

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“ESTUDIO PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD
DE IMPLEMENTAR UNA TRADING COMPANY PARA
LA EXPORTACIÓN DE CAMARÓN EN LA CIUDAD DE
MACHALA”**

Realizado por:

ROLANDO RODRIGO ROGEL QUIROLA

Como requisito para la obtención del título de
**INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

QUITO, FEBRERO DE 2011

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, Rolando Rodrigo Rogel Quirola, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....

Rolando Rogel Quirola

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera titulado:
**“ESTUDIO PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE IMPLEMENTAR UNA
TRADING COMPANY PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMARÓN EN LA CIUDAD
DE MACHALA”**

Realizado por el alumno
ROLANDO ROGEL QUIROLA
como requisito para la obtención del título de
INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
ha sido dirigido por el profesor
ING. JOSÉ UNDA
quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

.....
ING. JOSÉ UNDA
Director

Los profesores informantes
Dr. Milton Jurado
Ing. Humberto Nieto

Después de revisar el trabajo escrito presentado,
Han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador.

.....
Dr. Milton Jurado

.....
Ing. Humberto Nieto

Quito, Febrero de 2011

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis Padres, especialmente a mi madre Ing. Inés Quirola Villalba, quien con su amor y gracias a su apoyo incondicional impulso mi carrera, a mi hermano, a mi sobrino Mat y a mis dos angelitos que desde el cielo me cuidan.

Rolando Rogel Quirola

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primero y ante todo a mis Padres por su apoyo y confianza cada instante de mi vida.

A mi hermano; Ronald Rogel Quirola por toda su ayuda.

A mi director de tesis; Ing. José Unda por ser un excelente maestro y un ejemplo a seguir.

A todos mis maestros; por la paciencia y los conocimientos aportados.

A mis compañeras y compañeros de clases; por todos los buenos momentos y la amistad.

Y a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente en la elaboración de este trabajo; en especial a Mar, por preocuparse constantemente y querer siempre lo mejor para mí.

Gracias

RESUMEN EJECUTIVO

La Provincia de El Oro es la segunda provincia que más produce camarón de calidad en el Ecuador, sin embargo no cuenta con la infraestructura ni la organización para exportarlo, pese a que posee condiciones ambientales adecuadas para que la cosecha de camarón pueda darse durante todo el año solo dos son las exportadoras que funcionan en esta provincia.

La intermediación ha sido siempre una de las peores barreras para el crecimiento de los productores de camarón de exportación. El presente estudio determinara la factibilidad de la creación de una trading company con la alianza estratégica de diversos productores de camarón de la ciudad de Machala, fundando una empresa capaz de exportar por sí misma las cosechas conjuntas de sus miembros y socios, librándose de la dependencia de intermediarios.

La realización del presente proyecto está constituida por los siguientes capítulos, los mismos que se describen a continuación:

El primer capítulo, describe el Marco Teórico utilizado en la presente investigación como son los conceptos de proyectos de inversión a largo plazo y sus etapas, además la importancia de los negocios internacionales en un mundo competitivo y las barreras al comercio internacional.

El segundo capítulo se refiere al Estudio de Mercado, en el cual se analiza el origen, características, usos y beneficios del camarón. El mercado meta del proyecto es el Estado de California. Las exportaciones ecuatorianas durante los últimos años presentan un aumento significativo, esto se debe a que los consumidores norteamericanos han cambiado sus preferencias alimenticias hacia alimentos sanos y con un alto valor nutricional.

El tercer capítulo comprende el Estudio Técnico, donde se establece que la trading company va a tener sus instalaciones administrativas en la ciudadela Machala, en la ciudad del mismo nombre, cuenta con vías de acceso de primer orden y dispone de los servicios básicos necesarios. MACHALA'S SHIRMPFARMER TRADING COMPANY S.A. (MSTC S.A.) será la encargada de negociar con los proveedores, con la empresa que comprará el producto ofrecido DARDEN RESTAURANTS, INC, y cumplirá con los estándares establecidos por las organizaciones internacionales para que el camarón pueda ser exportado.

En el cuarto capítulo se analiza la Situación Financiera y Evaluación del proyecto que comprende los siguientes aspectos:

El punto de equilibrio sirve para determinar el nivel de actividad que necesita la trading company para no perder ni ganar. El punto de equilibrio en el presente proyecto es de USD. 248.702,89, es decir, la empresa debe vender la cantidad de 26.179,42 kilogramos de camarón congelado.

Utilizando el índice de cobertura de deuda se determina cual es la disponibilidad de pago que tiene la empresa para cubrir las obligaciones contratadas.

La inversión requerida para la ejecución del proyecto es de USD. 42.300,27; USD 12.300,27 son recursos propios y la diferencia de USD. 30.000,00 se adquirirá mediante un préstamo al Banco de Machala. De acuerdo a la evaluación financiera realizada el proyecto es viable y la decisión de los socios es emprender en el negocio de exportación.

En el análisis de sensibilidad se mide el riesgo respecto a la inversión, mediante el cual se conoce si es factible o no aceptar el proyecto en condiciones adversas, como puede ser un aumento en los costos del producto y/o una caída en los precios internacionales.

El quinto capítulo se refiere al Estudio Administrativo y Legal, en primera instancia se refiere a la empresa, en el ámbito legal se analiza las organizaciones gubernamentales y leyes que rigen en los países de Ecuador y Estados Unidos para la exportación de camarón congelado y por último se describe la estructura organizacional de la empresa y el requerimiento del personal.

ABSTRACT

The Province of El Oro is the second one that produces more quality shrimp in Ecuador nevertheless doesn't count with the infrastructure nor the organization to export it, owns suitable environmental conditions to the shrimp harvest can occur throughout year but only two exporters work in this province.

The intermediation has been always one of the worse barriers for the growth of the producers of quality shrimp. The present study would determine the feasibility of the creation of a TRADING COMPANY with the strategic alliance of diverse shrimp producers from the Machala's city, founding a company able to export by itself the joining harvests of its members, getting rid of the intermediary dependency.

The accomplishment of the present project is constituted by the following chapters, the same that are described next:

The first chapter, describes used Theoretical Framework in the present investigation like the concepts of long term investment projects and their stages, in addition the importance to the international businesses in a competitive world and the barriers the international trade.

The second chapter talks about the Study of Market, in which it analyzes the origin, characteristics, uses and benefits of the shrimp. The target market is the State of California. The Ecuadorian exports during the past few years display a significant increase; this is why the U.S. consumers have changed their nutritional preferences towards healthy foods with a high nutritional value.

The third chapter includes the Technical Study, where it settles down that the TRADING COMPANY is going to have its administrative facilities in the Machala citadel, in the city of the same name, counts with first order access roads and basic services. MACHALA'S SHIRMPFARMER TRADING COMPANY S.A. (MSTC S.A.) will be the one in charge to negotiate with the suppliers, with the company that will buy offered product DARDEN RESTAURANTS, INC., and will fulfill the rules established by the international organizations so that the shrimp can be exported.

The fourth chapter, analyzes the Financial Situation and Evaluation of the project that includes the following aspects:

The balance point serves to determine the activity level that needs the TRADING COMPANY to not lose or earn money. The point of balance in the present project is of USD. 248.702, 89, it means, the company must sell 26,179, 42 kilograms of frozen shrimp.

The Debt Coverage Ratio determined that the company is able to cover it's contracted obligations.

The investment required for the execution of the project is of USD. 42.300, 27; USD 12,300, 27 are partner's resources and the USD difference. 30.000, 00 will be acquired by a loan to the Machala's Bank. According to the financial evaluation realized the project is viable and the decision of the partners is to engage in export business.

The sensitivity analysis measures the risk to investment, which it is known if is feasible or not to accept the project in adverse conditions, as it can be the increase in the costs of the product and/or a fall in the international prices.

The fifth chapter talks about the Administrative Study and Legal, in first instance it talks about the company, in the legal scope it analyzes the governmental organizations and laws that prevail in the countries of Ecuador and the United States for the export frozen shrimp and finally describes the organizational structure of the company and the requirement of the personnel.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN JURAMENTADA.....	i
DECLARATORIA.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
RESUMEN EJECUTIVO.....	v
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	1
1.1 MARCO TEÓRICO	1
1.1.1 Plan de Exportación.....	1
1.1.2 Negocios Internacionales.....	2
1.1.3 Estudio de Mercado.....	3
1.1.4 Estudio Financiero.....	4
1.2 MARCO CONCEPTUAL.....	5

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO.....	15
2.1 SERVICIO/PRODUCTO A EXPORTAR	16
2.1.1 Descripción del servicio	16
2.2 SELECCIÓN DE MERCADO META	20
2.2.1 Evolución del Mercado Internacional.....	20
2.2.2 Importaciones Mundiales	21
2.2.3 Velocidad de Crecimiento de Importaciones	21
2.2.4 Países con mayor volumen de importación	22
2.3 SELECCIÓN DE LA REGIÓN	22
2.3.1 Norteamérica	22
2.3.2 Europa.....	24
2.3.3 Asia.....	25
2.3.4 Selección.....	26
2.4 SELECCIÓN DEL PAÍS.....	27
2.4.1 Selección.....	27
2.4.2 Perfil de Estados Unidos	30
2.4.3 Consumo en el país meta.....	34
2.5 ESTUDIO Y DEFINICIÓN DE LA DEMANDA PARA EL PROYECTO	35
2.5.1 Mercado Meta.....	35
2.5.2 Producción de Camarón en Estados Unidos.....	37
2.5.3 Exportación de Camarón Estadounidense	40

2.5.4 Importaciones de Camarón Congelado desde los Estados Unidos.....	41
2.5.5 Proyección de la Demanda	43
2.5.6 Consumo Potencial	49
2.6 ESTUDIO DE LA OFERTA.....	51
2.6.1 Producción Nacional	53
2.6.2 Producción Orense.....	55
2.6.3 Exportaciones Orenses	56
2.6.4 Estudio de la oferta que representa competencia directa para la MSTC....	58
2.7 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	58
2.8 PRECIO	59
2.9 OFERTA DEL PROYECTO.....	61

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO.....	63
3.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	63
3.1.1 Macro localización	63
3.1.2 Micro localización	64
3.1.3 Matriz de Decisión	65
3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	66
3.2.1 Diseño y distribución.....	66
3.2.2 Opciones de compra o arrendamiento	66
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	67
3.3.1 Acceso al Mercado Estadounidense	67
3.3.2 Proceso Productivo.....	71
3.4 COMERCIALIZACIÓN DE CAMARÓN CONGELADO	75
3.4.1 Proveedores	75
3.4.2 Compradores.....	76
3.4.3 Término de Negociación	77
3.4.5 Logística del Producto	78
3.5 PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	79
3.5.1 Trámites y Requisitos de Exportación.....	79
3.5.2 Procedimiento para Exportar en la Aduana	81
3.5.3 Corpei	82
3.5.4 Forma de Pago	83

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	84
4.1 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	84
4.1.1 Inversiones.....	84
4.1.2 Inversión Total.....	90
4.1.3 Presupuesto de Gastos e Ingresos	91
4.1.4 Estructura de Financiamiento	100

4.1.5 Estado de Resultados	102
4.1.6 Flujo de Caja.....	103
4.2 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	103
4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA Y DECISIÓN DE INVERTIR	105
4.3.1 Cálculo de la tasa pertinente de descuento de los flujos de caja	105
4.3.2 Índice de Cobertura de la Deuda	107
4.3.3 Cálculo e interpretación de los índices de evaluación	108
4.3.4 Decisión de Inversión	112
4.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	112
4.4.1 Evaluación Financiera y Decisión de Invertir	114
4.4.2 Índice de Cobertura de la Deuda	115
4.4.3 Cálculo e interpretación de los índices de evaluación.....	115
4.4.4 Decisión de Inversión	117

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	118
5.1 LA EMPRESA	118
5.1.1 Nombre de la Empresa	118
5.1.2 Aspectos Jurídicos	119
5.2 LEYES CONEXAS.....	125
5.2.1 Ley de Comercio Exterior e Inversiones	125
5.2.2 Ley Orgánica de Aduanas.....	126
5.3 ENTIDADES RELACIONADAS (ECUADOR).....	127
5.3.1 Cámara Nacional de Acuacultura	127
5.3.2 Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).....	127
5.3.3 Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) ..	128
5.3.4 Federación Ecuatoriana de Exportadores	128
5.3.5 Servicio de Rentas Internas	129
5.3.6 Superintendencia de Compañías.....	130
5.4 ENTIDADES RELACIONADAS (ESTADOS UNIDOS).....	130
5.4.1 FDA	130
5.4.2 Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)	131
5.5 DERECHOS ARANCELARIOS	132
5.5.1 Acuerdos Preferenciales.....	132
5.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	133
5.6.1 Estructura Organizacional	134
5.6.2 Descripción de Cargos y Funciones	134
5.6.3 Requerimiento de Personal.....	137
5.6.4 Descripción de Perfiles	138

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	141
---	-----

6.1 CONCLUSIONES.....	141
6.2 RECOMENDACIONES	144
 BIBLIOGRAFÍA.....	 146
 ANEXOS	 150
Anexo 1: Proyección de la Producción de Camarón Estadounidense	150
Anexo 2: Proyección de la Importación de Camarón desde Estados Unidos.....	150
Anexo 3: Proyección del Consumo Aparente para el Estado de California.....	151
Anexo 4: Proyección del Consumo Per Cápita de Camarón en Estados Unidos	151
Anexo 5: Proyección de la Oferta Potencial en la Provincia de El Oro.....	152
Anexo 6: Contrato de Copacking	152
Anexo 7: Contrato de Arrendamiento	154
Anexo 8: Carta de Intención de Compra	157
Anexo 9: Proformas.....	159

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nro. 1: Principales Países Importadores.....	30
Tabla Nro. 2: Importaciones de Camarón Congelado desde Estados Unidos	36
Tabla Nro. 3: Producción Histórica de Camarón Estadounidense	38
Tabla Nro. 4: Proyección d la Producción de Camarón Estadounidense	40
Tabla Nro. 5: Exportaciones de Camarón Congelado Estadounidense	41
Tabla Nro. 6: Importación de Camarón desde Estados Unidos.....	42
Tabla Nro. 7: Proyección de la Importación de Camarón desde Estados Unidos	43
Tabla Nro. 8: Consumo Aparente de los Estados Unidos	45
Tabla Nro. 9: Proyección del Consumo Aparente y Consumo Aparente Per Cápita de los Estados Unidos	47
Tabla Nro. 10: Histórico de la Población en el Estado de California.....	48
Tabla Nro. 11: Proyección del Consumo Aparente para el Estado de California.....	49
Tabla Nro. 12: Consumo Per Cápita de Camarón en E.E.U.U.....	49
Tabla Nro. 13: Proyección del Consumo Per Cápita de Camarón en Estados Unidos....	50
Tabla Nro. 14: Consumo Proyectado para el Estado de California.....	51
Tabla Nro. 15: Histórico de las Exportaciones de Camarón desde la Provincia de El Oro al Mundo	56
Tabla Nro. 16: Histórico de la Oferta Potencial de Camarón para Exportación en la Provincia de El Oro.....	57
Tabla Nro. 17: Proyección de la Oferta Potencial de Camarón en El Oro	58
Tabla Nro. 18: Demanda Potencial Insatisfecha en el Estado de California.....	59
Tabla Nro. 19: Precio Promedio de Camarón Congelado Importado En E.E.U.U.	60
Tabla Nro. 20: Detalle de Participación del Proyecto en el Mercado Meta	62
Tabla Nro. 21: Matriz Ponderada de los Factores de Localización.....	73
Tabla Nro. 22: Presupuesto de Muebles y Enseres	85
Tabla Nro. 23: Presupuesto de Maquinarias y Equipos.....	86

Tabla Nro. 24: Presupuesto de Vehículos	86
Tabla Nro. 25: Presupuestos de Equipos de Computación.....	87
Tabla Nro. 26: Resumen de Inversión de Activos Fijos.....	87
Tabla Nro. 27: Gastos de Constitución.....	88
Tabla Nro. 28: Gastos Preoperativos.....	88
Tabla Nro. 29: Resumen de Inversión de Activos Intangibles.....	89
Tabla Nro. 30: Capital de Trabajo.....	90
Tabla Nro. 31: Inversion Total del Proyecto.....	90
Tabla Nro. 32: Proyección de Ventas Anuales.....	92
Tabla Nro. 33: Proyección Costo del Producto.....	93
Tabla Nro. 34: Nómina Año 1.....	93
Tabla Nro. 35: Proyección de Sueldos Administrativos y Prestaciones.....	94
Tabla Nro. 36: Arriendo Oficina.....	94
Tabla Nro. 37: Servicios Básicos.....	95
Tabla Nro. 38: Gastos Varios.....	95
Tabla Nro. 39: Proyección Materiales y Suministros de Oficina.....	96
Tabla Nro. 40: Documentos de Exportación.....	97
Tabla Nro. 41: CORPEI.....	98
Tabla Nro. 42: Tabla de Depreciación.....	98
Tabla Nro. 43: Resumen Depreciación Activos.....	98
Tabla Nro. 44: Amortización de Activos Diferidos.....	99
Tabla Nro. 45: Provisiones.....	100
Tabla Nro. 46: Estructura de Financiamiento.....	100
Tabla Nro. 47: Tabla de Amortización de Deuda:.....	101
Tabla Nro. 48: Estado de Resultados.....	102
Tabla Nro. 49: Flujos de Caja Proyectados.....	103
Tabla Nro. 50: Costos Fijos y Variables.....	104
Tabla Nro. 51: Cálculo de Ke	106
Tabla Nro. 52: Tasa Pertinente de Descuento.....	107
Tabla Nro. 53: Índice d Cobertura de Deuda.....	108
Tabla Nro. 54: Cálculo del Valor Actual Neto.....	109
Tabla Nro. 55: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	110
Tabla Nro. 56: Relación Beneficio/Costo.....	111
Tabla Nro. 57: Proyección Costo Unitario del Producto (5% Adicional).....	112
Tabla Nro. 58: Proyección de Ingreso por Ventas (5% Disminución).....	113
Tabla Nro. 59: Estado de Resultado Sensible.....	113
Tabla Nro. 60: Flujos de Caja Sensible.....	114
Tabla Nro. 61: Tasa Pertinente de Descuento Sensible.....	114
Tabla Nro. 62: Índice de Cobertura de Deuda Sensible.....	115
Tabla Nro. 63: Cálculo del Valor Actual Neto Sensible.....	115
Tabla Nro. 64: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	116
Tabla Nro. 65: Relación Beneficio/Costo.....	116
Tabla Nro. 66: Requerimiento de Personal.....	137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1: Evolución de las Importaciones Mundiales de Camarón.....	20
Gráfico Nro. 2: Importadores de Camarón por Región.....	26
Gráfico Nro. 3: Alimentos Congelados en Estados Unidos en el 2008.....	28

Gráfico Nro. 4: Proyección del Mercado de Alimentos Congelados de E.E.U.U.....	28
Gráfico Nro. 5: Balanza Comercial de E.E.U.U.....	34
Gráfico Nro. 6: Crecimiento de las Importaciones de Camarón desde E.E.U.U.	36
Gráfico Nro. 7: Importaciones de Camarón Congelado desde E.E.U.U.	36
Gráfico Nro. 8: Producción de Camarones de E.E.U.U. 1	37
Gráfico Nro. 9: Producción de Camarones de E.E.U.U. 2	38
Gráfico Nro. 10: Proyección de Camarón E.E.U.U.	38
Gráfico Nro. 11: Proyección de la Producción de Camarón en E.E.U.U.....	40
Gráfico Nro. 12: Exportación de Camarón Estadounidense	41
Gráfico Nro. 13: Importación de Camarón desde E.E.U.U.....	42
Gráfico Nro. 14: Proyección de la Importación de Camarón desde E.E.U.U.	43
Gráfico Nro. 15: Imagen Satelital de la Ciudad de Machala.....	64
Gráfico Nro. 16: Diagrama del Proceso Productivo.....	84

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1 MARCO TEÓRICO

1.1.1 Plan de Exportación

“Es un documento en donde están plasmadas todas las ideas y características del proyecto exportador, en el se encuentran los ítems de desarrollo, que serán evaluados por el inversionista o comprador.”¹

❖ Elementos para efectuar un Plan de Exportaciones

“La decisión de exportar debe tener en cuenta distintos factores. El primero es determinar si su empresa produce bienes susceptibles de ser vendidos en el extranjero. Para ello, el mencionado análisis de las fuentes secundarias de información y la participación en ferias son las vías más directas para establecer si usted puede -dónde y cuánto- venderle a los compradores extranjeros.”²

¹ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task

² <http://www.commerce.com.ar/secciones/otros/cod.asp>-Manual del Exportador-Fundación Exportar-11. Elementos básicos para su plan de exportaciones

❖ **Para la realización del plan de exportación es conveniente tener en cuenta las siguientes consideraciones:**

- ¿Qué productos han sido seleccionados para exportar?
- ¿Qué modificaciones, si éste es el caso, hay que efectuar para adaptar el producto al mercado-objetivo?
- ¿Qué países han sido seleccionados como mercado-objetivo?

“Desde el principio, el plan debe ser visto como un instrumento operativo para encarar los negocios, no como un solemne documento estadístico. Los objetivos deben ser comparados con los resultados, para medir el éxito de las estrategias emprendidas.”³

1.1.2 Negocios Internacionales⁴

Los negocios internacionales son, en general, las transacciones privadas y gubernamentales que involucran a dos o más países. Se componen de dos partes principales:

- Comercio exterior, el cual se refiere a las condiciones, formas y contenido que presenta el intercambio de bienes y servicios; exactamente, son las leyes y regulaciones nacionales para manejar el comercio internacional.
- Comercio internacional, el cual se refiere a todas las operaciones comerciales, importaciones y exportaciones, inversión directa, financiación internacional,

³ <http://www.commerce.com.ar/secciones/otros/cod.asp>-Manual del Exportador-Fundación Exportar- 11. Elementos básicos para su plan de exportaciones

⁴ <http://www.commerce.com.ar/secciones/otros/cod.asp>-Manual del Exportador-Fundación Exportar- 11. Elementos básicos para su plan de exportaciones

mercadeo, etc., que se realizan mundialmente y en la cual participan las diferentes comunidades nacionales.

❖ **Factores de éxito:**

“El factor más importante en la actualidad es la Competitividad en donde la eficiencia en precios y la logística juegan un rol fundamental. Además, cabe destacar el apoyo financiero y la capacidad operativa, sin estas condiciones es muy difícil emprender proyectos internacionales.”⁵

1.1.3 Estudio de Mercado

❖ **Investigación de mercado⁶**

Permite identificar, recopilar, analizar, aprovechar y difundir información sobre una situación específica en el mercado. Se utiliza para poder tomar decisiones sobre:

- La introducción al mercado de un nuevo producto o servicio.
- Los canales de distribución más apropiados para el producto.
- Cambios en las estrategias de promoción y publicidad.

Una investigación de mercado refleja:

⁵ LERMA, Alejandro, COMERCIO INTERNACIONAL GUIA DE ESTUDIO - Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial, Editorial ECAFSA, 2000, Pág. 53

⁶ MALHOTRA, Naresh, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Editorial Pearson Educación, 2004, Pág.7.

- Cambios en la conducta del consumidor.
- Cambios en los hábitos de compra.
- La opinión de los consumidores.

1.1.4 Estudio Financiero⁷

❖ Viabilidad Económica del Proyecto

Para realizar este apartado se recomienda describir la conclusión del análisis financiero ya que este refleja la viabilidad económica del proyecto, por lo anterior se pide comprobarlo desarrollando la siguiente información:

- **Premisas de Producción**

Es necesario proyectar las ventas esperadas en el año.

- **Estados de Resultados**

Para presentar la utilidad neta se debe realizar el estado de resultados haciendo una proyección de los años siguientes.

- **Índices Financieros Proyectados**

Determinar el capital de trabajo, proyectándolo en los años siguientes.

⁷ GUISTADO, Manuel, VIABILIDAD ECONÓMICA DE EXPLOTACIONES ACUÍCOLAS, Editorial Netbiblo, 2007, Pág. 119.

❖ Monto y Distribución de la Inversión

Se recomienda describir las características del proyecto, definir la inversión total y cómo será la distribución. Para realizar un desglose más completo es necesario incluir los puntos siguientes:

- **Plan Financiero⁸**

Deberá llevarse a cabo la descripción de la inversión fija y determinar de dónde se la obtendrá.

- **Necesidades de Capital de Trabajo**

Señalar el monto a requerir del Capital de trabajo inicial y el subsiguiente, así como su origen y aplicación.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

❖ Salvaguardia⁹

“Es una medida que adoptan los gobiernos para proteger a la industria nacional frente a un daño o posible daño por un crecimiento alto de las importaciones de un determinado

⁸ BESLEY, Scott y BRIGHAM, Eugene F., FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, Editorial Mc Graw Hill, 2001, Pág. 151-152.

⁹ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view=118&Itemid=44

producto. Esto implica establecer un arancel adicional para restringir tales importaciones.”

❖ **Dumping**¹⁰

“Es la venta que se hace de un bien en el mercado externo, a un precio inferior a su *valor normal* de producción en su lugar de origen. Es decir, un producto tiene un precio mayor en el país de origen pero un precio menor cuando se lo exporta. La finalidad de esta práctica es desplazar a la competencia y está penalizada por ley.”

❖ **Reglamentos Técnicos y Normas Técnicas**¹¹

“Reglamentos técnicos son exigencias de las autoridades en un determinado país o región con respecto a requisitos que el productor, exportador o comercializador deben cumplir para garantizar la vida, la salud, el medio ambiente, seguridad nacional, etc., y cuyo cumplimiento es obligatorio.”

❖ **Medidas Sanitarias y Fitosanitarias**¹²

“Son exigencias de las autoridades en un determinado país o región para proteger la vida y la salud de personas y animales y para preservar los vegetales.”

¹⁰ ÁLVAREZ, Juan Antonio y LIZANA, Claudio, DUMPING Y COMPETENCIA DESLEAL INTERNACIONAL, Editorial Jurídica de Chile, 1995, Pág. 5.

¹¹ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view=120&Itemid=44

¹² http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view=121&Itemid=44

❖ Fair Trade Labeling Organization (FLO)¹³

“Es una asociación que agrupa a 21 organizaciones de comercio justo, su misión es promocionar la certificación y el consumo de productos de comercio justo. Actualmente, los miembros del FLO están presentes en 15 países europeos, así como en Australia, Nueva Zelanda, Canadá, Japón, México y Estados Unidos.”

“El FLO se encarga de establecer y desarrollar criterios de certificación, además actúa como certificadora.”

❖ Normas NOP, UE, JAS¹⁴

“La Unión Europea tiene el reglamento CEE 2092/91 con las condiciones para la producción orgánica. Los Estados Unidos maneja la norma USDA NOP. En cambio, Japón utiliza las Normas de Acreditación JAS.”

❖ Estrategia de Exportación¹⁵

“Una estrategia de exportación comprende los objetivos y los medios para entrar o consolidarse en un mercado o mercados internacionales.”

Una estrategia de exportación requiere diagnosticar el tipo de organización que se dispone, sus recursos, su especialización, su organización; se debe conocer también, el mercado y sus segmentos.

¹³ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view=129&Itemid=44

¹⁴ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view=137&Itemid=44

¹⁵ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view=143&Itemid=44

Cada organización tiene que encontrar y definir su particular estrategia de exportación, para lo cual debe tomar en cuenta sus fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas que existen en un determinado mercado. Los mayores o menores beneficios van a depender de la modalidad de exportación que se escoja.

❖ **Plan de Acción**¹⁶

Un plan de acción establece con precisión los tiempos necesarios para ejecutar cada actividad, así como los responsables a cargo de tales acciones.

Comprende las actividades y los recursos necesarios para echar a andar el negocio exportador. Las actividades están relacionadas con el cumplimiento de los objetivos de exportación, en coherencia con la estrategia de acceso a mercados externos.

❖ **Preselección de Países**¹⁷

Es importante para quienes inician o pretenden iniciar una exportación. Se trata de encontrar un mercado internacional que podría ser de interés para la PYME. Los criterios de selección son varios:

- Referencias y experiencias de otras PYMES.
- Existencia de preferencias arancelarias.
- Proximidad y facilidad de acceso.
- Afinidad cultural.
- Condiciones económicas y tecnológicas, etc.

¹⁶ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view=103&Itemid=44

¹⁷ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view=104&Itemid=44

❖ Selección de Mercados¹⁸

Para implementar una adecuada selección de mercados se debe aplicar el criterio Empresa–Producto–Mercado para garantizar la coherencia entre lo que la PYME es y dispone en cuanto a oferta de sus productos y los requerimientos de un mercado en particular.

Luego de la fase de preselección, se deben priorizar los posibles mercados, profundizando el análisis de la información específica que sea posible, en cuanto a la caracterización del mercado, su conformación, tipo de consumidores, montos de consumo, precios referenciales, principales competidores, canales de distribución, costos de transporte, embalajes, exigencias de entrada del producto y régimen comercial, etc.

❖ Gustos y Preferencias de los Consumidores¹⁹

Su conocimiento permite entender el comportamiento de los consumidores y cómo la oferta exportable de una PYME podría satisfacer sus necesidades. Los gustos y las preferencias de los consumidores se consolidan en patrones o tendencias de consumo; todos tienen gustos diferentes con orientaciones hacia la calidad, el precio, el servicio postventa, etc.

Mientras más desarrollado sea el mercado, mayor complejidad tendrán los patrones de consumo.

¹⁸ [http://www.conquito.org.ec/expoinquito/index.php?option=com_content&task=view=105&Itemid=44](http://www.conquito.org.ec/expoinquito/index.php?option=com_content&task=view&Itemid=44)

¹⁹ MALHOTRA, Naresh, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Editorial Pearson Educación, 2004, Pág.127.

❖ **Cultura**²⁰

La cultura juega un rol fundamental para entender la idiosincrasia de los consumidores y también de los competidores.

En la competencia, el tema cultural brindará un marco de acción de cada uno de los participantes en las diferentes cadenas de producción y distribución, mayor o menor grados de cooperación, flexibilidad y/o exigencias.

En la Unión Europea, por ejemplo, posiblemente sea más fácil entablar relaciones de cooperación empresarial que en otros mercados.

❖ **Barrera Comercial**²¹

Es cualquiera de los mecanismos de protección que utilizan los gobiernos para restringir el acceso de productos importados. Las restricciones más conocidas son:

- Aranceles y cuotas
- Precios de referencia
- Permisos de importación
- Trámites administrativos, entre otros.

Los aranceles o impuestos que se aplican a las importaciones son cada vez menores en el mundo debido a los procesos de negociación al interior de la OMC y por los acuerdos regionales y bilaterales entre los países; sin embargo, a la par de esta disminución

²⁰ MOLLÁ, Alejandro, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, Editorial UOC, 2006, Pág. 40.

