

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

Trabajo de fin de carrera titulado:
PROYECTO DE FACTIBILIDAD “CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA PARA LA
EXPORTACIÓN DE FILETES FRESCOS DE TILAPIA
HACIA EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS”

Realizado por:
VALERIA GISSELE PAVÓN VILLACRÉS

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

QUITO, JULIO DE 2009

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, Valeria Gissele Pavón Villacrés, 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.



.....

Valeria Gissele Pavón Villacrés

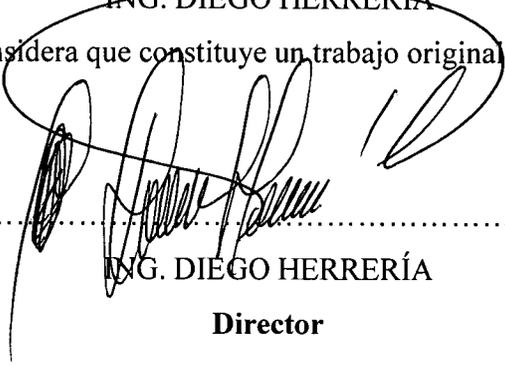
DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera titulado:
**PROYECTO DE FACTIBILIDAD “CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA PARA LA EXPORTACIÓN DE FILETES FRESCOS DE
TILAPIA HACIA EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS”.**

Realizado por el alumno
VALERIA GISSELE PAVÓN VILLACRÉS
como requisito para la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
ha sido dirigido por el profesor

ING. DIEGO HERRERIA

quien considera que constituye un trabajo original de su autor.



.....
ING. DIEGO HERRERÍA

Director

Los profesores informantes

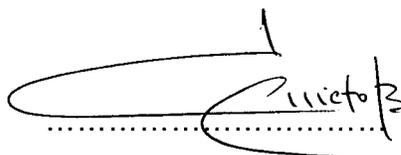
Ing. José Unda

Eco. Humberto Nieto

después de revisar el trabajo escrito presentado,
lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador



.....
Ing. José Unda



.....
Eco.Humberto Nieto

Quito, 15 de julio de 2009

DEDICATORIA

Al terminar una etapa más de mi vida y cumplir una de mis metas, quiero dedicar el presente trabajo a mis Padres y Hermanos, especialmente a mi madre Lic. Martha Cecilia Villacrés, quien con su amor y gracias a su apoyo incondicional pude concluir mi carrera.

Valeria Pavón

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios por darme la sabiduría y paciencia que necesito a diario.

A mis Padres por su apoyo y confianza cada instante de mi vida.

A mis maestros; y puedo decir que tuve los mejores toda mi carrera universitaria, muchas gracias a todos.

A mi director de tesis Ing. Diego Herrería por su amistad, confianza y apoyo durante todo este tiempo.

A mis compañeros y compañeras de clases, con quienes compartí durante 5 años grandes momentos.

Y a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente en la elaboración de este trabajo.

Gracias

RESUMEN EJECUTIVO

El Ecuador es uno de los principales productores y exportadores de tilapia, ya que posee condiciones ambientales adecuadas para que la cosecha de tilapia pueda darse durante todo el año. La introducción del cultivo de tilapia en el Ecuador fue en el año de 1992.

La tilapia posee un alto valor nutricional, lo cual es recomendable en la alimentación diaria de todas las edades. Es un producto que se comercializa sin espinas, posee un sabor suave y una textura firme, por lo que; se lo considera un pescado apreciado y apetecido por los consumidores.

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 de la tilapia. El mercado meta del proyecto es la ciudad de Miami. 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 empresa comercializadora de filetes de tilapia fresca va a tener sus instalaciones administrativas en la ciudadela Kennedy ya que cuenta con vías de acceso de primer orden y dispone de los

servicios básicos necesarios. EXPORTILAPIA CIA.LTDA es la encargada de negociar con los proveedores y compradores del producto ofrecido. Además, de cumplir con los estándares establecidos por las organizaciones internacionales para que la tilapia pueda ser exportada.

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 empresa para no perder ni ganar. El punto de equilibrio en el presente proyecto es de USD. 171.473,78, es decir, la empresa debe vender la cantidad de 46.596,14 libras de filetes de tilapia fresca.

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. 28.814,00; USD 16.814,00 son recursos propios y la diferencia de USD. 12.000,00 se adquirió mediante un préstamo bancario. 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 el primer aspecto se describe la estructura organizacional de la empresa y el requerimiento del personal. 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 filetes de tilapia fresca.

ABSTRACT

Ecuador is one of the major producers and exporters of tilapia, as has environmental conditions suitable for the harvest of tilapia can occur throughout the year. The introduction of tilapia culture in Ecuador was in 1992.

Tilapia has a high nutritional value, which is recommended in the daily diet of all ages. It is a product that is sold without thorns, has a mild taste and firm texture, so it is what a fish feels valued and desired by consumers.

The completion of this project is the following chapters, which are described below:

The first chapter describes the theoretical framework used in this research are the concepts of investment projects and long-term stages, the importance of international business in a competitive world and the barriers to international trade.

The second chapter concerns the Market Study, which examines the origins, characteristics, uses and benefits of tilapia. The project's target market is the city of Miami. Ecuador's exports in recent years show a significant increase; this is because American consumers have changed their dietary preferences towards healthy foods with high nutritional value.

The third chapter includes the technical study, which states that the marketing company of fresh tilapia fillets will have its administrative facilities in the city since Kennedy has paths of the first order and has the necessary basic services. EXPORTILAPIA CIA.LTDA is responsible for negotiating with suppliers and buyers of the product offered. In addition, to comply with the standards set by international organizations to tilapia can be exported.

The fourth chapter discusses the Financial Situation and Evaluation of the project including:

The balance is used to determine the level of activity that requires the company to avoid losing or winning. The balance in this project is USD. 171473.78, the company should sell the amount of 46,596.14 pounds fresh tilapia fillets.

Using the debt coverage ratio is determined which is the availability of payment that the company has contracted to cover the liabilities.

The investment required to implement the project is USD. 28.814.00; resources are USD 16.814,00 and the difference of USD. 12.000,00 was purchased through a bank loan. According to the financial evaluation of the project is viable and the decision to partner is to engage in export business.

In the sensitivity analysis to measure the risk to investment, which is known whether or not to accept the project under adverse conditions, such as an increase in the cost of the product and / or a fall in international prices.

The fifth chapter refers to the Legal and Administrative Studies, the first aspect describes the organizational structure of the company and the requirement of staff. In analyzing the legal and governmental laws governing in the countries of Ecuador and the United States for export of fresh tilapia fillets.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO.....	1
1.1 CONCEPTO DE PROYECTO DE INVERSIÓN A LARGO PLAZO	1
1.1.1 Ciclo de Vida del Proyecto.....	1
1.1.2 Contenido del Estudio de Factibilidad	2
1.1.2.1 Estudio de Mercado	3
1.1.2.2 Estudio Técnico	3
1.1.2.3 Estudio Administrativo y Legal.....	4
1.1.2.4 Estudio Financiero y Evaluación.....	4
1.2 COMERCIO INTERNACIONAL	5
1.2.1 Exportaciones	6
1.2.2 Importaciones	7
1.2.3 Barreras al Comercio	7
1.2.3.1 Barreras Comerciales.....	8
1.2.3.2 Barreras Políticas.....	9
1.2.3.3 Barreras Económicas	9

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO	10
2.1 ORIGEN, DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO, SUS CARACTERISTICAS Y USOS.....	10
2.1.1 Origen.....	10
2.1.2 Identificación Taxonómica.....	12
2.1.3 Biología de la Tilapia	13
2.1.3.1 Morfología Externa	13
2.1.3.2 Morfología Interna.....	14
2.1.4 Valor Nutritivo	16
2.1.5 Beneficios para la Salud	17
2.1.6 Características.....	18
2.2 ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	19
2.2.1 Consumo en Estados Unidos	19
2.3 ESTUDIO Y DEFINICIÓN DE LA DEMANDA PARA EL PROYECTO.	20
2.3.1 Estados Unidos	20
2.3.2 Mercado Meta.....	22
2.3.3 Producción y Exportaciones de Filetes de Tilapia Fresca de los Estados Unidos	24

2.3.4	Importaciones de Filetes de Tilapia Fresca de los Estados Unidos.....	29
2.3.5	Consumo Nacional Aparente.....	32
2.3.6	Proyección de la Demanda.....	36
2.3.7	Consumo Potencial.....	38
2.4	ESTUDIO DE LA OFERTA.....	39
2.4.1	Producción Nacional.....	39
2.4.1.1	Partida Arancelaria.....	39
2.4.1.2	Exportaciones Ecuatorianas.....	40
2.4.2	Estudio de la oferta que representa competencia directa.....	43
2.4.2.1	Competencia Mundial.....	43
2.4.2.2	Competencia Directa para el Ecuador.....	45
2.5	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	47
2.6	PRECIOS.....	49
2.6.1	Análisis de Precios.....	49
2.6.2	Precios a nivel Productor, Mayorista y Detallista.....	50
2.7	OFERTA DEL PROYECTO.....	51

CAPITULO III

3. ESTUDIO TECNICO 52

3.1	LOCALIZACIÓN OPTIMA DEL PROYECTO.....	52
3.1.1	Macrolocalización.....	52
3.1.2	Microlocalización.....	53
3.1.2	Matriz de Factores de Microlocalización.....	54
3.2	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	56
3.2.1	Diseño y distribución.....	56
3.2.2	Opciones de compra o arrendamiento.....	57
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	58
3.3.1	Obligaciones para exportar filetes de tilapia fresca.....	58
3.3.2	Control de Calidad en la obtención de filetes de tilapia fresca.....	60
3.3.2.1	Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.....	60
3.3.2.2	Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control en la producción y procesamiento de productos pesqueros.....	61
3.3.3	Proceso Productivo.....	64
3.3.3.1	Recepción de la Materia Prima.....	64
3.3.3.2	Línea de Proceso.....	65
3.3.3.3	Descamado.....	66
3.3.3.4	Fileteo.....	66
3.3.3.5	Maquillado.....	67
3.3.3.6	Enfriado.....	67
3.3.3.7	Empaque.....	69
3.3.3.8	Almacenamiento.....	70
3.3.3.9	Sección Carga.....	70
3.3.3.10	Transporte.....	70
3.3.3.11	Sección de Desechos.....	71
3.4	COMERCIALIZACIÓN DE LOS FILETES DE TILAPIA FRESCA.....	73

3.4.1	Proveedores	73
3.4.2	Compradores.....	75
3.4.3	Incoterms	75
3.4.5	Logística Internacional	77
3.4.5.1	Entrega del Producto en el Ecuador	77
3.4.5.2	Transporte Interno en el País de Origen	78
3.4.5.3	Transporte Internacional.....	78
3.4.5.4	Entrega del Producto en los Estados Unidos	79
3.5	PROCESO DE EXPORTACION	79
3.5.1	Trámites y Requisitos de Exportación.....	79
3.5.2	Procedimiento para Exportar en la Aduana.....	82
3.5.3	Corpei	84
3.5.4	Requisitos de Ingreso a los Estados Unidos	85
3.5.5	Forma de Pago.....	88

CAPITULO IV

4. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO 89

4.1	ESTUDIO FINANCIERO	89
4.1.1	Inversiones.....	89
4.1.1.1	Inversiones de Activos Fijos.....	90
4.1.1.2	Inversión de Activos Diferidos.....	92
4.1.1.3	Inversiones de Capital de Trabajo	94
4.1.2	Inversión Total.....	95
4.1.3	Presupuesto de Ingresos y Gastos.....	95
4.1.3.1	Presupuesto de ingresos operativos	95
4.1.3.2	Presupuesto de ingresos no operativos	97
4.1.3.3	Presupuesto de costos y gastos operativos	97
4.1.3.3.1	Costo del Producto	97
4.1.3.3.2	Gastos de Administración y Ventas	98
4.1.3.3.3	Gastos de Exportación.....	102
4.1.3.3.4	Depreciaciones.....	104
4.1.3.3.5	Amortizaciones.....	105
4.1.3.3.6	Provisiones	106
4.1.3.4	Gastos no operativos o financieros.....	107
4.1.4	Estructura de Financiamiento	109
4.1.5	Estado de resultados	109
4.1.6	Flujos de caja del proyecto	111
4.2	PUNTO DE EQUILIBRIO	112
4.3	EVALUACION FINANCIERA Y DECISION DE INVERSION	114
4.3.1	Cálculo de la tasa pertinente de descuento de los flujos de caja	114
4.3.2	Flujos de Caja Operativos	116
4.3.3	Cálculo e interpretación de los índices de evaluación.....	117
4.3.3.1	Valor Actual Neto (VAN)	117
4.3.3.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	118
4.3.3.4	Relación Beneficio / Costo (B / C).....	120

4.3.3.5	Período Real de Recuperación de la Inversión (PRR).....	121
4.3.4	Decisión de inversión:	121
4.4	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	121
4.4.1	Flujos de Caja Operativos	123
4.4.2	Evaluación Financiera y Decisión de Invertir	122
4.4.3	Cálculo e interpretación de los índices de evaluación.....	124
4.4.3.1	Valor Actual Neto (VAN)	124
4.4.3.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	125
4.4.3.4	Relación Beneficio / Costo (B / C).....	125
4.4.3.5	Período Real de Recuperación de la Inversión (PRR).....	126
4.4.4	Decisión de inversión:	126

CAPITULO V

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL..... 127

5.1	LA EMPRESA.....	127
5.1.1	Nombre de la Empresa	127
5.1.2	Aspectos Jurídicos	128
5.1.2.1	Requisitos para la Constitución de una Compañía de Respon- sabilidad Limitada	128
5.1.2.2	Escritura de Constitución	129
5.1.2.3	Registro Mercantil	131
5.1.2.4	Obtención del Ruc	131
5.1.2.5	Permisos de Funcionamiento.....	132
5.1.2.5.1	Certificado de Seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil	132
5.1.2.5.2	Uso del Suelo.....	133
5.1.2.5.3	Patente Municipal	134
5.1.2.6	Obligaciones ante los Organismos de Control	134
5.2	LEYES CONEXAS	135
5.2.1	Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero	135
5.2.2	Ley de Comercio Exterior e Inversiones	136
5.2.3	Ley Orgánica de Aduanas.....	137
5.3	ENTIDADES RELACIONADAS (ECUADOR).....	137
5.3.1	Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero	137
5.3.2	Cámara Nacional de Acuacultura	139
5.3.3	Cámara Nacional de Pesquería	139
5.3.4	Instituto Nacional de Pesca.....	140
5.3.5	Subsecretaría de Recursos Pesqueros.....	141
5.3.6	Asociación de Exportadores de Pesca Blanca	141
5.3.7	Consejo de Comercio Exterior e Inversiones	142
5.3.8	Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones	142
5.3.9	Federación Ecuatoriana de Exportadores	143
5.3.10	Servicio de Rentas Internas	144
5.3.11	Supeintendencia de Compañías	144
5.4	ENTIDADES RELACIONADAS (ESTADOS UNIDOS)	145

5.4.1	FDA	145
5.4.2	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos	145
5.5	DERECHOS ARANCELARIOS	146
5.5.1	Acuerdos Preferenciales	147
5.5.1.1	ATPDEA	147
5.5.1.2	Sistema Generalizado de Preferencias	147
5.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	148
5.6.1	Estructura organizacional	148
5.6.2	Descripción de cargos	149
5.6.2.1	Directorio	149
5.6.2.2	Gerente General	150
5.6.2.3	Departamento Financiero	151
5.6.2.4	Departamento Comercio Exterior	151
5.6.3	Requerimientos de Personal	152
5.6.4	Descripción de perfiles	153

CAPITULO VI

6.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 157

6.1	CONCLUSIONES.....	157
6.2	RECOMENDACIONES	160

BIBLIOGRAFÍA 161

ANEXOS 164

Anexo 1:	Proyección de la Producción de Estados Unidos de Filetes de Tilapia	165
Anexo 2:	Proyección de las Importaciones de Estados Unidos de Filetes de Tilapia	166
Anexo 3:	Proyección del Consumo Per Cápita de Estados Unidos.....	167
Anexo 4:	Proyección de las Exportaciones de Ecuador de Filetes de Tilapia.....	168
Anexo 5:	Plano de las instalaciones de la Empresa.....	169
Anexo 6:	Proforma de Arriendo de Oficina	170
Anexo 7:	Carta de Presentación "Tropical Aquaculture Products Inc"	171
Anexo 8:	Proforma de Equipos de Computación	172
	Proforma de Equipos de Oficina	173
	Proforma de Muebles y Enseres	175
Anexo 9:	Cotización de Filetes de Tilapia Fresca	176
Anexo 10:	Proforma de Transporte Interno y Transporte Internacional	177
Anexo 11:	Finaciamiento Banco Internacional	178
Anexo 12:	Minuta de Costitución de la Compañía Limitada	179

INDICE DE CUADROS

Cuadro Nro.1: Información Nutricional	17
Cuadro Nro.2: Importaciones de Estados Unidos de Tilapia según sus presentaciones	23
Cuadro Nro.3: Producción de Estados Unidos de Filetes de Tilapia Fresca	26
Cuadro Nro.4: Proyección de la Producción de EE.UU de Filetes de Tilapia Fresca.....	27
Cuadro Nro.5: Exportaciones de Estados Unidos de Filetes de Tilapia Fresca	28
Cuadro Nro.6: Importaciones de Estados Unidos de Filetes de Tilapia Fresca	30
Cuadro Nro.7: Proyección de las Importaciones de EE.UU de Filetes de Tilapia Fresca. .	31
Cuadro Nro.8: Consumo Aparente de los Estados Unidos.....	33
Cuadro Nro.9: Proyección del Consumo Aparente y Consumo Per Cápita de EE.UU.....	34
Cuadro Nro.10: Proyección del Consumo Aparente en la ciudad de Miami.	35
Cuadro Nro.11: Consumo Per Cápita de Estados Unidos.	35
Cuadro Nro.12: Proyección del Consumo Per Cápita de Estados Unidos	37
Cuadro Nro.13: Proyección del Consumo Potencial en la ciudad de Miami	38
Cuadro Nro.14: Exportaciones del Ecuador de Filetes de Tilapia Fresca a los EE.UU.....	40
Cuadro Nro.15: Proyección de las Exportaciones de Ecuador de Filetes de Tilapia	42
Cuadro Nro.16: Exportaciones de China de Tilapia según sus presentaciones.....	44
Cuadro Nro.17: Exportaciones de China de Tilapia según país de destino.....	45
Cuadro Nro.18: Importaciones de EE.UU de Filetes de Tilapia Fresca por país de origen	46
Cuadro Nro.19: Demanda Insatisfecha de Filetes de Tilapia Fresca em Miami	48
Cuadro Nro.20: Precio Promedio de Tilapia Exportada a EE.UU	49
Cuadro Nro.21: Precios a Nivel Productor, Mayorista y Detallista	50
Cuadro Nro.22: Participación del Proyecto de Filetes de Tilapia Fresca en Miami	51
Cuadro Nro.23: Matriz Ponderada de los Factores de Localización	55
Cuadro Nro.24: Peligros y Puntos Críticos de Control en la Producción y Procesamiento de Filetes sin hueso, frescos y congelados	62-63
Cuadro Nro.25: Empresas Proveedoras y su Producción de Filetes de Tilapia Fresca	74
Cuadro Nro.26: Equipos de Computación.....	90
Cuadro Nro.27: Equipos de Oficina	91
Cuadro Nro.28: Muebles y Enseres.....	91
Cuadro Nro.29: Resumen de Inversión de Activos Fijos.....	92
Cuadro Nro.30: Gastos de Constitución.....	93
Cuadro Nro.31: Gastos Preoperativos	93
Cuadro Nro.32: Resumen de Inversión de Activos Diferidos.....	93

Cuadro Nro.33: Capital de Trabajo	94
Cuadro Nro.34: Inversión Total del Proyecto	95
Cuadro Nro.35: Proyección de Ingreso por Ventas	96
Cuadro Nro.36: Proyección Costo Unitario del Producto	98
Cuadro Nro.37: Sueldos Administrativos y Prestaciones.....	99
Cuadro Nro.38: Proyección de Sueldos Administrativos y Prestaciones.....	99
Cuadro Nro.39: Arriendo de Oficina.....	100
Cuadro Nro.40: Servicios Básicos.....	101
Cuadro Nro.41: Materiales y Suministros de Oficina	101
Cuadro Nro.42: Transporte Interno en el País de Origen.....	102
Cuadro Nro.43: Transporte Internacional.....	103
Cuadro Nro.44: Documentos de Exportación	103
Cuadro Nro.45: Pago Corpei	104
Cuadro Nro.46: Depreciación de Activos Fijos	105
Cuadro Nro.47: Amortización de Activos Diferidos.....	106
Cuadro Nro.48: Provisiones para Imprevistos.....	106
Cuadro Nro.49: Tabla de Amortización	108
Cuadro Nro.50: Estructura de Financiamiento del Proyecto.....	109
Cuadro Nro.51: Estado de Resultados Proyectado.....	110
Cuadro Nro.52: Flujo de Caja	111
Cuadro Nro.53: Costos Fijos y Variables.....	112
Cuadro Nro.54: Cálculo Ke.....	115
Cuadro Nro.55: Cálculo de la Tasa Pertinente de Descuento	115
Cuadro Nro.56: Flujos de Caja Operativos Nominales.....	116
Cuadro Nro.57: Cálculo del VAN	118
Cuadro Nro.58: Cálculo de la TIR	119
Cuadro Nro.59: Proyección Costo Unitario del Producto (5% Adicional)	122
Cuadro Nro.60: Proyección de Ingreso por Ventas (2% Disminución).....	122
Cuadro Nro.61: Cálculo de la Tasa Pertinente de Descuento	123
Cuadro Nro.62: Flujos de Caja Operativos Nominales	123
Cuadro Nro.63: Cálculo del VAN	124
Cuadro Nro.64: Cálculo de la TIR	125
Cuadro Nro.65: Requerimiento de Personal.....	152

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro.1: Morfología Externa.....	14
Gráfico Nro.2: Morfología Interna.....	16
Gráfico Nro.3: Mapa Físico de Estados Unidos.....	22
Gráfico Nro.4: Producción de Estados Unidos de Filetes de Tilapia Fresca.....	26
Gráfico Nro.5: Proyección: Producción de EE.UU de Filetes de Tilapia Fresca	27
Gráfico Nro.6: Exportaciones de Estados Unidos de Filetes de Tilapia Fresca.....	29
Gráfico Nro.7: Importaciones de Estados Unidos de Filetes de Tilapia Fresca.....	30
Gráfico Nro.8: Proyección: Importaciones de EE.UU de Filetes de Tilapia.....	32
Gráfico Nro.9: Proyección: Consumo Aparente en la ciudad de Miami.....	35
Gráfico Nro.10: Exportaciones del Ecuador de Filetes de Tilapia Fresca a EE.UU	41
Gráfico Nro.11: Proyección: Exportaciones del Ecuador de Filetes de Tilapia Fresca.	42
Gráfico Nro.12: Importaciones de EE.UU de Filetes de Tilapia por país de origen.....	47
Gráfico Nro.13: Máquina de corte, desangrado y clasificación	65
Gráfico Nro.14: Máquina de desolle	66
Gráfico Nro.15: Mesa para preparación de filetes.....	67
Gráfico Nro.16: Maquina para clasificación de pescados	68
Gráfico Nro.17: Maquina para refrigeración de Tilapia.....	68
Gráfico Nro.18: Filetes de Tilapia empacados	70
Gráfico Nro.19: Diagrama del Proceso Productivo.....	71
Gráfico Nro.20: Esquema de la Planta Procesadora de Filetes de Tilapia	72
Gráfico Nro.21: Zonas de Cultivo de Tilapia en el Ecuador	74
Gráfico Nro.22: Procedimiento para la Exportación.....	85
Gráfico Nro.23: Logística Internacional.....	87

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 CONCEPTO DE PROYECTO DE INVERSIÓN A LARGO PLAZO

Los proyectos se definen como “el conjunto de antecedentes técnicos, financieros, comerciales, sociales, económicos y ambientales que permiten determinar la conveniencia de asignar en forma eficiente recursos humanos, materiales y financieros a la creación de una nueva unidad de producción o a la ampliación, reestructuración, renovación o modernización de una existente.”¹

La viabilidad de un proyecto puede ser afectado por distintas causas en las que se puede mencionar cambios a niveles tecnológicos, contexto político, políticas tributarias y económicas, relaciones comerciales internacionales, desastres naturales, aspectos legales, entre otros, lo cual puede hacer que un proyecto cambie en su concepción y afecte a la rentabilidad esperada por parte de sus inversionistas.²

1.1.1 Ciclo de Vida del Proyecto

Para la realización de un proyecto se han determinado cuatro etapas: idea, preinversión, inversión y operación.

¹ SAENZ, Rodrigo, 2006, “Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación”, pág. 7

² CHAIN, Sapag, 2000, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, págs. 2-3

- **Etapa de idea:** Las alternativas en la búsqueda de soluciones a un problema, una necesidad por satisfacer o una oportunidad de negocio formarán las ideas para desarrollar un proyecto, mediante la realización de un diagnóstico para identificar las posibles soluciones.³
- **Etapa de pre-inversión:** Se realizan un perfil del proyecto, un estudio de prefactibilidad y factibilidad con el propósito de conocer si es viable o no desde el punto de vista técnico, operativo, comercial, financiero y ambiental.⁴
- **Etapa de inversión:** En la cual se desarrolla la formulación y preparación del proyecto con el objetivo de conocer las características que tengan un efecto en el flujo de ingresos y egresos monetarios. La evaluación determina la rentabilidad de la inversión en el proyecto.⁵
- **Etapa de Operación:** En esta etapa se destinan los fondos necesarios para que la empresa comience con sus operaciones mediante la fabricación y venta de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores y pueda cumplir con el objetivo empresarial de maximizar su valor de mercado y de acciones.⁶

1.1.2 Contenido del Estudio de Factibilidad⁷

El estudio de Factibilidad en la realización de un proyecto está compuesto por varios estudios complementarios que son:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo y Legal

³ CHAIN, Sapag, 2000, "Preparación y Evaluación de Proyectos", pág. 17

⁴ SAENZ, Rodrigo, 2006, "Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación", pág. 7.

⁵ CHAIN, Sapag, 2000, "Preparación y Evaluación de Proyectos", pág. 19

⁶ SAENZ, Rodrigo, 2006, "Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación" pág. 11

⁷ SAENZ, Rodrigo, 2006, "Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación", págs. 14-17

- Estudio Financiero

1.1.2.1 Estudio de Mercado

Este tema es muy importante en el desarrollo de un proyecto de factibilidad ya que involucra los siguientes aspectos:

- ✓ Características técnicas del producto.
- ✓ Identificación de los consumidores.
- ✓ Identificación de los bienes sustitutos y complementarios.
- ✓ Identificación de la competencia.
- ✓ Análisis de la demanda.
- ✓ Análisis de la oferta.
- ✓ Análisis de la distribución del producto.
- ✓ Análisis de las materias primas, precios, ubicación y proveedores, volúmenes y normas legales.

1.1.2.2 Estudio Técnico

En el estudio técnico los inversionistas conocen cual va hacer el costo total del proyecto, con esta información se obtendrá los costos de operación, es decir, los requerimientos de equipos de fábrica en el proceso productivo, mano de obra y materia prima e insumos.

El estudio técnico contiene los siguientes aspectos:

- ✓ Localización óptima del proyecto.
- ✓ Tamaño óptimo del proyecto.
- ✓ Ingeniería del proyecto y aspectos ambientales

1.1.2.3 Estudio Administrativo y Legal

En la elaboración de un proyecto se diseña la estructura organizacional en la cual se conocerá las necesidades de personal, empleados y funcionarios; además el espacio físico de las oficinas y equipos de apoyo.

Dentro de este estudio se debe poner énfasis en el aspecto legal que regirá las operaciones de la empresa de acuerdo a la legislación del país.

1.1.2.4 Estudio Financiero y Evaluación

En el estudio financiero se determina si la ejecución del proyecto es rentable o no. Se realiza la estructura de financiamiento de la inversión de acuerdo a los costos de las fuentes de financiamiento con el propósito de minimizar el costo promedio ponderado de capital para lograr flujos de caja positivos en los años de vida útil del proyecto y de valor actual.

Se proyecta los estados financieros y se calcula los índices de evaluación en la cual se puede mencionar los siguientes:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN).
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR).
- ✓ Relación Beneficio/ Costo (B/C).
- ✓ Periodo Real de recuperación (PRR).

1.2 COMERCIO INTERNACIONAL

Hoy en día las empresas han decidido ingresar a los mercados internacionales ya que han visto las oportunidades de expansión que tienen los bienes y servicios. Las empresas comercializan productos de mejor calidad y precios bajos debido al crecimiento de la competencia global existente.

