Ley de Régimen Tributario Interno LRTI que a través del SRI grava el IVA con tarifa 0%. Es una fruta muy cotizada por el mercado norteamericano por su calidad y los altos valores nutritivos. Es un producto utilizado para combatir la inflamación de las amígdalas que además ayuda a reducir los niveles de colesterol.

Para la exportación de este producto se debe conocer toda la información sobre el mercado internacional y nacional, tipo de producción, formas de cultivar, mercados, canales de distribución, así como la información sobre la competencia, productos sustitutos, acceso al mercado, mercados alternativos, entorno de proveedores, entorno de consumidores, barreras arancelarias y para arancelarias. El análisis referido permitirá establecer y lograr el desarrollo de la actividad exportadora, facilitando conocer el proceso y evolución de la exportación de tomate de árbol al mercado norteamericano.

Se analizará también las diferentes normas técnicas, normas de calidad, medidas de control de cantidad es decir las regulaciones emitidas por la FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA) que tiene como objetivo regular la multitud de productos medicinales como es el caso del tomate de árbol.

De manera específica se analizará todo el proceso operativo como: los trámites aduaneros, los cupos de exportación y la legislación aduanera

que ampara la exportación del tomate de árbol, determinando la línea de productos, la franja de precios, la promoción, y la publicidad que realizará para la comercialización del producto.

Los frutos andinos orgánicos, tanto frescos como elaborados, es decir, mermelada y jugo de tomate de árbol; han encontrado su sitio en el mercado y todo indica que en la mayoría de los mercados existen buenas perspectivas para un aumento considerable de las ventas tanto a mediano como a largo plazo. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que los frutos andinos cultivados aumentan considerablemente su oferta. Sin duda, es necesario seguir esforzándose por desarrollar la industria tanto en lo que se refiere al cultivo como a la elaboración, la comercialización y la distribución, sin olvidar la diversificación del producto y del mercado mundial.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tomate de árbol es un producto altamente beneficioso por sus cualidades nutritivas.

La falta de conocimiento de esta fruta, hace que no exista demanda para su comercialización por lo que es necesaria una adecuada publicidad que permita la inserción de esta fruta rica en nutrientes, en el mercado norteamericano Miami – Florida.

Las zonas o provincias en donde se produce este fruto son muy pocas, los precios del tomate de árbol de Ecuador son muy bajos comparados al mercado internacional, el objetivo es obtener información necesaria para facilitar la investigación del producto y el mercado norteamericano, ya que sin ella sería prácticamente nula la posibilidad de exportación cuyo resultado nos brinda la información básica sobre el producto y el mercado que viablemente se va a exportar nuestro producto que en este caso es el tomate de árbol al mercado norteamericano.

Para orientar nuestros esfuerzos en la exportación de tomate de árbol, es necesario trabajar con información de demanda potencial, debido a que las informaciones que nos proporcionan el comercio exterior nos permite conocer y cuantificar el mercado para conocer cuánto importa en cada país, que estado, etc., y así de este modo, no tenemos que esperar un aumento de demanda sino hacer que esa demanda se oriente a comprar desde nuestro país, es decir, que el mercado Norteamericano solo adquiera el producto a Ecuador con la finalidad que nuestra demanda se incremente.

Al identificar los reales y potenciales compradores, se les deberá proporcionar la mayor cantidad de información posible sobre nuestro

producto, que incluyen aspectos técnicos del cultivo, normas de calidad, condiciones de venta, precio de la mercancía, condiciones de plazo y de entrega y su forma de transporte.

JUSTIFICACIÓN

Las ventajas que presenta el comercio internacional constituyen elementos que pueden permitir el desarrollo económico del Ecuador, razón por la cual permitirá establecer las estrategias y procedimientos que faciliten la exportación del tomate de árbol al mercado norteamericano. Adicionalmente permitirá tener un conocimiento claro de los acuerdos internacionales como el ATPDEA al que se podría acceder para lograr un ingreso rápido y dinámico al mercado internacional cumpliendo con todos los requisitos tanto legales, normativos y operativos.

Los frutos andinos han experimentado una tendencia de mercado muy positiva en los últimos años, lo que significa que existen excelentes oportunidades de exportación para proveedores de países en desarrollo de algunos frutos, como el tomate de árbol.

Al desarrollar el Plan de Comercio Exterior y Negocios Internacionales para la Comercialización de Tomate de Árbol al Mercado Norteamericano, estamos generando conocimientos no solo sobre el entorno mundial y nacional que rodea al producto sino que detectamos un mercado potencial el cual será satisfecho en parte con la oferta del tomate de árbol y un crecimiento económico que contribuirá en el país.

Tomando en cuenta que el Ecuador es un país eminentemente agrícola, se ve la necesidad de aprovechar los productos naturales, utilizando las nuevas tecnologías que el mundo actual ofrece, que además se genera en el país fuentes de empleo en forma directa e indirecta.

El Plan de Tesis tendrá un conocimiento claro en cuanto a los trámites aduaneros, requisitos previos necesarios para la exportación.

OBJETIVOS

GENERAL

Elaborar un Plan de Comercio Exterior y Negocios Internacionales para la Comercialización de Tomate de Árbol al Mercado Norteamericano Miami – Florida.

ESPECÍFICOS

- Conocer sobre la producción del tomate de árbol en el país, aspectos técnicos del cultivo de la fruta, oferta actual y sus proyecciones.
- Analizar el mercado objetivo para ampliar la información en cuanto a requisitos y regulaciones necesarias para el ingreso de nuestro producto en el país de destino.
- Realizar un plan de marketing estratégico para la comercialización del tomate de árbol.
- Describir los trámites a seguir durante el proceso de exportación, términos de negociación, documentación, requisitos previos y regulaciones necesarias como el ATPDEA para el ingreso de nuestro producto en el mercado norteamericano Miami – Florida.
- Describir el proceso de logística y embalaje para establecer los parámetros requeridos para su manipulación.
- Realizar un análisis financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

ANTECEDENTES

En el Ecuador se ha desarrollado la explotación de frutales andinos tales como: el mango, la maracuyá, la piña, la chirimoya, las anonas blancas, las guayabas y la granadilla, debido a las ventajas competitivas tales como: el clima, la tierra.¹

En los últimos 15 años el cultivo de tomate de árbol se ha incrementado. Se trata de una planta de 2 a 3 m de altura, que pertenece a la familia de las Solanáceas. Tiene cualidades físicas, nutritivas y organolépticas (alto contenido de proteína y vitamina A), similares a las mejores frutas que actualmente se consume por sus cualidades nutricionales, especialmente sus propiedades de disminución de colesterol, su alto contenido de fibra, vitaminas A y C, y su bajo nivel de calorías. Es rico en minerales, especialmente Calcio, Hierro y Fósforo; contiene niveles importantes de proteína y caroteno. Fortalece el sistema inmunológico y la visión, además de funcionar como antioxidante.

Se prevé que el libre comercio en la CAN y en general a nivel mundial, así como la expectativa de cambios de consumo en mercados de Europa y Estados Unidos, generen perspectivas de crecimiento, desarrollo y exportación de frutos andinos, principalmente de tomate de árbol, que por su alta rentabilidad en pequeñas áreas, ha creado la oportunidad de sustento a muchas familias ecuatorianas.

La expectativa de exportación del tomate de árbol se enfoca actualmente hacia Europa y Estados Unidos, entre otros países, debido a la creciente demanda de la fruta que ya es conocida por sus características de alto valor nutricional y medicinal, por ello se debe enfocar el cultivo de acuerdo con la demanda del mercado externo, mismo que exige conceptos de

¹ <http://tomatederbolproyecto.blogspot.com/> - 04/2009

calidad alimentaria.

Para poder exportar el tomate se requiere cambiar el esquema de manejo del cultivo mediante la incorporación de tecnología ecológica, lo que implica nuevos sistemas de control de plagas y enfermedades, nutrición adecuada y en general, un manejo con enfoque ecológico e integrado que permita compatibilizar la demanda mundial con la oferta exportable que puedan hacer nuestro país. ²

El tomate de árbol goza de una excelente aceptación por parte de los consumidores locales y regionales, especialmente por consumidores de la sierra ecuatoriana.

Por otro lado hay que entender que desde el punto de vista competitivo la producción racional del tomate de árbol es posible debido a las bondades que tiene el país, donde las zonas climáticas tienen las condiciones ideales para el desarrollo del cultivo.

Cabe destacar que la expansión del comercio agrícola no se ha producido a un ritmo constante en estas dos últimas décadas debido a una serie de cambios bruscos en el ámbito mundial. Dichos cambios tienen repercusiones en el volumen y estabilidad de los mercados mundiales de alimentos y los probables niveles de los precios, lo que se ve reflejado en el incremento sustancial de la participación de los productos no tradicionales de los países latinoamericanos en las exportaciones mundiales agropecuarias debido a que la estructura de este tipo de exportaciones sigue los patrones de consumo de los mercados internacionales. ³

² <http://tomatederbolproyecto.blogspot.com/> - 04/2009

³ <http://tomatederbolproyecto.blogspot.com/> - 04/2009

Es por ello, que en el Acuerdo de la Ronda Uruguay sobre Agricultura se trató sobre el acceso a mercados, la ayuda interna, las subvenciones a la exportación, las prohibiciones y restricciones a la exportación y cambios normativos en cada uno de estos sectores.

METODOLOGÍA

Para la presente investigación se analiza que la inducción llega a conclusiones empíricas sacadas de la experiencia, y la deducción establece conclusiones lógicas por lo cual el presente proyecto requiere la utilización del método deductivo.

Dentro del método deductivo tenemos: El Exploratorio o Concluyente.

En la fase de investigación exploratoria se hará uso de datos secundarios externos originados por el Banco Central del Ecuador, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, el INEN, el Ministerio de Industrias y Productividad, AGROCALIDAD, el Ministerio de Relaciones Exteriores y los organismos pertinentes que provean de información para entender los factores que afectan a la exportación del producto a ser analizado.

Así mismo se utilizará la información comercial generada por empresas proveedores de la mercancía a fin de valorar las cotizaciones y comparar las propuestas para validar mecanismos de elección.

EXTRACTO

En el presente proyecto se realizará el estudio del mercado norteamericano a fin de identificar el segmento de mercado más óptimo para el producto, así como los factores que inciden en la demanda, la cantidad de compra y precios que se manejan en el mercado.

Se dará a conocer un listado de potenciales clientes que realizan actividades utilizando el tomate de árbol como su principal materia prima en el proceso de su producción.

Dentro del proceso de exportación se detallará paso a paso el proceso logístico desde que el tomate de árbol se encuentra en las bodegas de almacenamiento hasta cuando es entregado en las bodegas de los clientes.

El plan de marketing estratégico y operativo nos permitirá dar a conocer el producto en el mercado meta así como posicionar la marca en la mente de los consumidores dando a conocer las características, beneficios, servicios, garantías y formas de uso del tomate de árbol.

EXTRACT

In this project will be U.S. market research to identify the best market segment for the product, and factors affecting demand, the amount of purchase and prices are handled in the market.

They will release a list of potential customers who are active using tomato tree as its main raw material in the production process.

Within the export process step by step detail the logistics process from the tree tomato is in the warehouses until it is delivered to the customer holds.

The strategic marketing plan and operating permit us to present the product the target market and positioning the brand in the minds of consumers by publicizing the features, benefits, services, guarantees and ways to use the tree tomato.

CAPITULO I

CULTIVO DE LA FRUTA

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El tomate de árbol es procedente de América del Sur (Ecuador, Colombia, Perú), como cultivo en Ecuador se desarrolla entre 600 - 3300 frutos, donde la temperatura óptima está entre 14 - 20°C, pero a 4°C sufre daño, además los vientos fuertes afectan directamente a la fruta. Hay evidencias que requiere pH de 6 - 6.5 y precipitaciones de 1500 - 2000 mm/año.⁴

CARACTERÍSTICAS

Es un árbol que puede alcanzar 3 m de altura, con hojas cordiformes grandes en crecimiento (30 - 40 cm. de largo) y más pequeñas cuando ha entrado en producción (20 cm.). El fruto es de piel lisa y brillante, de color variable (morado, rojo, amarillo, anaranjado), la forma más común es elipsoide puntiagudo, pero puede ser ovoide, esférica, entre otras de acuerdo con el ecotipo o cultivo. La pulpa es anaranjada, hacia la placentación de las semillas puede ser incolora, anaranjada, morada; es jugoso, agridulce, de buen sabor.

El tomate de árbol se desarrolla bien en climas medios y fríos de toda la zona andina, en elevaciones entre los 1.700 y los 2.500 msnm, es posible encontrar plantas creciendo desde los 1.000 hasta los 2.000 metros de altitud, aunque el nivel óptimo de cultivo está entre los 2.000 y los 2.400 msnm. El rango óptimo de temperatura para el desarrollo de esta especie se encuentra entre los 9°C y 20°C; es de anotar que temperaturas muy bajas (menores de 4°C) reducen la actividad fisiológica y temperaturas altas (superiores a 20°C), causan la caída de flores.

⁴ www.regionlalibertad.gob.pe/rrnn/admin/docs/Manual%20de%20Tomate%20de%20C3%A1rbol.pdf - 06/2009

El tomate de árbol es una planta que requiere permanente humedad, que sufre cuando se presentan largos períodos secos y cuando el suelo tiene baja capacidad de retención de agua. Se puede decir que bajo las condiciones del trópico de altura en los Andes Suramericanos, los mínimos aportes por las lluvias en un año deben ser de 1.500 msnm y los máximos de 3.500 msnm; sin embargo, la distribución de las lluvias tiene más importancia que el volumen total anual, ya que ésta es afectada por la transpiración. La cantidad de agua para asegurar el crecimiento continuo y rápido del arbusto también depende de las propiedades físicas del suelo. Cuando la distribución de las lluvias es uniforme a lo largo del año la producción es permanente y de mejor calidad.⁵

La humedad relativa está en función de la temperatura y en estrecha relación con la precipitación. En zonas donde la humedad relativa es del 70% al 80%, el tomate de árbol crece en muy buenas condiciones. La intensidad lumínica es uno de los factores más importantes a considerar al establecer una plantación de tomate de árbol. Por ser un cultivo relativamente reciente, sus efectos no han sido lo suficientemente estudiados, sin embargo se ha observado que esta planta requiere ambientes sombreados o con alta nubosidad. El tomate de árbol se desarrolla bien con radiaciones solares entre las 1.500 y las 1.800 horas luz/año. La incidencia lumínica diaria afectada por las nubes y las lluvias fuertes y ésta a su vez determina la intensidad del proceso fotosintético.

Los vientos fuertes especialmente en la época de producción, cuando el arbusto no ha cerrado bien y sus ramas aún son frágiles, ocasionan caída de flores y frutos, se rompen las ramas y en algunos casos no crece la

⁵ www.regionlalibertad.gob.pe/rnn/admin/docs/Manual%20de%20Tomate%20de%20%C3%A1rbol.pdf – 06/2009

www.pac.com.ve/index.php?option=com_content&view=article&catid=61&Itemid=84&id=4304 - 06/2009

planta. Este es uno de los principales factores que obligan al amarre y tutorado del cultivo.

Los suelos para el cultivo del tomate de árbol deben ser de textura media, francos o franco arenosos, con un buen drenaje interno y externo. El nivel freático debe superar los 1.80 m de profundidad. Este frutal se desarrolla y se produce en suelos que estén en un rango de pH entre 5,5 y 6,5, es decir ligeramente ácidos.

1.2 ANÁLISIS DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES

Los productos no tradicionales de exportación son todos aquellos productos, tanto primarios como industrializados, que no formaban parte de las exportaciones ecuatorianas antes de 1980.

Los productos no tradicionales o nuevas agro exportaciones cumplen con una serie de características, entre las principales:

1. Son productos nuevos en la canasta de exportaciones de un país.
2. Son productos que atienden a una nueva demanda de los mercados internacionales; es decir, que son productos frescos o de fácil preparación.

Cada vez la demanda de estos productos es más exigente, en el sentido de requerir productos que cumplan con estándares de calidad y con las normas internacionales de protección ambiental. Estos productos son llamados alimentos orgánicos.

En base a los datos del Banco Central del Ecuador, durante el periodo 2000 - 2004, la exportación de productos no tradicionales creció de

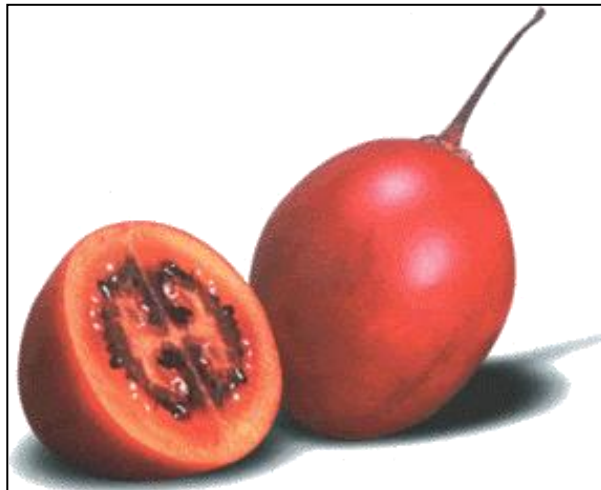
\$1,182 millones en el año 2000, a \$1,753 millones en el año 2004, lo que representa un crecimiento nada despreciable del 48% en el período.

Entre otros, se destacan los siguientes crecimientos sectoriales como son: flores (77%), madera (134%), frutas (205%), jugos y conservas de frutas (38%), enlatados de pescado (44%), químicos y fármacos (41%), manufacturas de metales (88%), prendas de vestir (41%), otras manufacturas textiles (25%), manufacturas en cuero, plástico y caucho (23%), extractos de aceites vegetales (175%), elaborados de banano (43%), manufacturas de papel y cartón (81%), otros industrializados (38%).

1.3 ASPECTOS TÉCNICOS

FOTO N° 1

ASPECTOS TÉCNICOS DEL TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

1.3.1 GENERALIDADES

Esta fruta exótica es originaria de la vertiente oriental de los Andes, específicamente de Perú, Ecuador y Colombia. Perteneciente al grupo de las frutas semi ácidas, se la ha conocido con diversos nombres en distintas regiones, hasta que alrededor de 1970 en Nueva Zelanda se le asignó el nombre “Tamarillo”, posicionándose como la designación comercial generalizada para el tomate de árbol en el mercado mundial.⁶

Esta baya aromática de forma ovoide, punteada en su extremo inferior y con un cáliz cónico, está cubierta por una cáscara gruesa, lisa y brillante, de sabor amargo, en tonos ladrillo, rojos, naranjas y amarillos según la variedad. En el interior, los colores de la pulpa varían entre naranja, rojo y amarillo; es ligeramente firme, suave y jugosa, con un sabor agridulce. En el centro de la fruta está rodeada de pulpa más suave que la capa exterior, se encuentran entre 200 y 400 pequeñas semillas comestibles, de forma plana y circular.

El cultivo de tomate de árbol es antiguo en el Ecuador en zonas tradicionales como Patate, Pelileo, Ambato y Baños, a pesar de que se cultiva prácticamente en toda la serranía ecuatoriana. Con el crecimiento de la demanda interna desde hace unos 15 años, se ha extendido comercialmente a otras zonas de producción. La variedad más difundida es la tradicional anaranjada, habiéndose introducido últimamente el tomate “mora”, de color morado y pulpa más rojiza.

En Ecuador se producen tres variedades reconocidas de tomate de árbol, aunque comercialmente no se las diferencia. Estas son:

- Tomate común: de forma alargada, color morado y anaranjado.

⁶ www.fao.org/inpho/content/documents/vlibrary/ae620s/Pfrescos/TOMATEDEARBOL.HTM - 07/2009

- Tomate redondo: de color anaranjado rojizo.
- Tomate mora: de forma oblonga y de color morado.

El tomate de árbol es una de las mejores frutas exóticas, razón por la cual ocupa junto con el banano u otras frutas, uno de los primeros lugares en importancia a nivel mundial.

Nombre Común

Tomate de árbol, Tamarillo

Nombre Científico

Cyphomandra Betáceae

Familia

Solanácea

Género

Cyphomandra

CLIMA Y SUELO: La temperatura óptima para el cultivo está comprendida entre 14 a 20°C, a temperaturas menores de 4°C se destruye completamente el follaje, ya que es muy vulnerable a las bajas temperaturas. No tolera vientos fuertes, ya que se produce la caída de las flores, rotura de las ramas y destrucción de las hojas.⁷

La planta del tomate de árbol se adapta muy bien a todo tipo de suelo, pero su mejor desarrollo lo alcanza en suelos de textura media con buen drenaje y buen contenido de materia orgánica.

ORIGEN: Zonas Andinas de América del Sur.

⁷ www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00168.pdf - 07/2009

RAÍCES: son profundas y ramificadas cuando la reproducción se hace por semillas; cuando se hace por estaca son superficiales y bastante ramificadas. Los procedentes de semilla tardan de 12 a 14 meses, a partir del trasplante, para iniciar la producción, mientras que los de estaca entre 8 y 10 meses, pero son más pequeños y de menor duración.⁸

TALLO: es semileñoso, erecto y su corteza es de color cenizo oscuro. La madera de sus tallos es poco resistente y sus ramas se rajan con frecuencia por efecto del viento y el peso de los frutos.⁹

FOTO N° 2

TALLO DE TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

FLORES: son blancas con tonalidades rosadas, se presentan en racimos denominados inflorescencias, el número de flores es variable y cada racimo puede tener 20 a 25 flores, de las cuales alrededor de 10 pueden cuajar y formar frutos.¹⁰

⁸ www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00168.pdf - 07/2009

⁹ www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00168.pdf - 07/2009

¹⁰ www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00168.pdf - 07/2009

FOTO N° 3

FLORES DE TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

HOJAS: son de forma oval acorazonada. Las primeras hojas pueden medir hasta 60 cm. de largo pero 40 cm. de ancho. Tienen un color carmelita a verde oscuro en el haz y verde más claro en el envés. A medida que el árbol madura, el tamaño de las hojas se reduce.

FOTO N° 4

HOJAS DE TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

FRUTO: alcanza un diámetro de hasta 4 cm. Su color varía desde el verde - morado hasta el amarillo y rojo naranja, a medida que avanza su

maduración. En el fruto se encuentran entre 300 y 500 semillas. Son de forma ovoide.

FOTO N° 5

TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

SEMILLAS: son pequeñas, planas, circulares y lisas, de color amarillento o a veces pardo.

PESO: el peso promedio puede variar entre 70 y 80 g. Tiene una piel fina lisa y resistente al transporte y una cutícula de sabor amargo, razón por la cual hay necesidad quitarla de la corteza para poder hacer uso del fruto.

PULPA: es muy jugosa, de color anaranjado, de sabor agridulce, agradable y muy particular.

FOTO N° 6

PULPA DEL TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

1.3.2 VARIEDADES EN EL PAÍS Y EN EL MUNDO

Las variedades de tomate de árbol más comercializadas a nivel de Ecuador y del mundo son: tomate común, de forma alargada, color morado y anaranjado; tomate redondo, colombiano, de color anaranjado o rojizo; tomate mora, de Nueva Zelanda, forma oblonga y de color morado. El sabor de la fruta difiere en su mezcla de sabor dulce y agrio según la variedad.¹¹

Aparte del tomate de árbol rojo común, el cual es el más comercializado y sembrado en Colombia, se presentan otros tipos de tomate, los cuales veremos a continuación: el tomate rojo común, el color del cogollo de la planta es rojo - morado, la corteza del fruto es rojo - anaranjado, su pulpa es anaranjada y puede alcanzar un peso de 90 g.¹²

¹¹ www.tomatearbol.com/Tomate-de-Arbol/2 - 07/2009

¹² www.tomatearbol.com/Tomate-de-Arbol/2 - 07/2009

Estos frutos de tomate denominados rojo-morado, se conocen popularmente como “tomate moro” o “tomoro”. Su corteza es de color rojo o vino tinto intenso, su pulpa es naranja y las semillas son rojas, las cuales le dan una apariencia roja al jugo, similar al jugo de mora.

También se presentan frutos de tomate sin semilla, los cuales se conocen como PARTENOCARPICOS, su corteza es de color rojo anaranjado, la pulpa anaranjada, son ovoides y tienen un peso promedio de 22 g. ¹³

FOTO N° 7

TOMATE ROJO MORADO



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

FOTO N° 8

TOMATE ANARANJADO



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

¹³ www.tomatearbol.com/Tomate-de-Arbol/2 - 07/2009

FOTO N° 9
TOMATE COMÚN



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

1.3.3 BENEFICIOS Y PROPIEDADES NUTRITIVAS

Los beneficios del tomate de árbol van más allá de las dietas y por ende la reducción de peso. Evita la retención de líquidos y celulitis, además facilita la eliminación de depósitos de grasa del organismo. ¹⁴

El exceso de peso siempre se encuentra relacionado con el incremento de grasa en el cuerpo y la mala alimentación; sin embargo, esta no es la única causa. La retención de líquidos también es un aspecto muy importante en la textura y tonalidad de la piel originando, entre otros casos, la presencia de celulitis. En ese sentido, el tomate de árbol es el remedio para este gran problema. La dieta sólo bastará de esta fruta natural eficaz para combatir tu exceso de peso, separar el tejido celulítico, eliminar los depósitos de grasa, entre otros. La única recomendación antes de que proceda el tratamiento es que se debe consumirlo naturalmente, pues al pasteurizarla para jugo o en almíbar pierde sus propiedades. Según múltiples estudios, el tomate de árbol aporta: ¹⁵

¹⁴ www.frutex.com.co/Tomate.htm - 07/2009

¹⁵ www.frutex.com.co/Tomate.htm - 07/2009

Enzimas: activan el metabolismo y la eliminación de grasa, facilita la digestión.

Fibra y agua: tiene excelentes efectos diuréticos y previene infecciones digestivas.

Vitaminas: contiene vitamina A, B6, C, E, fósforo y calcio, útiles para prevenir cualquier enfermedad.

El tomate de árbol también es considerado en fruto terapia como una de las frutas que fortalecen el cerebro, y contribuye a curar migrañas y cefaleas severas. Los estudios hasta ahora realizados nos indican que tiene sustancias como el ácido gamma amino butírico que baja la tensión arterial, por ello es útil para los hipertensos, no así para quienes sufren de tensión baja.

Además esta fruta es recomendable para lo siguiente:

- Obesidad (reducción de abdomen)
- Migraña (dolor de cabeza)
- Hipertensión
- Fortalecer el cerebro y la memoria
- Para la Rinitis
- Para el sistema circulatorio

Contraindicaciones: Se recomienda que en la medida de lo posible, se abstengan de consumir tomate de árbol si se tienen las siguientes enfermedades:

- Alergias de la piel
- Tensión baja
- Urticaria

Propiedades Nutritivas

Su componente mayoritario es el agua. Es un fruto de moderado valor calórico, a expensas de su aporte de hidratos de carbono. Destaca su contenido de provitamina A y C, de acción antioxidante, y en menor proporción contiene otras vitaminas del grupo B, como la B6 o piridoxina, necesaria para el buen funcionamiento del sistema nervioso. Su contenido de fibra (soluble, pectina) es alto; mejora el tránsito intestinal. La vitamina C interviene en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y la resistencia a las infecciones. La provitamina A o beta caroteno se transforma en vitamina A en nuestro organismo conforme éste lo necesita. La vitamina A es esencial para la visión, el buen estado de la piel, el cabello, las mucosas, los huesos y para el buen funcionamiento del sistema inmunológico. Ambas vitaminas, cumplen además una función antioxidante.¹⁶

Por su sabor y apariencia, combina con otros alimentos que lo enriquecen en matices y nutrientes, por lo que lo pueden consumir los niños, los jóvenes, los adultos, los deportistas, las mujeres embarazadas o madres lactantes y las personas mayores.

Por su aporte de provitamina A y vitamina C, su consumo es adecuado para quienes tienen un mayor riesgo de sufrir carencias como algunas personas no toleran los cítricos, el pimiento u otros vegetales, que son fuente casi exclusiva de vitamina C en nuestra alimentación; para quienes deben llevar a cabo una dieta baja en grasa y por tanto con un contenido escaso de vitamina A o para personas cuyas necesidades nutritivas están aumentadas. Algunas de estas situaciones son: periodos de crecimiento, embarazo y lactancia materna. Así mismo, el tabaco, el abuso del alcohol, el empleo de ciertos medicamentos, situaciones de estrés, defensas

¹⁶ www.frutex.com.co/Tomate.htm - 07/2009

disminuidas, la actividad física intensa, el cáncer y el Sida, las pérdidas digestivas y las enfermedades inflamatorias crónicas que disminuyen el aprovechamiento y producen mala absorción de nutrientes.

Su contenido de fibra le confiere propiedades laxantes. La fibra previene o mejora el estreñimiento, contribuye a reducir las tasas de colesterol en la sangre y al buen control de la glucemia en la persona que tiene diabetes. Ejerce un efecto saciante, lo que beneficia a las personas que llevan a cabo una dieta para perder peso. Los datos de la composición nutricional se deben interpretar por 100 g de la porción comestible.¹⁷

TABLA Nº 1

TABLA NUTRICIONAL

COMPUESTO	CANTIDAD
Calorías	80 Ca
Agua	87.9 g
Proteína	1.9 g
Grasa	0.16 g
Cenizas	0.7g
Carbohidratos	11.6 mg
Fibra	1.1 g
Calcio	2.0 mg
Hierro	2.0 mg
Fósforo	36.0 mg
Vitamina C	20%

Fuente: <http://www.exoticlandfruits.com/tamarillo.htm>

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

¹⁷ www.exoticlandfruits.com/tamarillo.htm - 07/2009

1.3.4 INDUSTRIALIZACIÓN DEL TOMATE DE ÁRBOL

FOTO Nº 10

INDUSTRIALIZACIÓN DEL TOMATE DE ÁRBOL



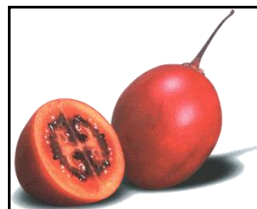
Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

El tomate de árbol se consume como fruta fresca, es materia prima en la industria para la preparación de jugos, compotas, conservas dulces, jaleas, gelatina, mermelada y concentrados congelados.¹⁸

FOTO Nº 11

TOMATE FRESCO



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

¹⁸ www.tamarillo.es/ - 09/2009

1.3.4.1 JUGO

El jugo se obtiene a partir de una trituración de la fruta, seguida de una separación de las partes sólidas por algún método de filtración adecuado. El jugo debe ser pasteurizado y empacado para lograr prolongar su vida útil, utilizando alguna barrera contra la descomposición como puede ser el uso de algún tipo de preservante o bien mantenerlo en refrigeración.

Por ninguna razón este debe salir al mercado si está fermentado y no debe diluirse con agua. El empaque puede ser plástico, lata con recubrimiento para protegerlo de la acidez, laminado (plástico, cartón y metal) y otros.