²¹ <http://www.bcv.org.ve/c1/abceconomico.asp>

arancelaria se han incrementado otro tipo de restricciones como las señaladas anteriormente.

❖ **Barrera Arancelaria**²²

Son los aranceles o impuestos a las importaciones de productos con el objeto de limitar las compras externas de ciertas mercancías, generar ingresos fiscales, proteger la producción nacional o incrementar el intercambio entre un grupo de países de una misma zona.

❖ **Arancel**²³

“Es un impuesto o derecho aduanero que se aplica a las importaciones de productos”

El arancel puede asumir múltiples formas:

- Derecho ad valorem: Aplicación de un porcentaje sobre el valor de la mercadería. Ejemplo: 5% a la importación de maíz (materia prima).
- Derecho específico: Tasa fija que se aplica sobre la mercadería y se expresa en términos monetarios por unidad de medida. Ejemplo: 145 euros a las importaciones de camarón en la Unión Europea.
- Derecho mixto: Es una combinación de los dos anteriores. Ejemplo: 3% al maíz más \$300 por cada tonelada métrica.”

²² GRECO, Orlando, Diccionario De Comercio Exterior, Valletta Ediciones SRL, 2005, Pág.37.

²³ <http://www.corpei.org/contenido.ks?contenidoId=1578>

❖ Código Arancelario²⁴

“Todo producto de exportación tiene que clasificarse en una partida o subpartida arancelaria. Para el caso de Ecuador se debe utilizar la clasificación NANDINA, que puede ser encontrada en el Sistema del Arancel Nacional de la CAE: <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>.”

❖ Sistema Armonizado de Aranceles²⁵

“El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías es una nomenclatura internacional de mercancías, desarrollada por la Organización Mundial de Aduanas. Comprende aproximadamente 5 mil productos y observa una estructura común a nivel de 6 dígitos”.

❖ Código Arancelario NANDINA²⁶

Es el arancel aplicable a los países miembros de la Comunidad Andina: Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú. Este código identifica cada producto con 8 ó 10 dígitos.

- “La CAN es la responsable de establecer la nomenclatura NANDINA mediante una medida legal que se denomina Decisión de la Comisión.
- La NANDINA se aplica luego a cada país miembro, que a su vez la convierte en el Arancel Nacional.”

²⁴ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view&Itemid=44

²⁵ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view&Itemid=44

²⁶ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view&Itemid=44

❖ **¿Qué arancel se debe pagar al ingresar el producto de exportación en un mercado internacional?**²⁷

“Los derechos arancelarios son determinados por cada país en forma particular. El importador es el responsable de efectuar el trámite aduanero respectivo en el país de llegada de la exportación y cancelar los aranceles respectivos.”

“En el caso de existir acuerdos de zonas de libre comercio, como con los países de la Comunidad Andina, no se pagan aranceles. Tampoco se pagarían en el caso de las preferencias arancelarias, el ATPDEA en los Estados Unidos y el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP “plus”) de la Unión Europea.”

❖ **Barreras no Arancelarias**²⁸

Es una condición no impositiva que algunos países gravan a los productos de importación con el objeto de proteger sus industrias.²⁹

“Son restricciones a las importaciones relacionadas con cuotas, contingentes, autorizaciones previas, etc.”

“Una cuota es un monto determinado de un producto que puede ser importado. Por ejemplo, tantos miles de toneladas de azúcar en un determinado país. Generalmente estas cantidades están ligadas a determinados aranceles:

Se cobra un impuesto menor cuando la importación está por debajo de la cuota, y otro más alto cuando se la supera.”

²⁷ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view&Itemid=44

²⁸ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task=view&Itemid=44

²⁹ GRECO, Orlando, DICCIONARIO DE COMERCIO EXTERIOR, Valletta Ediciones SRL, 2005, Pág.37.

“Un contingente es algo similar a la cuota, pero se establece un volumen o valor máximo de un producto agropecuario al cual se le aplica una reducción arancelaria (preferencia) a la importación durante un tiempo determinado.”

“Las autorizaciones previas y licencias son restricciones a las importaciones por medio de la concesión de un certificado o autorización para importar productos, emitidas por la autoridad respectiva.”

❖ ISO³⁰

La "International Organization of Standardization", es una agencia internacional sin fines de lucro, responsable de la preparación de las normas técnicas internacionales, en la que participan delegaciones de expertos de los países miembros.

❖ COPACKING³¹

Es una herramienta mediante la cual se subcontrata a una tercera parte para la elaboración de un producto o la prestación de un servicio a un menor costo para la compañía.

³⁰ OSORIO, Cristóbal, DICCIONARIO DE COMERCIO INTERNACIONAL, ECOE EDICIONES, 2006, Pág. 250.

³¹ SIDE, Catherine, FOD PRODUCT DEVELOPMENT BASED ON EXPERIENCE, Blackwell Publishing Company, 2002, Pág. 176

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS

General

“Obtener la información necesaria para conocer las condiciones del mercado, tomar decisiones y pronosticar la evolución del mismo.”

Específicos

- Ofrecer los detalles del producto o servicio.
- Seleccionar el mercado meta, determinando que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda del producto y que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción.
- Exponer que canales de distribución son los acostumbrados para el producto y elegir el más adecuado para el proyecto
- Estudiar los hábitos de consumo de a quién va dirigido el producto.

- Recabar información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado.
- Determinar el tamaño indicado del negocio por instalar, con los presupuestos correspondientes para las ampliaciones posteriores consecuentes del crecimiento esperado de la empresa
- Establecer un precio que los clientes estén dispuestos a pagar por el producto y que represente ganancia para el proyecto.

2.1- SERVICIO/PRODUCTO A EXPORTAR

2.1.1 Descripción del servicio

El servicio que se ofrecerá consiste en comprar a un precio justo el producto recién cosechado a productores de camarón de la Provincia de El Oro en la ciudad de Machala y venderlo directamente a un bróker internacional, mediante Outsourcing una empacadora/exportadora se encargará del procesamiento del camarón, almacenamiento y posterior transporte al respectivo puerto de salida.

❖ Características y especificaciones generales del producto a exportar

La principal especie de camarón silvestre es la misma especie que se cultiva en piscinas (Litopenaeus vannamei), la que mejor se ha adaptado al cultivo en cautiverio en el Ecuador, conocido también como “Camarón blanco del Pacífico”.

❖ Código Arancelario del Producto

Todo producto de exportación tiene que clasificarse en una partida o subpartida arancelaria. Para el caso de Ecuador se debe utilizar la clasificación NANDINA, esta codificación internacional se utiliza en casi todos los países del mundo para identificar los productos a través de sus sistemas arancelarios nacionales o regionales.

A continuación se detallan las partidas y subpartidas correspondientes al producto que la empresa exportará.

<u>Partida</u>	<u>Descripción</u>
<u>General:</u>	
30613	-- Camarones, langostinos y demas Decápodos natantia congelados:
30623	-- Camarones, langostinos y demas Decápodos natantia sin congelar:
160520	- Preparaciones y conservas de camarones, langostinos, quisquillas y gambas.
<u>Detalle:</u>	
*0306131100	---- Langostinos (Penaeus spp.) enteros congelados
*0306131200	---- Colas de langostinos (Penaeus spp.) sin caparazón congelados
*0306131300	---- Colas de langostinos (Penaeus spp.) con caparazón, sin cocer en agua o vapor, congelados
*0306131400	---- Colas de langostinos (Penaeus spp.) con caparazón, cocidos en agua o vapor, congelados
*0306131900	---- Los demás Langostinos congelados
*0306139100	---- Los demás camarones congelados
*0306139900	---- Los demás crustáceos congelados
306231100	---- Langostinos (Penaeus spp.) para reproducción o cría industrial sin congelar
306231900	---- Los demás Langostinos sin congelar
306239100	---- Para reproducción o cría industrial
306239900	---- Los demás
1605200000	- Preparaciones y conservas de camarones, langostinos, quisquillas y gambas

*Estas partidas se encuentran vigentes desde la actualización del Sistema Armonizado, en 2007.

Fuente: Ecuador Trade, CORPEI

Elaboración: Autor

❖ Normas y Controles de Calidad

Ecuador mantiene un sistema de control de calidad altamente reconocido. Ha pasado las exigencias de la FDA, del Departamento de Veterinaria de la UE, de organizaciones de protección al consumidor del Japón y de organizaciones de inspección de Canadá. El 100% de las plantas procesadoras de camarón cumplen con todas las normas nacionales e internacionales de calidad, con el sistema HACCP (Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control) y con todos los requerimientos de los compradores.

❖ Comercialización

La trading company puede optar por tres modalidades de exportación: FOB (Guayaquil), CIF (Puerto de Llegada) y Distribución Directa (al cliente final en el mercado meta); cada una de las variables mencionadas tiene ventajas y desventajas, y a su vez la elección de cualquiera de ellas representa la toma de riesgos que son directamente proporcionales a las utilidades resultantes.

FOB (Pto. Bolívar), todas las empacadoras/exportadoras del país trabajan bajo esta modalidad. Se empaca el producto, se consigue un comprador que en la mayoría es un bróker conocido a nivel internacional y la responsabilidad termina cuando el contenedor se ha colocado sobre el buque de carga.

CIF (Puerto de Llegada), se debe contactar a un mayorista, distribuidor o directamente con alguna cadena de supermercado en el mercado meta. Las ganancias son mayores que en la modalidad anterior pero el riesgo de algún desperfecto en el viaje corre por cuenta del exportador.

Distribución Directa (en el mercado meta), se debe contar con la logística adecuada, la cantidad suficiente de producto y una marca reconocida para distribuirlo directamente a tiendas, restaurantes y minoristas; permisos adicionales para el almacenamiento y transporte son necesarios. Los costos podrían ser exagerados para una empresa que empieza sus operaciones, en todo caso una subsidiaria en los Estados Unidos es algo muy difícil de conseguir y solo un par de compañías extranjeras lo han logrado³².

❖ Peligros en la exportación

Para la modalidad FOB (Pto. Bolívar) no existen peligros en la exportación puesto que una vez el producto se encuentre en el buque de carga, la trading company se libra de cualquier responsabilidad en el transporte, desaduanización y cualquier problema o queja que el cliente pueda tener durante el proceso de exportación.

Para la modalidad CIF (Puerto de Llegada) los riesgos más comunes son los siguientes:

- No cumplir con la cantidad exigida por el comprador.
- Problemas de temperatura en el viaje lo que ocasiona pérdida de toda la carga.
- Problemas de la calidad en el punto de destino. En caso de exportar directamente se debe contar con asesores especializados o con una persona de la MSTC para que reporte sobre las condiciones en que llega la mercadería.

A los peligros de la Distribución Directa se suman los de la modalidad CIF más otros propios de la comercialización en un país extranjero:

- Competencia con experiencia.

³² Public Citizen, El acaparamiento de camarón: El alimento de mar importado favorito de Estados Unidos, www.foodactivist.org, Descargado 16/11/2009

- La MSTC es una empresa desconocida y comercializará una marca nueva de un producto del que se exige prestigio y cierta fama.
- Fuerte inversión en activos.

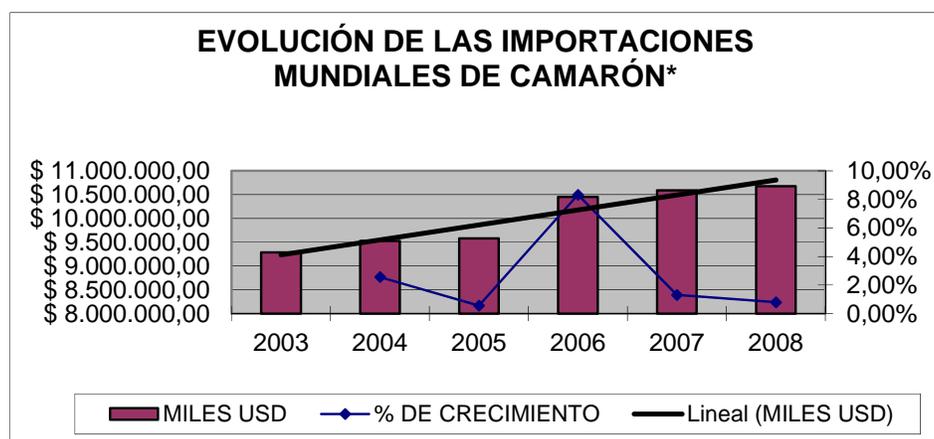
2.2 SELECCIÓN DE MERCADO META

En este punto se presentarán los factores necesarios para poder seleccionar el mercado al cual se va a exportar el producto, teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas que ofrecen.

2.2.1 Evolución del Mercado Internacional

A nivel mundial, las importaciones de camarones congelados, tienen una tendencia creciente. A decir verdad, pasaron de 9,285 millones de dólares en el año 2003 a 10,676 millones dólares en el 2008.

Gráfico Nro. 1



*Partida: 030613 Camarón Congelado

Fuente: Trade Statistics for International Business Development

Elaboración: Autor

El crecimiento de la demanda mundial ha favorecido al sector acuícola hasta la presente fecha. En el 2008, año en que empezó la última crisis económica mundial³³, se explica la variación en el porcentaje de crecimiento, sin embargo, el volumen en valor FOB en millones de dólares ha ido a la alza, como lo muestra la línea de tendencia en el Gráfico Nro. 1, con un incremento promedio del 2,71% anual en el periodo 2003-2008.

2.2.2 Importaciones Mundiales

Las importaciones mundiales de camarón congelado ascendieron a los 2 millones de toneladas métricas en el 2008, donde el principal consumidor en el año 2007 fue Estados Unidos con el 29%, porcentaje equivalente en valores FOB de 3.104 millones de dólares. Le siguen países como Japón y España con el 16% y 11% respectivamente³⁴.

2.2.3 Velocidad de Crecimiento de Importaciones

Es importante destacar el incremento constante de la demanda que según estudios de la Corpei tuvieron algunos países importadores de camarón en el período 2003-2007³⁵; Altas tasas de variación como fue el caso de Rusia (62%), Corea (24%), Malasia (21%), Alemania (16%) y Suecia (13%).

Según datos de la Organización para la Alimentación y la Agricultura de las Naciones Unidas (FAO, por sus siglas en inglés) la demanda del producto en Estados Unidos

³³ MONGE, César, La crisis económica mundial y su impacto en la industria camaronera, Ecuacamarón, Vol. 9/No. 1, Julio 2009, Pág. 25

³⁴ CORPEI, <http://www.ecuadorexporta.org/>

³⁵ Centro de Información e Inteligencia Comercial, Perfil de Camarón 2009, http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/perfil_de_camaron_2009.pdf, Descargado 28/09/2009

tiene un crecimiento anual de entre el 8% y 10%; en Europa, el indicador está entre el 6% y 7%, datos que estimulan a una penetración más agresiva en dichos mercados³⁶.

2.2.4 Países con mayor volumen de importación

Los cinco países con mayor volumen de importación en el 2007 fueron Estados Unidos (415 mil ton), Japón (329), España (220), Francia (114) e Italia (80) que totalizan el 66% del comercio mundial de camarón.

2.3 SELECCIÓN DE LA REGIÓN

2.3.1 Norteamérica

El país por excelencia como destino de las exportaciones ecuatorianas de camarón desde sus inicios ha sido Estados Unidos, aunque este país fue uno de los más afectados por la crisis mundial; sus importaciones de camarón en el año 2008 no registraron variaciones significativas en el precio y se mantuvieron bastante estables, con un pico en agosto para el camarón blanco cultivado en piscina, y al final del año, los precios estuvieron cerca o por debajo del nivel registrado a comienzos de año³⁷.

³⁶ Diario El Universo, con fecha de publicación 26 de Octubre del 2006

³⁷ Centro de Información e Inteligencia Comercial, Perfil de Camarón 2009, http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/perfil_de_camaron_2009.pdf, Descargado 28/09/2009

Actualmente la exportación del camarón pelado ya no es suficiente, ahora la tendencia se dirige a presentaciones en brochetas y listos para asar, apanados, en anillos o en su salsa y otros que son el deleite de paladares³⁸.

A partir de la crisis económica que viene afectando a este país desde el 2008 los consumidores estadounidenses son más sensibles a los precios y el camarón de cultivo ha sufrido una reducción en el precio; esto se debe a que los clientes de restaurantes bajaron y se incrementaron las ventas del producto en los supermercados, esto abre la posibilidad para que los distribuidores posicionen al camarón como un producto de lujo, pero al mismo tiempo accesible al nuevo poder económico de los norteamericanos.

Las importaciones de camarón en EE.UU. en el 2008 ascendieron a un total de 428.954 toneladas, por un valor de 3.289 millones de dólares, lo que representa un 3,15% y el 5,63% de aumento en términos de volumen y valor, respectivamente, en comparación con los datos de 2007.

Canadá importa el 2.58% del total de la oferta mundial de camarón congelado y junto con México y Estados Unidos conforman el 32% del mercado mundial de importadores de este crustáceo. Se estima que el 30% de los canadienses son amantes de los mariscos, al 20% no le agradan y el 50% restante come mariscos ocasionalmente³⁹.

El interés por la salud, la nutrición y recetas étnicas que tienen muchos canadienses resultan en mayores ventas de todo tipo de productos de mar. La inmigración que representó cerca de dos terceras partes del crecimiento poblacional de este país en el

³⁸ GLOBEFISH, <http://www.globefish.org/dynamisk>, Descargado 29/09/2009

³⁹ Productos de Pesquería y Mariscos en 2007, TFO Canadá, www.tfocanada.ca/docs.php, Descargado 30/09/2009

periodo 2005-2006 también es un factor determinante en las importaciones canadienses de camarón blanco cultivado en piscina⁴⁰.

Estos datos indican que es un mercado potencial clave que puede responder a innovaciones tales como nuevos sabores y empaquetado conveniente. Desean sabores más fuertes, porciones más sanas (menos productos apanados) y mayor conveniencia en las ofertas del producto de la empresa⁴¹.

2.3.2 Europa

Esta región que conforma todo el continente europeo incluyendo la Federación de Rusia es el mayor importador a nivel mundial con un 37%. Entre los países con mayor porcentaje de importación se encuentran España (11%), Francia (5.7%), Italia (4.03%), Bélgica (3.89%) y Reino Unido (3%).

Entre los años 2001 y 2006 el consumo del camarón se incrementó en la Unión Europea en un 25%, pasando de 446 hasta 559 mil toneladas, esto incluye el consumo de los hogares y de la industria. El equivalente es un crecimiento promedio anual del 4.6%, que contrasta con el decrecimiento del 1% en el consumo de productos del mar, en general, reportado para el mismo período analizado⁴².

Camarones y langostinos, por lo tanto, son los que han tenido un mejor desempeño en este sector. Es así, que el 5.5% del total de productos del mar consumidos en la Unión Europea corresponde a estas dos especies marinas.

⁴⁰ www.agr.gc.ca/pol/index_e.php?page=mar_sea-mer.

⁴¹ www.bizlink.com/foodfiles/PDFs/dec2006/food_beyond_sea.pdf

⁴² CBI, Shrimps and Prawns in 2008, <http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/index.php>, Descargado 01/10/2009

Según el informe publicado por Globefish, en el año 2009 la situación es complicada para países proveedores como Ecuador, ya que después de años de constante expansión en el mercado europeo, ahora muestra signos de debilitamiento, como resultado los precios permanecerán bajos hasta el fin de año.

2.3.3 Asia

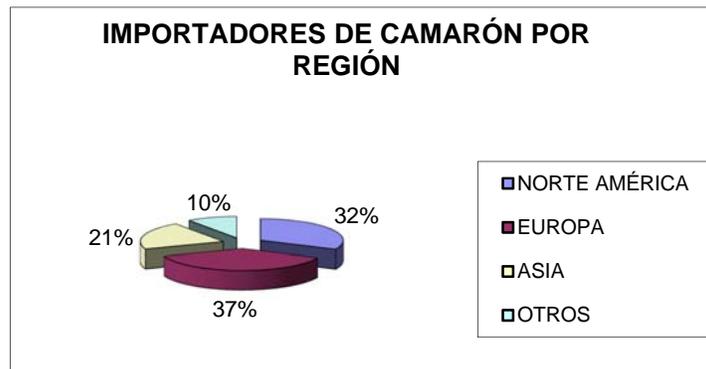
Japón fue el segundo mayor importador a nivel mundial con el 16.4% en el 2007. A medida que aumenta el número de parejas que trabajan, los consumidores están dispuestos a pagar por la comodidad de reducir el tiempo necesario para preparar los alimentos. El aumento en el número de personas que viven solas y la mayor participación de las mujeres en la fuerza laboral han impulsado el crecimiento de los alimentos rápidos, los alimentos instantáneos y los alimentos pre-cocidos, ampliando la demanda por producto como el camarón congelado⁴³.

Simultáneamente, con el aumento del ingreso, los japoneses se han visto expuestos a mayores oportunidades para comer una variedad de alimentos de todo el mundo. Se atribuye un alto valor a la frescura de los alimentos. La República de Corea, Malasia y China aportan para que esta región alcance un total del 21% ubicándose en un tercer puesto a nivel mundial⁴⁴. El Gráfico Nro. 2 muestra la repartición del mercado mundial de camarón por región.

⁴³ Proexport Colombia, Guía para exportar a Japón

⁴⁴ Centro de Información e Inteligencia Comercial, Perfil de Camarón 2009, http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/perfil_de_camaron_2009.pdf, Descargado 28/09/2009

Gráfico Nro. 2



Fuente: Trade Statistics for International Business Development
Elaboración: Autor

2.3.4 Selección

A pesar de estar en segunda posición del mercado global como se observa en el Gráfico Nro. 2, se seleccionó la región de Norteamérica basándose en factores como cercanía, tipo de cambio, homogeneidad de la demanda y concentración de las importaciones en tres países que abarcan el 32% de las compras mundiales de camarón congelado, a continuación se detallan las variables tomadas en cuenta para la selección de la región.

- Facilidad de distribución y expansión; En caso de expansión es más fácil distribuir en una zona constituida por tres países, dos de los cuales están entre los mayores importadores de camarón a nivel mundial.
- Rutas y acceso a naves mercantes; Las compañías navieras nacionales e internacionales que trabajan en el Ecuador ofrecen un itinerario más cómodo

para NORTEAMERICA que para las otras dos regiones, mayores frecuencias, mejor precio y mayor cantidad de naves⁴⁵.

- Cercanía y huso horario; El territorio seleccionado está más cerca de nuestro país lo que permite que el producto llegue más rápido al distribuidor local, lo que influye en la frescura, calidad y en el costo de transportación. La poca diferencia en el horario permite que la comunicación fluya y que los problemas se solucionen de manera inmediata y sin atrasos.
- Idioma y tipo de cambio; Para comerciar con esta zona se necesita hablar dos idiomas concretos, el español y el inglés a diferencia de las otras regiones que agrupan a gran cantidad países, dialectos y monedas, donde las variaciones de tipo de cambio pueden afectar tanto al que importa como al que exporta.
- Homogeneidad y preferencias del consumidor; EUROPA y ASIA están constituidos por una variedad de países y cada uno de ellos tiene diferentes proveedores y preferencias; la demanda de la región de NORTEAMERICA es uniforme y menos susceptible de cambios que afecten a corto plazo los datos resultantes del presente estudio.

2.4 SELECCIÓN DEL PAÍS

2.4.1 Selección

De los tres países que conforman la región Norte América, Estados Unidos es el que mejor potencial tiene para la venta de camarón congelado, puesto que los pescados y mariscos congelados ocupan el cuarto lugar dentro del mercado total de alimentos congelados con una participación 10.7% (Gráfico Nro. 3). Este país es el segundo

⁴⁵ www.maersksealand.com, www.tecnisea.com.ec, www.transoceanica.com.ec.

mercado más importante para los alimentos congelados, por detrás de Europa, ya que generó alrededor del 23% del mercado mundial.

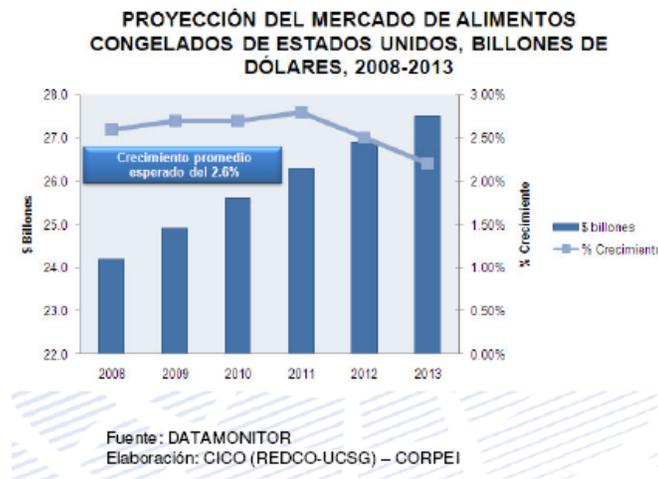
Gráfico Nro. 3



Fuente: DATAMONITOR
Elaboración: CORPEI

En 2008, Estados Unidos reportó haber consumido productos congelados por alrededor de los 24,2 billones de dólares y se espera que esta cifra crezca a 27,5 billones para el 2013, es decir un crecimiento del 12.8%. En general se espera un crecimiento promedio anual del mercado de alimentos congelados para el período 2008-2013 del 2.6% (Gráfico Nro. 4).

Gráfico Nro. 4



Estas cifras y el análisis comparativo mostrado a continuación son la razón de escoger a Estados Unidos como el país objetivo de las exportaciones de la trading company.

- Es el país con mayor nivel de importación de camarón a nivel regional y mundial, como se puede observar en la Tabla Nro. 1 en el 2007 adquirió el 29,31% de las importaciones mundiales mientras que Canadá solo el 2,58% y México menos del 0,10%.
- Es el principal socio comercial del Ecuador con un superávit a favor de nuestro país que ascendió a 3.332'905.440 millones de dólares en el 2007 con un promedio de crecimiento anual del 35% en el periodo 2000-2007. Las exportaciones desde nuestro país hacia Estados Unidos también han venido creciendo a un 42% en el mismo periodo⁴⁶, a diferencia de los otros dos países investigados con los que tenemos un déficit en la balanza comercial.
- La balanza comercial ecuatoriana no petrolera del periodo 2003-2007 muestra un déficit en los tres mercados. El de Ecuador y Estados Unidos es el que tiene una brecha mayor pero también un promedio de crecimiento de exportaciones de 95% a diferencia del 23% y 10% con México y Canadá respectivamente.
- 1229 partidas arancelarias se exportaron hacia Estados Unidos en el año 2007 a diferencia de los 270 exportados a México y los 209 a Canadá, lo que indica que una mayor variedad de productos son exportados a Estados Unidos y que el potencial de diversificación, adaptación y segmentación es superior en este mercado.
- Los Estados Unidos no aplica ninguna tarifa arancelaria a los productos congelados derivados de camarón a excepción del camarón enlatado con carne de pescado. México aplica a los productos de origen animal un arancel promedio del 18,13% y Canadá un 67,34%.

⁴⁶ Banco Central del Ecuador

En la Tabla Nro. 1 que se muestra a continuación se detalla la cantidad en miles de dólares y en miles de libras de los 20 países que importan el 91.88% de camarón de todo el mercado.

Tabla Nro. 1

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES				
RANK	IMPORTADORES	MILES USD	LIBRAS (000)	% DEL MERCADO
	TOTAL MUNDIAL 2007	\$ 10.591.710,00	4.251.243,03	100%
1	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	\$ 3.104.174,00	1.356.089,67	29,31%
2	JAPÓN	\$ 1.741.793,00	760.919,81	16,44%
3	ESPAÑA	\$ 1.164.632,00	508.781,22	11,00%
4	FRANCIA	\$ 603.251,00	263.536,27	5,70%
5	ITALIA	\$ 426.643,00	186.383,29	4,03%
6	BÉLGICA	\$ 412.301,00	180.117,84	3,89%
7	REINO UNIDO	\$ 328.427,00	143.476,64	3,10%
8	CANADÁ	\$ 273.558,00	119.506,57	2,58%
9	DINAMARCA	\$ 238.491,00	104.187,19	2,25%
10	REPÚBLICA DE COREA	\$ 210.095,00	91.782,12	1,98%
11	ALEMANIA	\$ 203.384,00	88.850,35	1,92%
12	FEDERACIÓN DE RUSIA	\$ 182.545,00	79.746,62	1,72%
13	AUSTRALIA	\$ 171.188,00	74.785,20	1,62%
14	PORTUGAL	\$ 147.826,00	64.579,28	1,40%
15	MALASIA	\$ 131.989,00	57.660,72	1,25%
16	CHINA	\$ 13.128,00	5.735,10	0,12%
17	PAISES BAJOS (HOLANDA)	\$ 130.269,00	56.909,32	1,23%
18	HONG KONG	\$ 116.714,00	50.987,69	1,10%
19	ISLANDIA	\$ 65.778,00	28.735,78	0,62%
20	SUECIA	\$ 65.175,00	28.472,35	0,62%

Fuente: Corpei
Elaboración: Autor

2.4.2 Perfil de Estados Unidos

Información General

Capital: Washington D.C.
Superficie: 9.826.630 km²
Habitantes: 303,824,640 (Est. Julio 2009)
Moneda Oficial: Dólar estadounidense
Fronteras: Al Norte Canadá; al este, Océano Atlántico; al sur, Golfo de México y México; al Oeste, Océano Pacífico.
Idioma Oficial: Inglés

Principales Socios Comerciales: Canadá, México, Japón, Reino Unido, China y Alemania.

Entorno Económico⁴⁷

Los Estados Unidos de Norteamérica tiene la más grande y poderosa economía en el mundo, con un PIB per cápita, de \$46,900. En esta economía orientada al consumismo, los individuos y empresas toman la mayoría de las decisiones y el gobierno compra al sector privado la mayoría de bienes y servicios que necesita.

Las empresas estadounidenses disfrutan de mayor flexibilidad que sus similares en Europa Occidental y Japón, en la toma de decisiones como aumentos importantes de capital, despido de obreros y desarrollo de nuevos productos. Al mismo tiempo, enfrentan barreras de entrada mucho más altas en los mercados de sus rivales que las que enfrentan empresas extranjeras en los mercados americanos.

Las empresas americanas están a la vanguardia en adelantos tecnológicos, sobre todo en computadoras y equipo médico, aeroespacial, y militar; su ventaja se ha estrechado desde el fin de la Segunda Guerra Mundial.

El elevado precio del petróleo entre 2005 y la primera mitad del 2008 incrementó la inflación y el desempleo, así como el alto precio de la gasolina acabó con el presupuesto de los consumidores, los gastos en petróleo importado sobrepasaron las dos terceras partes del consumo estadounidense.

Los problemas a largo plazo incluyen la inversión inadecuada en la infraestructura económica, rápido crecimiento de costos médicos y jubilatorios, comercio regular y déficits de presupuesto, y estancamiento del ingreso familiar en los más bajos grupos económicos.

