



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK DEL ECUADOR

“FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y JURIDICAS”

“INGENIERIA COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES”

REALIZADO POR

DAVID FERNANDO TORRES HERNÁNDEZ

TEMA DE INVESTIGACION

Análisis del proceso de exportación del producto PALMITO EN CONSERVA y su impacto en la rentabilidad de la empresa INAEXPO C.A. en QUITO en el año 2015 al 2016.

TUTORA DEL PROYECTO

Ing. Joline Jaraisch A.

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, DAVID FERNANDO TORRES HERNÁNDEZ, con cédula de identidad número 171649741-5, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que ha 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 Normativa Institucional Vigente.

David Fernando Torres Hernández

CI: 171649741-5

DECLARATORIA

El presente plan de investigación de titulación
**Análisis del proceso de exportación del producto PALMITO EN CONSERVA y su
impacto en la rentabilidad de la empresa INAEXPO C.A. en QUITO en el año 2015 al
2016.**

Realizado por:

DAVID FERNANDO TORRES HERNÁNDEZ

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERIA COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ha sido dirigida por la profesora

ING. JOLINE JARAISEH A.

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

Ing. Joline Jaraiseh A.

DEDICATORIA

El siguiente proyecto de titulación está dedicado a mi familia y a todos aquellos que me han ayudado en la realización de este proyecto hasta su culminación ya que gracias a ellos he podido terminar mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a la empresa INAEXPO C.A. por brindarme la oportunidad de aplicar mis conocimientos en la realización de mi proyecto de titulación así como la facilidad de información necesaria para el desarrollo del mismo.

INDICE

Fase 1: Planteamiento del Problema.

1. Planteamiento del problema
 - 1.1. Formulación del Problema
 - 1.2. Sistematización del Problema
 - 1.3. Objetivo General
 - 1.4. Objetivo Específicos
 - 1.5. Justificaciones
 - 1.6. Identificación de Variables
2. El Método
 - 2.1. Nivel de Estudio
 - 2.2. Modalidad de Investigación
 - 2.3. Método
 - 2.4. Población y Muestra
 - 2.5. Paralización de Variables
 - 2.6. Selección Instrumentos de Investigación
 - 2.7. Validez y Confiabilidad de Instrumentos
3. Aspectos Administrativos
 - 3.1. Recursos Humanos
 - 3.2. Recursos Técnicos y Materiales
 - 3.3. Recursos Financieros
 - 3.4. Cronograma de Trabajo

Fase 2: Fundamentación Teórica y Diagnostico.

1. Fundamentación Teórica
 - 1.1. Marcos Conceptual
 - 1.2. Marco Teórico
 - 1.3. Marco Referencial
 - 1.4. Marco Legal
2. Diagnostico
 - 2.1. Ambiente Externo
 - 2.1.1. Macro Entorno
 - 2.1.2. Micro Entorno
 - 2.2. Ambiente Interno
 - 2.2.1. Cadena de Valor y/o Fuerzas Competitivas
3. Investigación de Campo
 - 3.1. Elaboración de los Instrumentos de Investigación
 - 3.2. Recolección de Datos
 - 3.3. Procesamiento, Análisis e Interpretación

Fase 3: Validación del Proyecto de Investigación y Desarrollo.

1. Resumen de la Observación
2. Hipótesis
3. Probar Hipótesis
4. Evaluación Financiera
5. Conclusiones y Recomendaciones
6. Bibliografía
7. Anexos

Fase 1: Problema de investigación

1 Planteamiento del problema

En los procesos de exportación del producto palmito en conserva de la empresa INAEXPO C.A. existen falencias con el transporte internacional del producto ya que suele llegar con la etiqueta dañada o con golpes en el envase, causando que ese producto sea considerado para dar de baja, donde el cliente no paga por las conservas que se encuentran en mal estado y esto genera una pérdida económica, también suele haber retrasos en el despacho del producto debido a que la naviera encargada del transporte no tiene el suficiente espacio disponible o no cumple con los tiempos de embarque establecidos.

Las falencias antes mencionadas ocurren en los procesos de pre-embarque donde se involucra el producto y embalaje además de la entrega de mercancía los cuales pueden generar inconvenientes en la parte documental que tiene que ver con el proceso de post-embarque.

En los años 2015 y 2016 la empresa INAEXPO C.A. ha registrado pérdidas debido a que sus ventas han disminuido y esto afecto a su rentabilidad.

1.1. Formulación del problema

¿Cómo impactan los procesos de exportación del producto PALMITO EN CONSERVA en la rentabilidad de la empresa INAEXPO C.A. en el año 2015 al 2016?

1.2. Sistematización del problema

1.2.1) ¿Cuáles son los procesos de exportación claves para el producto palmito en conserva de la empresa INAEXPO C.A. en el año 2015 al 2016?

1.2.2) ¿Cuál es la rentabilidad de las exportaciones por país del producto palmito en conserva de la empresa INAEXPO C.A. en el año 2015 al 2016?

1.2.3) ¿Cuál es el costo y los tiempos del proceso de exportación del producto palmito en conserva de la empresa INAEXPO C.A. en el año 2015 al 2016?

1.3. Objetivo general

Analizar los procesos de exportación del producto palmito en conserva a través de la evaluación de registros históricos del manejo íntegro de los embarques que determinen el impacto en la rentabilidad de la empresa INAEXPO C.A. en el año 2015 al 2016.

1.4. Objetivos específicos

1.4.1. Determinar el proceso de exportación del palmito en conserva mediante la esquematización de las operaciones ejecutadas para los embarques que permiten la fluidez del proceso de empresa INAEXPO C.A. en el año 2015 al 2016.

1.4.2. Valorar la rentabilidad de los embarques exportados, a cada país, del producto palmito en conserva a través del porcentaje de participación de volumen de venta indicando los mercados atractivos para la empresa INAEXPO C.A. en el año 2015 al 2016.

1.4.3. Evaluar los tiempos y costos que tiene el proceso de exportación revisando registros operativos que demuestren el impacto que tienen los mismos en la cadena de valor de la exportación del producto palmito en conserva en la empresa INAEXPO C.A. en el año 2015 al 2016.

1.5. Justificaciones

Considerando que la empresa INAEXPO CA, es una empresa dedicada exclusivamente a la exportación de palmito, el presente trabajo permite la exploración del proceso clave, el de exportación, como participe de rentabilidad. Es así, que el presente estudio radica en considerar al proceso de exportación, como un costo y también como una oportunidad para también generar mayor rentabilidad.

Adicional, el presente permite detectar que, en ciertas operaciones del proceso de exportación como variable independiente, existen errores o un mal manejo que

mitigan la probabilidad de que el producto sea aceptado en su totalidad en destino, lo que a su vez se considera como un impacto en la variable dependiente.