El PH de este producto debe controlarse para que sea agradable para el consumo humano, por lo general a nivel del proceso deben hacerse mezclas de diferentes jugos según la variación del PH de los mismos, para obtener un producto de buena calidad. También puede combinarse este jugo con el de otras frutas para obtener jugo mixto como producto final.¹⁹

FOTO Nº 12

TOMATE DE ÁRBOL EN JUGO



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

¹⁹ www.tamarillo.es/ - 09/2009

1.3.4.2 JALEAS

Las jaleas entran dentro del grupo de conservas de frutas las cuales se definen como un producto semisólido preparado a partir de la mezcla de 45 partes de frutas lista para procesar con 55 partes de azúcar. Esta mezcla debe ser cocinada hasta que llegue a un contenido final de sólidos que puede ir de 65% a 68%. Aún estando caliente se procede a envasarla para mantener su estabilidad en el empaque. Por lo general las jaleas se preparan a partir del jugo de la fruta y se llega a obtener una consistencia de gel, puede contener trozos de fruta o prescindir de ellos. El grado de dureza final depende del uso de agentes químicos, que debe ser añadida en condiciones controladas de acidez y porcentaje de sólidos para garantizar la calidad del gel final. Para asegurar que se podrá conservar bien estando a temperatura ambiente (vida de estante) se pueden añadir aditivos químicos como preservantes, principalmente para combatir hongos debe mantenerse en refrigeración una vez abierto el producto.²⁰

1.3.4.3 MERMELADAS

Este producto entra dentro del grupo de conservas se definen como un producto semisólido. La consistencia final es semifluida y no de gel como la jalea. Por su alto contenido de azúcar y el llenado en caliente, este tipo de producto tiene una vida útil relativamente alta. Su estabilidad se mantiene usando un empaque adecuado y manteniéndolo en refrigeración una vez abierto. Para asegurar que se podrá conservar bien se pueden añadir aditivos químicos como preservantes, principalmente para combatir hongos.²¹

²⁰ www.tamarillo.es/ - 09/2009

²¹ www.tamarillo.es/ - 09/2009

FOTO Nº 13

MERMELADA DE TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

1.4 ZONAS DE CULTIVO

El tomate de árbol se da en regiones que reúnen condiciones tales como: climas templados y fríos de toda la zona andina, la fruta requiere suelos sueltos, profundos y con alto contenido de materia orgánica. El pH debe ser ligeramente ácido 6 a 6.5. La textura de los suelos puede variar de franco a franco arenoso, de tal manera que simultáneamente se garantice buen drenaje y buena retención de humedad. ²²

Por lo general, no necesita riego cuando la lluvia anual alcanza de 1.500 a 2000 mm/año, requiere de luz y calor, la planta no soporta las heladas.

Ecuador cuenta con condiciones geográficas favorables para el cultivo de esta fruta, pues requiere de un clima templado, con una temperatura que oscile entre los 14 - 20°C, el cual es característico de las regiones

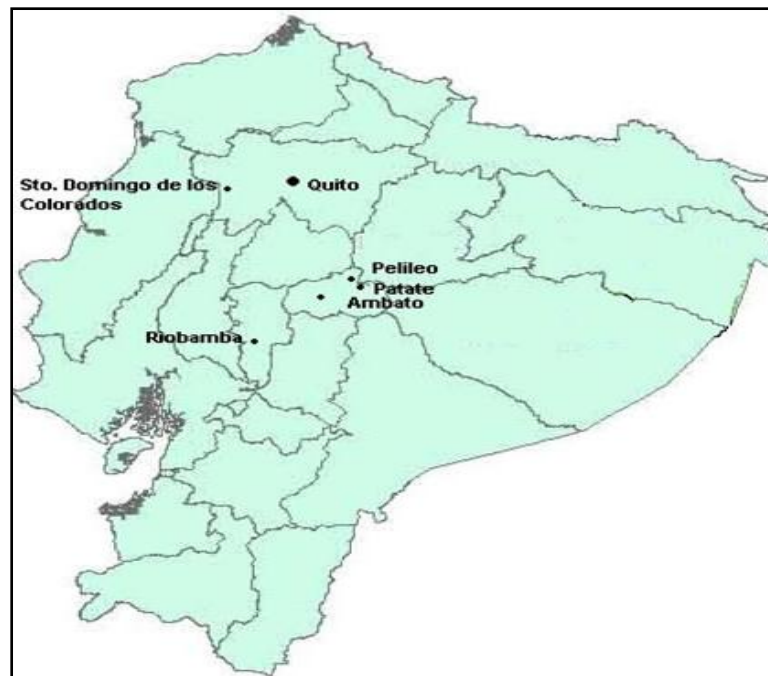
²² www.zonasdecultivo/tamarillo.com/ - 07/2009

andinas.

Las principales zonas de cultivo en Ecuador, se encuentran en las provincias de Tungurahua (Ambato, Patate, Pelileo, Baños), Chimborazo (Riobamba). El cultivo del tomate de árbol en el Ecuador se está desarrollando aceleradamente, especialmente en las zonas de Ambato, Patate y Baños.

Una de las razones de la expansión de este cultivo es por su alto consumo como fruta fresca tanto por sus propiedades nutritivas y beneficios medicinales que contiene el tomate de árbol.

GRÁFICO Nº 1 ZONAS DE CULTIVO



Fuente: www.wikipedia.org

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

1.5 MANEJO Y CULTIVO DE TOMATE DE ÁRBOL

El tomate de árbol requiere de suelos muy ricos en materia orgánica, por ello se deberán aportar condiciones en la plantación y siembra, dependiendo de la fertilización, además, se deberá controlar las malezas para evitar la contaminación de plagas, con el fin de obtener una buena cosecha.

1.5.1 PREPARACIÓN DEL SUELO

El tomate de árbol es una fruta andina que puede sembrarse a altitudes comprendidas entre los 1.800 a 2.700 m.s.n.m., en zonas andinas con una precipitación promedio superior a los 1.500 mm, con suelos bien drenados, con texturas medias y sin capas endurecidas, que no se inundan y con un nivel freático superior de 1 metro.²³

Se sugiere hacer una labranza mínima; ésta consiste en cortar la vegetación a ras del suelo. Si hay material leñoso, sacarlo del lote. Una vez rebrota la vegetación, aplicar un herbicida sistémico, esperar una o dos semanas a que este haga efecto y aplicar de nuevo en las áreas que no haya hecho efecto.

Después de que la vegetación esté seca, proceder a trazar, demarcando los sitios donde van a ir las plantas; esto se debe hacer adicionando un poco de cal, clavando una estaca o un azadón haciendo una señal en el suelo. La disposición de las plantas en el suelo, depende de la topografía, de las condiciones climáticas, de la fertilidad y del nivel tecnológico.

Cuando el terreno es pendiente los sitios de siembra deben seguir el contorno del terreno, lo que se denomina curvas a nivel; mientras que en

²³ Folleto INIAP Cultivo Tomate de árbol - 10/2009

terrenos planos esta se hace en cuadros o triángulos.

El sitio de siembra se rotura a una profundidad de 40 cm y un diámetro de 60 metros; la tierra no se saca del sitio; a este se le adiciona materia orgánica comportada, una enmienda y el fertilizante químico; estos se mezclan con el suelo. La preparación del suelo se inicia cuatro semanas antes del inicio del período de lluvias.

La siembra se hace dos a tres semanas después del inicio de las lluvias; para este se aparta suelo y se deposita la planta sin disturbar el suelo que rodea la raíz; se quita la bolsa, se presiona suavemente el suelo que rodea la planta. El sitio de siembra no debe quedar en depresión, ya que en época de lluvias el agua se acumula causando la muerte de la planta.²⁴

La planta del tomate de árbol se adapta muy bien a todo tipo de suelo, pero su mejor desarrollo lo alcanza en suelos de textura media con buen drenaje y buen contenido de materia orgánica.

1.5.2 PLANTACIÓN Y SIEMBRA

Con dos meses de anticipación se debe preparar el terreno a ser plantado, con labores normales de arado y rastra; los hoyos, en los que se siembra la planta, deben ser de 40 x 40 cm.²⁵

El sistema más adecuado de plantación es el marco real; las distancias más utilizadas son:

- 1,8 x 1,8 m (población de 3,000 plantas/ha).
- 2.5 x 1.5 m (población de 2,600 plantas/ha).
- 2.0 x 2.0 m (población de 2,500 plantas/ha).

²⁴ Folleto INIAP Cultivo Tomate de árbol - 10/2009

²⁵ Folleto INIAP Cultivo Tomate de árbol - 10/2009

En el fondo de cada hoyo se deposita una mezcla de 3 kg., de gallinaza descompuesta o compuesta, más 60 g de fertilizante químico 8-20-20 o 10-30-10. Luego, poniendo una capa de tierra sobre la mezcla, se colocan las plantas de tomate de árbol.

FOTO N° 14

TERRENO DE CULTIVO



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

1.5.3 FERTILIZACIÓN

La fertilización se realiza cada seis meses haciendo uso de 2 o 3 kg., de gallinaza o compuesto, más 80 g de fertilizante químico 8-20-20 o 10-30-10 la aplicación se debe hacer en la corona de cada planta.²⁶

La fertilización debe basarse en los resultados del análisis de suelos teniendo en cuenta:

1.- Aplicar con frecuencia materia orgánica a los suelos arcillosos para

²⁶ Folleto INIAP Cultivo Tomate de árbol - 10/2009

mejorar la estructura, el drenaje y la disponibilidad de humedad.

2.- Aplicar cal y otros elementos correctores a suelos ácidos y con baja disponibilidad de fósforo.

3.- Aplicar una libra de superfosfato triple o 10-30-10 antes de la siembra, para colocar fósforo en las raíces durante un período largo.

4.- Aplicar nitrógeno para lograr un buen desarrollo del arbusto antes de la iniciación de la floración y fructificación. El exceso de nitrógeno origina árboles de poca fibra que se desgarran con las cosechas.

5.- Aplicar elementos menores, ya que son esenciales para el desarrollo de la planta.

6.- Fertilizar cada tres o cuatro meses para evitar toxicidades y la pérdida de nutrientes por las lluvias. Para aplicar, se recomienda introducirlo en el suelo valiéndose de chuzos en circunferencia, alrededor de la planta, para colocarlo más cerca a las raíces. La primera aplicación se hace más o menos a 30 cm. del tallo, ampliándose 10 ó 15 cm. con cada aplicación.

7.- Hacer aplicaciones foliares, en época de verano, a razón de dos por mes.

1.5.4 CONTROL DE MALEZAS

Es evitar la competencia directa por espacio, nutrientes y agua que pudiese recibir la planta de tomate de árbol por parte de malezas que, definitivamente, se van a presentar desde el mismo momento de la siembra.²⁷

Es un foco de contaminación de plagas; que recomiendan limpiar el suelo de malezas en forma manual, especialmente durante las primeras etapas de desarrollo de las plantas. Posteriormente, cuando las propias plantas ya estén bien desarrolladas, ellas mismas dificultarán el crecimiento de las malezas.

²⁷ Folleto INIAP Cultivo Tomate de árbol - 10/2009

FOTO Nº 15

MALEZAS DEL TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

1.5.5 COSECHA Y POSCOSECHA

La cosecha se efectúa manualmente cuando el fruto se encuentra morado. La maduración completa se logra cuando el fruto pasa a un color rojo brillante. Se conserva a 8°C durante máximo un mes.²⁸

La cosecha o recolección de frutos es una labor que demanda del personal de campo encargado, la mayor de las delicadezas para con el fruto, ya que se realiza manualmente, preferiblemente una vez que el fruto haya madurado en la planta, pero no debe dejarse sobre madurar porque se vuelve muy blando y se estropea en el transporte.

Generalmente, dependiendo de la cantidad de frutos maduros, y de la extensión a cosechar, se realizan cosechas cada 10 a 15 días. Cuando las plantaciones se encuentran distantes de los mercados, o cuando no

²⁸ Folleto INIAP Cultivo Tomate de árbol - 10/2009

se los puede comercializar enseguida, los frutos pueden cosecharse pintones, pero estos deben ser conservados en fundas plásticas, para evitar una excesiva deshidratación y para uniformizar la maduración.²⁹

FOTO N° 16

COSECHA DEL TOMATE DE ÁRBOL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

²⁹ Folleto INIAP Cultivo Tomate de árbol - 10/2009

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN PREVIA DEL MERCADO

2.1 CIFRAS COMERCIALES DE EXPORTACIÓN

Con este capítulo se presenta un análisis de las cifras comerciales de exportación en el período establecido entre el año 2006 y 2010, considerando las exportaciones totales por año, país y precio de exportación por tonelada.

2.1.1 EXPORTACIONES POR AÑO

Las exportaciones de tomate de árbol en el año 2006 – 2007 fueron de 41,41 toneladas por un valor FOB de \$ 49,530.

TABLA Nº 2
EXPORTACIONES 2006 – 2007

PAIS	PESO EN KILOS	FOB DOLARES
COLOMBIA	,80	\$230
JAPON	,00	\$10
ESTADOS UNIDOS	37,94	\$44,210
FRANCIA	,01	\$20
ESPAÑA	2,24	\$4,930
REINO UNIDO	,42	\$130
Total	41,41	\$49,530

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

La (TABLA Nº 3) que corresponde al año 2007 – 2008 las exportaciones se han reducido a 33,92 toneladas y valor FOB de \$56,330 por lo que

tuvo un incremento de \$6,800 FOB comparado con el año anterior, debido que se han exportado a menos países y con precios altos.

TABLA N° 3
EXPORTACIONES 2007 – 2008

PAIS	PESO EN KILOS	FOB DOLARES
ESTADOS UNIDOS	24,98	\$32,430
ESPAÑA	8,91	\$23,870
HOLANDA	,03	\$30
Total	33,92	\$56,330

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

La (TABLA N° 4) que corresponde al año 2008 – 2009 las exportaciones se han reducido a 23,85 toneladas y valor FOB de \$57,560 por lo que tuvo un incremento de \$1,230 FOB comparado con el año anterior, debido que se han reducido las toneladas pero el precio de exportación es alto.

TABLA N° 4
EXPORTACIONES 2008 – 2009

PAIS	PESO EN KILOS	FOB DOLARES
ARUBA	,01	\$20
ANTILLAS	,01	\$10
ESTADOS UNIDOS	6,36	\$12,750
ITALIA	,01	\$10
ESPAÑA	17,46	\$44,770
Total	23,85	\$57,560

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

La (TABLA N° 5) que corresponde al año 2009 – 2010 se han incrementado las exportaciones a 33,88 toneladas y valor FOB de \$71,170 y se ha incrementado \$13,610 FOB comparado con el año anterior, debido a que se han exportado a un mayor número de países y a precios altos.

TABLA N° 5
EXPORTACIONES 2009 – 2010

PAIS	PESO EN KILOS	FOB DOLARES
CANADA	,87	\$1,880
ANTILLAS	,01	\$20
ALEMANIA	,01	\$10
ESTADOS UNIDOS	12,95	\$9,790
ITALIA	,05	\$130
FRANCIA	1,52	\$3,760
ESPAÑA	17,93	\$54,400
BELGICA	,26	\$140
SUIZA	,28	\$1,040
Total	33,88	\$71,170

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

2.1.2 EXPORTACIONES TOTALES

Las exportaciones de tomate de árbol durante el período de estudio 2006 – 2010, registran 133,06 toneladas y un valor FOB de \$234,590 dólares.

Los principales países fueron Estados Unidos y España que son los destinos más frecuentes en las exportaciones.

A Estados Unidos se ha exportado 82,23 toneladas con un valor FOB de \$99,180, seguido de España con 46,54 toneladas con un valor FOB de \$127,970.

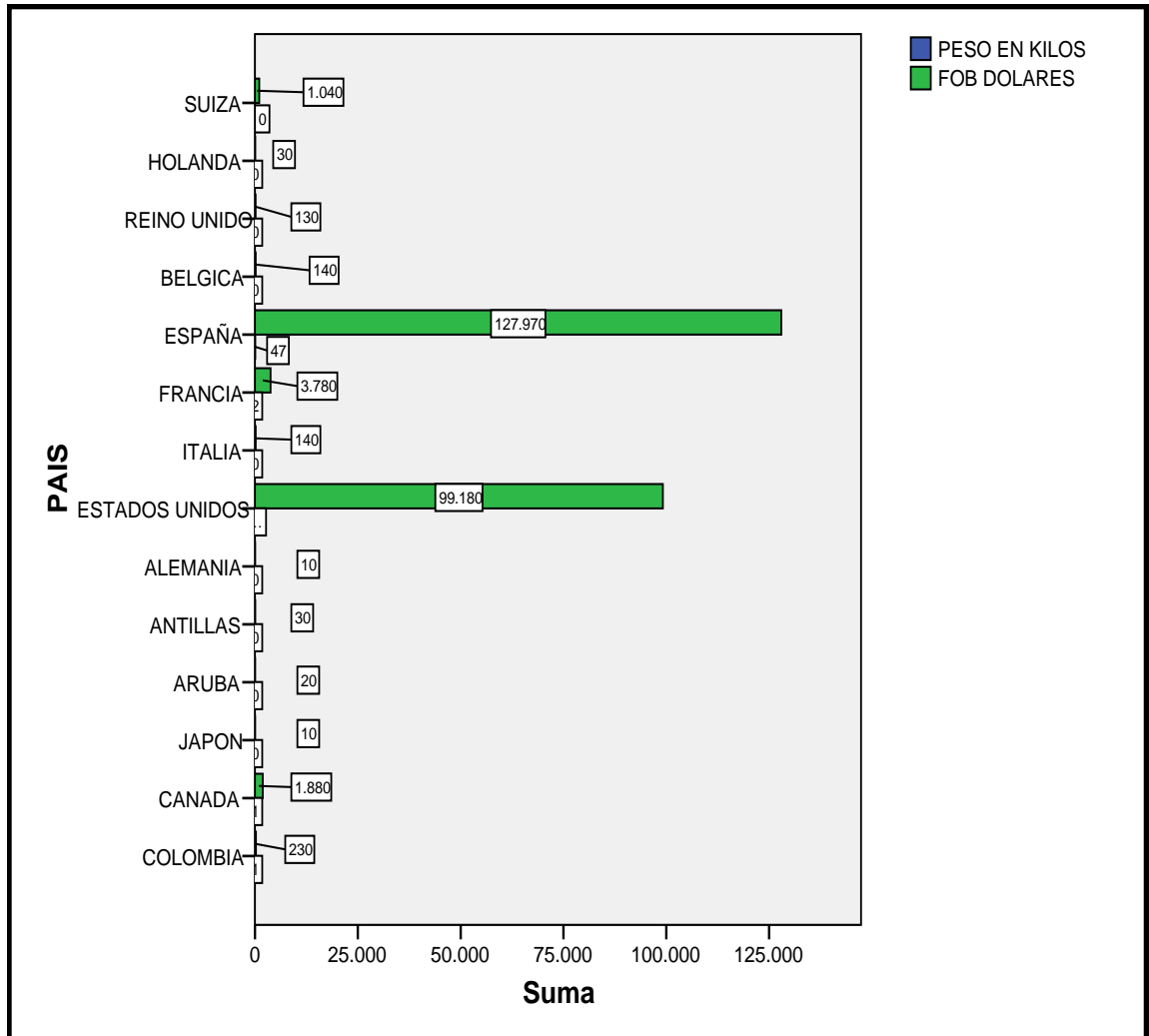
TABLA Nº 6
EXPORTACIONES 2006 – 2010

PAIS	PESO EN KILOS	FOB DOLARES
COLOMBIA	,80	\$230
CANADA	,87	\$1,880
JAPON	,00	\$10
ARUBA	,01	\$20
ANTILLAS	,02	\$30
ALEMANIA	,01	\$10
ESTADOS UNIDOS	82,23	\$99,180
ITALIA	,06	\$140
FRANCIA	1,53	\$3,780
ESPAÑA	46,54	\$127,970
BELGICA	,26	\$140
REINO UNIDO	,42	\$130
HOLANDA	,03	\$30
SUIZA	,28	\$1,040
Total	133,06	\$234,590

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

GRÁFICO Nº 2
EXPORTACIONES 2006 – 2010



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras, programa SPSS.

2.1.3 EXPORTACIONES HACIA ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA

Las estadísticas de las exportaciones totales de Ecuador en el período 2006 – 2010, registran que los destinos más importantes de la fruta son Estados Unidos y España.

Se ha exportado a Estados Unidos 82,23 toneladas, y a España 46,54 toneladas, es decir, estos países adquieren la fruta con mayor frecuencia en grandes cantidades.

TABLA Nº 7
EXPORTACIONES HACIA ESTADOS UNIDOS

AÑO	PESO EN KILOS	FOB DOLARES
2006 - 2007	37,94	\$44,210
2007 - 2008	24,98	\$32,430
2008 - 2009	6,36	\$12,750
2009 - 2010	12,95	\$9,790
Total	82,23	\$99,180

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

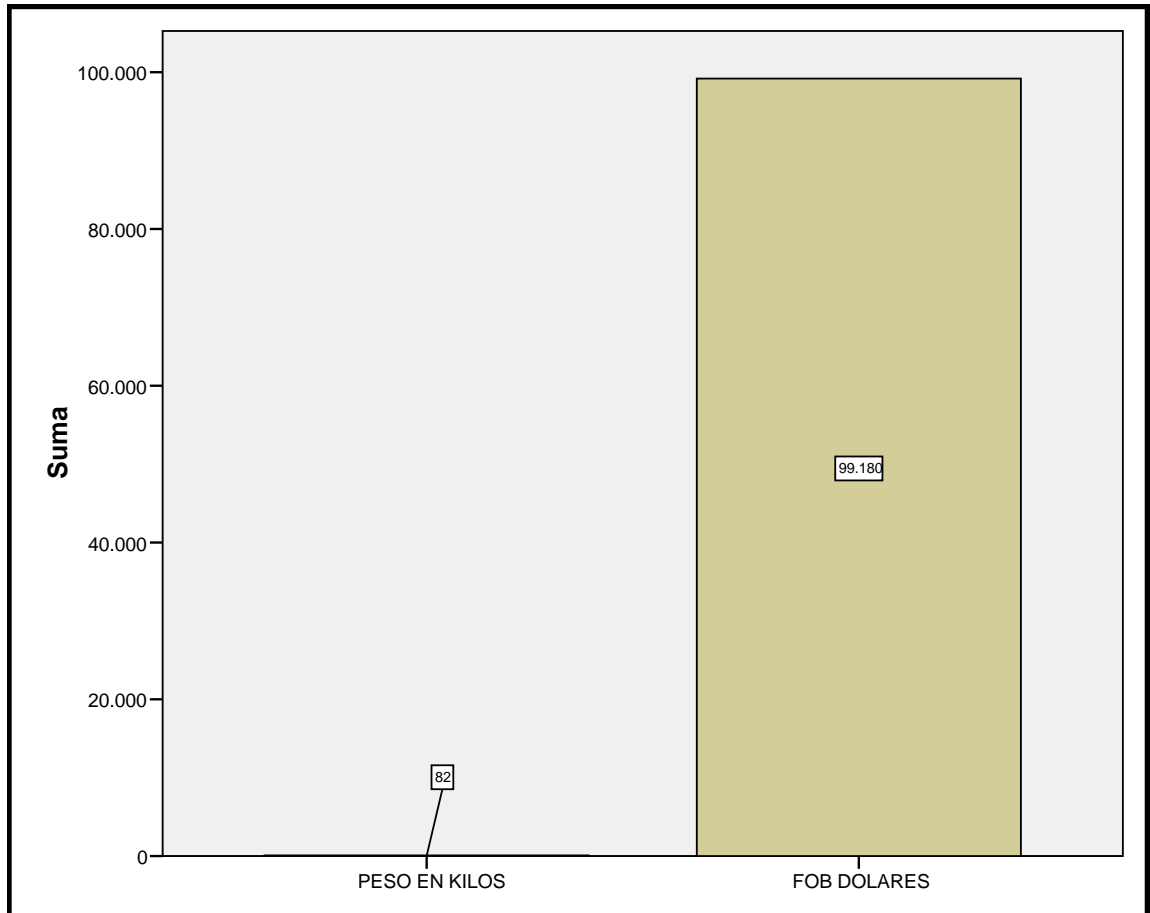
TABLA Nº 8
EXPORTACIONES HACIA ESPAÑA

AÑO	PESO EN KILOS	FOB DOLARES
2006 - 2007	2,24	\$4,930
2007 - 2008	8,91	\$23,870
2008 - 2009	17,46	\$44,770
2009 - 2010	17,93	\$54,400
Total	46,54	\$127,970

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

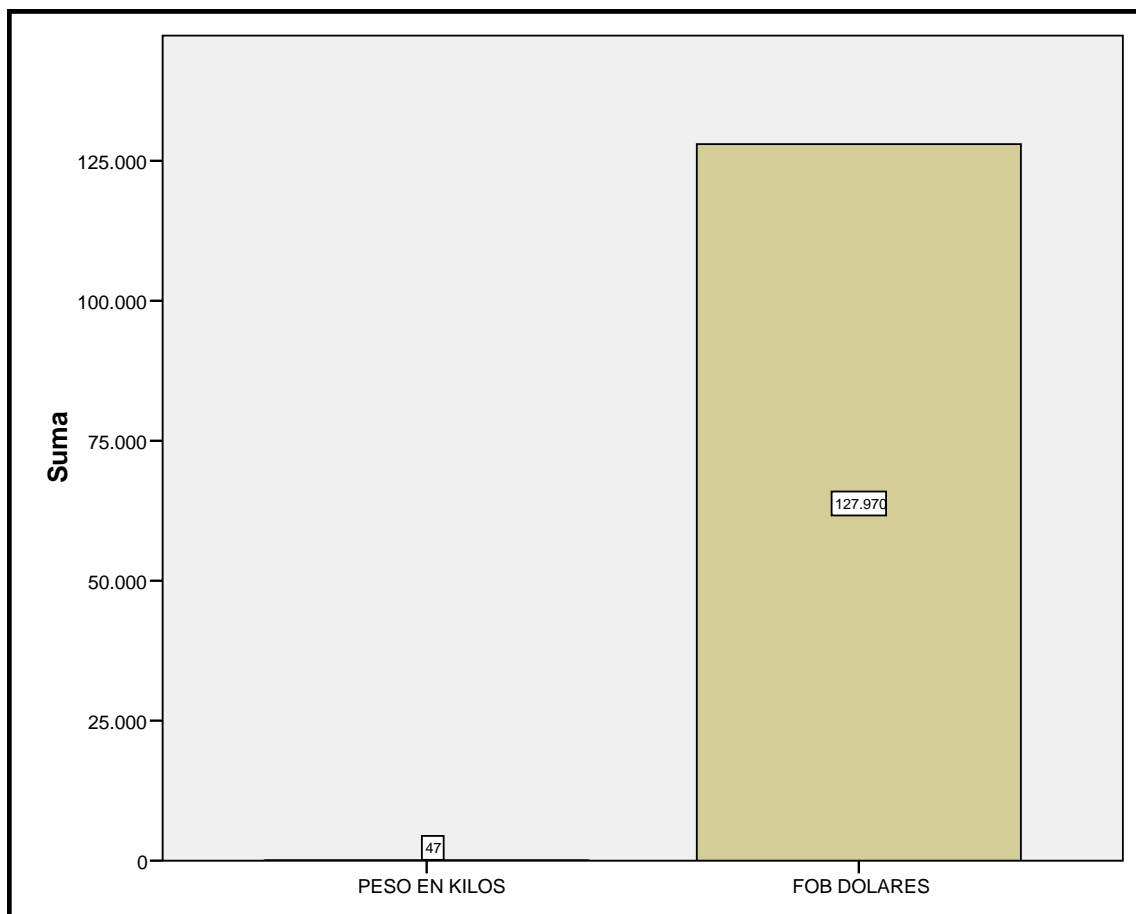
GRÁFICO Nº 3
EXPORTACIONES HACIA ESTADOS UNIDOS



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras, programa SPSS.

GRÁFICO N° 4
EXPORTACIONES HACIA ESPAÑA



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras, programa SPSS.

2.1.4 PRECIOS POR AÑO – PAÍS

La (TABLA N° 9) que corresponde al período 2006 – 2010 el país que ha tenido mayor precio de exportación por tonelada es España, ya que este país adquirió menos toneladas durante este período, pero el precio por

tonelada fue mayor, mientras que Estados Unidos obtiene la fruta en mayor toneladas y a un precio bajo.

TABLA Nº 9
PRECIO DE EXPORTACIÓN

AÑO: 2006 - 2007

PAIS	PRECIO
COLOMBIA	287,50
ESTADOS UNIDOS	1165,26
FRANCIA	2000,00
ESPAÑA	2200,89
REINO UNIDO	309,52
Total	5963,18

AÑO: 2007 - 2008

PAIS	PRECIO
ESTADOS UNIDOS	1298,24
ESPAÑA	2679,01
HOLANDA	1000,00
Total	4977,25

AÑO: 2008 - 2009

PAIS	PRECIO
ARUBA	2000,00
ANTILLAS	1000,00
ESTADOS UNIDOS	2004,72
ITALIA	1000,00
ESPAÑA	2564,15
Total	8568,86

AÑO: 2009 - 2010

PAIS	PRECIO
CANADA	2160,92
ANTILLAS	2000,00
ALEMANIA	1000,00
ESTADOS UNIDOS	755,98
ITALIA	2600,00
FRANCIA	2473,68
ESPAÑA	3034,02
BELGICA	538,46
SUIZA	3714,29
Total	18277,36

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras, programa SPSS.

2.2 PROVEEDORES

La (TABLA N° 10) se observa que los principales productores ecuatorianos que se exportan desde el año 2006 hasta la actualidad son los siguientes:

TABLA N° 10
PRINCIPALES PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES
NACIONALES DE TOMATE DE ÁRBOL

RUC	EXPORTADOR	DIRECCIÓN	TELÉFONO	EMAIL
0991385444001	AGRIEXELL S.A.	TUNGURAHUA – BAÑOS	03-2005855 – 2005854 – 2835144	agriexell@pulpasdefrutas.com
1791262212001	F. L. P. LATINOAMERIC AN PERISHABLES DEL ECUADOR S.A.	PURUANTA N° 71 – 34 Y RIO BIGAL URB. MENA DEL HIERRO, QUITO – PICHINCHA	02-2490-487 02-2492	ecuador@frutierrez.com.ec
0909695165001	HENRY MICHAEL PALACIOS WANKE	PATATE PICHINCHA – ECUADOR	03-2560-450	henry@gve.satnet.net
0991305947001	IMP & EXP PRODUSA S.A.	TUMBACO PICHINCHA - ECUADOR	02-2288-920	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

2.2.1 CANTIDAD DE PRODUCCIÓN

La empresa Tierra Grande S.A. para exportar 4590 cajas de 50 unidades de tomate de árbol por cajas al mercado norteamericano los productores cuenta con la siguiente cantidad de producción que se muestra en la (TABLA N° 11).

TABLA N° 11
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN

EXPORTADOR	CANTIDAD DE PRODUCCIÓN (CAJAS)
AGRIEXELL S.A.	2000
F.L.P. LATINOAMERICAN PERISHABLES DEL ECUADOR S.A.	345
HENRY MICHAEL PALACIOS WANKE	1900
IMP & EXP PRODUSA S.A.	345
TOTAL	4590

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

2.2.2 DEMANDA INTERNACIONAL

La demanda internacional es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

2.2.2.1 DIRECTORIO DE IMPORTADORES

Directorio de importadores es un sistema que se utiliza para organizar la información específica. Los directorios pueden estar organizados jerárquicamente de forma que los ficheros aparezcan de distintas maneras, como por ejemplo el orden en que fueron creados, por orden alfabético, según el tipo, etc.