⁴⁷ www.theciafactbook.com

El déficit de la balanza comercial alcanzó los \$819 mil millones en 2007 y \$821 mil millones en 2008. El revés económico mundial, la crisis hipotecaria, los fracasos de la banca de inversión y la caída de precios de los bienes raíces empujó a los Estados Unidos a una recesión a mitad del 2008.

Para ayudar a estabilizar el mercado financiero, el Congreso de los Estados Unidos otorgó \$700 mil millones como parte del Programa de Alivio de Recursos en Problemas (TARP por sus siglas en inglés) en Octubre del 2008. El gobierno usó algo de estos fondos para comprar parte de la banca y algunas corporaciones industriales en problemas.

En enero del 2009 el Congreso americano aprobó y el Presidente Barack OBAMA firmó una factura que proporcionó \$787 mil millones adicionales como estímulo fiscal; Dos tercios para el gasto adicional y un tercio para crear puestos de trabajo y ayudar a la economía en su recuperación.

Industria: Entre los principales productos están los de la producción automotriz, compañías petroleras, imprentas y editoriales, metalúrgica, equipos de transporte, equipos de oficina e informática, industrias químicas, electrónicas, industrias de transformación de alimentos, caucho y plástico. Otros sectores destacados son el textil, instrumentos de precisión, madera, muebles, productos de tabaco, cuero y artículos de piedra, arcilla y vidrio.

El mercado de los Estados Unidos es el más importante del mundo: 303.824.640 habitantes y un ingreso per cápita de \$46.900 dólares. Las importaciones de bienes alcanzaron un valor de \$1.968 billones en el 2007, lo que demuestra el potencial de compra que tiene este país.

Cuenta con extensos yacimientos de oro, petróleo, carbón y uranio. El sector agrícola se basa en la producción de maíz, trigo, azúcar y tabaco, entre otros.

Comercio Exterior

Los principales puertos de contenedores se encuentran en la costa del Pacífico: Los Ángeles, Long Beach, Oakland y Seattle. Los puertos del Golfo de México y desde Miami hacia los puertos de Nueva York y New Jersey han aumentado, por el incremento del comercio con América Latina.

El puerto de Charleston, en Carolina del Sur, es uno de los más activos con América Latina, ya que la carga puede ser transferida a camiones, trenes, barcazas y transporte aéreo.

Exportaciones

Las exportaciones en el 2008 fueron de \$1.291 billones ubicándose como el cuarto exportador mundial de bienes y servicios, siendo los principales los productos agrícolas (soya, maíz y fruta), suministros industriales (químicos orgánicos), bienes de capital (transistores, aeronáutica, motores, computadoras, equipo de telecomunicaciones) y bienes de consumo (automóviles, medicinas).

Importaciones

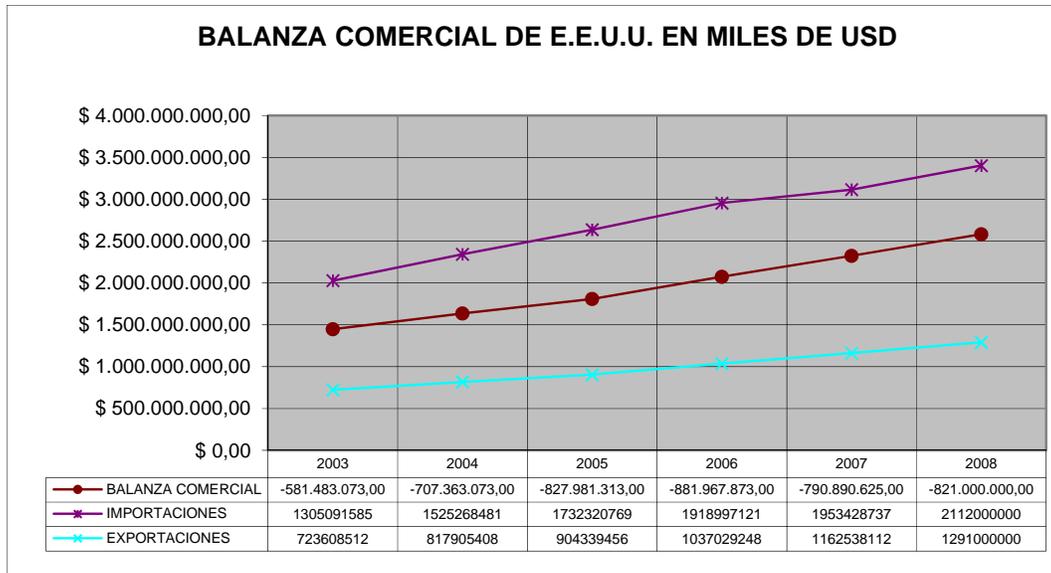
Las importaciones en el 2008 ascendieron a \$2.112 billones siendo el primer importador de bienes y servicios en el mundo, los principales: productos agrícolas, suministros industriales (crudo de petróleo 8.2%), bienes de capital (computadoras, equipos de telecomunicaciones, partes de motor para vehículos, máquinas de oficina, máquinas eléctricas) y bienes de consumo (automóviles, ropa, medicinas, mobiliario, juguetes).

Balanza Comercial

Estados Unidos mantiene con el resto del mundo una balanza comercial negativa, si bien es uno de los países que más importaciones y exportaciones realiza a nivel mundial, su balanza comercial es constantemente desfavorable y mucho más en los últimos años. La balanza comercial de Estados Unidos tiene un crecimiento en las exportaciones promedio del 13% mientras que en las importaciones este crecimiento

llega al 11% dejando un déficit porcentual que aumenta 2 puntos al año en el periodo estudiado. A continuación se puede observar en el Gráfico 2.5 la evolución de las importaciones y exportaciones con su respectiva balanza comercial, así como la tabla con los índices de dichas operaciones comerciales.

Gráfico Nro. 5



Fuente: CORPEI

Elaboración: Autor

2.4.3 Consumo en el país meta

La población de Estados Unidos consume productos que cumplan todas sus expectativas, la tendencia hacia la frescura y conveniencia se intensifica cada vez más, por lo que los minoristas se enfocan en precio, valor agregado y comodidad mediante programas de ventas.

Las ventas de estos productos se disparan durante las festividades o feriados como: San Valentín, Pascuas, 4 de Julio, Día de Acción de Gracias, Navidad y Año Nuevo. Con el comienzo de la primavera, las ventas de los restaurantes son mayores. También se ha

reportado que se incrementó el consumo de productos de mayor valor, por lo que el camarón tiene oportunidades interesantes en los Estados Unidos.

2.5 ESTUDIO Y DEFINICIÓN DE LA DEMANDA PARA EL PROYECTO

2.5.1 Mercado Meta

Para el presente estudio no se abarcará todo el país así que se segmenta el mercado meta a uno más accesible y con buenas posibilidades de expansión; El estado de California es el más poblado y el tercero con mayor expansión demográfica en los Estados Unidos, lo que la convierte en un mercado prometedor y con las mejores posibilidades de éxito para este proyecto.

Se desconoce la demanda histórica de este estado así que se usará el consumo nacional aparente estadounidense para encontrar la demanda actual de California, se analizará la demanda histórica estadounidense de camarón para encontrar los datos que el proyecto necesita.

Los Estados Unidos es el mayor importador de camarón del mundo, su volumen de consumo se ha intensificado a través de los años. Las adquisiciones de camarón congelado asciende a 3.289 millones en el 2008, que representa un crecimiento del 5.63% en relación al año 2007, cuando se registró 3.104 millones de dólares. Las cifras denotan una evolución positiva del mercado de camarón en EEUU, en el período comprendido entre el 2003 y 2008. Se observa un crecimiento promedio anual del 2.98% en el gasto estadounidense destinado a la compra de camarón, un incremento anual de 4% en el volumen de compra denota que el precio está a la baja en el mercado. En la Tabla Nro. 2 se analiza esta discrepancia de la demanda histórica del país en cuestión.

Tabla Nro. 2

IMPORTACIONES DE CAMARÓN CONGELADO DESDE ESTADOS UNIDOS				
ANO	USD (000)	%	TONS	%
2002	\$ 2.716.664,00		331.290,00	
2003	\$ 3.078.260,00	11,75%	398.339,00	16,83%
2004	\$ 2.952.599,00	-4,26%	395.747,00	-0,65%
2005	\$ 2.920.194,00	-1,11%	395.924,00	0,04%
2006	\$ 3.124.121,00	6,53%	418.331,00	5,36%
2007	\$ 3.104.173,00	-0,64%	415.425,00	-0,70%
2008	\$ 3.289.372,00	5,63%	428.954,00	3,15%

Fuente: US Census Bureau statistics.

Elaboración: Autor

Gráfico Nro. 6

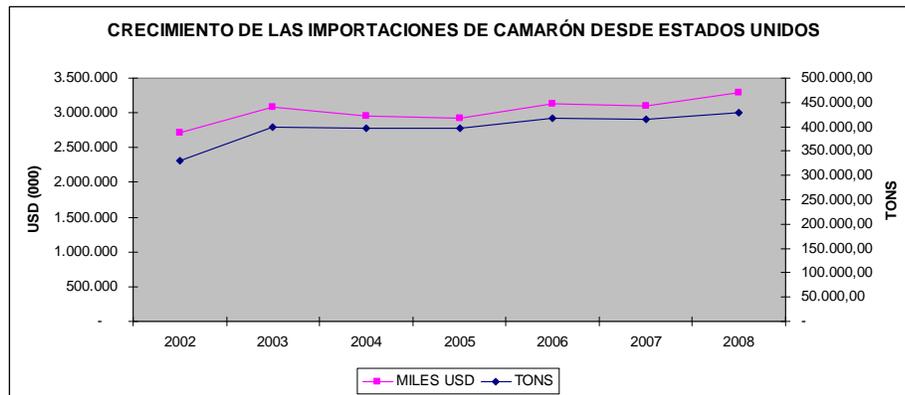
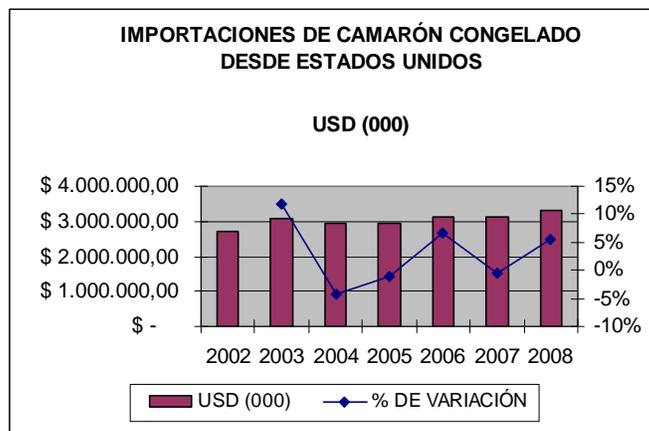


Gráfico Nro. 7



Fuente: US Census Bureau statistics.

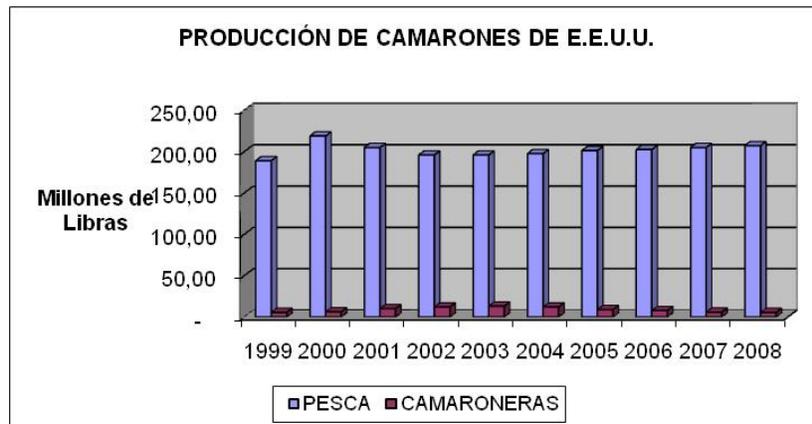
Elaboración: Autor

Como se puede observar en el gráfico 2.7 el mercado estadounidense está evolucionando favorablemente a pesar de la crisis económica que todavía afecta a ese país.

2.5.2 Producción de Camarón en Estados Unidos

E.E.U.U. produce camarón de dos maneras; mediante la pesca en mar abierto utilizando barcos con redes adecuadas para ello y mediante la acuicultura. Como se puede observar en el Gráfico 2.8 la pesca es la mayor fuente de camarón estadounidense; ocupa un promedio del 97% del total de la producción y representó aproximadamente 204 millones de libras en el 2008.

Gráfico Nro. 8

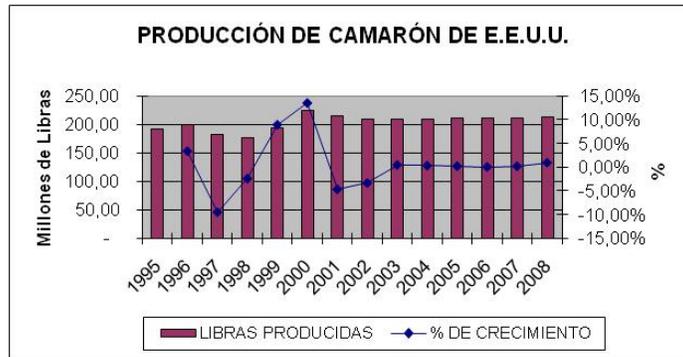


Fuente: Texas Aquaculture Association

Elaboración: Autor

A pesar de la cantidad que representa la producción estadounidense de camarón, el desarrollo local ha sido de tan solo 0.51% anual y la mayoría del producto que se consume es importado, solo un 18% del total consumido es producido nacionalmente, como se observa en el Gráfico 2.9 la producción estadounidense se ha desarrollado lentamente desde el 2002.

Gráfico Nro. 9



Fuente: Texas Aquaculture Association

Elaboración: Autor

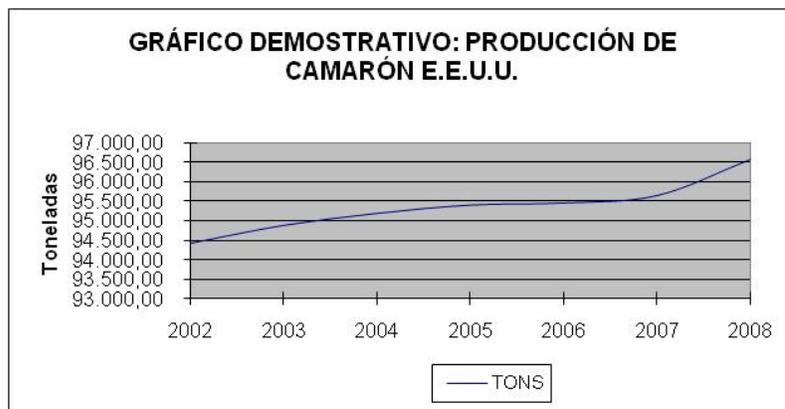
Tabla Nro. 3

PRODUCCIÓN HISTÓRICA DE CAMARÓN ESTADOUNIDENSE						
Año	Unidad Métrica (Libras 000000)			TOTAL (Toneladas)	% DE CRECIMIENTO	
	Pesca	Acuicultura	TOTAL			
1995	190,00	2,10	192,10	87.135,09		
1996	196,00	2,80	198,80	90.174,16	3,37%	
1997	179,00	2,50	181,50	82.327,02	-9,53%	
1998	173,00	4,20	177,20	80.376,57	-2,43%	
1999	189,00	5,70	194,70	88.314,43	8,99%	
2000	219,00	6,30	225,30	102.194,36	13,58%	
2001	205,00	10,20	215,20	97.613,08	-4,69%	
2002	196,00	12,20	208,20	94.437,93	-3,36%	
2003	196,00	13,20	209,20	94.891,52	0,48%	
2004	197,67	12,20	209,87	95.195,43	0,32%	
2005	201,33	9,00	210,33	95.405,60	0,22%	
2006	202,65	7,80	210,45	95.457,83	0,05%	
2007	204,96	5,90	210,86	95.646,14	0,20%	
2008	207,28	5,60	212,88	96.560,19	0,95%	

Fuente: Texas Aquaculture Association

Elaboración: Autor

Gráfico Nro. 10



Fuente: Texas Aquaculture Association

Elaboración: Autor

Método de los Mínimos Cuadrados⁴⁸

Usamos el análisis de regresión para medir la cantidad de cambio promedio en una variable dependiente, en este caso, la producción, exportación e importación de camarón asociadas al año en que acontecieron, para esta proyección y las demás realizadas en este estudio se utilizó el método de los mínimos cuadrados, que es el análisis de regresión usado con mayor frecuencia para determinar la recta que mejor se ajuste a través de un conjunto de puntos y se pueda establecer una línea de tendencia. La fórmula y el respectivo procedimiento se encuentran en los anexos al final del proyecto

Coefficiente de Correlación⁴⁹

Es la medida del grado de relación que existe entre dos variables, es decir, la relación existente entre la producción y los años en la que esta se produjo.

El coeficiente de correlación en este caso fue (r)= **0.94838844**. La proyección a 10 años de la producción de camarón se determino aplicando el siguiente modelo de regresión lineal.

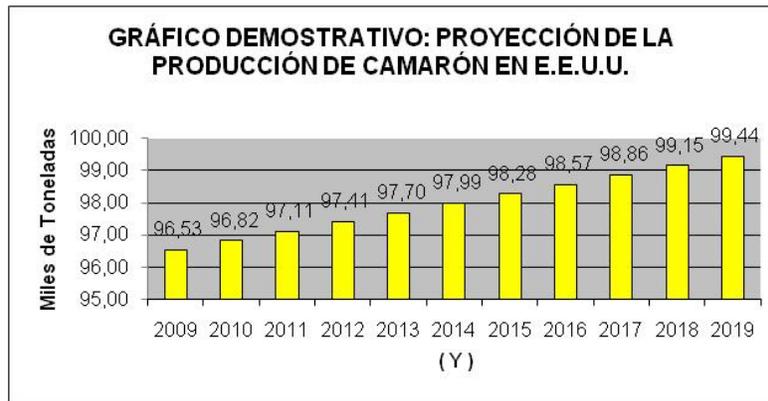
$$\text{Producción (y)} = 95,37 + 0,29x$$

Existe un 94,83% de correlación entre las variables años y producción, una fuerte relación entre las variables denota que se proyectar los datos y confiar en los resultados a fin de establecer lo mejor para el proyecto.

⁴⁸ GAYLE, L. (1999): Contabilidad y Administración de Costos. Sexta Edición. Mc Graw Hill. México, Pág. 311

⁴⁹ GAYLE, L. (1999): Contabilidad y Administración de Costos. Sexta Edición. Mc Graw-Hill. México, Pág. 328

Gráfico Nro. 11



Fuente: Anexo 1
Elaboración: Autor

Tabla Nro. 4

PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CAMARÓN ESTADOUNIDENSE

y	x	TONS (000)
2009	4	96,53
2010	5	96,82
2011	6	97,11
2012	7	97,41
2013	8	97,70
2014	9	97,99
2015	10	98,28
2016	11	98,57
2017	12	98,86
2018	13	99,15
2019	14	99,44

Elaboración: Autor
Método de Proyección: Anexo 1

2.5.3 Exportación de Camarón Estadounidense

Como se observa en el gráfico 2.12 la exportación de camarón de Estados Unidos ha crecido de manera constante en los últimos años.

Gráfico Nro. 12



Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database
Elaboración: Autor

Tabla Nro. 5

EXPORTACIONES DE CAMARÓN CONGELADO ESTADOUNIDENSE				
AÑO	MILES USD	%	TONS	%
2002	\$ 81.349,00		9.448,00	
2003	\$ 92.313,00	12%	9.812,00	4%
2004	\$ 94.834,00	3%	10.393,00	6%
2005	\$ 95.599,00	1%	11.195,00	7%
2006	\$ 96.083,00	1%	11.438,00	2%
2007	\$ 98.433,00	2%	11.634,00	2%
2008	\$ 99.954,00	2%	11.942,00	3%

Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database
Elaboración: Autor

Como se puede observar en el Gráfico 2.12 y de acuerdo con los datos obtenidos hasta el año 2008, las exportaciones de camarón estadounidense parecen evolucionar favorablemente pero a un nivel casi imperceptible. Para el 2008, las exportaciones alcanzaron las 11.942 toneladas, es decir, un 3% mayor a las del 2007.

2.5.4 Importaciones de Camarón Congelado desde los Estados Unidos

El camarón es el crustáceo y producto marino más consumido en los Estados Unidos, sus diferentes presentaciones, pesos, valores agregados y canales de distribución lo hacen el favorito de todas las clases sociales y de los más variados menús.

En la Tabla Nro. 6 se muestra el volumen de las importaciones anuales estadounidenses de camarón provenientes de todo el mundo.

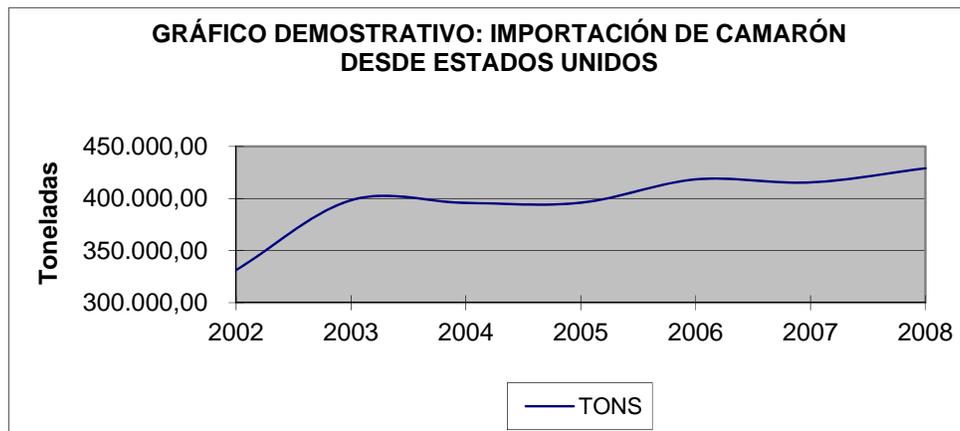
Tabla Nro. 6

IMPORTACIÓN DE CAMARÓN DESDE ESTADOS UNIDOS
Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

AÑO	TONS
2002	331,29
2003	398,40
2004	395,75
2005	395,92
2006	418,33
2007	415,43
2008	428,95

Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database
Elaboración: Autor

Gráfico Nro. 13



Fuente: United Nations Commodity Trade Statistics Database
Elaboración: Autor

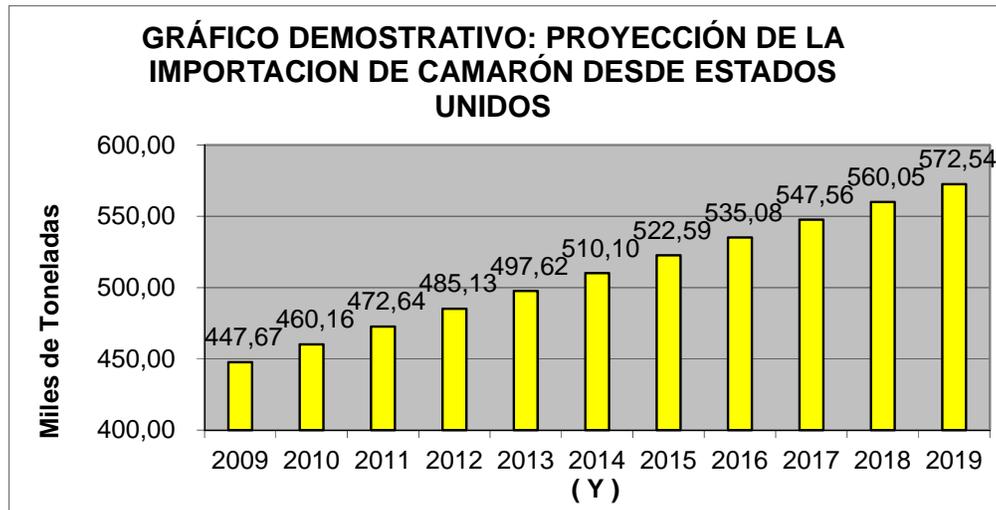
Como se puede observar en el Gráfico 2.13, las importaciones de camarón, tienen una evolución favorable para la industria. Para el año 2008, las importaciones alcanzaron el volumen de 429.000 toneladas, es decir, un 3.15% más en comparación con el 2007 y un crecimiento promedio del 4% anual en el periodo 2002-2008.

Coefficiente de Correlación (r)= 0.84361114

Existe un 84.36% de correlación, es decir, la importación de camarón consta de una fuerte relación entre las variables años e importaciones. La proyección para los próximos años de la importación de camarón se determinó aplicando el siguiente modelo de pronóstico:

$$\text{Importación (y)} = 397,72 + 12,48x$$

Gráfico Nro. 14



Fuente: Anexo 2
Elaboración: Autor

Tabla Nro. 7

PROYECCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE CAMARÓN DESDE E.E.U.U.

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

Y	x	TONS
2009	4	447,67
2010	5	460,16
2011	6	472,64
2012	7	485,13
2013	8	497,62
2014	9	510,10
2015	10	522,59
2016	11	535,08
2017	12	547,56
2018	13	560,05
2019	14	572,54

Elaboración: Autor
Método de Proyección: Anexo 2

2.5.5 Proyección de la Demanda

Ya que la información necesaria para proyectar la demanda de camarón en el Estado de California no se encuentra disponible, para la demanda actual o consumo per cápita estatal, se utilizó el método del consumo nacional aparente.

Consumo Nacional Aparente⁵⁰

El Consumo Nacional Aparente es una forma de medir la cantidad de producto de que dispone un país para su consumo con el propósito de conocer la cantidad que el mercado de los Estados Unidos requiere de camarón y así poder establecer el Consumo per Cápita Nacional y el Estatal para California.

La fórmula es:

$$\mathbf{CNA} = \mathbf{Pn} + \mathbf{M} - \mathbf{X}$$

Donde:

Pn = Producción Nacional

M = Importaciones

X = Exportaciones

⁵⁰ Larroulet, C.; Mochón F. (1995): Economía. Mc Graw Hill. Madrid, Ecuador.

Tabla Nro. 8

CONSUMO APARENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS

Unidad Métrica (Toneladas)

Años	Producción	Importaciones	Exportaciones	C.N.A. (TON)
2002	94.437,93	331.290,00	9448,00	416.279,93
2003	94.891,52	398.339,00	9812,00	483.418,52
2004	95.195,43	395.747,00	10393,00	480.549,43
2005	95.405,60	395.924,00	11195,00	480.134,60
2006	95.457,83	418.331,00	11438,00	502.350,83
2007	95.646,14	415.425,00	11634,00	499.437,14
2008	96.560,19	428.954,00	11942,00	513.572,19

Elaboración: Autor

Para determinar la proyección del consumo aparente en los Estados Unidos se escogió las variables de Producción Nacional e Importaciones; esto se debe a que el camarón en este mercado en su mayoría es importado y las exportaciones son mínimas. En la página web de Censos de los Estados Unidos⁵¹, se encuentran las proyecciones de la población hasta el año 2030.

⁵¹ Population Division, Interim State Population Projections. URL: <https://www.censusbureau.com>, Descargado 06/10/09

Tabla Nro. 9

PROYECCIÓN DEL CONSUMO APARENTE Y CONSUMO APARENTE PER CAPITA DE LOS ESTADOS UNIDOS

Años	Unidad Métrica (Kilogramos)				(Libras)	
	Producción Nacional	Importaciones	Consumo aparente	Población EE.UU	Consumo aparente Per Cápita	Consumo aparente Per Cápita
2008	95.172.515,71	447.671.142,86	542.843.658,57	303.597.646	1,79	3,94
2009	95.328.230,00	460.157.857,14	555.486.087,14	306.272.395	1,81	4,00
2010	95.483.944,29	472.644.571,43	568.128.515,71	308.935.581	1,84	4,05
2011	95.639.658,57	485.131.285,71	580.770.944,29	311.600.880	1,86	4,11
2012	95.795.372,86	497.618.000,00	593.413.372,86	314.281.098	1,89	4,16
2013	95.951.087,14	510.104.714,29	606.055.801,43	316.971.485	1,91	4,22
2014	96.106.801,43	522.591.428,57	618.698.230,00	319.667.598	1,94	4,27
2015	96.262.515,71	535.078.142,86	631.340.658,57	322.365.787	1,96	4,32
2016	96.418.230,00	547.564.857,14	643.983.087,14	325.062.633	1,98	4,37
2017	96.573.944,29	560.051.571,43	656.625.515,71	327.755.597	2,00	4,42
2018	96.729.658,57	572.538.285,71	669.267.944,29	331.833.494	2,02	4,45

Elaboración: Autor

El consumo Nacional Aparente Per Cápita Proyectado tiene un promedio de crecimiento del 6% en el periodo 2008-2018.

Para proyectar correctamente la demanda para el presente se tomó el consumo aparente per cápita proyectado para los Estados Unidos y se lo multiplicó con la población proyectada del Estado de California, en la Tabla Nro. 10 se observa el histórico de la población del Estado de California desde el año 2000 hasta el 2008.

Tabla Nro. 10

HISTÓRICO DE LA POBLACIÓN EN EL ESTADO DE CALIFORNIA

ESTADO DE CALIFORNIA	
AÑO	POBLACIÓN
2000	33.871.648
2001	34.507.030
2002	34.916.495
2003	35.307.398
2004	35.629.666
2005	35.885.415
2006	36.121.296
2007	36.377.534
2008	36.777.687

Fuente: U.S Census Bureau

Coefficiente de Correlación (r)= 0.99648593

La correlación entre las variables año y población es de 99,64%, la proyección a 10 años del crecimiento poblacional en California se estableció aplicando el siguiente modelo de regresión lineal:

Población California = 35859355,66 + 293409,93x
--

Tabla Nro. 11

PROYECCIÓN DEL CONSUMO APARENTE PARA EL ESTADO DE CALIFORNIA

AÑO	Población CALIFORNIA	Consumo Aparente Per Cápita (Lbs)	Consumo Aparente (Lbs)	Consumo Aparente (Kg)	Consumo Aparente (Tons)
2008	36.777.687	3,95	145.339.061	65.924.689	65.924,69
2009	37.032.996	4,01	148.476.000	67.347.581	67.347,58
2010	37.326.406	4,07	151.765.770	68.839.795	68.839,80
2011	37.619.815	4,12	155.051.304	70.330.089	70.330,09
2012	37.913.225	4,18	158.326.193	71.815.553	71.815,55
2013	38.206.635	4,23	161.592.665	73.297.200	73.297,20
2014	38.500.045	4,28	164.852.912	74.776.023	74.776,02
2015	38.793.455	4,33	168.108.820	76.252.878	76.252,88
2016	39.086.865	4,38	171.362.238	77.728.604	77.728,60
2017	39.380.275	4,43	174.614.619	79.203.859	79.203,86
2018	39.673.685	4,46	177.121.684	80.341.045	80.341,04

Fuente: Anexo 3

Elaboración: Autor

2.5.6 Consumo Potencial

El histórico del consumo per cápita de camarón en Estados Unidos se detalla a continuación en la Tabla Nro. 12.