Igualmente se presenta una antesala que permite establecer estrategias administrativas para que el proceso de pre-embarque sea el más adecuado desde el punto de vista de planificación logística, considerando que actualmente la empresa tiene pérdidas debido al manejo de proceso de exportación en sí.

1.6. Identificación de variables

Variable independiente: Proceso de exportación del producto palmito en conserva.

La presente investigación, considera como estudio dentro del proceso de exportación la etapa de pre-embarque, conformada por las operaciones de:

Producto y embalaje

Entrega de la mercancía

Variable dependiente

Rentabilidad de la empresa INAEXPO C.A. en Quito en el año 2015 al 2016.

La rentabilidad de la empresa INAEXPO C.A. refiere a la utilidad obtenida del ejercicio fiscal, correspondiente a los periodos 2015-2016. Utilidad refiere a que los ingresos superan a los egresos dentro de un período comercial.

1.7. Novedad y/o Innovación

El presente estudio representa una visión innovadora para la empresa INAEXPO C.A., ya que es la primera vez que se le considera al proceso de exportación como una variable que puede generar pérdidas o ganancias; ya que la empresa se basa únicamente en los resultados financieros donde se observa las ventas, la cartera y la rentabilidad final, más no integran al proceso de pre-embarque como clave dentro de su cadena de valor, siendo esta una empresa exportadora.

2. Método

2.1. Nivel de estudio

La siguiente investigación se va a desarrollar en base al método descriptivo para el análisis de los procesos de exportación de la empresa INAEXPO C.A. para el producto palmito en conserva en los años 2015 y 2016.

El método es descriptivo ya que en base a los documentos históricos de la empresa INAEXPO C.A. se describirá todos los procedimientos que existen dentro de la exportación.

2.2. Modalidad de investigación

De campo

Los datos que se recogen directamente del lugar donde se realiza el estudio o investigación de campo, generalmente conocida como investigación in situ.

Documental

Se realiza una revisión que incorpora un mayor conocimiento del tema, con registros documentales impresos, audiovisuales y electrónicos los cuales ayudaran a validar la información.

2.3. Método

Método Inductivo-Deductivo.

Según Bernal César (2006) el método inductivo-deductivo “es un método de inferencia basado en la lógica y relacionando con el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va del particular a lo general)” (pág. 56).

2.4. Población y Muestra

Población: 21 es la cantidad de países a los que exporta INAEXPO C.A.

Muestra: 5 países.

Como indica la siguiente tabla 1

Tabla 1 formula muestra a estudiar

DESGLOSE DE LA FORMULA	DATOS Y RESULTADOS
α = GRADO DE CONFIANZA	0.95
Z = VALOR DE CONFIANZA	0.50
p = POBLACION DE LA CARACTERISTICA A MEDIR	0.50
q = POBLACION DE LA CARACTERISTICA NO INTERESADA	0.50
K = ERROR DE MUESTREO	0.20
N = TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	21
n = TAMAÑO DE LA MUESTRA	5.00

$$n = \frac{(Z^2) * (N) * (p+q)}{(K^2) * (N-1) + (Z^2) * (p+q)}$$

$$n = \mathbf{5.00}$$

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

2.5. Operalización de variables

Variable Independiente: Proceso de exportación del producto palmito en conserva.				
CONCEPTUALIZACION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
Daniels (1990) sostiene que "La exportación es el medio más común del que sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas" (p.714)	Producto y Embalaje	% merma = merma USD / venta total	¿Cuál es el % de merma resultante de las ventas?	TECNICA: Revisión de documentos como notas de credito y ventas.
	Traslado: tipo incoterm, cupo embarque	% de producto no embarcado= # contenedores no embarcados / total producido (oferta)	¿Cuál es el % del producto no embarcado?	
		tipo de incoterm = gastos para llegar al incoterm	¿Cuál es el incoterm según la venta?	

Variable Dependiente: Rentabilidad de la empresa INAEXPO C.A. en Quito en el año 2015 al 2016.				
CONCEPTUALIZACION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
Según Brun Xavier, Elvira Oscar y Puig Xavier (2008) "la rentabilidad indica la variación, expresada normalmente en tanto por ciento, que experimenta el valor de un activo durante un cierto período de tiempo. Esta variación, que se expresa en porcentaje, puede ser positiva o negativa". (pág. 47)	Costo de Merma por tipo de rechazo	costo merma por tipo de rechazo = indicador de merma / total mermas	¿Cuál es el costo de merma?	TECNICA: Revisión de documentos como notas de credito y ventas.
	Rentabilidad de embarque	rentabilidad de embarque= exportado - merma	¿Cuál es la cantidad USD recibida al año por los embarques?	

2.6. Selección instrumentos investigación

El primer instrumento a utilizar en la siguiente investigación es la técnica de entrevista, la cual se aplicará a la jefa administrativa de ventas de la empresa INAEXPO C.A., considerando que es la única persona de la empresa que conoce del proceso completo de exportación de palmito en conserva.

Adicional se aplica la revisión de documentos y registros, considerando como registros de las exportaciones, notas de crédito y estados de resultados.

2.7. Validez y confiabilidad de instrumentos

Para la confiabilidad y validez del instrumento de investigación se realizarán entrevistas piloto como prueba, además de los documentos históricos entregados por la empresa INAEXPO C.A.

3. Aspectos Administrativos

3.1. Recursos Humanos

Investigador principal

Directora de tesis

3.2. Recursos técnicos y materiales

A continuación, se dará un detalle de los recursos técnicos y materiales utilizados en el desarrollo de la investigación. Como indica la tabla 2