La (TABLA N° 12) se observa el directorio de importadores de tomate de árbol Miami – Estados Unidos.

TABLA N° 12

DIRECTORIO DE IMPORTADORES

<u>N°</u>	<u>NOMBRE</u>	<u>DIRECCIÓN</u>	<u>FONO / E-MAIL</u>
1	AMERICAN ROLAND FOOD CORP.	P.O. Box 700248 33170 Miami, FL, Estados Unidos	Tel:+1 212 741-8295 Fax: +1 212 206-0589
2	FLORIDA FRESH INC.	33034 Florida City, FL, Estados Unidos	Tel: (305) 245-4489 Fax: (305) 246-4864
3	J & C ENTERPRISES INC.	17425 SW 172 Street 33187 Miami, Florida, Estados Unidos	Tel: 305 255 5100 Fax: 305 255 5282

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

2.3 DATOS GENERALES DEL MERCADO

2.3.1 GEOGRAFÍA Y DEMOGRAFÍA DE ESTADOS UNIDOS

GRÁFICO Nº 5

MAPA DE ESTADOS UNIDOS



Fuente: www.wikipedia.org

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Los Estados Unidos de América (o de manera abreviada Estados Unidos, o en forma de abreviatura EE. UU. Es un país de América del Norte, entre Canadá y México, con parte de su territorio en el extremo norte de América, en el Caribe y en Oceanía.³⁰

➤ POBLACIÓN

La población de Estados Unidos es de 307.212.123 hab. (2010)

➤ LOCALIZACIÓN

Estados Unidos de América es un país de América del Norte.

Limita: al norte y noreste con 8.893 Km. con Canadá, al este con el océano Atlántico, al suroeste con el estrecho de Florida, al sur con el golfo de México y con 3.141 km. con México, al oeste con el océano Pacífico, y

³⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

al noreste con el estrecho de Bering y el océano Glaciar Ártico.

➤ **ÁREA**

Con una superficie total de 9.631.418 km².

➤ **GOBIERNO**

Nombre oficial: United States of America

Día nacional: 4 de julio (1776) Día de la Independencia.

Constitución: 17 de septiembre de 1787, efectiva 4 de marzo de 1789

Presidente: Barack Hussein Obama (desde 20 de enero de 2009)

Vicepresidente: Joe Biden (desde 20 de enero de 2009)

➤ **IDIOMA**

El país no posee un idioma oficial, pero el más extendido es el inglés, aunque también se destaca el español y cada vez con mas fuerza, que cuenta con más de 70 millones de personas, ya que aproximadamente un 90% de los hispanos, aún los de segunda o tercera generación nacidos en los EE.UU. hablan castellano como lengua materna. Otros idiomas minoritarios, hablados por inmigrantes o descendientes de éstos, son el francés, el portugués, el italiano, el polaco, el alemán, el hebreo, el japonés, el coreano, el árabe y el chino. Por otra parte, cada año con más poder las lenguas aborígenes americanas de la región alcanzan el 5% de la población.

➤ **CLIMA**

Se caracteriza por ser todo templado, pero tropical en Hawai y la Florida, clima ártico en Alaska, semiárido en el Great Plains al oeste del río Misisipi, y árido en gran parte del sudoeste; las temperaturas

bajas del invierno en el noroeste son mejoradas de vez en cuando en enero y febrero.³¹

➤ **MONEDA**

La moneda oficial es el dólar estadounidense.

➤ **RELIGIÓN**

Existen algunas religiones como: Protestantismo 43,3%, Iglesia Católica 25,9%, ateísmo 13%, otros cristianos 10,1%, mormonismo 1,4%, judaísmo 1,4%, islamismo 0,6%.

➤ **CAPITAL**

La capital de Estados Unidos es Washington, D. C.

➤ **ECONOMÍA**

El organismo encargado de los bancos es la Reserva Federal. Es el país con más ricos del mundo. Tiene un PIB de \$14,58 trillones (2010), \$13,84 trillones (2009), además el desempleo de este país es de 7,2% (diciembre de 2009), 4,6% (2009). La inflación tiene una tasa de 4,2% (2010), 2,9% (2009).

Estados Unidos está formado por sectores, es decir, sector primario que tiene una tasa de 1,2% (2010) 0,9% (2009), el sector terciario tiene una tasa de 79,2% (2010) 78,5% (2009).

La línea de la pobreza para 2010 fue fijada en 21.000 dólares por familia de cuatro personas. El porcentaje de pobreza es de 12%.

Unos 37,3 millones de personas vivían en la pobreza en el país en 2010, eran unos 36,5 millones de 2009.

³¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

Estados Unidos exporta: suministros industriales 26,8%, bienes materiales (transistores, aeronáutica, partes de automóviles, ordenadores, telecomunicaciones) 49%, bienes (automóviles, medicinas) 15%, productos agrícolas 9,2% (2010).

Todos los productos mencionados anteriormente Estados Unidos exporta a: Canadá 21,4%, México 11,7%, China 5,6%, Japón 5,4%, Reino Unido 4,3%, Alemania 4,3% (2010).

Este país importa: suministros industriales 32,9% (petróleo 8,2%), bienes materiales 30,4% (ordenadores, telecomunicaciones, partes de automóviles, material de oficina, maquinaria eléctrica), bienes 31,8% (automóviles, ropa, medicinas, muebles, juguetes), productos agrícolas 4,9% (2010).

Estados Unidos importa a: China 16,9%, Canadá 15,7%, México 10,6%, Japón 7,4%, Alemania 4,8% (2009).

2.3.1.1 PRINCIPALES PUERTOS DE ESTADOS UNIDOS

Jacksonville

Jacksonville, se ubica al noreste de la Florida, en el río St John's River, a un poco más de 9 millas náuticas del Océano Atlántico. Ofrece diferentes opciones para el transporte intermodal, tiene acceso al sistema público de carreteras y a tres líneas ferroviarias, para el transporte de contenedores, vehículos, carga seca y líquida.³²

Miami

Es el puerto más grande de contenedores de la Florida y su localización lo convierte en la puerta de entrada de las Américas. En el puerto de la

³² http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

Florida es donde arriba la mayoría de los buques con la ruta sur-nororiental, siendo así un gran centro de distribución marítimo. Ofrece servicio a partir de veinticinco portadores comerciales a más de 30 países y a más de 100 puertos a través de América Latina y del Caribe.

Port Everglades

Es el puerto más profundo de la Florida. Está situado en la costa más baja del este de la Florida dentro de las ciudades de Fort Lauderdale, Dania y Hollywood, aproximadamente a 37 Km., al norte de Miami y los 502 Km., al sur de Jacksonville. Este puerto proporciona una completa gama de instalaciones y de servicios para la industria de carga contenedorizada, suelta, granel, combustible y automóviles.

New York

Es considerado el complejo portuario de la costa este, primordialmente por encontrarse muy cerca al mercado de consumidores más grande del mundo, por su ubicación estratégica y su movimiento de carga. Ocupa tercer puesto dentro del ranking portuario estadounidense.

Su infraestructura además de contar con siete terminales, se ha especializado en el manejo de todo tipo de carga en contenedores, carga suelta, productos agrícolas, madera para la construcción, acero, autopartes, productos químicos orgánicos. Adicionalmente cuenta con varios operadores de carga a granel secos y líquidos, que se especializan en el manejo de productos como: sal, yeso, aceites vegetales y derivados del petróleo. Para carga refrigerada como las frutas y productos farmacéuticos, cuenta con lo último en tecnología para la refrigeración y almacenes con clima controlado.

Houston

El Puerto de Houston se ubica al sureste de Texas, aproximadamente a 326 millas náuticas al noreste de Brownsville. Es un puerto de aguas

profundas, que se extiende a lo largo de 40 Km., con una variedad de instalaciones públicas y privadas. Ocupa el puesto número 2 en el ranking de los Estados Unidos.

Cuenta con instalaciones para el manejo de carga general, refrigerada, contenedores, granos y otros materiales secos a granel. Posee 43 muelles para carga general y dos muelles para carga de líquidos. Además una extensa red de autopistas interestatales y de combinaciones ferroviarias que une a Houston con los mercados locales; dos importantes líneas ferroviarias y aproximadamente 150 compañías de camiones de transporte conecta el puerto con la zona continental de los Estados Unidos, Canadá, y México.³³

Los Ángeles

Situado en la costa oeste, cuenta con veintinueve instalaciones entre estas 27 terminales principales de carga, incluyendo localidades para manejo de vehículos, contenedores, productos de carga seca y líquida, al igual que carga refrigerada. A su vez el Terminal puede albergar cargueros de hasta 250.000 toneladas de peso muerto, otra de las facilidades con que cuenta es el acceso ferroviario para la entrega de mercancía. De esta forma el Puerto de Los Ángeles se encuentra en el puesto 14 del ranking portuario estadounidense.

Long Beach

El puerto de Long Beach es uno de los puertos marítimos de mayor movimiento y es considerado el acceso comercial más importante entre Estados Unidos y Asia. Long Beach es el segundo puerto de mayor movimiento de los Estados Unidos y es el decimosegundo puerto de mayor actividad de contenedores cargueros del mundo. Si se unieran los puertos de Long Beach y Los Ángeles, serían el tercer complejo portuario de mayor actividad del mundo, después de Hong Kong y Singapur.

³³ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

2.3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

Se analizará el porcentaje de los productos orgánicos que Estados Unidos consume con frecuencia, además se investigará los principales sectores alimentarios y las localidades de los negocios de Estados Unidos.

2.3.2.1 MERCADO DE FRUTAS

Al igual que muchos otros productos, la fruta es parte importante dentro del mercado estadounidense y por lo tanto también se hace necesario conocer las preferencias de los consumidores.

Tanto las familias jóvenes como los consumidores de mayor edad prefieren los productos alimenticios orgánicos. Estos consumidores, quienes generalmente se concentran en áreas urbanas, tienden a ser altamente educados y pertenecer a un grupo económico de altos ingresos. Entre los principales motivos para comprar productos orgánicos está la demanda de alimentos saludables. Una de las razones principales de porqué los consumidores no se cambian a productos orgánicos, es su costo más alto.³⁴

2.3.2.2 CONSUMO DE FRUTAS

El consumo per – cápita de fruta fresca en Estados Unidos es relativamente alto en el 2009 estuvo alrededor de 70.31%. Las tres frutas de mayor consumo son bananas con 25.05% manzanas y peras con 17.48%. Y frutas cítricas con 16.12% El consumo total de fruta fresca en el 2009 fue aproximadamente 502.300 toneladas.³⁵

³⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

³⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

2.3.3 MERCADO DE PRODUCTOS FRESCOS ORGÁNICOS DE ESTADOS UNIDOS

El mercado de productos frescos orgánicos de Estados Unidos consiste en algunos mercados o segmentos de mercado de mayor importancia. Tanto el sector de negocios de alimentos naturales como los mercados convencionales venden productos frescos orgánicos a niveles diferentes. El sector de negocios de alimentos naturales se concentra en los productos frescos orgánicos, que suele complementar con productos frescos convencionales para incluir toda la gama de frutas y verduras, mientras que el mercado convencional ofrece determinados productos frescos orgánicos como complemento de los productos convencionales que ofrece.³⁶

En Estados Unidos el sector del servicio de comidas iguala o supera actualmente los gastos en alimentos que efectúan las familias estadounidenses en los almacenes minoristas. No hay registros ni investigaciones de mercado sobre las ventas de productos orgánicos al sector del servicio de comidas. Las entrevistas realizadas a los distribuidores indican que los mismos que proveen alimentos naturales y alimentos convencionales a los sectores del servicio de alimentación distribuyen también productos frescos orgánicos.

2.3.4 MINORISTAS DEL SECTOR ALIMENTARIO DE ESTADOS UNIDOS

En Estados Unidos, el mercado minorista de productos frescos orgánicos se divide en dos sectores principales. El segmento de los almacenes de alimentos naturales representa 833 millones de dólares EE.UU., de frutas y verduras frescas orgánicas, o sea el 69 por ciento de todos los productos frescos vendidos. Los supermercados convencionales

³⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

representan 618 millones de dólares EE.UU., de ventas de frutas y verduras frescas orgánicas, o sea apenas el 2% del total de sus ventas de productos frescos.³⁷

2.3.5 PRINCIPALES LOCALIDADES DE NEGOCIOS MINORISTAS DE ESTADOS UNIDOS

Además de distinguir el mercado minorista de productos frescos de Estados Unidos por el tipo de institución que los vende, se lo debería examinar por estado o región. El examen de la concentración de los negocios minoristas por estado revela que algunos mercados deberían considerarse por separado. Son muy pocas las empresas que colocan sus productos en todo el país. La mayoría de ellas se concentra al principio en algunos mercados más importantes, y en un segundo momento lanzan sus productos a nivel nacional.³⁸

³⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

³⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos - 03/2010

CAPITULO III

EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL

3.1 TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN – INCOTERMS

En el comercio internacional se ha desarrollado un instrumento comercial común fruto de las transacciones internacionales.³⁹

Términos de Comercio Internacional – INCOTERMS 2010

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, de aceptación voluntaria por las partes, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los Incoterms son los términos que definen claramente cuáles son las obligaciones y riesgos entre compradores y vendedores, dentro de un contrato internacional, constituidas por un conjunto de reglas aceptadas internacionalmente con el propósito de facilitar la interpretación de los términos comerciales comúnmente utilizados; se denominan cláusulas de precio, donde cada término de negociación permite determinar con exactitud los elementos integrantes del costo.

En la transacción comercial internacional es esencial determinar con exactitud el término de negociación, pues de este depende las distintas responsabilidades (riesgos y obligaciones) que el comprador y el vendedor tienen sobre el objeto del contrato (la mercancía).

Los Incoterms 2011 emitidos por la Cámara de Comercio Internacional

³⁹ INCOTERMS 2011 Cámara de Comercio Internacional – 01/2011

son reglas que definen las obligaciones entre vendedor y comprador relativas al desplazamiento de la mercancía, en lo concerniente a la transferencia de costos, riesgos y gestión de documentos.

Los términos de negociación, tienen influencia i) sobre los precios facturados por el exportador, condiciones generales de venta o compra, transporte, seguro y procedimientos aduaneros y ii) sobre la imagen de la empresa y su aptitud para desempeñarse en el ámbito internacional.

Para evitar cualquier inconveniente entre importador / exportador es preciso definir claramente el tipo de Incoterm, lugar de transferencia y la fecha de emisión del mismo.

A continuación los Términos de Negociación, Grupos y Categorías Básicas

E	EX – WORK (Ex Fábrica)
F	FCA, FAS y FOB (Sin pago transporte principal)
C	CYF, CIF, CPT y CIP (Con pago transporte)
D	DAT, DAP y DDP (Llegada)

Modo de Transporte e Incoterms 2011

Para todo tipo de Transporte:

Grupo E	EXW	En Fábrica (... lugar convenido)
Grupo F	FCA	Franco Transportista (... lugar convenido)
Grupo C	CPT	Transporte Pagado Hasta (... lugar destino convenido)
	CIP	Transporte y Seguro Pagados Hasta (... lugar de destino convenido)

Grupo D	DDP	Entregada Derechos Pagados (... lugar de destino convenido)
	DAP	Entrega de la mercancía (...lugar de destino convenido)

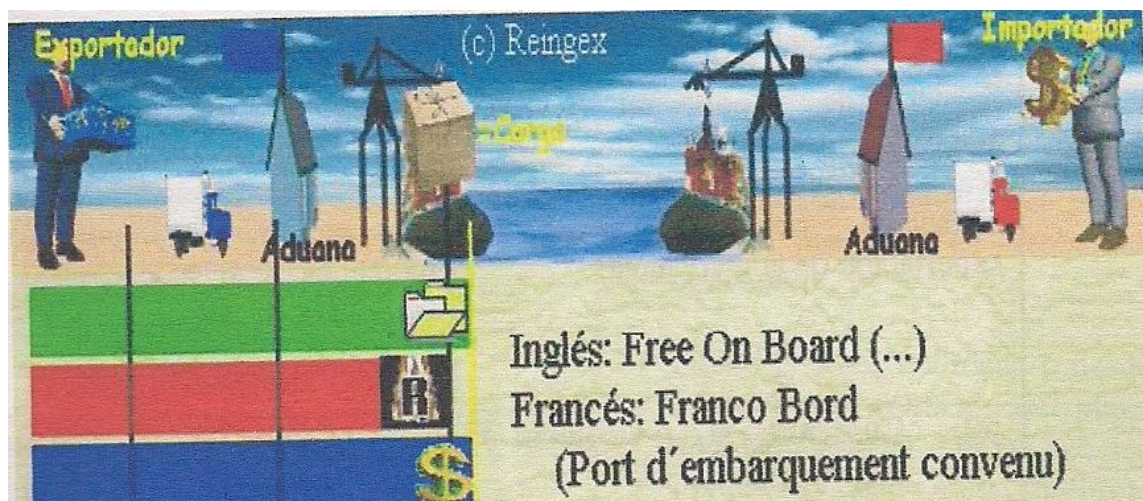
Para transporte marítimo y en aguas interiores:

Grupo F	FAS	Franco al Costado del Buque (... puerto de carga convenido)
	FOB	Franco a Bordo (... puerto de carga convenido)
Grupo C	CFR	Coste y Flete (... puerto de destino convenido)
	CIF	Coste, Seguro y Flete (... puerto de destino convenido)
Grupo D	DAT	Entrega en puerto de destino (...lugar convenido)

LOS INCOTERMS

FOB (Free on Board)

FRANCO A BORDO (...puerto de carga convenido)



“**Franco a Bordo**” significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque

convenido. Esto quiere decir que el comprador debe soportar todos los costes y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores. Si las partes no desean que la entrega de la mercancía se efectúe en el momento que sobrepasa la borda del buque, debe usarse el término FCA (franco transportista... lugar convenido).⁴⁰

Vendedor: entrega la mercancía pasando la borda del buque en puerto convenido y asume los riesgos por deterioros o daños en la mercancía hasta aquel momento. Debe tener en cuenta el transporte interno, gastos de despacho, derechos aduaneros de exportación y gastos de carga.

Comprador: paga los gastos de inspección, derechos, impuestos, cargos oficiales propios de la importación y las de transporte desde el puerto de embarque, desde que la mercancía pasa la borda del buque.

Esta exportación se la efectuará en término FOB.

3.1.1 NEGOCIACIÓN DE LA FORMA DE PAGO

La forma de pago que se utilizara es el 50% antes del embarque; y el 50% cuando el producto llegue a su destino. Estos pagos se deberán realizar mediante transferencia a nuestro banco, de tal forma que una vez que el cliente realice la autorización de transferencia nosotros contaremos con el dinero luego de dos días hábiles. Esta forma de pago para efecto de Aduana se la denomina Giro Directo (01).

⁴⁰ INCOTERMS 2011 Cámara de Comercio Internacional – 01/2011

3.2 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES: NORMAS QUE RIGEN EL COMERCIO EXTERIOR.

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones fue publicado el 29 de diciembre del 2010 y tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, coeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.⁴¹

Los objetivos mencionados del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones son los siguientes:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como, de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;

⁴¹ Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – Suplemento Registro Oficial 351 del 29 de Diciembre del 2010

- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- f. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- g. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;
- h. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;
- i. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- j. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- k. Fomentar y diversificar las exportaciones;
- l. Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- m. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente.⁴²

3.3 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES – RUC

Para realizar actividades de comercio exterior es necesario obtener el

⁴² CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010

Registro Único de Contribuyentes.

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de controlar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente.⁴³

Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

3.3.1 Requisitos para obtener el RUC:

1. Los ecuatorianos presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía a color.
2. Los ecuatorianos presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en la ley de elecciones.
3. Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección del domicilio actual y de cada uno de los establecimientos en la que realiza la actividad económica: planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable.
4. Original y copia Patente Municipal

Adicionalmente para obtener el RUC de acuerdo a las características del contribuyente caso un Agente de Aduana debe presentar los siguientes

⁴³ www.sri.gov.ec – 05/2010

documentos: Original o copia certificada del documento expedido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E y entregarán una copia simple, en la cual se autoriza dicha actividad.



3.4 REGISTRO COMO IMPORTADOR – EXPORTADOR (VER ANEXO 7)

Toda persona natural o jurídica que se vaya a dedicar al comercio exterior, debe registrarse como importador o exportador en la SENA E a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior.⁴⁴

Operadores Económicos Autorizados OEA, son todas aquellas personas, naturales o jurídicas, que tienen relación directa con el tráfico internacional de bienes y servicios, como son:

- Fabricantes
- Exportadores
- Importadores
- Transportistas
- Consolidadores
- Desconsolidadores
- Agentes de Carga Internacional
- Puertos
- Aeropuertos
- Depósitos Aduaneros
- Depósitos Temporales
- Courier y Operadores de terminales

⁴⁴ www.aduana.gov.ec – 06/2010

Sistema Interactivo de Comercio Exterior, SICE, es un proyecto impulsado por la Aduana del Ecuador cuyo objetivo es la automatización de la entrega de informes a la Aduana por parte de los Operadores de Comercio Exterior, a fin de lograr un mayor control por parte de la Aduana Ecuatoriana, sobre las actividades de comercio exterior que se realizan y la recaudación de tributos.

BASE LEGAL: CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010 ART. 227

“**Artículo 227:** Agente Fedatario, es la persona natural o jurídica cuya licencia otorgada por el Gerente General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo para el efecto firmar la Declaración Aduanera”.

Para registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador como Operador Económico Autorizado, el importador o exportador debe realizar lo siguiente: Ingresar en el sitio Web de la SENAE, www.aduana.gov.ec, en el menú OEA, se debe seleccionar la opción **Registro de Datos**, inmediatamente se despliega un formulario (**VER ANEXO 7 “Registro de Datos Importador”**), en donde se ingresa los datos solicitados en la siguiente pantalla:

- ✓ Tipo de Operador: Exportador
- ✓ Código: #RUC **1717188005001**
- ✓ Clave de acceso temporal de 8 a 10 dígitos alfanuméricos: 171718800. Una vez aprobado su registro por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAE, ingresará al SICE

(Sistema Interactivo de Comercio Exterior), el cual le solicitará el cambio de CLAVE a una definitiva.

Una vez ingresados los datos solicitados, se presiona el botón Enviar Formulario.

Remitido el formulario de registro, aparece en la pantalla el código de usuario y la clave temporal del exportador. Además se deberá ingresar nuevamente a la página de la SENA, en la opción SICE.

Al ingresar por primera vez, el sistema opción que se cambie la clave temporal por una definitiva. Se registra la nueva clave y regresa al sistema.

Una vez culminado éste proceso el importador podrá ingresar al sistema de la Aduana para verificar el status de su trámite.

3.5 COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR – COMEX: CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010 ART. 71 LIBRO IV

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es un foro de concertación de políticas de comercio exterior.⁴⁵

Su misión es mantener un nexo constante entre el sector público y privado para establecer de forma conjunta los lineamientos de corto, mediano y largo plazo que impulsen las relaciones comerciales del país con el exterior.

⁴⁵ CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010

El Comité de Comercio Exterior COMEX, está integrado por:

- a. El Ministerio rector de la política de comercio exterior;
- b. El Ministerio rector de la política agrícola;
- c. El Ministerio rector de la política industrial;
- d. El Ministerio a cargo de coordinar el desarrollo productivo;
- e. El Ministerio a cargo de coordinar la política económica;
- f. El Ministerio a cargo de las finanzas públicas;
- g. El Organismo Nacional de Planificación;
- h. El Ministerio a cargo de coordinar los sectores estratégicos;
- i. El Servicio de Rentas Internas;
- j. La autoridad aduanera nacional; y,
- k. Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante decreto ejecutivo.

Los delegados deberán tener por lo menos el rango de subsecretario.

Son deberes y atribuciones del Comité de Comercio Exterior COMEX:⁴⁶

- a. Formular y aprobar las políticas y estrategias, generales y sectoriales, en materia de comercio exterior, fomento y promoción de las exportaciones, así como designar a los organismos ejecutores.

- b. Emitir dictamen previo para el inicio de negociaciones de acuerdos y tratados internacionales en materia de comercio e integración económica; así como los lineamientos y estrategias para la negociación. Dentro del marco de las negociaciones comerciales, el Estado podrá brindar preferencias arancelarias o tributarias para la entrada de productos que sean de su interés comercial, con especial énfasis en los bienes

⁴⁶ CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010

ambientalmente responsables.

c. Crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias.

d. Revisar las tasas no arancelarias, distintas a las aduaneras, vinculadas a los procesos de comercio exterior.

e. Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano.

f. Expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación, distintos a los aduaneros, general y sectorial, con inclusión de los requisitos que se deben cumplir, distintos a los trámites aduaneros.

g. Aprobar y publicar la nomenclatura para la clasificación y descripción de las mercancías de importación y exportación.

h. Establecer los parámetros de negociación comercial internacional en materia de origen.

i. Adoptar las medidas que sean necesarias para la simplificación y eficiencia administrativa en materia de comercio exterior, distinto de los procesos aduaneros.

j. Adoptar las normas y medidas necesarias para contrarrestar las prácticas comerciales internacionales desleales, que afecten la producción nacional, exportaciones o, en general, los intereses

comerciales del país.⁴⁷

k. Conocer los informes de la Autoridad Investigadora y adoptar medidas de defensa comercial acorde con la normativa nacional e internacional vigente, frente a prácticas internacionales desleales o de incremento de las importaciones, que causen o amenacen causar daño a la producción nacional.

l. Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior, cuando las condiciones comerciales, la afectación a la industria local, o las circunstancias económicas del país lo requieran.

m. Resolver los conflictos de competencia que pudieran presentarse entre los distintos organismos del sector público en materia de comercio exterior.

n. Promover programas de asistencia financiera de la banca pública para los productores nacionales, con créditos flexibles que faciliten la implementación de técnicas ambientales adecuadas para una producción más limpia y competitiva, para el fomento de las exportaciones de bienes ambientalmente responsables.

o. Promover la creación de un sistema de certificaciones ambientales de productos agrícolas e industriales, para efectos de acceso a mercados internacionales, en coordinación con la autoridad ambiental nacional.

p. Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de

⁴⁷ CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010

responsabilidad ambiental.⁴⁸

q. Diferir, de manera temporal, la aplicación de las tarifas arancelarias generales, o por sectores específicos de la economía, según convenga a la producción nacional o las necesidades económicas del Estado.

r. Aplicar las tarifas arancelarias externas comunes, de conformidad con los tratados de integración económica.⁴⁹

3.5.1 MECANISMOS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN

Los mecanismos de exportación e importación se clasifican en: Requisitos Arancelarios y No Arancelarios.⁵⁰

Los Requisitos Arancelarios son los altos aranceles o impuestos específicos como en cantidades monetarias, peso, volumen, cantidad de mercancías; que impone el gobierno para evitar la importación en forma indiscriminada, o bien, para que se importen sólo determinados productos o servicios o se importe sólo de determinados países.

Los Requisitos no arancelarios son disposiciones gubernamentales que sin fijar un arancel que limite el ingreso de un determinado producto extranjero, tiene efectos semejantes pues restringe su ingreso al exigirle el cumplimiento previo de ciertas especificaciones técnicas y administrativas previas al embarque como son: Certificado Fitosanitario es para productos perecibles en estado fresco, Certificado de Origen que sirve para gozar del beneficio que se puede ingresar a otro país, por

⁴⁸ CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010

⁴⁹ CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010

⁵⁰ CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010

ejemplo Estados Unidos. El objetivo del requisito para arancelario es proteger el sector productivo nacional frente a la competencia comercial extranjera.

3.6 CERTIFICADO DE ORIGEN (VER ANEXO 1)

Para la exportación de tomate de árbol uno de los requisitos es el certificado de origen, donde se conocerá como se obtiene este certificado, cuales son los requisitos y vigencia.

El Certificado de Origen es el documento emitido en el formato oficial, establecido en los acuerdos comerciales, y que sirve para acreditar el cumplimiento de los requisitos (criterios) de origen que rige el acuerdo ATPDEA (Acuerdo de Preferencias Arancelarias y Erradicación de las Drogas) a los países miembros de la CAN (Comunidad Andina de Naciones) y, para acogerse a las preferencias arancelarias, que liberan del pago de aranceles, beneficios concedidos exclusivamente a los países miembros de dicho acuerdo ATPDEA.

Las normas de origen en su legislación nacional o a través de leyes y reglamentos son decisiones administrativas de aplicación general que adopta un país miembro para determinar si a un producto le corresponde recibir el trato preferencial acordado dentro de un acuerdo comercial.

3.6.1 Obtención del certificado de origen

El Certificado de Origen, de acuerdo al destino de la mercancía, se expide en las siguientes dependencias del Ecuador:

En las Cámaras de Comercio y Producción, Certificados de Origen para los países de ALADI (México, Cuba, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Paraguay, Chile, Argentina, Uruguay), CAN (Bolivia,

Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela), CAN-MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela).

En el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Certificado de Origen para Estados Unidos, Europa y terceros países (ATPDEA, SGP).

3.6.2 Requisitos

El interesado debe acudir a las dependencias mencionadas con los siguientes documentos:

- Factura comercial
- Declaración de origen
- Formulario de origen debidamente llenado, sellado y firmado por el exportador

3.6.3 Vigencia del certificado

Tiene un periodo de validez de 180 días calendario contados a partir de la fecha de la certificación por la autoridad oficial acreditada, siendo prorrogable su vigencia, sólo por el tiempo que la mercancía se encuentre amparada por un régimen suspensivo de importación, (admisión o internación temporal y depósito).

No son aceptados los certificados de origen con campos incompletos, con tachones o correcciones o que hayan sido emitidos con anterioridad a la emisión de la factura comercial.

3.6.4 Identificación de las mercancías

La descripción de las mercancías incluidas en el certificado debe coincidir con la del producto negociado, clasificado en la nomenclatura arancelaria del acuerdo al que se aplique y la consignada en la factura comercial que se acompaña al formulario del certificado.

3.7 MEDIDAS DE CARÁCTER TÉCNICO

Para evitar el uso de las normas y requisitos técnicos, sanitarios, fitosanitarios y zoonosanitarios impuestos a las importaciones, de manera que constituyan barreras injustificadas al comercio, la Organización Mundial de Comercio, dentro de su marco jurídico comercial, implementó el Acuerdo sobre la Aplicación de normas Sanitarias y Fitosanitarias y el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, donde se plantean los principios, condiciones y procedimientos dentro de los cuales es permisible utilizar estas medidas.

Básicamente, los países tienen el derecho a aplicar cualquier medida de carácter técnico o sanitario que juzguen necesaria, siempre y cuando estas medidas tengan como único fin claramente constatable, proteger y garantizar condiciones idóneas para la salud humana, animal, vegetal y del medio ambiente, que puedan ser puestas en peligro o afectadas por el comercio internacional.