Tabla Nro. 12

CONSUMO PER CÁPITA DE CAMARÓN EN ESTADOS UNIDOS

Año	Libras
2000	3.26
2001	3.43
2002	3.76
2003	4.0
2004	4.25
2005	4.12
2006	4.4
2007	4.16
2008	4.19

Fuente: National Marine Fisheries Service Office of Science and Technology

Elaboración: Autor

Tabla Nro. 13

**PROYECCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA DE CAMARÓN EN ESTADOS
UNIDOS**

y	x	LIBRAS
2009	4	4,38
2010	5	4,44
2011	6	4,50
2012	7	4,57
2013	8	4,63
2014	9	4,69
2015	10	4,75
2016	11	4,82
2017	12	4,88
2018	13	4,94
2019	14	5,01

Fuente: Anexo 4

Elaboración: Autor

La proyección para el período 2008-2018 del consumo per cápita de camarón se determinó aplicando el siguiente modelo de pronóstico:

$$\text{Consumo Per Cápita} = 4,13 + 0,06x$$

Coefficiente de Correlación (r)= 0,67118885

Existe un 67.11% de correlación entre las variables año y consumo, la correlación sería mayor si en el año 2007 el consumo no hubiera bajado, debido a la falta de oferta y a los inicios de la crisis económica mundial que se desató en el 2008.

En la Tabla Nro. 14 se muestra el consumo potencial de camarón en el Estado de California. Datos de población y consumo per cápita se detallan también.

Tabla Nro. 14**CONSUMO PROYECTADO PARA EL ESTADO DE CALIFORNIA**

AÑO	Población CALIFORNIA	Consumo Per Cápita (Kg)	Consumo Potencial (Lb)	Consumo Potencial (Kg)	Consumo Potencial (Ton)
2008	36.777.687	4,38	160.981.189,40	73.019.839	73.020
2009	37.182.241	4,44	165.089.151,95	74.883.180	74.883
2010	37.591.246	4,50	169.268.010,94	76.778.678	76.779
2011	38.004.750	4,57	173.518.829,05	78.706.817	78.707
2012	38.422.802	4,63	177.842.683,73	80.668.084	80.668
2013	38.845.453	4,69	182.240.667,43	82.662.976	82.663
2014	39.272.753	4,75	186.713.887,81	84.691.995	84.692
2015	39.704.753	4,82	191.263.467,91	86.755.650	86.756
2016	40.141.505	4,88	195.890.546,40	88.854.457	88.854
2017	40.583.062	4,94	200.596.277,73	90.988.941	90.989
2018	41.029.476	5,01	205.381.832,40	93.159.632	93.160

Elaboración: Autor

2.6 ESTUDIO DE LA OFERTA

Los datos derivados del presente estudio denotan la falta de una empresa que ingrese al mercado Orense y aproveche la poca competencia en esta provincia, la gran cantidad de camarón proveniente de ésta que se exporta desde otras provincias y la necesidad de los camaroneros de la región por mejores condiciones de venta, para responder eficientemente a estas variables se ha determinado en el CAPÍTULO IV - ESTUDIO FINANCIERO que la mejor forma de hacerlo es trabajar mediante Copacking con la mayor empacadora/exportadora de la provincia lo que nos deja fuera de esta definición y tomaremos la modalidad de Trading Company⁵².

⁵² www.businessdictionary.com

Trading Company

Empresa que conecta a proveedores y compradores en el mismo o diferentes países y que no incurre en el almacenamiento de producto, Una Trading Company cobra una comisión al vendedor por sus servicios de traslado, trámites aduaneros y venta al comprador en el país de destino.

Las características de una Trading Company nos permite enfocarnos en nuestra ventaja estratégica que es la búsqueda directa de compradores en el destino seleccionado, a continuación los factores que nos dan la ventaja estratégica frente a la competencia:

- **Eliminación de Brókers:** Las denominadas exportadoras de esta provincia tramitan la venta del producto empacado con mayoristas que sirven como intermediarios en el país seleccionado lo que disminuye las ganancias.
- **Venta directa en la región seleccionada:** El presente proyecto demuestra la capacidad de la MSTC de vender el producto sin necesidad de terceras personas obteniendo mayores ganancias que una empacadora/exportadora y mayor control sobre el producto que un Bróker.
- **Poder de negociación:** Entregando el producto directamente al distribuidor local se puede determinar con anticipación las mejores condiciones para ambas partes dando un mayor retorno de la inversión a nuestros socios.
- **Integración vertical:** Una empresa que desempeñe las funciones de una empacadora/exportadora sin la gran inversión de capital que esto involucra, cumpla el trabajo de un Bróker que venda directo al distribuidor local y que este constituida por socios que proveerán la materia prima combina a todos los actores en la cadena de valor del producto.

2.6.1 Producción Nacional

El camarón congelado es uno de los principales productos de exportación del Ecuador y es considerado como tradicional, registra una participación promedio en las exportaciones no petroleras tradicionales del 24% en el período comprendido entre 2004 y 2008 , mientras que para el primer semestre del año 2009 es 9.4% .

El 99.2% del camarón para la industria proviene de piscinas; se excluye la captura de la flota artesanal con destino al mercado interno. La pesca de arrastre ha venido reduciéndose en las últimas décadas, al punto que, para el año 2006, sólo alcanzó el 0.8% del total destinado al sector industrial⁵³.

El camarón ecuatoriano es reconocido por su excelente calidad y sabor, brindando confianza indispensable a los compradores y consumidores extranjeros como resultado del estricto control bajo estándares de seguridad y trazabilidad para los alimentos y demás insumos.

Además de la calidad, las condiciones climáticas en Ecuador contribuyen al abastecimiento continuo del producto, ya que este es uno de los pocos países del mundo donde el número de cosechas varía desde 2.5 hasta 3.2 al año.

Esta industria ha aportado de manera importante a la economía del país, manteniendo su crecimiento y conservando su prestigio y calidad en mercados internacionales como los Estados Unidos, Europa, Latinoamérica, Asia y África. Es el tercer producto en

⁵³ Centro de Información e Inteligencia Comercial, Perfil de Camarón 2009, http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/perfil_de_camaron_2009.pdf, Descargado 28/09/2009

importancia económica después del petróleo y banano. Genera aproximadamente 183 mil plazas de trabajo.

La flota de arrastre de camarón cuenta con aproximadamente 150 embarcaciones que operan a lo largo de la costa ecuatoriana. Manejan sistemas de frío con tinas refrigeradas por un compresor, para el camarón cola y con cámaras frigoríficas que llegan a temperaturas de hasta -22°C para la congelación inmediata del camarón entero.

Desde el año 1996 la flota camaronera de arrastre utiliza en sus artes de pesca unos dispositivos excluidores de tortugas conocidos como TED's (Turtle Exclutor Dispositivo) que permiten lograr la captura del camarón, liberando a las tortugas en caso de que caigan en las redes.

El camarón de mar puede encontrarse desde las tallas más grandes U7, U8, U10, U11, U12 hasta las más pequeñas 31-35, 36-40, 41-50⁵⁴.

La industria camaronera está conformada por 300 laboratorios de larvas, 11 fábricas de balanceado, 61 plantas empacadoras, 60 exportadores, la Subsecretaría de Acuicultura, la Cámara Nacional de Acuicultura, asociaciones de productores e instituciones privadas y públicas relacionadas al sector. La sinergia generada en el clúster permite cumplir satisfactoriamente con la demanda internacional⁵⁵.

Los sistemas de producción e infraestructura de plantas procesadoras son auditadas frecuentemente por certificadores internacionales como ISO, HACCP, ACC, BRC,

⁵⁴ Folleto de Camarón de Mar elaborado por Asearbapesca (Asociación Ecuatoriana de Armadores de Barcos Pesqueros-Camaroneros)

⁵⁵ Centro de Información e Inteligencia Comercial, Perfil de Camarón 2009, http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/perfil_de_camaron_2009.pdf, Descargado 28/09/2009

entre otros. Al momento, Ecuador provee camarón de cultivo bajo estrictos controles de producción 100% orgánica⁵⁶.

El presente proyecto abarcará la Provincia de El Oro y se centrará en su capital, la ciudad de Machala como posible solución para los propietarios de aproximadamente 52.000 hectáreas de camarónicas en operación, que tienen problemas de exportación, bajos precios, inseguridad, organización, desconfianza, falta de organización y conocimientos para exportar el producto en mención.

2.6.2 Producción Orense

La producción de camarón de la Provincia de El Oro equivale aproximadamente al 35% de la producción total del país. La importancia de este sector es vital, pues de las 559 empresas que registraron ingresos operacionales en la Provincia de El Oro, el 11% es generado por las empresas del sector camarónero. Las extensiones de tierra para cultivos de este sector son: áreas continentales, áreas de playas y bahías, y áreas de salitrales.

Los productores de la Provincia de El Oro son más bien medianos y pequeños, es decir desde 10 a 200 hectáreas por unidad productiva. Esta es una de las razones por las cuales el sector camarónero de El Oro ha podido manejarse en mejor forma con el proceso de estabilización y reactivación de la actividad productiva.

⁵⁶ ECUADOR TRADE, CORPEI,
<http://www.ecuadortrade.org/contenido.ks?contenidoId=3001&contenidoId=3001>, Descargado
02/10/2009

2.6.3 Exportaciones Orenses

Uno de los principales problemas del sector productor de camarón de la Provincia de El Oro es que no existen suficientes exportadoras para procesar y empacar el camarón que se produce en la Provincia y, las que existen, no tienen la capacidad suficiente para procesar todo el camarón, debiendo los productores enviar su producción a las plantas existentes en la Provincia del Guayas⁵⁷.

Entre el 90% y 95% de la producción generada en la Provincia de El Oro es exportada por Guayas, con lo cual aparece en los registros como exportación realizada desde esa Provincia.

Tabla Nro. 15

HISTÓRICO DE LAS EXPORTACIONES DE CAMARÓN DESDE LA PROVINCIA DE EL ORO AL MUNDO*

AÑO	DOLARES	LIBRAS	KILOGRAMOS	TONELADAS
2002	\$92.498.610,64	36.125.743,15	16.386.361,47	16.386,36
2003	\$106.366.512,08	44.362.791,55	20.122.623,78	20.122,62
2004	\$122.714.755,71	55.508.479,25	25.178.222,68	25.178,22
2005	\$167.899.580,97	74.401.324,55	33.747.873,16	33.747,87
2006	\$209.201.525,68	92.526.617,05	41.969.367,55	41.969,37
2007	\$204.254.603,95	96.096.775,60	43.588.764,23	43.588,76
2008	\$235.619.270,85	103.156.755,80	46.791.117,38	46.791,12

*Exportación total estimada para la provincia de El Oro

Fuente: USE Acuicultura y Pesca

Elaboración: Autor

⁵⁷ DIRECCIÓN DE ESTUDIOS ECONÓMICOS SOCIETARIOS, SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Estudio del Sector Camaronero de la Provincia de El Oro

Tabla Nro. 16

HISTÓRICO DE LA OFERTA POTENCIAL DE CAMARÓN PARA EXPORTACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO

AÑO	LIBRAS	KILOGRAMOS	TONELADAS
2002	32.513.168,84	14.747.725,32	14.747,73
2003	39.926.512,40	18.110.361,40	18.110,36
2004	49.957.631,33	22.660.400,41	22.660,40
2005	66.961.192,10	30.373.085,85	30.373,09
2006	83.273.955,35	37.772.430,80	37.772,43
2007	86.487.098,04	39.229.887,81	39.229,89
2008	92.841.080,22	42.112.005,65	42.112,01

Elaboración: Autor

La Tabla Nro. 16 muestra la cantidad de camarón para exportación en la Provincia de El Oro que ha sido captado por empacadoras/exportadoras en la Provincia del Guayas y que para fines de este proyecto será tomado como oferta potencial para la comercialización en el extranjero mediante la MSTC.

Coefficiente de Correlación (r)= 0,98432543

Un 98,43% de correlación denota una fuerte relación entre las variables año y oferta, la proyección para los próximos años de la oferta potencial de camarón de la Provincia de El Oro se determinó aplicando el siguiente modelo de pronóstico:

$$\text{Oferta Potencial de la MSTC} = 29.286,56 + 4.980,14x$$

La Tabla Nro. 17 enseña la proyección de la oferta potencial que la MSTC espera captar en la provincia de El Oro y que se utilizará para establecer la comparación entre la demanda y oferta del presente proyecto

Tabla Nro. 17

**PROYECCIÓN DE LA OFERTA POTENCIAL DE CAMARÓN EN LA
PROVINCIA DE EL ORO**

y	x	TONELADAS
2009	4	49.207,12
2010	5	54.187,26
2011	6	59.167,40
2012	7	64.147,54
2013	8	69.127,68
2014	9	74.107,82
2015	10	79.087,96
2016	11	84.068,10
2017	12	89.048,24
2018	13	94.028,38
2019	14	99.008,52

Fuente: Anexo 5

Elaboración: Autor

2.6.4 Estudio de la oferta que representa competencia directa para la MSTC

La MSTC en su modalidad de Trading Company no tiene competencia directa en la Provincia de El Oro, las empacadoras/exportadoras se encargan de una parte del proceso que no representa ningún riesgo para el presente proyecto, por el contrario, una relación de trabajo mediante la modalidad de COPACKING es necesaria para abaratar costos y concentrar los esfuerzos de la MSTC en entablar relación directa con los compradores en el Estado de California.

2.7 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha de camarón en el Estado de California, se analizó el consumo potencial y el consumo aparente.

Tabla Nro. 18

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN EL ESTADO DE CALIFORNIA

Año	Unidad Métrica (Kilogramos)			(Toneladas)
	Consumo Potencial	Consumo Aparente	Demanda Potencial Insatisfecha	Demanda Potencial Insatisfecha
2009	74.883.180	67.437.413	7.445.767	7.445,77
2010	76.778.678	69.129.813	7.648.865	7.648,87
2011	78.706.817	70.834.378	7.872.439	7.872,44
2012	80.668.084	72.548.444	8.119.640	8.119,64
2013	82.662.976	74.273.281	8.389.695	8.389,70
2014	84.691.995	76.010.152	8.681.843	8.681,84
2015	86.755.650	77.760.191	8.995.459	8.995,46
2016	88.854.457	79.524.522	9.329.935	9.329,93
2017	90.988.941	81.304.101	9.684.840	9.684,84
2018	93.159.632	82.751.481	10.408.152	10.408,15

Elaboración: Autor

De acuerdo al análisis realizado, se observa en la Tabla Nro. 18 existe una demanda insatisfecha en el mercado de el Estado de California, lo que significa que hay oportunidades para que el producto ofertado por la MSTC pueda ser consumido.

2.8 PRECIO

Es el valor de la transacción fijado por la empresa para intercambiar en el mercado los productos que comercializa. Este precio le debe permitir recuperar la inversión realizada y obtener un nivel de beneficios.⁵⁸

⁵⁸ PARREÑO, Josefa, DIRECCIÓN COMERCIAL: LOS INSTRUMENTOS DEL MARKETING, Editorial Club Universitario, 2008, Pág. 97

Los precios en el mercado estadounidense varían de acuerdo a la demanda y a la oferta de producto, en la tabla mostrada a continuación se detallan los precios aproximados del camarón congelado importado del último año en Estados Unidos.

Tabla Nro. 19

**PRECIO PROMEDIO DE CAMARÓN CONGELADO IMPORTADO EN
ESTADOS UNIDOS**

Unidad Métrica (Kilogramos)

Mes	Valor
Dic 2009	\$ 11,53
Ene 2010	\$ 11,30
Feb 2010	\$ 11,57
Mar 2010	\$ 11,55
Abr 2010	\$ 11,23
May 2010	\$ 11,65
Jun 2010	\$ 11,52
Jul 2010	\$ 11,78
Ago 2010	\$ 11,98
Sep 2010	\$ 12,08
Oct 2010	\$ 12,32
Nov 2010	\$ 12,26
Promedio	\$ 11,73

Fuente: SeafoodSource.com

Elaboración: Autor

Los importadores estadounidenses de camarón congelado requieren un margen de ganancia del 15 al 25% sobre los precios de compra en países de Latinoamérica como Ecuador.⁵⁹

El precio inicial acordado entre la Trading Company y DARDEN se fijó en 9,50 USD por kilogramo de camarón congelado con caparazón y sin cabeza de la talla 31-35.

⁵⁹ Entrevista Directa, Carlos León García, 18/11/2009

2.9 OFERTA DEL PROYECTO

La oferta potencial de camarón producido en la provincia será captado basándonos en las características basadas en entrevistas directas a productores de camarón en la provincia de El Oro, las ventajas que una compañía establecida en la ciudad de Machala ofrece son las siguientes:

- El costo de transporte desde una camaronera en la Provincia de El Oro hacia las empacadoras establecidas en la provincia del Guayas exceden hasta un 150% al costo de transporte del producto desde cualquier punto dentro de la Provincia de El Oro hacia Puerto Bolívar, punto de llegada de las embarcaciones orenses.
- Acceso a la planta procesadora, el ingreso a las empacadoras en la Provincia del Guayas es restringido y todo control se hace a través de un tercero que es escogido por la empacadora, las empacadoras orenses permiten el acceso al dueño de la carga en todo momento y en cada paso del proceso de selección, peso y empaçado.
- Facilidad en los pagos, la cercanía de las empacadoras orenses permiten tramitar el pago de adelantos y saldo final de manera más eficiente y directa que con las empacadoras en el Guayas, los pagos también se demoran menos que en el Guayas.
- Cercanía de las empacadoras orenses, casi en su totalidad los mayores productores de la provincia residen en la ciudad de Machala, el viaje desde este punto a la ciudad de Guayaquil es de tres horas aproximadamente, sumado los costos de transportación, es más conveniente para un camaronero tramitar la venta desde la misma ciudad, aunque el contacto telefónico resuelve muchos de estos problemas, los pagos se hacen personalmente.

Tabla Nro. 20**DETALLE DE PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO META**

Año	Demanda Potencial Insatisfecha	Demanda Potencial Insatisfecha	Oferta Potencial de la Prov. De El Oro (Tons)	10% de la Produccion Orense	Oferta del Proyecto (Tons)	Porcentaje a Cubrir en el Mercado Meta
2010	7.445.767	7.445,77	49.207,12	4.920,71	200,00	2,69%
2011	7.648.865	7.648,87	54.187,26	5.418,73	212,00	2,77%
2012	7.872.439	7.872,44	59.167,40	5.916,74	224,72	2,85%
2013	8.119.640	8.119,64	64.147,54	6.414,75	238,20	2,93%
2014	8.389.695	8.389,70	69.127,68	6.912,77	252,50	3,01%
2015	8.681.843	8.681,84	74.107,82	7.410,78	267,65	3,08%

Fuente: Investigación Directa**Elaboración:** Autor

De acuerdo a la demanda insatisfecha estimada, la Machala's Shrimpfarmer Trading Company ha decidido abarcar una cantidad relativamente pequeña en comparación con la demanda que existe. Por ser una empresa que empieza en una actividad que sin duda es riesgosa ha decidido comenzar a exportar la cantidad de 441.000 libras anuales que equivale al 2,69% del mercado. Al término del 5 año de vida del proyecto se estableció captar el 3,08% del mercado de California.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

3.1.1 Macro localización

La MSTC S.A. estará situada en la Ciudad de Machala, Provincia de El Oro, esta ciudad está ubicada al suroeste del Ecuador y limita con las provincias de Guayas, Azuay y Loja, su extensión es de 349,9km² y está sobre los 4 metros del nivel del mar, su distancia por vía terrestre es de 02h15 de Guayaquil, 50 minutos de la frontera con Perú y cuenta con su propio puerto, Puerto Bolívar, que conecta a esta ciudad con el mundo a través del comercio marítimo.

Gráfico Nro. 15

IMAGEN SATELITAL DE LA CIUDAD DE MACHALA



Fuente: Google Earth

3.1.2 Micro localización

Para encontrar la mejor localización se deberá considerar y analizar los factores a evaluar, los mismos que garantizarán las condiciones necesarias para la ubicación estratégica y el correcto funcionamiento de la MSTC S.A.

Cercanía del mercado.- La gran cantidad demanda hace imprescindible la cercanía a un puerto marítimo, como lo es Puerto Bolívar y su respectiva Autoridad Portuaria para los correspondientes trámites de exportación, los sectores escogidos son: Ciudadela Machala, Barrio Amazonas y Barrio 23 de Abril.

Proximidad a proveedores.- Los proveedores de camarón se encuentran localizados en los cantones Machala y Santa Rosa, desde cualquier punto de estos dos cantones se puede llegar a Pto. Bolívar en menos de 30 minutos ya sea mediante vía marítima o terrestre.

Disponibilidad de terrenos y costos.- La empresa debe seleccionar un lugar que cuente con instalaciones adecuadas para que el desempeño de las funciones de la MSTC S.A. sea eficiente.

Existencia de vías de comunicación y transporte.- El sector ha seleccionar deberá contar con accesos viales en buen estado y correcta señalización para permitir el tránsito desde y hacia la compañía en el menor tiempo posible y con el mínimo coste para nuestros clientes.

Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo.- El sector ha seleccionar para la ubicación de la MSTC S.A. deberá contar con todos los servicios públicos y tener acceso a servicios privados como agencias bancarias, servicios de seguridad, servicios de Internet y televisión pagada.

3.1.3 Matriz de Decisión

Para establecer la ubicación óptima del proyecto se utilizará el “Método Cualitativo por Puntos”.

Tabla Nro. 21

MATRIZ PONDERADA DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

PONDERACIÓN DE FACTORES DETERMINANTES	SECTOR >>>	Cdla. Machala		Barrio Amazonas		Barrio 23 de Abril	
	% Importancia	Puntaje	Puntaje Ponderado	Puntaje	Puntaje Ponderado	Puntaje	Puntaje Ponderado
Cercanía del mercado	25%	3	0,75	5	1,25	4	1,00
Proximidad a proveedores	25%	3	0,75	4	1,00	5	0,60
Disponibilidad de terrenos y costos	15%	5	0,75	2	0,30	3	0,45
Existencia de vías de comunicación y transporte	15%	4	0,60	3	0,45	1	0,75
Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo	20%	4	0,80	2	0,40	2	0,50
TOTAL	100%		3,65		3,40		3,30

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autor

De acuerdo al método utilizado para la localización del proyecto, se consideró a la Ciudadela Machala como el lugar más óptimo para realizar las operaciones de la MSTC S.A.

3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del presente proyecto está basado en la disponibilidad que tienen los proveedores de camarón de la Provincia de El Oro y de los requerimientos de compra por parte de los consumidores.

3.2.1 Diseño y distribución

La empresa está diseñada solo para funciones administrativas ya que el proceso productivo esta ha cargo de la planta empacadora Oceanexa S.A. *Anexo 6(Contrato de Copacking)*.

Las instalaciones de la empresa cuentan con los siguientes departamentos:

- Gerencia General
- Departamento Financiero
- Departamento de Comercio Exterior

Cada uno de los departamentos contará con un adecuado espacio físico para su correcto funcionamiento, los mismos que contarán con equipos y tecnología de punta para facilitar de esta manera las actividades diarias y aumentar el rendimiento de la mano de obra.

3.2.2 Opciones de compra o arrendamiento

En la etapa de iniciación del proyecto se ha considerado arrendar un espacio físico de 110m², los mismos que son suficientes para el giro del negocio. *Anexo 7 (Contrato de Arrendamiento)*

El sector seleccionado se encuentra ubicado en el centro oeste de la Ciudad de Machala, la ciudadela Machala tiene gran potencial por su cercanía a los sectores productivos, comerciales y bancarios, y sin embargo, no es afectada por el tráfico o la inseguridad propia de los polos comerciales de las grandes ciudades.

Los arriendos en esta zona tienen un costo que van desde \$ 300 USD. hasta \$650 USD. dependiendo del espacio físico y de la ubicación del inmueble, se entrega una garantía de 3 meses de arriendo, los mismos que serán devueltos al finalizar el contrato previa entrega de las instalaciones en las mismas condiciones que se recibió el local.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

Este proyecto trata de la creación y puesta en funcionamiento de una Trading Company en la ciudad de Machala que se dedicará a la compra de camarón y a su correspondiente exportación empacado y congelado, pero es importante conocer cuáles son los procesos productivos para la obtención del producto requerido y los requisitos para acceder al mercado estadounidense.

3.3.1 Acceso al Mercado Estadounidense

❖ Barreras Arancelarias

Estados Unidos aplica un arancel tarifa 0.00% a la partida 030613, lo que beneficia en gran medida al sector camaronero y a las exportaciones a dicho país. Dicho arancel está vigente desde el 15 de Agosto del 2007.

❖ Barreras no Arancelarias y Requisitos de Ingreso⁶⁰

Los requisitos específicos que el exportador ecuatoriano debe cumplir al momento de exportar camarón a los Estados Unidos son:

Procedimientos de Control Sanitario

- Procedimiento Operacional Estándar Sanitario

Cada productor debe implementar un Procedimiento Operacional Estándar Sanitario (POES) o algún documento similar que específico para la ubicación donde se genera el producto pesquero. El POES debe especificar cómo el productor cumplirá con las condiciones y prácticas sanitarias.

- Monitoreo Sanitario

Cada productor monitoreará las condiciones y prácticas durante el proceso con la suficiente frecuencia para asegurar, como mínimo, la conformidad de estas con el buen procesamiento:

- Seguridad del agua que hace contacto con los alimentos o elementos en contacto con los mismos o aquella que se utiliza para la elaboración de hielo.
- Salubridad de las superficies que están en contacto con los alimentos, incluyendo utensilios, guantes y otras herramientas.
- Prevención de la contaminación de objetos no sanitarios con los alimentos, material de empaque y otras superficies en contacto, incluyendo utensilios, guantes, y otras herramientas y de alimentos crudos con alimentos cocinados.
- Mantenimiento de limpieza de manos y facilidades de servicios higiénicos.

⁶⁰ Centro de Información e Inteligencia Comercial, Perfil de Camarón 2008, http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/perfil_de_camaron_2008.pdf, Descargado 06/10/2009

- Protección de los alimentos, material de empaque, superficies en contacto con el producto de la adulteración con lubricantes, combustibles, pesticidas, compuestos de limpieza, agentes sanitarios y otros contaminantes biológicos, físicos o químicos.
- Apropiado uso del etiquetado, almacenaje y uso de compuestos tóxicos.
- Control de las condiciones de salud de los empleados que podrían resultar en la contaminación microbiológica de los alimentos, material de empaque, superficies en contacto con el producto.
- Exclusión de pestes de la planta en donde se genera el producto.

El productor deberá corregir las falencias de estas condiciones y prácticas a tiempo.

- Antecedentes de Control Sanitario

Cada productor debe mantener antecedentes del control sanitario.

- Plan HACCP

Los controles sanitarios deben ser incluidos en el Plan HACCP.

Adicionalmente, el importador debe verificar y disponer de documentación que demuestre:

- Las especificaciones y características del producto de modo que se pueda comprobar que no entraña riesgos para la salud o que no fue elaborado en condiciones insalubres.
- Que el establecimiento exportador cumple los requisitos enumerados en los apartados anteriores, al menos en uno de los siguientes procedimientos:

- Obteniendo documentación del establecimiento exportador que demuestre que el lote que se importa se elaboró de acuerdo con un HACCP y un procedimiento de control de la higiene adecuado.
- Mediante certificación oficial del país exportador que declare que los productos se elaboraron de acuerdo con las exigencias de EE.UU. enumeradas anteriormente. Esta certificación puede ser para cada lote o envío, o puede ser una certificación continuada.
- Inspeccionando con regularidad las instalaciones del establecimiento exportador para comprobar que los productos importados cumplen con los requisitos.
- Guardando una copia en inglés del plan HACCP del establecimiento exportador, así como una garantía escrita por parte de éste de que los productos cumplen los requisitos.
- Realizando análisis periódicos de los productos importados y guardando una copia en inglés de una garantía escrita del establecimiento exportador de que los productos se elaboraron de acuerdo con los requisitos exigidos.
- Otras medidas de verificación que proporcionen un nivel de seguridad del cumplimiento de las exigencias.

Ley contra el bioterrorismo

Esta ley fue promovida como respuesta a los atentados terroristas del 11 de septiembre del 2001 y consiste en una serie de disposiciones legales cuyo propósito es mejorar la habilidad de prevención y respuesta de EE.UU. ante un ataque terrorista con agentes biológicos, así como perfeccionar el manejo de emergencias y el bienestar de la salud pública.

Límite máximo de residuos químicos presentes en los alimentos

La Ley Federal de Insecticidas, Fungicidas y Pesticidas (FIFRA) exige a la EPA registrar todos los pesticidas utilizados en EE.UU. y establecer medidas de tolerancia para los residuos químicos que puedan encontrarse en los alimentos domésticos e importados.

Etiquetado

Un envase de productos alimenticios cuenta normalmente al menos con dos áreas distintas:

- Etiqueta de presentación principal (Principal Display Panel), es la parte que los consumidores ven en primer lugar cuando compran un producto. En la mayoría de los casos, el PDP es la parte frontal del envase. Aquí es donde la FDA requiere el nombre del producto y la declaración del contenido neto del producto.
- Etiqueta informativa, es donde está colocada inmediatamente a la derecha de la etiqueta de presentación. Aquí ubicamos la información sobre nutrición, la declaración de ingredientes, el nombre y dirección del fabricante o la planta envasadora o el distribuidor. Estos tres datos se consideran sólo un bloque de información y no se pueden intercalar con otros elementos informativos.

Los datos de la etiqueta informativa se deben imprimir con una tipografía y un tamaño prominentes, destacables y fáciles de leer. Las letras deben ser por lo menos de 1/16 de pulgada (1,6 mm) de altura y no deberán superar nunca el triple de su anchura. La tipografía más reducida puede utilizarse en envases muy pequeños. Las letras también deben contrastar suficientemente con el fondo de la etiqueta, para facilitar su lectura.

3.3.2 Proceso Productivo

❖ Recepción de la Materia Prima.

Los camiones refrigerados se reciben en la empacadora y se procede a descargar la materia prima en los tanques de recepción.

❖ **Limpieza y selección.**

Los tanques de recepción están conectados a una línea transportadora donde mano de obra calificada se encarga de separar el camarón apto de desechos, camarón quebrado y residuos de cosecha.

❖ **Descontaminación.**

El camarón apto se recibe en gavetas caladas para su correspondiente inmersión y descontaminación en tanques con químicos aprobados por la FDA.