Computadora Portátil

Cuaderno

Esfero

Internet

Movilización

Flash Memory

Impresora

Resma de Papel

3.3. Recursos financieros

Tabla 2 desglose recursos financieros

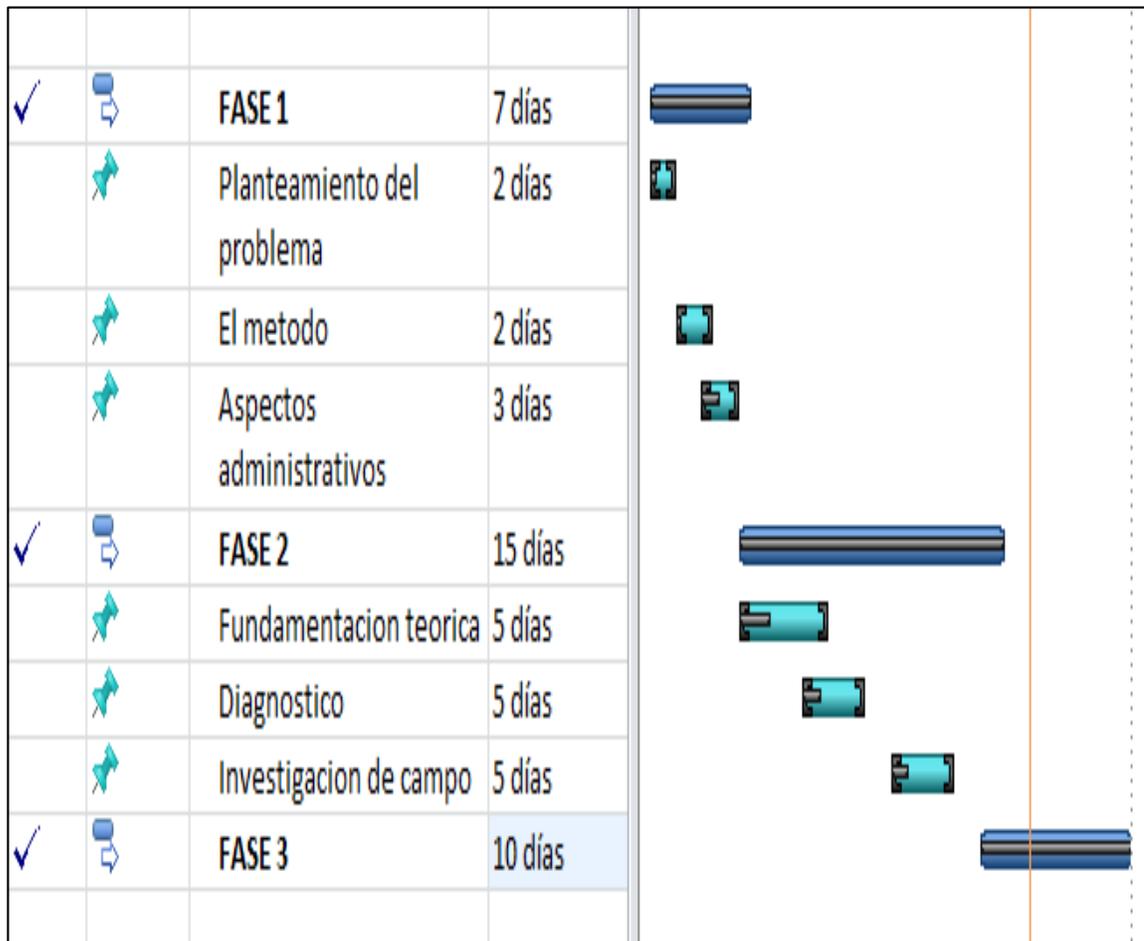
ITEM	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Computadora Portátil	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Cuaderno	2	\$ 1.50	\$ 3.00
Esfero	1	\$ 0.45	\$ 0.45
Internet	1	\$ 45.71	\$ 45.71
Movilización	1	\$150.00	\$150.00
Flash Memory	1	\$ 4.00	\$ 4.00
Impresora	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Resma de Papel	1	\$ 3.75	\$ 3.75

TOTAL	9	\$ 1005.41	\$ 1006.91
--------------	---	------------	-------------------

Elaborado por: David Torres

3.4. Cronograma de trabajo

Tabla 3 cronograma de trabajo



Elaborado por: David Torres

Fase 2: Fundamentación Teórica y diagnóstica.

1. Fundamentación teórica

1.1.Marco conceptual

Proceso de Exportación

Según Sulser Rosario y Pedroza José (2004) “la exportación es un proceso que involucra compromiso y dedicación; así como conocimiento técnico e identificación de factores clave de los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios, que desean incrementar su participación y por supuesto sus utilidades en nuevos mercados” (pág. 20)

Rentabilidad

Según Brun Xavier, Elvira Oscar y Puig Xavier (2008) “la rentabilidad indica la variación, expresada normalmente en tanto por ciento, que experimenta el valor de un activo durante un cierto período de tiempo. Esta variación, que se expresa en porcentaje, puede ser positiva o negativa”. (pág. 47)

Palmito en conserva

Codex Alimentarius (1995) señala: “Es un producto preparado con la parte comestible de palmas sanas, que comprende su extremidad vital y los meristemas superior e inferior que corresponden, respectivamente, a los brotes tiernos caracterizados por una estructura heterogénea y al estípite de la palma compuesto por tejidos tiernos del

estípites caracterizado por una estructura homogénea que puede estar rodeada de uno o dos brotes tiernos”. (pág. 219)

Etapa de pre-embarque

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante. (Guía del Exportador) (2014)

1.2.Marco teórico

La globalización puede indicarse como, la forma en la que el mundo entero se interconecta de igual manera suceder con la industria o una empresa que ha decidido manejarse en escala mundial para poder crecer en sus flujos internacionales ofertando sus bienes y servicios.

Donde el comercio internacional se lo mide por el volumen de exportaciones e importaciones de bienes y servicios. Además de un crecimiento en la producción y renta a nivel mundial el comercio internacional también ha pasado a formar parte de este crecimiento económico.

Según Ballesteros Alfonso (2001) “El Comercio exterior es aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país con el resto de los países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales”. (pág. 11)

Cuando se habla de comercio internacional se refiere al proceso de intercambio que existe entre todos los países alrededor del mundo entre sí. En cambio, cuando se habla de comercio exterior indica que realiza intercambios a un determinado país.

Según Peña Cristina (2016) “Exportar es una de las operaciones cada vez más consideradas para la sostenibilidad y el desarrollo de las empresas. Actualmente, la exportación no solo ocupa a las grandes compañías, sino también está al alcance de las pymes”. (pág. 15)