3.7.1 REQUISITOS EN LA AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO (AGROCALIDAD)

BASE LEGAL: DECISIÓN 515 DE LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES, ART. 41 SECCIÓN F. (Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 771 del 14 de marzo del 2002)

“Artículo 41.- Los Permisos o Documentos Fito y Zoonosanitarios para Importación / Exportación se utilizarán para identificar los requisitos Fito y zoonosanitarios que los Países Miembros establecen para la exportación / importación de plantas, productos vegetales, artículos reglamentados, animales y sus productos, los que deben estar en correspondencia con las Normas Comunitarias o las normas nacionales registradas”.

Cuando se trata de exportaciones de productos agropecuarios y sus derivados, se debe someter la mercadería a una inspección por parte de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD.

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), establece Requisitos Fitosanitarios de Exportación, por producto y por país.

Los requisitos en AGROCALIDAD para la exportación del tomate de árbol es la obtención del Certificado Fitosanitario que consiste en ser analizado y verificado por un representante de AGROCALIDAD, con la finalidad de exportar el producto asegurando la calidad a ofrecer al mercado estadounidense.⁵¹

3.7.2 REQUISITOS RELATIVOS A LAS CARACTERÍSTICAS DEL TOMATE DE ÁRBOL

El tomate de árbol cuyo nombre científico es *Cyphomandra* Betáceae, constituye una fruta fresca conocido también como tamarillo. Es originario de los Andes Ecuatorianos. Se consume principalmente en fresco, jugos, ensaladas, helados, dulces y procesado, sirve como materia prima para la elaboración de jaleas y conservas.

Es una fruta exótica con delicioso sabor y aroma. Crece en arbustos con follaje grande y flores rosadas con exquisita fragancia, originarios de los valles interandinos; particularmente en Ecuador. La sierra ecuatoriana posee varias zonas óptimas para la producción de esta fruta; zonas caracterizadas por un clima templado y fresco, y suelos con buen contenido de materia orgánica. Las provincias más representativas en

⁵¹ www.agrocalidad.gov.ec Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – 07/2010

cultivos de esta fruta son Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Azuay, Loja y Napo.

Subpartida Arancelaria NANDINA de este producto es 0810.90.30.00 "Tomate de Árbol fresco o congelado".

Los requisitos no arancelarios para la Exportación de Tomate de Árbol al mercado Estadounidense son el Certificado de Origen y el Certificado Fitosanitario.⁵²

TABLA N° 13

DESCRIPCIÓN ARANCELARIA

Nandina	Descripción	Tipo Partida	Requisitos Previos
0810903000	TOMATE DE ÁRBOL (TAMARILLO) (CYPHOMANDRA BETACEA)	SUBPARTIDA	<ul style="list-style-type: none"> - Certificado Fitosanitario - Certificado de Origen

Fuente: USITC – United States International Trade Commission

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

3.7.3 NORMAS DE CALIDAD (NORMA INEN) (VER ANEXO 8)

El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, es una entidad técnica de Derecho Público, con personería jurídica, patrimonio y fondos propios, con autonomía administrativa, económica, financiera y operativa, siendo el organismo técnico nacional competente, en materia de reglamentación, normalización y metrología, en conformidad con lo establecido en las leyes de la República y en tratados, acuerdos y convenios

⁵² www.bce.fin.ec Banco Central del Ecuador – 07/2010 USITC – United States International Trade Commission – 07/2010

internacionales.⁵³

Las funciones principales del Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN son las siguientes:

- Formular las Normas Técnicas Ecuatorianas que definan las características de materias primas, productos intermedios y productos terminados que se comercialicen en el Ecuador, así como, los métodos de ensayo, inspección, análisis, medida, clasificación y denominación de aquellos materiales o productos.
- Administrar el Sistema de Concesión de Certificación de Calidad de Conformidad con Norma y Sello.
- Implantar el Sistema Internacional de Unidades, SIU
- Verificar el cumplimiento de los productos con los requisitos establecidos en las Normas Técnicas Ecuatorianas NTE., de los productos importados y nacionales.

3.8 REGLAMENTACIONES DE CARÁCTER SANITARIO

3.8.1 MEDIDAS SANITARIAS DESTINADAS A PROTEGER LA SANIDAD VEGETAL – REGISTROS FITOSANITARIOS.

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, AGROCALIDAD, es el organismo estatal encargado de certificar la calidad fitosanitaria de los frutos frescos que se comercializan hacia el mercado internacional.

3.8.2 ¿Qué es el Certificado Fitosanitario? (VER ANEXO 2)

Es el documento probatorio de la condición de salubridad en que se encuentran determinados productos vegetales exportables. En Ecuador

⁵³ Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN www.inen.gov.ec - 04/2010

los certificados fitosanitarios son otorgados por las dependencias del Ministerio de Agricultura y Ganadería y no son obligatorios a efectos de autorizar las exportaciones sino que deben ser obtenidos por los exportadores a efectos de cumplir regulaciones sanitarias y de salubridad vigentes en los mercados de exportación.

3.8.3 Obtención del Certificado Fitosanitario

Para la expedición del Certificado Fitosanitario se debe ingresar a la página Web www.agrocalidad.gov.ec en el link Sanidad Vegetal – Servicios, en el cual se debe llenar la solicitud de registro de productor – comercializador – exportador de frutas y/u hortalizas, adjuntando la copia del RUC actualizado, copia de la cédula de identidad a color y el croquis donde se encuentra la finca, además se debe cancelar 100,00 USD tarifa establecida por AGROCALIDAD, por la inspección del sitio de producción.⁵⁴

3.8.4 Inspección del producto

Los Inspectores de AGROCALIDAD o los profesionales autorizados realizarán una visita de inspección a la finca, lugar de acopio, etc., para constatar la información declarada por el exportador, previa a la asignación del código de registro y la emisión al respectivo informe.

Una vez presentada la documentación y cumplido el trámite respectivo, se cancelará 4,00 USD tarifa establecida por AGROCALIDAD, por la emisión del Certificado Fitosanitario.

⁵⁴ www.agrocalidad.gov.ec Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – 07/2010

3.9 REGLAMENTACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE MERCANCÍAS

BASE LEGAL: CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES – SUPLEMENTO REGISTRO OFICIAL 351 DEL 29 DE DICIEMBRE DEL 2010 ART. 227

Pasos a seguir para la exportación de mercancías:

- Registrarse como Operador Económico Autorizado, OEA, en el SICE
- Tener número de RUC, que esté habilitado por el SRI.
- Los exportadores deberán registrarse a través del SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior) que consta en el sitio Web de la SENAE
(<http://sice1.aduana.gov.ec/aduana/admin/FormularioRegistroOCE.jsp>).
- Para el ingreso en el sistema de Comercio Exterior, la SENAE solicitará documentos adicionales como el RUC, cédula de identidad, papeleta de votación, registro de la empresa, giro del negocio, nombramiento del gerente general de la empresa, tanto a personas naturales como jurídicas.
- El trámite de registro de exportador se realiza por una sola vez.
- Factura Comercial, documento en el cual se deberá consignar los datos de la exportación: consignatario, subpartida arancelaria, descripción arancelaria, formas de pago, moneda, transacción, valor unitario, valor total, peso neto y bruto, seguro, término de negociación, puerto de embarque, puerto de destino, país de origen y otros. Sirve como requisito de embarque en el aeropuerto / puerto de salida de la carga. (VER ANEXO 4)

Una indicación indispensable que exigen los países importadores, entre ellos Ecuador, es que se debe anotar en la factura comercial la subpartida arancelaria. Esto tiene relación con la aplicación de los derechos arancelarios en el país importador, a tal efecto, el importador al momento de enviar las instrucciones de embarque al embarcador deberá dar dichas indicaciones al respecto. Hay que señalar que en nuestro caso, cuando exportamos debemos confeccionar una factura comercial autorizada por el SRI, de carácter provisional para el trámite interno de la Dau-e, para ser enviada al importador y poder hacer efectivo el cobro de nuestra exportación.

- A través del SICE de la Orden de Embarque, denominado también Régimen 15 DAU (Declaración Aduanera Única). Documento por el cual se proporciona a la SENA E la información preliminar de las mercancías exportadas. Es elaborado por el Agente Fedatario de Aduanas donde se consignan los datos de la factura.

El régimen 15, conocido también como Orden de Embarque, se da cuando el exportador directamente o a través de su Agente de Fedatario con una factura proforma y con el RUC actualizado sin mayor trámite ni complejidad tramitan la autorización de embarque como requisito previo para embarcar su mercadería.

- **AISV** (Autorización de ingreso / salida de vehículos – Contecom) y **DISV** (Declaración de ingreso / salida de vehículos - TPG) para el caso de embarques marítimos, lo emite el exportador.

Contecom es un operador portuario y un almacén temporal y maneja toda el área de exportación en ese sentido, en su dirección: **aisvuser@cgsa.com.ec** pone a disposición de los usuarios el formato respectivo del AISV para que sea emitido por parte del

exportador. Para que pueda ingresar el vehículo con la carga de exportación para su embarque, se imprime el documento y se lo entrega al transportista local, adicionando que se hará el pago de las tasas de almacenaje, handling, etc. a Contecom.

Cabe indicar que toda carga de exportación debe ser ingresada a los patios portuarios, con un mínimo de 12 horas de anticipación al embarque. Se acepta recibir la carga de exportación bajo dos circunstancias:

- a.- Con la orden de embarque, que es vía electrónica, y
- b.- Con alguna providencia, como en el caso de los Regímenes Especiales, la misma que aún es tratada manualmente.

Los pagos a Contecom se pueden realizar directamente vía e mail a través de los bancos: Pacífico, Bolivariano, Produbanco e Internacional, en otros bancos podrá hacerse el pago pero de manera directa.

- El Formulario Antinarcoóticos puede ser emitido por el exportador o la agencia de carga y es un requisito previo al embarque (aeropuerto / puerto de salida).

3.9.1 INSPECCIÓN DE ANTINARCÓTICOS

BASE LEGAL: LEY ORGÁNICA DE LA POLICÍA NACIONAL ART. 57
Registro Oficial No. S-378

“Artículo 57: Es el organismo que tiene por finalidad fundamental planificar, dirigir, coordinar y supervisar las operaciones policiales de prevención, investigación y represión de los delitos tipificados en la ley sobre sustancias estupefacientes y psicotrópicas”.

La Policía Antinarcoéticos realiza la labor de inspección de la carga de exportación con la finalidad de evitar la salida de sustancias estupefacientes y psicotrópicas del país. Generalmente el mismo día de la inspección, se comunica a la compañía naviera de dicha resolución, posteriormente la naviera dará aviso al Agente Fedatario y éste al exportador para que esté presente en dicho acto.

La inspección antinarcoéticos la practica la INTERPOL, se realiza por seguridad del exportador que no introduzca droga o alguna sustancia estupefaciente dentro de la mercancía.

Toda exportación deberá ser puesta a disposición de la Policía Antinarcoéticos para su respectiva inspección, normalmente se notifica la fecha de inspección en un plazo máximo de 24 horas, es decir son inspecciones sorpresa.

Los requisitos que se necesitan para la inspección de la mercancía son:

- Factura Comercial
- Documento de carga, depende del número de contenedores que se va a enviar la mercancía
- El exportador o un representante del exportador
- Un representante de la Aduana
- Documento en el que consta el número de agentes de antinarcoéticos para la inspección requerida de la mercancía
- Hora y fecha

La Policía Antinarcoéticos se sustenta en varias disposiciones legales como la Ley Orgánica de la Policía Nacional, Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas y su Reglamento, Código de Procedimiento Penal, Código Penal.

La Policía Antinarcótics realiza tres tipos de inspecciones:

- Inspección a Contenedores
- Inspecciones Pre embarque en Muelles o Buques, e
- Inspecciones Subacuáticas

3.9.2 Inspección

1. Antes de la inspección, se designa el patio o lugar donde se realizará la misma.

2. Antinarcótics recibe la información general del exportador a través de las agencias navieras (nombre del exportador, consignatario, nombre y número del buque, puerto de embarque y descarga, destino final, tipo de container, número de container, sellos, cantidad, peso, descripción y naturaleza del producto, temperatura, términos del flete, agente de aduanas, módulo, fecha y hora de entrada y salida del puerto, número de autorización de la SENA).

3. Posterior a esto, la información documental es revisada y analizada.

4. Se consulta el sistema informático de la Unidad Antinarcótics y confronta con la consignada en el documento Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos AISV, información de báscula y del Dpto. de Operaciones de Contecom, e-mails remitidos por las mismas navieras e información directa de los exportadores.

5. Luego de establecer un perfil de riesgo, se realiza la selección de la carga o contenedor y la notificación respectiva mediante oficio a la Agencia Naviera y exportador, generalmente 24 horas antes de realizarse la Inspección Antinarcótics correspondiente.

6. El exportador o su representante, deberán hacerse presentes, así como el representante de la naviera.

7. Se realiza la inspección técnica de la carga por medio de personal capacitado y canes adiestrados para el efecto y al finalizar la inspección es cerrado el contenedor.

8. Se colocan los 3 sellos de seguridad (sello de botella, de etiqueta y cable) para que el operador portuario pueda embarcar la carga.

En caso de que el exportador o su representante no se presenten a la inspección, la misma se la realizará en presencia del fiscal antinarcóticos de turno.

Cuando el producto a inspeccionar es perecible se realiza la inspección en la unidad de contenedores refrigerados, ubicado en el módulo No. 24 del Puerto de Guayaquil, antes del proceso se enciende el sistema de frío del mismo aproximadamente de 15 a 30 minutos.

El tiempo de duración de inspección para productos perecibles (frutas verdes, banano, piñas, brócoli, mango) es de aproximadamente una hora; para productos como metales y chatarra el proceso demora aproximadamente 4 horas y para mercaderías embaladas en pallets, el proceso es más rápido es decir puede variar entre 30 – 40 minutos.

Cabe señalar que normalmente el exportador debe llevar una reposición de la carga de exportación para ser reemplazada por la manipulada por parte de Antinarcóticos.

La Policía Antinarcóticos adicionalmente realiza controles antidrogas en Puertos Privados a través de patrullas móviles y de apoyo en la seguridad general del Puerto Marítimo, puertas de acceso, etc. Un total de 400 contenedores se analizan diariamente bajo perfiles de riesgo, factores que siempre son analizados, si no cumplen los estándares normales, se los notifica para la respectiva inspección.

Para las inspecciones en buques, éstas se las realizan en las cabinas, camarotes, máquinas, cubiertas, etc. y para las subacuáticas debajo del buque, alrededores del mismo y agua.

Una vez realizada la inspección de antinarcóticos con los agentes en la bodega del puerto de embarque de la mercancía, la INTERPOL otorga el certificado en el que consta que la mercancía está libre de drogas o de alguna sustancia estupefaciente.

3.9.3 DOCUMENTOS DE TRANSPORTE⁵⁵

Los documentos de transporte internacional tienen como finalidad garantizar que la mercancía ha sido depositada en un medio de transporte y que el producto será entregado al comprador bajo la responsabilidad del transportista.

1. Manifiesto de Carga, lo emiten los Transportistas (Aerolíneas / Navieras Terrestres) a través del SICE previo al embarque. Es el documento de transporte de presentación obligatoria ante la aduana para el cumplimiento de la recepción aduanera, en el que deben consignarse los siguientes datos: 1) Identificación y nacionalidad del medio de transporte; 2) Número de identificación de la unidad de transporte, cantidad de bultos, clase de embalaje, peso y especificación de su contenido; 3) Nombre del remitente y del destinatario o consignatario, debiendo indicar en el caso de carga consolidada el detalle de cada uno de los consignatarios; 4) Número del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte; 5) Relación de mercancías en tránsito, con indicación de su destino; 6) Bodega en la que deberá efectuar la entrega de las mercancías, para su

⁵⁵ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

almacenamiento temporal o, en su defecto, en depósito autorizado; y, 7) Firma del responsable del medio de transporte. En el caso de transporte de carga consolidada para uno o más consignatarios, o de bultos sueltos, por los que se emiten conocimientos de embarque o guías hijas, el manifiesto debe contener los datos de los mismos, además de la información correspondiente a los conocimientos o guías madre.⁵⁶

2. El Conocimiento de Embarque (Bill Of Lading) es el documento necesario para el embarque de la mercancía que lo emite la Agencia de Carga Autorizada o a través de una Agencia Naviera. EL Conocimiento de Embarque es entregado por el Agente Fedatario, por las mercancías recibidas para embarque o embarcadas a bordo de un buque. (VER ANEXO 5)

La Carta de Porte es un documento equivalente al Conocimiento de Embarque en el transporte por carretera y ferroviario.

La Guía Aérea (Air Waybill) es el documento equivalente al Conocimiento de Embarque, utilizado en el transporte aéreo de mercancías, mediante el cual la empresa de aeronavegación reconoce el hecho del embarque de mercancías y expresa las condiciones del transporte convenido.

3. El exportador emite la Guía de Remisión que sirve para transportar localmente la mercancía. La guía de remisión es el documento que sustenta el traslado de mercaderías dentro del territorio nacional por cualquier motivo y su origen lícito. De

⁵⁶ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

manera general la guía de remisión será emitida por el importador o el Agente Fedatario, la sociedad o persona natural en la movilización entre establecimientos, el vendedor, el exportador, el acopiador, el consignatario o el consignante y por la SENA, según el caso.⁵⁷

3.9.4 DOCUMENTOS DE EMBARQUE

Como tal se designa al conjunto de documentos representativos de una transacción comercial internacional y del embarque efectuado en particular. Básicamente se compone por la factura comercial, el conocimiento de embarque, certificado de origen y lista de empaque.

- Factura Comercial
- Guía Aérea, Conocimiento de Embarque (Bill of Lading)
- Certificado de Origen: dependerá del mercado de destino:
 - USA: se emplea el Form A – ACT (Andean Trade Promotion and Drug Eradication), emite el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
 - Países que aceptan el certificado de origen forma “A” bajo el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP): Unión Europea, emite el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
 - Terceros Países (ATPDEA, SGP), emite el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
 - Para los países de la ALADI, CAN y MERCOSUR, emite las Cámaras de Comercio y Producción.
- Certificado Fitosanitario: para controlar la calidad del producto a través de la norma ISO 9000.⁵⁸

⁵⁷ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

⁵⁸ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

3.9.5 PROCEDIMIENTO ADUANERO

Por procedimiento aduanero se entiende al conjunto de formalidades que deben cumplir las mercancías que ingresan al territorio aduanero de un país o salen de él, a fin de asegurar el cumplimiento de la legislación correspondiente. Estas formalidades imponen obligaciones a la persona relacionada con las mercancías, que puede ser su propietario, un tercero designado por él, o el transportista, dependiendo de la formalidad que deba ser cumplida. En general, esas obligaciones consisten en la presentación de las mercancías y del medio de transporte ante la Aduana, junto con una declaración relativa a las mercancías y los documentos de respaldo solicitados, además de la constitución de una garantía cuando corresponda, y el pago de derechos e impuestos eventualmente exigibles. Para realizar el procedimiento aduanero se necesita los siguientes documentos: ⁵⁹

- Factura Comercial definitiva
- Guía Aérea, Carta de Porte / Conocimiento de Embarque Certificada (Bill of Lading)
- Declaración de la Orden de Embarque, Régimen 15 a través del SICE, transmitido por el exportador o por el Agente de Aduana.
- Declaración Aduanera Única, Régimen 40 a través del SICE, transmitido por el exportador o por el Agente de Aduana.

3.10 EXPORTACIÓN A CONSUMO

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona

⁵⁹ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano.

Es el régimen aduanero por el cual las mercaderías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.⁶⁰

3.10.1 GENERACIÓN DE LA ORDEN DE EMBARQUE EN EL SICE

Emisión a través del SICE de la Orden de Embarque, denominado también Régimen 15 o DAU (Declaración Aduanera Única). Documento por el cual se proporciona a la SENAE la información preliminar de las mercancías a ser exportadas. La Orden de Embarque es realizada por el Agente Fedatario de Aduanas donde se consignan los datos incluidos en la factura.

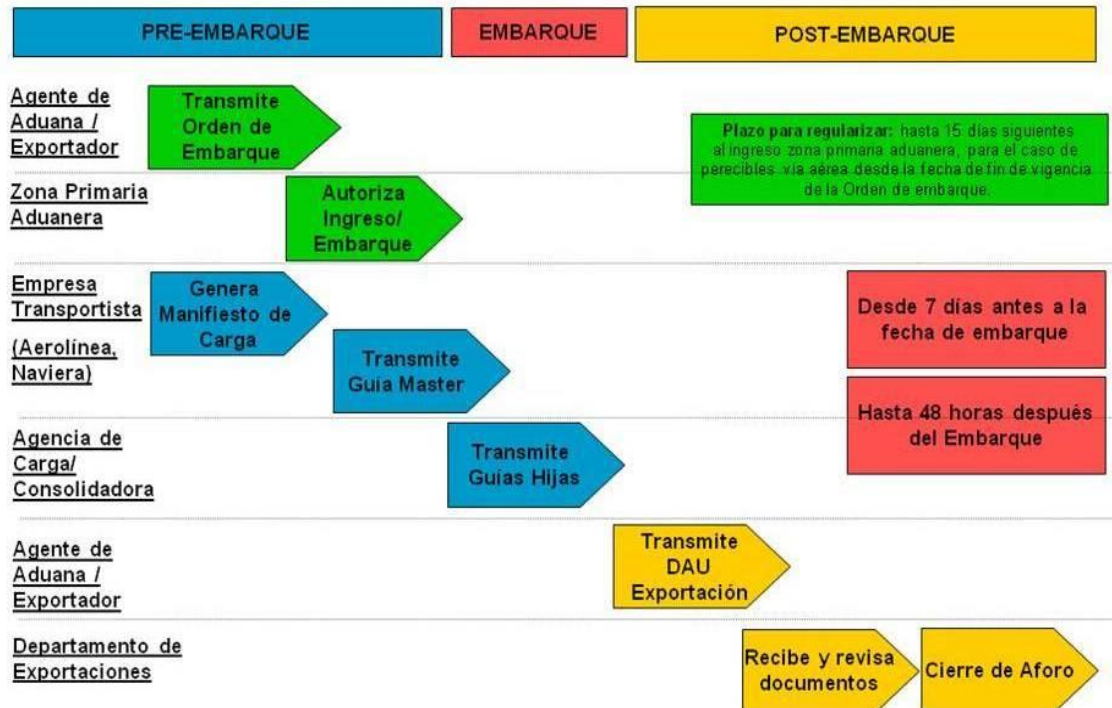
La Orden de Embarque es un requisito importante en el aeropuerto Mariscal Sucre / puerto de salida de la carga; tiene un plazo de 30 días de validez para realizar una exportación, a partir de la fecha de su emisión; vencido el plazo en la Orden de Embarque quedara sin efecto, debiendo el exportador directamente o a través de un Agente Fedatario transmitir una nueva Orden de Embarque. La Orden de Embarque amparará las exportaciones de un solo exportador hacia un solo país de destino.⁶¹

⁶⁰ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

⁶¹ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

3.10.2 FLUJOGRAMA DEL PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIONES⁶²

Procedimiento Exportaciones



3.10.3 RÉGIMEN 15.- OBTENCIÓN DE LA ORDEN DE EMBARQUE EN ZONA PRIMARIA ADUANERA

El trámite de exportación ante la Aduana del Ecuador tiene 2 fases importantes:

FASE PRE EMBARQUE

En primer lugar, el exportador o el Agente de Aduana deberá transmitir al

⁶² Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

SICE la Orden de Embarque (Régimen 15), los datos que contiene este documento son: número de orden, aduana, importador/exportador, ciudad, dirección, teléfono, consignante/consignatario, beneficiario del giro, país procedencia, país destino, forma de pago, almacén, vía de transporte, fecha de embarque; la cual consiste en el documento para ingresar los bienes a exportarse a Zona Primaria.⁶³

La zona primaria aduanera es el lugar del territorio aduanero nacional, habilitado por la autoridad aduanera, para que los agentes económicos del comercio exterior puedan realizar las operaciones de recepción, cargue, descargue, almacenamiento y movilización de mercancías.

Las zonas primarias comprenden los muelles y puertos de servicio público, aeropuertos, depósitos públicos, privados e instalaciones industriales para desarrollar procesos de perfeccionamiento activo, los cruces de fronteras habilitados por normas de la Comunidad Andina de Naciones -CAN- y las vías terrestres permitidas para el traslado de mercancías bajo control aduanero hasta el lugar donde deban cumplirse las formalidades aduaneras.

Esta Orden de Embarque es aprobada automáticamente por el sistema (SICE), el que asigna un número de registro a cada Orden de Embarque presentada.⁶⁴

3.10.3.1 DATOS DE LA ORDEN DE EMBARQUE

En la orden de Embarque (15) se debe llenar los siguientes campos:

1. Datos del exportador: nombres, tipo de documento RUC, cédula, sector que pertenece la empresa.

⁶³ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

⁶⁴ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

2. Aduana: tipo de tratamiento normal, solicitud de aforo código 01
3. Datos de comprador: nombres completos, forma de pago y moneda de transacción
4. Transporte: aéreo, marítimo ,terrestre, fecha de embarque y agencia de carga
5. Factura : fecha , numero de invoice, cantidad de facturas a declarar
6. Destino de la mercancía(Estados Unidos)
7. Ítems: se procede a detallar la factura comercial ,cantidad precio unitario
8. Ítems se coloca la partida descripción comercial, tipo de unidades, marca de la empresa exportadora y como se está yendo la carga ya sea cajas cartones bultos de acuerdo al producto.
9. Liquidación de la mercancía: cantidad de bultos ,peso, numero de series
10. Liquidación
11. Documentos de acompañamiento
12. Firma del declarante

Original a zona primaria y copia. ⁶⁵

3.10.4 PLAZO DE VIGENCIA DE LA ORDEN DE EMBARQUE EN ZONA PRIMARIA ADUANERA

Para la exportación a consumo de productos perecibles el tomate de árbol en estado fresco, el plazo de vigencia de la Orden de Embarque será hasta el último día del mismo mes en que se aprobó la Orden de Embarque. Por ejemplo, si la Orden de Embarque es aprobada el 15 de

⁶⁵ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

enero, el exportador de todos los productos perecibles tiene plazo solamente hasta el 31 de enero (fin de mes) para ingresar los bienes a exportarse a Zona Primaria Aduanera.

Vencido el plazo, la Orden de Embarque queda sin efecto y el exportador o Agente de Aduana, deberá generar una nueva orden de embarque.

Bajo ningún concepto se podrá realizar el embarque de una mercancía, si ésta no se encuentra amparada por su respectiva Orden de Embarque.

3.10.5 CONSIDERACIONES QUE LOS EXPORTADORES DEBEN TENER EN CUENTA EN LA ORDEN DE EMBARQUE

1. La Orden de Embarque y la DAU pueden ser transmitidas directamente por el exportador sin la intervención de un Agente Fedatario de Aduanas.⁶⁶
2. La Orden de Embarque puede ser utilizada para realizar varios embarques, siempre que éstos se realicen dentro del plazo de vigencia de la Orden de Embarque. El procedimiento de Órdenes de Embarque es tanto para exportaciones a consumo como exportaciones temporales.
3. En caso de que la mercancía salga del país sin la Orden de Embarque respectiva, el exportador, transportista y/o Agente de Fedatario Aduanas, serán sancionados por la Autoridad competente (Gerente Distrital).
4. El SICE no aceptará Órdenes de Embarque si el exportador tiene pendiente la presentación de la DAU de exportación para regularizar dos o más Órdenes de Embarque contabilizadas hasta el mes anterior a la solicitud.

⁶⁶ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

5. La Orden de Embarque amparará a exportaciones de un solo exportador hacia un solo país de destino.

3.10.6 RÉGIMEN 40.- PRESENTACIÓN DE LA DECLARACIÓN ADUANERA (DAU)

FASE POST EMBARQUE

BASE LEGAL: ART. 138 CÓDIGO ORGÁNICO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.⁶⁷

En las exportaciones, la declaración se presentará en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.

En la exportación a consumo, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos correspondientes.

Documentos de Acompañamiento.- A la declaración aduanera se acompañarán los siguientes documentos:⁶⁸

- a) Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte;

⁶⁷ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

⁶⁸ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

- b) Factura comercial
- c) Certificado de origen

Una vez que las mercancías a exportarse estén en Zona Primaria, el exportador o el Agente Fedatario de Aduana deberán regularizar la exportación con la Orden de Embarque (Régimen 15), para lo cual deberá transmitir electrónicamente la DAU 40. Posteriormente cuando se haya presentado ante la Aduana la Declaración Aduanera Única (DAU).

Para la exportación de productos perecibles en estado fresco, el plazo para la presentación de la DAU será de 15 días hábiles después del último día del mes en el cual se apertura la Orden de Embarque.

Para presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) el requisito principal es la factura comercial.

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, la presentación de la DAU ante la Aduana, se deberá adjuntar los siguientes documentos de acompañamiento.

- Factura comercial original
- Documento de transporte (Conocimiento de Embarque B/L, Guía Aérea, Carta de Porte)
- Documentos de control previo (según la naturaleza del producto), es decir certificados de origen, sanitarios y fitosanitarios.

3.10.6.1 DATOS DE LA DAU (40) (VER ANEXO 3)

- Número de orden

- Aduana
- Régimen y Código del régimen
- Fecha
- Tipo de despacho
- Datos del Exportador, dirección , teléfono
- Declarante
- Datos del Consignatario Dirección. Teléfono
- País de procedencia
- Forma de pago
- Vía de transporte
- País de destino
- Tipo de carga
- Valor FOB
- Moneda de transacción
- Partida, subpartida
- Descripción de la mercancía, nombre Peso neto, Peso bruto, Bultos, cantidad
- Unidades físicas y Comerciales
- Documentos de acompañamiento⁶⁹

3.10.7 LIQUIDACIÓN ADUANERA

La Autoliquidación es la determinación de los tributos aplicables a una operación de comercio exterior practicada por el sujeto pasivo y comprende el cálculo de la base imponible determinada según las normas de valor en aduana de las mercancías y la liquidación del monto de la obligación tributaria con la aplicación de los impuestos aduaneros respectivos, de conformidad con las normas pertinentes. La

⁶⁹ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

autoliquidación es obligatoria en el caso de las declaraciones a consumo tanto de importaciones como de exportaciones.

El pago de las tasas aduaneras se realizará dentro de los dos días hábiles siguientes a la prestación efectiva del servicio.

El pago de las obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos no genera intereses. En materia aduanera no se concederá facilidades de pago.

La liquidación para las exportaciones es \$ 0.00% valor en aduana salvo que se haya generado errores, por lo cual se debe pagar la multa del 50% del salario mínimo vital correspondiente a \$153 dólares, después del embarque debe concluir también el proceso de exportación para lo cual se presenta en la aduana el documento de transporte (conocimiento de embarque), dos copias no negociables firmadas y selladas por la empresa transportista, adicionalmente se debe adjuntar dos copias no negociables de la factura comercial.

La liquidación es impresa directamente por el SICE en base del número de refrendo a fin de conocer cuál es el valor oficial de la liquidación de los tributos al comercio exterior, para de esta forma acercarse a los bancos corresponsales a cancelar dichos tributos dentro del plazo que establece la liquidación.