“El comercio internacional es la compra, venta o intercambio de bienes y servicios a través de las fronteras.”⁸

Los países no son autosuficientes para producir todos los bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades de su población. Se puede analizar lo mencionado desde el punto de vista de la economía con las definiciones de ventaja absoluta y ventaja comparativa

- ✓ “Ventaja absoluta existe cuando un país ocupa una posición monopólico al proveer un artículo en particular, o bien cuando sus productos cuentan con ventaja en costo que no tienen los demás.”⁹

⁸ FERREL, O. C; HIRT, Geoffrey,2007, “Introducción a los Negocios en un mundo cambiante”, pág. 84

⁹ FERREL, O. C; HIRT, Geoffrey,2007, “Introducción a los Negocios en un mundo cambiante”, pág. 84

- ✓ “Ventaja comparativa ocurre cuando un país se especializa en productos que puede elaborar y proveer más eficientemente o a más bajo costo de lo que le saldría el producir otros.”¹⁰

El comercio exterior se basa en las exportaciones e importaciones para que las personas naturales o jurídicas y empresas puedan obtener bienes y servicios con el fin de satisfacer las necesidades del mercado tanto local como extranjero.

1.2.1 Exportación

“Es la venta de bienes y servicios a otros países.”¹¹

Las empresas que exportan venden parte de su producción a otros países.

Las formas en que se realiza las exportaciones sean directa o indirecta dependerá de la administración de cada empresa.

- **Exportación indirecta.**- “Exportación de bienes y servicios a través de varios tipos de exportaciones ubicados en el país de origen de los bienes”.¹² En este tipo de exportación se tiene las siguientes opciones.

1.- *Agentes exportadores de los fabricantes.*- Los cuales venden por cuenta de los fabricantes.

2.- *Comisionistas de exportación.*- Son encargados de comprar para clientes en el exterior.

¹⁰ FERREL, O. C; HIRT, Geoffrey,2007, “Introducción a los Negocios en un mundo cambiante”, pág. 85

¹¹ FERREL, O. C; HIRT, Geoffrey,2007, “Introducción a los Negocios en un mundo cambiante”, pág. 85

¹² BALL, Donald y MCCULLOCH, Wendell, 1997, “Negocios Internacionales”, pág. 65

3.- *Intermediarios de exportaciones.*- Son aquellos que compran y venden por cuenta propia.

4.- *Firmas internacionales.*- Empresas que emplean los bienes en el exterior como son: empresas mineras, de construcción y petroleras.

- **Exportación directa.**- “Exportación de bienes y servicios por la empresa que los produce.”¹³

1.2.2 Importación

La compra de bienes y servicios en el extranjero.¹⁴

Los importadores compran bienes y servicios en mercados extranjeros para vender en el país, con la intención de satisfacer las necesidades de los consumidores locales.

1.2.3 Barreras al Comercio Internacional¹⁵

Muchas naciones se han comprometido en crear un área de libre comercio mediante acuerdos comerciales entre bloques, regiones o estados para que las mercancías no tengan restricciones al ingresar a un mercado. Cabe indicar que en la práctica existen algunas prohibiciones en el comercio internacional como son:

- Barreras Comerciales
- Barreras Políticas
- Barreras Económicas

¹³ BALL, Donald y MCCULLOCH, Wendell, 1997, “Negocios Internacionales”, pág. 65

¹⁴ FERREL, O. C; HIRT, Geoffrey, 2007, “Introducción a los Negocios en un mundo cambiante”, pág. 86

¹⁵ HILL, Charles, 2007, “Negocios Internacionales”, págs. 171-183

1.2.3.1 Barreras Comerciales

Las barreras comerciales que las naciones utilizan son: aranceles, subsidios, cuotas de importación, restricciones voluntarias a la exportación, requisitos de contenido nacional y políticas antidumping.

- ✓ **Aranceles.-** Es un impuesto a las importaciones y se divide en: “Los aranceles específicos se imponen como un cargo fijo por cada unidad de bien importada. Los aranceles ad valorem se imponen como una tarifa proporcional al valor de un bien importado.”¹⁶
- ✓ **Subsidios.-** “Es una asistencia financiera gubernamental a un productor nacional.”¹⁷
- ✓ **Cuota de importación.-** “Es una restricción directa sobre la cantidad que de un bien puede importar un país. La restricción normalmente se hace cumplir mediante la expedición de licencias de importación para un grupo de individuos o formas.”¹⁸
- ✓ **Restricciones voluntarias de exportación.-** “Es una cuota que el país exportador impone, generalmente como producto de la solicitud que de ella hace el gobierno del país importador.”¹⁹
- ✓ **Requisitos de contenido nacional.-** “Establece que cierta fracción específica de un bien se produzca dentro del país. El requisito puede manifestarse en términos físicos o en función del valor.”²⁰
- ✓ **Políticas antidumping.-** “Se define como la venta de bienes en un mercado extranjero a un menor costo que el de la producción.”²¹

¹⁶ HILL, Charles, 2007, “Negocios Internacionales”, págs. 171-172

¹⁷ HILL, Charles, 2007, “Negocios Internacionales”, pág. 172

¹⁸ HILL, Charles, 2007, “Negocios Internacionales”, pág. 174

¹⁹ HILL, Charles, 2007, “Negocios Internacionales”, pág. 174

²⁰ HILL, Charles, 2007, “Negocios Internacionales”, pág. 175

²¹ HILL, Charles, 2007, “Negocios Internacionales”, pág. 175

1.2.3.2 Barreras Políticas

La imposición de estas barreras políticas por parte de los gobiernos tiene como propósito la protección de los empleados e industrias nacionales, represalias en contra de una competencia extranjera injusta, protección al consumidor con productos considerados peligrosos, extensión de objetivos de política extranjera y protección de los derechos humanos.

1.2.3.3 Barreras Económicas

En las barreras económicas, el gobierno interviene con el argumento de que se debe proteger por un tiempo determinado a las industrias nuevas ya sea con aranceles, cuotas de importación y subsidios; hasta que esta pueda enfrentarse a las industrias que están consolidadas en el mercado internacional.

CAPÍTULO II

1. ESTUDIO DE MERCADO

2.1- ORIGEN, DESCRIPCIÓN DE LA TILAPIA, SUS CARACTERÍSTICAS Y USO

2.1.1 Origen

La tilapia es muy antigua como la historia del hombre, en una antiquísima tumba en Egipto se halló pinturas que ilustraban su captura. Las tilapias son peces endémicos de origen africano. Sus cultivos se iniciaron en Kenia en 1924, sin embargo, fue en el Extremo Oriente donde se obtuvieron mejores resultados en el cultivo y se expandió hacia Asia y América después de la segunda guerra mundial.

En la actualidad, el cultivo de tilapia se encuentra distribuido en el sudeste asiático, América Central, América del Sur y el sur de Norteamérica, habita en la mayor parte de las regiones tropicales del mundo, donde existen las condiciones adecuadas para su reproducción y crecimiento.

En el mundo existe alrededor de 70 tipos de tilapias y 100 híbridos, estos han sido clasificados en cuatro grupos según sus hábitos reproductivos:

- ✓ Tilapia Smith
- ✓ Sarotherodom
- ✓ Danalilia
- ✓ Orcheo (mayor producción en el mundo)

Dentro de estos grupos, la variedad más conocida es la tilapia Roja, es un tetrahíbrido, es decir, un cruce híbrido entre cuatro especies del género *Oreochromis*, las cuales aportan sus mejores características para obtener uno de los peces con mayor producción a nivel mundial que son:

Oreochromis Niloticus.- Mejora el desarrollo en el crecimiento y la forma corporal.

Oreochromis Urolepis Hornorum.- Obtención de híbridos solo machos y alta resistencia a la salinidad.

Oreochromis Mossambicus.- Obtención de la coloración roja y resistencia a las diferentes condiciones ambientales.

Oreochromis Aueus.- Para incrementar la tolerancia en aguas frías.

La tilapia Roja, conocida como la “gallina del agua”, posee un sabor fresco, agradable y tiene pocas espinas. Esta especie se puede cultivar en agua dulce como salada y tolera aguas con poco oxígeno. Además posee resistencia a las enfermedades y puede adaptarse a las diferentes condiciones ambientales.²²

²² http://www.ecuadorexporta.org/productos_down/perfil_producto_tilapia568.pdf
<http://www.monografias.com/trabajos20/tilapia/tilapia.shtml>

2.1.2 Identificación Taxonómica²³

- **Reino:** Animal
- **Phylum :** Chordata
- **Subphylum :** Vertebrata
- **Superclase :** Gnathostomata
- **Serie :** Pisces
- **Clase :** Actinopterygii
- **Orden :** Perciformes
- **Suborden :** Percoidei
- **Familia :** Cichlidae
- **Género :** Oreochromis
- **Especie:** Mossambicus
- **Nombre Científico:** Oreochromis mossambicus
- **Nombre Común:** Tilapia

²³<http://www.sdr.gob.mx/Contenido/Cadenas%20Productivas/DOCUMENTOS%20CADENAS%20AGROPECUARIAS/acuicolas/tilapia/MANUAL%20TILAPIA.pdf>

2.1.3 Biología de la Tilapia

2.1.3.1 Morfología Externa²⁴

- **Cuerpo.-** Estos peces son de cuerpo robusto comprimido, discoidal y alargado, presenta orificios nasales, uno en cada lado de la cabeza.
- **Cabeza.-** El macho tiene la cabeza más grande que la hembra. En algunas ocasiones por la edad y el desarrollo, el macho presenta tejidos grasos en la zona anterior y dorsal de la cabeza.
- **Boca.-** La boca de las tilapias es protráctil, mandíbula ancha y bordeada por labios gruesos. La mandíbula muestra dientes cónicos y en algunas ocasiones incisivos, a menudo presenta un puente carnoso conocido como freno, que está ubicado en el maxilar inferior, en la parte media debajo del labio.
- **Aleta Caudal.-** Es redondeada y trunca. La línea lateral está interrumpida y dividida en dos partes. La zona superior se extiende desde el opérculo hasta los últimos radios de la aleta dorsal. En la zona inferior poseen varias escamas por debajo de donde termina la línea lateral superior hasta el final de la aleta caudal.
- **Aleta Dorsal.-** Tiene de 23 a 31 espinas y radios.
- **Aleta Pectoral.-** En la aleta pectoral presenta de 14 a 15 radios.
- **Aleta Anal.-** Tiene III espinas y con 9 a 11 radios.
- **Branquiespinas.-** Posee de 6 a 12 branquiespinas en el primer arco branquial en la parte inferior.

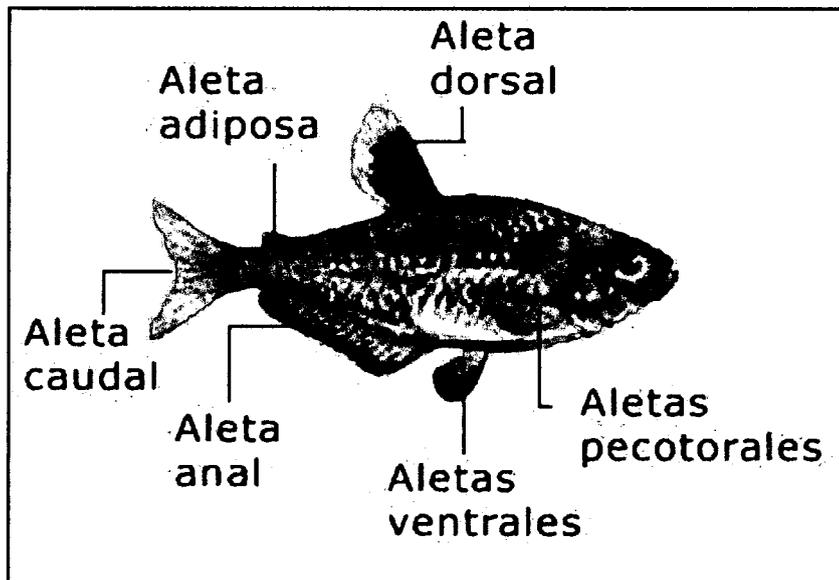
²⁴<http://www.mundotilapia.es.tl>

http://www.ecuadorexporta.org/productos_down/perfil_producto_tilapia568.pdf

- **Vertebras.-** La principal característica de la tilapia es que el número de vertebras es de 26 a 30.
- **Escamas.-** En la línea lateral presenta de 28 a 29 escamas en una serie longitudinal.

Gráfico Nro. 1

MORFOLOGIA EXTERNA



Fuente: www.acuacultura.org

1.1.3.2 Morfología Interna²⁵

- **Sistema Digestivo.-** En la boca se inicia el sistema digestivo de la tilapia y se extiende hacia el esófago y el estómago.
- **Intestino.-** La longitud del intestino es siete veces más largo que el cuerpo de la tilapia. Tiene forma de tubo que se adelgaza después del píloro, el cual se

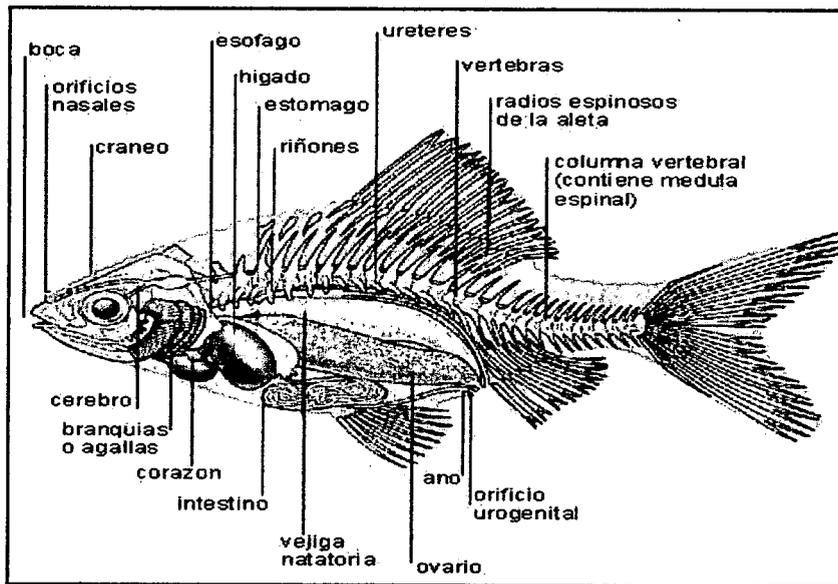
²⁵<http://www.mundotilapia.es.tl>
http://www.ecuadorexporta.org/productos_down/perfil_producto_tilapia568.pdf

diferencia en dos partes; una anterior que es corta y pertenece al duodeno y una posterior que es más larga pero con un diámetro menor.

- **Hígado.-** Es un órgano grande y tiene una estructura alargada.
- **Páncreas.-** Se presenta en forma de fragmentos pequeños redondos.
- **Sistema circulatorio.-** El corazón tiene forma redonda, es bilocular, compuesto por tejido muscular y está ubicado cerca de la base de la garganta.
- **Sistema respiratorio.-** La respiración es por medio de branquias, son pequeñas láminas delgadas, localizadas en la cavidad opercular.
- **Vejiga natatoria.-** Tiene forma de bolsa alargada, funciona como órganhidrostático que ayuda al pez para que pueda flotar en diferentes profundidades de agua. Está ubicada bajo la columna dorsal.
- **Sistema Excretor.-** Está compuesto por un riñón, que tiene forma de ovoide, presenta un glomérulo y unos uréteres.
- **Aparato reproductor.-** En las hembras está formado por un par de ovarios de forma tubular alargada.

Los machos presentan un par de testículos de forma de sacos pequeños alargados.

MORFOLOGÍA INTERNA



Fuente: www.acuacultura.org

2.1.4 Valor Nutritivo

La tilapia se caracteriza por poseer una carne de excelente calidad con una textura firme y blanca, con pocos huesos intramusculares. Tiene un sabor suave y es muy apetecido por los consumidores de todas las edades ya que tiene un alto valor nutricional y el nivel de proteínas es elevado en comparación con las carnes rojas.

A continuación se detalla los valores nutricionales de tilapia cruda por cada 100grs:

Cuadro Nro. 1

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño de la Porción 100 grs. Calorías 96	Calorías de grasa 15 % Valor diario
Total de grasa 2grs.	3%
Grasa saturada 1 gr.	3%
Colesterol 50 mg.	17 %
Sodio 52 mg.	2 %
Total de Carbohidratos 0	0 %
Fibra Dietética 0 gr	0 %
Azúcares 0 gr	
Proteínas 20 grs.	
Omega-3	

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: www.nutritiondata.com

2.1.5 Beneficios para la Salud

La tilapia es un alimento que tiene un alto valor nutricional, por esta razón ayuda al desarrollo cerebral, al aprendizaje en los niños. También se puede mencionar que da salud a los ojos y protege contra enfermedades vasculares y tumores malignos.

El pescado es una fuente de proteína, se recomienda consumir pescados que sean ricos en ácidos grasos Omega -3 como son las tilapias, ya que ayudan a prevenir:²⁶

- ✓ El riesgo de muerte súbita y arritmias

²⁶<http://74.125.95.104/search?q=cache:JY3pVvXOOCsJ:www.agrosoledad.com/content/view/6/9/+beneficios+de+la+tilapia&hl=es&ct=clnk&cd=5&gl=ec>

- ✓ Formación de coágulos en la sangre
- ✓ Disminuye el nivel de triglicéridos
- ✓ Disminuye el crecimiento de la placa aterosclerótica
- ✓ Mejora la salud arterial.

2.1.6 Características

Las tilapias son peces originarios de las aguas dulces de África, hoy en día el cultivo de tilapia se encuentra en las regiones tropicales y subtropicales del mundo, donde existen las condiciones óptimas para su reproducción y crecimiento.

Las principales características en el cultivo de tilapia son:

- ✓ Viven en aguas dulces y salobres
- ✓ Resistencia a bajas concentraciones de oxígeno
- ✓ Sobrevive a rangos amplios de salinidad
- ✓ Se cultivan en estanques o jaulas
- ✓ Resistencia física y a las enfermedades
- ✓ Crecimiento acelerado
- ✓ Alimentación natural y artificial

2.2 ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

La riqueza y estilo de vida del consumidor norteamericano hace de este país el mercado más grande del mundo, por lo tanto, existe una fuerte demanda para aquellos productos que tienen altos niveles de calidad y que tengan la capacidad de satisfacer las necesidades de los consumidores, lo que ha permitido tener buenas oportunidades para ingresar a este mercado, teniendo en cuenta las variables económicas, demográficas, legales- políticas y el entorno social y cultural del país.

2.2.1 Consumo en Estados Unidos

La tilapia por tener una alta calidad en su carne, con una textura firme, color blanco, sabor suave y pocos huesos intramusculares, es un producto muy apetecido en la dieta diaria de los consumidores. La tilapia puede ser consumida en las siguientes presentaciones:²⁷

- ✓ Tilapia asada
- ✓ Tilapia en embutido
- ✓ Tilapia empanizada
- ✓ Tilapia a la parrilla
- ✓ Tilapia horneada
- ✓ Tilapia frita
- ✓ Tilapia al vapor

²⁷<http://www.grupoaquasur.com/pages-web/subcatalogo-tilapia.htm>

- ✓ Tilapia al carbón
- ✓ Tilapia en sopa y salsas

La tilapia ha tenido un crecimiento en la inclusión de menús en los restaurantes norteamericanos. Los gustos de los consumidores norteamericanos en relación a la presentación del producto son:²⁸

▪ Tilapia fresca	4.15%
▪ Tilapia congelada	0.2%
▪ Filete de tilapia fresca	93.9%
▪ Filete de tilapia congelada	1.67%

2.3 ESTUDIO Y DEFINICIÓN DE LA DEMANDA PARA EL PROYECTO

2.3.1 Estados Unidos²⁹

Estados Unidos de América es un país de América del Norte conformado por 50 estados y un distrito federal.

- **Información General**

Capital: Washington D.C

²⁸http://www.corpei.org/noticias_expor.asp?ID_NEWS=249&LN=SP

²⁹<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

Superficie: 9.826.630 km²

Habitantes: 303.824.640 (Julio 2008)

Moneda Oficial: Dólar estadounidense

Fronteras: Al Norte Canadá; al este, Océano Atlántico; al sur, Golfo de México y México; al Oeste, Océano Pacífico.

Ciudades Importantes: Washington D. C., Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Houston.

Idioma Oficial: Inglés

Principales socios comerciales: Canadá, México, Japón, Reino Unido, China y Alemania.

Recursos Naturales: Carbón, cobre, plomo, molibdeno, fosfatos, uranio, bauxita, oro, hierro, mercurio, níquel, potasio, plata, cinc, petróleo, gas natural, madera.

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

Indicadores Económicos: La economía de los Estados Unidos es la más grande del mundo, es el mayor proveedor y consumidor de bienes y servicios.

El mercado de los Estados Unidos es el más importante del mundo: 303.824.640 habitantes y un ingreso per cápita de \$46.000 dólares. Las importaciones de bienes alcanzaron un valor de \$1.968 trillones en el 2007, lo que demuestra el potencial de compra que tiene este país.

Cuenta con extensos yacimientos de oro, petróleo, carbón y uranio. Las industrias agrícolas son los principales productores de maíz, trigo, azúcar y tabaco, entre otros.

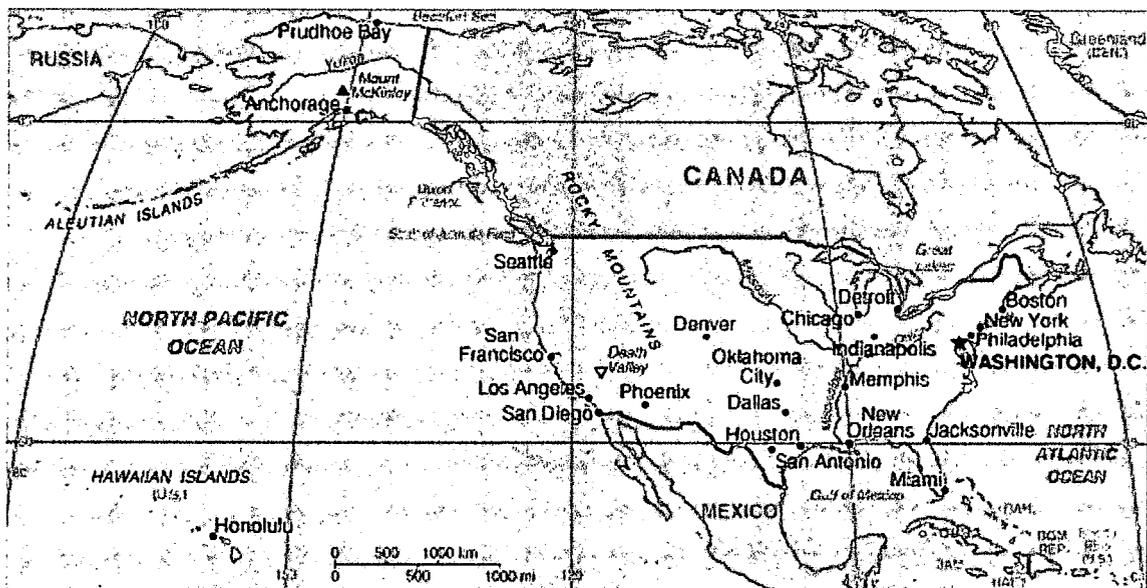
Puertos y Aeropuertos: Los principales puertos de contenedores se encuentran en la costa del Pacífico que son: Los Ángeles, Long Beach, Oakland y Seattle.

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.

Gráfico Nro. 3

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA



Fuente: www.cia.gov

2.3.2 Mercado Meta

La tilapia durante los últimos años ha incrementado su participación dentro del mercado estadounidense. A mediados de los años noventa, era un producto desconocido, en el año 2002 estuvo en la lista de los “Top ten seafood products”, es decir, entre los diez productos

del mar de mayor consumo en los Estados Unidos. En la actualidad la tilapia se encuentra entre los cinco productos del mar preferido por los consumidores norteamericanos.

El mercado meta es la ciudad de Miami ya que el producto que la empresa ofrece tiene un gran potencial de consumo y hoy en día presenta un crecimiento considerable en el mercado, esto se debe, a que los consumidores han cambiado sus tendencias hacia productos sanos, con un alto valor nutricional y un precio moderado.

Estados Unidos es el principal importador de Tilapia. Las importaciones de tilapia se encuentran diversificadas, importan este producto en sus diferentes presentaciones que son:

- ✓ Filete de tilapia fresca
- ✓ Filete de tilapia congelada
- ✓ Tilapia fresca
- ✓ Tilapia congelada

Cuadro Nro. 2

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE TILAPIA SEGÚN SUS PRESENTACIONES

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

Presentación	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Tilapia congelada	27,8	38,7	40,7	49	57,3	56,5	60,8	46,9
Filete de tilapia congelada	5,2	7,4	12,3	23,2	36,2	55,6	74,4	100,6
Filete de tilapia fresca	7,5	10,2	14,2	18	19,5	22,7	23,1	26,2
Total	40,5	56,3	67,2	90,2	113	134,8	158,3	173,7

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: FAO GLOBEFISH 2008

La tilapia en los Estados Unidos es el tercer producto acuícola de importación después del camarón y el salmón. Las importaciones de tilapia en el mercado norteamericano muestran un crecimiento considerable. En el año 2007, importó un total de 173,7 TM; 10% adicional del obtenido en el 2006.

La empresa comercializadora de tilapia busca que los consumidores tengan una mayor preferencia hacia los productos frescos y de calidad con el propósito de satisfacer sus necesidades, ya que Ecuador se ha posicionado como el principal proveedor de filetes frescos para este mercado.

2.3.3 Producción y Exportación de Filetes de Tilapia Fresca de los Estados Unidos

Como se conoce Estados Unidos es un excelente productor, además de ser uno de los países que exporta diferentes productos industrializados a nivel mundial, sin embargo, existen algunos productos que no se desarrollan a pesar de su poder económico y tecnológico.

La tilapia en los Estados Unidos es producida en operaciones familiares en pequeña y mediana escala. Durante los últimos años se ha desarrollado fincas grandes principalmente en la zona del oeste y medioeste, como son:

- Arizona Aquaculture Tilapia. (Arizona)
- Fingerlakes Aquaculture. (New York)
- Regal Springs. (Florida)
- MinAqua. (Minnesota)

- S&S Farms. (Missouri)
- Simaron Fish Farm. (Texas)
- Ocean Rich. (California)
- Pacific AquaFarm Farm. (California)
- F&B Fisheries. (California)
- SeaGreen. (California)
- S.S. Vong. (California)

La mayor parte de la producción local se destina al mercado de tilapia viva para los consumidores orientales. La estrategia de los productores locales es vender la tilapia viva en mercados primarios como New York, Toronto, Washington D.C., Los Ángeles, San Francisco y Seattle.

La tilapia consumida en los Estados Unidos en su mayoría es importada. La producción local no ha desarrollado un crecimiento considerable, esto se debe a la falta de experiencia en el cultivo y por no tener las condiciones climáticas favorables para la producción de tilapia.

Cuadro Nro. 3

PRODUCCIÓN DE ESTADOS UNIDOS DE FILETES DE TILAPIA FRESCA

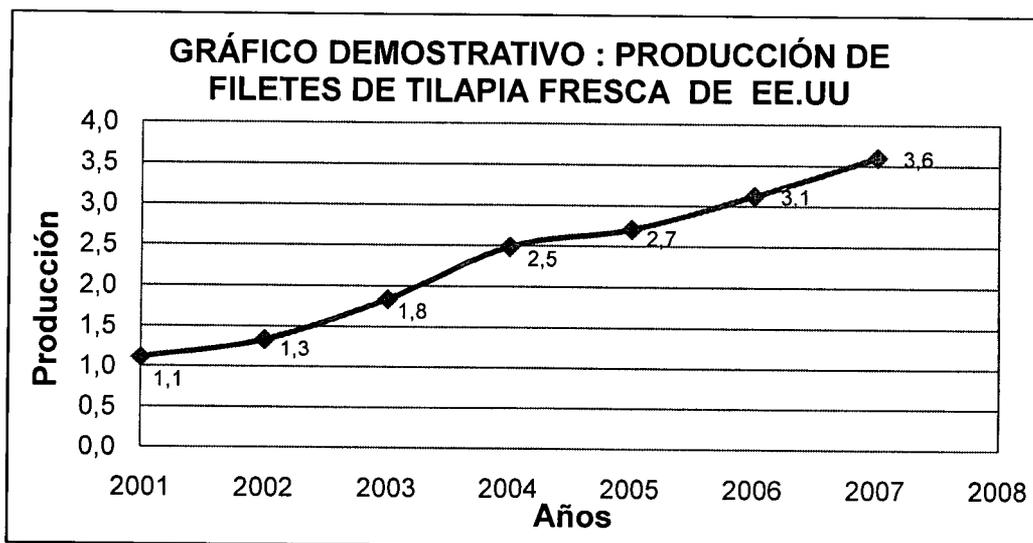
Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

Años	Toneladas Métricas
2001	1,1
2002	1,3
2003	1,8
2004	2,5
2005	2,7
2006	3,1
2007	3,6

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Department of Commerce of EE.UU.