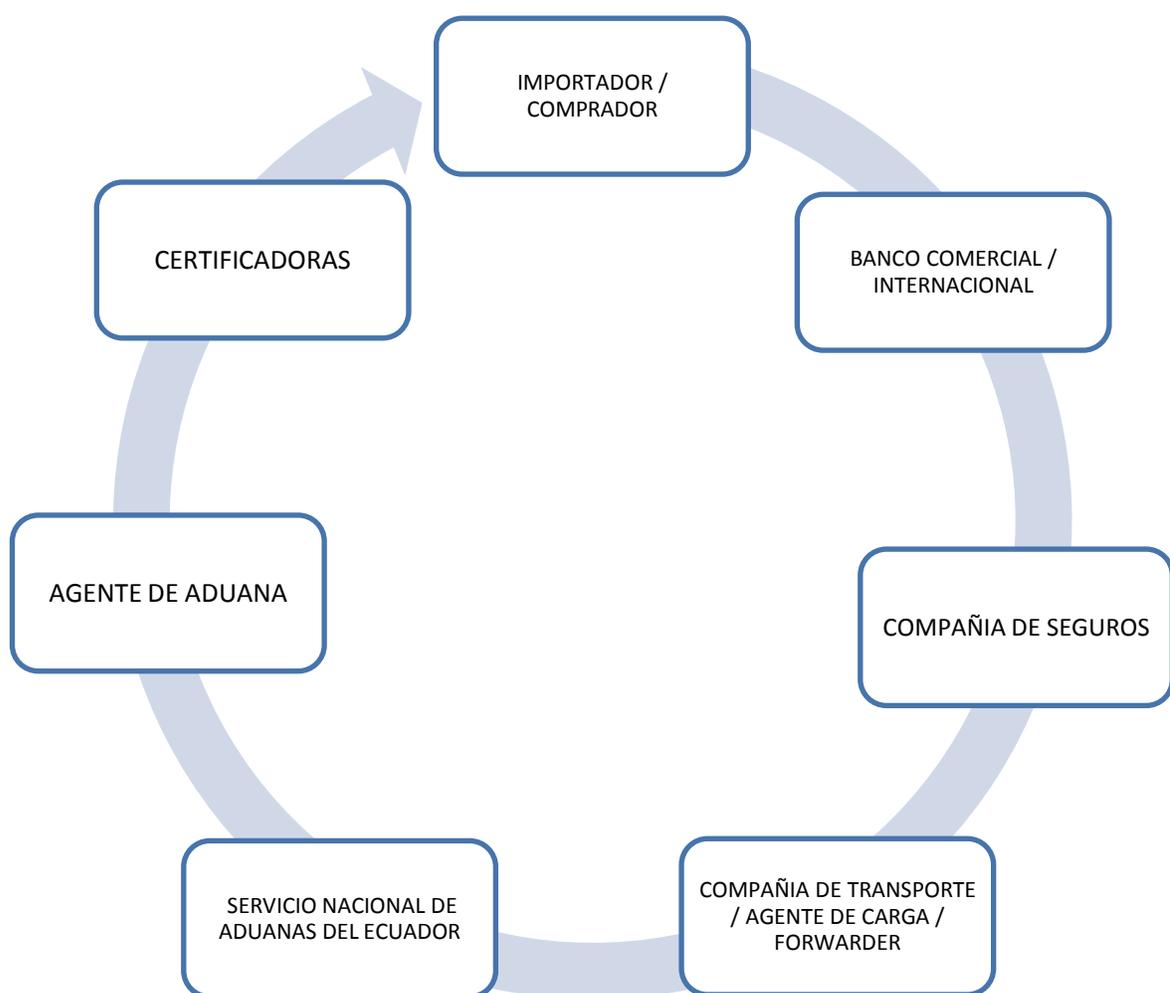
Las exportaciones hoy en día permiten tener un aumento en las cifras de facturación, debido a que se puede contar con un mayor volumen de órdenes de compra lo cual genera una mayor eficiencia en la producción y en el envío. Además, ayuda amortizar líneas de producción y activos ya que ayuda a distribuir mejor los gastos.

La exportación facilita la apertura de nuevos mercados donde el producto a exportar se encuentra en su fase de crecimiento o donde sea acogido por su tendencia de consumo y en algunos casos las leyes no restrinjan su comercialización y consumo.

Los organismos que intervienen en una operación de exportación son los siguientes:

A continuación, en el grafico 1 se muestra los organismos que intervienen en la exportación.

Grafico 1 Organismos que intervienen en la operación de exportación



Elaborado por: David Torres H.

Importador o comprador

El importador es aquella persona natural o jurídica que compra y adquiere mercancías desde el exterior o a su vez contrata servicios prestados por extranjeros.

Banco comercial internacional

El banco comercial internacional es una entidad donde el exportador acude para solicitar un cobro internacional, el cual debe estar indicado por medio de un contrato o escrito para realizar un cobro ya sea por venta de mercancías o servicios.

Compañía de seguros

Todas las operaciones en la exportación no están libres de riesgo por lo cual se debe tener en cuenta, el contratar un seguro que los proteja para de esta forma evitar imprevistos en el caso de que ocurra algún siniestro.

Existen diferentes tipos de seguros de exportación que las aseguradoras brindan dependiendo el destino, tipo de transporte y mercancía a transportar.

Compañía de transporte

Es la encargada de trasladar la mercancía por cualquier medio de transporte ya sea por vía terrestre, marítima o aérea.

Servicio nacional de aduanas del Ecuador

Servicio Nacional de Aduana, es una institución responsable del control de las exportaciones e importaciones y la facilitación de un comercio justo con aquellos que cumplen con la normativa aduanera.

Agente de aduana

Es el profesional auxiliar que forma parte de la función pública de la aduanera, que tiene una licencia habilitada ante el servicio nacional de aduanas, el cual puede prestar servicios como un ente de despacho de mercancías.

Certificadoras

Las certificadoras se encargan de verificar que los productos a exportar cumplan con las normas necesarias para salir del país o a su vez ingresar a un nuevo mercado el cual tenga sus propias regulaciones establecidas.

Según Robusté Francesc (2005) “La logística puede definirse como la ciencia que estudia como las mercancías, las personas o información superan el tiempo y la distancia

de forma eficiente. Así, la logística se contempla con envolvente natural del transporte”.

(pág. 13)

Actualmente la logística empresarial se puede concebir como un proceso estratégico donde las empresas mantienen y organizan sus actividades donde la logística gestiona y determina el flujo de sus materiales y de la información.

La logística empresarial es importante en la gestión de cualquier empresa ya que tiene una incidencia en el diseño mientras trata de generar éxito en el mercado, ya que permite generar ventajas competitivas en producción, distribución, aprovisionamiento y la comunicación con los clientes teniendo una retroalimentación de su proceso productivo.

La logística incluye a todas las operaciones que son necesarias para mantener sus actividades productivas las cuales son:

- Programación de compras.
- Servicio postventa.
- Aprovisionamiento de materias primas.
- Planificación y gestión de producción
- Almacenaje.
- Diseño
- Embalaje y etiquetado.
- Clasificación y distribución física.

Las actividades antes mencionadas se le sobreponen los flujos de información en base al valor añadido que aporta dicha información en base a su productividad donde se concentra y gestiona el sistema logístico.

Según Castellanos Andrés (2015) “definiremos la carga como el conjunto de bienes o mercancías protegidas por un embalaje apropiado que facilita su rápida movilización”. (pág. 54)

La carga se divide en dos etapas la primera etapa habla sobre el tipo de carga a ser transportada y la otra habla sobre el tipo de embalaje a utilizar en la mercadería.