3.11 ACUERDO DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LAS DROGAS – ATPDEA

ATPDEA es un beneficio unilateral concedido por los Estados Unidos a Ecuador, Perú, Colombia y Bolivia, que exime de derechos de aduana a

ciertas exportaciones claves de estos países.⁷⁰

Los Países Miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) han asumido el compromiso de enfrentar el problema mundial de la droga, teniendo en cuenta el principio del respeto de los derechos humanos, lo cual exige un manejo integral y equilibrado tanto del control de la oferta como de la reducción de la demanda de las drogas ilícitas.

Los objetivos de este Acuerdo son los siguientes:

- El principal objetivo del ATPDEA es promover un desarrollo económico amplio de los países beneficiados.
- Apoyar los esfuerzos de los países beneficiarios de ATPDEA en la lucha contra la producción y tráfico de drogas ilícitas.
- Ofrecer una alternativa para revivir y estabilizar las economías lícitas de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.
- Estimular la inversión local y extranjera en los países de ATPDEA.
- Servir los intereses de seguridad nacional de los Estados Unidos y Ecuador.
- Buscar y diversificar las exportaciones de los países beneficiados.

FINALIDAD DEL ATPDEA

La finalidad del Acuerdo de Preferencias es promover el desarrollo de los países: Ecuador, Colombia, Bolivia y Perú, ofreciéndoles una facilitación al mercado estadounidense, estimular la inversión en sectores no tradicionales con la finalidad de diversificar la oferta exportable de los productos andinos.⁷¹

⁷⁰ Libro: Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga – ATPDEA Serie: Documentos Técnicos de la CORPEI, N° 2 – 05/2003

⁷¹ USITC – United States International Trade Commission www.usitc.gov – 09/2010

El Acuerdo de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de las Drogas (ATPDEA), es un programa de comercio unilateral, diseñado para promover el desarrollo económico a través de la iniciativa del sector privado en los cuatro países andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú), afectados por el problema de la droga, ofreciendo alternativas frente al cultivo y procesamiento de la coca.

Mediante este acuerdo el Gobierno de los Estados Unidos libera unilateralmente de impuestos de importación a los productos provenientes de los países beneficiarios, fue exonerado por el Congreso de los Estados Unidos el 4 de diciembre de 1991 hasta el 4 de diciembre del 2001. El Acuerdo de Preferencias Arancelarias y Erradicación de las Drogas (ATPDEA) entró en vigencia en el mes de julio de 1992 en el Ecuador.

IMPORTANCIA DEL ATPDEA

El ATPDEA es una importante herramienta de acceso al mercado estadounidense que ha permitido a los países beneficiarios asegurar un importante monto de exportaciones andinas hacia uno de los mercados más grandes del mundo.⁷²

La importancia de Estados Unidos para Ecuador como principal socio comercial se ha ido incrementando con el paso de los años. Del total de las exportaciones ecuatorianas hacia el mundo y especialmente al mercado estadounidense en el 2001, mientras que en el 2008 registraron casi un 50%.

El 99% de las exportaciones ecuatorianas hacia los Estados Unidos tiene un beneficio unilateral bajo el sistema de preferencias ATPDEA, que las libera del pago de aranceles. El comercio bilateral entre los dos países Ecuador y Estados Unidos ha tenido un crecimiento del 44.32% con

⁷² USITC – United States International Trade Commission www.usitc.gov – 09/2010

respecto al año 2007.

Desde 1997 el principal comprador de los productos ecuatorianos es Estados Unidos (1997), constituyendo uno de los mercados más importantes para nuestro país considerando factores como: capacidad de compra, número de habitantes, ubicación geográfica, óptima infraestructura de transporte y de comunicaciones.

EL ATPDEA puede considerarse como una ampliación del Sistema Generalizado de Preferencias de los Estados Unidos (SGP), del que también son beneficiarios los países andinos, por lo que, en términos prácticos, casi la totalidad de sus productos tienen acceso al mercado estadounidense libre de aranceles o en condiciones sumamente ventajosas.⁷³

El Ecuador, por ejemplo, en el marco del ATPA o ATPDEA obtuvo preferencias en flores, productos cárnicos, camarón, pescado, otros productos alimenticios, bebidas, productos de madera, papel, productos de caucho y de plástico, productos minerales no metálicos, maquinaria y equipo.

Para tener una idea de la magnitud de las preferencias concedidas por el ATPDEA, basta señalar que, desde el 4 de diciembre del 2001, de los 8.000 productos que conforman el arancel armonizado de los Estados Unidos, unos 6.500 reciben una exoneración de franquicia aduanera bajo este acuerdo unilateral.⁷⁴

⁷³ LIBRO: LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LA DROGA (ATPDEA) Serie: Documentos Técnicos de la CORPEI, N° 2 – 05/2003

⁷⁴ LIBRO: LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LA DROGA (ATPDEA) Serie: Documentos Técnicos de la CORPEI, N° 2 – 05/2003

Productos Beneficiados por el ATPDEA

Los productos que actualmente se encuentran beneficiados por el ATPDEA son aproximadamente 6500, entre los cuales tenemos por sectores:⁷⁵

Productos Agrícolas

- Cebolla fresca
- Nueces (los demás frutos con cáscara)
- Limón Tahití
- Melón
- Tomate de árbol
- Canela y flores de canelero sin triturar
- Clavos (frutos, clavillos)
- Amomos y cardomomos
- Semillas de comino
- Habas de soya

Productos de mar y sus elaborados

- Peces ornamentales
- Los demás pescados secos
- Calamar fresco o refrigerado
- Caracoles en conserva

Productos lácteos

- Yogurt
- Queso rayado

Productos agroindustriales

⁷⁵ LIBRO: LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LA DROGA (ATPDEA) Serie: Documentos Técnicos de la CORPEI, N° 2 – 05/2003

- Jugos y extractos vegetales
- Aceite de palma refinado
- Aceite de girasol
- Aceite de almendra de palma
- Grasas y aceites animales
- Grasas y aceites vegetales
- Margarina
- Azúcar de caña
- Demás formas de azúcar
- Preparaciones para alimentos infantiles
- Chifles (las demás preparaciones)
- Extractos de café
- Extractos de té
- Las demás salsas y condimentos
- Las demás preparaciones alimenticias

Productos industriales

- Agua mineral no gaseada
- Licores y aguardientes

Productos artesanales

- Botones de tagua

Productos minerales

- Piedra pómez
- Mármol

Productos de sector textil y cuero

- Cueros y pieles preparados
- Carteras de cuero
- Cinturones de cuero

- Alfombras⁷⁶

Productos del sector madera

- Las demás maderas coníferas en bruto
- Perfiles de manera coníferas
- Perfiles de manera no coníferas
- Los demás tableros de madera

Otros productos

- Huevos de ave con cáscara
- Algas vegetales
- Bambú
- Extractos de café
- Concentrado y jugo de maracuyá
- Palmito
- Tilapia
- Pimienta.⁷⁷

REQUISITOS PARA BENEFICIARSE DE LA EXENCIÓN ARANCELARIA

- No pertenecer al régimen comunista.
- No haber nacionalizado, expropiado o reducido propiedades de ciudadanos estadounidenses.
- No haber anulado un acuerdo vigente o los derechos de propiedad intelectual de los ciudadanos estadounidenses.
- No haber establecido restricciones que limitarán la propiedad o el control a los americanos.

⁷⁶ LIBRO: LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LA DROGA (ATPDEA) Serie: Documentos Técnicos de la CORPEI, N° 2 – 05/2003

⁷⁷ LIBRO: LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LA DROGA (ATPDEA) Serie: Documentos Técnicos de la CORPEI, N° 2 – 05/2003

- No haber desconocido decisiones de arbitraje a favor de ciudadanos estadounidenses.
- No haber otorgado preferencias a países desarrollados que afectarán negativamente el comercio de los Estados Unidos.
- Respetar internacionalmente los derechos de los trabajadores.
- Eliminar el trabajo infantil.
- Haber implementado la Convención Interamericana contra la Corrupción.
- Apoyar la lucha contra el terrorismo.⁷⁸

VIGENCIA DEL ATPDEA

El Senado Estadounidense aprobó la extensión del ATPDEA seis meses adicionales desde el 14 de febrero del 2011 hasta el 1 de julio y sirve para que los productos andinos entren al mercado norteamericano con bajos aranceles.

El proyecto de ley establece una prórroga de un año a la Preferencia Comercial Andina y Erradicación de Drogas (ATPDEA), que beneficia a productos ecuatorianos como flores, verduras, atún, entre otros.

⁷⁸ LIBRO: LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LA DROGA (ATPDEA) Serie: Documentos Técnicos de la CORPEI, N° 2 – 05/2003

CAPITULO IV

LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado, desde el punto de origen al punto de consumo, con la información relacionada para satisfacer las necesidades del cliente.

4.1 DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA LA EXPORTACIÓN DE TOMATE DE ÁRBOL

Los documentos requeridos para la exportación del tomate de árbol al mercado estadounidense son los siguientes: ⁷⁹

- Factura Comercial
- Conocimiento de Embarque (Bill of Lading)
- Certificado de Origen: USA: se emplea el Form A – ACT (Andean Trade Promotion and Drug Eradication)
- Certificado Fitosanitario

4.2 EMPAQUE Y EMBALAJE

4.2.1 EMPAQUE

El tomate se comercializa en diferentes empaques de acuerdo con el mercado al cuál va dirigido. Para manipular el producto las canastillas plásticas son muy útiles y para exportar, las cajas de cartón son los

⁷⁹ Aduana del Ecuador www.aduana.gov.ec – 05/2010

empaques más comunes, con capacidad de 2 – 2.5 Kg. o 18 – 25 unidades en una sola capa, con separadores y una lámina amortiguadora.

- Los empaques tienen la capacidad suficiente para proteger al producto, de manera que se garantice la manipulación, transporte, y conservación.
- El contenido de cada empaque debe ser homogéneo y estar constituido por tomates del mismo origen, variedad, categoría, color y calibre.
- Los materiales utilizados deben ser nuevos, limpios y no ocasionar ningún tipo de alteración al producto.
- Se permite la utilización de materiales, papeles o sellos, siempre que no sean tóxicos.

El rótulo deberá contener la siguiente información:

- Identificación del producto: nombre del exportador, empacador y / o expedidor, código (sí existe y es admitido o aceptado oficialmente).
- Naturaleza del producto: nombre del producto, nombre de la variedad.
- Origen del producto: país de origen y región productora, fecha de empaque.
- Características comerciales: Categoría, calibre, número de frutos y peso neto.
- Simbología que indique el correcto manejo del producto.

4.2.2 EMBALAJE

El tomate de árbol debe comercializarse en cajas de madera, cartón corrugado o de otro material adecuado, que reúna las condiciones de higiene, ventilación, resistencia a la humedad, manipulación y transporte, de modo que garantice una adecuada conservación del producto.

El contenido de cada embalaje tiene que ser homogéneo y referirse exclusivamente a tomate de árbol que tenga el mismo origen, la misma variedad, el mismo tipo y con un nivel uniforme de maduración. Además, el producto en este embalaje, en su parte visible, tiene que ser igual a la totalidad del contenido.

El embalaje trata de proteger el producto o conjunto de productos que se exportan, durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; de manera que dichos productos lleguen al consignatario sin que se hayan deteriorado o sufrido merma desde que salieron de las instalaciones en que se realizó la producción o acondicionamiento.

El embalaje debe adecuarse a todos los percances que vaya a sufrir el producto hasta el mercado de utilización y por ello debe pensarse siempre en:

1. Términos de recorrido total del transporte en que se vaya a realizar.
2. El apilamiento al que deberá estar sometido en camiones, bodegas o almacenes.
3. La manera en que será cargado, descargado y manipulado (ganchos, atarrayas, plataformas, montacargas, grúas, al lugar de estiba).

4. Las condiciones de humedad a los que será sometido, tanto en el país de destino como en el de utilización, y las lluvias que deberá soportar.
5. Las revisiones aduaneras (con las consiguientes aperturas y cierres del embalaje) a los que se verá sometido.
6. Las posiciones en las que podrá manipularse y estibarse.
7. Los almacenes en los que se ubicará.
8. Los países de trasbordo y destino (para el idioma de las marcas).
9. Los medios de transporte que se van a utilizar.

4.2.2.1 REQUISITOS FITOSANITARIOS PARA EL EMBALAJE DE MADERA

El embalaje de madera fabricado con madera en bruto representa una vía para la introducción y dispersión de plagas. Dado que con frecuencia resulta difícil determinar el origen del embalaje de madera, de acuerdo con la Sanidad Animal y Vegetal del Servicio de Inspección (APHIS - Animal Plant Health Inspection Service) de conformidad con la regla 7 CFR 319.40-3 (b) y las normas internacionales (NIMF # 15) requiere que: Todos los materiales de embalaje de madera sólida que entran en Estados Unidos de todas las áreas excepto en Canadá debe ser tratados de conformidad con las Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional, y están marcadas con una marca internacional de certificación de tratamiento.

Los requisitos tanto para la entrada de algunas frutas y verduras, consiste en un formulario que debe ser llenado y enviado electrónicamente a través de fax o correo al Departamento de Agriculture, Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS).

En la FDA Food and Drug Administration usted puede solicitar los siguientes documentos:

- Prior Notice (Notificación Previa)
- Custom Entry Form (Formulario de Inscripción Personalizada)
- Analysis Fisico (Análisis Físico)
- Muestra para laboratorio

Etiquetado: las etiquetas tendrán que estar en inglés y deberán contener la siguiente información:⁸⁰

- Nombre por el cual el producto será vendido
- Lista de ingredientes
- Cantidad neta
- Fecha de expiración
- Condiciones especiales de almacenamiento
- País de origen
- Instrucciones de uso
- Información de Lote

El envase contará con dos paneles:

- **Panel principal:** Colocar en el lado de mayor exposición para el consumidor.

- **Panel de información:** ubicado lado derecho

⁸⁰ Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN www.inen.gov.ec NTE INEN 1909:92 AL 02.03 – 449 8p. – 04/2010

4.2.2.2 EMBALAJES MÁS COMÚNES

Los pallets sirven para agrupar mercancías que se embalan dentro de cajas de madera o de cartón o láminas de metal, etc., facilitando así el transporte.

Estos pallets pueden asegurarse adicionalmente cubriéndolos con forros de papel o de plástico envolvente o de adherencia térmica.

GRÁFICO Nº 6
PALLET DE MADERA



Fuente: www.wikipedia.org

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

4.2.2.3 DAÑOS SUFRIDOS EN EL PRODUCTO DURANTE EL EMBALAJE

Se produce diversidad de lesiones en productos por cortes, perforaciones, golpes, etc., provocando como resultado de esto la pérdida de hidratación del producto.

Las condiciones ambientales, como el calor, afectan de tal forma que aquellos embalajes expuestos a él o cerca de instalaciones de

calefacción, producen el deterioro del producto ya que es importante la refrigeración para su mantenimiento. Los productos se dañan rápidamente y pierden su sabor natural. Si por el contrario se aumenta excesivamente la refrigeración del producto puede llegarse al punto de congelación y estos se deterioran.

4.2.2.4 ALMACENES Y EQUIPOS DE EMBALAJE

Un almacén es un lugar o espacio físico para el almacenaje de bienes. Los almacenes son usados por fabricantes, importadores, exportadores, transportistas, clientes.

Los almacenes de embalaje deben tener las siguientes características:

- Tanto el almacén como el equipo de embalaje debe tener dimensiones ajustadas a la mercancía.
- Facilidad de acceso desde las zonas de producción, como también para el transporte.
- Disponer de buenas instalaciones de refrigeración.
- Que el almacén no disponga de una instalación de equipo fija, para ser modificada cada vez que se requiera.

En el almacén los productos recién llegados del campo son seleccionados cuanto al tamaño del fruto, grado de madurez (color) y apariencia.

4.2.2.5 EQUIPO DE EMBALAJE

Los equipos de envasadoras son muchos y de diferentes formas. Cambia su estructura y características dependiendo del tipo de producto a envasar, por ello, su diseño de fabricación depende de los productos a envasar. Entre los diferentes tipos de envasadoras están las de malla

para productos sueltos, secos, etc., y las envasadoras de productos en bolsas cuyo funcionamiento de esta última se realiza introduciendo el producto en una cinta de entrada, donde avanza hasta que la máquina lo introduce en la zona de envasado.⁸¹

Embalaje mecanizado suelen emplearse cintas o correas transportadoras por donde el producto pasa y se va seleccionando. Los transportadores de rodillos trasladan las bandejas y cajas de una sección de trabajo a otra e incluso sirven para la carga en vehículos destinados al transporte de la mercancía.

Encajadora cerradora es una máquina que dispone de una cinta transportadora de envases. Posteriormente los envases llenos son depositados por una cinta transportadora a la caja, esta cinta está situada por la parte baja.

La introducción se realiza por un sistema de grúa de una forma suave. Una vez introducidos los envases en cajas, siguen avanzando por la cinta transportadora y por la parte de la maquinaria denominada "cerradora" produciéndose de esta forma el cerrado de las solapas y el precintado.

Cinta transportadora es un sistema de transporte continuo formado básicamente por una banda continua que se mueve entre dos tambores. La banda es arrastrada por fricción por uno de los tambores, que a su vez es accionado por un motor. El otro tambor suele girar libre, sin ningún tipo de accionamiento, y su función es servir de retorno a la banda. La banda es soportada por rodillos entre los dos tambores.

Precinto es un sello de seguridad, un dispositivo físico numerado que se coloca sobre mecanismos de cierre para asegurar que éstos no se abran

⁸¹ <http://html.rincondelvago.com/almacenes-y-manejo-de-materiales.html> – 09/2010

sin autorización (adrede o por accidente). Una vez colocado, el sello no puede eliminarse sin provocar su destrucción.

Sellos de este tipo se usan, por ejemplo, en las puertas de los contenedores aduaneros, una vez efectuada la verificación por parte de las autoridades.

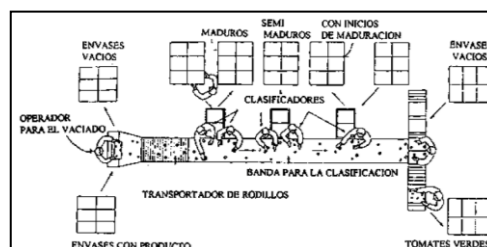
Paletizado es la acción y efecto de disponer mercancía sobre un palé para su almacenaje y transporte.

Las características de este tipo de envasado son las siguientes: que el encajado se realiza de forma automática, que el equipo dispone de dos cintas una transportadora de cajas y otra de envases, grúa para introducción del envase en la caja, cerrado automático de las solapas de la caja y precintado, material del que está compuesto el equipo (acero inoxidable).⁸²

Carretillas elevadoras son equipos de manejo de cargas cuya función es transportar las mercancías de un lugar a otro. La carretilla es un equipo que presenta una valoración en cuanto a su rendimiento en todo tipo de embalajes, la hace muy precisa y útil.

GRÁFICO Nº 7

CLASIFICACIÓN DEL FRUTO



Fuente: Selders – Cornell University

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

⁸² <http://html.rincondelvago.com/almacenes-y-manejo-de-materiales.html> – 09/2010

4.3 SELECCIÓN DEL MEDIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

El medio de transporte utilizado para exportar el tomate de árbol es por vía marítima.

El transporte marítimo es el que mueve mayor volumen de mercancías en el comercio internacional. El transporte marítimo es prácticamente el único medio económico para transportar grandes volúmenes de mercancías entre lugares geográficamente distantes. El mercado del transporte marítimo se clasifica, según el servicio que prestan los buques, en: líneas regulares y fletamientos.⁸³

Líneas regulares Son aquellas líneas que tienen rutas e itinerarios fijos, ofrecen espacio para pequeños embarques y generalmente traen carga heterogénea. La función de una línea regular es la de proporcionar un servicio en una ruta determinada, con disponibilidad de espacio, con la regularidad y frecuencia que el embarcador necesita y aceptar cargas de un gran número de embarcadores destinados a diferentes puertos a lo largo de la ruta.⁸⁴

Fletamiento es un tipo de contrato de transporte de mercancías por vía marítima. En este fletamiento una parte, el «fletante» o naviero, pone a disposición de otra, el «fletador», la totalidad de la capacidad de carga de un buque para un determinado viaje, a cambio de un precio denominado «flete».⁸⁵

⁸³ http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_mar%C3%ADtimo – 09/2010

⁸⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_mar%C3%ADtimo – 09/2010

⁸⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_mar%C3%ADtimo – 09/2010

4.4 CONSOLIDACIÓN DE CARGA

La consolidación de carga es la reducción de costos por unidad transportada; es decir, el costo por caja, pieza, kilo, etc.

Es la agrupación de mercancías correspondientes a varios embarcadores para ser transportadas hacia o desde el Ecuador, para uno o más destinatarios, mediante contrato con un consolidador o Agente de Carga debidamente autorizado por la SENA E.

Cuando la consolidación de carga incluya mercancía embarcada por otra consolidadora, esta empresa deberá cumplir con todos los requisitos estipulados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador para el ejercicio de su actividad.

4.5 COTIZACIONES Y TARIFAS

Para realizar las cotizaciones para la exportación del tomate de árbol al puerto de Miami se necesita de varios datos importantes como son:

- Medidas de las cajas de madera de la fruta
- Medidas del contenedor a utilizar para conocer cuantas cajas entran en el contenedor
- Peso volumen
- Peso físico

PASOS PARA SOLICITAR UNA COTIZACIÓN

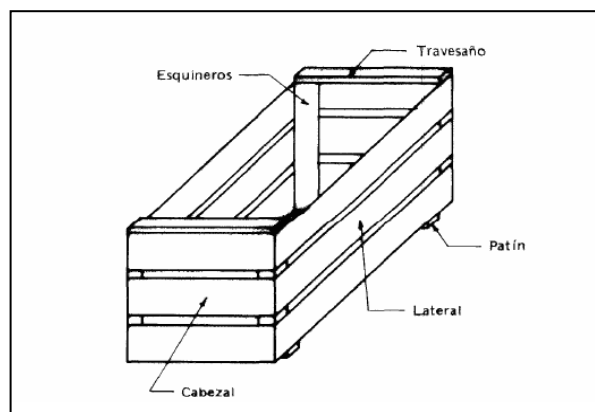
1.- Conocimiento pleno de la mercancía que se desea enviar.

2.- Solicitar mediante teléfono, fax, internet, los precios y detalles de la cotización.

3.- Elegir varias consolidadoras de carga y enviarles la propuesta de lo que necesitamos.

4.- Tan pronto tenemos las diversas cotizaciones de las diferentes consolidadoras de carga, se procede a aceptar la propuesta que más nos convenga en precio y tiempo.

MEDIDAS DE LA CAJA DE MADERA



Las medidas de la caja de madera del tomate de árbol son:

- **Alto:** 22 cm.
- **Largo:** 33 cm.
- **Ancho:** 15 cm.

Para obtener el peso volumen para la cotización utilizamos la Fórmula Volumétrico es decir:

$$\text{Fórmula} = \frac{\text{largo}(cm) \times \text{ancho}(cm) \times \text{alto}(cm)}{\frac{1}{6000kg} \text{ cm}^3}$$

$$\text{Peso Volumen} = \frac{33\text{cm} \times 15\text{cm} \times 22\text{cm}}{6000\text{kg}}$$

$$\text{Peso Volumen} = \frac{10890}{6000\text{kg}}$$

$$\text{Peso Volumen} = 1.82 \text{ kg.}$$

Luego de obtener todos los datos necesarios se envía a una consolidadora de carga para recibir la respectiva cotización.

TÉRMINOS LOGÍSTICOS UTILIZADOS EN LA COTIZACIÓN

THC o Handling: es la manipulación de la mercancía en puertos y aeropuertos.

Inland: es el transporte interno de la mercancía, y se lo realiza fuera del perímetro urbano.

Clippon o Generador: es el aparato al cual el contenedor debe estar conectado para que la mercancía permanezca congelada o refrigerada.

Eccho: es un cargo que se cobra por el manipuleo de contenedores de exportación.

Pick up: es el transporte interno, y se lo realiza dentro del perímetro urbano.

Consolidación: es el proceso de agrupamiento de cargas parciales compatibles por naturaleza y destino con el fin de aprovechamiento de bodega y abaratamiento de costos involucrados en el transporte.

Consignatario: es la persona física o jurídica a quien va dirigida la carga en el lugar de destino final.

Bunker: es el combustible residual que se obtiene de la destilación y refinación de los hidrocarburos, generalmente tiene un precio bajo por esa condición (residuo) es por esto que se prioriza su uso en aplicaciones donde el consumo de energía es importante, como las aplicaciones navales, la generación eléctrica, hornos de precalentamiento de Palanquilla en las Acerías, etc.

4.6 CADENA DE VALOR DE LA LOGÍSTICA

La cadena de valor es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final.⁸⁶

La cadena de valor ayuda a determinar las actividades o competencias distintivas que permiten generar una ventaja competitiva.

La ventaja competitiva se deriva de la manera cómo las empresas organizan y llevan a cabo actividades discretas. El funcionamiento de las empresas puede dividirse en diferentes actividades por medio de las cuales crean valor para sus compradores; éste es medido por el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto o servicio.

A continuación se detalla la cadena de valor realizada para la exportación de tomate de árbol desde el Centro de Acopio o Producción (Patate - Ecuador) hasta el destino final (Puerto de Miami).

⁸⁶http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor – 09/2010

	ACTIVIDAD	TIEMPO	COSTO USD
ANTES EMBARQUE			
	Negociación con el cliente	1 día	00.00
	Transporte local Proveedor – Exportador	6 horas	80.00
	Coordinación Naviera	1 hora	00.00
	Transporte Local Exportador – Naviera	1 hora	30.00
	Orden de Embarque	1 hora	00.00
	Embalaje del producto	3 horas	00.00
	Entrega de la carga	2 horas	00.00
	Inspección Antinarcoáticos	1 hora	00.00
DURANTE EL EMBARQUE			
	Elaboración de la Guía	1 hora	00.00
	Envío de documentos para comprador	1 día	00.00
	Transmisión de la Guía	4 horas	00.00
	Manifiesto electrónico	1 hora	00.00
	Flete Internacional GYE - MIAMI	8 días	4450.00
	Corte de guía	1 hora	45.00
	Entrega Guía Original	3 días	00.00
DESPUES DEL EMBARQUE			
	Recopila y revisa documentos	1 día	00.00
	Transmisión de la DAU 40	1 hora	00.00
	Ingreso DAU y Docts. Aduana Dpto. Expor.	1 día	00.00
	Revisión y aprobación de DAU 40	1 día	00.00
	Cierre y legalización Exportación	1 día	00.00
	Totales:	18 días	4605.00

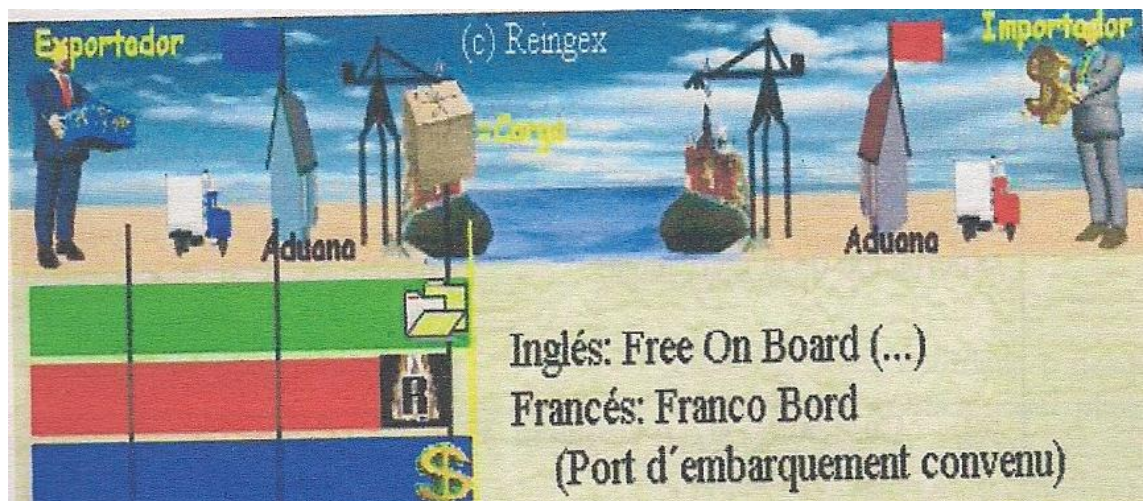
NOTA: Cuando la negociación se realiza en términos FOB el flete Internacional es un gasto del Importador, se analiza este costo por que también forma parte de la Importación a pesar de que no corra por cuenta del exportador.

4.7 INCOTERM UTILIZADO PARA LA EXPORTACIÓN DEL TOMATE DE ÁRBOL

Para la exportación del tomate de árbol, el término de negociación a utilizar es el FOB (Free on Board), ya que es uno de los términos más utilizados en el comercio internacional.⁸⁷

FOB (Free on Board)

FRANCO A BORDO (...puerto de carga convenido)



“**Franco a Bordo**” significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador debe soportar todos los costes y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto. El

⁸⁷ INCOTERMS 2011 Cámara de Comercio Internacional – 01/2011

término FOB exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores. Si las partes no desean que la entrega de la mercancía se efectúe en el momento que sobrepasa la borda del buque, debe usarse el término FCA (franco transportista... lugar convenido).

Vendedor: entrega la mercancía pasando la borda del buque en puerto convenido y asume los riesgos por deterioros o daños en la mercancía hasta aquel momento. Debe tener en cuenta el transporte interno, gastos de despacho, derechos aduaneros de exportación y gastos de carga.

Comprador: paga los gastos de inspección, derechos, impuestos, cargos oficiales propios de la importación y las de transporte desde el puerto de embarque, desde que la mercancía pasa la borda del buque.⁸⁸

4.8 TIPO Y TAMAÑO DEL CONTENEDOR UTILIZADO

Un contenedor es un recipiente de carga para el transporte aéreo, marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal. Las dimensiones del contenedor se encuentran normalizadas para facilitar su manipulación.

Por extensión, se llama contenedor a un embalaje de grandes dimensiones utilizado para transportar objetos voluminosos o pesados: motores, maquinaria, pequeños vehículos, etc. Es conocido también por su nombre en inglés, container.

Los contenedores suelen estar fabricados principalmente de acero corten, pero también los hay de aluminio y algunos otros de madera contrachapada reforzados con fibra de vidrio. En la mayor parte de los

⁸⁸ INCOTERMS 2011 Cámara de Comercio Internacional – 01/2011

casos, el piso es de madera, aunque ya hay algunos de bambú. Interiormente llevan un recubrimiento especial anti-humedad, para evitar las humedades durante el viaje. Otra característica definitoria de los contenedores es la presencia, en cada una de sus esquinas, de alojamientos para los *twistlocks*, que les permiten ser enganchados por grúas especiales, así como su trincaje tanto en buques como en camiones.

Existen de diversas clases y tamaños, incluso refrigerados para cierto tipo de mercaderías como concentrados de frutas, alimentos perecibles, etc., dan una gran protección a la mercadería que se transporta, facilitan su embarque y desembarque y sobre todo ayudan a obtener una prima de seguro más barata en comparación a una carga suelta.