Gráfico Nro. 4



Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Department of Commerce of EE.UU.

Como se puede observar en el Cuadro Nro. 3, la producción de filetes de tilapia fresca en el periodo 2001- 2007, presenta una tendencia creciente. Para el año 2007, la producción alcanzó el valor de 3,6 TM, es decir, un 16,12% más en comparación con el año 2006.

Cuadro Nro. 4

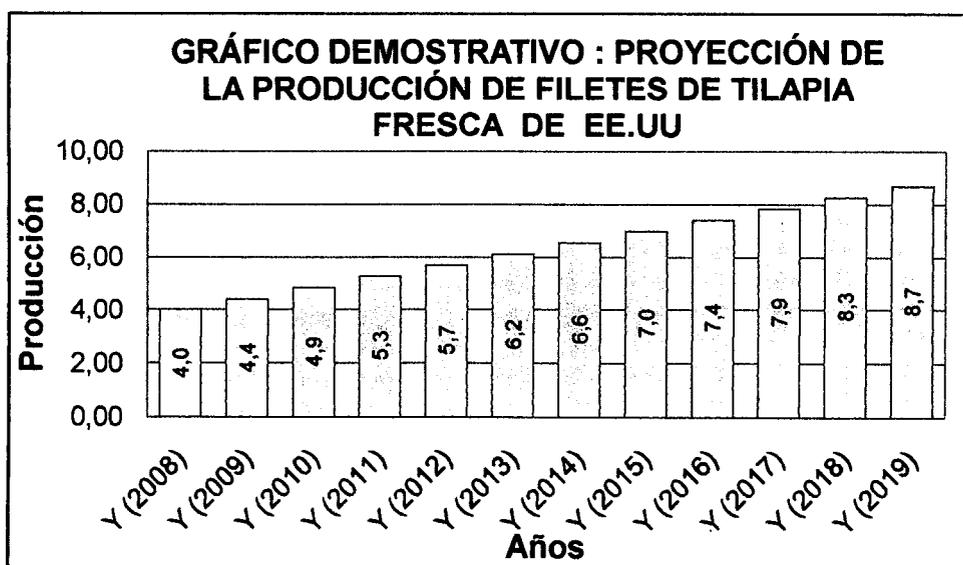
**PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ESTADOS UNIDOS DE FILETES DE
TILAPIA FRESCA**

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

X	Años	Toneladas Métricas
4	Y (2008)	4,0
5	Y (2009)	4,4
6	Y (2010)	4,9
7	Y (2011)	5,3
8	Y (2012)	5,7
9	Y (2013)	6,2
10	Y (2014)	6,6
11	Y (2015)	7,0
12	Y (2016)	7,4
13	Y (2017)	7,9
14	Y (2018)	8,3
15	Y (2019)	8,7

Elaborado por: Valeria Pavón
Método de Proyección: Ver Anexo 1

Gráfico Nro. 5



Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Department of Commerce of EE.UU.

Coefficiente de Correlación (r)= 0,99258333

Se puede decir que existe un 99,25% de correlación, es decir, que existe una relación fuerte entre las variables años y producción.

La proyección para los próximos años de la producción de filetes de tilapia fresca se determinó aplicando el siguiente modelo de pronóstico:

$$\text{Producción} = 0,43 \times (\text{año}) + 2,30$$

Cuadro Nro. 5

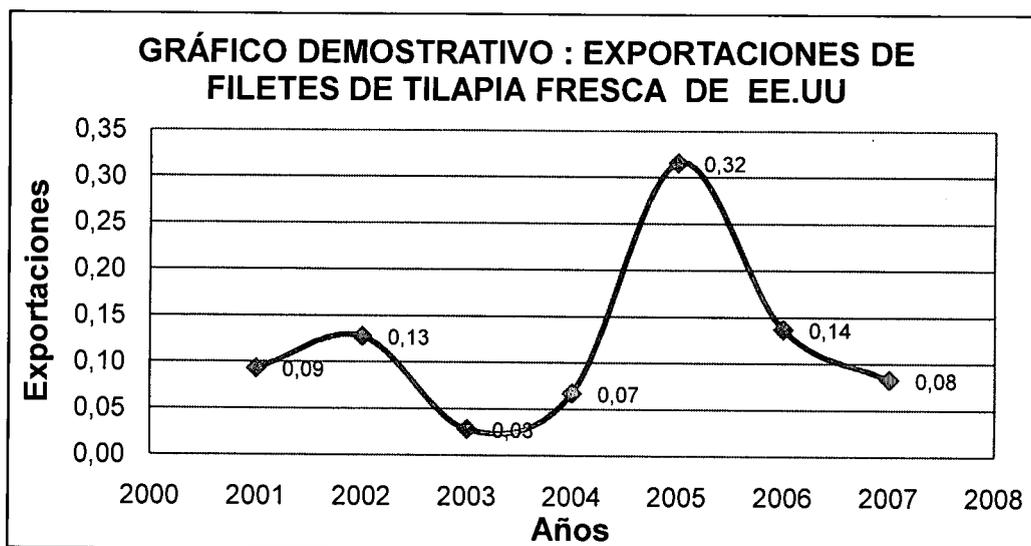
EXPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE FILETES DE TILAPIA FRESCA
Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

Años	Toneladas Métricas
2001	0,09
2002	0,13
2003	0,03
2004	0,07
2005	0,32
2006	0,14
2007	0,08

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Department of Commerce of EE.UU.

Gráfico Nro. 6



Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Department of Commerce of EE.UU.

Como se puede observar en el Gráfico Nro. 6 y de acuerdo con los datos obtenidos hasta el año 2007, las exportaciones de filetes de tilapia fresca son inestables y no presentan una tendencia creciente.

Para el año 2007, las exportaciones alcanzaron el valor de 0,08 TM, es decir, un 42,86% menos si comparamos con el año previo.

2.3.4 Importaciones de Filetes de Tilapia Fresca de los Estados Unidos

El crecimiento acelerado del consumo de tilapia ha desplazado el consumo de otras especies de carne blanca como el bacalao y de carne roja como es el salmón, esto se atribuye a que existe disponibilidad del producto en los mercados en sus diferentes presentaciones.

A continuación se detalla las importaciones a nivel mundial que corresponden a los filetes de tilapia fresca.

Cuadro Nro. 6

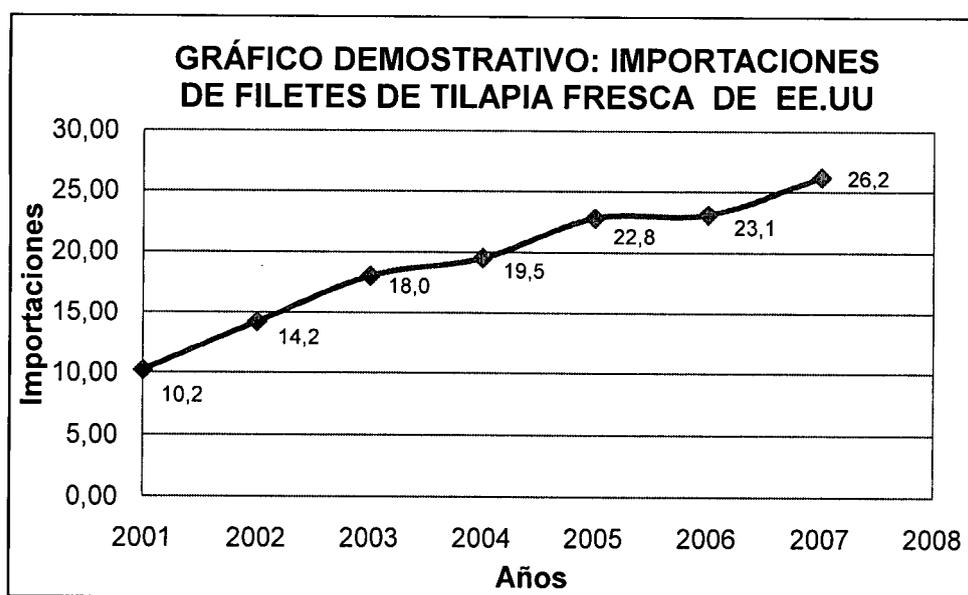
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE FILETES DE TILAPIA FRESCA

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

Años	Toneladas Métricas
2000	7,5
2001	10,2
2002	14,2
2003	18,0
2004	19,5
2005	22,8
2006	23,1
2007	26,2

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: FAO GLOBEFISH 2008

Gráfico Nro. 7



Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: FAO GLOBEFISH 2008

Se puede observar en el Cuadro Nro. 6, las importaciones de filetes de tilapia fresca, tienen un crecimiento sostenido. Para el año 2007, las importaciones alcanzaron el valor de 26,2 TM, es decir, un 13,41% más en comparación con el año previo.

Cuadro Nro. 7

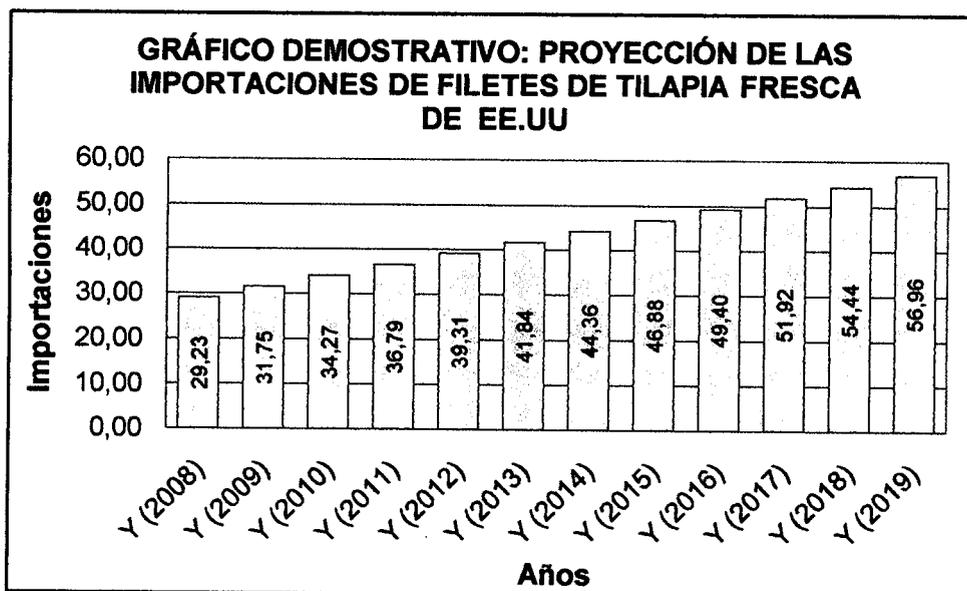
**PROYECCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE FILETES
DE TILAPIA FRESCA**

Unidad Métrica (en 1000 toneladas)

X	Años	Toneladas Métricas
4	Y (2008)	29,23
5	Y (2009)	31,75
6	Y (2010)	34,27
7	Y (2011)	36,79
8	Y (2012)	39,31
9	Y (2013)	41,84
10	Y (2014)	44,36
11	Y (2015)	46,88
12	Y (2016)	49,40
13	Y (2017)	51,92
14	Y (2018)	54,44
15	Y (2019)	56,96

Elaborado por: Valeria Pavón
Método de Proyección: Ver Anexo 2

Grafico Nro. 8



Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

Coefficiente de Correlación (r)= 0,98179115

Se puede decir que existe un 98,18% de correlación, es decir, que existe una relación fuerte entre las variables años e importaciones.

La proyección para los próximos años de la producción de filetes de tilapia fresca se determinó aplicando el siguiente modelo de pronóstico:

$$\text{Importaciones} = 2,52 \times (\text{año}) + 19,14$$

2.3.5 Consumo Nacional Aparente

El Consumo Nacional Aparente, permite realizar un análisis tanto de la oferta como de la demanda del producto, en este caso de los filetes de tilapia fresca, con el propósito de conocer la cantidad que el mercado de los Estados Unidos requiere del producto.

La fórmula es:

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

donde:

Pn = Producción Nacional

M = Importaciones

X = Exportaciones

Cuadro Nro. 8

CONSUMO APARENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS

Unidad Métrica (Toneladas)

Años	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente
2001	1.109,7	10.200,0	92,90	11.216,8
2002	1.333,2	14.200,0	127,70	15.405,5
2003	1.835,4	18.000,0	28,00	19.807,4
2004	2.485,2	19.500,0	67,00	21.918,2
2005	2.705,3	22.800,0	315,70	25.189,6
2006	3.122,2	23.100,0	137,00	26.085,2
2007	3.598,2	26.200,0	82,80	29.715,4

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

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 la tilapia consumida en los Estados Unidos es en su mayoría es importada y las exportaciones son mínimas. En la página web de Censos de los Estados Unidos³⁰, se encuentra las proyecciones de la población hasta el año 2030.

³⁰<https://www.censusbureau.com> U.S. Census Bureau, Population Division, Interim State Population Projections

Cuadro Nro. 9

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

Unidad Métrica (Kilogramos)

Años	Producción Nacional Kg	Importaciones Kg	Consumo Aparente (OFERTA Kg)	Población EE.UU	Consumo Aparente Per Capita (Kg)
2.008	4.014.285,71	29.228.571,43	33.242.857	303.597.646	0,109
2.009	4.442.857,14	31.750.000,00	36.192.857	306.272.395	0,118
2.010	4.871.428,57	34.271.428,57	39.142.857	308.935.581	0,127
2.011	5.300.000,00	36.792.857,14	42.092.857	311.600.880	0,135
2.012	5.728.571,43	39.314.285,71	45.042.857	314.281.098	0,143
2.013	6.157.142,86	41.835.714,29	47.992.857	316.971.485	0,151
2.014	6.585.714,29	44.357.142,86	50.942.857	319.667.598	0,159
2.015	7.014.285,71	46.878.571,43	53.892.857	322.365.787	0,167
2.016	7.442.857,14	49.400.000,00	56.842.857	325.062.633	0,175
2.017	7.871.428,57	51.921.428,57	59.792.857	327.755.597	0,182
2.018	8.300.000,00	54.442.857,14	62.742.857	331.833.494	0,189

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

A continuación se detalla el Consumo Aparente en la ciudad de Miami con su población proyectada para los próximos 11 años.

Cuadro Nro. 10

PROYECCIÓN DEL CONSUMO APARENTE EN LA CIUDAD DE MIAMI

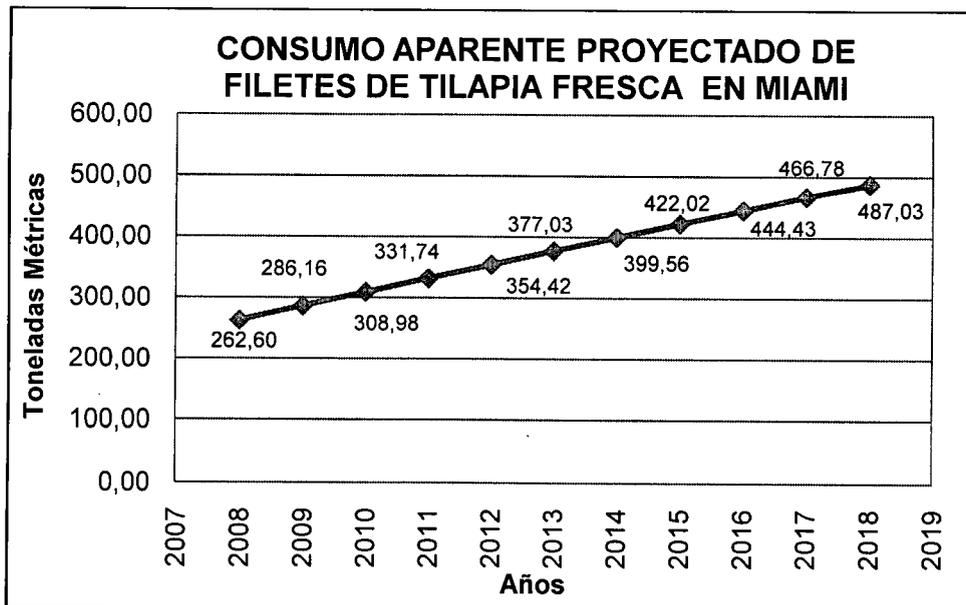
Unidad Métrica (Kilogramos)

Años	Población Miami	Consumo Aparente Per Cápita (Kg)	Consumo Aparente Miami (Kg)
2008	2.398.245,00	0,109	262.599,26
2009	2.421.527,08	0,118	286.156,98
2010	2.438.666,50	0,127	308.984,72
2011	2.455.805,92	0,135	331.744,53
2012	2.472.945,33	0,143	354.423,23
2013	2.490.084,75	0,151	377.025,34
2014	2.507.224,17	0,159	399.556,17
2015	2.524.363,58	0,167	422.021,11
2016	2.541.503,00	0,175	444.426,02
2017	2.558.642,42	0,182	466.776,29
2018	2.575.781,83	0,189	487.027,12

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

Gráfico Nro. 9



Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

Se observa en el Gráfico Nro. 9 que el Consumo Aparente en la ciudad de Miami tiene una tendencia creciente. En el periodo 2008- 2018, el crecimiento es constante.

2.3.6 Proyección de la Demanda

Para determinar la proyección de la demanda se debe conocer el consumo per cápita de filetes de tilapia fresca en los Estados Unidos, el mismo que se detalla en el cuadro siguiente.

Cuadro Nro. 11

CONSUMO PER CÁPITA DE LOS ESTADOS UNIDOS

Unidad Métrica (Libras)

Años	Consumo Per Cápita lbs
2001	0,4
2002	0,4
2003	0,5
2004	0,7
2005	0,8
2006	1,0
2007	1,2

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Corpei

Cuadro Nro. 12

CONSUMO PER CAPITA PROYECTADO DE LOS ESTADOS UNIDOS
Unidad Métrica (Libras)

X	Años	Consumo Per Cápita lbs
4	Y (2008)	1,3
5	Y (2009)	1,4
6	Y (2010)	1,6
7	Y (2011)	1,7
8	Y (2012)	1,8
9	Y (2013)	2,0
10	Y (2014)	2,1
11	Y (2015)	2,2
12	Y (2016)	2,4
13	Y (2017)	2,5

Elaborado por: Valeria Pavón
Método de Proyección: Ver Anexo 3

La proyección para los próximos años del consumo per capita de tilapia fresca se determinó aplicando el siguiente modelo de pronóstico:

$$\text{Consumo Per Cápita} = 0,139 \times (\text{año}) + 0,714$$

Coefficiente de Correlación (r)= 0,97744668

Se puede decir que existe un 97,74% de correlación, es decir, que existe una relación fuerte entre las variables años y consumo.

2.3.7 Consumo Potencial

En el cuadro Nro. 13 se detalla el consumo potencial de filetes de tilapia en la ciudad de Miami con los datos de población y consumo per cápita calculados anteriormente.

Cuadro Nro. 13

CONSUMO PROYECTADO EN LA CIUDAD DE MIAMI

Años	Población Miami	Consumo Per Cápita lbs	Consumo Potencial (Lbs)	Consumo Potencial (Kg)
2008	2.398.245	1,3	3.049.197	1.385.999
2009	2.421.527	1,4	3.416.083	1.552.765
2010	2.438.667	1,6	3.779.933	1.718.151
2011	2.455.806	1,7	4.148.558	1.885.708
2012	2.472.945	1,8	4.521.957	2.055.435
2013	2.490.085	2,0	4.900.131	2.227.332
2014	2.507.224	2,1	5.283.079	2.401.400
2015	2.524.364	2,2	5.670.802	2.577.637
2016	2.541.503	2,4	6.063.300	2.756.045
2017	2.558.642	2,5	6.460.572	2.936.624
2018	2.575.782	2,7	6.862.619	3.119.372
2019	2.592.921	2,8	7.269.440	3.304.291

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

2.4 ESTUDIO DE LA OFERTA

2.4.1 Producción Nacional

El Ecuador es un país acuícola y líder mundial en la producción de camarón blanco, en el año de 1992 fue afectado por el Síndrome de Taura, por lo que los productores tuvieron que abandonar sus cultivos y buscar otra alternativa facilitando la introducción del cultivo de tilapia roja.

Ecuador introdujo la tilapia en las piscinas camaroneras, en la actualidad, las empresas de acuicultura producen tanto el camarón como la tilapia.

El Ecuador es uno de los principales productores y exportadores de tilapia, ya que posee condiciones ambientales adecuadas para que la cosecha de tilapia pueda darse durante todo el año, por esta razón se ha considerado a las provincias de Guayas y El Oro como las más apropiadas para el cultivo de este producto, cabe recalcar que hoy en día el cultivo de tilapia se ha extendido hacia las provincias de Manabí, Esmeraldas y el Oriente ecuatoriano.³¹

2.4.1.1 Partida Arancelaria

La tilapia se clasifica en el Capítulo 3 del Arancel Nacional Integrado y su partida depende de la presentación del producto, en este caso los filetes de tilapia fresca tienen la siguiente clasificación:

Sección I: ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL

³¹ http://www.ecuadorexporta.org/productos_down/perfil_producto_tilapia568.pdf

Capítulo 03: Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos

Partida Sistema Armonizado 0304: Filetes y demás carne de pescado (incluso picado), frescos, refrigerados o congelados

2.4.1.2 Exportaciones Ecuatorianas

Durante los últimos años las exportaciones ecuatorianas de tilapia han tenido un crecimiento considerable con su principal socio comercial (E.E.U.U). Los filetes frescos exportados al mercado estadounidense representan el 94% de las exportaciones, el 6% restante son productos congelados que se dirigen a Estados Unidos, Colombia y Europa.³²

Cuadro Nro. 14

EXPORTACIONES DEL ECUADOR DE FILETES DE TILAPIA FRESCA A ESTADOS UNIDOS

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

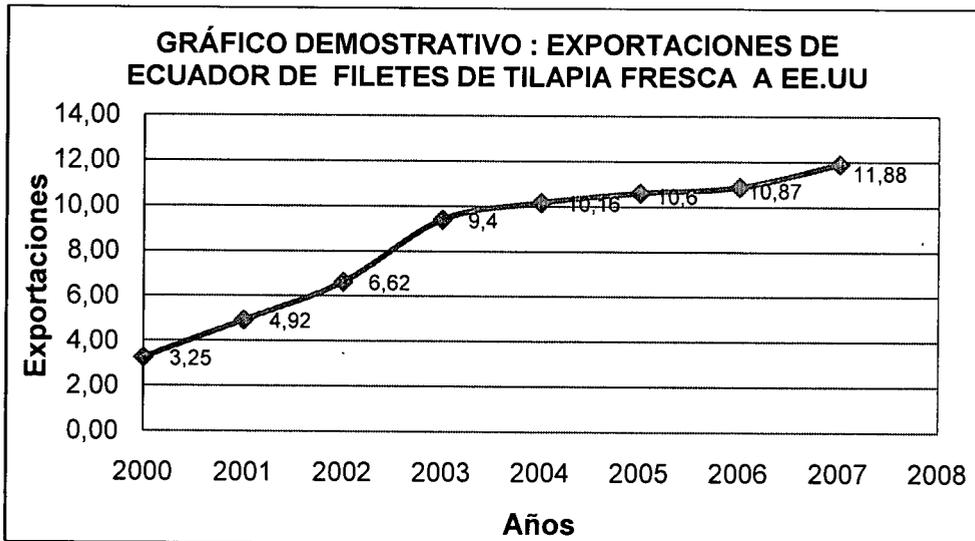
Año	Toneladas	\$ Dólares
2000	3,25	21.831.348
2001	4,92	31.805.661
2002	6,62	40,240,895
2003	9,40	55,937,569
2004	10,16	64,054,144
2005	10,60	67,498,623
2006	10,87	69.735.272
2007	11,88	74.978.873

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Banco Central del Ecuador

³² http://www.globefish.org/files/La%20Industria%20de_380.pdf

Gráfico Nro. 10



Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Banco Central del Ecuador

Como se puede observar en el Cuadro Nro. 14, las exportaciones de filetes de tilapia fresca en el periodo 2000- 2007, presenta una tendencia creciente. En el año 2007, las exportaciones alcanzaron el valor de 11,88 TM, es decir, un 9,29% más en comparación con el año 2006.

Cuadro Nro. 15

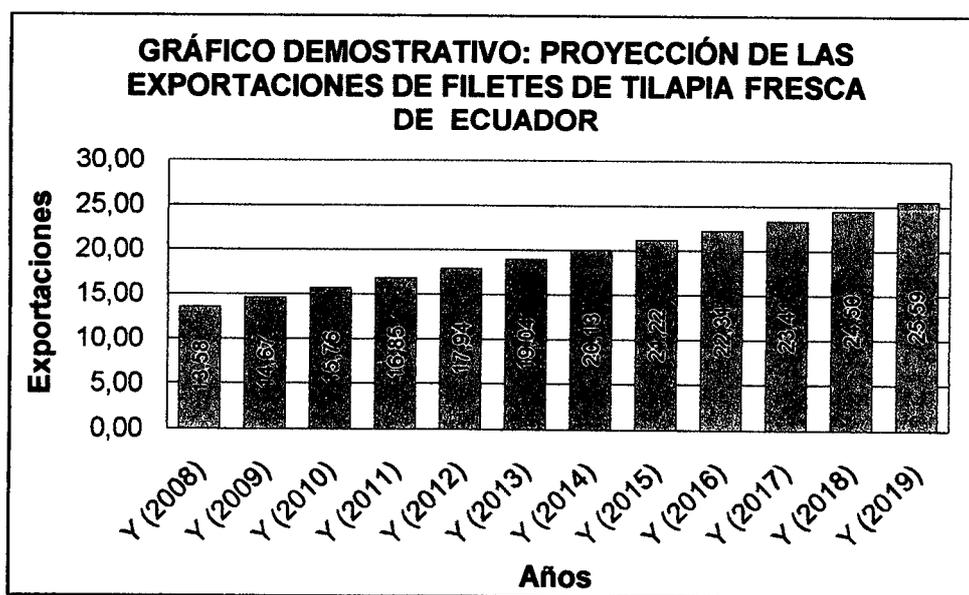
PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR DE FILETES DE TILAPIA FRESCA A ESTADOS UNIDOS

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

X	Años	Toneladas Métricas
4	Y (2008)	13,58
5	Y (2009)	14,67
6	Y (2010)	15,76
7	Y (2011)	16,85
8	Y (2012)	17,94
9	Y (2013)	19,04
10	Y (2014)	20,13
11	Y (2015)	21,22
12	Y (2016)	22,31
13	Y (2017)	23,41
14	Y (2018)	24,50
15	Y (2019)	25,59

Elaborado por: Valeria Pavón
Método de Proyección: Ver Anexo 4

Grafico Nro. 11



Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

Coefficiente de Correlación (r)= 0,93913073

Se puede decir que existe un 94% de correlación, es decir, que existe una relación fuerte entre las variables años y exportaciones.

La proyección para los próximos años de las exportaciones de filetes de tilapia fresca se determinó aplicando el siguiente modelo de pronóstico:

$$\text{Exportaciones} = 1,09 \times (\text{año}) + 9,21$$

2.4.2 Estudio de la oferta que representa competencia directa con el producto.

2.4.2.1 Competencia Mundial

A nivel mundial, China es el principal productor y proveedor de Tilapia a los Estados Unidos, cuenta con una producción que sobrepasa las 500 mil toneladas métricas; seguido por Tailandia, Egipto y Filipinas, con una producción aproximadamente de 100 mil toneladas métricas anuales.

China es el mayor abastecedor en el sector congelado de tilapia, tanto de filetes de tilapia como de tilapia entera a los Estados Unidos. Todos los embarques de filetes de tilapia congelado tienen las mismas características, es decir, igual tamaño, igual forma e igual calidad.

El sector congelado, es un sector con precios bajos y estables.

Cuadro Nro. 16**EXPORTACIONES DE CHINA DE TILAPIA SEGÚN SUS PRESENTACIONES****Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)**

Años	Entero Congelado		Filetes Congelados		Tilapia Preservada		TOTAL	
	TM	USD \$ Millones	TM	USD \$ Millones	TM	USD \$ Millones	TM	USD \$ Millones
2004	43,84	40,1	37,18	104,9	7,96	14,2	88,98	159,2
2005	40,48	41,9	55,36	168,1	15,85	30,7	111,69	240,7
2006	46,9	50	35,04	101	98,86	252,3	180,8	403,3
2007	14,02	16,3	5,13	13,9	196,1	461	215,25	491,2

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: FAO GLOBEFISH 2008

Las exportaciones chinas en el 2007 fueron de 215,25 TM, un 19,05 % de incremento por encima del 2006, con un valor que equivale a 34,45 TM más que en el 2006. El 80% de la producción de tilapia es consumida localmente, el 20% restante se lo destina a la exportación.