El tipo de carga se lo establece por su tipo, general o a granel y también dependiendo su naturaleza la cual puede ser perecedera, frágil, peligrosa, de dimensión y pesos especiales.

Por su tipo encontramos la carga general que puede ser inutilizada o suelta y la carga a granel puede contener los siguientes tipos trigo, maíz, arroz etc., o también puede presentarse en estado líquido como el petróleo, vino, cerveza etc., o gases.

La carga general son todos aquellos productos que se transportan en cantidades más pequeñas donde pueden ser sueltas unitarizadas ya que el producto puede ser manipulado en unidades separadas o individual no unitarizada.

La carga por su naturaleza puede ser perecedera en el caso de alimentos, frágil cuando se manipula vidrio, obras de arte etc., peligrosa cuando contiene combustible o químicos y por peos especial cuando su tamaño es grande como por ejemplo las turbinas para hidroeléctricas.

La segunda etapa consiste en la preparación del embalaje y empaque para el transporte íntegro de las mercancías ya que estas deben llegar en óptimas condiciones para su comercialización o consumo.

Según Castellanos Andrés (2015) “la definiremos como caja o cubierta con que se resguardan los objetos que van a transportarse. Deberá permitir, de manera segura, la maniobrabilidad, el transporte, el almacenamiento y sobre todo la fácil identificación del material que contiene”. (pág. 58)

El empaque según Castellanos Andrés (2015) “lo definiremos como el conjunto de materiales que forman la envoltura y armazón de los empaques, tales como papeles, telas, cuerdas, cintas etc. El empaque es el que asegura que la mercancía llegue en buen estado a su destino final”. (pág. 57)

Según Carrera Alfonso (2011) “el transporte, como eslabón fundamental de todo proceso logístico, ya que conecta a sus distintas fases, es un elemento crítico que permite el traslado de materiales y la distribución de los productos, aportando valor añadido”. (pág. 34)

El transporte dentro de la logística requiere distintos procesos que su cadena y requiere, en forma general el transporte de productos terminados, materias primas etc. Donde el transporte figura como una de las actividades más importantes y claves de todo el proceso.

Pueda que el transporte sea desarrollado por los propios medios de una empresa que posea su propia flota y personal o puede ser desarrollada por empresas especializadas mediante un contrato.

Al contratar un servicio de transporte se lo denomina externalización de transporte donde los servicios de transporte son encargados a empresas que se dedican a la exportación cuya especialización es el desarrollo completo y el cumplimiento de los procesos de toda la cadena logística.

Según Carrera Alfonso (2011) “la externalización, subcontratación o contratación externa de un servicio o proceso empresarial supone que una empresa encarga dicho servicio a otra especializada en esas funciones. La externalización es una tendencia en alza, ya que poder competir en los mercados actuales hay que especializarse, dedicarse a lo que mejor se hace” (pág. 36)

Las empresas encontraron una forma de reducir los costos teniendo mejores resultados mediante la subcontratación de aquellas tareas que no son la especialidad de la empresa transformando los costos fijos en costos variables los cuales dependen de sus niveles de producción o la actividad de la empresa.

Los servicios que son más subcontratados por las empresas son el transporte, almacenaje y distribución. Actualmente se puede contar con operadores logísticos en el mercado donde se especializan cada uno de ellos en diferentes sectores, con una trayectoria y tamaño adecuado para tener medios materiales necesarios para ofertar u servicio logístico de calidad.

Una de las principales y primeras decisiones que se debe tomar para contratar un medio de transporte internacional es la elección del tipo de transporte que se encargara de trasladar las mercancías, donde se puede elegir transportar por vía marítima, carretera, aéreo, ferrocarril o multimodal. Este último es una combinación de dos o más medios de transporte.

La elección de un medio de transporte puede varia debido a factores como la disponibilidad del medio para la operación, precio, tiempo de traslado, limites en el peso o volumen de envió. De tal manera que es importante conocer todas las características de cada medio de transporte.

Según Carrera Alfonso (2011) “el transporte marítimo se caracteriza por ser un medio adecuado para transportar grandes volúmenes a largas distancias. Aproximadamente el 90% de las mercancías que se trasportan en el mundo recurren al transporte marítimo”.
(pág. 42)

Las contrataciones para el transporte por vía marítima se las puede hacer por medio de un operador como el transitorio al cual se lo denomina agente de carga o a su vez se puede contactar directamente con la compañía naviera por medio de un consignatario de buques.

Para realizar cualquier actividad de transporte que involucre el traslado de mercancías de terceros es indispensable que la carga se encuentre asegurada, sin la existencia de un seguro resultaría imposible la exportación y embarque.

En la actualidad existen once tipos de seguros para el transporte de mercancías los cuales pueden ser utilizados dependiendo el contrato que exista entre el vendedor y el comprador, donde cuatro de estos seguros son utilizados para el transporte por vía marítima, y los otros siete pueden aplicarse para cualquier medio de transporte.

Los seguros que se utilizan para el transporte por vía marítima son los siguientes:

- FAS
- FOB
- CIF
- CFR

El seguro Fas (Free Along Side Ship) franco al costado del buque, es cuando el vendedor acuerda entregar la mercancía al lado del buque en la terminal del puerto haciéndose cargo de los trámites aduaneros necesarios para esa exportación. Una vez realizado los

trámites correspondientes todos los costos y riesgos que implique la mercancía serán responsabilidad del comprador.

El seguro Fob (Free on Board) Franco a bordo, es cuando el vendedor entrega la mercancía cargada en el buque y desde ese momento el comprador asume la responsabilidad y el riesgo de algún siniestro en la mercancía. El vendedor se encarga de realizar todos los trámites aduaneros correspondientes y contrata el transporte para la exportación.

El seguro Cif (Cost Insurance and Freight) costo seguro y flete, este es uno de los seguros más usados en el transporte marítimo internacional ya que las condiciones de los precios los establece la aduana.

El vendedor está involucrado en todo el proceso y sus costos hasta el puerto de destino incluyendo el seguro donde el comprador es el beneficiario y este asume el riesgo cuando la mercancía se encuentra a bordo en el buque.

El seguro Cfr (Cost and Freight) costo y flete, El vendedor está involucrado en todo el proceso y sus costos hasta el puerto de destino incluyendo el seguro donde el comprador es el beneficiario y este asume el riesgo cuando la mercancía se encuentra a bordo en el buque hasta el país de origen.

Este seguro no es recomendado para cargas en granel, ya que es utilizado con cargas que no viajan en contenedor debido por su característica o volumen.

A continuación, se muestra gráficamente el manejo de los Incoterms 2010, en la imagen

1.