El contenedor que se va a utilizar en la exportación del tomate de árbol es: Contenedor Reefer 40 Pies porque la mercancía que se va a exportar necesita de un tratamiento especial, es decir, que permanezca congelada o refrigerada.

CONTENEDOR REEFER 40 PIES

GRÁFICO Nº 8

CONTENEDOR REEFER 40 PIES



Fuente: www.wikipedia.org

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

El contenedor refrigerado, también conocido como reefer, actúa como un refrigerador móvil. La maquinaria usada hoy está actualizada con la última tecnología moderna y puede mantener una temperatura interna estable por semanas con una máxima variación de 0.01 grados Celsius. Estos contenedores reefer pueden controlar temperaturas desde -30°C a $+50^{\circ}\text{C}$.⁸⁹

Cuentan con un sistema de conservación de frío o calor y termostato. Deben ir conectados en el buque y en la terminal, incluso en el camión si fuese posible o en un generador externo, funcionan bajo corriente trifásica. Algunas de las marcas que se dedican a fabricarlos: Carrier, Mitsubishi, Termoking.

MEDIDAS DEL CONTENEDOR REEFER DE 40 PIES

Exterior

- **Largo:** 12.19 m.
- **Ancho:** 2.43 m.
- **Alto:** 2.59 m.

Interior

- **Largo:** 11.32 m.
- **Ancho:** 2.28 m.
- **Alto:** 2.19 m.

Puertas Abiertas

- **Ancho:** 2.28 m.
- **Alto:** 2.12 m.⁹⁰

⁸⁹ www.wikipedia.org/contenedor.htm – 08/2010

⁹⁰ www.wikipedia.org/contenedor.htm – 08/2010

Capacidad

2004 pies cúbicos

56.7 metros cúbicos

Tara

11.350 libras

5150 kg.⁹¹

En un Contenedor Reefer de 40 pies se exportará 4590 cajas de tomate de árbol al mercado norteamericano.

⁹¹ www.wikipedia.org/contenedor.htm – 08/2010

CAPITULO V

PLAN DE MARKETING

La microempresa Tierra Grande S.A., sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelve, precisa elaborar un Plan de Marketing.

TIERRA GRANDE; principalmente estará orientada a la comercialización de tomate de árbol en el mercado estadounidense, considerando que nuestro país tiene ventaja competitiva en la producción, además, se presenta una oportunidad en el mercado de destino por sus valores nutritivos y beneficios para la salud humana como eliminación de colesterol, migraña, inflamación de las amígdalas.

5.1 DESCRIPCIÓN DE LA MICROEMPRESA

TIERRA GRANDE, se desarrollará en actividades comerciales como distribuidor mayorista, en un ambiente geográfico de alcance internacional. De acuerdo a su volumen de operaciones, se la puede considerar como una microempresa. Tierra Grande S.A., surge de la necesidad de promover el tomate de árbol en el exterior, así como, de proyectar una visión más amplia del país durante los próximos años.

OBJETIVO

Posicionarse como empresa exportadora y comercializadora de tomate de árbol en el mercado estadounidense.

5.1.1 LOGOTIPO Y SLOGAN DE LA MICROEMPRESA

GRÁFICO Nº 9

LOGOTIPO TIERRA GRANDE S.A.



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras, programa paint.

El logo es un elemento gráfico, verbo – visual que identifica la línea de negocio en este caso la exportación de tomate de árbol con el slogan **Ecuador Exported Quality (Ecuador Exporta Calidad)**.

5.1.2 MISIÓN DE LA MICROEMPRESA

Comercializar el tomate de árbol de alta calidad y fresca a la canasta familiar, con un servicio eficiente a nuestros clientes y distribuidores, brindando satisfacción integral, además mantener nuestro compromiso con el consumidor, fortalecernos en el crecimiento y dominio del mercado estadounidense mediante la oferta del tomate de árbol. Continuar nuestro crecimiento controlado, basados en la experiencia, la ética, la asesoría, el desarrollo humano y la retribución justa para los propietarios y empleados.

5.1.3 VISIÓN DE LA MICROEMPRESA

Convertirnos en una empresa sólida a mediano plazo, líder del mercado ecuatoriano exportador de Tomates de Árbol, mejorando continuamente la calidad del fruto, incrementando nuestra infraestructura para así aumentar nuestro volumen de ventas e investigando más sobre la producción de este producto para lograr de este negocio algo muy sólido y rentable.

5.1.4 PRINCIPIOS DE LA MICROEMPRESA

- La empresa debe ser capaz de cumplir con la cantidad de Tomate de Árbol requerida en cada pedido.
- La empresa debe asegurar un estándar de calidad de los productos comercializados y exportados.
- Trabajo en equipo para obtener los resultados deseados.

5.2 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

La estrategia de crecimiento más adecuada para la Exportación de Tomate de Árbol a Estados Unidos es:

- Penetración en el mercado
- Desarrollo de productos

5.2.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

5.2.1.1 Estrategia de Penetración en el Mercado

- Posicionamiento de la marca
- Aumentar las ventas del producto actual (tomate de árbol) en el mercado actual (Estados Unidos).

- Aumentar el tamaño del mercado
- Hallar nuevas oportunidades de utilización del tomate de árbol
- Mejorar el producto ofertado
- Mantener un nivel de penetración en el mercado
- Incentivar a los clientes a que compren la fruta (tomate de árbol)

5.2.1.2 Estrategia de Desarrollo de Productos

- Mejorar la seguridad o el confort del producto
- Aumentar las ventas desarrollando productos nuevos.
- Desarrollar nuevos productos derivados del tomate de árbol por ejemplo mermelada de tomate de árbol, pulpa, jugo, etc.
- Ofrecer el producto en diferentes formas
- Establecer normas de calidad

5.3 ATRACTIVO / COMPETITIVIDAD

5.3.1 ATRACTIVO

- Características físicas del producto
- Producto Nutritivo
- Cualidades curativas
- Es muy apetecida en el mercado internacional
- Tiene un sabor agri dulce
- Por su variedad
- Es utilizado como fruta fresca o para su transformación
- Crecimiento en exportaciones
- No existen restricciones de exportación a los Estados Unidos
- El certificado fitosanitario es de fácil obtención
- El embalaje de de fácil manipulación y resiste a la humedad

5.3.2 COMPETITIVIDAD

- Variación de precios
- Diferentes zonas de cultivos
- Existen varios productores de la fruta
- La fruta está amparada por normas de calidad
- Preferencias arancelarias
- Ferias internacionales
- Bajos costos de exportación

5.4 OBJETIVOS DEL MARKETING

TABLA N° 14

OBJETIVOS DEL MARKETING

	¿QUIÉN?	¿POR QUÉ?	¿CUÁNDO?	¿CÓMO?	¿DÓNDE ?
EL QUE USA	Hombres y Mujeres que consumen tomate de árbol.	Por ser un alimento nutritivo, natural, saludable.	Al momento de sentir la necesidad de alimentarse.	Adquiriendo el producto en cartón herméticamente cerrada, para consumir directamente el producto.	En los puntos de venta del producto.
EL QUE INFLUYE	Amigos, Familiares, Publicidad	Por lo natural Por publicidad	Al momento de tener que elegir en otros productos como: bebidas, jugos, batidos.	Ofreciéndola como un producto de excelente calidad y que ayuda a mantener una buena salud.	En el lugar de trabajo, hogar.
EL QUE DECIDE	El consumidor	Por los beneficios que espera.	Evaluando si el producto cumple con sus expectativas.	Recolectando información.	En el lugar de trabajo, hogar.
EL QUE COMPRA	El consumidor	Beneficios que espera.	Después de haber tomado la decisión.	Comprando y consumiendo el producto.	En los puntos de venta del producto.

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras

5.5 CONTEXTO ESTRATÉGICO

1. Estrategia de segmentación de mercado: Es relevante especializarse en un fragmento del mercado cautivo. Pero para realizarlo, es indispensable definir el nivel de segmentación adecuada de acuerdo con las características del mercado de la empresa, es decir, se va a vender a supermercados.

2. Estrategia del producto: El tomate de árbol es rico por sus variedades nutritivas, su sabor es agri dulce, es usado para diferentes transformaciones como jugos, jaleas, mermeladas, helados.

3. Estrategia de precio: Mantener la política de estacionalidad en los precios y realizar un estudio sobre la posibilidad de fijar los precios en función de la competencia o la demanda, es decir, el precio de la fruta es de USD \$ 12,00.

4. Estrategia de comunicación: Para incentivar la promoción del producto, fortalecer la publicidad para captar los mercados, promover las relaciones públicas para elevar y personalizar la atención a los clientes, es necesario crear una página web o a su vez mostrar el producto a través de una feria internacional.

5.5.1 VENTAJAS COMPETITIVAS

Las ventajas competitivas que ofrece el tomate de árbol son:

- Producto 100% natural
- Fruto de alta calidad
- Producto con valores nutricionales

5.5.2 ESTRATEGIA DEL MERCADO META

Las estrategias de marketing se concentran en un solo nicho de mercado que es Estados Unidos, esta estrategia es conocida como Estrategia de Mercado Meta Concentrado, de esta manera todas las ventas se enfocaran hacia la comercialización de los productos a este país.

El posicionamiento del tomate de árbol se basa en los atributos del producto como lo es su calidad y valor nutricional.

5.5.3 POSICIONAMIENTO

El tomate de árbol se lo dará a conocer a través de una feria internacional para que este producto agrícola tenga una demanda en el mercado internacional.

La feria internacional se realizará de la siguiente manera:

FRUIT LOGÍSTICA 2011

Sector: Frutas y Vegetales Frescos

Fecha: 11 – 15 de Mayo

Localidad: Miami

País: Estados Unidos

Información de la Feria

Esta feria le ofrece al sector de frutas la oportunidad de presentar su gama de servicios desde la plantación hasta la venta. Uno de los principales atractivos de FRUIT LOGÍSTICA es que se trata de un evento compacto, altamente eficaz que se centra en grupos objetivos específicos.

En particular, ofrece a los expositores de países en desarrollo, así como los recién llegados de Europa Central y Oriental, un lugar excelente para

presentar sus productos en el comercio internacional.

Lugar: Exhibition ground Messe Miami – Estados Unidos

Horario: 9 a.m. / 6 p.m.

Productos a exhibirse: Productos frescos perecederos, frutas y hortalizas, servicios y gestión logística.

Información adicional del evento: FRUIT LOGÍSTICA se celebra por segundo año consecutivo, en paralelo a FRESHCONEX, feria especializada en productos “Fresh – Cut Convenience”.

Página Web del evento: <http://www.fruitlogistica.de/>

Empresas ecuatorianas que participaron en la última edición: Banana Exchange Del Ecuador, Bio Del Pacifico C.A. Biopaca, Bonanza Fruit Co. S.A., Delindecsa S.A., Expoglobal – Grupo Chong – Qui, Exportadora Soprisa S.A., Fundación Mango Ecuador, Isabelni S.A., Kimtech, Koine S.A., Interfruit Import&Export, Nelfrance Export S.A., Reybanpac C.A., y Terrafresco.

Inversión

USD \$ 6,500 9m (Este valor incluye el 50% cubierto por Corpei)

USD \$ 2,000 4m Oficina de reuniones

5.6 ESTRATEGIA DE LA MEZCLA DEL MARKETING

5.6.1 EL PRODUCTO

Tomate de Árbol contiene vitamina A, B, E y C, indicado para todas las personas que sufren de carencias en su organismo.

Es muy consumido por personas que no toleran los cítricos o el pimiento u otros vegetales, tradicionalmente recomendado en afecciones gripales porque tiene abundancia de fibras con lo que ayuda a las funciones intestinales.

5.6.2 USOS DEL TOMATE DE ARBOL

El tomate de árbol se consume como fruta fresca, es materia prima en la industria para la preparación de jugos, compotas, conservas dulces, jaleas, gelatina, mermelada y concentrados congelados. Es considerado en fruto terapia, como una de las frutas que fortalecen el cerebro, y contribuye a curar migrañas y cefaleas severas. Los estudios realizados indican que tiene sustancias como el ácido gamma amino butírico que baja la tensión arterial.⁹²

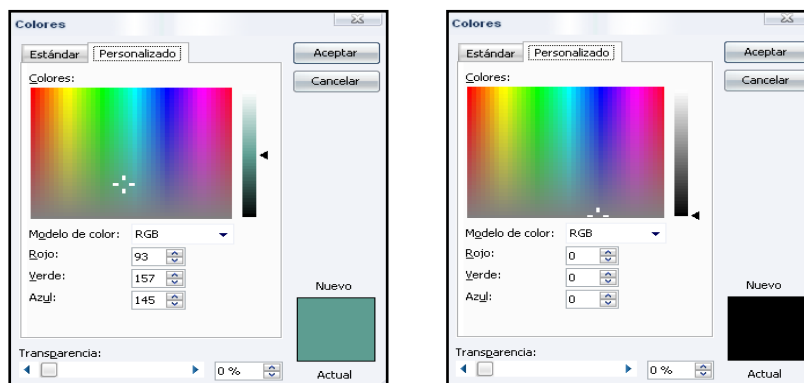
5.6.3 MARCA DEL PRODUCTO

Para la elaboración de la marca del producto seguimos los siguientes pasos.

Primero seleccionamos la GAMA CROMÁTICA: El estándar universal planteado para el uso de colores es el siguiente:

- **GAMA CROMÁTICA:** El estándar universal planteado para el uso de colores es el siguiente:

TIERRA GRANDE S.A.

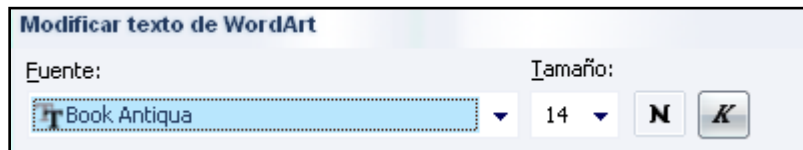


⁹² <http://www.fao.org/inpho/content/documents/vlibrary/ae620s/Pfrescos/TOMATEDEARBOL.HTM> – 08/2010

ECUADOR EXPORTED



- **TIPOGRAFÍA CORPORATIVA:** el tipo de letra se escoge para dar un resalte de facilidad de lectura y porque llama la atención de todas las personas.



TIERRA GRANDE S.A.

Book Antiqua

Normal	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890
Negrita	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890
<i>Cursiva</i>	<i>ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ</i> <i>Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890</i>
<i>Negrita Cursiva</i>	<i>ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ</i> <i>Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890</i>

➤ **LOGOTIPO**



TIERRA GRANDE S.A.

Este logotipo se va a utilizar porque la microempresa se dedica a la Exportación de Tomate de Árbol por lo cual se indica la calidad del producto que se va a ofrecer.

➤ **SLOGAN**

ECUADOR EXPORTED QUALITY → ECUADOR EXPORTA CALIDAD

Este slogan significa ECUADOR EXPORTA CALIDAD porque brinda productos de calidad a otro país, se escribe en inglés porque se va a Exportar el Tomate de Árbol a un país con diferente idioma como es Estados Unidos de Norteamérica.

➤ **MARCA**



Se selecciona esta marca porque es sencilla, clara; además es concreta y fácil de recordar.

5.6.4 EMPAQUE Y EMBALAJE

El tomate de árbol se comercializa en diferentes empaques de acuerdo con el mercado al cuál va dirigido. Para manipular el producto las canastillas plásticas son muy útiles igual que las cajas de madera; y para exportar, las cajas de cartón son los empaques más comunes, tienen capacidad de 2 – 2.5 Kg. o 18 – 25 unidades en una sola capa, con separadores y una capa amortiguadora.

Los empaques deberán brindar la suficiente protección al producto, de manera que se garantice la manipulación, transporte, y conservación. El contenido de cada empaque debe ser homogéneo y estar constituido por tomates del mismo origen, variedad, categoría, color y calibre.

Los materiales utilizados deben ser nuevos, limpios y que no ocasionen ningún tipo de alteración al producto.

Se permite la utilización de materiales, papeles o sellos, siempre que no

sean tóxicos. El transporte para exportación se realiza en avión bajo clima templado o vía marítima en contenedores refrigerados a una temperatura de 2º centígrados.

El tomate de árbol debe comercializarse en cajas de madera, que reúnan las condiciones de higiene, ventilación, resistencia a la humedad, manipulación y transporte, de modo que garanticen una adecuada conservación del producto.

5.7 PLAZA / DISTRIBUCIÓN

El producto se venderá en el mercado interno a los mayoristas, en el mercado externo la fruta se comercializará a Estados Unidos a través de brokers, usualmente a consignación.

5.7.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Un plan de publicidad se basa en diseñar productos que busquen satisfacer los gustos o necesidades del cliente, establecer precios de acuerdo a su capacidad económica, canales de venta o distribución que se encarguen de distribuir o vender el producto en lugares donde frecuentan, establecer mensajes publicitarios para obtener mejores resultados en él.

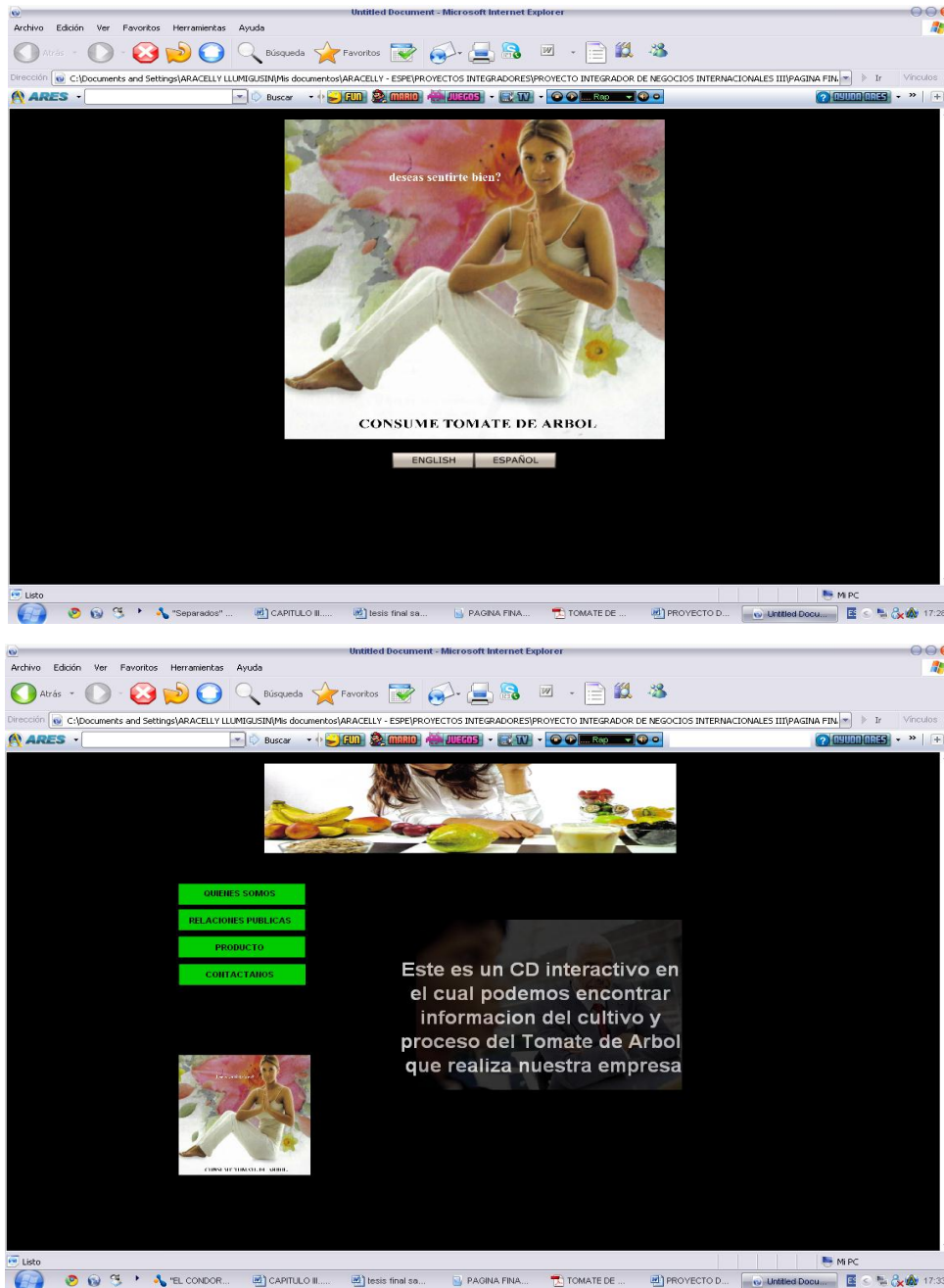
Una de las estrategias de comunicación que se aplicará para la comercialización de tomate de árbol es la de Cybermarketing a través del Internet se podrá aplicar diferentes estrategias de marketing, se puede decir, que en la actualidad este medio de comunicación es el más rápido y uno de los más utilizados en el mundo ya que se ha convertido en una herramienta principal para la comercialización y el marketing de diferentes productos, ya que mediante este medio se puede promocionar, vender y

establecer nuevos contactos.

Con el diseño de una página Web se podrá difundir todos los beneficios que tiene el producto y toda la información de la empresa que va a exportar el producto, e incluso las personas que visiten la página Web podrán solicitar precios, cotizaciones y hacer pedidos.

GRÁFICO Nº 10

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras

5.8 EL PRECIO

Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo, etc.

5.8.1 PRECIOS DE EXPORTACION DEL ECUADOR

Con el fin de simplificar el análisis, se han tomado en consideración los precios FOB de exportación y el volumen del producto para los principales destinos de la fruta ecuatoriana: Alemania, Estados Unidos, Países Bajos y Canadá. En el caso de Estados Unidos, los precios han variado sustancialmente.

En el año 2008, se registró un precio de 2.62 USD por kilo, 19.6% más alto que el registrado en 2006; en tanto que en el año 2007, el precio por kilo fue de 2.44 USD, 48% menor que el del año 2008 y 36.2% más alto que el precio establecido en 2009. En Europa y Asia, los precios de la fruta tienen tendencia al aumento.

5.9 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos.

La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre si para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor.

5.9.1 PROMOCIÓN

Las estrategias que se aplicarán para promocionar los productos de Tamarillo son los siguientes:

- Página WEB.
- Participación en Ferias Internacionales de Estados Unidos.

5.9.2 COMERCIALIZACIÓN INTERNA

En el Ecuador, la comercialización del tomate de árbol se realiza todavía de manera artesanal: los productores comercializan el producto a los mayoristas o personas intermediarias en cajas de madera o en saquillos.⁹³

El productor puede vender la fruta en el campo; cosechar y vender la fruta en sacos de polietileno al mayorista, o bien empacar en cajas de madera, fletar un transporte y llevar a vender su fruta a comerciantes minoristas o en el mercado mayoristas, o bien ampliar los canales de comercialización al vender directamente al consumidor como la venta de cajón, en camioneta, alternativa que algunos productores utilizan en ferias libres o esquinas en calles y avenidas, cuando tienen su producción relativamente cerca de un centro urbano.

5.9.3 COMERCIALIZACIÓN EXTERNA

La fruta se comercializa a Europa a través de importadores y/o mayoristas; mientras que a los Estados Unidos y Japón se distribuye a través de brokers, usualmente a consignación. La periodicidad del envío

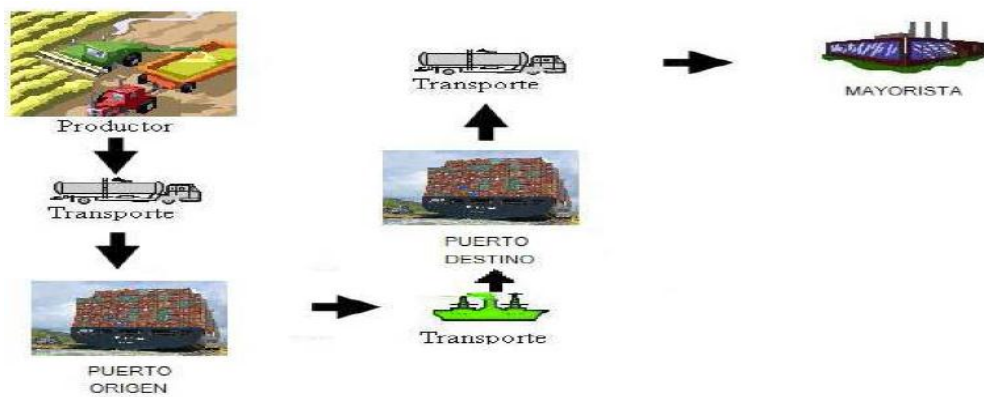
⁹³ www.magap.gov.ec – 09/2010

depende del tipo de cambio, de la estación, del precio, entre otros factores.

- **Comercializadora o bróker:** Sirve como intermediario para distribuir el producto al consumidor nacional e internacional.

GRÁFICO Nº 11

ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL



Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

Fuente: Realizado por autoras.

La cadena de distribución para la exportación de tomate de árbol termina en el puerto de origen en la borda del buque es decir porque se realiza la negociación en término FOB.

CAPITULO VI

ANÁLISIS FINANCIERO

El objetivo del análisis financiero es determinar la viabilidad financiera del proyecto, con el que se puede establecer los niveles de seguridad para la recuperación de la inversión con la utilidad, razón por la cual en este análisis debe incluirse: capital invertido, costo de oportunidad y otros rubros necesarios para conocer el riesgo que va a asumir la empresa.

La empresa debe contar con la suficiente capacidad para cumplir con obligaciones a corto, mediano y largo plazo; consolidándose como un proyecto rentable, liquido y solido, para lograr una rentabilidad alta y atractiva así como también cumplir objetivos empresariales y de terceros especialmente de los accionistas.

El análisis financiero permitirá evaluar el plan de negocio para identificar si el proyecto es viable.

Los parámetros para realizar el análisis financiero son los siguientes:

- Se realizará los indicadores financieros del estado de situación inicial sobre la base de las inversiones a ser realizadas y de los mecanismos para obtener el dinero para apalancar el negocio.
- Se elaborará el flujo de caja para establecer un análisis comparativo de la utilidad pronosticada y la inversión realizada, bajo políticas que permitan lograr los objetivos propuestos. Además podremos establecer cronogramas para cumplir con nuestras obligaciones así como también con la recuperación de capital invertido.
- Se obtendrá indicadores de evaluación de la inversión para conocer el grado de rentabilidad.

6.1 INVERSIONES

Identificar las inversiones para la ejecución de un proyecto es muy importante, ya que con esto se puede conocer el monto con el que cuenta el negocio para iniciar sus operaciones y cómo deberán ser las inversiones.

Las inversiones son colocaciones de dinero por lo cual la empresa espera obtener ganancias a largo plazo para incrementar el patrimonio a través de intereses, dividendos o por la venta del producto con un margen de ganancia que supere al costo, esto se representa contablemente como una cuenta de activo.

ACTIVOS: Se define como activo a todos los bienes y valores de propiedad de la entidad y que están al servicio de la misma con el objetivo de obtener utilidad. Estos bienes tienen mucha probabilidad de generar un beneficio económico y varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, por ejemplo una pequeña empresa de servicios puede tener una oficina, la cual puede ser suficiente para el desarrollo de sus actividades, en cambio una gran industria necesita de una planta industrial, maquinaria, vehículos, edificios, muebles, etc.⁹⁴

PASIVOS: Son todas las obligaciones que tiene por pagar la empresa a sus acreedores y se reflejan en el primer segmento de la segunda parte del balance a una fecha señalada en el mismo documento. Comprende también las fuentes de financiación de una entidad, en muchas ocasiones, las empresas deben acogerse al endeudamiento para poder adquirir activos, es decir obtienen un bien pero a la vez contraen una deuda, aplicando de esta forma la partida doble.

⁹⁴ www.mailxmail.com/curso-contabilidad-computarizada-introduccion-generalidades-definiciones/activo-pasivo-patrimonio-ecuacion-contable-sus-variaciones-ilustracion - 12/2010

PATRIMONIO: El Patrimonio es el segundo segmento de la segunda parte que completa un balance de situación y constituye el derecho de propiedad que tiene la empresa sobre la diferencia entre el activo menos el pasivo. En este segmento también se reflejan los resultados obtenidos por la gestión de la entidad, es decir la utilidad o pérdida obtenida en un ejercicio contable determinado, así como también las reservas y los resultados obtenidos de ejercicios anteriores.

La empresa Tierra Grande S.A. tiene como estructura inicial una inversión de \$40.840,00; la misma que está distribuida de la siguiente manera:

- **ACTIVOS CORRIENTES:** \$31.540,00
- **ACTIVOS FIJOS:** \$7.300,00
- **ACTIVOS DIFERIDOS:** \$2.000,00

La inversión deberá ser financiada de la siguiente manera:

- Contamos con un capital propio de \$ 15.840,00

Un préstamo bancario, que se servirá para financiar la compra de la mercadería, fijándose una tasa de interés por un valor de \$ 25.000,00.

TABLA N° 15
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ESTADO DE SITUACION INICIAL					
TIERRA GRANDE S.A.					
25 DE ENERO DEL 2010					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		31540,00	PASIVO CORRIENTE		25000,00
CAJA - BANCOS	4000,00		PRESTAMO BANCARIO	25000,00	
INVENTARIOS	27540,00				
ACTIVOS FIJOS		7300,00	PATRIMONIO		15840,00
MUEBLES Y ENSERES	4300,00		CAPITAL SOCIAL	15840,00	
EQUIPO DE COMPUTACION	3000,00				
ACTIVO DIFERIDO		2000,00			
GASTOS DE CONSTITUCION	2000,00				
TOTAL ACTIVOS		40840,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		40840,00

Fuente: Empresa Tierra Grande S.A.

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

6.1.1 ACTIVOS CORRIENTES

Comprende los bienes y derechos que razonablemente pueden ser convertibles en efectivo o que por su naturaleza pueden estar disponibles en un período no superior a un año. Estos pueden ser: mercaderías que se venden dentro de un período corto inferior a un año, cuentas por cobrar, dinero en efectivo, entre otros.

Los activos corrientes son de vital importancia para una empresa, se ha determinado que para nuestra empresa necesitamos \$ 4.000,00 en efectivo, y una inversión en mercadería de \$27.540,00 que respalda el 87% de la exportación de 4590 cajas de tomate de árbol lo cual constituye todos los valores de la logística utilizada para la exportación del producto.

6.1.2 ACTIVOS FIJOS

Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.

A continuación se detalla los activos fijos con los que contamos para la exportación de tomate de árbol:

- Muebles y Enseres \$ 4.300,00
- Equipo de computación: \$ 3.000,00

Para el tratamiento de los activos fijos debemos aplicar el porcentaje de depreciación, de acuerdo a la legislación ecuatoriana establecido de la siguiente manera:

- Muebles y Enseres: 10% anual
- Equipo de computación: 33.3% anual

6.1.3 ACTIVOS DIFERIDOS

Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.

Esta empresa será constituida como una Sociedad Anónima, mediante la suscripción de un contrato debidamente notariado.