La industria de tilapia representa solamente el 5% del importe total de los ingresos de China.

A continuación se detallan las exportaciones chinas y sus mercados de destino:

Cuadro Nro. 17

EXPORTACIONES DE CHINA DE TILAPIA SEGÚN PAÍS DE DESTINO Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

País	2004	2005	2006	2007
Estados Unidos	62,9	80,9	105,0	122,0
México	15,9	16,3	32,9	39,3
Rusia	0,0	0,0	5,5	19,3
Israel	0,7	1,3	3,7	4,1
Alemania	0,0	0,7	1,7	1,2
Hong Kong	1,0	0,8	1,7	1,5
Bélgica	0,0	1,1	1,4	1,4
Puerto Rico	0,5	0,9	1,3	1,3
República Dominicana	0,1	0,5	1,0	1,4
Canadá	1,1	1,1	1,0	0,7
Otros	8,2	9,3	26,9	23,0
Total	90,4	112,9	182,1	215,2

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: FAO GLOBEFISH 2008

Las exportaciones chinas en el 2007 hacia EE.UU fueron de 122,0 TM, un 16,19% más que en el año 2006. El mercado de Estados Unidos representa el 56,69%, seguido de México con 18,26% del total de las exportaciones chinas en el 2007.

2.4.2.2 Competencia Directa para el Ecuador

En las exportaciones de filetes de tilapia fresca, la competencia del Ecuador son los países Centro Americanos como son: Costa Rica y Honduras.

Costa Rica, con su empresa Aquacorporación Internacional, la cual inició su actividad en la producción de tilapia en el año 1986. Tiene un crecimiento en su producción anual del 10%, sin embargo, la empresa no ha tenido un crecimiento en su capacidad instalada.

Por otro lado, Honduras cuenta con dos empresas que son: Aqua Corporación con capital hondureño, la cual tuvo algunos problemas en su etapa inicial tanto técnicos como de producción. Aqua Finca Saint Peter Fish, es la otra empresa, está cuenta con capital Suizo, la cual inició sus operaciones en el año 1997.

Cuadro Nro. 18

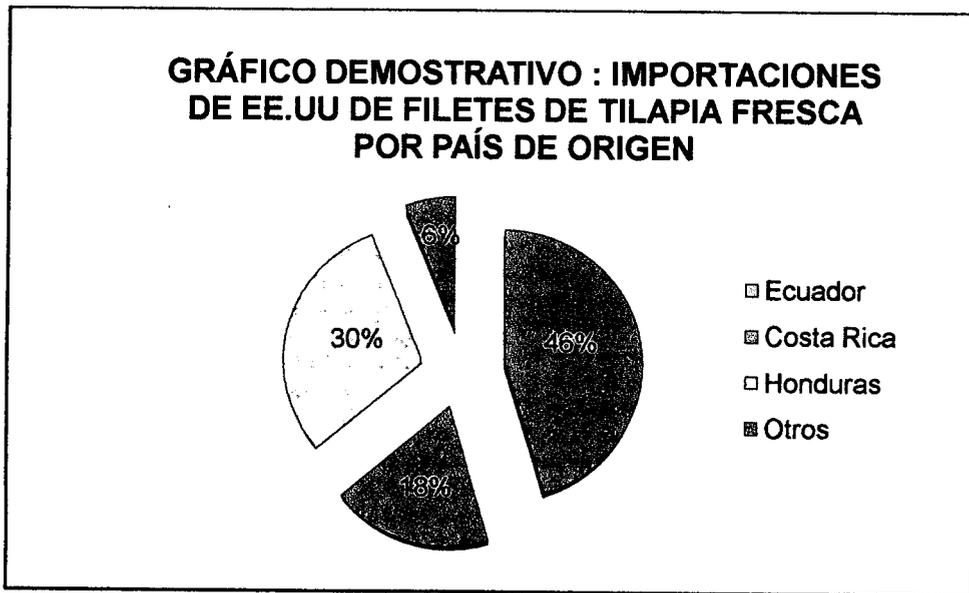
IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE FILETES DE TILAPIA FRESCA POR PAÍS DE ORIGEN

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

Países	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ecuador	3,3	4,9	6,6	9,4	10,2	10,6	10,9	11,9
Costa Rica	2,7	3,1	3,2	4,0	4,1	3,7	2,7	4,8
Honduras	1,0	1,4	2,9	2,9	4,0	6,6	7,3	7,9
China	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Taiwan PC	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Brasil	0,0	0,0	0,1	0,2	0,3	1,0	1,0	0,2
El Salvador	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,2	0,3
Panamá	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0
Otros	0,5	0,8	1,4	1,5	0,4	0,5	0,9	1,1
Total	7,5	10,2	14,2	18	19,5	22,8	23,1	26,2

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: FAO GLOBEFISH 2008

Gráfico Nro. 12



Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: FAO GLOBEFISH 2008

Entre los principales abastecedores de filetes de tilapia fresca se encuentra Ecuador con 45,42% de participación en las importaciones totales en el año 2007, seguido de Honduras y Costa Rica quienes representan el 30,15 y 18,32% respectivamente.

2.5 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha de filetes de tilapia fresca en la ciudad de Miami, se analizó el consumo potencial y el consumo aparente.

Cuadro Nro. 19**DEMANDA INSATISFECHA DE FILETES DE TILAPIA FRESCA EN MIAMI**
Unidad Métrica (Kilogramos)

Años	Consumo Potencial	Consumo Aparente Miami	Demanda Potencial Insatisfecha
2008	1.385.998,73	262.599,26	1.123.399,48
2009	1.552.764,93	286.156,98	1.266.607,95
2010	1.718.151,40	308.984,72	1.409.166,68
2011	1.885.708,11	331.744,53	1.553.963,58
2012	2.055.435,08	354.423,23	1.701.011,85
2013	2.227.332,30	377.025,34	1.850.306,96
2014	2.401.399,77	399.556,17	2.001.843,60
2015	2.577.637,49	422.021,11	2.155.616,38
2016	2.756.045,46	444.426,02	2.311.619,44
2017	2.936.623,68	466.776,29	2.469.847,40
2018	3.119.372,16	487.027,12	2.632.345,03

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

De acuerdo al análisis realizado, se observa en el Cuadro Nro. 19 que existe demanda insatisfecha en el mercado de Miami, lo que significa que hay oportunidades para que el producto ofertado por la empresa pueda ser consumido.

2.6 PRECIOS

2.6.1 Análisis de Precios

Cuadro Nro. 20

PRECIO PROMEDIO DE TILAPIA EXPORTADA A ESTADOS UNIDOS

PERIODO 1992 – 2008

Unidad Métrica (Kilogramos)

AÑOS	FILETE FRESCO	FILETE CONGELADO	ENTERO	PROMEDIO USD.
1992	\$5.04	\$3.18	\$1.48	\$1.78
1993	\$5.54	\$3.57	\$1.25	\$1.60
1994	\$5.41	\$2.77	\$1.26	\$1.76
1995	\$5.42	\$4.14	\$1.42	\$2.17
1996	\$5.65	\$4.40	\$1.57	\$2.26
1997	\$4.96	\$4.52	\$1.26	\$2.02
1998	\$4.75	\$4.44	\$1.01	\$1.82
1999	\$4.87	\$4.46	\$1.24	\$2.18
2000	\$5.93	\$4.48	\$1.21	\$2.51
2001	\$5.94	\$3.93	\$0.98	\$2.27
2002	\$5.76	\$3.96	\$1.08	\$2.59
2003	\$5.68	\$3.62	\$1.12	\$2.67
2004	\$5.98	\$3.29	\$1.09	\$2.63
2005	\$6,16	\$3,29	\$1,24	\$2,91
2006	\$6.41	\$3,28	\$1,49	\$3,05
2007	\$6.42	\$3.29	\$1.29	\$3,22
2008	\$6,53	\$3,30	\$1,42	\$3,18
Total	\$5.99	\$3.41	\$1.22	\$1.67

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: U.S. Foreign Trade Information, National Marine Fisheries Service, Office of Science and Technology, Fisheries Statistics and Economic Division.

Los precios internacionales de la tilapia se cotizan dependiendo del tipo de presentación que tenga el producto. Se estima que los importadores requieren un margen del 10 – 25% sobre los costos totales.³³

Los filetes de tilapia fresca en el mercado de Estados Unidos, tienen precios que oscilan entre \$ 4,99 USD a 6,99 USD la libra. El filete de tilapia congelado de buena calidad que proviene de Taiwán e Indonesia, tienen precios que oscilan entre USD 2.50 y USD. 3.00 la libra. La tilapia entera viva y fresca, es un mercado casi exclusivo de los productores norteamericanos, actualmente su precio oscila entre US \$ 1.25 y US \$ 1.50 la libra.

2.6.2 Precios a Nivel Productor, Mayorista y Detallista

Cuadro Nro. 21

PRECIOS A NIVEL PRODUCTOR, MAYORISTA Y DETALLISTA DÓLARES AMERICANOS

PRESENTACIONES	AL PRODUCTOR POND SIDE Kg	MAYORISTA WHOLESALE Kg	DETALLISTA RETAIL Kg
Vivo Entero	2.20 – 6.60	2.80 – 7.50	4.00 – 10.00
Entero Congelado	1.10 – 2.00	2.00 – 2.35	2.20 – 5.00
Entero Fresco	2.30 – 3.00	3.00 – 4.00	4.00 – 9.00
Filete Congelado	4.80 – 6.75	5.50 – 7.80	7.00 – 11.50
Filete Fresco	5.00 – 7.00	6.00 – 8.00	8.00 – 12.00

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: http://ag.arizona.edu/azaqua/ista/reports/TILAPIA_ROJA_08.doc

Como se observa en el Cuadro Nro. 21, los filetes de tilapia fresca presentan un precio de venta al por mayor que van entre 6.00 USD y 8.00 USD.

³³ http://www.ecuadorexporta.org/productos_down/perfil_producto_tilapia568.pdf

2.7 OFERTA DEL PROYECTO

De acuerdo a la demanda insatisfecha estimada, la empresa comercializadora de filetes de tilapia 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 60.000 libras anuales que equivale al 2,4% del mercado. Al término del 5 año de vida del proyecto se estableció captar el 3,6% del mercado de Miami.

Cuadro Nro. 22

PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO DE FILETES DE TILAPIA FRESCA EN EL MERCADO DE MIAMI

Años	DEMANDA INSATISFECHA	% a Cubrir	Oferta del Proyecto KG	Oferta del Proyecto Lbs
Y (2008)	1.123.399,48	2,4%	27.272,73	60.000,00
Y (2009)	1.266.607,95	2,7%	34.198,41	75.236,51
Y (2010)	1.409.166,68	3,0%	42.275,00	93.005,00
Y (2011)	1.553.963,58	2,3%	51.280,80	112.817,76
Y (2012)	1.701.011,85	3,6%	61.236,43	134.720,14

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

CAPÍTULO III

3.- ESTUDIO TÉCNICO

3.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Se analizará la macro y micro localización del proyecto. Para el análisis respectivo se debe tener en cuenta aspectos como: disponibilidad y costo de terrenos, servicios de transporte, abastecimiento de servicios públicos, cercanía a los proveedores, disponibilidad de mano de obra, entre otros.

3.1.1 Macro localización

La empresa comercializadora estará ubicada en la Provincia del Guayas, en el Cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui, en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

El perímetro seleccionado para la ubicación de la empresa está comprendido por las siguientes avenidas: Av. Francisco de Orellana, Av. Presidente Jaime Roldós Aguilera y Av. De las Américas.

La ubicación de la empresa cuenta con vías de acceso de primer orden facilitando así, el proceso de exportación, además, dispone de los servicios básicos: agua, electricidad, alcantarillado, teléfono y transporte público de la ciudad.

3.1.2 Micro localización

Se analizará las alternativas con las que disponemos para la ubicación adecuada de la empresa, los mismos que garantizarán las condiciones necesarias para su funcionamiento, considerando los factores que se deben evaluar antes de decidir donde se localizará la empresa como son:

- **Factores Decisivos o Imprescindibles.**

Cercanía del mercado.- El mercado que la empresa quiere acceder es Estados Unidos, los sectores escogidos son: Ciudadela La Alborada, Ciudadela Kennedy y Ciudadela La Garzota, estos sectores están cerca del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo, facilitando los trámites de exportación del producto.

Proximidad a proveedores.- Los proveedores de nuestro producto están localizados en los cantones: Guayaquil, Naranjal, Samborondón, Daule y El Triunfo y cuentan con una red vial estable de buen estado, facilitando el transporte de la mercadería hasta el Aeropuerto de José Joaquín de Olmedo en la ciudad de Guayaquil.

Disponibilidad de terrenos y costos.- La empresa debe seleccionar un lugar que cuente con instalaciones adecuadas para que el desempeño de los trabajadores sea favorable, eficiente y oportuno.

- **Factores No Críticos**

Existencia de vías de comunicación y transporte.- El sector seleccionado para la ubicación y funcionamiento de la empresa, cuenta con numerosos viaductos e intercambiadores de tráfico (pasos elevados) los cuales permiten el ingreso a las principales avenidas y calles de la ciudad.

Existencia de infraestructura pública e infraestructura para servicios de televisión pagada, internet, entre otros.- El sector seleccionados para la ubicación de la empresa cuenta con todos los servicios públicos, además, pueden acceder a servicios privados, los mismos que ayudarán a un mejor desarrollo dentro de la empresa.

- **Factores Coadyuvantes o Adicionales**

Condiciones Meteorológicas.- La ciudad de Guayaquil está ubicada en la zona ecuatorial, tiene una temperatura cálida durante casi todo el año. La temperatura promedio oscila entre los 20 y 27 °C.

Disponibilidad de servicios bancarios y seguridad.- La zona seleccionada cuenta, además con agencias bancarias que facilitarán las transacciones financieras que realizará la empresa.

La seguridad dentro de la zona está garantizada ya que operan servicios de guardias privados.

3.1.3 Matriz de los Factores de Localización

Para establecer la ubicación óptima del proyecto se utilizará la “Matriz Ponderada de los Factores de Localización”, la misma que está clasificada en tres categorías con sus respectivas asignaciones de peso o importancias relativas de acuerdo a los parámetros establecidos.

- Factores Decisivos o Imprescindibles (60%)
- Factores No Críticos (30%)
- Factores Coadyuvantes o Adicionales (20%)

A continuación se detalla la “Matriz Ponderada de los Factores de Localización”, con las calificaciones correspondientes:

Cuadro Nro. 23

MATRIZ PONDERADA DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	Peso	Cdla. Alborada		Cdla. Kennedy		Cdla. La Garzota	
		Puntaje	Puntaje Ponderado	Puntaje	Puntaje Ponderado	Puntaje	Puntaje Ponderado
Factores Decisivos o Imprescindibles	55%						
Cercanía del mercado	10%	1	0,10	1	0,10	1	0,10
Proximidad a proveedores	30%	2	0,60	2	0,60	2	0,60
Disponibilidad de terrenos y costos	15%	4	0,60	5	0,75	3	0,45
Factores No Críticos	25%						
Existencia de vías de comunicación y transporte	15%	5	0,75	5	0,75	5	0,75
Infraestructura pública y privada como: televisión pagada, internet, entre otros	10%	5	0,50	5	0,50	5	0,50
Factores Coadyuvantes o Adicionales	20%						
Condiciones Meteorológicas	5%	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Disponibilidad de servicios bancarios y seguridad	15%	4	0,60	5	0,75	4	0,60
TOTAL	100%		3,40		3,70		3,25

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Propia

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

3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del presente proyecto está basado en la disponibilidad que tienen los proveedores de filetes de tilapia fresca y de los requerimientos de compra por parte de los consumidores.

Se debe indicar que la empresa comercializadora ofrece un producto que es perecible, por lo tanto, la empresa no puede tener almacenado los filetes de tilapia, ya que los requerimientos del comprador en el extranjero es entregar el producto en estado fresco.

El tamaño del proyecto está vinculado con la oferta y demanda del producto. El tamaño óptimo debe satisfacer la demanda del producto para que la empresa obtenga los mejores resultados para los inversionistas.

3.2.1 Diseño y distribución

La empresa está diseñada solo para funciones administrativas ya que el producto es transportado directamente desde la planta procesadora del proveedor hasta el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo en la ciudad de Guayaquil hacia su destino final.

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 sus actividades diarias y su rendimiento se traduce en beneficio para la empresa.

Dentro de las instalaciones, la empresa contará con una recepción, sala de espera, cafetería y sala de junta para sus directivos. *Ver Anexo 5*

3.2.2 Opciones de compra o arrendamiento

En la etapa de iniciación del proyecto se ha considerado arrendar un espacio físico de 92m², los mismos que son suficientes para el giro del negocio. *Ver Anexo 6*

La ubicación seleccionada es en la Ciudadela Kennedy ya que es uno de los lugares que tiene un gran sector comercial, bancario y de negocios de la ciudad de Guayaquil, los arriendos en esta zona tienen un costo que van desde \$ 450 USD. hasta \$1.800 USD dependiendo del espacio físico y de la ubicación de las oficinas en edificios exclusivos que se requiera, además, 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

En esta etapa se describe el proceso productivo desde la compra de los insumos o materias primas hasta obtener el producto terminado. Se debe determinar los requerimientos de maquinarias y equipos, distribución en la planta, necesidades de mano de obra, entre otras.

Este proyecto es una empresa comercializadora y se dedica solo a la exportación de filetes de tilapia, 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 Obligaciones para exportar filetes de tilapia fresca

Todo exportador debe tener en cuenta los requisitos que debe cumplir para acceder al mercado de los Estados Unidos tales como:

- Cumplimiento de los estándares de la FDA en cuanto a pureza, identidad y procesado.
- Cumplimiento de los procedimientos de entrada y notificación a la FDA.
- Requisitos de aduanas especiales para los productos de pesca.
- Cumplimiento de los requisitos de importación y cuarentena para las especies vivas determinadas por: Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), Servicio de Inspección de Salubridad Animal y Vegetal (APHIS) y Servicio de Pesca y Fauna de Estados Unidos.³⁴

³⁴ Organismo a cargo de la importación de pescados y mariscos: FDA; Importación de especies vivas: APHIS

Los países que exportan productos pesqueros a los Estados Unidos tienen dos formas de ingreso:

1. Tener un acuerdo suscrito con la FDA sobre pescados y mariscos.
2. Implementar un sistema para la seguridad en la producción de pescados y mariscos.

Por otra parte, los productos pesqueros que son exportados a Estados Unidos requieren de:

- FDA Importers Entry Notice, Notificación de entrada de la mercancía a la FDA, Formulario FD701.
- Requisitos de cuarentena establecidos por la USDA.
- Declaración del importador.
- El etiquetado debe identificar el producto por su nombre en Estados Unidos.
- La FDA solicita que cada exportador de pescado tenga un plan de HACCP (Hazard Analysis at Critical Control Points).
- En el empaque y presentación, el pescado fresco y congelado debe ir en cajas de icopor.

Además, los exportadores deben tener en cuenta que la FDA prohíbe el uso de colorantes artificiales para mejorar la apariencia del producto, solo se puede usar aquellos conservantes autorizados por este organismo. De la misma manera se prohíbe la sustitución de una clase de pescado por otra.

3.3.2 Control de Calidad en la obtención de filetes de tilapia fresca

3.3.2.1 Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control. (HACCP)

Las plantas procesadoras además de cumplir con las normas nacionales e internacionales, deben contar con el sistema “Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control” HACCP, (Hazard Analysis at Critical Control Points) y con los requerimientos solicitados por los compradores del producto.

La utilización del sistema HACCP, está siendo implementado en muchos países en la producción de alimentos, la principal razón para que se utilice este sistema es la responsabilidad que tiene el productor en la calidad total del producto que ofrece.

El sistema HACCP fue introducido por microbiólogos hace más de 20 años atrás, con el propósito de aumentar la seguridad en la calidad de los productos.

Los elementos del sistema HACCP son:³⁵

- A. Identificación de los peligros potenciales.
- B. Evaluación del riesgo (probabilidad) de ocurrencia.
- C. Determinación de los Puntos Críticos de Control (PCC).
- D. Establecimiento de los criterios (tolerancias, nivel objetivo) que se deben alcanzar para asegurar que el PCC está bajo control.
- E. Establecimiento de un sistema de vigilancia.

³⁵<http://www.fao.org/docrep/v7180s0b.html>.

- F. Establecimiento de acciones correctivas cuando el PCC no esté bajo control.
- G. Establecimiento de un procedimiento de verificación.
- H. Establecimiento de un sistema de mantenimiento de la documentación y de los datos.

3.3.2.2 Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) en la producción y procesamiento de productos pesqueros.

Todas las plantas procesadoras de tilapia en el Ecuador tienen un sistema de control, cada una de estas cumplen con las exigencias de la FDA, Departamento de Veterinaria de la Unión Europea, organizaciones de protección al consumidor de Japón y organizaciones de inspección de Canadá.

A continuación se detalla los peligros y puntos críticos de control en la producción y procesamiento de productos pesqueros.

Cuadro Nro. 24

**PELIGROS Y PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL (PCC) EN LA PRODUCCIÓN
Y EL PROCESAMIENTO DE FILETES SIN HUESO, FRESCOS Y
CONGELADOS**

Flujo de proceso	Peligro	Medida preventiva	Grado de control
PESCADO VIVO	Contaminación (químicos, patógenos entéricos) biotoxinas	Evitar la pesca en áreas contaminadas y áreas donde prevalecen biotoxinas	PCC-2
CAPTURA			
MANIPULACIÓN DE LA CAPTURA	Crecimiento bacteriano "desgajado" de los	Tiempos de manipulación cortos	PCC-1
	Decoloración	Evitar manipulación	PCC-2
ENFRIAMIENTO	Crecimiento de bacterias	Baja temperatura	PCC-1
DESEMBARCO			
RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA A LA PLANTA	Entrada a producción de calidades subnormalizadas	Asegurar una fuente confiable (plan HACCP a bordo o lista de proveedores confiables) Evaluación sensorial	PCC-2
ENFRIAMIENTO	Crecimiento de bacterias (deterioración)	Asegurar bajas temperaturas	PCC-1
PROCESAMIENTO:			
Descongelado			
Lavado			

Fileteado Desollado, molienda	Pedazos de piel, huesos y membranas en los filetes	Ajuste apropiado de la maquinaria. Formación del personal	PCC-2
Trasluz	Parásitos visibles	Asegurar una adecuada intensidad de luz en la mesa de inspección. Cambio frecuente del personal	PCC-2
Pesaje	Pesos bajos/sobrepeso	Asegurar precisión/exactitud de los equipos de pesaje	PCC-1
Empaque	Deterioro durante el almacenamiento (fresco/congelado)	Asegurar que el material de empaque y el método son adecuados.	PCC-2
Todas las fases de elaboración	Crecimiento bacteriano Contaminación (bacterias entéricas)	Tiempos cortos de proceso	PCC-1
		Higiene y saneamiento de la planta	PCC-2
		Calidad del agua	PCC-1
ALMACENAMIENTO ENFRIADO/CONGELADO	Deterioro	Asegurar la temperatura (baja)	PCC-1

Fuente: www.fao.org

Se designa un PCC-1 cuando un peligro es controlado completamente y un PCC-2 cuando un peligro se puede disminuir pero no se puede controlar completamente.

La identificación de todos los peligros, defectos y puntos críticos de control permiten establecer un sistema adecuado de vigilancia y verificación en cada uno de estos puntos, considerando los siguientes aspectos:

- Describir punto por punto las medidas de control, frecuencia del control y nominación de la persona responsable.
- Establecer los límites críticos para cada una de las medidas de control.
- Registrar y mantener todas las acciones y observaciones.
- Establece un plan de acciones correctivas.

3.3.3 Proceso Productivo

3.3.3.1 Recepción de la Materia Prima

Cuando los peces se encuentran aptos para ser procesados, se procede a extraerlos de la mejor manera con ayuda del equipo de embarque. Los camiones descargan la materia prima en las piletas de recepción.

Antes de comenzar el proceso para la obtención de filetes de tilapia, el tanque de aclimatación debe ser llenado con agua suficiente, esta agua debe ser enfriada hasta una temperatura de 10° C menor al agua de las piscinas de recepción.

3.3.3.2 Línea de Proceso

El personal encargado para dar inicio al proceso, solicita materia prima al personal de las piletas de recepción, los mismos que utilizan una bomba para peces para el envío interrumpido de materia prima. Los peces caen al tanque de aclimatación donde permanecerán por un lapso de tiempo.

Adjunto al tanque, se encuentra una parrilla seleccionadora, en la cual se separan los peces grandes y pequeños. Los peces grandes son desangrados mediante el corte unilateral, el mismo que es hecho por el personal encargado de esta sección.

A continuación, los peces son enviados a una tómbola para que expulsen la mayor cantidad de sangre, en la cual permanecerán por algunos minutos. Al finalizar este proceso, los peces caen en canastas de acero inoxidable que se encuentran bajo el agua, donde son pesados y registrados en una balanza electrónica.

Gráfico Nro. 13

MAQUINA DE CORTE, DESANGRADO Y CLASIFICACIÓN



Fuente: www.aquaculture.co.il

3.3.3.3 Descamado

El descamado consiste en quitar manual o mecánicamente las escamas del pescado. Se debe tener en cuenta que este proceso se realiza antes de hacer algún corte al pescado, con el propósito de evitar que las escamas se adhieran a la carne del pescado.

En la tómbola descamadora, los peces giran por un tiempo determinado para que pierdan las escamas. Una vez realizado el descamado se procede a cortar la cabeza y cada tilapia es eviscerada mediante la utilización de un sistema de vacío.

3.3.3.4 Fileteo

En esta sección se procede a cortar los peces en dos partes iguales longitudinalmente. Inmediatamente los dos filetes son enviados a la máquina para separar la piel y después son transportados a las mesas de recorte.

Gráfico Nro. 14

MAQUINA DE DESOLLE



Fuente: www.aquaculture.co.il.

En la mesa de recorte, los filetes de tilapia pasan a ser desespinaados, el personal a cargo de esta sección procede a eliminar el pin bon que corresponden a 6 pares de espinas sobre la línea lateral anterior. En esta sección también se da el acabado al filete, es decir los cortes específicos dependiendo del pedido de los clientes.

Gráfico Nro. 15

MESA PARA PREPARACIÓN DE FILETES



Fuente: www.aquaculture.co.il

3.3.3.5 Maquillado

Los encargados de esta sección en la mesa de revisión y chequeo, hacen una verificación minuciosa de la calidad de los filetes, correspondientes a textura de la carne, cortes, escamas, piel, etc. Además, se controla que no existan residuos de corazón o riñón.

3.3.3.6 Enfriado

En este paso, cada uno de los filetes son pre enfriados. El proceso consiste en utilizar hielo y sumergir los filetes en los respectivos contenedores por un tiempo determinado. Después cada filete pasa por una banda transportadora sensible al peso en la cual se separa

por tallas en unidades de onzas los filetes y son recibidos en canastas para ser enfriados y pasan lentamente por un sistema de túnel enfriado.

Gráfico Nro. 16

MÁQUINA PARA CLASIFICACIÓN DE PESCADOS



Fuente: www.aquaculture.co.il

El principal riesgo en esta etapa es el deterioro del producto, es necesario un control continuo de la temperatura o verificación del hielo. La precisión de los termómetros debe ser controlada regularmente por la persona encargada de esta sección.

Gráfico Nro. 17

MAQUINA PARA REFRIGERACIÓN DE TILAPIA



Fuente: www.aquaculture.co.il

3.3.3.7 Empaque

Al finalizar las fases anteriores, continua la fase de entrega del producto, este se basa principalmente en el tipo de pedido tomado por el departamento de ventas, mediante el cual se detalla los requerimientos del comprador, estos pueden ser: tipo de embalaje, peso por cajas, producto fresco o congelado, tipo de corte, etc.

Dentro de las obligaciones que tiene el exportador con la FDA para ingresar al mercado de los Estados Unidos, se requiere que el empaque y presentación del pescado fresco debe ir en cajas de icopor para mantener la temperatura y calidad del producto.

Además, el poliestireno expandido se utiliza porque es un material fisiológicamente inofensivo, que no favorece el crecimiento de hongos y bacterias que provocan la descomposición orgánica del pescado. Presenta un olor y sabor neutro.

Las cajas isotérmicas de poliestireno que se utilizan para el empaque de productos pesqueros frescos, tienen un espesor en las paredes de las cajas que fluctúan entre 2 a 3 cm.

Para mantener el producto fresco en el interior de las cajas isotérmicas, se colocan bolsas selladas de gel de hielo que permiten aumentar y prolongar la capacidad de frío en las cajas. Las cajas deben ser pre enfriadas a 0° C antes de colocar el producto.