Imagen 1 Incoterms

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
Modalidad de transporte											
EXW	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
FCA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
FAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
FOB	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
CPT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
CIP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
CFR	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
CIF	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
DAT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
DAP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
DDP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■	Vendedor	■	Comprador	■	Vendedor / Comprador
---	----------	---	-----------	---	----------------------

Fuente: Cámara de Comercio Internacional CCI (2017)

Según Brun Xavier, Elvira Oscar y Puig Xavier (2008) “la rentabilidad indica la variación, expresada normalmente en tanto por ciento, que experimenta el valor de un activo durante un cierto período de tiempo. Esta variación, que se expresa en porcentaje, puede ser positiva o negativa”. (pág. 47)

En la rentabilidad de una empresa se evalúa la relación que existe entre sus utilidades o beneficios, y los recursos e inversión que se ha utilizado para obtener dicha rentabilidad.

Las principales formas de calcular la utilidad de una empresa es el ROA (el índice de retorno sobre activos), ROE (el índice de retorno sobre patrimonio) y Rentabilidad sobre las ventas (mide la rentabilidad con respecto a las ventas).

ROA mide la rentabilidad de una empresa con respecto a los activos que la empresa posee, donde nos indica que tan eficiente está siendo la empresa en el uso de todos sus activos para que la misma genere utilidades.

$$\text{ROA} = (\text{utilidades} / \text{activos}) * 100$$

ROE mide la rentabilidad de la empresa con respecto al patrimonio que la misma posee, dándonos una idea de la capacidad que tiene la empresa para generar utilidades con el capital invertido en la misma y el dinero que esta ha generado.

$$\text{ROE} = (\text{utilidades} / \text{patrimonio}) * 100$$

Rentabilidad sobre las ventas mide la rentabilidad generada por una empresa con respecto a las ventas que la misma empresa genera.

Rentabilidad sobre ventas = (utilidades / ventas) * 100

Según Cuevas D. Francisco (2002) los costos “son todas aquellas salidas de mercancía, que en su momento fueron compradas con la intención de procesarse o venderse. Los costos están compuestos por ventas a precios de compra, promociones, mermas y fugas”. (pág. 29)

Según Cuevas D. Francisco (2002) los gastos “son todos aquellos pagos que tiene que llevar a cabo cualquier persona o persona para poder operar. Ejemplos de gastos son: pagos de luz, agua, teléfono, gas, renta, sueldos, salarios, impuestos sobre remuneraciones, mantenimiento, etcétera”. (pág. 29)

1.3.Marco Referencial

Tipo de publicación: Artículo

Tema: Estudio de palmito en conservas

Autor: Pro Ecuador / Oficina comercial del Ecuador en Santiago de Chile

Año: 2012

Páginas: 46

El consumo de palmito en conserva en Chile es muy apreciado y existe la oportunidad de seguir creciendo en el mercado debido a las tendencias mundiales en el consumo de productos naturales que aporten un buen valor nutricional al cuerpo.

Tipo de publicación: Artículo

Tema: Estudio de identificación, mapeo y análisis competitivo de la cadena productiva de palmito

Autor: Sistema Boliviano de Productividad y Competitividad / Agencia Española de Cooperación internacional.

Año: 2004

Páginas: 185

La cadena de producción de palmito tiene un gran potencial agro ecológico donde su desarrollo puede ser sustentable desde la producción y elaboración del palmito hasta su exportación definitiva para el mercado internacional.

Tipo de publicación: Artículo

Tema: Perfil del Palmito

Autor: Centro de Información e Inteligencia Comercial CICO

Año: 2009

Páginas: 46

El palmito es un producto gourmet con calidad y perfil de exportación, debido a que es exótico y no se produce en todos los países ya que solo se puede dar en condiciones

geográficas favorables como las zonas tropicales de Ecuador, además el palmito puede ser preparado en diferentes platos para su consumo.

1.4.Marco legal

La implementación de sistemas tecnológicos y digitales han generado una mayor concientización sobre el uso de papel y el impacto que este genera por esa razón estos sistemas ha decidido implementar el uso de la firma electrónica para evitar el consumo excesivo de papel para tener los documentos de forma digital, lo que ha reducido el desperdicio de papel en las empresas.

Ley de Gestión Ambiental, Codificación 19, Registro Oficial Suplemento 418 de 10-sep-2004.

“Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales”.

“Art. 6.- El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económico y de evaluación de impactos ambientales”.

“Art. 8.- La autoridad ambiental nacional será ejercida por el Ministerio del ramo, que actuará como instancia rectora, coordinadora y reguladora del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental, sin perjuicio de las atribuciones que dentro del ámbito de sus competencias y conforme las leyes que las regulan, ejerzan otras instituciones del Estado”.

Para la exportación de cualquier producto primero se tiene que cumplir con ciertas normas y procedimientos los cuales son registrados y pedidos por la aduana para su exportación definitiva.

En la exportación de un producto se necesita constar con los permisos, facturas y seguros correspondientes, además de aquellos documentos que aprueben la salida de cualquier mercadería del puerto ecuatoriano aceptado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador con un transporte establecido legalmente.

Decreto Ejecutivo N° 25 Decreto N°25 del 12 de junio de 2013, publicado en el Suplemento al Registro Oficial No. 19 de 20 de junio de 2013, mediante el cual se crea el Ministerio de Comercio Exterior, como organismo rector de la política de comercio exterior, y transfiere las competencias en certificación de origen al MCE.

“Las reglas de Origen son una compleja gama de criterios y principios que nos proveen una base legal para determinar la nacionalidad del producto. Las reglas de origen son los requisitos que un producto debe cumplir para ser considerado originario de un lugar o zona, lo cual determina su comercialización transfronteriza

El objetivo primordial de las reglas de origen es evitar que terceros países capturen preferencias arancelarias que no han negociado con anterioridad, es decir, un aprovechamiento desleal por parte de un tercer país de ventajas concebidas en el marco de acuerdos comerciales que no ha negociado.

- Tiene por objeto determinar el país donde una mercancía fue producida
- Son instrumentos de política comercial para:
 - La aplicación de derechos preferenciales de importación.
 - Adjudicación de cupos arancelarios.
 - Obtención de estadísticas comerciales.

Tienden a favorecer el comercio de países en desarrollo, por medio del aprovechamiento de los beneficios arancelarios”

Los medios de transporte que pueden ser utilizados para exportación varían dependiendo de la mercancía, el seguro y transporte escogido por el vendedor o el importador. El medio de transporte puede ser por vía terrestre, aérea o marítima.

Una vez presentados todos los documentos de transporte en regla el mismo podrá dirigirse a su destino certificado por el Servicio de Aduanas del Ecuador que la mercancía cumple con todas las reglas y normativas de traslado y exportación.