Para la ejecución de una adecuada actividad se deberá elaborar manuales de procedimientos, para esto se invertirá \$2.000,00

Se han considerado los siguientes activos diferidos necesarios para el inicio de las actividades de la empresa:

TABLA N° 16

ACTIVOS DIFERIDOS / CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Aprobación de Constitución (a)	\$ 400,00
Publicación de Extracto (b)	\$ 15,00
Certificación Municipal (c)	\$ 0,00
Afiliación Cámara de Comercio (d)	\$ 74,00
Afiliación Cámara de Industrias (e)	\$ 231,00
Afiliación Cámara de Agricultura (f)	\$ 200,00
Registro Mercantil (g)	\$ 30,00
Notaría - Anotación Marginal (h)	\$ 30,00
SRI - Obtención del RUC (i)	\$ 0,00
Inscripción en Registro Societario (j)	\$ 20,00
Patente Municipal (k)	\$ 1.000,00
Total Activos Diferidos	\$ 2.000,00

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

6.2 GASTOS PRESUPUESTADOS

6.2.1 COSTOS VARIABLES

Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, es decir, si no hay producción no hay costos variables y si se producen muchas unidades el costo variable es alto.

La empresa tiene dentro de su línea de productos de acuerdo al enfoque de mercadeo establecido en el plan estratégico el siguiente producto:

- Tomate de árbol (en estado fresco – natural)

El costo variable del tomate de árbol al ser un producto para la exportación estará compuesta por los siguientes rubros: costos de compra al productor nacional, costos de exportación que está formado por el costo del transporte interno desde Patate hacia Guayaquil y costos de formalidades nacionales para la exportación.

El costo variable por la caja de tomate de árbol obtendremos dividiendo los costos de la mercadería más los costos de exportación para las 4590 cajas, como se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA Nº 17
COSTO DE EXPORTACIÓN DE LA MERCANCÍA (1 CONTENEDOR 40')

PRECIO DE EXPORTACION	COSTO VENTA UNITARIO	TOTAL CAJAS	TOTAL
COSTO DE VENTA / TOMATE DE ARBOL	6,00	4590	27540,00
EMPAQUE	0,11	4590	504,90
TRANSPORTE INTERNO			650,00
TOTAL			28694,90

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

6.2.2 COSTOS FIJOS

Son aquellos costos que permanecen constantes durante un período de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción. Dentro de este rubro se encuentra por ejemplo:

- Alquiler
- Amortizaciones
- Servicios públicos (luz, agua, teléfono, internet)
- Sueldos, entre otros

Dentro de los costos fijos para realizar este análisis lo consideramos al arriendo de la oficina, servicios básicos, internet, suministros y materiales, gastos de formalidades para la exportación, movilización, sueldos y salarios, depreciación de muebles y enseres, depreciación de equipos de oficina, diseño de página web, amortización de interés, cuota de capital.

A continuación se detalla el cálculo de los costos de depreciación, amortización de deuda, sueldos y salarios, suministros y material publicitario.

TABLA N° 18
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	
VALOR	4300
TIEMPO	10 años
DEPRECIACION ANUAL	430,00
DEPRECIACION MENSUAL	35,83
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION	
VALOR	3000
TIEMPO	3 años
DEPRECIACION ANUAL	1000,00
DEPRECIACION MENSUAL	83,33

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

TABLA N° 19
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Nº	CAPITAL	INTERES	CUOTA DE CAPITAL	CUOTA
1	27812,50	3128,91	1506,51	4635,42
2	26305,99	2959,42	1676,00	4635,42
3	24629,99	2770,87	1864,55	4635,42
4	22765,45	2561,11	2074,31	4635,42
5	20691,14	2327,75	2307,67	4635,42
6	18383,47	2068,14	2567,28	4635,42
		15816,21	11996,31	27812,517

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

TABLA N° 20
SUELDOS Y SALARIOS

EMPLEADO	SUELDO	COMPONENTE	TOTAL SUELDO
Gerente General	473,85	59,50	533,35
Secretario	300,00	45,00	345,00
Contador	370,00	51,70	421,70
Total Sueldos y Salarios			1300,05

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

TABLA N° 21
SUMINISTROS DE OFICINA

Hojas papel bond	13,00
Esferos, Lápices, Borradores	5,00
Grapadora, Perforadora	12,00
Calculadora	12,00
Grapas, Clips	4,00
Cinta Scotch	2,50
Tinta de borrar	1,50
TOTAL	50,00

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

TABLA N° 22
MATERIAL PUBLICITARIO

PÁGINA WEB	300,00
TOTAL	300,00

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

6.3 PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

En el presupuesto de la inversión se estiman todas las compras que se realizan para el inicio del negocio.

TABLA Nº 23
MUEBLES Y ENSERES

Juego de Sala	1100,00
Escritorio para oficina	1264,00
Silla ejecutiva	180,04
Silla oficina (OCEYO1)	210,00
Teléfono General Electric (Inalámbrico)	255,00
Copiadora Sharp AI – 1610	441,30
Radio grabadora SONY PH-AZ1836	95,71
Televisión (SONY 14PT3005)	260,99
Lámpara de Escritorio (40w)	85,94
Pizarrón Tiza Líquida	80,00
Archivero para oficina ATU Modelo 106	255,02
Archivador para oficina Modelo RHG 2	72,00
Puertas	
TOTAL	4300,00

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

TABLA Nº 24
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Computador Portátil Accer (AS5315-2290)	1300,00
Computador COMPAQ (SG3207LA)	680,00
Impresora Multifunción Epson (CX-5600)	330,75
Proyector Sony	650,00
Flash Memory 2GB HP v100w	39,25
TOTAL	3000,00

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

6.4 INGRESOS PRESUPUESTADOS

De acuerdo a lo presupuestado por la venta del producto (tomate de árbol) en base a la política de rentabilidad sobre costos unitarios variables obtendremos el siguiente ingreso:

TABLA N° 25
INGRESOS PRESUPUESTADOS

PRECIO DE EXPORTACION	CANTIDAD	TOTAL INGRESOS
12,00	4590,00	55080,00

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

6.5 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

El margen de contribución es la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia.

**CONTRIBUCIÓN MARGINAL = PRECIO VENTA – COSTO VARIABLE
UNITARIO**

$$CM = PVU - CVU$$

En los procesos comerciales se incurren en costos fijos, costos variables y adicionalmente se espera una margen de utilidad.

Importancia del margen de contribución

El margen de contribución permite determinar cuánto está contribuyendo

un determinado producto a la empresa. Permite identificar en qué medida es rentable seguir con la producción de ese artículo.

Algunas situaciones que el margen de contribución permite identificar y analizar son las siguientes:

1. Si el margen de contribución es positivo, permite absorber el costo fijo y generar un margen para la utilidad o ganancia esperada. Entre mayor sea el margen de contribución, mayor será la utilidad (recordemos que el costo fijo es siempre fijo así varíe el margen de contribución).
2. Cuando el margen de contribución es igual al costo fijo, no deja margen para la ganancia (no genera utilidad o Rentabilidad), por lo que se considera que la empresa está en el Punto de equilibrio (No gana, no pierde).
3. Cuando el margen de contribución no alcanza para cubrir los costos fijos, la empresa aunque puede seguir operando en el corto plazo debido a que puede cubrir en parte los costos fijos, si no se toman medidas, al estar trabajando a pérdida corre el riesgo de quedarse sin Capital de trabajo suficiente, puesto que éste es utilizado para cubrir los costos fijos que no alcanza a cubrir el margen de contribución.
4. Cuando el margen de contribución es negativo, es decir, que los costos variables son superiores al precio de venta, se está ante una situación crítica la cual necesariamente debe conducir a suspender la producción del bien en cuestión.

Aunque lo ideal es manejar productos con un alto margen de contribución, no es una regla que siempre sea aplicable, sino que

depende de cada empresa y de cada producto en particular. Un margen de contribución bajo, puede ser compensado con una alta rotación, puesto que el menor margen multiplicado por un alto número de producción vendida.

TABLA N° 26

CONTRIBUCIÓN MARGINAL

Costo Adquisición	Total Exportación	Cantidad	Margen de Contribución Total	Margen de Contribución Unitario
28694,90	55080,00	4590	26385,10	5,75

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

6.6 PRECIO DE VENTA

El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes.

La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes ya que, el precio, es uno de los elementos que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

El cliente estará dispuesto a pagar por los bienes y servicios, lo que considera un precio "justo", es decir, aquel que sea equivalente al nivel de satisfacción de sus necesidades o deseos con la compra de dichos bienes o servicios.

Por otro lado, la empresa espera, a través del precio, cubrir los costos y obtener ganancias.

En la determinación del precio, es necesario tomar en cuenta los objetivos de la empresa y la expectativa del cliente.

El precio de venta es igual al costo total del producto más la ganancia.

El precio de venta al establecido es de \$12,00 por cada caja de tomate de árbol de 50 frutos.

6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto. Un **punto de equilibrio** es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

La fórmula para el cálculo, es la siguiente:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Total}}{\text{Precio Variable Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

El punto de equilibrio de la exportación lo obtendremos cuando se venda 3574 cajas de tomate de árbol de 50 frutos.

Al realizar el análisis del punto de equilibrio se determina que cuando se vende 3574 cajas de tomate de árbol a un precio de \$12, cubriremos los costos y no se obtendrá ninguna utilidad, razón por la cual se debe producir más de esta cantidad.

6.8 FLUJO DE CAJA

Un flujo de caja es la presentación sobre un cuadro, en cifras, para diversos períodos hacia el futuro, y para diversos ítems o factores, de cuando va a entrar o salir, físicamente, dinero.

El objetivo fundamental del flujo de caja es apreciar, por período, el resultado neto de Ingresos de dinero menos giros de dinero, es decir, en qué período va a sobrar o a faltar dinero, y cuánto, a fin de tomar decisiones.

La elaboración del flujo de caja es importante porque en base a los resultados obtenidos podremos evaluar la realización del proyecto.

Para la elaboración del flujo de caja utilizaremos los datos obtenidos de la investigación del mercado, empresarial y también de cálculos de los beneficios. Debemos incorporar datos relacionados con la depreciación, amortización de activos, utilidades y pérdidas.

Es el resumen de la entrada y salida en efectivo de cada una de las actividades para el desarrollo de la empresa. Nos sirve para realizar pronósticos en base a supuestas ventas, tasas de interés, costos, inflación, etc.

TABLA Nº 27
FLUJO DE CAJA

CUENTAS	INICIAL	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE
INGRESOS					
Venta al Contado		55080	55080	55080	55080
TOTAL VENTAS		55080	55080	55080	55080
COSTOS					
COSTO VARIABLE		27540	27540	27540	27540
COSTO FIJO					
Arriendo de Bodega		300,00	300,00	300,00	300,00
Costo Empaque		1514,70	1514,70	1514,70	1514,70
Servicios Básicos		150,00	151,25	152,51	153,78
Internet		75,00	75,72	76,25	76,88
Suministro Oficina		150,00	151,25	152,51	153,78
Mantenimiento Oficina		120,00	121,00	122,00	123,01
Movilización		120,00	121,00	122,00	123,01
Sueldos y Salarios		3900,15	3900,15	3900,15	3900,15
Depreciación Muebles y Enseres		107,50	107,50	107,50	107,50
Depreciación Equipo de Comput.		250,00	250,00	250,00	250,00
Diseño Página Web		300,00	-	-	-
Costo Mantenimiento Página Web		300,00	302,49	305,00	307,53
Amortización de Interés		8859,20	6957,00	-	-
Amortización de Activos Diferidos		250,00	250,00	250,00	250,00
Cuota de Capital		5047,06	6949,26	-	-
TOTAL COSTO FIJO		21443,61	21151,32	7252,62	7260,34
TOTAL C. VARIABLE + C. FIJO		48983,61	48691,32	34792,62	34800,34
UTILIDAD NETA EN VENTAS		6096,39	6388,68	20287,38	20279,66

Elaborado por: Aracelly Llumigusín T. / Sandra Quintana

6.9 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto, más conocido por las siglas de su abreviación, VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

El Valor Actual Neto que posee nuestra empresa es de \$ 39.915,56 lo que significa que es positivo por lo que determinamos que la inversión si es rentable.

6.10 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión sea igual a cero ($VAN=0$)

Este método considera que una inversión es aconsejable si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR mayor.

La TIR es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una TIR baja puede tener un VAN superior a un proyecto con una inversión pequeña con una TIR elevada.

La tasa interna de retorno para el flujo proyectado a un año es del 9% lo que significa que la tasa de retorno es normal, por lo tanto quiere decir que este proyecto es rentable.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

1. Con la presente investigación se ha podido identificar las oportunidades reales que brindan los mercados internacionales para el desarrollo de las exportaciones de tomate de árbol en estado fresco. En especial el mercado de Estados Unidos de Norteamérica donde los indicadores utilizados permiten establecer mayores perspectivas de exportación.
2. Se determina que la exportación brinda oportunidades de desarrollo a los pequeños y medianos productores agrícolas, ya que no solo incrementa sus ventas sino que mejora su competitividad al satisfacer los requerimientos de los importadores con calidad y servicio.
3. La producción del tomate de árbol cumple con los estándares de calidad requeridos por el mercado es así que las empresas productoras cumplan con dichas normas debidamente aprobadas para su exportación.
4. Las condiciones agro ecológicas del Ecuador son favorables para el cultivo de tomate de árbol, obteniéndose un producto de excelente calidad y altos rendimientos nutritivos y curativos.
5. Los principales mercados internacionales para el tomate de árbol son: EE.UU, Canadá, y algunos países de Europa

Occidental; aunque no se descarta la posibilidad de ingresar en nuevos mercados potencialmente mayores en Asia, y en el resto de Europa.

6. Los beneficios para la salud humana por el consumo frecuente de tomate de árbol se promueve en los mercados nacionales e internacionales, esto implica un desplazamiento favorable de la curva de la demanda.
7. Como todo producto de exportación que se está introduciendo en el mercado internacional, el tomate de árbol presenta sensibilidad a la variación de los precios por la presencia de sustitutos mejor posicionados.
8. Es posible identificar cada uno de los documentos y procesos logísticos necesarios para la exportación del tomate de árbol.
9. Se determina en el proyecto que la venta hacia el exterior siempre va a ser la mejor alternativa en base a los precios internacionales.
10. La investigación de Mercados, mediante el análisis del país Estados Unidos, permitió determinar que existe demanda e interés por el producto propuesto en éste proyecto.
11. El posicionamiento de la imagen corporativa y marca del producto se la realiza por medio del concepto del marketing directo y para esto se apoya en el sitio Web, el mismo que muestra principalmente la fortaleza del producto.

12. Al tener los procesos de Comercio Exterior claros y bien definidos se logra optimizar la parte operativa y logística dentro de la exportación a consumo.
13. El análisis financiero demuestra la factibilidad de ingresar en este tipo de negocio ya que los indicadores económicos dan resultados aceptables y de esta forma permite tomar decisiones sobre la implementación del proyecto.
14. El proyecto es rentable desde el punto de vista de comercialización ya que este permite tener mínimo riesgo de inversión, eliminación de inventarios y niveles aceptables de rentabilidad apoyados en los precios del producto en el mercado extranjero.

7.2 RECOMENDACIONES


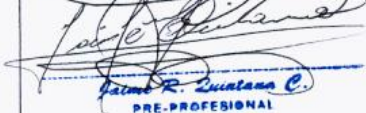
1. El modelo aplicado para la elaboración del Plan Estratégico puede ser utilizado para cualquier otro producto de exportación, describiendo paso a paso lo que un pequeño y mediano productor debe hacer antes de considerar la idea de exportar.
2. El estudio ha permitido conocer la falta de información estadística existente en el país, esta debe estar al alcance de todos, ser actualizada y lo más veraz posible.
3. Antes de exportar es necesario tener un conocimiento amplio sobre las características del producto a comercializar, para ofertarlo en el mercado internacional.
4. Hay que tener en cuenta el tiempo que lleva cada uno de los pasos o requerimientos en la logística de exportación para que el producto llegue en el tiempo establecido de la negociación.
5. Conocer la información de las agencias de carga previo a su contratación para determinar los beneficios que ofrecen es decir mejores condiciones, tiempos, etc.
6. Buscar otros mercados alternativos en el exterior para ofrecer el producto e incrementar las ventas y no únicamente quedarnos con el mercado Norteamericano.
7. Estar en constante comunicación con el comprador haciendo buen uso de la página Web ya que hoy en día el uso de la

tecnología entre las empresas u organizaciones es indispensable.

8. Buscar alternativas con mejores precios en relación al flete, ya que este constituye un parámetro de incidencia alto en el costo del producto para el importador.
9. Estar actualizados en las normas y reglamentos que se van implementando o cambiando en el área de comercio exterior para evitar las multas y sanciones en el trámite aduanero.
10. Que la toma de decisiones de la empresa se apoye en un plan financiero acorde con la realidad de la misma.



ANEXOS

ANEXO Nº 1: CERTIFICADO DE ORIGEN

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country) TIERRA GRANDE S.A. AV. PABLO GUARDERAS 173 Y PANAMERICANA SUR		Reference No. Nº 0025495 ANDEAN TRADE PREFERENCE ACT. CERTIFICATE OF ORIGIN Form A			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country) FRESH FRUIT S.A. 17 BECKLOW GARDEN 9HD STREET LH 2 ESTADOS UNIDOS - MIAMI		Issued in <u>ECUADOR</u> (Country)			
3. Means of transport and route (as far as known) COMPANIA SUDAMERICANA DE VAPORES S.A.		4. For official use			
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
1	5480 CAJAS ONE CONTAINER 20'	ONE CONTAINER 20' 5480 CAJAS 16000 KG	"y"	16000 KG	001-001- 0001370 JUL. 15 2008
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. <div style="text-align: center;">   Jaime R. Suanoca C. PRE-PROFESIONAL </div>			12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in <u>ECUADOR</u> (Country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to. <u>USA</u> (Importing country)		
QUITO, JULY 14, 2008 <small>Place and date, signature and stamp of certifying authority</small>			QUITO, JULY 14, 2008 <small>Place and date, signature of authorized signatory</small>		

IMP 1 G.M.

ANEXO Nº 2: CERTIFICADO FITOSANITARIO

	REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN Phytosanitary Certificate for Export	
		No. P/0716263
Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection Organization of Ecuador		A: Organización(es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization(s) of
I. Descripción del envío / Description of Consignment		
1. Nombre y dirección del exportador <i>Name and address of exporter:</i> TIERRA GRANDE S.A. AV. PABLO GUARDERAS 173 Y PANAM.		2. Nombre y dirección declarados del destinatario <i>Declared name and address of consignee:</i> FRESH FRUIT S.A. 17 BECKLOW GARDEN 9 HD STREET LH 2
3. Lugar de origen / <i>Place of origin:</i> QUITO - ECUADOR	4. Medios de transporte declarados / <i>Declared means of conveyance:</i> COMPANIA SUDAMERICANA DE VAPORES S.A.	
5. Punto de entrada declarado / <i>Declared point of entry:</i> MIAMI - ESTADOS UNIDOS		6. Marcas distintivas / <i>Distinguishing marks:</i>
7. Número y descripción de los bultos <i>Number and description of packages:</i> 5480 CAJAS	8. Cantidad declarada y nombre del producto <i>Name of produce and quantity declared:</i> 16000 KG TOMATE DE ARBOL	
9. Nombre botánico de las plantas <i>Botanical name of plants:</i> CYPHOMANDRA BETACEAE		
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p><i>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</i></p>		
II. Declaración adicional / Additional Declaration		
III. Tratamiento de desinfestación y/o desinfección / Disinfestation and/or Disinfection Treatment		
10. Fecha / <i>Date</i>	11. Tratamiento / <i>Treatment</i>	
12. Producto químico (ingrediente activo) <i>Chemical (active ingredient)</i>	13. Duración y temperatura <i>Duration and temperature</i>	14. Concentración <i>Concentration</i>
15. Información adicional / <i>Additional information</i>		Nombre del funcionario autorizado / <i>Name of authorized officer</i>
Lugar de expedición <i>Place of issue</i> QUITO - ECUADOR		Firma / <i>Signature</i>
Fecha / <i>Date</i> 13-07-2008		
<p style="font-size: small;">El SESA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado. No financial liability with respect to this certificate shall attach to SESA or to any of its officers or representatives.</p>		

ANEXO Nº 3: DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA – DAU

ADUANA DEL ECUADOR		REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA												A	
A ADUANA / BANCO												B REFRENDO			
01 No. ORDEN 004015 2008	02 ADUANA GUAYAQUIL - MAR	03 CODIGO 028	04 REGIMEN ORDEN DE EMBARQUE	05 CODIGO 15	06 FECHA/HORA TX.	07 NUMERO	08 FECHA RECEP	09 HORA	10 AFORO	11 N.º SEC.	12 T. DECLARADO USD (IMP=CIF; EXP=FOB)				
05 # VTO BNO 0	06 BANCO SIN VISTO	07 CIUDAD SIN VISTO	08 OFICINA	09 FECHA EMISION	10 TIPO DESPACHO 0 NORMAL										
C CONTRIBUYENTE / AGENTE															
10 IMPORTADOR/EXPORTADOR TIERRA GRANDE				11 TIPO y No. DOC. ID 1 1717188005001		12 CIUDAD QUITO									
13 DIRECCIÓN AV. PABLO GUARDERAS 173 Y PANAMERIC				14 TELÉFONO 22315567		15 NIVEL COMERCIAL 2									
16 DECLARANTE / AGENTE MOSQUERA AULESTIA FRANCISCO VINICIO				17 CODIGO 3142	18 SECTOR 2.1	19 CIU 9993									
D REGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO															
20 REGIMEN PRECEDENTE		21 AÑO	22 SERIES	23 ADUANA REGIMEN	24 FECHA ACPT.	25 FECHA VENCIM	26 DEPÓSITO	27 CODIGO	28 N.º DESP PAR						
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCION															
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO FRESH FRUIT S.A				28 DIRECCIÓN 17 BECKLOW GARDEN PH				29 BENEFICIARIO DE GIRO TIERRA GRANDE				30 PAIS PROCED./DESTINO ECUADOR			
31 NATURALEZA TRANSACCION		32 FORMA DE PAGO GIRO DIRECTO		33 EX CIE 00	34 C.ORG.	35 OT.EX.	36 MT.VL.	37 ALMACEN CONTECON		38 CODIGO 9025					
38 TIPO DE TRATAMIENTO 0		39 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO		40 Cód. DE PROD. ACOG. DESP. URGENTE		41 CódIGO DE ENDOSO EXPORTACION A									
F TRANSPORTE															
42 VIA DE TRANSPORTE MARITIMO		43 CODIGO 1	44 FECHA EMBARQUE 15/07/2008	45 FECHA LLEGADA	46 CARGA CONTENEDO	47 COD.	48 BANDERA	49 COD	47 LINEA DE TRANSPORTE		48 CODIGO				
48 Cód. MANIFIESTO 028		49 AÑO 04		49 TIPO MANIF # MANIFIESTO		49 AG. CARGA/TRANSP	50 Cód.	50 N.º NAVE/LARERA/MAT.VE		51 #. CONOC./G. AÉREA /C. PORTE					
52 NOM NAVE/MATRIC. VEH		53 ADUANA SALIDA 028		54 VÍA SALIDA	55 ADUANA DESTINO	56 TIPO DESTINO 2	57 PAÍS DESTINO ESTADOS UNIDOS		58 T. TRAT.	59		1			
G DETERMINACION BASE IMPONIBLE															
CONCEPTO		MONEDA	T. CAMB. USD	TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN		TOTAL EN DOLARES USD		TOTAL EN MONEDA NACIONAL							
58 FOB		USD	1.0000000	109,600.00		109,600.00		109,600.00							
60 FLETE		USD	** *****			0.00		0.00							
61 SEGURO						0.00		0.00							
62 VALOR ADUANA				109,600.00		109,600.00		109,600.00							
63 TOTAL SERIES PARTIDAS 1		64 PESO NETO (Kilos) 50000.00		65 PESO BRUTO (Kilos) 50000.00		66 TOTAL BULTOS 1		67 TOTAL CONTENEDORES 0		68 TOTAL U FÍSICAS 5480.00		69 TOTAL U COM. 5480.00			
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO															
CLASE	NÚMERO	TIPO	EMISIÓN		VIGENCIA		# SR.	PARTIDA NANDINA	MONEDA	MONTO USD.					
70 1	0001370	10	TIERRA GRANDE	PAÍS	FECHA	DESDE	HASTA	0 0	0						
71															
72															
73															
74															
75															
76															
77															
78															
79															
I DECLARACION DE LA MERCADERÍA															
No. SERIE	TIPO SUFLO	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	S T	BULTOS		U. FÍSICAS		U. COM		PESO (Kg.)		MARCAS y NÚMEROS	T M	
1	0000	0810.90.30.00 - 8	-- Tomate de frból (lima tomate)	1	BX	1	11	5480.00	CAJ	5480.00	50000.00	50000.00	TIERRA		
TPCI	TPNG	TPNE	PAÍS DE ORIGEN	CÓDIGO	FOB USD	FLETE USD	SEGURO USD	CIF USD							
000	000		ECUADOR	239	109,600.00			109,600.00							
J OBSERVACIONES															
81 SECUENCIA		82 TIPO OBS.	83 CONTENIDO OBS												
K FIRMAS Y SELLOS															
FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DECLARANTE				OBSERVACIONES				CÓD. Y FIRMA AFORADOR			



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA UNICA

C

A ADUANA / BANCO				B REFRENDO			
01 No. ORDEN 004015 2008	02 ADUANA GUAYAQUIL - MAR	03 CODIGO 028	04 REGIMEN ORDEN DE EMBARQUE	05 CODIGO 15	06 FECHA/HORA TX.		
C CONTRIBUYENTE / AGENTE				05 NUMERO			
06 IMPORTADOR/EXPORTADOR TIERRA GRANDE				07 TIPO y No.DOC.ID 1 1717188005001		08 CIUDAD QUITO	
09 DIRECCIÓN AV. PABLO GUARDERAS 173 Y PANAMERIC				10 TELEFONO 22315567		11 NIVEL COMERCIAL 2	
12 DECLARANTE / AGENTE MOSQUERA AULESTIA FRANCISCO VINICIO				13 CODIGO 3142		14 ALMACEN/DEPOSITO CONTECON 9025	
15 N° SEC:							

D VALORES EN ADUANA							
14 FOB USD 109,600.00	15 FLETE USD 0.00	16 SEGURO USD 0.00	17 AJUSTE USD 0.00	18 CIF USD 109,600.00	19 VALOR ADUANA USD 109,600.00		

E AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS			
CONCEPTO	LIQUIDACION \$(1)	LIQUIDACION \$(2)	CANTIDAD A PAGAR \$(1-2)
20 AD / VALOREM	0.00	0.00	0.00
21 DERECHO ESPECIFICO	0.00	0.00	0.00
22 IMP.CONSUMO ESPECIAL	0.00	0.00	0.00
23 IMP VALOR AGREGADO	0.00	0.00	0.00
24 DERECHO ANTIDUMPING	0.00	0.00	0.00
25 DERECHOS CONSULARES	0.00	0.00	0.00
26 SOBRETIEPO PETROLERO	0.00	0.00	0.00
27 ADICIONAL x BARRIL DE CRUDO	0.00	0.00	0.00
28 TASA MODERNIZACION	0.00	0.00	0.00
29 TASA DE CONTROL	0.00	0.00	0.00
30 TASA DE ALMACENAJE	0.00	0.00	0.00
31 MULTAS (ART. 89 y 91)	0.00	0.00	0.00
32 INTERESES	0.00	0.00	0.00
33	0.00	0.00	0.00
34 FODINFA	0.00	0.00	0.00
35 CORPEI	0.00	0.00	0.00
36 OTROS			0.00
37		TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN	0.00

F BANCO Y ADUANA										
<table border="1"> <tr> <td>G</td> <td>DECLARANTE</td> <td>FECHA</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">FIRMA DEL DECLARANTE</td> </tr> </table>		G	DECLARANTE	FECHA				FIRMA DEL DECLARANTE		
G	DECLARANTE	FECHA								
FIRMA DEL DECLARANTE										



REPUBLICA DEL ECUADOR

DECLARACION ADUANERA UNICA

A

A ADUANA / BANCO				B REFRENDO			
01 No. ORDEN 004016	02 ADUANA 2008	03 CODIGO GUAYAQUIL - MAR	04 CODIGO 028	05 REGIMEN EXPORTACION A	06 CODIGO 40	07 FECHA/HORA TX.	08 NUMERO
09 # VTO BNO 0	10 BANCO SIN VISTO	11 CIUDAD	12 OFICINA	13 FECHA EMISION	14 TIPO DESPACHO 0 NORMAL	15 FECHA RECEP	16 HORA
C CONTRIBUYENTE / AGENTE				17 AFORO			
10 IMPORTADOR/EXPORTADOR TIERRA GRANDE				11 TIPO y No.DOC.ID 1 1717188005001		12 CIUDAD QUITO	
13 DIRECCION AV. PABLO GUARDERAS 173 Y PANAMERIC				14 TELEFONO 22315567		15 NIVEL COMERCIAL 2	
16 DECLARANTE / AGENTE MOSQUERA AULESTIA FRANCISCO VINICIO				17 CODIGO 3142		18 SECTOR 2.1	
				19 CIU 9993		19 T.DECLARADO USD (IMP=CIF; EXP=FOB) 109,600.00	

D REGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO							
20 REGIMEN PRECEDENTE	21 AÑO 08	22 SERIES 1	23 ADUANA REGIMEN	24 FECHA ACEPT. 15/07/2008	25 FECHA VENCIM 30/07/2008	26 DEPOSITO	27 CODIGO
28 N.DESP PAR 0							

E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCION							
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO FRESH FRUIT S.A				28 DIRECCION 17 BECKLOW GARDEN PH		29 BENEFICIARIO DE GIRO TIERRA GRANDE	
30 PAIS PROCED./DESTINO ECUADOR				31 NATURALEZA TRANSACCION			
32 FORMA DE PAGO GIRO DIRECTO		33 EX.CIE 00		34 C.ORG.		35 OT.EX.	
36 MT.VL.		37 ALMACEN CONTECON		38 CODIGO 9025			
39 TIPO DE TRATAMIENTO 0		40 CODIGO DE SOLICITUD DE AFORO		41 COD.DE PROD.ACOG. DESP. URGENTE		42 CODIGO DE ENDOSO SIN ENDOSE - DOC DE	

F TRANSPORTE							
43 VIA DE TRANSPORTE MARITIMO		44 CODIGO 1		45 FECHA EMBAROU 15/07/2008		46 FECHA LLEGADA 30/07/2008	
47 CARGA CONTENEDO		48 COD. 5		49 BANDERA REINO UNIDO		50 COD 628	
51 LINEA DE TRANSPORTE CIA. SUDAMERICANA		52 CODIGO 7166					
48 COD.MANIFIESTO 028		49 AÑO 2008		50 TIPO MANIF 04		51 # MANIFIESTO 000499	
52 AG.CARGA/TRANSP CIA.		53 COD. 7166		54 N.NAVE/L.AREREA/MAT.VE SUDAMERICANA		55 #.CONOC./G. AEREA /C.PORTE 22204360312012	
56 NOM.NAVE/MATRIC. VEH		57 ADUANA SALIDA 028		58 VIA SALIDA		59 ADUANA DESTINO	
60 TIPO DESTINO 2		61 PAIS DESTINO ESTADOS UNIDOS		62 T.TRAT. 1			