Cada caja de icopor será protegida por una caja de cartón corrugado de doble pared y serán etiquetadas con el nombre común del producto, en este caso, “fish” ya que el nombre debe estar en inglés, además, el países de origen y especificar que el producto es de acuicultura o de mar.

FILETES DE TILAPIA EMPACADOS



Fuente: www.aquaculture.co.il

3.3.3.8 Almacenamiento

Cuando las cajas y los máster son cerrados y verificados contra la lista de pedido, son movilizados hacia el área de bodegas. La bodega para el producto fresco debe mantener la cadena de frío con una temperatura de 0 a 1° C y mantener el producto en refrigeración por un tiempo no mayor a 12 horas.

3.3.3.9 Sección Carga

El personal encargado de la bodega ayuda a ubicar los máster dentro del contenedor del camión para ser transportado.

3.3.3.10 Transporte

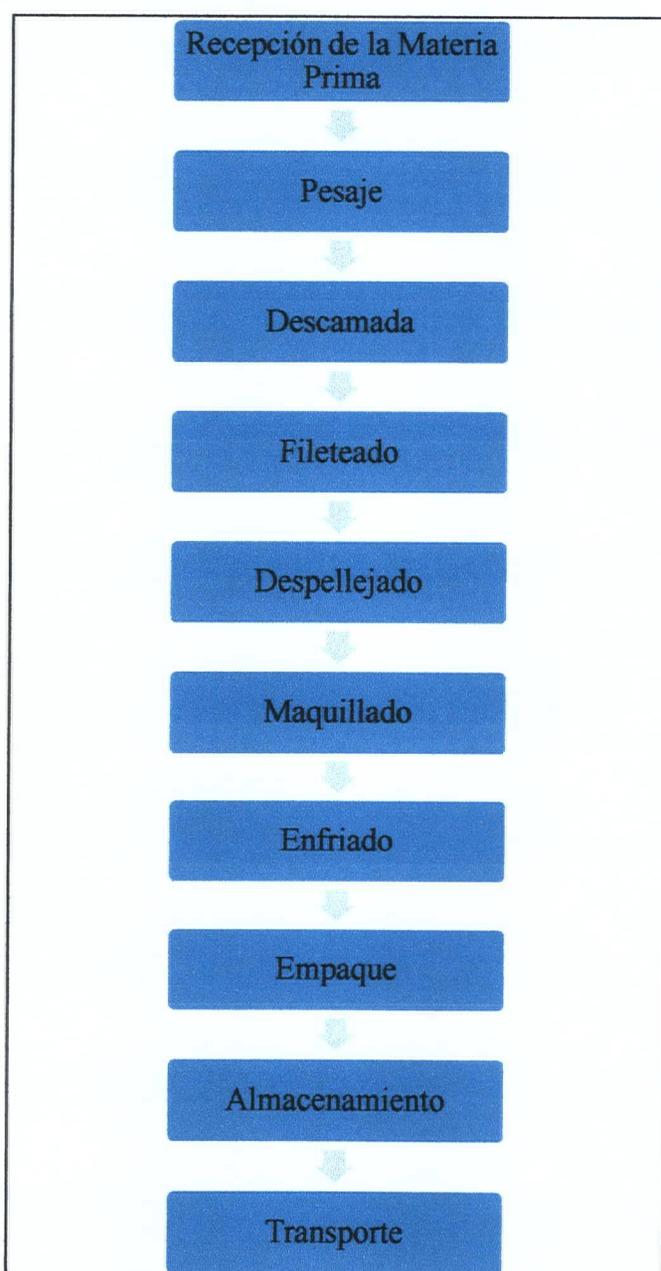
Después de finalizar el proceso de obtención de filetes de tilapia, este será transportado a las bodegas del comprador o al lugar que se haya indicado, esto puede ser puertos o aeropuertos para que el producto pueda ser comercializado.

3.3.3.11 Sección de Desechos

En cada sección que va pasando la tilapia durante el proceso se genera desechos tales como: escamas, vísceras, esqueletos, cabezas, pin bon, espinas y pieles, los mismos que son llevados a esta sala para luego ser vendidos a las empresas que utilizan estos subproductos para que los procesen y comercialicen.

Gráfico Nro. 19

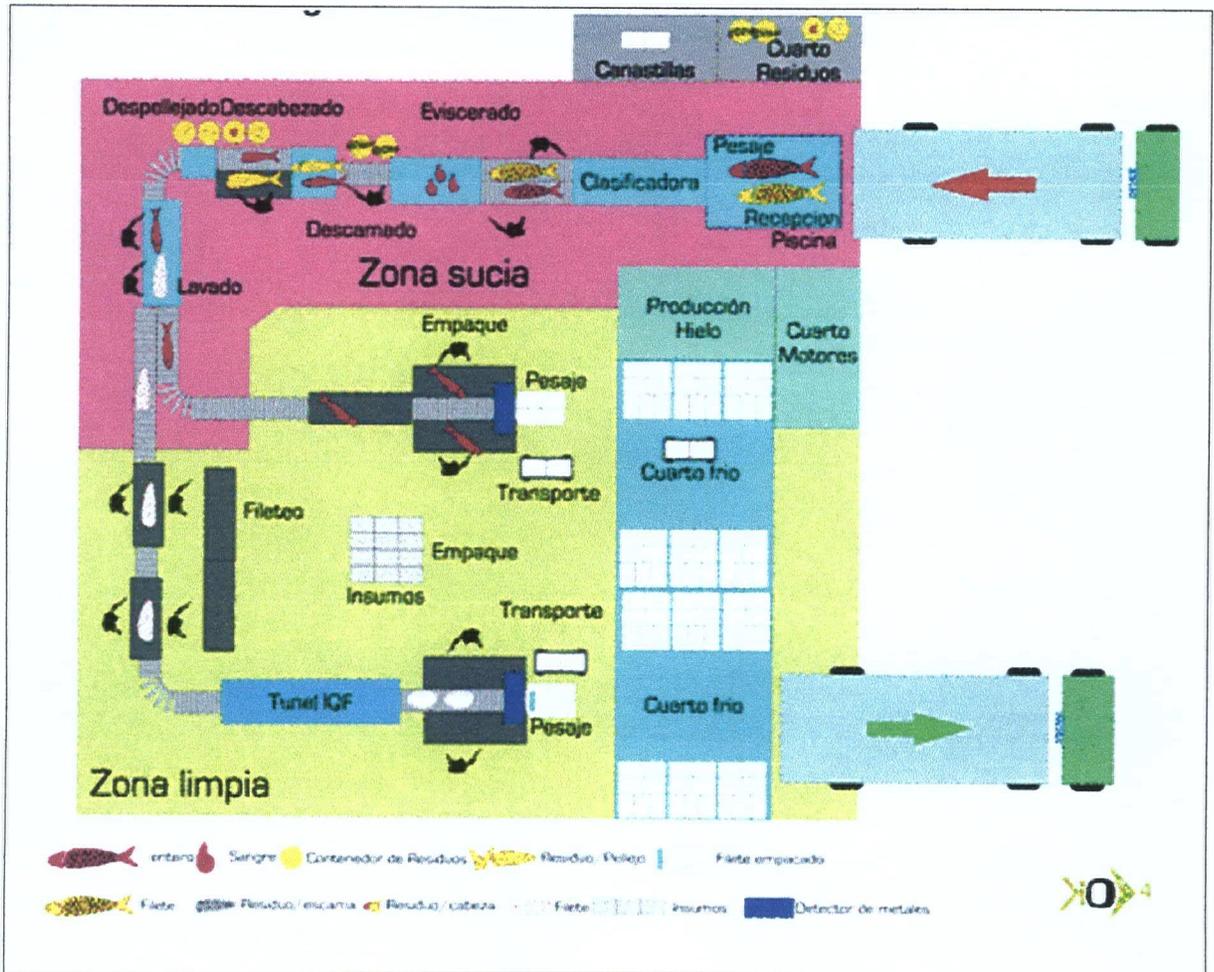
DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



Elaborado por: Valeria Pavón

Gráfico Nro. 20

ESQUEMA DE LA PLANTA PROCESADORA DE FILETES DE TILAPIA FRESCA



La distribución de la planta procesadora de tilapia debe brindar las condiciones básicas y un ambiente agradable para que cada uno de los trabajadores se desenvuelvan de la mejor manera y se aproveche el rendimiento máximo de cada uno de ellos.

3.4 COMERCIALIZACIÓN DE LOS FILETES DE TILAPIA FRESCA

3.4.1 Proveedores

Los proveedores del producto serán todas las empresas procesadoras de filetes de Tilapia fresca de la Costa ecuatoriana, principalmente de la Provincia del Guayas de las localidades de Taura, Samborondón, Chongón, Daule y El Triunfo. Las plantas procesadoras de esta zona cumplen con los requisitos antes mencionados y garantizan la calidad del producto.

Se seleccionó los proveedores de esta zona, ya que por su cercanía al Aeropuerto José Joaquín de Olmedo, ubicado en la ciudad de Guayaquil, facilitará las operaciones logísticas para que el producto pueda ser exportado.

Cabe indicar que en el caso de que no se pueda contar con la producción de la Costa se recurrirá a los productores del Oriente ecuatoriano. Las empresas procesadoras que cumplan con los requisitos estipulados por la FDA y los Organismos de Control del Ecuador, serán los proveedores de filetes de tilapia fresca para la empresa comercializadora.

Las empresas proveedoras de filetes de tilapia para el proyecto son:

Cuadro Nro. 25

EMPRESAS PROVEEDORAS DE FILETES DE TILAPIA FRESCA

Nro.	Empresas
1	Industrial Pesquera Santa Priscila
2	Produmar
3	Aquamar

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Propia

Las empresas proveedoras de filetes de tilapia fresca cuentan con un buen sistema de control de calidad aprobada por parte de la FDA; así como el cumplimiento de las normas de control HACCP, y las establecidas en los sistemas ISO 9000 e ISO 8402.

La cantidad requerida que la empresa necesita para exportar a los Estados Unidos está cubierta por los proveedores ecuatorianos ya que cuenta con la suficiente producción para cubrir con el requerimiento de la empresa.

Gráfico Nro. 21

ZONAS DE CULTIVO DE TILAPIA EN EL ECUADOR



Fuente: www.globefish.org

3.4.2 Compradores

Dentro de la comercialización internacional de tilapia en el mercado de los Estados Unidos, existen empresas que han tenido un gran reconocimiento por su amplia capacidad de comercialización, colocando el producto durante los 365 días del año en el mercado norteamericano.

Las empresas que se dedican a la comercialización de tilapia en el territorio norteamericano, han logrado que este producto se encuentre entre los cinco productos del mar preferidos por los consumidores norteamericanos.

Nuestro principal comprador de filetes de tilapia fresca será la empresa “Tropical Aquaculture Products Inc”, ya que se encarga de la comercialización de la mayoría de la producción proveniente del Ecuador. *Ver Anexo 7*

La empresa “Tropical Aquaculture Products Inc”, se encargará de la distribución del producto en el mercado de los Estados Unidos a las diferentes cadenas de supermercados, distribuidores de multiproductos y cadenas de restaurantes.

Los términos de negociación que han acordado tanto el exportador como el importador se detallan a continuación.

3.4.3 Incoterms

Son términos de negociación internacional, regido por la Cámara de Comercio Internacional, los cuales permiten determinar las responsabilidades del importador y exportador dentro del proceso de comercio exterior.

Algunos de los puntos que se negocian son:

- Lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y para el transporte.
- Quien contrata y paga el seguro de la mercadería.
- Donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- Documentos que debe tramitar cada una de las partes.

En las negociaciones por parte del exportador e importador se acordó utilizar el Incoterms CFR, la empresa comercializadora de filetes de tilapia fresca cubrirá todos los costos, flete, trámites de exportación de la mercadería hasta el lugar convenido de entrega del producto. En este caso el destino final es el Aeropuerto Internacional de Miami.

Cuando la mercadería llega a los Estados Unidos, el importador es el responsable de realizar todos los trámites de desaduanización para que el producto pueda ser distribuido. Además, el importador debe contratar el seguro durante todo el proceso de exportación para prevenir algún daño o pérdida de la mercadería.

Se acordó el Incoterms CFR, ya que el importador puede realizar directamente la inspección del estado de la mercadería junto con la empresa aseguradora y verificar si existe algún daño o pérdida de la mercadería, esto facilitará en el proceso de comercio exterior y el exportador, en este caso, la empresa comercializadora de filetes de tilapia va a tener menos responsabilidad en la logística internacional.

Es recomendable tener en claro el buen manejo del término de negociación ya que facilitará en la logística del producto y sobre todo evitar algún inconveniente legal entre las partes.

3.4.5 Logística Internacional

3.4.5.1 Entrega del Producto en el Ecuador

La planta procesadora de filetes de tilapia fresca entregará el producto de acuerdo a las características especificadas por parte del comprador en las bodegas de la planta, las cuales son:

- Producto fresco y fileteado
- El peso establecido de cada filete de tilapia debe ser de 3 a 5 onzas.
- El tipo de corte que se requiere es un prime cut (corte uniforme de solo carne, sin piel ni huesos).
- El empaque para el producto son cajas de icopor, protegidas por cajas de cartón corrugado de doble pared.
- Cada caja debe contener 4,54 kilogramos (10 libras) del producto.
- El etiquetado de cada caja debe constar el nombre del producto en inglés, país de origen y especificar que el producto es de acuicultura o de mar.
- La cantidad que se requiere es de 5.000 libras mensuales, el número de cajas al mes son 500 unidades, las mismas que se distribuirán cada quince días del mes, por lo

tanto, se realizará dos envíos de 250 cajas cada uno hacia el mercado estadounidense.

3.4.5.2 Transporte Interno en el País de Origen

El transporte interno está a cargo de la empresa comercializadora ya que se estableció que el producto será entregado en las bodegas de la planta procesadora.

La empresa ha decidido rentar el transporte interno, esto se debe a que solo se necesitará el transporte los días que la empresa debe enviar el producto a los Estados Unidos, además, con esta decisión la empresa no tendrá que adquirir gastos extras por la compra de un camión.

Cuando se rente el transporte, este debe contar con un sistema de enfriamiento y refrigeración para mantener el producto. El producto será transportado hacia el aeropuerto José Joaquín de Olmedo en la ciudad de Guayaquil.

En el aeropuerto 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.

3.4.5.3 Transporte Internacional

Los filetes de tilapia fresca son transportados vía aérea desde el aeropuerto José Joaquín de Olmedo en la ciudad de Guayaquil hasta el Aeropuerto Internacional de Miami.

El tiempo de viaje es de 4 horas una vez que la mercadería se encuentra embarcada en las bodegas del avión. Entre las aerolíneas que prestan este servicio son: Fine Air, Arrow, Lan Chile y otras de carga refrigerada. La aerolínea contratada por la empresa es Lan Chile.

Los daños que pueda sufrir la mercadería durante el transporte internacional y en las operaciones de carga y descarga, correrán a cargo del importador, ya que es el encargado de contratar un seguro para prevenir algún riesgo de pérdida durante la movilización del producto.

3.4.5.4 Entrega del Producto en Los Estados Unidos

De acuerdo a los términos de negociación acordados por ambas partes, el producto debe ser entregado en el Aeropuerto Internacional de Miami.

Hasta la entrega del producto en el destino pactado es responsabilidad del exportador con excepción del seguro, de ahí en adelante todos los trámites y distribución del producto la asume el importador.

3.5 PROCESO DE EXPORTACIÓN³⁶

3.5.1 Trámites y Requisitos de Exportación

Los requisitos que la empresa comercializadora debe cumplir para ser exportador son:

³⁶ www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html

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

Los documentos que se debe presentar en el momento de la exportación de los filetes de tilapia fresca son:

- **Factura comercial original**

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

- a) Lugar, fecha y nombres del comprador y del vendedor.
- b) Nombre del aeropuerto de destino.
- c) Fecha y origen de la mercadería, nombres del embarcador y destinatario. Si la carga es a consignación mencionarlo.
- d) Descripción de la mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura.
- e) Subpartida arancelaria
- f) Forma de pago.

- **Lista de Bultos**

La lista de bultos describe el producto dentro de la caja, embalaje, dimensiones y peso. Este documento debe ser adjuntado con el resto de documentos para enviar al importador.

- **Autorizaciones previas**

Para la exportación de filetes de tilapia fresca se requiere de los siguientes certificados y autorizaciones:

- a) **Certificado Sanitario.-** La exportación de productos pesqueros obliga el Certificado Ictiosanitario, que se adquiere en el Instituto Nacional de Pesca.
- b) **Certificado HACCP.-** Para la exportación de productos pesqueros y acuícolas se requiere del cumplimiento del certificado de “Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control” (HACCP), emitido por el INP.

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

Estas exenciones aduaneras cubren las siguientes partidas arancelarias: pescado vivo (0301); pescado, fresco o en frío (0302); pescado congelado (0303); filetes y otra carne de pescado fresco, en frío o congelado (0304); y pescado seco (0305).

- **Documento de Transporte**

El documento utilizado en el transporte aéreo es el Air Way Bill (Guía Aérea). Este documento manifiesta que la mercadería ha sido embarcada y certifica la pertenencia de la misma a la persona consignada en el documento.

3.5.2 Procedimiento para Exportar en la Aduana

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

- **Fase de Pre- Embarque**

El Agente de Aduana es el encargado de transmitir electrónicamente la información a través de la página web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana la intención de exportación utilizando el formato electrónico de la Orden de Embarque.

En la orden de embarque se debe registrar los datos del exportador, descripción de la mercadería, cantidad, peso y factura provisional. Cuando esta orden es aceptada por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), la mercadería puede ser llevada al recinto aduanero para que ingrese a la Zona Primaria y sea embarcada.

- **Fase de Embarque**

En esta fase, la empresa transportista transmite la información de los manifiestos de carga de exportación con los documentos de transportes respectivos, a través de la página web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

- **Fase de Post- Embarque**

El agente de aduanas tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación por medio de la transmisión definitiva de la Declaración Aduanera Única (DAU).

El plazo para los productos perecibles en estado fresco es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia de la orden de embarque.

El SICE compara la información de la DAU con el manifiesto de carga, si los datos son correctos, se envía un mensaje de aceptación al agente de aduana y la DAU es legalizada.

En el Departamento de Exportaciones del Distrito por donde salió la mercadería, el agente de aduana debe presentar los siguientes documentos:

1. DAU impresa
2. Orden de embarque impresa
3. Factura comercial definitiva
4. Documentos de transporte
5. Originales de Autorizaciones Previas
6. Corpei.

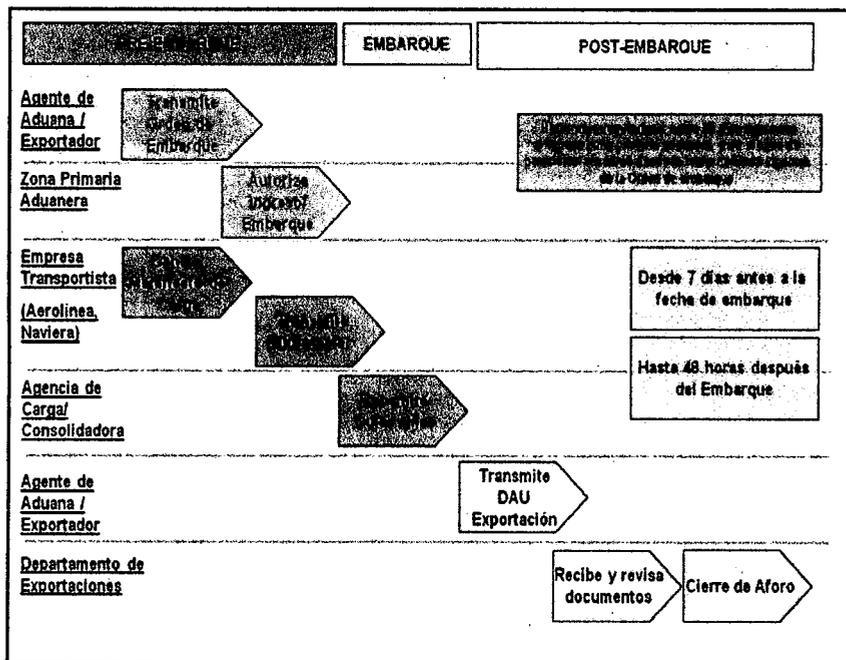
3.5.3 Corpei

El exportador tiene un pago adicional de acuerdo a lo establecido en la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI), en su Art. 22; literal e; que establece:

e) “Las cuotas redimibles del 1.5 por mil (uno punto cinco por mil) sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado; excepto aquellas de US \$ 3.333,00 (tres mil trescientos treinta y tres dólares de los Estados Unidos de América) o menores, las cuales deberán aportar US \$ 5,00 (cinco dólares de los Estados Unidos de América); del 0.50 por mil (cero punto cincuenta por mil) del valor FOB de las exportaciones de petróleo y sus derivados, y del 0.25 por mil (cero punto veinticinco por mil) sobre el valor FOB de toda importación, excepto aquellas menores a US \$ 20.000,00 (veinte mil dólares de los Estados Unidos de América), las cuales deberán aportar US \$ 5,00 (cinco dólares de los Estados Unidos de América). Estas cuotas redimibles serán entregadas por los exportadores de bienes y servicios al momento de la venta de las divisas y por los importadores de mercaderías y servicios a la presentación del documento único de importación en los bancos y entidades financieras del país en que se instrumenten las referidas transacciones, quienes acreditarán diariamente los valores correspondientes en las cuentas, que para tal efecto abrirá en dichas instituciones financieras la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, CORPEI.....”

Gráfico Nro. 22

PROCEDIMIENTO PARA LA EXPORTACIÓN



Fuente: www.aduana.gov.ec

3.5.4 Requisitos de Ingreso a los Estados Unidos³⁷

En los Estados Unidos se contrata un despachante de aduanas para la realización de la declaración reglamentaria de aduanas (formal entry). Los derechos de trámite son del 0,21% sobre el valor FOB de la mercadería.

Los filetes de tilapia fresca deben ser procesados en un establecimiento certificado bajo normas HACCP como requisito principal para que el producto ingrese al mercado estadounidense.

³⁷ <http://ccex.e-camara.net/mnt/descargas/PERFIL%20TILAPIA%20EE.UU.doc>

Se requiere de una licencia para importar pescado o marisco en la Florida. Los organismos que emiten esta licencia son el Customs and Border Protection y la Administración de Drogas y Alimentos (FDA) y se solicita:

1. Marcas visibles con el nombre común de producto en cada caja, país de origen y especificar si es de acuicultura o de mar.
2. Los documentos que acompañen a la mercadería deberán contener:
 - Nombre y dirección del exportador y consignatario.
 - Número de contenedores
 - Nombre común de la especie y cantidad en libras.
3. “La FDA tiene autoridad para detener o retener temporalmente cualquier alimento importado a los Estados Unidos, mientras la agencia determina si el producto ha sido marcado falsamente o adulterado. La FDA recibe notificación de cada entrada de alimentos marinos y tiene la opción de examinar los productos almacenados en el muelle de desembarco, recoger y analizar muestras y si es necesario, confiscar cargamentos. La agencia también puede apelar a la “Detención Automática”, exigiendo análisis privado o el país de origen de cada envío o remesa de productos, cuando repetidos problemas se han encontrado, antes de que al producto en cuestión le sea permitida la entrada.”³⁸
4. La FDA está autorizada para establecer márgenes de tolerancia de los contaminantes naturales y artificiales presentados en los alimentos. Los pesticidas son establecidos por la Agencia de Protección Ambiental.
5. La FDA da asistencia técnica a los países en el área de integridad sanitaria de los alimentos marinos, a través de la Organización Mundial de Salud. (World Health Organization FAO).

³⁸ <http://ccex.e-camara.net/mnt/descargas/PERFIL%20TILAPIA%20EE.UU.doc>

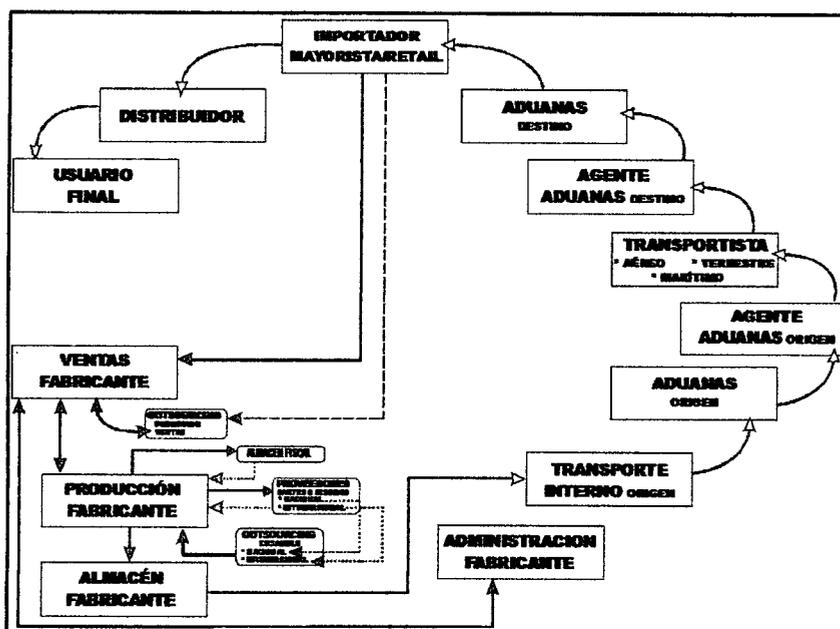
- **Requisitos Adicionales**

Según la normativa sobre Seguridad Alimentaria vigente desde Diciembre 12 de 2003, establece:

1. Nombramiento de agente del Exportador en Estados Unidos ante la FDA.
2. Registro previo del Exportador.
3. Nota de aviso de pre-embarque.
4. Establecimiento y mantenimiento de registros del exportador en el país de origen.

Gráfico Nro. 23

LOGÍSTICA INTERNACIONAL



Fuente: www.bancomext.com

3.5.5 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

Después de obtener la información del estudio de mercado y técnico, se puede definir la cuantía de las inversiones y sus fuentes de financiamiento que se necesita para empezar con la actividad exportadora y poder determinar los costos totales de operación y conseguir beneficios para la empresa.

4.1.1 Inversiones

"La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social."³⁹

La inversión que la empresa requiere para iniciar las actividades de exportación de filetes de tilapia comprende tres tipos de inversión que son:

- Activos Fijos
- Activos Diferidos o Intangibles; y

³⁹www.zonaeconomica.com

- Capital de Trabajo

4.1.1.1 Inversiones de Activos Fijos

Son bienes tangibles cuyo fin es dar soporte a las actividades que la empresa desarrolla. Los activos fijos son bienes que tienen un carácter operativo como son: Terrenos, edificios, maquinarias y equipos, vehículos, muebles y enseres y equipos en general. Dentro del proyecto 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 8*

Cuadro Nro. 26

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DETALLE	VALOR USD.		
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computadores Tipo Torre Clone	5	616,00	3.080,00
Computadora portátil Marca HP	1	784,00	784,00
Impresora Samsung a color laser Copiadora y Scanner	2	436,80	873,60
Subtotal			4.737,60
Imprevistos 2%			94,75
Total			4.832,35

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Factura Proforma

Cuadro Nro. 27

EQUIPOS DE OFICINA

DETALLE	VALOR USD.		
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Teléfono PANASONIC 2 LINEAS 5.8GHZ 3 EXTENSIONES	1	495,04	495,04
Fax PANASONIC KXFG2451	1	219,00	219,00
Otros		50,00	50,00
Subtotal			764,04
Imprevistos 2%			15,28
Total			779,32

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Factura Proforma

Cuadro Nro. 28

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	VALOR USD.		
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Estación de trabajo Nordik, con cajonera	1	268,80	268,80
Estación de trabajo con cajonera y teclado	3	190,40	571,20
Counter con cajonera y teclado	1	224,00	224,00
Mesa de reuniones	1	128,80	128,80
Sillón de espera triple	1	134,40	134,40
Sillón Altos	3	151,20	453,60
Sillón Ejecutivo	1	168,00	168,00
Silla secretaria	1	67,20	67,20
Sillas Grafitis	12	31,36	376,32
Archivadores aéreos	4	78,40	313,60
Archivadores Metálicos con 4 gavetas	4	134,40	537,60
Librero	1	162,40	162,40
Subtotal			3.405,92
Imprevistos 2%			68,12
Total			3.474,04

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Factura Proforma

Cuadro Nro. 29

RESUMEN DE INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	VALOR
Equipo de Computación	4.832,35
Equipo de Oficina	779,32
Muebles y Enseres	3.474,04
Total	9.085,71

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Factura Proforma

En este proyecto, la inversión de activos fijos requerida por la empresa es de USD. 9.085,71.

4.1.1.2 Inversiones de Activos Diferidos o 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.⁴⁰

Los activos intangibles están sujetos a amortización de acuerdo a lo dispuesto en el Art.21 del Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno.