❖ **Clasificación**

Las gavetas se vacían en el tanque de recepción de la maquina clasificadora junto con hielo para que la temperatura baje y se conserve el producto, pasa a una pequeña banda que trasladan el camarón hacia la máquina clasificadora, la cual es sensible al peso y donde se controla la velocidad y cantidad con la que el producto emerge de la máquina hacia cintas de clasificación. Fuera de la maquina clasificadora, las obreras toman el camarón y lo colocan en cajetas para 4 Libras, 2 Kilogramos o 5 Libras dependiendo de la banda de donde se tome el producto.

❖ **Empaque**

El empaque está compuesto por cuatro elementos llamados: glaseado, envoltura primaria, envase primario y embalaje⁶¹.

Glaseado

El glaseado representa la cantidad de hielo usada en cada cajeta y queda determinada por el tamaño y presentación del camarón

Envoltura Primaria

El material usado para la envoltura primaria es una película de polietileno de baja densidad (PEBD), que está en contacto con los camarones y el glaseado y separa este bloque de producto del envase primario.

Envase Primario

Más conocidas como “Cajetas”, son cajas hechas de cartulina dúplex, sin grapas y con apertura en su lado superior donde se coloca un bloque congelado envuelto en PEBD.

Embalaje

Conocida como “Máster”, es un cartón corrugado de tres o cinco caras, estilo FEFCO, 0201, preferentemente construida de una sola pieza, con capacidad de hasta 10 cajetas.

Fuera de las bandas de la maquina clasificadora, las obreras toman el producto y lo colocan en cajetas cuyo interior está cubierto por PEBD, rocían el interior de la cajeta con agua que al congelarse formará el glaseado y se cierra la cajeta. Las cajetas cerradas se transportan hacia la cámara de frío, donde a temperaturas menores a 18°C se solidifica y se forma un bloque, una vez congeladas las cajetas se colocan en los másters en un número no mayor a diez por embalaje.

⁶¹ Centro de Comercio Internacional, GUÍA SOBRE ENVASES PARA EXPORACIÓN DE CAMARONES CONGELADOS, <http://www.intracen.org/Tdc/Export%20packaging/EPN/Spanish/ept21s.pdf>, Descargado 18/11/2009

❖ **Almacenamiento.**

Los másters son cerrados y verificados contra la lista de pedido y se mantienen en la cámara de frío sobre tarimas de madera (pallets) donde se almacenan hasta que la MSTC solicite la carga para su correspondiente contenerización y posterior exportación.

❖ **Transporte**

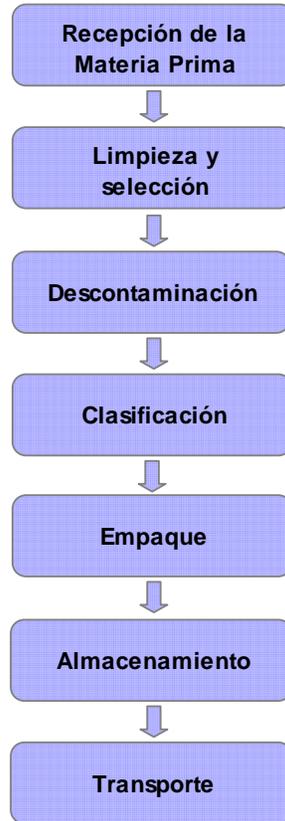
El personal encargado de la bodega ayuda a ubicar los másters dentro del contenedor del camión refrigerado para ser transportado al puerto de salida.

❖ **Desechos y su eliminación**

Desechos orgánicos como pescado y camarón no apto son entregados a empresas procesadoras de harina de pescado para la correspondiente elaboración de balanceado para camarón, este componente representa del 50% al 85% de este alimento. Por esta razón se pretende hacer un convenio con alguna empresa que se dedique a la actividad para que se encargue de la recolección del desperdicio y así de esta manera se lo elimina.

Gráfico Nro. 16

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



Elaboración: Autor

3.4 COMERCIALIZACIÓN DE CAMARÓN CONGELADO

3.4.1 Proveedores

Los proveedores del producto serán los socios/miembros de la Trading Company, productores de la Ciudad de Machala con camaronerías en la provincia de El Oro, que suplirán mensualmente la materia prima que el proyecto necesita para ser viable.

Para el presente proyecto solo se necesitan 36.800 libras mensuales, cabe indicar que para la producción actual de la Provincia de El Oro esta es una cantidad ínfima que se puede lograr explotando unas 100 hectáreas aproximadamente, el área promedio de cultivo por pequeño productor en la provincia varía de 0 a 50 hectáreas, necesitamos mínimo 3 socios/proveedores para cosechar la cantidad necesaria para el proyecto.⁶²

3.4.2 Compradores

Muchas compañías, grandes y pequeñas, están involucradas en el negocio de introducir camarón a Estados Unidos y llevarlo a los platos de los consumidores, ya sea en un restaurante o en casa. Operan en diferentes niveles, con capacidades diferentes, desde importadores, procesadores, mayoristas, distribuidores y proveedores del sector de servicios de alimentos, y finalmente minoristas en las tiendas y los restaurantes

En la cima de los importadores de alimentos marinos de Estados Unidos y de los distribuidores de camarón de cultivo está Red Chamber, esta compañía es la mayor importadora de camarón del Sudeste Asiático, pero también lo importa de América Latina y compra directamente de productores extranjeros y de exportadores.

Hay un cierto número de otros importadores de camarón establecidos con altas ventas anuales, tales como Slade Gorton & Co., Inc., de Boston, con oficinas en Miami, Chicago y San Francisco, esta compañía importa una gran selección de alimentos marinos frescos y congelados de todo el mundo y vende tanto a distribuidores como a usuarios finales; y Contessa Food Products que ha monopolizado la provisión de camarón a muchas grandes cadenas hoteleras, incluyendo Marriot y Hilton.

⁶² ENTREVISTA DIRECTA, Reinaldo Rogel Rivera, 16/11/2009

Darden Restaurants, Inc, compra un valor de más de 500 millones de dólares en alimentos marinos cada año directamente de regiones como Asia, la India y América Latina., es la compañía de cenas casuales más grande del mundo y la dueña y operadora de 1.300 restaurantes Red Lobster, Olive Garden, Bahama Breeze y Smokey Bones.

La compañía líder en alimentos marinos en América del Norte es ConAgra Seafood Companies de Tampa, Florida. En el 2000, ConAgra Foods compró International Home Foods, creando la compañía de mercadeo y procesamiento de alimentos marinos más grande en los Estados Unidos, con ventas anuales de 1,200 millones de dólares. ConAgra vende camarón y otros alimentos marinos bajo las marcas familiares de Bumble Bee, Singleton, Meridian y Louis Kemp.

Darden es también la más conocida por los exportadores locales y la que más importa camarón procedente de Ecuador hacia los Estados Unidos, la compañía Oceanexa, la empacadora/exportadora en la ciudad de Machala encargada del Outsourcing del producto de la MSTC, mantiene relaciones comerciales con Darden desde hace 15 años, por medio de la cual se ha conseguido una promesa de compra para surtir camarón bajo nuestra marca a los restaurantes que esta opera en el Estado de California. **Anexo 8 (Carta de Intención de Compra)**

3.4.3 Término de Negociación

En las negociaciones por parte de la MSTC y DARDEN se acordó utilizar el incoterm FOB, la Trading Company se encargará de entregar la mercancía colgada de la grúa que realiza el cargo del contenedor y se hará responsable de ésta hasta cuando haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque acordado, en este caso, en los muelles propiedad de la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar en la ciudad de Machala. Es recomendable tener en claro el buen manejo del incoterm o término de negociación ya que facilitará la logística del producto y ayudará a evitar algún inconveniente legal entre las partes.

3.4.5 Logística del Producto

❖ Entrega del Producto en el Ecuador

La empacadora Oceanexa entregará el producto embalado de acuerdo a las características pactadas con la MSTC, las cuales son:

- Camarón entero congelado en bloque
- Camarón de talla U7, U8, U10, U11, U12, 31-35, 36-40 y 41-45.
- El producto debe estar empacado en cajetas de cartulina dúplex, cubierta en su interior por PEBD y embaladas en cajas de cartón corrugado de 5 capas.
- Cada cajeta debe contener aproximadamente 2 kilogramos (4,4 libras) de camarón congelado en bloque y debe llevar el nombre de la compañía MSTC.
- El etiquetado de cada caja debe constar el nombre del producto en inglés, país de origen y especificar que el producto es de acuicultura.

❖ Transporte Interno en el País de Origen

El transporte interno está a cargo de Oceanexa y se hará en contenedores refrigerados desde la planta empacadora hacia los muelles de la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar en la ciudad de Machala

En la Autoridad Portuaria se priorizará el despacho en aduanas y demás organismos de control ya que por ser un producto perecible se debe tener en cuenta que el tiempo es un factor determinante en el proceso de exportación.

3.5 PROCESO DE EXPORTACIÓN

3.5.1 Trámites y Requisitos de Exportación

Los requisitos que la MSTC debe cumplir para empezar sus actividades como exportador son:

- Tener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la página web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).
- Copia de la constitución de la compañía.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.

Los documentos que se debe presentar en el momento de la declaración aduanera son⁶³:

- **Formularon Único de Exportación (FUE)**

Se adquiere en la ventanilla de comercio exterior de un banco corresponsal del Banco Central y se llena según las instrucciones indicadas al reverso, para el caso del camarón este documento tiene un plazo de validez de 15 días a partir de la aprobación del banco corresponsal.

- **Certificado de Origen**

El certificado de origen ayuda para que el importador no pague ciertos tributos. Según acuerdos con el ATPDEA (Ley de Preferencias Comerciales Andinas y de Erradicación

⁶³ Federación Ecuatoriana de Exportadores, ECUADOR, TRÁMITES Y REQUISITOS PARA EXPORTACIÓN E IMPORTACION, <http://www.fedexpor.com/img/TramitesExportar.pdf>, Descargado 21/11/2009

de Drogas) las importaciones de pescado procedentes de Ecuador están libres de arancel.

- **Documento de Transporte**

El documento utilizado para la exportación vía marítima es el “BILL OF LADING”, que es el Conocimiento de Embarque Marítimo o lo que se conoce comúnmente como B/L.

- **Factura comercial original**

Se debe entregar una original y cinco copias, las mismas que deben contener la siguiente información:

- Lugar, fecha y nombres del importador y del exportador.
- Nombre del puerto de destino.
- Fecha y origen de la mercadería, nombres del embarcador y destinatario. Si la carga es a consignación mencionarlo.
- Descripción de la mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura.
- Subpartida arancelaria
- Forma de pago.

La Aduana puede aceptar la declaración y realizar el despacho de la mercancía, incluso no presentándose todos los documentos, pero a condición de ser presentados en un plazo no mayor a 30 días y de que los productos no sean de prohibida exportación. La declaración deberá presentarse en la Aduana de salida en un plazo que va desde 7 días previos hasta 15 días posteriores al ingreso de las mercancías a la Zona Primaria Aduanera. De no cumplirse este requisito, la mercadería podrá ser declarada por la Aduana como en "abandono tácito".

3.5.2 Procedimiento para Exportar en la Aduana⁶⁴

Cuando un producto quiere ser exportado el trámite al interior de la aduana comprende las siguientes fases:

- **Fase de Pre- Embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque, que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

- **Fase de Post- Embarque**

En la etapa final del proceso de exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la Declaración Aduanera Única (DAU) definitiva de exportación.

⁶⁴ Aduana del Ecuador, PROCEDIMIENTOS PARA EXPORTAR DESDE ECUADOR, [www.aduana.gov.ec /contenido/procExportar.html](http://www.aduana.gov.ec/contento/procExportar.html), Descargado 21/11/2009

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

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

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

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- CORPEI.

3.5.3 Corpei⁶⁵

CORPEI es la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, cuya finalidad principal es promover las exportaciones ecuatorianas y atraer la inversión nacional y extranjera a los sectores productivos del país.

Para el cumplimiento de las funciones de la CORPEI, entre otras fuentes de recursos, el literal e) del artículo 22 de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI), dispone

⁶⁵ CORPEI, Como exportar, Trámites, procedimientos y Documentos operativos, <http://www.ecuadorexporta.org/archivos/documentos/ComoExportar2008.pdf>, Descargado 21/11/209

que el exportador deberá cancelar una aportación en cuotas redimibles del 1.50 por mil sobre el valor FOB de cada exportación.

Para esto se deberá llenar la papeleta de depósito respectiva y pagarla en cualquier banco o institución financiera autorizada para receptor el pago y constituye otro documento de acompañamiento a la declaración aduanera a ser presentada en Aduana.

Estos cupones serán canjeados por Certificados de Aportaciones CORPEI, en dólares americanos, en un formulario emitido por la Corpei, cuando el exportador tenga acumulado al menos el equivalente a US\$ 500.00.

Estos certificados son negociables y endosables, además serán redimibles a los diez años. Pueden servir para pagar honorarios a Corpei por las participaciones en ferias internacionales de las empresas bajo el auspicio de la Corpei o venderlos en el mercado de valores a una alta tasa de descuento. Todas las importaciones originarias y procedentes de la CAN no pagan esta contribución.

3.5.4 Forma de Pago

Dentro de las negociaciones se acordó que la forma de pago será mediante carta de crédito irrevocable y a la vista por la seguridad que ofrece la utilización de la misma, ya que garantiza el compromiso y satisfacción de las partes que intervienen en el proceso de comercio exterior.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

4.1 ESTUDIO FINANCIERO

Para establecer si la creación de la Trading Company es viable se debe determinar ciertas variables como la rentabilidad del proyecto, el monto de las inversiones y las fuentes de financiamiento que se necesitan, esto se consigue a través del Estudio Financiero y su correspondiente evaluación, lo que se explica a continuación.

4.1.1 Inversiones

"Las Inversiones están constituidas por la suma de todos los bienes y servicios necesarios para la implementación del proyecto. Las inversiones son el conjunto de erogaciones destinadas a dotar al proyecto de capacidad operativa."⁶⁶

⁶⁶Sanín, H., ASPECTOS FINANCIEROS DEL PROYECTO-PRIMERA PARTE, Pág 60

Las inversiones que la MSTC necesita para emprender su actividad exportadora corresponden a tres categorías, los cuales son:

❖ **Activos Fijos**

También llamados Activos “Reales”, son los bienes físicos o tangibles de carácter operativo que dan soporte a las actividades que la compañía desarrolla. En el Balance General son las cuentas que representan el valor monetario de los activos operativos que sirven de soporte al proceso productivo y que no son objeto de venta.⁶⁷ Se consideró un 2% de imprevistos ante posibles errores en el presupuesto.

A continuación se detalla las inversiones que el proyecto requiere correspondientes a activos fijos. Cada una de las adquisiciones que la empresa necesita tiene sus respectivas proformas. *Ver anexo 9 (Proformas)*

Tabla Nro. 22

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES				
ITEM	ESPECIFICACION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
1	Archivadores	4	148,00	592,00
2	Counter Recepción	1	200,00	200,00
3	Escritorio	4	425,00	1.700,00
4	Mesa Cuadrada	1	100,00	100,00
5	Mesita Sala de Espera	1	136,00	136,00
7	Sillas	10	66,00	660,00
8	Sillas de Mesa Cuadrada	4	48,00	192,00
9	Sillas Giratorias	4	109,00	436,00
10	Sillas Sala de Espera	2	175,00	350,00
11	Sillón Gerencia	1	218,00	218,00
12	Sofá	1	240,00	240,00
Subtotal				4.824,00
Imprevistos 2%				96,48
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES				4.920,48

Elaborado por: Autor
Fuente: Factura Proforma

⁶⁷ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GETIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 29

Tabla Nro. 23

PRESUPUESTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
ITEM	ESPECIFICACION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
1	Base Telefónica	1	250,00	250,00
2	Cafetera	1	38,00	38,00
3	Caja de Seguridad	1	90,00	90,00
4	Cámara Digital	1	193,94	193,94
5	Central Telefonica	1	400,00	400,00
6	Dispensador de Agua	1	120,00	120,00
7	Parlantes	1	225,61	225,61
8	Fax	1	125,29	125,29
9	Horno Microondas	1	105,00	105,00
10	Refrigeradora Pequeña	1	255,00	255,00
11	Soporte para Televisión y DVD	1	30,00	30,00
12	Sumadora	5	20,16	100,80
13	Teléfono	7	41,00	287,00
14	Televisor	1	259,00	259,00
15	Lámparas	4	20,00	80,00
16	Extintores	2	20,00	40,00
17	Balanza Plataforma	1	4.600,00	4.600,00
18	Gavetas Cónicas	500	3,50	1.750,00
19	Gavetas Caladas	100	3,50	350,00
20	Balanza gramera	1	1.200,00	1.200,00
21	Intercomunicadores	5	25,00	125,00
22	Hieleras	2	30,00	60,00
23	Congelador	1	350,00	350,00
Subtotal				11.034,64
Imprevistos 2%				220,69
TOTAL DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS				11.255,33

Elaborado por: Autor

Fuente: Factura Proforma

Tabla Nro. 24

PRESUPUESTO DE VEHICULOS				
ITEM	ESPECIFICACION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
1	Auto Aveo Activo Sedán	1	13.590,00	13.590,00
Subtotal				13.590,00
Imprevistos 2%				271,80
TOTAL DE VEHICULOS				13.861,80

Elaborado por: Autor

Fuente: Factura Proforma

Tabla Nro. 25

PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE COMPUTACION				
ITEM	ESPECIFICACION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
1	Computadora (monitor, teclado, mouse, y CPU)	4	549,00	2.196,00
2	Impresora	2	69,99	139,98
3	Impresora Multifunción	1	389,00	389,00
4	Servidor	1	500,00	500,00
5	Licencias y Software	7	148,00	1.036,00
Subtotal				4.260,98
Imprevistos 2%				85,22
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACION				4.346,20

Elaborado por: Autor

Fuente: Factura Proforma

Tabla Nro. 26

RESUMEN DE INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	
DETALLES	VALOR
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES	4.920,48
TOTAL DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	11.255,33
TOTAL DE VEHICULOS	13.861,80
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACION	4.346,20
TOTAL INVERSION	34.383,81

Elaborado por: Autor

Fuente: Factura Proforma

La inversión para la compra de los activos fijos requeridos por la MSTC es de USD. 34.383,81

❖ **Activos Intangibles**

Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.⁶⁸

⁶⁸ CHAIN, Sapag ,2000 “Preparación y Evaluación de Proyectos”, pág. 234.

Los activos intangibles de la empresa son: Gastos de Organización y Constitución Legal de la empresa y Gastos Pre operativos.

- **Gastos de Organización y Constitución Legal.-** Son gastos relacionados con el establecimiento de la empresa encargada de la ejecución del presente proyecto, en este caso la MSTC, tales como: Pago a notarios, honorarios a profesionales, trámites legales, permisos de funcionamiento, inscripción en el Registro Mercantil, etc.

Tabla Nro. 27

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	VALOR
Gastos de Constitución	1.800,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.800,00

Elaborado por: Autor

Fuente: Carlos León García

- **Gastos Pre operativos.-** Es un rubro especial en el que se incluyen todos los gastos antes de iniciar con las operaciones, a este gasto corresponde a la garantía entregada por el arriendo de la oficina adelantado.

Tabla Nro. 28

DETALLE	VALOR
Garantía Arriendo Oficina (3 meses)	1.050,00
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	1.050,00

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Tabla Nro. 29

RESUMEN DE INVERSIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES	
DETALLE	VALOR
Total Gastos de Constitución	1.800,00
Total Gastos Preoperativos	1.050,00
TOTAL	2.850,00

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Para este proyecto, la inversión de activos intangibles o diferidos requerida por la MSTC es de USD 2.850,00.

❖ **Capital de trabajo**

“La inversión de una empresa en activos a corto plazo –efectivo, valores negociables, inventarios y cuentas por cobrar”⁶⁹.

“El fondo que se constituye y que se debe mantener durante toda la vida productiva del proyecto para evitar interrupciones, se denomina Capital de Trabajo”⁷⁰.

Para el presente proyecto el capital de trabajo se calculó tomando los valores correspondientes al primer mes de operación de la Trading Company, el pago por los servicios de la compañía es inmediato a la entrega de la mercancía a DARDEN, el incoterm acordado fue FOB.

⁶⁹ WESTON, J. (1994): Fundamentos de la Administración Financiera. Quinta Edición. Mc Graw-Hill. México, Pág. 455

⁷⁰ Sanín, H., ASPECTOS FINANCIEROS DEL PROYECTO-PRIMERA PARTE, Pág 62

Tabla Nro. 30

CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Nómina	2.041,13
Servicios Básicos	205,83
Arriendo	350,00
Gastos Varios	888,00
Gastos de Venta del Primer Embarque	587,50
Documentos de Exportación	350,00
Pago CORPEI	237,50
Pagos de Capital e Intereses	994,00
CAPITAL DE TRABAJO	5.066,46

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

4.1.2 Inversión Total

La inversión inicial requerida para este proyecto se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla Nro. 31

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO		
CONCEPTO	VALOR USD	%
Inversión de Activos Fijos	34.383,81	81,29%
Muebles y Enseres	4.824,00	11,40%
Maquinarias y Equipos	11.034,64	26,09%
Vehículos	13.590,00	32,13%
Equipos de Computación	4.260,98	10,07%
Imprevistos 2%	674,19	1,59%
Inversión de Activos Diferidos	2.850,00	6,74%
Gastos de Constitución	1.800,00	4,26%
Gastos Pre operativos	1.050,00	2,48%
Inversión de Capital de Trabajo	5.066,46	11,98%
INVERSIÓN TOTAL	42.300,27	100,00%

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

4.1.3 Presupuesto de Gastos e Ingresos

❖ Presupuesto de ingresos operativos

Presupuesto es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores monetarios, en términos financieros y cuantitativos que deben cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas⁷¹.

Los ingresos operativos son los provenientes de la recaudación por el producto entregado. Para poder proyectar los ingresos operativos de la empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio del producto y las políticas de ventas implementadas de acuerdo a los términos de negociación estipulados por el exportador e importador.

Después de realizar los estudios de mercado y técnicos respectivos para la ejecución del proyecto, el cargamento inicial de la MSTC es de 36.750 libras de camarón congelado mensual, es decir, que se venderá 441.000 libras en el primer año de vida del proyecto y tendrán un incremento de acuerdo al porcentaje de crecimiento del consumo potencial per cápita en Estados Unidos, 6%. Las variables anteriormente mencionadas se acordaron de antemano con la compañía DARDEN y los productores de camarón de la Ciudad de Machala.

El precio de venta inicial por Kilogramo de camarón procesado es de USD. 9,50 y se irá incrementando cada año de acuerdo a la tasa anual de inflación de los Estados Unidos, la misma que para octubre del 2010 fue de 1,173%⁷².

⁷¹ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 174

A continuación se detalla la demanda proyectada para los siguientes 5 años con su respectivo precio de venta y el total de ingresos por venta esperados.

Tabla Nro. 32

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Kilogramos Ofertados	200.000,00	212.000,00	224.720,00	238.203,20	252.495,39
Precio de Venta	9,50	9,61	9,72	9,84	9,95
Ingreso por Venta	1.900.000,00	2.037.624,22	2.185.217,09	2.343.500,66	2.513.249,32

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

❖ Presupuesto de costos y gastos operativos

Son aquellos referidos a la etapa de operación o funcionamiento del proyecto. Son los rubros en que se debe incurrir para hacer producir la capacidad instalada generada por las inversiones de la Trading Company.

- **Costo del Producto**

En este proyecto el costo del producto viene dado por la suma de dos variables, el costo de compra de camarón a los proveedores de la Ciudad de Machala y el costo por concepto de Outsourcing o Copacking.

A continuación se detalla el costo de compra del producto y sus respectivas proyecciones para los siguientes 5 años, dichos valores se irán incrementando cada año de acuerdo a la tasa anual de inflación del Ecuador, la misma que para noviembre del 2010 fue de 3,39%.⁷³

⁷² Global-Rates.com, INFLACIÓN ESTADOS UNIDOS, <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx>, Descargado, 15/12/2010

⁷³ Banco Central del Ecuador, CIFRAS ECONÓMICAS DEL ECUADOR, <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie201011.pdf>, Descargado, 15/12/2010

Tabla Nro. 33

PROYECCIÓN COSTO DEL PRODUCTO					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad Comprada a Productores Lb	440.924,52	467.380,00	495.422,80	525.148,16	556.657,05
Cantidad Comprada a Productores Kg	200000,00	212000,00	224720,00	238203,20	252495,39
Cantidad Comprada a Productores Ton	200,00	212,00	224,72	238,20	252,50
Costo Total Unitario Lb	3,11	3,22	3,32	3,44	3,55
Costo Compra Lb	2,66	2,75	2,84	2,94	3,04
Oceanexa Outsourcing Lb	0,45	0,47	0,48	0,50	0,51
COSTO TOTAL	1.371.275,27	1.502.827,19	1.646.999,42	1.805.002,66	1.978.163,78

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

- **Gastos de Administración y Ventas**

Son todos los gastos que se relacionan con la administración de la empresa y la comercialización del producto como son:

Nómina

Es el detalle correspondiente a los sueldos y prestaciones que reciben los empleados de la MSTC. En el siguiente cuadro se describe los sueldos básicos y las prestaciones sociales del personal requerido por la empresa. Además, las proyecciones de gastos de sueldos para los próximos 5 años, con un incremento anual del 3,39% sobre el sueldo básico de acuerdo a la inflación ecuatoriana.

Tabla Nro. 34

NOMINA AÑO 1									
CARGO	# DE PERSONAS	SALARIO UNIFICADO MENSUAL POR PERSONA	SALARIO UNIFICADO MENSUAL	SALARIO ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO*	APORTE PATRONAL (12.15%)	VACACIONES	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	400,00	400,00	4.800,00	400,00	218,00	583,20	200,00	6.001,20
Auxiliar de Gerencia	1	240,00	240,00	2.880,00	240,00	218,00	349,92	120,00	3.687,92
Jefe de Operaciones	1	350,00	350,00	4.200,00	350,00	218,00	510,30	175,00	5.278,30
Jefe Ventas y Marketing	1	350,00	350,00	4.200,00	350,00	218,00	510,30	175,00	5.278,30
Asistente Contable	1	240,00	240,00	2.880,00	240,00	218,00	349,92	120,00	3.687,92
Conserje	1	240,00	240,00	2.880,00	240,00	218,00	349,92	120,00	3.687,92
TOTALES		1.820,00	1.820,00	21.840,00	1.820,00	1.308,00	2.653,56	910,00	27.621,56

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

* <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=6973>

Tabla Nro. 35

PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y PRESTACIONES					
CARGO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	6.001,20	6.197,25	6.399,95	6.609,52	6.826,19
Auxiliar de Gerencia	3.687,92	3.805,55	3.927,17	4.052,91	4.182,91
Jefe de Operaciones	5.278,30	5.449,84	5.627,20	5.810,58	6.000,16
Jefe Ventas y Marketing	5.278,30	5.449,84	5.627,20	5.810,58	6.000,16
Asistente de Ventas y Marketing			4.416,60	4.558,94	9.412,19
Asistente Contable	3.687,92	3.805,55	3.927,17	4.052,91	4.182,91
Conserje	3.687,92	3.805,55	3.927,17	4.052,91	4.182,91
TOTAL	27.621,56	28.513,59	33.852,46	34.948,33	40.787,44

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Arriendo Oficina

El pago en que la empresa incurre por concepto de arriendo de una casa de 110m² en la Ciudad de Machala, por un valor mensual de USD. 350, 00 durante el primer año el costo de arriendo de la oficina es de USD. 4.200 con un crecimiento anual del 3,39% correspondiente a la inflación ecuatoriana.

Tabla Nro. 36

ARRIENDO DE OFICINA					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo Mensual	350,00	361,87	374,13	386,82	399,93
TOTAL ARRIENDO OFICINA	4.200,00	4.342,38	4.489,59	4.641,78	4.799,14

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Servicios Básicos

Servicios Básicos o Públicos son los pagos que la empresa incurre por los servicios básicos que se utilizan para el correcto funcionamiento de la empresa. Se ha estimado un crecimiento anual del 3,39% correspondiente a la inflación ecuatoriana.

Tabla Nro. 37

SERVICIOS BÁSICOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	660,00	682,37	705,51	729,42	754,15
Grupo TVCable (Internet, Telefonía Fija,	1.629,96	1.685,22	1.742,34	1.801,41	1.862,48
Agua	180,00	186,10	192,41	198,93	205,68
Costo Mensual	205,83	212,81	220,02	227,48	235,19
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS	2.469,96	2.553,69	2.640,26	2.729,77	2.822,31

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Gastos Varios

Diversos gastos no contemplados específicamente en otros rubros.

Tabla Nro. 38

GASTOS VARIOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento Equipos y Maquinarias	720,00	744,41	769,64	795,73	822,71
Mantenimiento Vehículos	1.080,00	1.116,61	1.154,47	1.193,60	1.234,06
Gasolina	480,00	496,27	513,10	530,49	548,47
Planes Celulares	3.120,00	3.225,77	3.335,12	3.448,18	3.565,08
Servicios de Contador	2.640,00	2.729,50	2.822,03	2.917,69	3.016,60
Servicios de Guardianía	2.616,00	2.704,68	2.796,37	2.891,17	2.989,18
Costo Mensual	888,00	918,10	949,23	981,41	1.014,68
TOTAL GASTOS VARIOS	10.656,00	11.017,24	11.390,72	11.776,87	12.176,10

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Materiales y Suministros de Oficina

Es necesario que la empresa cuente con los suministros de oficina adecuados para su buen funcionamiento, además, de los materiales de limpieza. Se ha estimado un crecimiento anual del 3,39% correspondiente a la inflación ecuatoriana.

Tabla Nro. 39

PROYECCIÓN MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papelería	1.348,80	1.394,52	1.441,80	1.490,68	1.541,21
Materiales de limpieza	676,44	699,37	723,08	747,59	772,94
Costo Mensual	168,77	174,49	174,49	174,49	174,49
TOTAL MATERIALES Y SUMINISTROS	2.025,24	2.093,90	2.093,90	2.093,90	2.093,90

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

- **Costos de Exportación**

Son todos los gastos relacionados directamente con la tramitación, salida y embarque del producto, para el presente proyecto parte de estos costos están incluidos en el contrato de Copacking que se firmará con Oceanexa tras la posterior aprobación de esta investigación, el resto de los gastos serán por parte de la Trading Company.