G DETERMINACION BASE IMPONIBLE							
CONCEPTO		MONEDA		T.CAMB.USD		TOTAL MONEDA TRANSACCION	
59 FOB		USD		1.0000000		109,600.00	
60 FLETE		USD		** *****		0.00	
61 SEGURO						0.00	
62 VALOR ADUANA						109,600.00	
63 TOTAL SERIES PARTIDAS 1		64 PESO NETO (Kilos) 16000.00		65 PESO BRUTO (Kilos) 17000.00		66 TOTAL BULTOS 1	
67 TOTAL CONTENEDORES 1		68 TOTAL U FISICAS 5480.00		69 TOTAL U COM. 5480.00			

H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO												
CLASE	NÚMERO	TIPO	EMISIÓN			VIGENCIA			# SR.	PARTIDA NANDINA	MONEDA	MONTO USD.
			EMISOR	PAÍS	FECHA	DESDE	HASTA					
70	0001370	10	TIERRA GRANDE		20080715	20080715		0	0	0		
71	2220-4360-312.012	11	SUDAMERICANA DE		20080715	20080715	0	0	0			
72	0025495	05	MINISTERIO DE		20080714	20080714	0	1	810903000			
73	0716263	63	SESA		20080713	20080713	0	1	810903000			
74	028-08-15-0020350	26	ADUANA		20080715	20080715	0	1	810903000			
75	3383060	41	CORPEI		20080724	20080724	0	1	810903000			
76												
77												
78												
79												

I DECLARACION DE LA MERCADERIA															
No. SERIE	TIPO SUFJO	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	S T	BULTOS		U FISICAS		U.COM		PESO(Kg)		MARCAS y NÚMEROS	T M	
					CL.	CANT.	TP.	CANT.	TP.	CANT.	NETO	BRUTO			
1	0000	0810.90.30.00 - 8	-- Tomate de Brbol (lima tomate.	1	BX	1	11	5480.00	CAJ	5480.00	16000.00	17000.00	TIERRA		
TPCI		TPNG	TPNE	PAÍS DE ORIGEN		CÓDIGO		FOB USD		FLETE USD		SEGURO USD		CIF USD	
000		000	ECUADOR	239		109,600.00								109,600.00	

J OBSERVACIONES			
81 SECUENCIA	82 TIPO OBS.	83 CONTENIDO OBS	

K FIRMAS Y SELLOS			
FIRMA CONTRIBUYENTE		FIRMA DECLARANTE	
OBSERVACIONES		CÓD. Y FIRMA AFORADOR	



REPUBLICA DEL ECUADOR

DECLARACION ADUANERA UNICA

C

A ADUANA / BANCO						B REFERENDO	
01 No. ORDEN 004016 2008	02 ADUANA GUAYAQUIL - MAR	03 CODIGO 028	03 REGIMEN EXPORTACION A	04 CODIGO 40	04 FECHA/HORA TX.		
C CONTRIBUYENTE / AGENTE						05 NUMERO	
06 IMPORTADOR/EXPORTADOR TIERRA GRANDE				07 TIPO y No.DOC.ID 1 1717188005001	08 CIUDAD QUITO		
09 DIRECCION AV. PABLO GUARDERAS 173 Y PANAMERIC				10 TELEFONO 22315567	11 NIVEL COMERCIAL 2		
12 DECLARANTE / AGENTE MOSQUERA AULESTIA FRANCISCO VINICIO				13 CODIGO 3142	13 ALMACEN/DEPOSITO CONTECON		9025
D VALORES EN ADUANA						N°.SEC.	
14 FOB USD 109,600.00	15 FLETE USD 0.00	16 SEGURO USD 0.00	17 AJUSTE USD 0.00	18 CIF USD 109,600.00	19 VALOR ADUANA USD 109,600.00		

E AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS				
CONCEPTO	LIQUIDACION \$(1)	LIQUIDACION \$(2)	CANTIDAD A PAGAR \$(1-2)	
20 AD / VALOREM	0.00	0.00	0.00	0.00
21 DERECHO ESPECÍFICO	0.00	0.00	0.00	0.00
22 IMP. CONSUMO ESPECIAL	0.00	0.00	0.00	0.00
23 IMP. VALOR AGREGADO	0.00	0.00	0.00	0.00
24 DERECHO ANTIDUMPING	0.00	0.00	0.00	0.00
25 DERECHOS CONSULARES	0.00	0.00	0.00	0.00
26 SOBRETIEMPLO PETROLERO	0.00	0.00	0.00	0.00
27 ADICIONAL x BARRIL DE CRUDO	0.00	0.00	0.00	0.00
28 TASA MODERNIZACION	0.00	0.00	0.00	0.00
29 TASA DE CONTROL	0.00	0.00	0.00	0.00
30 TASA DE ALMACENAJE	0.00	0.00	0.00	0.00
31 MULTAS (ART. 89 y 91)	0.00	0.00	0.00	0.00
32 INTERESES	0.00	0.00	0.00	0.00
33	0.00	0.00	0.00	0.00
34 FODINFA	0.00	0.00	0.00	0.00
35 CORPEI	0.00	0.00	0.00	0.00
36 OTROS				0.00
37			TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN	0.00

F BANCO Y ADUANA		
G	DECLARANTE	FECHA
FIRMA DEL DECLARANTE		



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA UNICA

DETALLE DE BULTOS
O CONTENEDORES

A ADUANA / BANCO										B REFRENDO			
01	No. ORDEN	02	ADUANA	CODIGO	03	REGIMEN	CODIGO	04	FECHA/HORA TX.	05	NUMERO	FECHA RECEP	
	004016	2008	GUAYAQUIL - MAR	028		EXPORTACION A		40			HORA		
C CONTRIBUYENTE / AGENTE										AFORO		N. SEC:	
06	IMPORTADOR/EXPORTADOR				07	TIPO y No. DOC.ID		08	CIUDAD		N. SEC:		
	TIERRA GRANDE					1 1717188005001			QUITO				
09	DIRECCION				10	TELEFONO		11	NIVEL COMERCIAL				
	AV. PABLO GUARDERAS 173 Y PANAMERIC					22315567			2				
12	DECLARANTE / AGENTE				13	ALMACEN/DEPOSITO							
	MOSQUERA AULESTIA FRANCISCO VINICIO				3142	CONTECON		9025					
D TOTAL DE CARGA DECLARADA													
14	TOTAL SERIES PARTIDAS	15	PESO NETO (Kilos)	16	PESO BRUTO (Kilos)	17	TOTAL BULTOS	18	TOTAL CONTENEDORES	19	TOTAL U FISICAS	20	TOTAL U COM.
	1		16000.00		17000.00		1		1		5480.00		5480.00
E DOCUMENTOS DE TRANSPORTE / BULTOS O CONTENEDORES													
21	NÚMERO DE DOC. TRANSPORTE	CÓDIGO CNT. / MARCAS BLT.		TIPO CNT./BLT.	COND. CNT.	DT As.	MARCA O SELLO 1	MARCA O SELLO 2	MARCA O SELLO 3	MARCA O SELLO 4	ALMACÉN O DEPOSITO (Cod.) NOMBRE		
	22204360312012	HLXU6044266		21			7361666				0		
K FIRMAS Y SELLOS													
FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DECLARANTE				OBSERVACIONES				CÓD. Y FIRMA AFORADOR	

ANEXO Nº 4: FACTURA COMERCIAL

TIERRA GRANDE S.A.

FACTURA COMERCIAL



ARACELLY LLUMIGUSÍN T.
 Dirección. Av. Pablo Guarderas 173 y Panamericana Sur
 Machachi - Ecuador
 Telf. 022315567 / 098399949
 ara_ec25@hotmail.com / negruras25@yahoo.com

RUC. 1717188005001

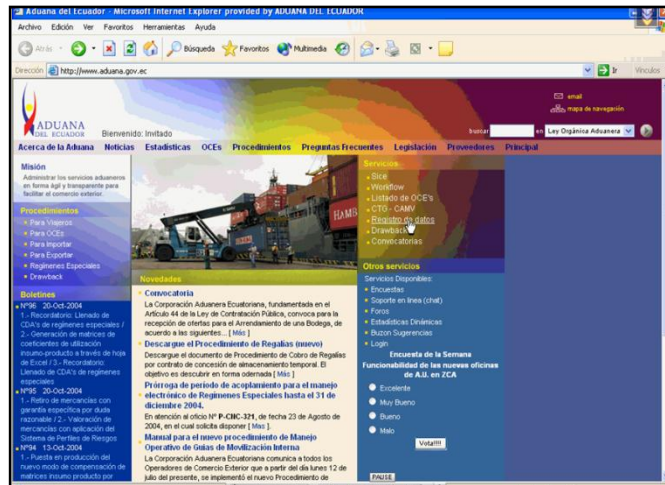
FACTURA Nº: 001-001-0001370		FECHA: 2008/07/15		
COMPRADOR EXTRANJERO: FRESH FRUIT S.A. DIRECCIÓN: 17 BECKLOW GARDEN 9 HD STREET LH 2 MIAMI - EE.UU. TELÉFONO: 312-315-20-07 FAX: 312-315-15-05 VIA DE EMBARQUE: Transporte Marítimo SEGURO: Tomado por el importador de bodega a bodega FORMA DE PAGO: Giro Directo Nº DE BULTOS/CAJAS/PALLETS: 5480 Cajas PESO NETO: 16000 Kg PARTIDA ARANCELARIA: 0810.90.30.00		CODIGO CLIENTE: 27275 PUERTO DE EMBARQUE: GUAYAQUIL - ECUADOR PUERTO DE DESTINO: MIAMI - ESTADOS UNIDOS PAIS DE ORIGEN: ECUADOR PAIS DE PROCEDENCIA: ECUADOR TIPO DE NEGOCIACION: FOB MARCAS: MARCA 1 PESO BRUTO: 17000 Kg.		
ITEM	QUANTITY CANTIDAD	DESCRIPTION DESCRIPCIÓN	PRICE PRECIO	TOTAL
1	5480 CAJAS	TOMATE DE ARBOL	20.00	109600.00
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL PRESENTE DOCUMENTO SON REALES Y LOS PRECIOS INDICADOS SON LOS AUTENTICAMENTE PAGADOS O POR PAGAR, NO EXISTIENDO ALTERACIONES DE ESTOS PRECIOS.			VALOR TOTAL FOB	109600.00
_____ Preparado por		_____ Aprobado por		_____ Firma Autorizada

IMPRESA VIMAGRAF CIA LTDA
 RUC 1714384316001

ANEXO Nº 5: CONOCIMIENTO DE EMBARQUE (BILL OF LADING)

Shipper JOSE VALERI HOM S.A. C/ BISBE SERRA, S/N 17800 OLOT (GIRONA) ECUADOR		CIA. SUPAMERICANA DE VAPORES Bill of Lading		for Combined Transport and Port to Port Shipment	
Consignee FRESH FRUIT S.A. 17 BECKLOW GARDEN 9 HD STREET LH 2 EE.UU - MIAMI					
Notify Party FRESH FRUIT S.A. 17 BECKLOW GARDEN 9 HD STREET LH 2 EE.UU - MIAMI		Delivery Agent KUEHNE & NAGEL S.A. 9 DE OCTUBRE 100 Y MALECON PISO 28 OFICINA 2803 TEL:593-42-306320 FX:593-42-306329 GUAYAQUIL, ECUADOR RUC:0991321764001			
Vessel CALA PILAR Port of Discharge MIAMI Marks and Numbers HLXU6044266 SEAL 7361666		Voyage No. 08W03 Combined Transport - Place of Delivery* Number of Packages 1		Port of Loading Port of Transshipment Movement Description of Goods CONTAINER SAID TO CONTAIN 5480 CAJAS TOMATE DE ARBOL FREIGHT PREPAID	
		Pre-cargage by Port of Loading Port of Transshipment Movement Description of Goods CY/CY		B/L-No. 2220-4360-312.012 Freight Payable at ORIGIN Gross Weight kos 1950.00 Measurement 50.000	
TOTAL				1 1950.00 50.000	
Above particulars as declared by shipper. * If the Combined Transport Boxes are filled out, shipment will be treated as Through Combined Trans					
OCEANFREIGHT AND CHARGES Rates, Weight and/or Measurement subject to correction OCEANFREIGHT USD 1950.00		Prepaid Collect Total amount due 1950.00		NOTICE: The Laws and/or International Conventions applicable to Port to Port Shipment limiting by virtue and/or by incorporation into this Bill of Lading the Carrier's liability to be amounts per package or customary freight unit (for Carriage to or from ports in the United S to a maximum of US\$ 500 - per package or customary freight unit as per U.S. Carriage of G by Sea Act, 1936), unless the Merchant declares a higher cargo value below and pays the Car so valorem freight rate (see also clauses 17 A, 18.4 and 28.2. on the reverse side hereof). Declared Cargo Value **** NO VALUE DECLARED **** If Merchant enters a value, Carrier's per package limitation of liability shall not a and the ad valorem rate will be charged. Received for shipment in apparent good order and condition. Terms of this Bill of Lading continued on reverse side hereof. IN WITNESS WHEREOF, the carrier by its agents has signed three (3) orig Bills of Lading all of this tenor and date, one of which being accomplished others to stand void. Place and date of issue: GUAYAQUIL 15-07-2008	
Date 15-07-2008 Shipped on Board Vessel: CALA PILAR Shipped from Port of Loading: GUAYAQUIL by KUEHNE & NAGEL S.A. As Agents for the Carrier <i>Blue Anchor Line</i>		For and on behalf of the Carrier Blue Anchor <i>LINE</i>		For and on behalf of the Carrier Blue Anchor <i>LINE</i> by KUEHNE & NAGEL S.A. As Agents for the Carrier <i>Blue Anchor Line</i>	

ANEXO Nº 6: REGISTRO COMO IMPORTADOR – EXPORTADOR



Tipo de Operador: IMPORTADOR						
Sector: Importador						
Código SICE asignado: <input type="text"/> <small>Si es Reguladora no tomar en cuenta este campo. Si es Importador o Exportador ingresar su RUC vigente.</small>						
CLAVE ACCESO						
Clave de Acceso temporal: <input type="text"/> <small>La clave ingresada le servirá para acceder al SICE por primera vez.</small>						
Confirmación: <input type="text"/>						
Clave de Acceso: <input type="text"/>						
DATOS GENERALES						
Tipo de Identificación: RUC Número RUC: <input type="text"/>						
RAZON SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES						
<input type="text"/>						
REPRESENTANTE LEGAL						
Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>	
CONTACTO						
Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>	
DIRECCION						
<input type="text"/>						
OBSERVACIONES (Agentes Navieros deben detallar las Lineas con las que operan)						
<input type="text"/>						
Ciudad	Teléfono 1	Teléfono 2	Fax			
ALAJUJA	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
E-mail: <input type="text"/>						
PERSONAL AUTORIZADO A REALIZAR INTERCAMBIO ELECTRONICO DE DATOS						
Agrega Autorizado						
Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento	Eliminar
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>	<input type="button" value="Eliminar"/>
DATOS TECNICOS Y DE SISTEMAS						
¿Cuenta con Infraestructura Tecnológica? Computador Pentium, conexión a Internet, etc.) <input type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO						
SOFTWARE DE GENERACION DE DATOS						
<input type="radio"/> Desarrollado por un proveedor <input type="radio"/> Desarrollo Propio						
NOMBRE DEL PROVEEDOR DEL SOFTWARE: <input type="text"/>						
<input type="button" value="Enviar Formulario"/> <input type="button" value="Limpiar Formulario"/>						

ADUANA - DATOS REGISTRADOS CON EXITO.

Datos Registrados:

- Código Operador: 1710543966001
- Clave de Acceso al SICE por primera vez (guarde esta clave): rh171054
- **** Comuníquese con el area de Help-Desk Gerencia General-Guayaquil para confirmar su habilitación definitiva en el SICE. ****

Fecha de Ingreso de la información: 18/04/2008

[Revisar preguntas frecuentes](#)

Clave Actual :

Nueva Clave :

Confirmación de Nueva clave :

* Longitud máxima de la nueva clave es 10 caracteres.

The screenshot shows a web browser window titled "Sistema Interactivo de Comercio Exterior - Windows Internet Explorer". The address bar shows "http://sice1.aduana.gov.ec/aduana/". The page header includes the logo for "ADUANA DEL ECUADOR" and "SISTEMA INTERACTIVO DE COMERCIO EXTERIOR SICE". The main content area is titled "Logon" and "BIENVENIDOS AL SICE". It contains a login form with the following fields: "Usuario" (1790319857001), "Clave" (masked with dots), "Tipo Operador" (IMPORTADOR), and "Aduana" (QUITO). There are "Cancel" and "Login" buttons. At the bottom, it says "Resolución recomendada: 1024x768" and "Utilizar con Explorer version 6.2.x".

ANEXO Nº 7: NORMAS TECNICAS DE LOS EMBALAJES

EMBALAJES DE MADERA PARA FRUTAS Y HORTALIZAS

TERMINOLOGIA

NORMA TECNICA INEN 1734

1. OBJETO

1.1 Esta norma establece los términos utilizados en la fabricación y uso de los embalajes de madera para frutas y hortalizas.

2. ALCANCE

2.1 Esta norma se refiere a los embalajes de madera de forma paralelepípedo de base rectangular.

3. DISPOSICIONES GENERALES

3.1 En la norma ININ 1156 se establece las demás definiciones relacionadas con el tema.

4. TERMINOLOGIA

4.1 Embalaje. Es la unidad destinada a contener temporalmente los productos durante su manipulación, recolección, transporte, almacenamiento y comercialización, con la finalidad de protegerlos y facilitar estas operaciones.

4.2 Madera de embalaje. Es un material compacto y fibroso proveniente de vegetales leñosos, adecuado para ser transformado en elementos de embalaje.

4.3 Madera alisada. Es aquella cuya superficie no presenta asperezas,

realces, astillas o rugosidades capaces de dañar el producto.

4.4 Elementos de madera. Son piezas de madera aserrada y alisada de forma variada y que son utilizadas convencionalmente en la fabricación de embalajes.

4.5 Embalajes de madera. Son aquellos embalajes constituidos exclusivamente de elementos de madera.

4.6 Base. Es la parte inferior del embalaje.

4.7 Laterales (lados). Son las paredes de mayor longitud del embalaje.

4.8 Cabezales (culatas, testeros). Son las paredes de menor longitud del embalaje.

4.9 Frente. Es cualquiera de las paredes en la que conste la información relativa al producto y/o embalaje.

4.10 Barrote. Es la pieza de madera aserrada, de forma alargada, generalmente de sección rectangular que va clavada transversalmente sobre un tablero, para armarlo o reforzar sus elementos.

4.11 Patín. Es el barrote colocado exteriormente en la base, en sentido transversal para facilitar en apilamiento y el deslizamiento del embalaje sobre el suelo.

4.12 Esquinero. Es la pieza de madera colocada interiormente, cuya sección es triangular y sirve para reforzar o asegurar las paredes del embalaje (ver figura).

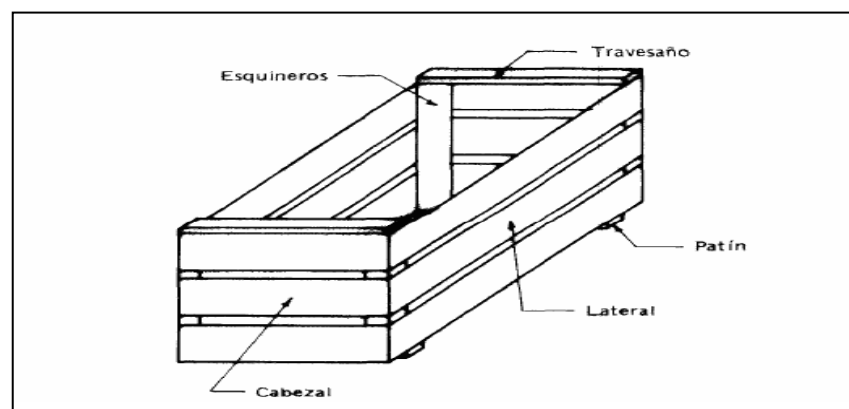
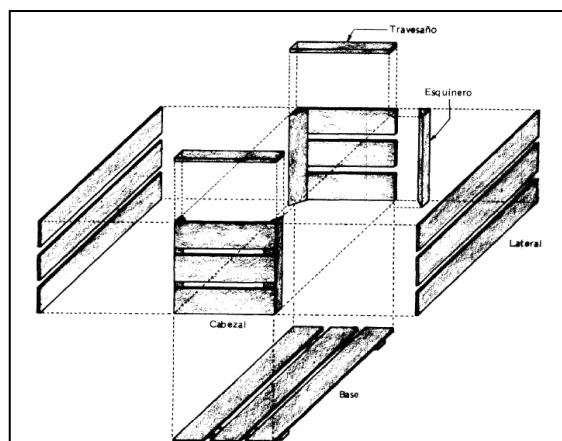
4.13 División. Es el elemento que se coloca en el interior del embalaje para separar los productos tanto vertical como horizontalmente.

4.14 Travesaño. Es la pieza de madera que va clavada transversalmente en la parte superior del embalaje junto a los cabezales, uniendo los laterales.

4.15 Dimensiones exteriores máximas. Son las medidas tomadas al exterior del embalaje, considerando los accesorios eventuales (barrotes, patines, etc.).

4.16 Dimensiones interior. Son las medidas tomadas internamente entre las paredes del embalaje.

GRÁFICOS DE EMBALAJES DE MADERAS PARA FRUTAS Y HORTALIZAS



EMBALAJES DE MADERA PARA FRUTAS Y HORTALIZAS
REQUISITOS
NORMA TECNICA INEN 1735

1. OBJETO

1.1 Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los embalajes de madera utilizados en el sistema de recolección, transporte, almacenamiento, y comercialización de frutas y hortalizas a nivel nacional.

2. ALCANCE

2.1 esta norma se refiere a los embalajes de madera de forma paralelepípedo, de base rectangular.

3. TERMINOLOGIA

3.1 Embalaje limpio. Es aquel que se encuentra exento de tierra y/u otras sustancias extrañas.

3.2 Embalaje rígido. Es aquel que no presenta deformaciones, dentro de las condiciones usuales y comunes de carga.

3.3 Otros términos relacionados con esta norma se establecen en las Normas INEN 1156 y 1734.

4. REQUISITOS

4.1 Requisitos de madera

4.1.1 La madera utilizada en estos embalajes deben ser aserrada, alisada, limpia, sana exenta de corteza y libre de defectos que afecten la

resistencia mecánica de madera.

4.1.2 El contenido de humedad de la madera no debe ser mayor al 20%.

4.1.3 La madera tratada puede ser utilizada, siempre que no contamine al producto embalado.

4.2 Requisitos de fabricación

4.2.1 En la fabricación del embalaje debe utilizarse maderas que garanticen la resistencia mecánica del embalaje.

4.2.2 En la fabricación del embalaje se debe cumplir las disposiciones indicadas el ANEXO A de esta norma sobre el clavado de los elementos del madera.

4.3 Requisitos dimensionales

4.3.1 La longitud y ancho del embalaje deben tener una de las siguientes dimensiones exteriores máximas en mm.

- a. 6000 x 400
- b. 500 x 300
- c. 400 x 300

4.3.2 La altura del embalaje puede variar según la naturaleza de los productos, considerando un producto neto máximo 25 KG y debe tener una de las siguientes dimensiones exteriores máximas en mm.

- a. 105
- b. 150
- c. 200
- d. 280
- e. 300

4.3.3 La tolerancia en las dimensiones exteriores de los embalajes es de 10 mm en menos.

4.4 Requisitos complementarios

4.4.1 Cada uno de los embalajes se utilizará sin tapa construida de madera que permitan el apilamiento y la estabilidad de la carga, durante el transporte.

4.4.2 Los embalajes pueden ser reutilizados mientras su integridad y sus características originales de resistencia mecánica y limpieza.

ANEXO A

CLAVADO DE LOS ELEMENTOS DE MADERA

A.1 Reglas generales

A.1.1 Al efectuar el clavado de los elementos de madera se partirá generalmente del elemento más delgado hacia el más grueso.

A.1.2 Cuando un elemento sea clavado por su parte ancha a otro, colocado de canto, los clavos deberán penetrar en este segundo elemento por lo menos en las dos terceras partes de su longitud.

A.1.3 Al clavar entre sí por su parte ancha dos elementos, se procurará que la longitud de los clavos sea superior a la suma de espesores de los elementos, debiendo quedar convenientemente remachadas las puntas que sobresalgan.

Si para el clavado se utiliza dos o más clavos, se procurará que estos no atraviesen la misma línea de fibras.

A.1.4 Los clavos deberán penetrar perpendicularmente a la superficie de la madera.

A.2 Características de los clavos

A.2.1 Los clavos utilizados para embalajes deben cumplir los requisitos de la Norma INEN 626

ANEXO Nº 8: NORMA INEN

La Norma INEN para el Tomate de Árbol es la siguiente:

NTE INEN 1909:92 AL 02.03 – 449 8p.

Tomate de Árbol. Requisitos.

Fresh fruits. Tamarillo. Specifications.

a. OBJETO

a1 Esta norma establece los requisitos generales que debe cumplir el tomate de árbol fresco.

b. TERMINOLOGIA

b1 Tomate de árbol o Tamarillo. Cultivo autóctono ecuatoriano semi perenne; con tallo cilíndrico; pertenece a la familia de las solanáceas, género Cyphomandra, especie Betáceae, Sendt.

b2 Madurez de cosecha. Fruta que ha completado su desarrollo fisiológico, dándole una consistencia firme y conservando las características propias de la variedad, permitiendo su manipulación, transporte y conservación.

b3 Coloración de la epidermis. La variación del color de la epidermis, desde cuando el producto está verde inmaduro o morado, hasta cuando el producto está próximo a la madurez fisiológica, tomando coloraciones amarillo, anaranjado (tomate), rojo y púrpura oscuro (negro).

c. DISPOSICIONES GENERALES

c1 El tomate de árbol destinado al consumo en fresco, en cualquiera de

sus cuatro tipos de selección, debe presentar caracteres similares en forma, tamaño, color de la epidermis (cáscara) y de la pulpa; debe ser lisa, su epidermis, dura al tacto, lustrosa, sabor ácido, algo azucarado, que deben ser características de la variedad del tomate de árbol.

Las variedades de los tomates de árbol, nativas, conocidas y distribuidas en el país, son: criolla puntón, criolla redonda amarilla, y la neozelandés ecuatoriana (mora), roja, púrpura oscura (negra), correspondiente a la variedad nacional morada.

El pedúnculo, que suspende al fruto situado en la parte superior de la fruta, debe estar firme y su longitud aproximada será de 6 cm., medida desde el punto de inserción al fruto; además, deben cosecharse cuidadosamente a mano y con un grado de maduración adecuado, para su comercialización.

d. REQUISITOS

Además de lo establecido en esta Norma el tomate de árbol, para consumo en fresco, debe estar limpio, bien formado, liso, consistente, sin humedad exterior anormal; la pulpa varía en grosor y es de color característico de la variedad, rodeada de semillas que están introducidas en una sustancia mucilaginosa, que varía entre incolora, ligeramente anaranjada o púrpura (cuando contiene antocianinas), es carnosa, firme, con el color, aroma, sabor agridulce típico de la variedad, siendo más dulzón en las neozelandesas (mora), y con un grado de madurez uniforme.

Requisitos complementarios. La comercialización de este producto debe sujetarse con lo dispuesto en la Ley de Pesas y Medidas y las Regulaciones correspondientes.

e. INSPECCIÓN

Si la muestra inspeccionada no cumple con uno o más de los requisitos establecidos en esta norma, se repetirá la inspección en otra muestra; cualquier resultado no satisfactorio en este segundo caso será motivo para considerar el lote como fuera de norma, quedando su comercialización sujeta al acuerdo de las partes interesadas.

Si la muestra inspeccionada no cumple con el tipo y grado declarado en el rótulo o etiqueta del envase o embalaje, el proveedor deberá rectificar la información suministrada, previamente a su aceptación.

f. EMBALAJE Y ROTULADO

f1 Embalaje. El tomate de árbol debe comercializarse en cajas de madera, cartón corrugado o de otro material adecuado, que reúna las condiciones de higiene, ventilación, resistencia a la humedad, manipulación y transporte, de modo que garantice una adecuada conservación del producto.

f1.1 El contenido de cada embalaje tiene que ser homogéneo y referirse exclusivamente a tomate de árbol que tenga el mismo origen, la misma variedad, el mismo tipo y con un nivel uniforme de maduración. Además, el producto en este embalaje, en su parte visible, tiene que ser igual a la totalidad del contenido.

f2 Rotulado. Los envases deben llevar etiquetas o impresiones con caracteres legibles, en español, y colocadas en tal forma que no desaparezcan bajo condiciones normales de almacenamiento y transporte, debiendo contener la información mínima siguiente:

- *Nombre y variedad del producto*
- *Tipo y grado de calidad (Norma INEN 1909)*
- *Contenido neto en kilogramos (Kg.), y/o en unidades*
- *Nombre y dirección del empacador y/o distribuidor*
- *Lugar de origen del producto*
- *Fecha de empaçado*

BIBLIOGRAFÍA

- **ALCAZAR RODRIGUEZ RAFAEL**, El Emprendedor de Éxito, McGrawhill, Segunda Edición, 2001
- **MENESES A EDILBERTO Eco.** Diseño y evaluación de proyectos, 2002.
- **CANELOS SALAZAR RAMIRO**, UIDE, Formulación y evaluación de un plan de negocio LERC impr. 2003 216p
- **BRUCE ANDY Y LANGDON KEN**, Dirigir Proyectos. Presupuestos, Cibtrik de calidad Edit. Grijalbo.2000 72p
- **DE LA TORRE JOAQUIN AMARRON BERENICE**, Evaluación de proyectos de inversión Prentice Hall. 2002 256p.
- **ALFONSO** Elementos de mercadotecnia Edit. CECSA 2004.
- **MC GRAW HILL** La Ingeniería de la Exportación. 4ta Edición
- **LIBRO: LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y ERRADICACIÓN DE LA DROGA (ATPDEA)** Serie: Documentos Técnicos de la CORPEI, N° 2
- **GUÍA PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS – ECUADOR EXPORTA CORPEI**
- **FICHA DE REQUISITOS NO ARANCELARIOS – ECUADOR EXPORTA CORPEI**
- **MANUALES Y GUIAS DE LA ADUANA**
- **REVISTAS GESTIÓN 2010**
- **REVISTAS EKOS 2010**
- **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES**
- **INCOTERMS 2011 – CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

LINKS ELECTRÓNICOS

- www.bce.fin.ec – Banco Central del Ecuador
- www.aduana.gov.ec – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
- www.sri.gov.ec – Servicio de Rentas Internas
- www.inen.gov.ec – Instituto Ecuatoriano de Normalización
- www.agrocalidad.gov.ec – Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro
- www.micip.gov.ec
- www.ecuadorexporta.org
- www.todocomercioexterior.com.ec