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 que la empresa incurre al iniciar sus actividades tales como: Pago a notarios, honorarios a profesionales, trámites legales, permisos de funcionamiento, inscripción en el Registro Mercantil, etc.

⁴⁰ CHAIN, Sapag ,2000 “Preparación y Evaluación de Proyectos”, pág. 234.

Cuadro Nro. 30

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	VALOR
Gastos de Constitución	1.500,00
Total	1.500,00

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Dr. Edison Ledesma

- ♣ **Gastos Pre operativos.-** Este rubro corresponde a la garantía entregado por el arriendo de la oficina adelantado.

Cuadro Nro. 31

GASTOS PREOPERATIVOS

CONCEPTO	VALOR USD
Garantía Arriendo Oficina (3 meses)	1.650,00
Total Gastos Pre operativos	1.650,00

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

Cuadro Nro. 32

RESUMEN DE INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	VALOR
Gastos de Constitución	1.500,00
Gastos Pre operativos	1.650,00
TOTAL	3.150,00

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

En este proyecto, la inversión de activos diferidos requerida por la empresa es de USD 3.150,00.

4.1.1.3 Capital de trabajo

Es el monto de recursos financieros necesarios que una empresa debe tener para cubrir el costo operacional y pueda iniciar con su funcionamiento.⁴¹

Cuadro Nro. 33

CAPITAL DE TRABAJO

Detalle	Valor/Mensual
Costo de compras	9.300,00
Sueldo	2.745,43
Servicios Básicos	106,90
Arriendo	550,00
Gastos de Venta del primer embarque	3.311,65
Pago Flete Nacional+ Custodia	702,40
Pago Flete Internacional	2.272,73
Documentos de Exportación	300,00
Pago CORPEI	27,60
Imprevistos Operaciones Log.	9,30
Pagos de capital e interes	563,93
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	16.578,29

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

⁴¹ BACA, Gabriel, 1997, "Evaluación de Proyectos", pág. 164.

4.1.2 Inversión Total

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

Cuadro Nro. 34

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

CONCEPTO	VALOR USD	%
Inversión de Activos Fijos	9.085,71	31,53%
Equipo de Computación	4.737,60	16,44%
Equipo de Oficina	764,04	2,65%
Muebles y Enseres	3.405,92	11,82%
Imprevistos 2%	178,15	0,62%
Inversión de Activos Diferidos	3.150,00	10,93%
Gastos de Constitución	1.500,00	5,21%
Gastos Pre operativos	1.650,00	5,73%
Inversión de Capital de Trabajo	16.578,29	57,54%
INVERSIÓN TOTAL	28.814,63	100,00%

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

4.1.3 Presupuesto de Gastos e Ingresos

4.1.3.1 Presupuesto de ingresos operativos

Los ingresos operativos son todos aquellos que se obtienen por la venta del producto ofrecido.

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, la oferta inicial de la empresa es de 5.000 libras de filetes de tilapia fresca mensual, es decir, que se venderá 60.000 libras anuales y tendrán un incremento de acuerdo al porcentaje a cubrir de la demanda insatisfecha estimada en Miami.

El precio de venta incluye los costos de la operación logística y la utilidad de la empresa sobre el costo de compra. Los precios de venta se irán incrementando cada año de acuerdo a la tasa anual de inflación de los Estados Unidos, la misma que para el año 2008 fue de 3,8% según lo reporta el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos.

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.

Cuadro Nro. 35

PROYECCIÓN DE INGRESO POR VENTAS

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda Anual Libras	60.000	75.237	93.005	112.818	134.720
Precio de Venta	3,68	3,82	3,96	4,12	4,27
INGRESO POR VENTAS	220.800,00	287.391,44	368.764,26	464.319,94	575.532,37

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

4.1.3.2 Presupuesto de ingresos no operativos

Los ingresos no operacionales son aquellos que no están relacionados directamente con la actividad que desarrolla la empresa como son: Intereses sobre documentos por cobrar, intereses ganados en el banco, utilidad en venta de activos fijos, entre otros.

La empresa exportadora de filetes de tilapia no cuenta con un presupuesto de ingresos no operativos ya que el dinero que recibe de anticipo por la venta de su producto cubre el siguiente desembolso por concepto de embarque y compra de la mercadería.

4.1.3.3 Presupuesto de costos y gastos operativos

Los gastos operativos son todos los egresos en los que incurre la empresa para cumplir con la actividad exportadora de filetes de tilapia fresca.

4.1.3.3.1 Costo del Producto

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 el año 2008 fue de 8,83% según lo reporta el Instituto Nacional de Estadística y Censos. *Ver Anexo 9*

Cuadro Nro. 36

PROYECCIÓN COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compra del Producto lb	60.000	75.237	93.005	112.818	134.720
Costo Unitario	1,86	2,02	2,20	2,40	2,61
COSTO TOTAL	111.600,00	152.296,61	204.887,99	270.480,70	351.511,86

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

4.1.3.3.2 Gastos de Administración y Ventas

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

♣ Sueldos Administrativos

Es el pago a los funcionarios y empleados que colaboran en la empresa. 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 8% sobre el sueldo básico de acuerdo a la inflación ecuatoriana.

Cuadro Nro. 37

SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y PRESTACIONES
Dólares Americanos (USD)

Cargo	Sueldo Básico	Aporte IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total IESS	Total Sueldo	Total Año 1
Gerente General	900,00	109,35	825,00	137,34	0,00	450,00	1.312,20	10.800,00	13.524,54
Director C. Exterior	650,00	78,98	709,09	137,34	0,00	325,00	947,70	7.800,00	9.919,13
Contador	400,00	48,60	436,36	137,34	0,00	200,00	583,20	4.800,00	6.156,90
Secretaria	280,00	34,02	305,45	137,34	0,00	140,00	408,24	3.360,00	4.351,03
Polifuncional	218,00	26,49	237,82	137,34	0,00	109,00	317,84	2.616,00	3.418,00
TOTAL AÑO 1									37.369,61

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

Cuadro Nro. 38

PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y PRESTACIONES
Dólares Americanos (USD)

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	13.524,54	15.740,62	16.999,87	18.303,24	19.836,20
Director Comercio Exterior	9.919,13	11.433,62	12.348,31	13.279,56	14.408,53
Contador	6.909,35	7.988,03	8.627,07	9.260,62	10.066,39
Secretaria	4.351,03	4.658,77	5.052,19	5.445,38	5.870,02
Polifuncional	3.418,00	3.991,14	4.310,43	4.598,65	5.029,52
TOTAL	37.369,61	42.950,78	46.407,56	49.882,71	54.125,13

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

♣ Arriendo Oficina

Corresponde al pago que la empresa incurre por concepto de arriendo de una oficina de 92m², por un valor mensual de USD. 550, durante el primer año el costo de arriendo de la oficina es de USD. 6.600 con un crecimiento anual del 5%.

Cuadro Nro. 39

ARRIENDO DE OFICINA

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL Arriendo Oficina	6.600,00	6.930,00	7.277,50	7.640,33	8.022,34

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

♣ Servicios Básicos

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 de 5%.

Cuadro Nro. 40

SERVICIOS BÁSICOS
Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	30,00	31,50	33,08	34,73	36,47
Teléfono	25,00	26,25	27,56	28,94	30,39
Internet	39,90	41,90	43,99	46,19	48,50
Agua	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59
Costo Mensual	106,90	112,25	117,86	123,75	129,94
TOTAL SERVICIOS	1.282,80	1.346,94	1.414,29	1.485,00	1.559,25

Elaborado por: Valeria Pavón
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 de 5%.

Cuadro Nro. 41

MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA
Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Oficina	25,00	26,25	27,56	28,94	30,39
Materiales de limpieza	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
Costo Mensual	35,00	36,75	38,59	40,52	42,54
TOTAL MATERIALES Y SUMINISTROS	420,00	441,00	463,05	486,20	510,51

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

4.1.3.3.3 Gastos de Exportación

Son todos los gastos relacionados directamente con la tramitación, salida y embarque del producto. Dentro de este gasto se encuentran los siguientes rubros: *Ver Anexo 10*

♣ Transporte Interno en el país de origen (T.I.P.O)

Es el pago que la empresa debe desembolsar por conceptos de transporte interno más la custodia armada desde la empresa proveedora hasta el aeropuerto José Joaquín de Olmedo en la ciudad de Guayaquil.

Por el tipo de mercadería no se puede contratar una póliza de seguro, esto se debe a que las empresas aseguradoras aplican el seguro LAP (libre avería particular), es decir, solo puede cubrir si existe sucesos impredecibles como terremotos, hundimiento del buque.

Cuadro Nro. 42

TRANSPORTE INTERNO EN EL PAÍS DE ORIGEN Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo del Flete	351,20	379,30	409,64	442,41	346,92
Número de Embarques Mensual	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Costo Mensual	702,40	758,59	819,28	884,82	955,61
TOTAL TRANSPORTE	8.428,80	9.103,10	9.831,35	10.617,86	11.467,29

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

♣ Transporte Internacional

Es el pago que la empresa debe realizar para que la mercadería sea transportada hacia su destino final, en este caso es el Aeropuerto Internacional de Miami.

Cuadro Nro. 43

TRANSPORTE INTERNACIONAL

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compra del Producto Lb	60.000	75.237	93.005	112.818	134.720
Costo del Flete Lb	0,45	0,49	0,53	0,57	0,62
Costo Mensual	2.272,73	2.963,86	3.835,19	4.730,74	5.785,52
TOTAL TRANSPORTE	27.272,73	36.934,29	49.309,56	64.599,04	83.311,48

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

♣ 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.

Cuadro Nro. 44

DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tramites de Exportación	300	324	350	378	408
Costo Mensual	300,00	324,00	349,92	377,91	408,15
TOTAL DOC. DE EXPORTACIÓN	3.600,00	3.888,00	4.199,04	4.534,96	4.897,76

Elaborado por: Valeria Pavón

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 1000 del valor FOB.

Cuadro Nro. 45

PAGO CORPEI **Dólares Americanos (USD)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FOB	220.800	287.391	368.764	464.320	575.532
Cupón Corpei	0,00150	0,00150	0,00150	0,00150	0,00150
TOTAL PAGO CORPEI	331,20	431,09	553,15	696,48	863,30

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

4.1.3.3.4 Depreciaciones

Las depreciaciones se las aplica a los activos fijos (edificios, maquinaria, muebles y enseres, equipos, etc.) ya que pierden su valor como consecuencia del uso.

Los porcentajes de depreciación y vida útil de los activos fijos son:

1. Equipo de Computación y software; 33% y cinco años de vida útil.
2. Muebles y enseres, 10% y diez años de vida útil.
3. Equipos de oficina, 10% y cinco años de vida útil.

4. Equipos Generales, 10% y diez años de vida útil.

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

Cuadro Nro. 46

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS **Dólares Americanos (USD)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Computación	1.563,41	1.563,41	1.563,41	0,00	0,00
Equipo de Oficina	76,40	76,40	76,40	76,40	76,40
Muebles y Enseres	340,59	340,59	340,59	340,59	340,59
TOTAL DEPRECIACIONES	1.980,40	1.980,40	1.980,40	417,00	417,00
Acumulada	1.980,40	3.960,81	5.941,21	6.358,21	6.775,20

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

4.1.3.3.5 Amortizaciones

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.

Cuadro Nro. 47

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitución	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Gastos Preoperativos	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00
TOTAL	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00
Acumulada	630,00	1.260,00	1.890,00	2.520,00	3.150,00

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

4.1.3.3.6 Provisiones

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

Cuadro Nro. 48

PROVISIONES

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Adm. y Ventas	85.427,54	100.779,82	116.290,89	132.217,54	150.998,11
Tasa de Provisión %	2%	2%	2%	2%	2%
TOTAL	1.708,55	2.015,60	2.325,82	2.644,35	3.019,96
Acumulada	1.708,55	3.724,15	6.049,97	8.694,32	11.714,28

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

4.1.3.4 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. A continuación se detalla la tabla de amortización del préstamo adquirido por un monto de USD. 12.000. *Ver Anexo 11*

Cuadro Nro. 49

TABLA DE AMORTIZACIÓN⁴²

Dólares Americanos (USD)

Capital	12.000,00	Interés	11,83	# Cuotas	24
		Comisión		Fecha	06/04/2009

Cuota	Capital	Cuota Capital	Interés	Comisión	Total Cuota
1	12.000,00	445,63	118,30	0,00	563,93
2	11.554,37	450,02	113,91	0,00	563,93
3	11.104,35	454,46	109,47	0,00	563,93
4	10.649,89	458,94	104,99	0,00	563,93
5	10.190,95	463,46	100,47	0,00	563,93
6	9.727,49	468,03	95,90	0,00	563,93
7	9.259,45	472,65	91,28	0,00	563,93
8	8.786,81	477,31	86,62	0,00	563,93
9	8.309,50	482,01	81,92	0,00	563,93
10	7.827,49	486,76	77,17	0,00	563,93
11	7.340,73	491,56	72,37	0,00	563,93
12	6.849,16	496,41	67,52	0,00	563,93
13	6.352,75	501,30	62,63	0,00	563,93
14	5.851,45	506,24	57,69	0,00	563,93
15	5.345,21	511,23	52,69	0,00	563,93
16	4.833,97	516,27	47,65	0,00	563,93
17	4.317,70	521,36	42,57	0,00	563,93
18	3.796,34	526,50	37,43	0,00	563,93
19	3.269,83	531,69	32,24	0,00	563,93
20	2.738,14	536,94	26,99	0,00	563,93
21	2.201,20	542,23	21,70	0,00	563,93
22	1.658,97	547,57	16,36	0,00	563,93
23	1.111,40	552,97	10,96	0,00	563,93
24	558,42	558,42	5,51	0,00	563,93
TOTAL		12.000,00	1.534,31	0,00	13.534,31

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Banco Internacional

⁴² La información contenida en la tabla de amortización proviene del Banco Internacional S.A

4.1.4 Estructura de Financiamiento

Es importante analizar las fuentes de financiamiento que se utilizarán para la ejecución del proyecto. La empresa exportadora cuenta con los recursos propios aportados por los socios, el cual representa el 58,35% y el 41,65% del pasivo correspondiente al préstamo bancario solicitado.

Cuadro Nro. 50

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Valor	%
Recursos Propios	16.814,00	58,35%
Pasivo (Préstamo Bancario)	12.000,00	41,65%
Total del Financiamiento	28.814,00	100,00%

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

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.⁴³

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

⁴³ BRAVO, Mercedes, "Contabilidad General", pág. 183

Cuadro Nro. 51

ESTADO DE RESULTADOS

Dólares Americanos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	220.800,00	287.391,44	368.764,26	464.319,94	575.532,37
Costo de Ventas	111.600,00	146.655,99	184.399,19	229.498,78	292.926,55
Utilidad Bruta en Ventas	109.200,00	135.094,83	163.876,27	193.839,24	224.020,51
Gastos de Administración y Ventas	89.735,48	106.831,45	124.662,98	144.064,32	169.457,75
Sueldos de Administración y Ventas	37.369,61	42.950,78	46.407,56	49.882,71	54.125,13
Costo de Exportación	39.744,33	50.508,78	64.097,99	80.718,82	100.891,34
Transporte Interno	8.428,80	9.103,10	9.831,35	10.617,86	11.467,29
Transporte Internacional	27.272,73	35.566,35	44.378,60	54.811,30	69.426,24
Documentos de Exportación	3.600,00	3.888,00	4.199,04	4.534,96	4.897,76
Corpei	331,20	431,09	553,15	696,48	863,30
Imprevistos Operación Logística	111,60	124,99	143,74	169,61	246,71
Materiales y Suministros de Oficina	420,00	441,00	463,05	486,20	510,51
Arriendo Oficina	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34
Servicios Básicos	1.282,80	1.346,94	1.414,29	1.485,00	1.559,25
Depreciación Equipo de Computación	1.563,41	1.563,41	1.563,41	0,00	0,00
Depreciación Muebles y Enseres	340,59	340,59	340,59	340,59	340,59
Depreciación Equipos de Oficina	76,40	76,40	76,40	76,40	76,40
Amortización de Gastos Preoperativos	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00
Amortización de Gastos de Constitución	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Provisión Imprevistos	1.708,33	2.043,55	2.393,19	2.804,26	3.302,17
Utilidad Operativa	19.464,52	28.263,38	39.213,30	49.774,92	54.562,76
Gastos Financieros	1.119,92	414,42	0,00	0,00	0,00
Utilidad Antes de Participación Laboral	18.344,60	27.848,96	39.213,30	49.774,92	54.562,76
15 % de Participación Laboral	2.751,69	4.177,34	5.881,99	7.466,24	8.184,41
Utilidad antes de Impuestos a la Renta	15.592,91	23.671,62	33.331,30	42.308,68	46.378,35
25 % de Impuesto a la Renta	3.898,23	5.917,90	8.332,83	10.577,17	11.594,59
UTILIDAD NETA	11.694,68	17.753,71	24.998,48	31.731,51	34.783,76

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

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.

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

Cuadro Nro. 52

FLUJOS DE CAJA

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	28.814,00	220.800,00	287.391,44	368.764,26	464.319,94	575.532,37
Ventas						
Préstamo	12.000,00					
Capital Social	16.814,00					
EGRESOS	28.814,00	214.752,56	275.990,44	343.765,79	432.588,43	540.748,61
Costo de la Mercadería		111.600,00	152.296,61	204.887,99	270.480,70	351.511,86
Activos Fijos	9.085,71					
Activos Diferidos	3.150,00					
Capital de Trabajo	16.578,29					
Gastos de Adm. y Ventas		89.735,48	106.831,45	124.662,98	144.064,32	169.457,75
Pago Intereses		1.119,92	414,42			
15 % de Part. Laboral		2.751,69	4.177,34	5.881,99	7.466,24	8.184,41
25 % de Imp. a la Renta		3.898,23	5.917,90	8.332,83	10.577,17	11.594,59
Pago Capital		5.647,24	6.352,72			
Flujo de Caja Libre Neto	0,00	6.047,44	11.400,99	24.998,48	31.731,51	34.783,76
Saldo en Caja		0,00	6.047,44	17.448,44	42.446,91	74.178,43
Final en Caja (Cap trabajo)	0,00	6.047,44	17.448,44	42.446,91	74.178,43	108.962,19

Elaborado por: Valeria Pavón
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.

Su fórmula es:

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

En el siguiente cuadro se detalla los costos fijos y variables de la empresa.

Cuadro Nro. 53

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Detalle	Año 1	Detalle	Año 1
<i>COSTOS FIJOS</i>		<i>COSTOS VARIABLES</i>	
Sueldos	37.369,61	Costo de Ventas	111.600,00
Documentos de Exportación	3.600,00	Transporte Interno	8.428,80
Materiales y Suministros de Oficina	420,00	Transporte Internacional	27.272,73
Arriendo Oficina	6.600,00	Corpei	331,20
Servicios Básicos	1.282,80	Imprevistos Operación Logística	111,60
Dep. Equipo de Computación	1.563,41		
Dep Muebles y Enseres	340,59		
Dep. Equipos de Oficina	76,40		
Amort. de Gastos Preoperativos	330,00		
Amort. de Gastos de Constitución	300,00		
Gastos Financieros	6.767,16		
Provisión Imprevistos	1.708,55		
TOTAL COSTOS FIJOS	60.358,52	TOTAL COSTOS	147.744,33

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

$$PE(\$) = \frac{60.358,52}{1 - \frac{147.744,33}{220.800,00}}$$

$$PE(\$) = 171.473,78$$

♣ **Punto de Equilibrio en Libras**

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

$$PE(lbs) = \frac{171.473,78}{3,68}$$

$$PE(lbs) = 46.596,14$$

4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA Y DECISIÓN DE INVERTIR

Al realizar el estudio y evaluación financiera, se analizará si el proyecto es rentable o no de acuerdo a los índices de evaluación financiera.

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 (K_p), 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 (K_p) es:

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

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.⁴⁴

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 K_e se ha tomado los siguientes datos:

⁴⁴ Banco Internacional 11,83% interés anual.

Cuadro Nro. 54

CALCULO DE KE

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

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

T- Bonos.- Es la rentabilidad de títulos sin riesgo en los Bonos del tesoro de los Estados Unidos.

Prima de Riesgo País.- Es el riesgo que se tiene en un país cuando se hace una inversión.

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.

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

Cuadro Nro. 55

TASA PERTINENTE DE DESCUENTO

Detalle	Valor	Participación %	Costo Nominal %	Costo Ponderado
Capital Social	16.814,90	58,35%	35,88%	20,94%
Préstamo Bancario	12.000,00	41,65%	11,83%	4,93%
INVERSIÓN TOTAL	28.814,90	100%	Kp	25,86%

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

4.3.2 Flujos de Caja Operativos

Se utiliza los flujos de caja para evaluar las posibilidades de inversión durante la vida útil del proyecto.

Para el cálculo de los flujos de caja operativos, se debe tener en cuenta que la empresa paga interés por el préstamo adquirido para financiar parte de la inversión requerida para la ejecución del proyecto.

A continuación se detallan los flujos de caja operativos:

Cuadro Nro. 56

FLUJOS DE CAJA OPERATIVOS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad en Operación	19.464,52	28.263,38	39.213,30	49.774,92	54.562,76
(+) Depreciaciones y Amortizaciones	2.610,40	2.610,40	2.610,40	1.047,00	1.047,00
(-) 15% de Participación Laboral	2.751,69	4.177,34	5.881,99	7.466,24	8.184,41
(-) 25% de Impuesto a la Renta	3.898,23	5.917,90	8.332,83	10.577,17	11.594,59
(-) Variaciones del Capital de Trabajo	1.933,27	1.593,12	1.733,79	1.886,89	
(-) Inversiones de Reposición y Mantenimiento					
(+) Valor Residual de los Activos Fijos					
(+) Valor Residual del Capital de Trabajo					
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	13.491,74	19.185,42	25.875,09	30.891,62	35.830,76

Elaborado por: Valeria Pavón
Fuente: Investigación Directa

- ♣ **Índice de Cobertura de la Deuda.-** Es la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones de pago de interés y capital de una deuda adquirida.

$$ICD = \frac{FNC}{Deuda}$$

$$ICD \text{ AÑO 1} = 13.491,74 / 6.767,16 = 1,99$$

$$ICD \text{ AÑO 2} = 19.185,42 / 6.767,16 = 2,84$$

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

4.3.3 Cálculo e interpretación de los índices de evaluación

4.3.3.1 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”⁴⁵.

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:

⁴⁵ SÁENZ, Rodrigo, 2006,” Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación”, pág. 193.

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.

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

Cuadro Nro. 57

VALOR ACTUAL NETO

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	13.491,74	19.185,42	25.875,09	30.891,62	35.830,76
Tasa de Descuento (Kp)	25,86%	25,86%	25,86%	25,86%	25,86%
Factor de Descuento	0,7945062	0,6312400	0,5015241	0,3984640	0,3165821
Flujos de Caja Descontados	10.719,29	12.110,66	12.977,08	12.309,32	11.343,52
Flujos de Caja Descontados y Acumulados	10.719,29	22.829,96	35.807,03	48.116,35	59.459,87
Inversión Total	28.814,00				
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	30.645,87				

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

El VAN para el proyecto es de USD 30.645,87; lo que significa que el proyecto es viable.

4.3.3.2 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.”⁴⁶

La TIR mide la rentabilidad del proyecto como un porcentaje.

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

⁴⁶ SÁENZ, Rodrigo, 2006, “Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación”, pág. 196

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

Los criterios de evaluación son:

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

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

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.

Cuadro Nro. 58

TASA INTERNA DE RETORNO

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL		13.491,74	19.185,42	25.875,09	30.891,62	35.830,76
Inversión Total	-28.814,00					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	63%					

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

El porcentaje de la TIR es del 63%, por lo tanto, se acepta el proyecto ya que la TIR es mayor al costo promedio ponderado del capital (K_p).

4.3.3.3 Relación Beneficio / Costo (B / C)

“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.”⁴⁷

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:

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

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.

$$R B/C = 59.459,87 / 28.814,00 = 2,06$$

La relación beneficio / costo es de 2.06, es decir, que por cada unidad monetaria invertida se tiene 1,06 dólares de utilidad. Por lo tanto, se acepta el proyecto.

⁴⁷ CHAIN, Sapag, 2001, “Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa”, pág. 231.

4.3.3.4 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.

Para el presente proyecto el Periodo Real de Recuperación es de 2 años, este tiempo es menor al tiempo de duración del proyecto, por lo tanto, se acepta.

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 filetes de tilapia en 5% y disminución del 2% del precio internacional.

Cuadro Nro. 59**PROYECCIÓN COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO (5% ADICIONAL)****Dólares Americanos (USD)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compra del Producto lb	60.000	75.237	93.005	112.818	134.720
Costo Unitario	1,95	2,12	2,31	2,51	2,74
COSTO TOTAL	117.000,00	159.665,80	214.801,93	283.568,48	368.520,50

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

Cuadro Nro. 60**PROYECCIÓN DE INGRESO POR VENTAS (2% DISMINUCIÓN)****Dólares Americanos (USD)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda Anual Libras	60.000	75.237	93.005	112.818	134.720
Precio de Venta	3,61	3,75	3,89	4,04	4,19
INGRESO POR VENTAS	216.600,00	281.924,75	361.749,72	455.487,77	564.584,74

Elaborado por: Valeria Pavón

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.

Cuadro Nro. 61**TASA PERTINENTE DE DESCUENTO**

Detalle	Valor	Participación %	Costo Nominal %	Costo Ponderado
Capital Social	17.263,93	58,99%	35,88%	21,17%
Préstamo Bancario	12.000,00	41,01%	11,83%	4,85%
INVERSIÓN TOTAL	29.263,93	100%	Kp	26,02%

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

4.4.2 Flujos de Caja Operativos

A continuación se detallan los flujos de caja operativos:

Cuadro Nro. 62**FLUJOS DE CAJA OPERATIVOS**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad en Operación	9.865,44	15.428,36	22.285,44	27.855,14	26.605,90
(+) Depreciaciones y Amortizaciones	2.610,40	2.610,40	2.610,40	1.047,00	1.047,00
(-) 15% de Participación Laboral	1.311,83	2.252,09	3.342,82	4.178,27	3.990,88
(-) 25% de Impuesto a la Renta	1.858,42	3.190,46	4.735,66	5.919,22	5.653,75
(-) Variaciones del Capital de Trabajo	2.422,92	1.636,36	1.780,85	1.938,10	
(-) Inversiones de Reposición y Mantenimiento					
(+) Valor Residual de los Activos Fijos					
(+) Valor Residual del Capital de Trabajo					
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	6.882,67	10.959,85	15.036,53	16.866,55	18.008,26

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

♣ **Índice de Cobertura de la Deuda.-**

$$ICD = \frac{FNC}{Deuda}$$

$$ICD \text{ AÑO 1} = 6.882,67 / 6.767,16 = 1,02$$

$$ICD \text{ AÑO 2} = 10.959,85 / 6.767,16 = 1,62$$

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

4.4.3 Cálculo e interpretación de los índices de evaluación

4.4.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

Cuadro Nro. 63

VALOR ACTUAL NETO

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	6.882,67	10.959,85	15.036,53	16.866,55	18.008,26
Tasa de Descuento (Kp)	26,02%	26,02%	26,02%	26,02%	26,02%
Factor de Descuento	0,7935373	0,6297014	0,4996915	0,3965238	0,3146564
Flujos de Caja Descontados	5.461,66	6.901,43	7.513,62	6.687,99	5.666,41
Flujos de Caja Descontados y Acumulados	5.461,66	12.363,09	19.876,71	26.564,70	32.231,11
Inversión Total	29.263,93				
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	2.967,19				

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

El VAN para el proyecto es de USD 2.967,19; lo que significa que el proyecto es viable.

4.4.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Cuadro Nro. 64

TASA INTERNA DE RETORNO

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL		6.882,67	10.959,85	15.036,53	16.866,55	18.008,26
Inversión Total	-29.263,93					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	30%					

Elaborado por: Valeria Pavón

Fuente: Investigación Directa

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

4.4.3.3 Relación Beneficio / Costo (B / C)

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

$$R B/C = 32.231,11 / 29.263,93 = 1,10$$

La relación beneficio / costo es de 1.10, es decir, que por cada unidad monetaria invertida se tiene 0,10 dólares de utilidad. Por lo tanto, se acepta el proyecto.

4.4.3.4 Periodo Real de Recuperación (PRR)

Para el presente proyecto el Periodo Real de Recuperación es de 3 años, este tiempo es menor al tiempo de duración del proyecto, 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".⁴⁸

La actividad comercial que la empresa va a dedicarse es la comercialización y exportación de filetes de tilapia fresca. A continuación se detalla los requisitos para la constitución de la misma.