Copacking Oceanexa

La compañía Oceanexa C.A. mediante la comunicación correspondiente al jueves, 19 de Noviembre del 2009 se compromete a correr con todos los gastos relacionados a la exportación del producto que la MSTC le entregue para su procesamiento y posterior salida del país. *Anexo 6 (Contrato de Copacking)*

Para el proceso de exportación de este proyecto los servicios a prestar de Oceanexa C.A. son:

Transporte Interno en el país de origen

Es el costo por el traslado de la mercancía desde la planta procesadora hasta los muelles propiedad de la Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, este servicio no incluye la custodia puesto que Oceanexa se encuentra a escasos 200 metros de Autoridad Portuaria.

No hay ninguna aseguradora en la provincia o fuera de ella con la que se pueda contratar una póliza de seguro para el transporte de camarón puesto que los montos para ello son tan altos que no hay demanda que justifique hacerlo.

Manipulación y Embarque de la Carga

Corresponde a toda la logística en el muelle de salida desde que es recibida la carga en Autoridad Portuaria hasta su posterior embarque en el buque.

Documentos de Exportación

Son gastos que la empresa debe pagar por la tramitación de todos los documentos que se debe presentar para que la mercadería pueda ser embarcada hacia su destino final. El valor aproximado para una empresa exportadora de camarón que recién inicia operaciones es de USD 350 mensuales por la tramitación de los documentos antes mencionados.⁷⁴

Tabla Nro. 40

DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tramites de Exportación Mensual	350	361,87	374,13	386,82	399,93
TOTAL DOC. DE EXPORTACIÓN	4.200,00	4.342,38	4.489,59	4.641,78	4.799,14

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

CORPEI

Es el pago que se realiza a la CORPEI por las exportaciones efectuadas, el cupón de exportación tiene un valor del 1.5 por 1.000 del valor FOB.

⁷⁴ Entrevista Directa, Ignacio Jiménez, 21/11/2009

Tabla Nro. 41

CORPEI					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FOB	1.900.000	2.037.624	2.185.217	2.343.501	2.513.249
Cupón Corpei	0,0015	0,0015	0,0015	0,0015	0,0015
TOTAL PAGO CORPEI	2.850,00	3.056,44	3.277,83	3.515,25	3.769,87

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

- **Depreciaciones**

Corresponde a la sumatoria del cargo anual de los activos depreciables o activos fijos, ya que pierden su valor como consecuencia del uso. Los porcentajes de depreciación y vida útil de los activos fijos se muestran en la Tabla Nro. 42.

Tabla Nro. 42

TABLA DE DEPRECIACIÓN		
ACTIVOS	VIDA ÚTIL AÑOS	DEPRECIACIÓN
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10	10%
MUEBLES Y ENSERES	10	10%
VEHICULOS	5	20%
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	33%

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Las depreciaciones para los activos fijos de la empresa se encuentran detalladas en el siguiente cuadro:

Tabla Nro. 43

RESUMEN DEPRECIACIÓN ACTIVOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinarias y Equipos	840,50	840,50	840,50	840,50	840,50
Muebles y Enseres	186,50	186,50	186,50	186,50	186,50
Vehiculos	2.718,00	2.718,00	2.718,00	2.718,00	2.718,00
Equipos de Computación	552,00	552,00	552,00	-	-
TOTAL DEPRECIACIONES	4.297,00	4.297,00	4.297,00	3.745,00	3.745,00
Acumulada	4.297,00	8.593,99	12.890,99	16.635,99	20.380,99

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

- **Amortizaciones**

Amortización es la devolución o reintegro de los recursos ajenos recibidos a largo plazo para financiar el capital de trabajo inicial, es decir, es el proceso de cancelar una deuda con sus intereses por medio de pagos periódicos.⁷⁵

Toda empresa en su etapa de ejecución del proyecto incurre en gastos denominados de organización y constitución, los mismos que por su elevada cuantía pueden ser amortizados. La ley permite su recuperación mediante el proceso de amortización con plazos desde 5 hasta 10 años mediante cargos fijos anuales y con un porcentaje del 20% anual.

Tabla Nro. 44

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitución	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Gastos Preoperativos	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
TOTAL	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00
Acumulada	570,00	1.140,00	1.710,00	2.280,00	2.850,00

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

- **Provisiones**

Para cubrir cualquier imprevisto que la empresa pueda tener, se realiza provisiones anuales del 2% sobre los Gastos de Administración y Ventas.

⁷⁵ FERNANDEZ, J. Luis, CONTABILIDAD FINANCIERA PARA DIRECTIVOS, ESIC Editorial, 2008, Pág. 81

Tabla Nro. 45

PROVISIONES					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Adm. y Ventas	43.366,76	44.902,37	50.914,60	52.715,18	59.292,05
Tasa de Provisión %	2%	2%	2%	2%	2%
TOTAL	867,34	898,05	1.018,29	1.054,30	1.185,84
Acumulada	867,34	1.765,38	2.783,67	3.837,98	5.023,82

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

❖ Gastos no operativos o financieros

Son los intereses que la empresa debe pagar a los bancos o financieras por los préstamos otorgados para su financiamiento. En la Tabla Nro. 47 se detalla la amortización del préstamo adquirido por un monto de USD. 30.000.

4.1.4 Estructura de Financiamiento

Es importante analizar las fuentes de financiamiento que se utilizarán para la ejecución del proyecto. La Trading Company cuenta con los recursos propios aportados por los socios, el cual representa el 29% y el 71% del pasivo correspondiente al préstamo bancario solicitado.

Tabla Nro. 46

FINANCIAMIENTO DE INVERSIÓN		
FUENTE	VALOR	%
CAPITAL PROPIO	12.300,27	29,08%
CRÉDITO	30.000,00	70,92%
TOTALES	42.300,27	100%

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Tabla Nro. 47

CUADRO AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO					
MONTO USD.		30.000,00	PLAZO		3
TASA INTERES		11,83%	PAGOS ANUALES		12
				PAGO USD.	994,00
PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA CAPITAL	PAGO	SALDO
0	30.000,00				30.000,00
1		295,75	698,25	994,00	29.301,75
2		288,87	705,13	994,00	28.596,63
3		281,92	712,08	994,00	27.884,55
4		274,90	719,10	994,00	27.165,45
5		267,81	726,19	994,00	26.439,26
6		260,65	733,35	994,00	25.705,91
7		253,42	740,58	994,00	24.965,33
8		246,12	747,88	994,00	24.217,45
9		238,74	755,25	994,00	23.462,20
10		231,30	762,70	994,00	22.699,50
11		223,78	770,22	994,00	21.929,29
12		216,19	777,81	994,00	21.151,48
13		208,52	785,48	994,00	20.366,00
14		200,77	793,22	994,00	19.572,78
15		192,96	801,04	994,00	18.771,74
16		185,06	808,94	994,00	17.962,80
17		177,08	816,91	994,00	17.145,89
18		169,03	824,97	994,00	16.320,93
19		160,90	833,10	994,00	15.487,83
20		152,68	841,31	994,00	14.646,52
21		144,39	849,60	994,00	13.796,91
22		136,01	857,98	994,00	12.938,93
23		127,56	866,44	994,00	12.072,49
24		119,01	874,98	994,00	11.197,51
25		110,39	883,61	994,00	10.313,91
26		101,68	892,32	994,00	9.421,59
27		92,88	901,11	994,00	8.520,48
28		84,00	910,00	994,00	7.610,48
29		75,03	918,97	994,00	6.691,51
30		65,97	928,03	994,00	5.763,48
31		56,82	937,18	994,00	4.826,30
32		47,58	946,42	994,00	3.879,89
33		38,25	955,75	994,00	2.924,14
34		28,83	965,17	994,00	1.958,97
35		19,31	974,68	994,00	984,29
36		9,70	984,29	994,00	0,00
TOTAL	30.000,00	5.783,83		35.783,83	0,00

Elaborado por: Autor
Fuente: Banco de Machala

4.1.5 Estado de Resultados

El Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias se elabora al finalizar un período contable, el mismo que tiene como objetivo determinar la situación económica de la empresa, mostrando los datos resumidos de sus activos, pasivos y patrimonio. ⁷⁶

A continuación se detalla el Estado de Resultados proyectado a 5 años:

Tabla Nro. 48

ESTADO DE RESULTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	1.900.000,00	2.037.624,22	2.185.217,09	2.343.500,66	2.513.249,32
Costo de Ventas	1.371.275,27	1.502.827,19	1.646.999,42	1.805.002,66	1.978.163,78
Utilidad Bruta en Ventas	528.724,73	534.797,03	538.217,67	538.498,00	535.085,54
Gastos de Administración y Ventas	59.757,09	61.684,66	68.190,61	69.861,35	76.968,99
Sueldos de Administración y Ventas	27.621,56	28.513,59	33.852,46	34.948,33	40.787,44
Costo de Exportación	7.050,00	7.398,82	7.767,41	8.157,03	8.569,01
Documentos de Exportación	4.200,00	4.342,38	4.489,59	4.641,78	4.799,14
Corpei	2.850,00	3.056,44	3.277,83	3.515,25	3.769,87
Materiales y Suministros de Oficina	2.025,24	2.093,90	2.164,88	2.238,27	2.314,15
Papelería	1.348,80	1.394,52	1.441,80	1.490,68	1.541,21
Materiales de Limpieza	676,44	699,37	723,08	747,59	772,94
Arriendo Oficina	4.200,00	4.342,38	4.489,59	4.641,78	4.799,14
Servicios Básicos	2.469,96	2.553,69	2.640,26	2.729,77	2.822,31
Gastos Varios	10.656,00	11.017,24	11.390,72	11.776,87	12.176,10
Mantenimiento Equipos y Maquinaria	720,00	744,41	769,64	795,73	822,71
Mantenimiento Vehículos	1.080,00	1.116,61	1.154,47	1.193,60	1.234,06
Gasolina	480,00	496,27	513,10	530,49	548,47
Planes Celulares	3.120,00	3.225,77	3.335,12	3.448,18	3.565,08
Servicios de Contador	2.640,00	2.729,50	2.822,03	2.917,69	3.016,60
Servicios de Guardianía	2.616,00	2.704,68	2.796,37	2.891,17	2.989,18
Depreciación Equipo de Computación	552,00	552,00	552,00	-	-
Depreciación Muebles y Enseres	186,50	186,50	186,50	186,50	186,50
Depreciación Maquinaria y Equipos	840,50	840,50	840,50	840,50	840,50
Depreciación Vehículo	2.718,00	2.718,00	2.718,00	2.718,00	2.718,00
Amortización de Gastos Preoperativos	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
Amortización de Gastos de Constitución	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Provisión Imprevistos	867,34	898,05	1.018,29	1.054,30	1.185,84
Utilidad Operativa	468.967,64	473.112,37	470.027,06	468.636,65	458.116,55
Gastos Financieros	3.079,42	1.973,98	730,43		
Utilidad Antes de Participación Laboral	465.888,22	471.138,39	469.296,63	468.636,65	458.116,55
15 % de Participación Laboral	69.883,23	70.670,76	70.394,49	70.295,50	68.717,48
Utilidad antes de Impuestos a la Renta	396.004,98	400.467,64	398.902,13	398.341,15	389.399,06
25 % de Impuesto a la Renta	99.001,25	100.116,91	99.725,53	99.585,29	97.349,77
UTILIDAD NETA	297.003,74	300.350,73	299.176,60	298.755,86	292.049,30

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

⁷⁶ BRAVO, Mercedes, "Contabilidad General", pág. 183

4.1.6 Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes ya que sirve para evaluar proyectos de inversión a largo plazo con el objetivo de conocer si es beneficioso o no invertir. Los flujos de caja se estructuran a partir del Estado de Pérdidas y Ganancias durante los años de vida útil del proyecto.⁷⁷

A continuación se presenta el flujo de caja para los próximos cinco años del proyecto.

Tabla Nro. 49

FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD OPERATIVA		468.967,64	473.112,37	470.027,06	468.636,65	458.116,55
Depreciaciones y Amortizaciones		16.224,94	16.224,94	16.224,94	3.745,00	3.745,00
Gastos Financieros		-3.079,42	-1.973,98	-730,43	0,00	0,00
Participación Laboral		-69.883,23	-70.670,76	-70.394,49	-70.295,50	-68.717,48
Impuesto a la Renta		-99.001,25	-100.116,91	-99.725,53	-99.585,29	-97.349,77
INVERSIONES		-42.300,27				
Muebles y Enseres	-4.824,00					
Maquinarias y Equipos	-11.034,64					
Vehículos	-13590					
Equipos de Computación	-4.260,98					
Imprevistos 2%	-674,19					
Gastos de Constitución	-1.800,00					
Gastos Pre operativos	-1.050,00					
Capital de Trabajo	-5.066,46					
Flujo de Caja Operativo Nominal	-42.300,27	270.928,41	316.575,67	315.401,54	302.500,86	295.794,30
Valor Actual de los Flujos de Caja		-42.300,27	228.628,14	545.203,81	860.605,35	1.163.106,21
Flujos Acumulados de Caja	-42.300,27	228.628,14	545.203,81	860.605,35	1.163.106,21	1.458.900,51

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

4.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio sirve para determinar el nivel de actividad donde los ingresos son iguales al total de costos y gastos y en consecuencia la empresa no sufra pérdidas ni obtenga utilidades.⁷⁸

⁷⁷ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 231

⁷⁸ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 139

Su fórmula es:

$$PE(\$) = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En el siguiente cuadro se detalla los costos fijos y variables de la empresa para el cálculo del punto de equilibrio.

Tabla Nro. 50

COSTOS FIJOS Y VARIABLES			
Detalle	Año 1	Detalle	Año 1
<i>COSTOS FIJOS</i>		<i>COSTOS VARIABLES</i>	
Sueldos	27.621,56	Costo de Ventas	1.371.275,27
Documentos de Exportación	4.200,00	Corpei	2.850,00
Materiales y Suministros de Oficina	2.025,24		
Arriendo Oficina	4.200,00		
Servicios Básicos	2.469,96		
Gastos Varios	10.656,00		
Dep. Equipo de Computación	552,00		
Dep Muebles y Enseres	186,50		
Dep. Equipos de Oficina	840,50		
Dep. Vehículo	2.718,00		
Amort. de Gastos Preoperativos	210,00		
Amort. de Gastos de Constitución	360,00		
Gastos Financieros	11.927,94		
Provisión Imprevistos	867,34		
TOTAL COSTOS FIJOS	68.835,03	TOTAL COSTOS	1.374.125,27

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

$$PE (\$) = \frac{68.835,03}{1 - \frac{1.374.125,27}{1.900.000,00}}$$

PE(\$) = 248.702,89

Punto de Equilibrio en Kilogramos

$$PE(Kg) = \frac{\text{Punto de Equilibrio en Dólares}}{\text{Precio Unitario de Venta}}$$

$$PE (Kg) = \frac{365.111,54}{8,5}$$

$$PE(Kg) = 26.179,25$$

4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA Y DECISIÓN DE INVERTIR

La evaluación financiera determinará si el proyecto es rentable y si es recomendable llevarlo a cabo, se utilizarán los métodos analíticos para evaluar proyectos que son los que consideran el valor del dinero en el tiempo y utilizan procedimientos de descuento con el objeto de homogenizar hacer comparables a las sumas de dinero percibidas n distintos momentos de tiempo.⁷⁹

4.3.1 Cálculo de la tasa pertinente de descuento de los flujos de caja

La tasa de descuento o costo promedio ponderado del capital (Kp), es la tasa mínima que se requiere para que un proyecto se pueda ejecutar sin perder valor en el mercado.

La fórmula para calcular el costo promedio ponderado del capital (Kp) es:⁸⁰

⁷⁹ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 224

⁸⁰ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 235

$$K_p = K_e \times W_e + K_d \times W_d$$

En donde:

K_p = Costo promedio ponderado del capital

K_e = Costo de los recursos propios, incluido el riesgo relacionada al proyecto.

K_d = Costo nominal de la deuda o tasa de interés pactada.

W_e = Participación relativa (%) de la deuda en el financiamiento del proyecto.

W_d = Participación relativa (%) de la los recursos propios en el financiamiento del proyecto.

Para el cálculo de Ke se ha tomado los siguientes datos:

Tabla Nro. 51

CÁLCULO DE KE	
COMPONENTES Ke	%
T – Bonos	4,13%
Prima Riesgo País	6,75%
Rentabilidad adicional proyecto	25,00%
Ke	35,88%

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

T- Bonos.- Es la rentabilidad de títulos sin riesgo de los Bonos del tesoro de los Estados Unidos al 14 de diciembre del 2010.⁸¹

Prima de Riesgo País.- Es la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados al 06 de diciembre del 2010.⁸²

⁸¹ U.S. Department Of The Treasury, RESOURCE CENTER, <http://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yieldYear&year=2010>, Descargado 15/12/2010

⁸² Centro De Estudios Latinoamericanos, EMBI, <http://www.cesla.com/>, Descargado 15/12/2010

Rentabilidad Adicional.- Es la rentabilidad que se exige al proyecto, en este caso se determino el 25% mediante una apreciación subjetiva y conociendo los riesgos de la actividad exportadora.⁸³

En el siguiente cuadro se detalla el cálculo de la tasa pertinente de descuento para el proyecto:

Tabla Nro. 52

TASA PERTINENTE DE DESCUENTO				
Detalle	Valor	Participación %	Costo Nominal %	Costo Ponderado
Capital Social	12.300,27	29,08%	37,52%	
Préstamo Bancario	30.000,00	70,92%	11,83%	
INVERSIÓN TOTAL	42.300,27	100%	Kp	30,05%

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

4.3.2 Índice de Cobertura de la Deuda

Es la relación entre la ganancia neta de producción y el servicio anual de la deuda. El coeficiente de cobertura de deuda se utiliza como un modo de evaluar una conveniencia de la renta de una propiedad para la aprobación de un préstamo, es decir, es la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones de pago de interés y capital de una deuda adquirida.⁸⁴

En la Tabla Nro. 53 se especifica la fórmula del IDC y el resultado expresa que efectivamente, la empresa tiene la capacidad de pago para cubrir la deuda adquirida.

⁸³ Entrevista Directa, Carlos León García, 18/11/2009

⁸⁴ HADEN, Jeff, EL DICCIONARIO COMPLETO DE TÉRMINOS DE BIENES RAÍCES EXPLICADOS EN FORMA SIMPLE, Atlantic Publishing Group, Inc, 2008, Pág. 149

Tabla Nro. 53

Indice de Cobertura de Deuda	
$ICD = \frac{FNC}{Deuda}$	
ICD AÑO 1 =	19,17
ICD AÑO 2 =	45,71
ICD AÑO 3 =	72,15

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

4.3.3 Cálculo e interpretación de los índices de evaluación

❖ Valor Actual Neto (VAN)

“Se define como la diferencia o resta entre el valor actual acumulado de los flujos de caja que estará en capacidad de liberar el proyecto para los inversionistas durante su duración, y el valor actual de la inversión total en el proyecto”.⁸⁵

La fórmula para el cálculo del VAN es:

$$VAN = \sum_{i=1}^n \frac{FNC_i}{(1 + K_p)^i} - Inversión$$

Los criterios de evaluación son:

Si $VAN > 0$, se acepta y se emprende el proyecto.

Si $VAN < 0$, se rechaza el proyecto porque no es viable.

Si $VAN = 0$, los inversionistas estarán indiferentes en emprender o no el proyecto.

⁸⁵ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 246

A continuación se detalla el cálculo del VAN para el proyecto.

Tabla Nro. 54

Valor Actual Neto (VAN)					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	270.928,41	316.575,67	315.401,54	302.500,86	295.794,30
Tasa de Descuento (Kp)	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%	30,05%
Flujos de Caja Descontados	208.326,75	187.179,61	143.395,43	105.752,01	79.513,76
Flujos de Caja Descontados y Acumulados	208.326,75	395.506,36	538.901,79	644.653,80	724.167,57
Inversión Total	42.300,27				
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	681.867,30				

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

El VAN para el proyecto es de USD 681.867,30 lo que significa que el proyecto es viable.

❖ Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual neto del proyecto sea cero, es decir, que el valor presente de los flujos de caja sea igual a la inversión total.”

La TIR mide la rentabilidad del proyecto como un porcentaje.⁸⁶

La fórmula para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno es:

$$\sum_{i=1}^n \frac{FNC_i}{(1 + TIR)^i} - Inversión = 0$$

Los criterios de evaluación son:

Si $TIR > Kp$, se acepta y se emprende el proyecto.

Si $TIR < Kp$, se rechaza el proyecto porque no es viable.

⁸⁶ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 248

Si TIR = 0, los inversionistas estarán indiferentes en emprender o no el proyecto.

A continuación se detalla el cálculo de la TIR para el proyecto.

Tabla Nro. 55

Tasa Interna de Retorno (TIR)						
DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL		270.928,41	316.575,67	315.401,54	302.500,86	295.794,30
Inversión Total	42.300,27					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	654%					

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

El porcentaje de la TIR es del 654%, por lo tanto, se acepta el proyecto ya que la TIR es mucho mayor al costo promedio ponderado del capital **K_p** (30%).

❖ Relación Beneficio / Costo (B / C)

“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.”⁸⁷

Este indicador mide el rendimiento de cada dólar (\$) invertido, en términos de valor actual.

La fórmula para el cálculo de la Relación Beneficio / Costo (B/C) es:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{FNC_i}{(1 + K_p)^i}}{Inversión}$$

⁸⁷ HORNGREN, Charles, CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA, Pearson, 2006, Pág. 10

Los criterios de evaluación son:

Si $R B/C > 1$, se acepta y se emprende el proyecto.

Si $R B/C < 1$, se rechaza el proyecto porque no es viable.

Si $R B/C = 1$, los inversionistas estarán indiferentes en emprender o no el proyecto.

A continuación se detalla el cálculo de la $R B/C$ para el proyecto.

Tabla Nro. 56

Relación Beneficio / Costo (B / C)						
DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL		270.928,41	316.575,67	315.401,54	302.500,86	295.794,30
Inversión Total	42.300,27					
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)	\$ 3,42					

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

La relación beneficio / costo es de 3,42, es decir, que por cada unidad monetaria invertida se tiene 2,42 dólares de utilidad. Por lo tanto, se acepta el proyecto.

❖ **Periodo Real de Recuperación (PRR)**

Es el tiempo en que la empresa recupera el capital invertido, en función de los flujos de caja actualizados que genera el proyecto durante su vida útil.⁸⁸

Para el presente proyecto el Periodo Real de Recuperación es inmediato, por lo tanto, se acepta.

⁸⁸ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, 2006, Pág. 252

4.3.4 Decisión de Inversión

Al concluir con el respectivo análisis financiero y luego de realizar los respectivos cálculos utilizando los índices de evaluación, la empresa ha decidido aceptar y emprender el proyecto.

4.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Hoy en día las condiciones en los mercados internacionales cambian constantemente, por lo tanto, toda empresa que desea emprender en un negocio nuevo debe medir de alguna manera el riesgo vinculado con la inversión.

Para saber si el proyecto es viable o no en condiciones adversas, se incrementó los costos de compra de camarón en 5% y disminución del 5% del precio internacional.

Los costos de camarón pueden aumentar en caso de elevada mortalidad en las piscinas de los proveedores, creación de nuevos impuestos, regulaciones impositivas por parte del gobierno y el uso de insumos innecesarios en la cría de crustáceo. La disminución en el precio internacional se puede dar por sobreoferta del producto.

A continuación se presentan las tablas con los cambios establecidos para el análisis de sensibilidad.

Tabla Nro. 57

PROYECCIÓN COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO (5% ADICIONAL)

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compra del Producto Kg	200.000	212.000	224.720	238.203	252.495
Costo Unitario	7,20	7,56	7,94	8,33	8,75
COSTO TOTAL	1.439.837,32	1.602.538,94	1.783.625,84	1.985.175,56	2.209.500,40

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Tabla Nro. 58

PROYECCIÓN DE INGRESO POR VENTAS (5% DISMINUCIÓN)

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda Anual Kg	200.000	201.400	213.484	226.293	239.871
Precio de Venta	9,03	9,13	9,24	9,35	9,46
INGRESO POR VENTAS	1.805.000,00	1.838.955,86	1.972.158,42	2.115.009,35	2.268.207,51

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Tabla Nro. 59

ESTADO DE RESULTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	1.805.000,00	1.838.955,86	1.972.158,42	2.115.009,35	2.268.207,51
Costo de Ventas	1.439.837,32	1.602.538,94	1.783.625,84	1.985.175,56	2.209.500,40
Utilidad Bruta en Ventas	365.162,68	236.416,92	188.532,58	129.833,79	58.707,11
Gastos de Administración y Ventas	60.832,59	65.350,92	74.918,81	80.304,25	92.175,38
Sueldos de Administración y Ventas	27.621,56	30.252,92	37.564,01	41.167,81	50.430,30
Costo de Exportación	6.907,50	7.252,43	7.766,82	8.317,69	8.907,65
Documentos de Exportación	4.200,00	4.494,00	4.808,58	5.145,18	5.505,34
Corpei	2.707,50	2.758,43	2.958,24	3.172,51	3.402,31
Materiales y Suministros de Oficina	2.025,24	2.167,01	2.318,70	2.481,01	2.654,68
Papelería	1.348,80	1.443,22	1.544,24	1.652,34	1.768,00
Materiales de Limpieza	676,44	723,79	774,46	828,67	886,67
Arriendo Oficina	4.200,00	4.494,00	4.808,58	5.145,18	5.505,34
Servicios Básicos	2.469,96	2.642,86	2.827,86	3.025,81	3.237,61
Gastos Varios	10.656,00	11.401,92	12.200,05	13.054,06	13.967,84
Mantenimiento Eq. y Maq.	720,00	770,40	824,33	882,03	943,77
Mantenimiento Vehículos	1.080,00	1.155,60	1.236,49	1.323,05	1.415,66
Gasolina	480,00	513,60	549,55	588,02	629,18
Planes Celulares	3.120,00	3.338,40	3.572,09	3.822,13	4.089,68
Servicios de Contador	2.640,00	2.824,80	3.022,54	3.234,11	3.460,50
Servicios de Guardianía	2.616,00	2.799,12	2.995,06	3.204,71	3.429,04
Depreciación Equipo de Computación	552,00	552,00	552,00	-	-
Depreciación Muebles y Enseres	186,50	186,50	186,50	186,50	186,50
Depreciación Maquinaria y Equipos	840,50	840,50	840,50	840,50	840,50
Depreciación Vehículo	2.718,00	2.718,00	2.718,00	2.718,00	2.718,00
Amortización de Gastos Preoperativos	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
Amortización de Gastos de Constitución	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Provisión Imprevistos	2.085,34	2.272,79	2.565,80	2.797,69	3.156,94
Utilidad Operativa	304.330,09	171.066,00	113.613,77	49.529,54	-33.468,26
Gastos Financieros	3.079,42	1.973,98	730,43		
Utilidad Antes de Participación Laboral	301.250,67	169.092,02	112.883,34	49.529,54	-33.468,26
15 % de Participación Laboral	45.187,60	25.363,80	16.932,50	7.429,43	
Utilidad antes de Impuestos a la Renta	256.063,07	143.728,22	95.950,84	42.100,11	-33.468,26
25 % de Impuesto a la Renta	64.015,77	35.932,05	23.987,71	10.525,03	
UTILIDAD NETA	192.047,30	107.796,16	71.963,13	31.575,08	-33.468,26

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

Tabla Nro. 60

FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD OPERATIVA		304.330,09	171.066,00	113.613,77	49.529,54	-33.468,26
Depreciaciones y Amortizaciones		16.224,94	16.224,94	16.224,94	3.745,00	3.745,00
Gastos Financieros		-3.079,42	-1.973,98	-730,43	0,00	0,00
Participación Laboral		-45.187,60	-25.363,80	-16.932,50	-7.429,43	0,00
Impuesto a la Renta		-64.015,77	-35.932,05	-23.987,71	-10.525,03	0,00
INVERSIONES		-42.288,39				
Muebles y Enseres	-4.824,00					
Maquinarias y Equipos	-11.034,64					
Vehículos	-13590					
Equipos de Computación	-4.260,98					
Imprevistos 2%	-674,19					
Gastos de Constitución	-1.800,00					
Gastos Pre operativos	-1.050,00					
Capital de Trabajo	-5.054,58					
Flujo de Caja Operativo Nominal	-42.288,39	165.983,85	124.021,10	88.188,07	35.320,08	-29.723,26
Valor Actual de los Flujos de Caja		-42.288,39	123.695,45	247.716,56	335.904,62	371.224,70
Flujos Acumulados de Caja	-42.288,39	123.695,45	247.716,56	335.904,62	371.224,70	341.501,44

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

4.4.1 Evaluación Financiera y Decisión de Invertir

En el siguiente cuadro se detalla el cálculo de la tasa pertinente de descuento para el proyecto con los cambios mencionados anteriormente.

Tabla Nro. 61

TASA PERTINENTE DE DESCUENTO				
Detalle	Valor	Participación %	Costo Nominal %	
Capital Social	12.288,39	29,06%	35,88%	
Préstamo Bancario	30.000,00	70,94%	11,83%	
INVERSIÓN TOTAL	42.288,39	100%	Kp	28,89%

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

4.4.2 Índice de Cobertura de la Deuda.-

Tabla Nro. 62

Índice de Cobertura de Deuda	
$ICD = \frac{FNC}{Deuda}$	
ICD AÑO 1 =	13,92
ICD AÑO 2 =	10,40
ICD AÑO 3 =	7,39

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

La empresa tiene la capacidad de pago para cubrir la deuda adquirida.

4.4.3 Cálculo e interpretación de los índices de evaluación

❖ Valor Actual Neto (VAN)

Tabla Nro. 63

Valor Actual Neto (VAN)					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	165.983,85	124.021,10	88.188,07	35.320,08	-29.723,26
Tasa de Descuento (Kp)	28,89%	28,89%	28,89%	28,89%	28,89%
Flujos de Caja Descontados	128.778,04	74.653,05	41.184,88	12.797,52	-8.355,58
Flujos de Caja Descontados y Acumulados	128.778,04	203.431,09	244.615,97	257.413,49	249.057,91
Inversión Total	42.288,39				
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	206.769,52				

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

El VAN con las variables de sensibilidad para el proyecto es de USD 206.769,52; lo que significa que el proyecto aun después de aplicar el correspondiente análisis es viable.

❖ **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Tabla Nro. 64

Tasa Interna de Retorno (TIR)						
DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL		165.983,85	124.021,10	88.188,07	35.320,08	-29.723,26
Inversión Total	42.288,39					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	366%					

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

El porcentaje de la TIR es del 366%, por lo tanto, se acepta el proyecto ya que la TIR es mayor al costo promedio ponderado del capital (**Kp**= 28,89%).

❖ **Relación Beneficio / Costo (B / C)**

A continuación se detalla el cálculo de la R B/C para el proyecto.

Tabla Nro. 65

Relación Beneficio / Costo (B / C)						
DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL		165.983,85	124.021,10	88.188,07	35.320,08	-29.723,26
Inversión Total	42.288,39					
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)	\$ 1,41					

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Directa

La relación beneficio / costo es de 1,41, es decir, que por cada unidad monetaria invertida se tiene 0,41 dólares de utilidad. Por lo tanto, se acepta el proyecto.