Reglamento al título facilitación aduanera del código de producción decreto ejecutivo 758, registro oficial suplemento 452 de 19-mau-2011, última modificación 29-abr-2015

“Art. 29.- Control de Medios de Transporte. - Las autoridades responsables del control del transporte aéreo, marítimo y terrestre del país, deberán facilitar a la Autoridad Aduanera, la información electrónica tendiente a corroborar las autorizaciones legítimamente concedidas a los medios de transporte que operen en el tráfico internacional”.

“Art. 30.- Control de bienes. - Los bienes que crucen la frontera en los diferentes medios de transporte deberán someterse a los diferentes controles aduaneros, sanitarios, fitosanitarios, u otros que correspondan, conforme a la normativa específica aplicable para cada tipo de mercancía. Para el efecto y de considerarse necesario, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador comunicará a las entidades a cargo de dichos controles la fecha y hora de las inspecciones que programe para realizarlos de forma conjunta.

Será obligación del transportista ante la aduana asegurar que toda la carga entregada para su transportación sea incluida en los documentos de transporte bajo el esquema "dice contener".

El transportista o su representante serán responsables de las mercancías hasta el momento en que estas se entreguen a un Depósito Temporal, a una Zona Especial de Desarrollo Económico o a cualquier otro lugar designado o autorizado por la administración aduanera.

Cuando el transporte de las mercancías desde el lugar de introducción en el territorio aduanero ecuatoriano hasta la aduana u otro lugar habilitado sea interrumpido por caso

fortuito o de fuerza mayor, el transportista está obligado a tomar todas las medidas pertinentes a fin de evitar que las mercancías circulen en condiciones no autorizadas y a informar dentro de un máximo de 24 horas de haber arribado al primer punto de control aduanero, a las autoridades aduaneras sobre las circunstancias que hayan interrumpido el transporte, sin perjuicio de las medidas especialmente establecidas por las normas comunitarias para las mercancías que circulen en tránsito aduanero.

La importación y exportación de mercancías que por su naturaleza deban ser transportadas a través de otro medio de transporte habilitado de uso comercial, tales como ductos, oleoductos, gasoductos, poliductos, instalaciones fijas de bombeo mediante tuberías o por medio de cables, se someterán a los procedimientos que para el efecto dicte el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador”.

“Art. 40.- Fecha de Salida. - Para efectos aduaneros se entiende que la fecha de salida de las mercancías es la fecha en que el medio de transporte sale del territorio aduanero”.

“Art. 63.- Declaración Aduanera. - La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Una sola Declaración Aduanera, podrá contener las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y demás documentos de soporte o de acompañamiento que conformen la importación o exportación, siempre y cuando correspondan a un

mismo declarante y puerto, aeropuerto o paso fronterizo de arribo para las importaciones; y de embarque y destino para las exportaciones.

Para efectos de contabilización de plazos y determinación de abandono tácito conforme el artículo 142 literal a) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se tomará en cuenta la llegada de la mercancía conforme lo ampare el manifiesto de carga contenido en la Declaración Aduanera”. Como se observa en la imagen 3

Imagen 3 Declaración Aduanera de Exportación.

Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2012-46-00005727
---------------	----------------------

Información de general

Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692

Información de Exportador

Nombre del exportador	CAFÉ ECUATORIANO S.A.	Teléfono del exportador	2597980
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de CIU	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
Nombre del declarante	CAFÉ EN GRAND	Número de documento de	
Nombre del declarante	CESAR RUIZ		
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCIÓN		
Código de forma de pago		Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIA S.A.		
Dirección del	VIA SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	(39909225) CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ARGENTINA		

DOLAR ESTADOUNIDENSE

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	8328	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Fuente: Guía del Exportador Pro Ecuador (2017)

“Art. 71.- Documentos que acompañan a la declaración. - Se consideran documentos que acompañan a la Declaración Aduanera los siguientes:

a) Documentos de acompañamiento

b) Documentos de soporte”.

“Art. 72.- Documentos de acompañamiento. - Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto. Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. La aplicación de la sanción que contempla el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, no eximirá de la presentación del documento de acompañamiento para el levante de las mercancías, por consiguiente, la sanción será impuesta únicamente en los casos que dicho documento no se presente en conjunto con la Declaración Aduanera”.

“Art. 73.- Documentos de soporte. - Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración

Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. Los documentos de soporte son:

a) Documento de transporte. - Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Este podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda.

El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP, Ministerio de Defensa, entre otras. Como se puede observar en las imágenes 4, 5 y 6

Imagen 4 documento de transporte marítimo

Ejemplo de documento de transporte marítimo - Bill of Lading (B/L)

Marine Transport Corp.		ORIGINAL		BILL OF LADING	
Shipper SHIPPER, COMPANY THAT SOLD THE COTTON		Booking No. KKQBY8623H		B/L No. YMLUW12502XXXX	
Consignee TO THE ORDER OF BUYERS BANK		Carrier Reference CONTRACT REFERENCE NO. 1234 INVOICE NO. 1234 T/T NO. 9HH70457		Freight Agent Reference INC. TW 38120	
Notify party BUYER		Place of Origin TX-U.S.A.		Freight Code REF 2896 CHD 16044 FMC 1610	
Received by LUBBOCK, TX		Place of Delivery LONG BEACH, CA		Place of Receipt KEELUNG TAIWAN	
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER					
MARKS AND CONTAINER NO. C O T T O N CONTAINER NO. INBU	NO. OF PACKS 1X40' 88	DESCRIPTION OF MERCHANDISE AND GOODS ONE (1) 40' CONTAINER SAID TO CONTAIN EIGHTY-EIGHT (88) BALES OF AMERICAN RAW COTTON COMPRESSED TO U.D.-'ORM.C'. FREIGHT PREPAID CY TO CY SHIPPER'S LOAD, STOW & COUNT ON BOARD VESSEL: RAINBOW BRIDGE V/91W AT: LONG BEACH, CA DATE: JUNE 23, 1999 SERVICE CONTRACT NO. ET-3092-HOU NO BLD REQUIRED, SECTION 30.39 FISH, C.A.S.-SF. THESE COMMODITIES, TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE U.S. IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED.		GROSS WEIGHT 44,391 LBS 20,135 KGS	
Declared value \$		Plan and Date of Issue 06/23/99			
ITEM NO.	CHG.	RATED NO.	FEES	AMTS	REMARKS
I/ET 3092-HOU ET-3092-HOU (INCL CY, OA) G.P. \$1725.00/40' AI				1X40'	\$1,725.00
DF/NTD 300 DTRC/NT 3000/40'					NTD 300 NTD 3,000
Total					\$9,150.00
Number of Original Bills THREE (3)					NTD 3,300
The weight, contents, storage and delivery of the goods are shown in the bills according to the bills and their receipt and in carrier's applicable tariff. It is understood that the carrier is not liable for loss of or damage to the goods if the bills are not presented to the carrier's office.					
By: _____ at agent for shipping Name Transport Commission, as carrier					