5.1.1 Nombre de la Empresa

La Compañía se denominará **"EXPORTILAPIA CIA. LTDA."**

⁴⁸ www.promonegocios.net

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...”⁴⁹

5.1.2.1 Requisitos para la Constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada.⁵⁰

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

- **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

⁴⁹ Ley de Compañías, Sección V, Art. 92

⁵⁰ Instructivo Societario para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.

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.

5.1.2.2 Escritura de Constitución⁵¹

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

⁵¹ Ley de Compañías, Sección V, Art. 137

1. 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;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. 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;
8. 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;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir-la; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley. *Ver Anexo 12*

5.1.2.3 Registro Mercantil⁵²

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

1. Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
2. Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones.
3. 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).
4. Publicación del extracto (periódico).
5. Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
6. Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del (los) compareciente (s) (VIGENTE).

5.1.2.4 Obtención del RUC⁵³

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.

⁵² Instructivo Societario para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.

⁵³ www.sri.gov.ec

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.

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

1. Copia de cédula y certificado de votación del Representante Legal.
2. Escritura de la Constitución de la Compañía
3. 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.

5.1.2.5 Permisos de Funcionamiento

5.1.2.5.1 Certificado de Seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil⁵⁴

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:

⁵⁴ www.bomberosguayaquil.gov.ec

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

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

5.1.2.5.2 Uso de Suelo⁵⁵

Este permiso es emitido por el Ilustre Municipio de Guayaquil 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:

1. Pago de tasa de trámite.

⁵⁵www.guayaquil.gov.ec

2. Presentación de formulario en el Departamento de Uso de Suelo.
3. Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.

5.1.2.5.3 Patente Municipal⁵⁶

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

Los requisitos para la obtención de la patente municipal son:

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica.
4. Copias de cédula y certificado de votación.
5. Nombramiento del representante legal y copias de la escritura de constitución.

5.1.2.6 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.

⁵⁶www.guayaquil.gov.ec

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 Pesca y Desarrollo Pesquero

La ley de Pesca y Desarrollo Pesquero publicada en el Registro Oficial Nro. 15 del 11 de Mayo del 2005, manifiesta en su Capítulo V, De la Fase de Comercialización⁵⁷:

⁵⁷ Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero, Capítulo V, Art.40,41,42

Art. 40.- Para dedicarse a la comercialización al por mayor de productos pesqueros se requiere la autorización correspondiente. Sólo las empresas clasificadas podrán exportar productos pesqueros.

Art. 41.- Quienes se dediquen a la comercialización de productos pesqueros en estado fresco deberán disponer de los medios adecuados de transporte y conservación.

Art. 42.- El Ministerio del ramo regulará periódicamente los volúmenes de exportación de los productos pesqueros, una vez asegurado el abastecimiento del consumo interno.

5.2.2 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.⁵⁸

⁵⁸ Ley de Comercio Exterior e Inversiones, Título I, Art 1.

5.2.3 Ley Orgánica de Aduanas⁵⁹

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.

5.3 ENTIDADES RELACIONADAS (ECUADOR)

5.3.1 Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero⁶⁰

El Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero es el organismo encargado de establecer y orientar la política pesquera del país. Su sede es en la ciudad de Guayaquil. A este organismo le corresponde:

⁵⁹ Ley Orgánica de Aduanas, Título I, Capítulo I, Art. 1, Art. 4

⁶⁰ Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero Capítulo II, Art.12

- a) Orientar la política pesquera del país;
- b) Aprobar los planes de desarrollo del sector pesquero;
- c) Aprobar los proyectos de investigación de los recursos bioacuáticos, establecer sus prioridades, áreas, recursos técnico-económicos requeridos, formas de evaluación periódica y organismos ejecutores para lo cual el Instituto Nacional de Pesca preparará los proyectos respectivos y organizará un centro de información científico-biológica del sector;
- d) Aprobar los programas de desarrollo y fomento del sector pesquero;
- e) Dictaminar sobre los proyectos de leyes y reglamentos que deberán expedirse de acuerdo con la política pesquera del país;
- f) Conocer los informes sobre la gestión económica y administrativa del sector público pesquero, las pertinentes entidades adscritas al Ministerio del ramo y demás organismos públicos vinculados con la actividad pesquera;
- g) Evaluar los resultados de los planes y programas del sector pesquero y formular anualmente las recomendaciones para lograr los reajustes que estime necesarios;
- h) Decidir sobre la clasificación y reclasificación en categoría especial de las empresas;
- i) Fijar los porcentajes de producción que deben destinarse al mercado interno y los precios de expendio;
- j) Autorizar los nombramientos de los ejecutivos de las empresas pesqueras en las que tengan participación el Ministerio del ramo, de acuerdo con lo que se establezca en sus leyes constitutivas y estatutos;

- k) Conocer y resolver sobre apelaciones originadas en trámites de clasificación y reclasificación de las empresas y ampliación de beneficios resueltos en primera instancia por el Subsecretario de Recursos Pesqueros;
- l) Fomentar la formación y capacitación de personal en los niveles requeridos por la actividad pesquera;
- m) Emitir los dictámenes a que se refiere la presente Ley y sus reglamentos;
- n) Determinar las especies bioacuáticas que pueden ser explotadas, en base de los informes técnicos del Instituto Nacional de Pesca; y,
- ñ) Las demás que le correspondan por mandato de la ley.

5.3.2 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.”⁶¹

5.3.3 Cámara Nacional de Pesquería

“La Cámara Nacional de Pesquería nació el 02 de Diciembre de 1987 constituyéndose como Organismo Autónomo de derecho privado, tiene la finalidad de impulsar el desarrollo de la actividad pesquera mediante la unión y el progreso de las personas

⁶¹ www.cna-ec

naturales y jurídicas dedicadas a la extracción, cultivo, procesamiento y comercialización de los recursos bioacuáticos, así pues ésta Institución abarca todas las ramas y subramas relacionadas con la pesquería y su organización representa por lo tanto, el más ambicioso empeño de consolidar al sector en un frente de objetivos comunes y tareas compartidas.”⁶²

5.3.4 Instituto Nacional de Pesca

“El Instituto Nacional de Pesca (INP) es una entidad de derecho público creada el 5 de Diciembre de 1960, con personería jurídica, patrimonio y recursos propios. Está adscrito al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), y tiene su domicilio en la ciudad de Guayaquil.

Los objetivos del Instituto Nacional de Pesca son:

- Realizar investigaciones científicas y tecnológicas de los recursos bioacuáticos, basada en el conocimiento del medio ambiente y de los organismos que lo habitan con la finalidad de evaluar su potencial, diversificar la producción, propender al desarrollo de la actividad pesquera y lograr su óptima y racional utilización.
- Prestar asistencia científica y técnica a las actividades relacionadas con la investigación de los recursos bioacuáticos y sus actividades conexas.
- Realizar el control de calidad de los productos pesqueros Divulgar los resultados de sus investigaciones.”⁶³

⁶² www.camaradepesqueria.com

⁶³ www.inp.gov.ec

5.3.5 Subsecretaría de Recursos Pesqueros

Está representado por el Subsecretario de Recursos Pesqueros, con sede en la ciudad de Manta y jurisdicción nacional.

Su misión es:

“Administrar, regular, controlar, desarrollar y difundir la actividad de la pesca industrial y artesanal, a través de la investigación básica y aplicada, innovación tecnológica, formación de recursos humanos altamente calificados, promoción de los productos en los mercados interno y externo para la conservación y manejo sustentable de los recursos pesqueros en todo el territorio nacional.”⁶⁴

5.3.6 Asociación de Exportadores de Pesca Blanca

“La Asociación de Exportadores de Pesca Blanca, Asoexpebla, es una institución que desde su fundación, el hace 10 años, asumió responsabilidades para defender al exportador y particularmente al pescador ecuatoriano, a quien se lo considera y valora como la fuente principal de su desarrollo.

Las principales plantas exportadoras de pesca fresca y congelada del país son parte de Asoexpebla y se concentran en Manta y Guayaquil. Estas no son solo grandes instalaciones industriales con toda la tecnología que exigen los mercados foráneos, sino que sus miembros son agentes dinámicos que se involucran y discuten las políticas ministeriales y gubernamentales.”⁶⁵

⁶⁴ www.subpesca.gov.ec

⁶⁵ www.pescablanca.com

5.3.7 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.”⁶⁶

5.3.8 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

⁶⁶ www.comexi.gov.ec

productivos pueden contar con un organismo que comparte responsabilidades con los distintos ministerios e instituciones públicas y privadas. ”⁶⁷ .

5.3.9 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.

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. ”⁶⁸

Para hacerlo, FEDEXPOR cuenta con 4 líneas de servicio:

1. Representación Gremial
2. Asesoría en Comercio Exterior
3. Centro de Entrenamiento Gerencial
4. Programa de Aseguramiento de Calidad y Productividad

⁶⁷ www.corpei.org

⁶⁸ www.fedexpor.com

5.3.10 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.
- Difundir y capacitar al contribuyente respecto de sus obligaciones tributarias.
- Preparar estudios de reforma a la legislación tributaria
- Aplicar sanciones.”⁶⁹

5.3.11 Superintendencia de Compañías⁷⁰

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.

⁶⁹ www.sri.gov.ec

⁷⁰ www.supercias.gov.ec

5.4 ENTIDADES RELACIONADAS (ESTADOS UNIDOS)

5.4.1 FDA⁷¹

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 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)⁷²

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

⁷¹ www.fda.gov

⁷² www.usda.gov

- 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.

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 tilapia en todas sus formas están libres de arancel para el Ecuador.

5.5.1 Acuerdos Preferenciales

5.5.1.1 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.

5.5.1.2 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.

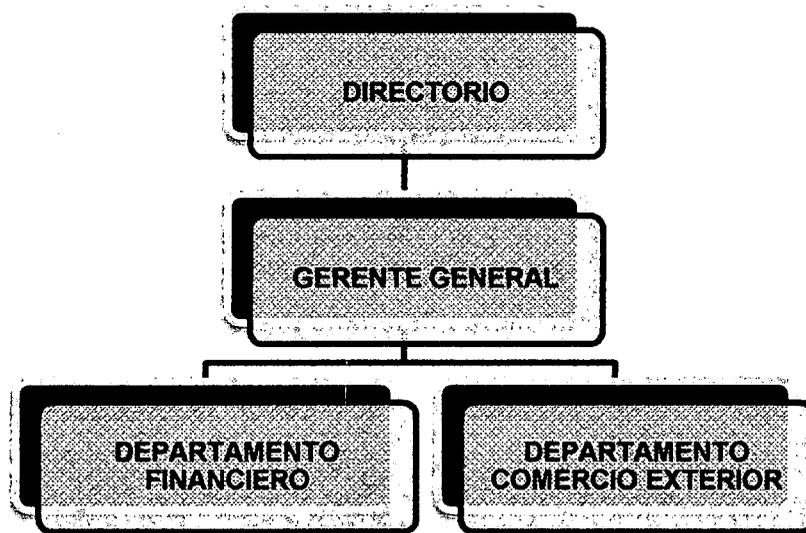
5.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

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 compañía **“EXPORTILAPIA CIA. LTDA.”**, cuenta con la siguiente organización funcional, la misma que está representada en el siguiente organigrama.



5.6.2 Descripción de Cargos y Funciones

5.6.2.1 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.

5.6.2.2 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.

5.6.2.3 Departamento Financiero

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 Financiero son:

- Elaborar el presupuesto de la empresa.
- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Elaborar estados financieros de conformidad con las normas y requerimientos de los organismos de control.
- Analizar y dirigir las inversiones de la empresa.
- Reportar novedades de carácter económico- financiero cuando estas se presenten.
- Mantener un control permanente de cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
- Pagar a los proveedores y personal de la empresa.
- Declarar y mantener al día los impuestos al estado ecuatoriano.

5.6.2.4 Departamento de Comercio Exterior

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. Además, de realizar y verificar las operaciones logísticas.

Las funciones de este departamento son:

- Trasladar el producto desde la planta procesadora hasta la zona de embarque.

- Buscar alternativas para mejorar el precio en cuanto a transporte internacional.
- Realizar todas las operaciones logísticas para que el producto llegue a su destino final.
- Cumplir con los requisitos establecidos por los organismos de control tanto nacional como internacional.
- Controlar y coordinar que el producto llegue al cliente de acuerdo con los requerimientos establecidos.
- Verificar que el producto sea trasladado en los tiempos establecidos y que llegue al lugar de destino.

5.6.3 Requerimiento de Personal

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

Cuadro Nro. 65

REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Nro. Personas	Área	Cargo
1	Gerencia	Gerente General
1	Comercio Exterior	Director
1	Financiera	Contador
1	Financiera	Auxiliar Contable
1	Todas	Secretaria
1	Todas	Polifuncional

Elaborado por: Valeria Pavón

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.

- **Director de Comercio Exterior**

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, estratega, 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.

- **Contador**

Para integrar al equipo de trabajo el Contador necesita los siguientes requisitos:

Sexo: Indistinto

Título: Profesional graduado en Contabilidad y Auditoría CPA.

Experiencia: De 3 a 5 años en cargos similares.

Tiempo: Disponibilidad de tiempo completo.

Personalidad: Responsable, puntual, facilidad de palabra, 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, análisis e interpretación de estados financieros. Conocimientos en legislación tributaria y laboral. Asesorar en materia contable, fiscal y financiera.

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.

▪ **Secretaria**

El perfil de la Secretaria 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, metódica, ejecutiva, 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.

- **Polifuncional**

El perfil del Polifuncional 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

- El mercado meta seleccionado es la ciudad de Miami, la riqueza y estilo de vida de los consumidores norteamericanos ha hecho que exista una fuerte demanda para aquellos productos que tienen altos niveles de calidad, por lo tanto, ha permitido tener oportunidades de ingreso a este mercado.

- La principal característica de la tilapia es poseer una carne de excelente calidad con una textura firme y blanca, su sabor es suave y tiene pocos huesos intramusculares. La tilapia es muy apetecida por los consumidores de todas las edades por su alto valor nutricional en comparación con las carnes rojas.

- La tilapia ayuda al desarrollo cerebral, al aprendizaje en los niños. También se puede mencionar que da salud a los ojos y protege contra enfermedades vasculares y tumores malignos, entre otras.

- La tilapia en los Estados Unidos es el tercer producto acuícola de importancia después del camarón y el salmón. En la actualidad se encuentra entre los cinco productos del mar preferidos por los consumidores norteamericanos, esto se debe, a

que los consumidores han cambiado sus preferencias hacia productos sanos, con un alto valor nutricional y precios moderados

- El cultivo de Tilapia en el Ecuador se introdujo en el año 1992 en las piscinas camaroneras, en la actualidad las empresas de acuicultura producen tanto el camarón como la tilapia. El Ecuador posee condiciones ambientales adecuadas para que la cosecha de tilapia pueda darse durante todo el año.

- El principal socio comercial del Ecuador es Estados Unidos, los filetes de tilapia fresca exportados hacia ese país representan el 94% del total de las exportaciones ecuatorianas. El Ecuador se posiciona como el primer proveedor de filetes de tilapia fresca seguido de Honduras y Costa Rica.

- La empresa comercializadora estará ubicada en la Provincia del Guayas, en el Cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui, Ciudadela Kennedy, cuenta con vías de acceso de primer orden facilitando el proceso de exportación, además, dispone de los servicios básicos y transporte público de la ciudad.

- La actividad comercial que la empresa va a desarrollar es la comercialización y exportación de filetes de tilapia fresca hacia los Estados Unidos. Dentro de las actividades que la empresa debe cumplir es la negociación con los proveedores para que la entrega del producto tenga las características solicitadas por parte del comprador y cumpla con todos los estándares establecidos por los Estados Unidos. De acuerdo a los términos de negociación la empresa comercializadora cubrirá todos los costos, flete y trámites de exportación de la mercadería hasta el lugar convenido.

- De acuerdo a los cálculos realizados en el punto de equilibrio se concluye que la empresa comercializadora de filetes de tilapia debe vender la cantidad de 46.596,14 libras para no tener pérdidas ni obtener ganancias.

- Mediante el cálculo del índice de cobertura se determinó las disponibilidades afectables para el servicio de deuda, se concluye que la empresa en el primer año de amortización tiene USD. 1,99 por cada dólar de deuda contratada y para el segundo año dispone de USD 2,84; estos márgenes permiten verificar que la estructura financiera utilizada es la apropiada.

- Después de realizar el Estudio y Evaluación Financiera, se concluye que el presente proyecto es viable y la decisión de los socios es emprender el negocio.

- De acuerdo al análisis de sensibilidad realizado por la empresa en condiciones adversas tanto en el mercado local e internacional, se concluye que el proyecto es viable.

6.2 RECOMENDACIONES

- El Ecuador posee una gran infraestructura camaronera, la cual puede ser fácilmente adecuada para producir tilapia e incrementar la capacidad instalada y aumentar la producción de tilapia, esto ayudaría a que el Ecuador pueda obtener una mayor participación en el mercado estadounidense y pueda competir con los países asiáticos en términos de volumen.
- Las exportaciones de filetes de tilapia fresca se han incrementado considerablemente, lo que ha hecho que muchas empresas se dediquen a esta actividad y encuentren una oportunidad de negocio para incrementar sus ingresos.
- Es recomendable la diversificación en la exportación de pescados ya que Estados Unidos es un país altamente consumista, el estilo de vida de los norteamericanos ha cambiado hacia productos sanos y con alto valor nutricional.
- El Ecuador debe aprovechar las ventajas que Estados Unidos otorga mediante la Ley de Preferencias Arancelarias y Erradicación de Drogas, la cual promueve el desarrollo económico de los países ofreciendo un mayor acceso al mercado estadounidense, permitiendo expandir la oferta exportable ecuatoriana.
- Es recomendable tener en claro el buen manejo del término de negociación ya que facilitará en la logística del producto y sobre todo evitará algún inconveniente legal entre las partes.
- En la comercialización se recomienda contar con un control de manejo en las granjas acuícolas por las Normas de Análisis de Control de Puntos Críticos (HACCP), el mismo que garantiza el desarrollo óptimo de la producción de pescados para la exportación.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- Baca Urbina, Gabriel, Año 1997, “Evaluación de Proyectos”, Ed.Mc Graw Hill, Colombia
- Bernal César Augusto, Año 2006, “Metodología de la Investigación”, Ed Prentice Hall, Segunda Edición, México.
- Bravo, Mercedes, Año, “Contabilidad General
- Charles Hill, Año 2007, “Negocios Internacionales”, Ed Mc Graw Hill, Sexta Edición.
- Ball, Donald y Mcculloch, Wendel, Año 1997, “Negocios Internacionales” Ed Mc Graw Hill.
- Ferrel, Hirt, Año 2007, “Introducción a los Negocios en un mundo cambiante”, Ed Mc Graw Hill, Cuarta Edición, México.
- Sáenz Rodrigo MBA, Año 2006, “Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación”, Ecuador.
- Sáenz Rodrigo MBA, Año 2005, “Manual de Gestión Financiera”, Ecuador.
- Sapag Chain, Reinaldo, Nassir, Año 2000, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Ed Mc Graw Hill, Cuarta Edición, Chile.

OTROS

- Asociación de Exportadores de Pesca Blanca
- Banco Central del Ecuador.
- Banco Internacional S.A
- Cámara Nacional de Pesquería
- Consejo de Comercio Exterior e Inversiones
- Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones

- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Disponible: <http://www.usda.gov>
- Federación Ecuatoriana de Exportadores
- Food and Drug Administration. Disponible: <http://www.fda.gov>
- Ilustre Municipio de Guayaquil
- Instructivo Societario para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías.
- Instituto Nacional de Pesca.
- Ley de Código de Trabajo del Ecuador.
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones.
- Ley de Compañías.
- Ley Orgánica de Aduanas Codificada Reglamento a LOA.
- Ley Orgánica de Aduanas.
- Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero.
- Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de Drogas.
- Subsecretaria de Recursos Pesca.
- Servicio de Rentas Internas.
- U.S Census Bureau, Population Division, Interim State Population Projections. Disponible: <https://www.censusbureau.com>
- U.S. Foreign Trade Information, National Marine Fisheries Service, Office of Science and Technology, Fisheries Statistics and Economic Division.
- World Fact Book, 2008, “Estados Unidos”, Disponible: <http://www.cia.gov>.

EN LÍNEA

- http://www.ecuadorexporta.org/productos_down/perfil_producto_tilapia568.pdf
- <http://www.monografias.com/trabajos20/tilapia/tilapia.shtml>
- <http://www.sdr.gob.mx/Contenido/Cadenas%20Productivas/DOCUMENTOS%20CADENAS%20AGROPECUARIAS/acuicolas/tilapia/MANUAL%20TILAPIA.pdf>
- http://www.ecuadorexporta.org/productos_down/perfil_producto_tilapia568.pdf
- <http://www.mundotilapia.es.tl>
- www.nutritiondata.com
- <http://www.grupoaquasur.com/pages-web/subcatalogo-tilapia.htm>
- http://www.corpei.org/noticias_expor.asp?ID_NEWS=249&LN=SP

- http://www.globefish.org/files/La%20Industria%20de_380.pdf
- http://ag.arizona.edu/azaqua/ista/reports/TILAPIA_ROJA_08.doc
- <http://ccex.e-camara.net/mnt/descargas/PERFIL%20TILAPIA%20EE.UU.doc>
- www.fao.org.
- www.sri.gov.ec
- www.yahooofinance.com
- www.zonaeconomica.com

A N E X O S

Anexo Nro. 1

PROYECCION DE LA PRODUCCIÓN DE ESTADOS UNIDOS DE FILETES DE TILAPIA FRESCA
 Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

MÉTODO DE LOS MÍNIMOS CUADRADOS

Años	Producción TM (y)	x	xy	x ²	y ²
2001	1,1	-3	-3,3	9	1,21
2002	1,3	-2	-2,6	4	1,69
2003	1,8	-1	-1,8	1	3,24
2004	2,5	0	0	0	6,25
2005	2,7	1	2,7	1	7,29
2006	3,1	2	6,2	4	9,61
2007	3,6	3	10,8	9	12,96
TOTAL	16,1		12	28	42,25

FÓRMULAS

n = 7

$$a = \frac{\sum y}{n} \quad a = 2,30$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad b = 0,43$$

PROYECCIONES

$$y = a + bx$$

- y (2008) = 2,30+0,43* (4) a = 4,01
- y (2009) = 2,30+0,43* (5) a = 4,44
- y (2010) = 2,30+0,43* (6) a = 4,87
- y (2011) = 2,30+0,43* (7) a = 5,30
- y (2012) = 2,30+0,43* (8) a = 5,73
- y (2013) = 2,30+0,43* (9) a = 6,16
- y (2014) = 2,30+0,43* (10) a = 6,59
- y (2015) = 2,30+0,43* (11) a = 7,01
- y (2016) = 2,30+0,43* (12) a = 7,44
- y (2017) = 2,30+0,43* (13) a = 7,87
- y (2018) = 2,30+0,43* (14) a = 8,30
- y (2019) = 2,30+0,43* (15) a = 8,73

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) * (\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

r = 0,9925833

Anexo Nro. 2

PROYECCION DE LAS IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE FILETES DE TILAPIA FRESCA

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

MÉTODO DE LOS MÍNIMOS CUADRADOS

Años	Importaciones TM (y)	x	xy	x ²	y ²
2001	10,2	-3	-30,6	9	104,04
2002	14,2	-2	-28,4	4	201,64
2003	18,0	-1	-18	1	324,00
2004	19,5	0	0	0	380,25
2005	22,8	1	22,8	1	519,84
2006	23,1	2	46,2	4	533,61
2007	26,2	3	78,6	9	686,44
TOTAL	134		70,6	28	2.749,82

FÓRMULAS

$n = 7$

$a = \frac{\sum y}{n} \quad a = 19,14$

$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad b = 2,52$

PROYECCIONES

$y = a + bx$

- y (2008) = 19,14+2,52*(4) a = 29,23
- y (2009) = 19,14+2,52*(5) a = 31,75
- y (2010) = 19,14+2,52*(6) a = 34,27
- y (2011) = 19,14+2,52*(7) a = 36,79
- y (2012) = 19,14+2,52*(8) a = 39,31
- y (2013) = 19,14+2,52*(9) a = 41,84
- y (2014) = 19,14+2,52*(10) a = 44,36
- y (2015) = 19,14+2,52*(11) a = 46,88
- y (2016) = 19,14+2,52*(12) a = 49,40
- y (2017) = 19,14+2,52*(13) a = 51,92
- y (2018) = 19,14+2,52*(14) a = 54,44
- y (2019) = 19,14+2,52*(15) a = 56,96

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

$$r = \frac{n (\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{n (\sum x^2) - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n (\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

$r = 0,9817911$

PROYECCION DEL CONSUMO PER CAPITA DE EE.UU DE FILETES DE TILAPIA FRESCA

Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)

MÉTODO DE LOS MÍNIMOS CUADRADOS

Años	Consumo/ Habitante	x	xy	x ²	y ²
2001	0,4	-3	-1,2	9	0,16
2002	0,4	-2	-0,8	4	0,16
2003	0,5	-1	-0,5	1	0,25
2004	0,7	0	0	0	0,49
2005	0,8	1	0,8	1	0,64
2006	1,0	2	2	4	1,00
2007	1,2	3	3,6	9	1,44
TOTAL	5,00		3,9	28	4,14

FÓRMULAS

$n = 7$

$a = \frac{\sum y}{n} \quad a = 0,71$

$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad b = 0,139$

PROYECCIONES

$y = a + bx$

- y (2008) = 0,71+0,139*(4) a = 1,3
- y (2009) = 0,71+0,139*(5) a = 1,4
- y (2010) = 0,71+0,139*(6) a = 1,6
- y (2011) = 0,71+0,139*(7) a = 1,7
- y (2012) = 0,71+0,139*(8) a = 1,8
- y (2013) = 0,71+0,139*(9) a = 2,0
- y (2014) = 0,71+0,139*(10) a = 2,1
- y (2015) = 0,71+0,139*(11) a = 2,2
- y (2016) = 0,71+0,139*(12) a = 2,4
- y (2017) = 0,71+0,139*(13) a = 2,5
- y (2018) = 0,71+0,139*(14) a = 2,7
- y (2019) = 0,71+0,139*(15) a = 2,8

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) * (\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

$r = 0,977446679$

PROYECCION DE LAS EXPORTACIONES DE ECUADOR DE FILETES DE TILAPIA FRESCA A EE.UU
Unidad Métrica (en 1.000 toneladas)
MÉTODO DE LOS MÍNIMOS CUADRADOS

Años	Producción TM (y)	x	xy	x ²	y ²
2001	4,92	-3	-14,76	9	24,2064
2002	6,62	-2	-13,24	4	43,8244
2003	9,4	-1	-9,4	1	88,36
2004	10,16	0	0	0	103,2256
2005	10,6	1	10,6	1	112,36
2006	10,87	2	21,74	4	118,1569
2007	11,88	3	35,64	9	141,1344
TOTAL	64,45		30,58	28	631,2677

FÓRMULAS

$n = 7$

$a = \frac{\sum y}{n} \quad a = 9,21$

$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad b = 1,09$

PROYECCIONES

$y = a + bx$

- y (2008) = 9,21+1,09* (4) a= 13,58
- y (2009) = 9,21+1,09* (5) a= 14,67
- y (2010) = 9,21+1,09* (6) a= 15,76
- y (2011) = 9,21+1,09* (7) a= 16,85
- y (2012) = 9,21+1,09* (8) a= 17,94
- y (2013) = 9,21+1,09* (9) a= 19,04
- y (2014) = 9,21+1,09* (10) a= 20,13
- y (2015) = 9,21+1,09* (11) a= 21,22
- y (2016) = 9,21+1,09* (12) a= 22,31
- y (2017) = 9,21+1,09* (13) a= 23,41
- y (2018) = 9,21+1,09* (14) a= 24,50
- y (2019) = 9,21+1,09* (15) a= 25,59

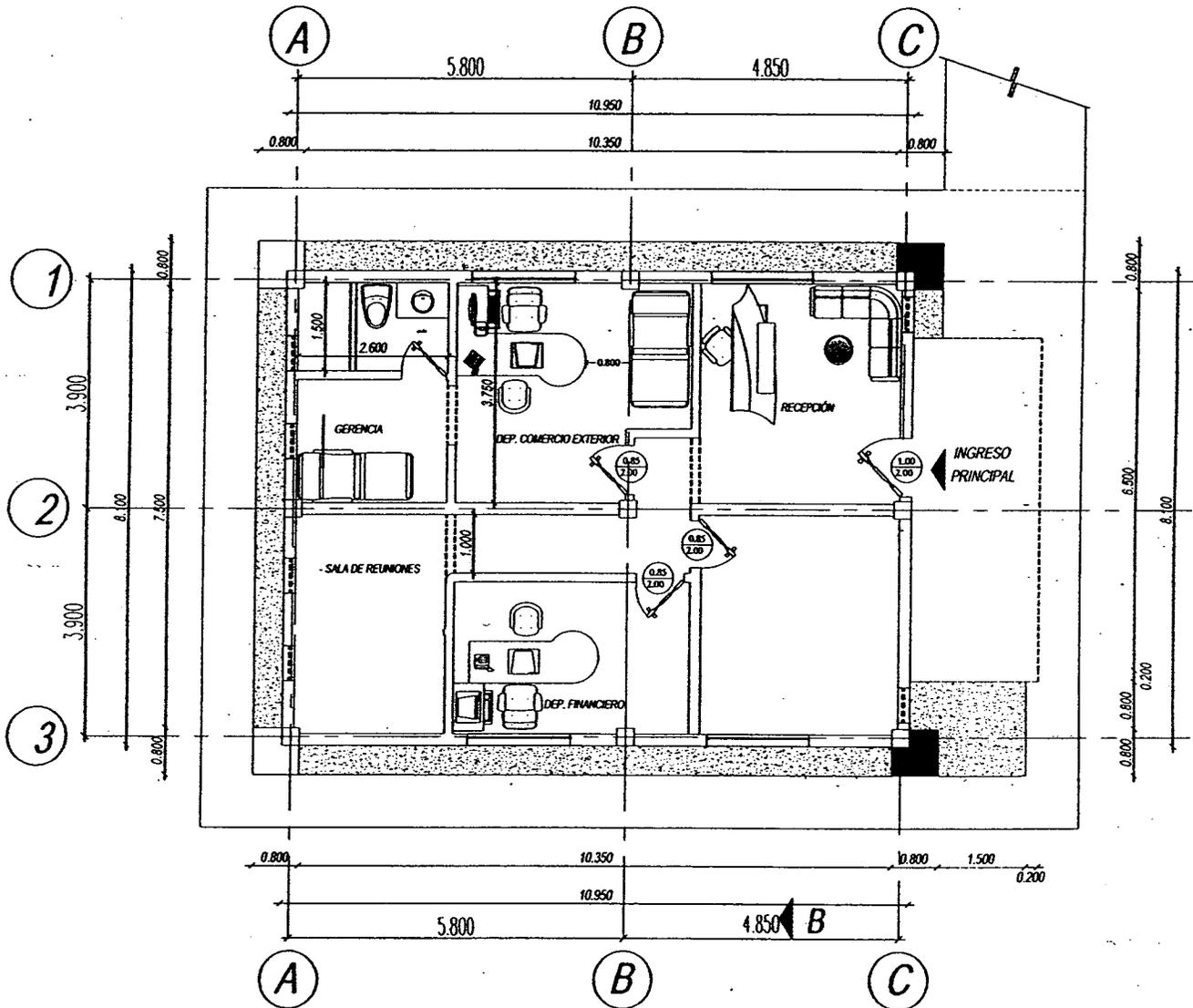
COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

$$r = \frac{n (\sum xy) - (\sum x) * (\sum y)^2}{\sqrt{n (\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

$r = 0,939130725$

Anexo Nro. 5

INSTALACIONES ADMINISTRATIVAS



ARRIENDO DE OFICINA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Kennedy Norte-Sector Hotel Hilton Colon - Avenida Sicouret: Elegante oficina de 92 mts2. 2do piso alto.