❖ **Periodo Real de Recuperación (PRR)**

Para el presente proyecto el Periodo Real de Recuperación es inmediato, por lo tanto, se acepta.

4.4.4 Decisión de Inversión

De acuerdo al análisis de sensibilidad que la empresa decidió realizar, se concluye que en condiciones adversas, se puede aceptar y emprender el proyecto.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

5.1 LA EMPRESA

"La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio".⁸⁹

La actividad comercial a la que la empresa va a dedicarse es la comercialización y exportación Litopenaeus Vannamei (Camarón Blanco del Pacífico) congelado, con caparazón y sin cabeza, de la talla 31-35 en bloques de 2 Kilogramos.

5.1.1 Nombre de la Empresa

“MACHALA’S SHRIMP FARMER TRADING COMPANY (MSTC)”

⁸⁹ www.promonegocios.net

En español el nombre de la empresa se traduce como “Camaronero de Machala Compañía Comercial”, se llamó de esta manera a la compañía puesto que son los camareros de la ciudad de Machala los que aportarán para el desarrollo de la misma, se escogió al idioma inglés porque nuestro producto se venderá en mercados donde éste idioma predomina por ser el más utilizado en los negocios y la abreviación en esos mercados es de fácil entendimiento y recordación.

5.1.2 Aspectos Jurídicos

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar....”⁹⁰

❖ Requisitos para la Constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada.⁹¹

Los requisitos que se deben cumplir para la creación de una compañía de responsabilidad limitada son:

⁹⁰ Ley de Compañías, Sección V, Art. 92

⁹¹ Instructivo Societario para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.

- **Nombre:** Se debe reservar el nombre de la empresa que tiene un plazo de 60 días ante la Superintendencia de Compañías. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil.
- **Solicitud de aprobación.-** Se debe presentar a la Superintendente de Compañías tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía y adjuntar la solicitud de aprobación del contrato constitutivo por parte de un abogado. Una vez aprobado, la Superintendencia de Compañías ordena la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción en el Registro Mercantil. (Art. 136 de la Ley de Compañías).
- **Cuenta de Integración de Capital.-** Se solicita la apertura de la cuenta especial de integración de capital en un banco local donde constan los nombres de los socios y sus aportes.
- **Número de Socios.** - La compañía se constituirá con dos socios mínimo y un máximo de quince.
- **Capital mínimo.-** El capital mínimo para la constitución de la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.
- **Afiliación.-** En caso de que la compañía vaya a desarrollar actividades acuícolas, es indispensable obtener su afiliación a la Cámara de Acuicultura, en conformidad con lo prescrito en el Art. 3 de la Ley de la Cámara Nacional de Acuicultura, publicada en el R.O. 251 de 11 de agosto de 2003.

❖ Escritura de Constitución⁹²

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
- El objeto social, debidamente concretado;
- La duración de la compañía;
- El domicilio de la compañía;
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirla; y,
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

⁹² Ley de Compañías, Sección V, Art. 137

❖ **Registro Mercantil**⁹³

Los requisitos establecidos para la Inscripción en el Registro Mercantil son:

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones.
- Certificado de afiliación a una de las Cámaras de la Producción del Cantón en donde se encuentra el domicilio de la compañía, según su objeto social (Debe constar el aumento de capital si trata de aquello. Si se trata de disolución o liquidación se debe presentar el certificado de desafiliación respectivo).
- Publicación del extracto (periódico).
- Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del (los) compareciente (s) (VIGENTE).

❖ **Obtención del RUC**⁹⁴

El Registro Único de Contribuyentes 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.

La información que consta en el RUC son: nombre de la empresa, dirección y ubicación de los establecimientos donde se realiza la actividad económica, la descripción de la actividad económica y las obligaciones tributarias.

⁹³ Instructivo Societario para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.

⁹⁴ www.sri.gov.ec

Los documentos que se debe presentar para la obtención del RUC son:

- Copia de cédula y certificado de votación del Representante Legal.
- Escritura de la Constitución de la Compañía
- Llenar los formularios correspondientes, RUC-01-A (Documento para la inscripción o actualización del RUC de una sociedad del sector público o privado.) y RUC-01-B. (Documento para la inscripción o actualización del RUC de los establecimientos de una sociedad del sector público o privado.

❖ **Permisos de Funcionamiento**

Certificado de Seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Machala⁹⁵

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el certificado de seguridad para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

Esta institución es la encargada de emitir los permisos correspondientes para locales, empresas, transporte u otras, para lo cual se deberá presentar la siguiente documentación:

- Copias de cédula y certificado de votación.
- Carta de autorización a favor de quien realice el trámite y copia de cédula y certificado de votación.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor.

⁹⁵ www.bomberosguayaquil.gov.ec

- Señalar dimensiones del establecimiento.

El certificado de Seguridad emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Machala tiene vigencia por un año, por lo tanto, se debe renovar este permiso todos los años.

Uso de Suelo⁹⁶

Este permiso es emitido por el Ilustre Municipio de Machala y se lo obtiene una sola vez, en el cual se aprueba la instalación de un determinado negocio, en un sector de la ciudad.

Los documentos que se deben presentar son:

- Pago de tasa de trámite.
- Presentación de formulario en el Departamento de Uso de Suelo.
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.

Patente Municipal⁹⁷

El impuesto de patentes municipales se lo solicita en el Ilustre Municipio de Machala y se emite a toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Machala, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Los requisitos para la obtención de la patente municipal son:

- Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- RUC actualizado.
- Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica.

⁹⁶www.machala.gov.ec

⁹⁷www.machala.gov.ec

- Copias de cédula y certificado de votación.
- Nombramiento del representante legal y copias de la escritura de constitución.

❖ **Obligaciones ante los organismos de control**

Toda empresa está obligada a cumplir obligaciones ante los organismos de control como son: Superintendencia de Compañías y Servicio de Rentas Interna.

Las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías deben cumplir con:

- Pagar el valor correspondiente al uno por mil de sus activos reales.
- Presentar los balances anuales.

Toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos ante el Servicio de Rentas Internas como son:

- Impuesto a la Renta
- Impuesto al Valor Agregado mensual
- Retención a la Fuente
- Impuesto a los Consumos Especiales
- Impuesto a los Vehículos Motorizado
- Impuesto a la Salida de Divisas

5.2 LEYES CONEXAS

5.2.1 Ley de Comercio Exterior e Inversiones

La ley de Comercio Exterior publicada en el Registro Oficial Nro. 12 de 9 de Junio de 1997.

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.⁹⁸

5.2.2 Ley Orgánica de Aduanas⁹⁹

Art. 1.- La presente ley regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase.

Art. 4.- La Aduana es un servicio público que tiene a su cargo principalmente la vigilancia y control de la entrada y salida de personas, mercancías y medios de transporte por las fronteras y zonas aduaneras de la República; la determinación y la recaudación de las obligaciones tributarias causadas por tales hechos; la resolución de los reclamos, recursos, peticiones y consultas de los interesados; y, la prevención, persecución y sanción de las infracciones aduaneras. Los servicios aduaneros comprenden el almacenamiento, verificación, valoración, aforo, liquidación, recaudación tributaria y el control y vigilancia de las mercaderías ingresadas al amparo de los regímenes aduaneros especiales.

Los servicios aduaneros podrán ser prestados por el sector privado, a través de cualquiera de las modalidades establecidas en la Ley de Modernización del Estado, Privatizaciones y Prestación de Servicios Públicos por parte de la Iniciativa Privada.

⁹⁸ Ley de Comercio Exterior e Inversiones, Título I, Art 1.

⁹⁹ Ley Orgánica de Aduanas, Título I, Capítulo I, Art. 1, Art. 4

5.3 ENTIDADES RELACIONADAS (ECUADOR)

5.3.1 Cámara Nacional de Acuicultura

“La Cámara Nacional de Acuicultura agrupa y representa a personas naturales, jurídicas y asociaciones que se dedican a la reproducción, cultivo, procesamiento y comercialización de especies acuáticas, así como a quienes desarrollan actividades conexas. Creada con el fin de lograr eficiencia y competitividad internacional a través de un buen servicio a sus afiliados, fomentando la Acuicultura dentro de un profundo respeto al medio ambiente, contribuyendo así al desarrollo y crecimiento del país.”¹⁰⁰

5.3.2 Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI)

“El COMEXI es un foro de concertación de políticas de comercio exterior e inversiones. 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.

El COMEXI establece estrategias para incentivar al sector productivo con el objetivo de lograr la apertura de mercados y alienta la modernización del Estado. La institución fue creada en el marco de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) y se busca la participación real del sector privado en su aplicación.”¹⁰¹

¹⁰⁰ www.cna-ec

¹⁰¹ www.comexi.gov.ec

5.3.3 Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI)

“La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, (CORPEI), nace a través de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI), publicada en el registro oficial (suplemento 82) del 9 de Junio de 1997, como institución privada sin fines de lucro, responsable de la promoción de la imagen, las exportaciones y las inversiones del Ecuador, dentro y fuera del país.

Una de las ventajas que tiene la CORPEI en su organización y funcionamiento, es la interacción efectiva y ágil entre el sector público y privado. Esta estructura única ha sido elogiada por países hermanos, pues representa un ejemplo de cómo los sectores productivos pueden contar con un organismo que comparte responsabilidades con los distintos ministerios e instituciones públicas y privadas.”¹⁰².

5.3.4 Federación Ecuatoriana de Exportadores

“Fue creada por Acuerdo Ministerial publicado el 29 de abril de 1976, como una entidad civil, privada, con finalidad social y pública, sin ánimo de lucro.

Sus miembros son personas naturales o jurídicas, dedicadas a la actividad de exportación, a la comercialización de bienes y/o servicios exportables o que potencialmente puedan hacerlo, así como aquellas que presten servicios conexos al comercio exterior.

¹⁰² www.corpei.org

Su misión es el impulso de la actividad exportadora de valor agregado, el liderazgo en el desarrollo competitivo y sustentable del sector exportador ecuatoriano.

FEDEXPOR desarrolla su actividad buscando la satisfacción de sus clientes (empresas productivas, de comercio y servicios ligadas al comercio internacional) en cuanto a representación gremial ante los órganos de decisión y la facilitación de herramienta en el ámbito del desarrollo competitivo del entorno empresarial y de sus procesos internos.

» 103

Para hacerlo, FEDEXPOR cuenta con 4 líneas de servicio:

- Representación Gremial
- Asesoría en Comercio Exterior
- Centro de Entrenamiento Gerencial
- Programa de Aseguramiento de Calidad y Productividad

5.3.5 Servicio de Rentas Internas

“El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. 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 SRI tiene a su cargo la ejecución de la política tributaria del país en lo que se refiere a los impuestos internos. Para ello cuenta con las siguientes facultades:

- Determinar, recaudar y controlar los tributos internos.

¹⁰³ www.fedexpor.com

- Difundir y capacitar al contribuyente respecto de sus obligaciones tributarias.
- Preparar estudios de reforma a la legislación tributaria
- Aplicar sanciones.”¹⁰⁴

5.3.6 Superintendencia de Compañías¹⁰⁵

La Superintendencia de Compañías es una entidad autónoma, además cuenta con mecanismos modernos y eficaces de control, supervisión y de apoyo al sector empresarial y de mercado de valores. Su misión es controlar y fortalecer la actividad societaria y propiciar su desarrollo.

5.4 ENTIDADES RELACIONADAS (ESTADOS UNIDOS)

5.4.1 FDA¹⁰⁶

La Administración de Alimentos y Fármacos (FDA Food and Drug Administration por sus siglas en inglés) es la agencia del gobierno de los Estados Unidos responsable de proteger la salud pública, garantizando la seguridad, eficacia y seguridad de los medicamentos humanos y veterinarios, productos biológicos, dispositivos médicos, el suministro de alimentos, cosméticos y productos que emiten radiación.

La FDA también es responsable para la promoción de la salud pública ayudando a velocidad de las innovaciones que hacen que los alimentos y los medicamentos más eficaces, más seguros y más asequibles, y ayudar al público, obtener la información

¹⁰⁴ www.sri.gov.ec

¹⁰⁵ www.supercias.gov.ec

¹⁰⁶ www.fda.gov

precisa, basada en la ciencia de información que necesitan para utilizar los medicamentos y los alimentos para mejorar su salud.

La FDA es un organismo dentro del Departamento de Salud y Servicios Humanos y consta de nueve centros y oficinas.

5.4.2 Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)¹⁰⁷

El Presidente Abraham Lincoln fundó el Departamento de Agricultura de Estados Unidos en el año de 1862.

- El USDA dirige campañas a nivel federal para acabar con el hambre por medio de los programas de Cupones para Alimentos, Almuerzos Escolares, y Desayunos Escolares.
- El USDA es la agencia de conservación más importante de EE.UU, promoviendo campañas de voluntarios para la protección del suelo, el agua y la vida silvestre en un 70 por ciento de las tierras estadounidenses que se encuentran en manos privadas.
- El USDA es líder en la investigación de temas que van desde la nutrición humana hasta las nuevas tecnologías de cosecha, las cuales facilitan el cultivo de alimentos y fibras con una menor cantidad de agua y pesticidas.
- El USDA ayuda a garantizar mercados abiertos para los productos agropecuarios de la nación y provee ayuda alimenticia a las personas necesitadas en otros países.

¹⁰⁷ www.usda.gov

5.5 DERECHOS ARANCELARIOS

Los Estados Unidos de América tienen una estructura de tasas simples y justas. Cerca del 70% de los productos importados a los Estados Unidos están libres de impuestos. Existen impuestos altos en el caso de ciertos productos textiles y otros bienes. Todos los impuestos en los Estados Unidos están basados en el valor FOB.

Los tipos de impuestos y aranceles que se aplican a las importaciones son:

- Arancel Para Proceso de Mercancías (MPF)
- Arancel Por Mantenimiento de Puerto para embarques vía Océano.
- Tarifa para materias primas para ternera, carne de cerdo, miel, algodón, patata, seta, sandía, mango e impuestos adicionales para ciertos productos de tabaco y bebidas alcohólicas.

Las importaciones de Estados Unidos de camarón congelado en todas sus formas están libres de arancel para el Ecuador.

5.5.1 Acuerdos Preferenciales

❖ Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de Drogas (ATPDEA)

Esta ley entró en vigencia en julio de 1992 en la Región Andina (Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia) y está vigente actualmente, el objetivo de esta ley es promover el desarrollo económico de los países ofreciendo un mayor acceso al mercado estadounidense.

Este programa fue originalmente creado con la intención de motivar alternativas que contrarresten la producción de droga en la Región Andina. Para que los productos sean beneficiados con este programa, el 35% de la producción final del producto debe darse en el país beneficiado.

❖ Sistema Generalizado de Preferencias (GSP)

El SGP es un programa de preferencias comerciales que tiene por objeto fomentar la diversificación de las economías. Este programa otorga un tratamiento arancelario preferencial a más de 5.000 productos provenientes de casi 150 países, que ingresan a los Estados Unidos exentos de aranceles y otros derechos aduaneros. El programa se creó en 1974 y actualmente está vigente.

Para que los productos sean beneficiados con este programa, el 35% de la producción final del producto debe darse en el país beneficiado.

5.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

La formación de un equipo de trabajo es una de las primeras tareas de la administración de una empresa. Los gerentes deben determinar la clase de equipo administrativo que necesitan para la ejecución de objetivos, así como, el de encontrar a las personas idóneas para ocupar cada puesto de trabajo.

La integración de un grupo ejecutivo empieza con el conocimiento de: antecedentes, experiencias, conocimientos, valores, creencias, estilos administrativos y personalidad, las cuales son habilidades necesarias para hacer las cosas bien y comprometerse con la empresa en la consecución de objetivos.

5.6.1 Estructura Organizacional

Para alcanzar con el objetivo deseado y cumplir con las metas, la MSTC, cuenta con la siguiente organización funcional, la misma que está representada en el siguiente organigrama en el que se incluyen todos los empleados hasta la finalización de la vida útil de este proyecto.



5.6.2 Descripción de Cargos y Funciones

❖ Directorio

El Directorio evalúa el rendimiento empresarial y establece las metas con el fin de tomar decisiones que serán aceptadas por todos los miembros que conforman la organización.

Las funciones del Directorio son:

- El Directorio de la compañía debe vigilar el cumplimiento de los parámetros establecidos en la constitución de la empresa.
- Diseñar políticas para la empresa.
- Nombrar al Gerente General
- Realizar alianzas estratégicas con los proveedores.
- Establecer objetivos corporativos.
- Aprobar el presupuesto de la empresa
- Aprobar el plan general de actividades
- Aportar con el capital necesario para el funcionamiento de la empresa
- Resolver el reparto de utilidades previa recomendación del Gerente General.
- Reformar los estatutos de la empresa si es necesario.

❖ **Gerente General**

El Gerente General debe administrar eficientemente la empresa, dirigir al personal a su cargo y cumplir con las actividades para alcanzar los objetivos, metas y políticas establecidas; determinar acciones y estrategias para mejorar el desempeño organizacional.

Las funciones del Gerente General son:

- Administrar y dirigir la empresa.
- Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Controlar que se cumpla las resoluciones de la junta directiva
- Organizar al personal de acuerdo con el organigrama determinado.
- Contratar y designar a los jefes de área.
- Firmar cheques por pago a proveedores y demás obligaciones de la empresa.

- Buscar nuevos clientes en el mercado exterior
- Aprobar nuevos clientes y calificar créditos
- Realizar alianzas estratégicas en los mercados internacionales.
- Contratar al personal que va a formar parte de la empresa.
- Establecer normas para la realización del trabajo.
- Mantener motivado al personal.
- Organizar cursos de capacitación para los accionistas y empleados.
- Brindar asesoramiento a los clientes.

❖ **Departamento de Operaciones**

El departamento financiero se encarga de administrar los recursos disponibles de la empresa, cumpliendo todos y cada uno de los parámetros legales para alcanzar las metas establecidas.

Las funciones del Departamento de Operaciones son:

- Recibir el producto en la planta procesadora
- Supervisar el correcto procesamiento del camarón en la planta empacadora.
- Velar por los intereses de la compañía y buscar el máximo rendimiento del producto que él supervisa.
- Controlar el almacenamiento del producto terminado de tal manera que este correctamente organizado en los cuartos de frío para evitar daños en el embalaje y el producto.
- Vigilar la carga desde su embarque en la planta procesadora hasta su desembarque y posterior embarque al buque de carga.

❖ Departamento de Ventas y Marketing

El departamento de Comercio Exterior es el encargado de realizar todos los trámites para que la mercadería solicitada por el importador llegue a su destino final.

Las funciones de este departamento son:

- Buscar alternativas para mejorar el precio de venta del producto.
- Cumplir con los requisitos establecidos por los organismos de control tanto nacional como internacional.
- Buscar nuevos puntos de venta.
- Promocionar el producto en el mercado seleccionado.
- Dar siempre el mejor trato a los importadores.

5.6.3 Requerimiento de Personal

Par el funcionamiento de la empresa comercializadora, el personal que se necesita se describe en el siguiente cuadro:

Tabla Nro. 66

REQUERIMIENTO DE PERSONAL		
Nro. Personas	Área	Cargo
1	Gerencia	Gerente General
1	Gerencia	Auxiliar
1	Ventas y Marketing	Jefe
2	Ventas y Marketing	Asistente
1	Operaciones	Jefe
1	Todas	Asistente Contable
1	Todas	Conserje

Elaborado por: Autor

Fuente: Investigación Propia

5.6.4 Descripción de Perfiles

❖ Gerente

El perfil que debe cumplir el Gerente se detalla a continuación:

Sexo: Indistinto

Título: Ing. Administración de Empresas, Ing. Comercial o carreras afín.

Experiencia: Mínima de 3 años en cargos similares.

Tiempo: Disponibilidad de tiempo completo.

Personalidad: Responsable, puntual, capacidad de comunicación, facilidad de palabra, capacidad de escuchar, dotes de mando, capacidad de liderazgo, perseverante, constante, proactivo, emprendedor, sociable, honesto, innovador y leal.

Otros: Conocimientos del idioma inglés, manejo de sistemas informáticos: Word, Excel, Internet, Correo Electrónico. Deseo de dirigir al grupo de trabajo. Conocimiento de leyes laborales y fiscales. Llevar a cabo la buena administración de los Recursos Humanos.

Residencia: Indistinto.

❖ Jefe de Ventas y Marketing

La empresa requiere integrar al equipo de trabajo un Director de Comercio Exterior que cumpla con los siguientes requisitos:

Sexo: Indistinto

Título: Ing. Comercio Exterior, Ing. Negocios Internacionales o carrera a fin.

Experiencia: Mínimo de 3 años en cargos similares.

Tiempo: Disponibilidad de tiempo completo.

Personalidad: Responsable, honesto, crítico, culto, proactivo, visión de negocios, estrategia, participativo, creativo, capaz de interpretar adecuadamente las

oportunidades, amenazas, comportamientos de los mercados internacionales, hábil negociador, capacidad de liderazgo, alto nivel cultural, capaz de competir en un mundo globalizado.

Otros: Dominio de idiomas extranjeros, manejo de sistemas informáticos: Word, Excel, Internet, Correo Electrónico. Conocer e interpretar la realidad de los escenarios económicos mundiales, poseer altos conocimientos de mercados globalizados, estar actualizado en todo lo acontece en materia integracionista. Además ser experto en desarrollo de estrategias logísticas en todo lo relacionado a la aduana. Conocer los requisitos para permisos sanitarios de productos para su importación o exportación, tener conocimiento del Arancel y de procedimientos administrativos de comercio exterior y finanzas internacionales.

Residencia: De preferencia que viva en el sector norte de la ciudad.

❖ **Auxiliar Contable**

La empresa requiere integrar al equipo de trabajo un Auxiliar Contable que cumpla con los siguientes requisitos:

Sexo: Femenino

Título: Estudios relacionados (Estudiante universitario)

Experiencia: Mínimo de 1 año en cargos similares.

Tiempo: Disponibilidad de tiempo completo.

Personalidad: Responsable, puntual, trabajar en equipo y bajo presión, proactivo, organizador, emprendedor, sociable, honesto, innovador y leal.

Otros: Conocimientos del idioma inglés, manejo de sistemas informáticos: Word, Excel, Internet, Correo Electrónico. Manejo de registros contables.

Residencia: De preferencia que viva en el sector norte de la ciudad.

❖ Auxiliar Gerencia

El perfil de la Auxiliar de Gerencia debe cumplir con los siguientes requisitos:

Sexo: Femenino

Escolaridad: Lic. Secretaria Ejecutiva

Experiencia: Mínima de 3 años en puestos similares.

Tiempo: Disponibilidad de tiempo completo.

Personalidad: Habilidad en el manejo de las relaciones humanas, buena presencia, emprendedora, organizada, eficiente, puntual, responsable, motivada, asertiva, autoestima alta, creativa, innovadora, servicial, identificada con la organización y sus compromisos, colaboradora, trabajar bajo presión y ser tolerante.

Otros: Conocimientos del idioma inglés, manejo de sistemas informáticos: Word, Excel, Internet, Correo Electrónico. Conocimientos de técnicas de secretariado gerencial, manejo de equipos de comunicación, redacción y ortografía, relaciones públicas. Manejo de agenda y correspondencia interna y externa, soporte en tareas administrativas. Organización de reuniones, viajes, archivos. Manejo de central telefónica, elaboración de reportes.

Residencia: De preferencia que viva en el sector norte de la ciudad.

❖ Conserje

El perfil del Conserje debe cumplir con los siguientes requisitos:

Sexo: Masculino

Título: Mínimo Bachiller

Experiencia: Mínimo de 2 años en cargos similares.

Tiempo: Disponibilidad de tiempo completo.

Personalidad: Responsable, puntual, trabajar en equipo y bajo presión, amable, honesto, trabajador y leal.

Otros: Conocimiento de la ciudad y contar con licencia vigente

Residencia: De preferencia que viva en el sector norte de la ciudad.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

❖ Estudio de Mercado

- La Machala's Shrimpfarmer Trading Company ofrecerá el servicio de intermediación o Outsourcing, comprará camarón a los productores de camarón de la Provincia de El Oro en la ciudad de Machala y lo posicionará en el exterior mediante un bróker internacional.
- El producto a exportar es el *Litopenaeus Vannamei* (Camarón Blanco del Pacífico) congelado, con caparazón y sin cabeza, de la talla 31-35 en bloques de 2 Kilogramos.
- El mercado meta seleccionado es el estado de California, esta región fue elegida mediante un exhaustivo estudio de mercado, este estado es el más poblado y el tercero con mayor expansión demográfica en los Estados Unidos, lo que la convierte en un mercado prometedor y con las mejores posibilidades de éxito para este proyecto.

- El bróker internacional al cual se le venderá el producto es Darden Restaurants, Inc, que a su vez proveerá a sus restaurantes en el estado de California. La carga se entregará en el Pto. Bolívar y el incoterm acordado fue el F.O.B.
- En Estados Unidos, las ventas de camarón se disparan durante las festividades o feriados como: San Valentín, Pascuas, 4 de Julio, Día de Acción de Gracias, Navidad y Año Nuevo. Con el comienzo de la primavera, las ventas de los restaurantes son mayores y hay preferencia una notable preferencia en el consumo de este crustáceo en las tallas de mayor valor U7, U8, U10, U11, U12 y 31-35.
- La Trading Company no tiene competencia directa, puesto que se va a encargar de un nicho especializado y no rivaliza con las empacadoras/exportadoras de la ciudad de Machala, por el contrario, el Outsourcing mediante la modalidad Copacking con una de las mayores exportadoras en la provincia de El Oro es necesaria para abaratar costos y crear relaciones confiables en l exterior.
- El precio de venta del producto final se fijó mediante una Carta de Intención de Compra con la compañía Darden Restaurants, Inc en USD. 9.50, valor que permite el funcionamiento de la Trading Company y representa ganancias para los accionistas

❖ **Estudio Técnico**

- La Trading Company estará ubicada en la Provincia de El Oro, en el Cantón Machala, Ciudadela Machala, Mz20 v18. Las instalaciones son adecuadas para el correcto funcionamiento de la MSTC S.A., cuenta con accesos viales en buen estado y correcta señalización para permitir el tránsito desde y hacia la compañía en el menor tiempo posible y con el mínimo coste para nuestros clientes, esta zona posee servicios públicos y el acceso a servicios privados como agencias bancarias, servicios de seguridad, servicios de Internet y televisión pagada.

- Las barreras para este producto en el mercado seleccionado son mínimas y no representan inconvenientes para la actividad comercializadora de la Trading Company, Estados Unidos aplica un arancel 0,00% al camarón congelado, las barreras arancelarias y requisitos de ingreso no son problema para la importación de camarón ecuatoriano ya que la FDA monitorea constantemente los procedimientos en las empacadoras nacionales y hay gran confianza y preferencia la ecuatoriana.
- Los socios de la Trading Company proveerán camarón de talla 31-35. La cantidad aproximada acordada es 36.750 libras mensuales en el primer año del proyecto a un costo de USD 2,66 por libra.
- La empacadora/exportadora Oceanexa S.A. procesará el producto entregado y se hará cargo del transporte desde el puerto de llegada del camarón en bruto hasta la planta, el proceso interno, el congelamiento, el embarque, el contenedor, el traslado hasta el puerto de embarque, seguridad por un costo de USD 0,45 por libra.

❖ **Estudio y Evaluación Financiera**

- El punto de equilibrio para el presente proyecto es 26.179,41 kilogramos o 57.715 libras anuales que representan USD. 248.702,89; estos datos representan aproximadamente un 15% del tamaño del proyecto, lo que indica que para que la empresa pierda dinero debe funcionar a un nivel bastante bajo al proyectado.
- El índice de cobertura de deuda muestra que por cada dólar de deuda contratada la Trading Company tiene un margen de ganancia de USD.19,17 en el primer año y en el segundo USD. 45,71; estos datos permiten verificar que la estructura financiera es la adecuada.
- El Valor Actual Neto del proyecto es de USD. 681.867,30.

- La Tasa Interna de Retorno es de 654%, bastante superior a 30% del costo promedio de capital ponderado.
- La relación costo/beneficio es de USD. 3,42.
- El dinero invertido en el proyecto se recupera inmediatamente.
- Después de realizar el Estudio y correspondiente Evaluación Financiera, se concluye que el presente proyecto es viable y bastante atractivo para los accionistas.
- Gracias al análisis de sensibilidad, en condiciones adversas, se puede observar que en el quinto año del proyecto hay pérdidas, la causa de esto es la diferencia en el crecimiento de la inflación estadounidense y la ecuatoriana, el precio de venta del producto crece a un 1,173% mientras el costo de compra progresa en un 3,39%.

❖ **Estudio Administrativo y Legal**

- La creación y puesta en funcionamiento de la Trading Company en la ciudad de Machala no representa mayores complicaciones, mediante el Copacking la empresa terciaria el procesamiento del producto y no son necesarios permisos especiales ni una gran estructura administrativa.

6.2. RECOMENDACIONES

- ❖ El Ecuador necesita una mayor inversión en investigación y desarrollo, con nuevos procesos y el perfeccionamiento de la acuicultura productos como el camarón se

- verían beneficiados en gran medida y se podría competir en iguales condiciones contra países altamente tecnificados como las naciones asiáticas.
- ❖ El valor de las exportaciones ecuatorianas incrementarían con el desarrollo de productos con valor agregado basados en el camarón.
 - ❖ El gobierno ecuatoriano debería apoyar en mayor medida a la industria camaronera, así se beneficiaría a más de 183.000 personas que son empleadas directamente en la industria camaronera.
 - ❖ El Ecuador debe buscar nuevos nichos de mercado y diversificar sus exportaciones a otros países del mundo como medida para contrarrestar el deterioro de la industria que resulta de concentrar sus envíos a un solo país con antecedentes de crisis económicas.
 - ❖ Se deben crear más exportadoras y trading companies en la Provincia de El Oro, esta región produce el 35% de camarón ecuatoriano y solo un 10% del producto procesado sale desde esta provincia hacia el exterior.
 - ❖ Los productores de la Provincia de El Oro necesitan capacitación y organización para generar una industria fuerte que los beneficie directamente a ellos y que disminuya el control de las exportadoras sobre el precio y demanda del camarón.
 - ❖ Promover la creación de proyectos como este en la Provincia de El Oro, basados en que una alianza estratégica, un correcto estudio de mercado y una buena estructura administrativa puede generar mayores ingresos que produciendo individualmente y vendiendo lo cosechado a una exportadora que no obra a favor del productor.
 - ❖ Para el presente proyecto es recomendable pactar un ajuste de precios anual con la compañía DARDEN y así evitar posibles pérdidas a futuro como las mostradas en el análisis de sensibilidad.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- ❖ ÁLVAREZ, J. y LIZANA, C.; *Dumping Y Competencia Desleal Internacional*, Editorial Jurídica de Chile, 1995.
- ❖ BESLEY, Scott y BRIGHAM, Eugene F.; *Fundamentos De Administración Financiera*, Editorial Mc Graw Hill, 2001.
- ❖ BRAVO, Mercedes; *Contabilidad General*.
- ❖ CHAIN, Sapag; *Preparación y Evaluación de Proyectos*, 2000.
- ❖ FERNANDEZ, J. Luis; *Contabilidad Financiera para Directivos*, ESIC Editorial, 2008, Pág. 81
- ❖ GAYLE, L; *Contabilidad y Administración de Costos*. Sexta Edición. Mc Graw-Hill. México, 1999.
- ❖ GRECO, O.; *Diccionario de Comercio Exterior*, Valletta Ediciones SRL, 2005.
- ❖ GUISADO, Manuel; *VIABILIDAD Económica de Explotaciones Acuícolas*, Editorial Netbiblo, 2007.
- ❖ HADEN, Jeff; *El Diccionario Completo de Términos de Bienes Raíces Explicados en forma simple*, Atlantic Publishing Group, Inc, 2008.
- ❖ HORNGREN, Charles; *Contabilidad Administrativa*, Pearson, 2006.
- ❖ LARROULET, C.; Mochón F. (1995): *Economía*. Mc Graw Hill. Madrid, Ecuador.
- ❖ LERMA, A.; *Comercio Internacional Guía De Estudio - Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial*, Editorial ECAFSA, 2000.
- ❖ MALHOTRA, Naresh, *Investigación De Mercados*, Editorial Pearson Educación, 2004.
- ❖ MOLLÁ, A.; *Comportamiento Del Consumidor*, Editorial UOC, 2006.
- ❖ MONGE, César; *La crisis económica mundial y su impacto en la industria camaronera*, Ecuacamarón, Vol. 9/No. 1, Julio 2009.
- ❖ OSORIO, Cristóbal; *Diccionario de Comercio Internacional*, Ecoe Ediciones, 2006.
- ❖ PARREÑO, Josefa; *Dirección Comercial: Los Instrumentos del Marketing*, Editorial Club Universitario, 2008.
- ❖ SAENZ, Rodrigo; *Manual de Gestión Financiera*, 2006.

- ❖ SANÍN, H.; Aspectos Financieros del Proyecto - Primera Parte.
- ❖ SIDE, Catherine; Food Product Development Based On Experience, Blackwell Publishing Company, 2002.
- ❖ WESTON, J.; Fundamentos de la Administración Financiera. Quinta Edición. Mc Graw-Hill. México, 1994.

ENTREVISTA DIRECTA

- ❖ Carlos León García
0700876436
Móvil: 2929241
carlosleon_g@hotmail.com
- ❖ Ignacio Jiménez
Móvil: 084233256
- ❖ Reinaldo Rogel Rivera
Móvil: 081535728
reyrori@hotmail.com

OTROS

- ❖ Aduana del Ecuador, Procedimientos Para Exportar Desde Ecuador.
- ❖ Banco Central del Ecuador.
- ❖ Banco de Machala.
- ❖ Centro de Comercio Internacional, Guía Sobre Envases Para Exportación De Camarones Congelados.
- ❖ Centro de Información e Inteligencia Comercial, Perfil de Camarón 2009.
- ❖ Diario El Universo, 26 de Octubre del 2006.
- ❖ Dirección De Estudios Económicos Societarios, Estudio del Sector Camaronero de la Provincia de El Oro.
- ❖ Federación Ecuatoriana de Exportadores, Ecuador, Trámites y Requisitos Para Exportación e Importación.
- ❖ Folleto de Camarón de Mar elaborado por Asearbapesca (Asociación Ecuatoriana de Armadores de Barcos Pesqueros-Camaroneros).
- ❖ Instructivo Societario para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.

- ❖ Ley de Comercio Exterior e Inversiones.
- ❖ Ley de Compañías.
- ❖ Ley Orgánica de Aduanas.
- ❖ National Marine Fisheries Service Office of Science and Technology.
- ❖ Proexport Colombia, Guía para exportar a Japón.
- ❖ Public Citizen, El acaparamiento de camarón: El alimento de mar importado favorito de Estados Unidos.
- ❖ Texas Aquaculture Association
- ❖ United Nations Commodity Trade Statistics Database
- ❖ USE Acuicultura y Pesca

EN LINEA

- ❖ CBI, Shrimps and Prawns in 2008, <http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/index.php>.
- ❖ Centro De Estudios Latinoamericanos, EMBI, <http://www.cesla.com/>.
- ❖ GLOBEFISH, <http://www.globefish.org/dynamisk>.
- ❖ <http://archivo.eluniverso.com/2006/10/25/0001/9/D5A628A4A0E14247BE07075ABAFBDA63.aspx>.
- ❖ <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx>.
- ❖ <http://www.bcv.org.ve/c1/abceconomico.asp>
- ❖ <http://www.commerce.com.ar/secciones/otros/cod.asp>.
- ❖ http://www.conquito.org.ec/expoinvquito/index.php?option=com_content&task
- ❖ <http://www.corpei.org/contenido.ks?contenidoId=1578>
- ❖ <http://www.ecuadorexporta.org/contenido.ks?contenidoId=230&contenidoId=230>.
- ❖ <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=6973>
- ❖ Productos de Pesquería y Mariscos en 2007, TFO Canadá, www.tfocanada.ca/docs.php.
- ❖ U.S. Department Of The Treasury, RESOURCE CENTER, <http://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yieldYear&year=2010>.
- ❖ U.S. Marine Shrimp Farming Program: Consortium Research Update FY2004. URL: <http://www.usmsfp.org/research.htm>.
- ❖ www.agr.gc.ca/pol/index_e.php?page=mar_sea-mer.
- ❖ www.bizlink.com/foodfiles/PDFs/dec2006/food_beyond_sea.pdf

- ❖ www.bomberosguayaquil.gov.ec
- ❖ www.businessdictionary.com
- ❖ www.cna-ec
- ❖ www.comexi.gov.ec
- ❖ www.corpei.org
- ❖ www.fda.gov
- ❖ www.fedexpor.com
- ❖ www.machala.gov.ec
- ❖ www.maersksealand.com
- ❖ www.promonegocios.net
- ❖ www.sri.gov.ec
- ❖ www.supercias.gov.ec
- ❖ www.tecnisea.com.ec
- ❖ www.theciafactbook.com
- ❖ www.transoceanica.com.ec
- ❖ www.usda.gov

ANEXOS

Anexo 1:

Anexo 1		PRODUCCIÓN DE CAMARONES						
AÑO	TONS	AÑO	TONS 000 (y)	x	xy	x ²	y ²	n=
2002	94.437,93	2002	94,44	-3	-283,31	9	8918,52	7
2003	94.891,52	2003	94,89	-2	-189,78	4	9004,40	a= 95,3707
2004	95.195,43	2004	95,20	-1	-95,20	1	9062,17	b= 0,2907
2005	95.405,60	2005	95,41	0	-	0	9102,23	
2006	95.457,83	2006	95,46	1	95,46	1	9112,20	
2007	95.646,14	2007	95,65	2	191,29	4	9148,18	
2008	96.560,19	2008	96,56	3	289,68	9	9323,87	
		667,59		-	8,14	28	63.671,57	
PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN DE CAMARONES								
y= a+bx								
y	x	TONS (000)						
2009	4	96,53						
2010	5	96,82						
2011	6	97,11						
2012	7	97,41						
2013	8	97,70						
2014	9	97,99						
2015	10	98,28						
2016	11	98,57						
2017	12	98,86						
2018	13	99,15						
2019	14	99,44						
								Coeficiente de Correlación= 0,94838844
								Producción (y)= 95,37 + 0,29x

Anexo 2:

Anexo 2		IMPORTACIÓN DE CAMARONES						
AÑO	TONS	AÑO	TONS 000 (y)	x	xy	x ²	y ²	n=
2002	331.290,00	2002	331,29	-3	-993,87	9	109753,06	7
2003	398.339,00	2003	398,40	-2	-796,80	4	158721,76	a= 397,7243
2004	395.747,00	2004	395,75	-1	-395,75	1	156615,69	b= 12,4867
2005	395.924,00	2005	395,92	0	-	0	156755,81	
2006	418.331,00	2006	418,33	1	418,33	1	175000,83	
2007	415.425,00	2007	415,43	2	830,85	4	172577,93	
2008	428.954,00	2008	428,95	3	1.286,86	9	184001,53	
		2.784,07		-	349,63	28	1.113.426,62	
PROYECCIÓN DE IMPORTACIÓN DE CAMARONES								
y= a+bx								
y	x	TONS (000)						
2009	4	447,67						
2010	5	460,16						
2011	6	472,64						
2012	7	485,13						
2013	8	497,62						
2014	9	510,10						
2015	10	522,59						
2016	11	535,08						
2017	12	547,56						
2018	13	560,05						
2019	14	572,54						
								Coeficiente de Correlación= 0,84361114
								Importación = 397,72 + 12,48x

Anexo 3:

Anexo 3		C.N.A. PER CÁPITA					n=	7
AÑO	LIBRAS (y)	x	xy	x ²	y ²	a=	4,1257	
2002	3,76	-3	-11,28	9	14,14	b=	0,0629	
2003	4	-2	-8,00	4	16,00			
2004	4,25	-1	-4,25	1	18,06			
2005	4,12	0	-	0	16,97			
2006	4,4	1	4,40	1	19,36			
2007	4,16	2	8,32	4	17,31			
2008	4,19	3	12,57	9	17,56			
	28,88	-	1,76	28	119,40			

PROYECCIÓN DE C.N.A. PER CÁPITA		
y= a+bx		
y	x	LIBRAS
2009	4	4,38
2010	5	4,44
2011	6	4,50
2012	7	4,57
2013	8	4,63
2014	9	4,69
2015	10	4,75
2016	11	4,82
2017	12	4,88
2018	13	4,94
2019	14	5,01

Coeficiente de Correlación= 0,67118885
C.N.A. Per Cápita = 4,13 + 0,06x

Anexo 4:

Anexo 4		OFERTA POTENCIAL DE LA MSTC PARA LA EXPORTACIÓN					n=	7
AÑO	TONELADAS (y)	x	xy	x ²	y ²	a=	29.286,56	
2002	14.747,73	-3	-44.243,18	9	217.495.402,13	b=	4.980,14	
2003	18.110,36	-2	-36.220,72	4	327.985.189,98			
2004	22.660,40	-1	-22.660,40	1	513.493.746,80			
2005	30.373,09	0	-	0	922.524.343,80			
2006	37.772,43	1	37.772,43	1	1.426.756.528,23			
2007	39.229,89	2	78.459,78	4	1.538.984.097,37			
2008	42.112,01	3	126.336,02	9	1.773.421.019,50			
	205.005,90	-	139.443,92	28	6.720.660.327,81			

OFERTA POTENCIAL DE LA MSTC		
y= a+bx		
y	x	TONELADAS
2009	4	49.207,12
2010	5	54.187,26
2011	6	59.167,40
2012	7	64.147,54
2013	8	69.127,68
2014	9	74.107,82
2015	10	79.087,96
2016	11	84.068,10
2017	12	89.048,24
2018	13	94.028,38
2019	14	99.008,52

Coeficiente de Correlación= 0,98432543
Oferta Potencial de la MSTC = 86,56 + 4,980x

Anexo 6:

EXPORTADORA DE OCEANO OCEANEXA C.A.

Machala, Jueves 19 de Noviembre del 2009

Sr. ROLANDO ROGEL QUIROLA

Presente

De nuestras consideraciones:

En respuesta a su atenta comunicación solicitándonos la cotización para un eventual contrato de alquiler de nuestra planta Procesadora y Empacadora de camarón por el lapso de un año calendario le informamos:

1. Que su pedido ha sido analizado por los ejecutivos de la empresa quienes estarían dispuestos a realizar esta transacción mediante un contrato debidamente legalizado ante las autoridades competentes.
2. La principal ventaja de nuestra planta es la ubicación equidistante a todos los centros de producción de camarón de la provincia tanto continental como insular lo cual abarata los costos de transporte de materia prima, disminuye el tiempo de traslado y permite su mejor conservación manteniendo la frescura y calidad del producto.
3. Contamos con la infraestructura idónea, equipos en buen estado de funcionamiento, equipos de oficina (computadoras, sistemas informáticos de control, telefonía, etc.), de procesos (dos furgones con capacidad de 8.000 libras cada uno, tinas de recepción, bandas transportadoras para el descabezado, clasificadora, bodegas de insumos, etc.) y de congelación (fábrica de hielo, silos de almacenamiento de hielo, bodegas de congelación, etc.) en buen estado.
4. Permisos de funcionamiento otorgados por Ministerio de Salud, Cuerpo de Bomberos, Instituto Nacional de Pesca, etc.
5. Pago al día de servicios básicos (energía eléctrica, agua potable, telefonía, Internet) e impuestos prediales, intendencia de compañías, patentes, etc.
6. Valor del Arrendamiento: 120.000 US dólares por un año, pagaderos en su totalidad por adelantado.

Otra forma de negociación (más conveniente para Ud.) sería el COPACKING, bajo las siguientes consideraciones:

1. Contamos con el personal debidamente capacitado y en cantidad suficiente para procesar cuarenta mil libras diarias de camarón que continuaría bajo nuestra responsabilidad en cuanto a las leyes laborales vigentes.

2. Tenemos nuestra propia marca, registro sanitario, experiencia en trámites de exportación, contactos con empresas navieras y clientes confiables en los principales mercados del mundo que los pondríamos a su entera disposición.
3. El valor de todo el proceso incluido el transporte desde la camaronera hasta la planta, el proceso interno, el congelamiento, el embarque, el contenedor, el traslado hasta el puerto de embarque, seguridad, etc. sería de 0,45 US dólares por libra de camarón procesado.

Le adjuntamos un modelo de contrato de COPACKING (que lo hemos suscrito con otras personas naturales y jurídicas) para su revisión y que le permitirá tomar la decisión más adecuada a sus intereses.

Atentamente;

Lcda. Bélgica Elena Saraguro
Gerente General

Anexo 7:

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

Conste por el presente instrumento, el Contrato de Arrendamiento que se celebra al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: INTERVINIENTES.- Celebran este contrato: por una parte el Ingeniera Comercial **VANESSA ALEXANDRA RIERA VAZQUEZ**, cedula de Ciudadanía número 0705201564, casada, ecuatoriana, hábil para contratar , a quien para los efectos del presente Contrato podrá denominarse **LA ARRENDADORA**; y, por otra parte el señor **ROLANDO RODRIGO ROGEL QUIROLA**, cedula de ciudadanía 0703967349, soltero, ecuatoriano, hábil para contratar , a quien para los efectos del presente se le denominará **EL ARRENDATARIO**.

SEGUNDA: ANTECEDENTES.- 1).- La señora **VANESSA A. RIERA VAZQUEZ**, es propietaria de una casa de hormigón armado, compuesta de planta baja y una planta alta, ubicada en la ciudadela Machala(IESS), en la ciudad de Machala, Provincia de El Oro. 2).- La casa en la planta baja tiene un local comercial, en el cual hay una puerta enrollable, un cuarto de servicios higiénicos, y las respectivas instalaciones eléctricas y telefónicas y se encuentra debidamente pintada.

TERCERA: ARRENDAMIENTO.- Con los antecedentes expuestos, **LA ARRENDADORA** da en arrendamiento a **EL ARRENDATARIO**, el local indicado en la cláusula precedente.

CUARTA: PLAZO.- El plazo de duración del presente Contrato, será de **UN AÑO**, contado a partir de la fecha de celebración del presente Contrato, pudiendo las partes renovarlo de mutuo acuerdo por un periodo de tiempo igual o en caso contrario se deberá avisar por escrito 60 días antes del vencimiento.

QUINTA: CANON DE ARRENDAMIENTO.- La pensión locativa o canon mensual de arrendamiento que las partes convienen expresamente, de acuerdo a la ubicación y características del inmueble que se arrienda por el presente Contrato es de **TRESCIENTOS CINCUENTA 00/100 DOLARES AMERICANOS (US. 350,00)**, pagaderos durante los primeros cinco días de inicio de cada mes, a partir de la fecha de suscripción del presente contrato.

Además El Arrendatario entregará la suma de **US. \$ 1.050,00 (MIL CINCUENTA 00/100 DOLARES AMERICANOS)** como pago anticipado por tres meses.

SEXTA: OBLIGACIONES DE EL ARRENDATARIO.- Sin perjuicio de lo establecido en la Ley de Inquilinato, EL ARRENDATARIO, se compromete a lo siguiente:

- a).- A pagar cumplida y puntualmente los arriendos.
- b).- A cuidar y mantener el inmueble arrendado y sus instalaciones en óptimas condiciones tal como lo recibe.
- c).- A pagar cumplidamente las planillas por consumo de luz eléctrica y agua potable. Copia de los recibos de pago deberán hacerse llegar al ARRENDADOR mensualmente.
- d).- ~~A vigilar y mantener constantemente el aseo en el inmueble arrendado y las zonas de uso común.~~

SEPTIMA: DESTINO DEL LOCAL ARRENDADO.- EL ARRENDATARIO, declara que el INMUEBLE arrendado lo utilizará para ejercicio de actividades comerciales lícitas. No pudiendo variar tal destino por ningún concepto.

OCTAVA: CAMBIOS O MEJORAS.- Cualquier arreglo o innovación que la arrendataria desee efectuar en el inmueble arrendado, deberá ser previamente autorizado por escrito de parte del ARRENDADOR, previa consulta y autorización de la Propietaria. En todo caso, los cambios o mejoras quedarán en beneficio del inmueble, sin derecho a reembolso, los cambios o mejoras efectuadas sin el consentimiento de la ARRENDADORA serán causas suficientes para la terminación del Contrato de arrendamiento, sin perjuicio de las demás causales previstas en la Ley de Inquilinato.

NOVENA: RENUNCIA O RECLAMO.- EL ARRENDATARIO declara expresamente que en forma voluntaria renuncia a cualesquiera reclamación o demanda judicial por concepto de devolución de pensiones locativas cobradas en exceso, según el avalúo catastral y el canon arrendaticio estipulado en éste Contrato, en razón de que los avalúos municipales no reflejan el valor real actualizado de los inmuebles. En todo caso el canon fijado en la cláusula quinta del presente Contrato está convenido y aceptado tomando en cuenta las características del INMUEBLE, la ubicación, la estética del mismo y las comodidades que brinda y por las que la inquilina acepta gustoso cubrir el canon de arrendamiento señalado.

DÉCIMA: JURISDICCIÓN Y TRÁMITE.- En el caso de controversia sobre el contenido y alcance de las cláusulas precedentes, las partes se someten a los jueces competentes de la ciudad de Machala, mediante el trámite verbal sumario.

DÉCIMA PRIMERA.-GARANTÍA.-En garantía del cumplimiento de las obligaciones del ARRENDATARIO, el señor **JULIO CESAR JARAMILLO SOLIS**, cedula de ciudadanía 0702707787, se constituye en deudor solidario para con la

Arrendadora, obligándose a responder por el pago de las pensiones locativas en caso de incumplimiento de su garantizado, así como por todos los valores que adeudare el Arrendatario, a la señora VANESSA A. RIERA V., en relación con el presente contrato.

DÉCIMA SEGUNDA: RATIFICACIÓN Y SUSCRIPCIÓN.- Leído que les fue de principio a fin, el presente Contrato a las partes, éstas se ratifican en todo su contenido y para constancia firman en unidad de acto, en la ciudad de Machala, 20 días de Diciembre del año Dos mil Diez, en tres ejemplares de igual contenido y valor.

LA ARRENDADORA

EL ARRENDATARIO



VANESSA A. RIERA VAZQUEZ
C.C. 0705201564

ROLANDO R. ROGEL QUIROLA
C.C. 0703967349



JULIO CESAR JARAMILLO SOLIS
C.C.0702707787
GARANTE

TLF. 2932418-2966891

Anexo 8:



26 November 2010

***Darden Restaurants, Inc
1000 Darden Center Drive
Orlando, FL 32837
Tel: 407-245-4000
PO Box 695011
Orlando, FL 32869-5011***

Dear Sir,

Machala's Shrimpfarmer Trading Company

We take this opportunity to declare our intention to purchase Frozen Shrimp from your organization in Machala, Ecuador. ***Darden Restaurants, Inc*** is a company duly organized and existing under the laws of The Republic of United States of America based on its Deed of Incorporation and Articles of Association dated 1995. The principal business address of the company is at 1000 Darden Center Drive, Orlando, FL 32837. Darden is the world's largest full-service restaurant company

In view of the above, we, (***Darden Restaurants, Inc***), hereby confirm with full responsibility that we are willing and able to enter into a contract for the purchase of the following commodity as specified below and that funding is available including any import/export permits needed to fulfill this purchase;

Product: ***31 / 35 Head Less Shell On Block Frozen White Shrimp***

Origin: ***Machala – Ecuador, El Oro***

Total Quantity: ***200MT per year***

Quantity per month: ***16 - 17 MT per month***

Destination Port: ***Port of Long Beach***

Incoterm: ***F.O.B.***

Size of Shipments: ***16 - 17MT***

Packing: ***Block, 2 kg carton container***

Payment Term: ***Letter of Credit***

We understand that this letter of intent is a starting point for further negotiations and operates as a framework under which the transaction can proceed.

We look forward to working with your organization on this important business proposal.

Thanking you, we wish to remain.

Sincerely,
Darden Restaurants, Inc

Barry Moullet Barry Moullet
Senior Vice President, Supply Chain

Anexo 9:



Sr. Rolando Rodrigo Rogel

Machala, a 4 de Enero del 2010

A continuación le detallamos los artículos que ponemos a su disposición los cuales están en exhibición en nuestro local comercial.

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
1	Base Telefónica	1	260,00	260,00
2	Cafetera	1	38,00	38,00
3	Caja de Seguridad	1	50,00	50,00
4	Cámara Digital	1	193,94	193,94
5	Central Telefonica	1	400,00	400,00
6	Dispensador de Agua	1	120,00	120,00
7	Parlantes	1	225,61	225,61
8	Fax	1	125,29	125,29
9	Horno Microondas	1	105,00	105,00
10	Refrigeradora Pequeña	1	255,00	255,00
11	Soporte para Televisión	1	30,00	30,00
12	Sumadora	5	20,16	100,80
13	Teléfono	7	41,00	287,00
14	Televisor	1	259,00	259,00
15	Lámparas	4	20,00	80,00
16	Extintores	2	20,00	40,00
17	Intercomunicadores	5	25,00	125,00
18	Archivadores	4	148,00	592,00
19	Counter Recepción	1	200,00	200,00
20	Escritorio	4	425,00	1.700,00
21	Mesa Cuadrada	1	100,00	100,00
22	Mesita Sala de Espera	1	136,00	136,00
23	Sillas	10	66,00	660,00
24	Sillas de Mesa Cuadrada	4	48,00	192,00
25	Sillas Giratorias	4	106,00	426,00
26	Sillas Sala de Espera	2	175,00	350,00
27	Sillón Gerencia	1	218,00	218,00
28	Sofa	1	240,00	240,00
			TOTAL	7.548,64

Atentamente,

Ing. Yina Freire V.

ROQUICAM C. LTDA.

RUC 0790151224001

TLF. 2962110

25 DE JUNIO Y 10 DE AGOSTO

MACHALA-ECUADOR

SEÑOR

ROLANDO ROGEL QUIROLA

CIUDAD.-

DE MIS CONSIDERACIONES:

TENEMOS EN AGRADO DE OFRECER A USTED LOS SIGUIENTES PRODUCTOS.

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
1	Balanza Plataforma	1	4600,00	4600,00
2	Gavetas Cónicas	500	3,50	1750,00
3	Gavetas Caladas	100	3,50	350,00
4	Balanza Gramera	1	1200,00	1200,00
5	Hieleras	2	30,00	60,00
6	Congelador	1	350,00	350,00
			TOTALES	8310,00

ATENTAMENTE,

LCDO. FRANCISCO GARCIA FERNANDEZ

GERENTE GENERAL

CHEVROLET AVEO ACTIVO HATCHBACK CINCO PUERTAS, MÁS ESPACIO, MÁS POTENCIA - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://www.chevrolet.com.ec/vehiculos/modelos-showroom/autos/aveo-activo-5-puertas/caracteristicas.html

Más visitados Comenzar a usar Firef... Últimas noticias

CHEVROLET AVEO ACTIVO HATCHBAC...

CHEVROLET Concesionarios Newsletter Contactase con Chevrolet 1800-243-876

Financiamiento Mundo Chevrolet Posventa Chevystar

Características Multimedia Colores Especificaciones Técnicas Garantía



Asistencia online

Tu vida activa te pide un Aveo

Vas de un lado al otro llevado por una agenda llena de eventos. Trabajo, estudio, deportes, amigos, familia. Necesitas un auto que pueda seguirte el ritmo y quien mejor lo hace es el Chevrolet Aveo @ctivo Hatchback 5 Puertas.

Aveo @ctivo Hatchback 5 puertas	
1.6	\$ 13.490
1.6 A/C	\$ 14.290



Compra Fácil

[Solicita más información](#)
[Descarga un catálogo](#)

VANNESA DISTRIBUCIONES

RUIZ PARDO GRELIA VANNESA
RUC 0703443267001
072932-868 / 084770951-091507128

Nro. 648
Fecha 04/01/2011
Página 1

PROFORMA

Propuesto a:

ROLANDO RODRIGO ROGEL QUIROLA
Tlf:
MACHALA
MACHALA
Código: 2026

Enviado a:

Tlf:
MACHALA
MACHALA
RUC: 0703967349

Enviar: Entrega Términos: Efectivo Vendedor: Referencia:

Código producto	Descripción del producto	Cantidad	Precio Unit. USD\$	Subtotal USD\$
1669	COMPUTADORA INTEL. Impuesto USD\$: 235.29 INCLUYE : MOUSE-TECLADO-PARLANTES Y CPU	4	490.18	2,196.01
1492	IMPRESORA HP 1660 Impuesto USD\$: 15.00	2	62.49	139.98
809	IMPRESORA WILRESS HP 4780 Impuesto USD\$: 41.68	1	347.33	389.01
4856	SERVIDOR HP ML-110 Impuesto USD\$: 53.57	1	446.43	500.00
1670	LICENCIA Y SOFTWARE Impuesto USD\$: 111.00	7	132.14	1,035.98
		15	Subtotal	4,260.98

Impuesto: 456.54

TOTAL USD\$ 4,260.98



Plan
Pymes VPN 201 a 250 ab

Tarifas y Servicios | Servicios de Valor Agregado



Alcatel OT 203
por \$35

Precio del equipo sujeto a condiciones del plan contratado. Aplica para cuentas nuevas a partir del 1 de Julio del 2009.

Tarifa mensual Plan	\$201 a \$250	Tarifa mensual Plan Incluido impuestos	\$225,12 a \$260
Minutos de PORTA a PORTA	Desde 2233 hasta 2777	Minutos a otras operadoras fijas	Desde 1340 hasta 1666
Precio minutos PORTA a PORTA	\$ 0,090	Precio final minutos PORTA a PORTA	\$ 0,101
Precio minutos a otras operadoras fijas	\$ 0,150	Precio final Minuto a Fijas	\$ 0,168
Número de líneas	min 5 a max 20	Larga distancia internacional	Corporativo 1
Llamada en espera	Incluye	Casillero voz	Incluye
Transferencia de llamadas	Incluye	Conferencia hasta 6 personas	Incluye
*333 asistencia inmediata	\$ 3,00	Factura detallada	\$ 2,00
Mensajes escritos incluidos Porta a Porta	20	Mensajes Multimedia incluidos	20
MB.	6	Precio Minuto a Movistar	\$ 0,220
Precio final Minuto a Movistar	\$ 0,246	Precio Minuto a Alegro	\$ 0,220
Precio Final Minuto a Alegro	\$ 0,246	Minutos de PORTA a Movistar	Desde 913 hasta 1136
Minutos de PORTA a Alegro	Desde 913 hasta 1136	Precio Min Dentro de Cuenta	\$ 0,04
Precio Final Min. Dentro de cuenta	\$ 0,045		



PROMOCIONES

Todo a través de un solo cable.

Triple Pack desde \$30,95*

La **Telefonía fija** más económica
 el **Internet** más rápido
 y el **TVCable** más emocionante.

* Los precios no incluyen impuestos. Aplican restricciones.

TriplePack

Todo a través de un solo cable

TVCable + Internet de banda ancha + Telefonía fija.

Contrata ya tu Triple pack y vive un mundo de beneficios:

- Contrata 2 servicios y ahorra el 10% todos los meses
- Contrata 3 servicios y ahorra el 15% todos los meses
- **Instalación gratis al tener los tres servicios**

PLAN SUPER PREMIUM

TVCable - Plan Súper Premium	103 canales	\$ 49,90
Telefonía Fija	1300 minutos	\$ 10,00
Internet de banda ancha	2500 kbps	\$ 99,90
Total		\$ 159,80
Descuento (15%)		\$ 23,97
Precio Triplepack		\$ 135,83*

* Los precios no incluyen impuestos. Aplican restricciones.

Para mayor información visite nuestras oficinas, llame al 600 4000 o [contáctenos por este medio](#).



SISTEMA DIGITAL - OFFSET - LASER

LOGOS - IMAGEN CORPORATIVA - AFICHES - FOLLETOS
REVISTAS - PERIODICOS - GIGANTOGRAFIAS - TARJETAS
PAPELERIA - COMPROBANTES DE VENTA Y RETENCIONES

GUAYAS e/. PICHINCHA Y ARIZAGA
Telf.: 2935881 - 2922-550 - frankiovan@gmail.com
MACHALA - EL ORO

R.U.C. 0703360594001

PROFORMA

0000286

DIA	MES	AÑO
04	01	2011

FORMA DE PAGO
50% ANTICIPADO ó CONVENIENCIA

SEÑORES: **ROLANDO RODRIGO ROGEL QUIROLA**

R.U.C./C.I.

TELEFONO:

DIRECCION: **Cdla. del Seguro**

LUGAR: **MACHALA**

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
1	Block de hojas de sugerencias (1 color)	1	12,00	12,00
2	Sobres oficio membretados	40	0,11	4,40
3	Hojas oficio membretadas	50	0,08	4,00
4	Block de requerimientos de servicio de 100 juegos c/u, 1 color, original y 2 copias en papel químico, numeradas.	2	20,00	40,00
5	Block de facturas de 100 juegos c/u, 1 color, original y dos copias en papel químico, numeradas.	2	20,00	40,00
6	Tarjetas de presentación	100	0,12	12,00
TOTALES				112,40

OBSERVACIONES: Estos precios son mas el IVA

RECIBI CONFORME

ENTREGUE CONFORME

[Handwritten signature]
Diseño Gráfico y Publicidad
GERENCIA