Código del inmueble: OFA237

Precio: US\$ 550

[Contactar](#) - [Ver fotos](#)

Observaciones / Formas de pago:

Avenida Sicouret - Mzna 901 - Solar 8 - Guayaquil - Ciudadela Kennedy Norte - Guayas

Fecha de publicación: 17/03/09

Características Principales del inmueble:

Sup. Cubierta: 92 m2

Sup. del Terreno: 400 m2

Metros frente: 10

Plantas: 3

Baños: 1

Estado general: Excelente

Antigüedad: 2

Zona: Privado

Ubicación: Frente

Servicios: Agua corriente, Luz, Alumbrado, Pavingento.

Características secundarias del inmueble:

Características de vivienda:

Características de Categoría:

Información de contacto:

**Galo Solis
Ciudadela Nueva Kennedy
Guayaquil- Guayas - 123456
593-4-2680670 - 094356701**

Tropical Aquaculture Products, Inc.

Tropical Aquaculture Products was founded by John Schramm in 1995 with just one employee - John. Having grown up on the seacoast of Maine where he watched firsthand the decimation of the seafood industry, John realized that one of the key challenges facing the seafood industry was the ability to source high quality fish. Focusing on at that time a relatively unknown fish to North American families, Tropical Aquaculture Products looked to tilapia as an environmentally sustainable, nutritious, great tasting, and chemical-free fish that could be harvested in abundance and delivered quickly.

With nearly 40% of the market, today, Tropical Aquaculture is the industry leader and innovator in the delivery of fresh tilapia throughout the United States and Canada. With partner farms in Ecuador, Costa Rica, Colombia, and Brazil, Tropical's logistics operations have changed the face of fish delivery by delivering fresh (never frozen!) tilapia to the market within 24 hours of harvest. While most tilapia is flown into Miami and then shipped to its destination in the US, Tropical's is flown to Los Angeles, Miami, New York, Boston, or Maryland, making it the freshest tilapia available in the market.

In just a few years, Americans' annual consumption of tilapia has quadrupled, from a quarter-pound per person in 2003 to a full pound in 2006. It now ranks as the 5th most-consumed seafood in the nation. Considering the explosion of the tilapia market, it's not surprising that the industry has become very competitive. But what's very important to remember is that not all tilapia are created equal. The taste and overall quality comes from the care and expertise of the people who raise and process the fish. Tropical Aquaculture is known for its premium quality. Tropical is a vertically integrated company which allows for stringent quality control from the feed mills all the way through to distribution. Tropical also imports farm-raised rainbow trout from Panama and shrimp from Ecuador.

Tropical has offices in Vermont and the most recent addition - Luxembourg. Tropical Aquaculture Europe was formed in 2006.



DAEWOO



Quito, 2 de FEBRERO 2009

Señores.
EXPORTILAPIA
Atención : Valeria Pavón
Ciudad.-

A continuación me permito realizar la siguiente oferta de acuerdo a sus necesidades

PROFORMA 2009-2646

CANT.	DESCRIPCION	PREC. UNIT	PREC.TOTAL
3	Computadores Tipo Torre Clone PROCESADOR INTEL C2D 2.5 GHZ MOTHER BOARD CHIP SET INTEL DG31 MARKVISION 2GB PC-533 MONITOR DE 19" LCD MARCA LG O SAMSUNG DVD-RWRITER LG 320GB MAXTOR SATA 7200RPM Form Card Reader	\$ 550,00	\$ 1.650,00
1	PORTATIL MARCA HP MODELO H550 PROC C2D 1,5Ghz 120 Gb DISCO PANTALLA DE 15,4" DVD WRITER	\$ 700,00	\$ 700,00
1	IMPRESORA SAMSUNG A COLOR LASER MODELO CLX 3150 COPIADORA Y SCANNER	\$ 390,00	\$ 390,00
		SUBTOTAL	\$ 2.740,00
		12% I.V.A.	\$ 328,80
		TOTAL	\$ 3.068,80

TERMINOS Y CONDICIONES:

TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA
FORMA DE PAGO: CONTRA- ENTREGA
GARANTIA: 1 AÑO CONTRA DEFECTOS DE FABRICACION
VALIDEZ DE LA OFERTA: 15 DIAS

Atentamente,

Franklin Negrete M.

Ing. Franklin Negrete M.

Ed. Metrópoli. P.B. Loc. 4 Nuñez de Vela N35A e Ignacio Sanmaria, Sector 133 • Teléfono: 244-4759
Cel.: 098-101701 • Quito - Ecuador • E-mail: pchouse_sa@hotmail.com



QUIENES SOMOS

NUESTRA EMPRESA

NUESTRA MISIÓN

DIRECTORIO

REGISTRO

MARCAS

Usuario:

Contraseña:



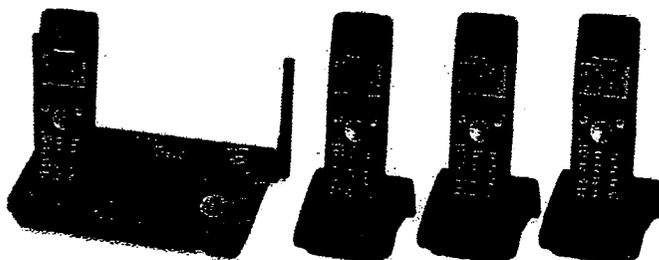
Marca: *



Contraseña ?

- ACCESORIOS
- ACCESORIOS
- XTRATECH
- CABLES
- CALCULADORAS
- CAMARAS
- CASES
- CELULARES
- COMPUTADOR
- COOLERS
- DISCOS DUROS
- ELECTRONICA
- EQUIPOS DE SONIDO-DVD
- EQUIPOS PARA AUTO
- FILMADORAS
- IMPRESORAS
- JUEGOS
- LINEA BLANCA
- MAINBOARD
- MEMORIAS
- MESAS Y SILLAS
- MONITORES
- NOTEBOOK XTRATECH
- NOTEBOOKS
- OPTICOS (DVD-CDR-CD)
- PALM Y PDAS
- PROCESADORES
- PRODUCTOS PARA REDES
- PROYECTORES
- PUNTO DE VENTA
- REDES INALAMBRICAS
- REGULADORES
- SCANNERS
- SERVIDORES
- SOFTWARE
- SUMINISTROS EN GENERAL
- TARJETAS DE VIDEO
- TARJETAS VARIAS
- TELEFONIA
- TV - LCD - PLASMA
- UPS
- XTRATECH
- COMPUTERS

Especificaciones Técnicas del Producto



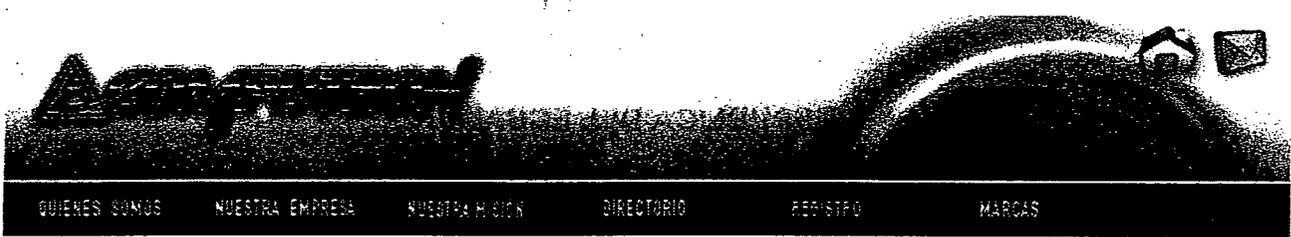
KXTG6700K
Marca:
PANASONIC
Stock:
 2
Precio:
 442,00

REGRESAR

TELEFONO PANASONIC 2 LINEAS 5.8GHZ 3 EXTENSIONES
 MINI CENTRAL

Precio no incluye 12% del IVA





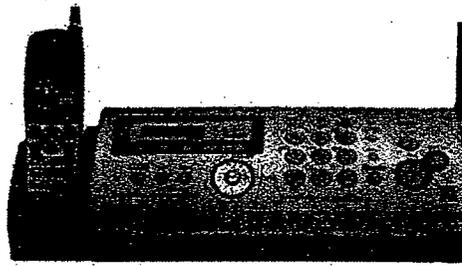
QUIENES SOMOS NUESTRA EMPRESA NUESTRA HISTORIA DIRECTORIO REGISTRO MARCAS

Usuario: Contraseña:

Marca: * Contraseña ?

- ACCESORIOS
- ACCESORIOS XTRATECH
- CABLES
- CALCULADORAS
- CAMARAS
- CASES
- CELULARES
- COMPUTADOR
- COOLERS
- DISCOS DUROS
- ELECTRONICA
- EQUIPOS DE SONIDO-DVD
- EQUIPOS PARA AUTO
- FILMADORAS
- IMPRESORAS
- JUEGOS
- LINEA BLANCA
- MAINBOARD
- MEMORIAS
- MESAS Y SILLAS
- MONITORES
- NOTEBOOK XTRATECH
- NOTEBOOKS
- OPTICOS (DVD-CDR-CD)
- PALM Y PDAS
- PROCESADORES
- PRODUCTOS PARA REDES
- PROYECTORES
- PUNTO DE VENTA
- REDES INALAMBRICAS
- REGULADORES
- SCANNERS
- SERVIDORES
- SOFTWARE
- SUMINISTROS EN GENERAL
- TARJETAS DE VIDEO
- TARJETAS VARIAS
- TELEFONIA
- TV - LCD - PLASMA
- UPS
- XTRATECH COMPUTERS

Especificaciones Técnicas del Producto



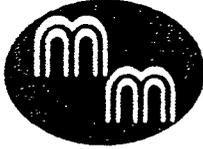
KXFG2451
Marca: PANASONIC
Stock: 1
Precio: 195,54

[REGRESAR](#)

TELEFAX PANASONIC 2.4GHZ INALAMB. BOND C-ID (1A)
 INALAMBRICO

Precio no incluye 12% del IVA





RUC.: 1707176903001

PROFORMA

Nº 0001892

MUEBLES DE OFICINA Y MEDICOS

Cliente: Stalberia Pavón Fecha: Quito, 2-Febrero/0
 Dirección: _____ Fecha Entrega: _____
 Teléfono: _____ Vendedor: Pavón

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Cuadro de 140x70 con cajonera y teclado.	200	200
1	Estación de trabajo Nordik - Con Cajonera 170x170x taberos de 25 mm - con bordos curcho	240,00	240
3	Estaciones trabajo 160x160x60 con cajonera teclado importado	170,00	510
1	Mesa Reuniones de 160x90.	115,00	115
6	Sillas Graftis c/b.	28,00	168
1	Sillón Espada triple	120,00	120
3	Sillones Aeron, Neut. con	135	405
1	Sillón Ejecutivo	150	150
1	Silla secretaria S/B	60,00	60
6	Sillas ejecutivas	28	168
4	Archivadores Aereos instalados	70	280
4	Archivadores de 4 cajones 4 gavetas	120	480
1	Librero 160x90x40	145	145

SON: _____
 ANTICIPOS \$ _____
 FORMA DE PAGO: Efectivo Cheque Tarjeta
 BANCO: _____
 CTA: _____
 _____ FIRMA DEL CLIENTE
 _____ FIRMA AUTORIZADA

SUB-TOTAL	3041
DESCUENTO	
IVA 12%	364 ⁹²
TOTAL	3405⁹²

LA GARANTÍA CUBRE DEFECTOS DE FABRICACION

Dir.: América 17 -11ly Bogotá. Telf.: 2235 171. Fax.: 2238 511 Quito - Ecuador
 FABRICA: Carapungo Telf.: 2010 109

Anexo Nro. 9

COTIZACIÓN DE FILETES DE TILAPIA

From: sjacome@modercorp.com
To: valeria_pavon@hotmail.com
CC: cpino@modercorp.com
Subject: Cotizacion
Date: Mon, 6 Jul 2009 11:27:08 -0500
Valeria,

Confirmando nuestra conversación telefónica del día viernes, me permito hacerle la siguiente cotización:

Producto	filete fresco de tilapia
Talla	3-5 onzas
Calidad	Exportación
Precio	US\$1.86 / libra
Lugar de entrega	Nuestra planta de Guayaquil
Empaque	cajas de 10 lbs.
Términos de venta	prepagado

Cordiales saludos,

Santiago Jácome



COTIZACION DE EXPORTACION

VIA LAN MIAMI CARGA PERECIBLE

TARIFA ALL IN**	\$	1.00 X Kg
MANEJO	\$	60.00 + IVA
CORTE DE GUIA	\$	15.00 + IVA

SALIDAS DIARIAS EN VUELO DIRECTO

GASTOS EN ORIGEN

PICK UP KM 15 VIA A LA COSTA	\$	150.00
PICK UP KM 56 VIA A MACHALA	\$	250.00
AGENCIAMIENTO ADUANAL	\$	180.00 + IVA
HANDLING	\$	60.00 + IVA
CUSTODIA ARMADA (OPCIONAL)	\$	270.00 + IVA

* NO INCLUYE ESTIBAJE

** CUSTODIA ARMADA INCLUYE PATRULLA ARMADA, MONITOREO SATELITAL, EN CADA PUNTO EL CARGUE NO DEBE EXCEDER DE 3 HORAS.

OBSERVACIONES

TODO EXPORTADOR DEBE ESTAR REGISTRADO COMO OCE ANTE LA ADUANA
 TODO VALOR FINAL ESTARA EN FUNCION DE LA MERCADERIA, PESO Y DIMENCIONES
 TARIFA APLICA PARA PESO, SI EL VOLUMEN FUESE MAYOR SE HARIA EL CALCULO EN FUNCION A ESTE.
 NO INCLUYEN MULTAS
 NO INCLUYE ELABORACION DE DOCUMENTACION PREVIA AL EMBARQUE.

DOCUMENTACION REQUERIDA:

FACTURA DE EXPORTADOR

Eduardo Salazar Gomez N36-170 y Diego Noboa (Sector Batán Alto)
 Telefono: 593.2.225939 / 593.2.2250115 / 593.2.2255099
 Fax: 593.2.2430640 Ext. 111

www.profitcargo.com

FINACIAMIENTO BANCO INTERNACIONAL

Capital	12,000.00	Intereses	11.83	Comisión	24.00
				Fecha	6/4/2009

#Cuota	Fecha	Capital	Cuota Capital	Intereses	Comisión	Total Cuota
1	06/May/2009	12,000.00	445.53	118.30	0.00	563.93
2	06/Jun/2009	11,554.37	450.02	113.91	0.00	563.93
3	06/Jul/2009	11,104.35	454.46	109.47	0.00	563.93
4	06/Ago/2009	10,649.89	458.94	104.99	0.00	563.93
5	06/Sep/2009	10,190.95	463.46	100.47	0.00	563.93
6	06/Oct/2009	9,727.49	468.03	95.90	0.00	563.93
7	06/Nov/2009	9,259.45	472.65	91.28	0.00	563.93
8	06/Dic/2009	8,786.81	477.31	86.62	0.00	563.93
9	06/Ene/2010	8,309.50	482.01	81.92	0.00	563.93
10	06/Feb/2010	7,827.40	486.76	77.17	0.00	563.93
11	06/Mar/2010	7,340.73	491.56	72.37	0.00	563.93
12	06/Abr/2010	6,849.16	496.41	67.52	0.00	563.93
13	06/May/2010	6,352.75	501.30	62.63	0.00	563.93
14	06/Jun/2010	5,851.45	506.24	57.69	0.00	563.93
15	06/Jul/2010	5,345.21	511.23	52.69	0.00	563.93
16	06/Ago/2010	4,833.97	516.27	47.65	0.00	563.93
17	06/Sep/2010	4,317.70	521.36	42.57	0.00	563.93
18	06/Oct/2010	3,796.34	526.50	37.43	0.00	563.93
19	06/Nov/2010	3,269.83	531.69	32.24	0.00	563.93
20	06/Dic/2010	2,738.14	536.94	26.99	0.00	563.93
21	06/Ene/2011	2,201.20	542.23	21.70	0.00	563.93
22	06/Feb/2011	1,658.97	547.57	16.35	0.00	563.93
23	06/Mar/2011	1,111.40	552.97	10.96	0.00	563.93
24	06/Abr/2011	558.42	558.42	5.51	0.00	563.93
		TOTAL:	12,000.00	1,534.31	0.00	13,534.31

GRUPO FINANCIERO BANCO INTERNACIONAL

Nota de descargo: La información contenida en este e-mail es confidencial y solo puede ser utilizada por el individuo o la compañía a la cual está dirigido. Esta información es de carácter provisional y referencial, no debe ser distribuida ni copiada total o parcialmente por ningún medio sin la autorización de Banco Internacional S.A. La empresa no asume responsabilidad sobre información, opiniones o criterios contenidos en este e-mail.

ACTA DE CONSTITUCION

CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA

“PACKEXPORT CIA. LTDA.”

MUNITA

SEÑOR NOTARIO

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de Compañía Limitada, contenida en las siguientes cláusulas:

CLAUSULAS

PRIMERA.- COMPARECIENTES.-

Intervienen en el otorgamiento de esta escritura pública. Paúl Armando Cevallos Carrión, soltero, cédula de ciudadanía 171649097-2, José Alberto Cevallos Bastidas, casado, con cédula de ciudadanía 170625994-0, María Eugenia Sanmartín Torres, soltera, con cédula de ciudadanía 160050823-6. Los comparecientes son mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Quito, y legalmente capaces de contratar, por sus propios y personales derechos.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-

Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada o Compañía Limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA.-

TITULO I

DEL NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO Y PLAZO.

Artículo 1.-

Nombre.- La Compañía se denominará **“PACKEXPORT CIA. LTDA.”**, nombre con el que figurará en todos sus actos y contratos.

Artículo 2.-

Nacionalidad y Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es en la Parroquia Shell, Cantón Mera, Provincia de Pastaza. Pudiendo establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3.-

Objeto social.- La compañía podrá dedicarse a una o varias actividades que tendrá por objeto: a) Comercialización, exportación e importación de todo tipo de bienes dentro y fuera del país, b) La Compañía podrá celebrar toda clase de actos y contratos civiles y mercantiles permitidos por las Leyes Ecuatorianas, que fueren necesarios para el cumplimiento de su objeto social. En cumplimiento de su objeto, la compañía limitada podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4.-

Plazo.- La compañía en mención tendrá una duración de 30 años desde la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, el mismo plazo que podrá prorrogarse de igual manera podrá disolverse anticipadamente, en cada caso basándose en las disposiciones legales previstas en este Estatuto.

TITULO II

DEL CAPITAL

Artículo 5.-

Capital social.- El capital es \$ 88.697,13 dividido en participaciones iguales para cada uno de los socios de un valor \$ 22.174,28 este capital se encuentra totalmente suscrito por los socios y pagado íntegramente.

Los aumentos y disminución de capital serán pagados realizados de acuerdo a las proporciones y condiciones establecidas por la Junta General de Socios, una vez acordado, este se lo hará bajo Ley, el estatuto y reglamentos expedidos por la Junta General de Socios.

Artículo 6.-

Participaciones.- De acuerdo con lo determinado en la Ley de Compañías, esta emitirá los certificados de aportación a todos los socios, los mismos que serán debidamente firmados por el Gerente General y el Presidente. Se llevará un control de mediante un libro de participaciones, en el cual se registraran las mismas, de propiedad de cada socio que irán con la firma del Gerente General respectivamente. Respecto de su transferencia estas podrán ser cedidas cumpliendo para el efecto lo que especifica la Ley de Compañías

TITULO III

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACION

Artículo 7.-

Norma general.- El Gobierno de la Compañía corresponde a la Junta General de Socios, y su administración al Gerente General y al Presidente.

Artículo 8.-

Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el Gerente de la Compañía, con ocho días de anticipación a la fecha fijada para la reunión, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella. El tiempo de intervalo entre la convocatoria y la junta, así como las demás precisiones son iguales a las ya indicada.

Artículo 9.-

Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la Junta General se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

Artículo 10.-

Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán por una mayoría absoluta de socios presentes, equivalente por lo menos al cincuenta y uno por ciento del capital social asistente a la Junta General, con excepción de los casos expresamente señalados en la Ley y este estatuto. Los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría y en caso de empate la propuesta se considera denegada. Cada participación tendrá derecho a un voto. .

Artículo 11.-

Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la Compañía de Responsabilidad Limitada y además las siguientes atribuciones y deberes:

Designar y remover administradores y gerentes;

- a. Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;
- b. Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- c. Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- d. Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- e. Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- f. Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- g. Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- h. Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;

- i. Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;
- j. Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes. En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,
- k. Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

Artículo 12.-

Junta General Ordinaria.- Previa convocatoria la Junta General Ordinaria se reunirá por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la Compañía, para tratar necesariamente de los siguientes asuntos, sin perjuicio de lo que expresamente se señala en la respectiva convocatoria:

- a) Conocer y aprobar el presupuesto anual de la Compañía de la Compañía, las cuentas y balances que presente el Gerente General así como su informe de labores.
- b) Resolver acerca del reparto de utilidades y la formulación del fondo de reserva, para la cual el Gerente General presentara un proyecto de distribución de utilidades; y
- c) Proceder, llegando al caso, a la designación de los administradores y gerentes cuyo nombramiento le corresponde hacer según la Ley y los presentes estatutos, así como fijar, revisar o ratificar sus remuneraciones.

Artículo 13.-

Junta General Extraordinaria.- La Junta General Extraordinaria se reunirá en cualquier época en que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la respectiva convocatoria.

Artículo 14.-

Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la Junta y los puntos a tratarse en la misma.

Artículo 15.-

Presidente de la compañía.- El Presidente será nombrado por la junta general para un período de cuatro años, a cuyo término podrá ser reelegido. El Presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al Presidente:

- a) Presidir las reuniones de Junta General a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Cumplir y hacer cumplir la Ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General;
- c) Suscribir con el Gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,
- d) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.
- e) Presentar anualmente a consideración a la Junta General Ordinaria un informe detallado de sus actividades;
- f) Las demás que le confieren la Ley, estos estatutos y las resoluciones de la Junta General.

Artículo 16.-

Gerente de la compañía.- El Gerente será nombrado por la Junta General para un período de cuatro años en sus funciones y podrá ser reelegido. El Gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al Gerente:

- a) Convocar a las reuniones de Junta General.
- b) Cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la Junta General;
- c) Actuar de secretario de las reuniones de Junta General a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- d) Realizar a nombre de la Compañía toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social o que pudieren impedir que la Compañía cumpla con sus fines o reforma al contrato social;
- e) Suscribir con el Presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;
- f) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías;
- g) Cuidar que se lleve debidamente la contabilidad, la correspondencia, las actas de las Juntas Generales y expedientes de las mismas, en general el archivo de compañía;
- h) Ejercer las demás atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Artículo 17.-

Prohibiciones.- Es prohibe al Gerente General;

- a) Negociar o contratar a cuenta propia, directamente con la Compañía;
- b) Realizar por cuenta de la Compañía operaciones ajenas a su objeto;
- c) Las demás que establezca la Ley.

Artículo 18.-

Responsabilidades.- El Gerente es solidariamente responsable para con la Compañía y terceros:

- a) De la existencia real de los dividendos declarados;
- b) De la existencia y exactitud de los libros de la compañía;
- c) Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las Juntas; y,
- d) Del cumplimiento de los requisitos exigidos por la Ley para la existencia y funcionamiento de la Compañía.

Artículo 19.-

Extinción de responsabilidades.- Cesara la responsabilidad del Gerente General frente a la Compañía:

- a) Por aprobación del balance y sus anexos, excepto cuando
 - Se lo hubiera aprobado en virtud de datos no verídicos; y
 - Si hubiere acuerdo expreso de reservar o ejercer la acción de responsabilidades.
- b) Cuando hubiere precedido en cumplimiento de acuerdos de la Junta General, a menos que tales acuerdos fueren notoriamente ilegales;
- c) Por aprobación de la gestión o por renuncia expresa a la acción o por transacción acordada por la Junta General; y,
- d) Cuando hubiere dejado constancia de su oposición a resoluciones ilegales de la Junta General, en el plazo de diez días a contarse desde la fecha en que fueron adoptadas.

TITULO IV

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 20.-

Norma General.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

El liquidador será el Gerente General o la persona que designe la Junta, se procederá con el voto unánime del capital social en primera convocatoria.

Artículo 21.-

En todo lo que no estuviere previsto en estos estatutos, se estará a lo que dispone la Ley de Compañías y demás normas legales vigentes.

CUARTA.-

APORTES.- El capital de la Compañía, se suscribe de la siguiente forma:

Nombres Socios.	Capital Suscrito	Capital Pagado		Capital por Pagar	Número de Participaciones
		Numerario	Especies		
Paúl Armando Cevallos C.	\$ 22.174,28	\$ 22.174,28			25%
José Alberto Cevallos B.	\$ 22.174,28	\$ 22.174,28			25%
Ma. Eugenia Sanmartín T.	\$ 22.174,28	\$ 22.174,28			25%
Freddy Navas Morales	\$ 22.174,28	\$ 22.174,28			25%
TOTAL	\$ 88697,13	\$ 88697,13			100%

QUINTA.-

NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 15 y 16 del estatuto, se designa como Presidente de la Compañía al Señor Paúl Armando Cevallos Carrión, y como Gerente de la misma al José Alberto Cevallos Bastidas; respectivamente.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar a la Doctora Pilar Barreno, Matricula N°.20 Colegio de Abogados Pichincha, para que a su nombre solicite al Superintendente o a su Delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo para la plena validez de este instrumento.

Sr. Paúl Armando Cevallos Carrión.

C.I. 171649097-2

Sr. José Alberto Cevallos Bastidas.

C.I. 170625994-0

Srta. María Eugenia Sanmartín Torres

C.I. 160050823-6

Sr. Freddy Navas Morales

167822935-9

Juan Javier Gavilanes Sánchez

Notario Público del Cantón Mera