Fuente: Guía Exportador Pro Ecuador (2017)

Imagen 5 documento de transporte aéreo

Ejemplo de documento de transporte aéreo - Guía aérea (Air Way Bill - AWB)

75 PNA 6672 1082 075- 6672 1082

SEMITC, S.A.
Pol. Ind. Comarca, 1 (Agustinos)
CALLE. "D" parcelas. "H-5"
E-31013, PAMPLONA (NAVARRA) "España"

CIEMSA, S.A.
C/A. MFRA. DE CALZADO EMYCO S.A. DE C.V.
Monte Elbruz, 124, 1er. piso
Col. Palmitos Palanço Chapultepec
11560, MEXICO DF "RFC MCE-821119-MV"

AIR WAYBILL
CARTA DE PORTE AEREO
(CONOCIMIENTO AEREO)
IATA Designation Code
EMITIDA POR / ISSUED BY
IBERIA, I.A.E.

IBERIA
LINEAS AEREAS DE ESPAÑA
VELAZQUEZ, 130-13006 MADRID
MEMBRADO DE I.A.T.A. Member of I.A.T.A.
IBERIA, I.A.E. is a member of the IATA Group of Companies.
IBERIA, I.A.E. is a member of the IATA Group of Companies.

SEÑAL DEL TRANSPORTISTA (SIGNATURE, NAME AND ADDRESS)
AIR NEX GROUP, S.L.
Ofic. N.º 5 AEROPUERTO DE PAMPLONA
E-31110, NOAIN/NAVARRA "ESPAÑA"

SEÑAL DEL AGENTE (AGENT'S SIGNATURE)
78-9 5018/2010

IMPORTE DE SALIDA BRUTO DEL IVA, TRANSACCIONES Y OTRAS CARGAS
PAMPLONA

PAIS DE ORIGEN (Country of Origin)
MAD IB

PAIS DE DESTINO (Destination)
MEX IB

PAIS DE EMISIÓN (Country of Issue)
MEXICO DF (MEX)

PAIS DE DESTINO (Destination)
IB-6403/19

VALOR ASEGURADO (Insured Value)
NIL

NOTIFICAR: **CIEMSA, S.A. DE C.V.**
881vd. Adolfo Lopez Mateos # 3427 OTE.
37290 LEON GTO. (MEXICO)

DECLARACION (Declaration)
"C-EXPORT"

QUANTIDAD (Quantity)	PESO BRUTO (Gross Weight)	PAIS DE ORIGEN (Country of Origin)	PESO A CARGAR (Chargeable Weight)	TAMBORES (Drums)	Total	DESCRIPCION (Description)
7	224	MEXICO	224	444	99.456	MOLDES PARA SUELAS DE CALZADO.
						MEDIDAS/CAJA 40x26x18, CMG.
7	224	MEXICO	224		99.456	

OTROS CARGOS / Other Charges
CHA. 10.000 --

TOTAL PAGO (Total Payment)
109.456 --

FECHA DE EMISIÓN (Date of Issue)
17-FEBRERO-1999

NOAIN AEROPUERTO "PNA" JL

075- 6672 1082

Fuente: Guía Exportador Pro Ecuador (2017)

Imagen 6 documento de transporte terrestre

b) Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial. - La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente. Como se puede observar en la imagen 7

Imagen 7 factura comercial

Ejemplo de factura comercial

EMPRESA EXPORTADORA Dirección:.....Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-4-2597980 E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec		RUC: 120244753001 <hr/> FACTURA <hr/> Mercado Exportación		
Señores: EMPRESA IMPORTADORA:... GLORI S.A. Dirección:.....VIII / SAN MARTIN Atención:.....SR. CÉSAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL)Nº.....601002004954		Nombre de Contacto:..... SR. CÉSAR ZAMORA Nuestra referencia:..... Nº de cliente:..... 15160 Nº Orden de pedido:..... P/O 720		
La mercancía ha sido emitida en: Dimensiones de Embalaje: Fecha..... Enero / 2013 Peso Bruto: 1,618,25 KG Peso Neto: 1,520,35 KG Marcas: SIN MARCA Via: MARÍTIMO País de origen: ECUADOR				
			VALOR	
PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
1604.14.00	ATÚN EN CONSERVAS	87,500 UNDS	US\$ 0,50	US\$ 33,750.00
INCOTERM: FOB			TOTAL FACTURADO:	
			US\$ 33,750.00	

Fuente: Guía Exportador Pro Ecuador (2017)

c) Certificado de Origen. - Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios.

Como nos muestran las imágenes 8 y 9

Grafico 8 certificado de origen comunidad andina

Ejemplo de certificado de origen para Comunidad Andina



Ministerio de Industrias
y Productividad

COMUNIDAD ANDINA

CERTIFICADO DE ORIGEN

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION

ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

N° del Certificado

16936059201300900023P

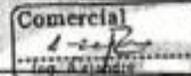
PAIS EXPORTADOR :		ECUADOR	PAIS IMPORTADOR :	PERU
N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS		
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBIAR		
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA		
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA		

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-001-09008278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente detalle:

N° de Orden	NORMAS (3)
2	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)
3	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal f)

FECHA: 10 JUNIO 2013
 RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A.
 Sello y firma del exportador o productor



OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de GUAYAS, OJALA, a las 10:00 horas del día 10 de Junio del 2013

[Firma]
 Sr. Victor Beala Mendula
 ANALISTA

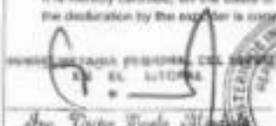
Nombre, sello y firma de la Entidad Certificadora

NOTAS: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan los excedentes comprendidos en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en siguientes copulaciones de este certificado, manteniendo correlativamente.
 (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de Alianza Regional Plurilateral, indicando número de región.
 (3) Si en esta columna se individualiza la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
 - El formulario no podrá presentar copulaciones, tachaduras o enmendados.

Fuente: Guía Exportador Pro Ecuador (2017)

Grafico 9 certificado de origen unión europea

Ejemplo de certificado de origen para la Unión Europea

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country) CAFÉ S.A. LOJA, ECUADOR		Reference No: ANQ 356657			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country) COFFEE ENTERPRISE ITALY		GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A Issued in: ELZACR (country)			
3. Means of transport and route (as far as known) AVIADO		4. For official use ISSUED RETROSPECTIVELY			
5. Item sub-ber 	6. Marks and numbers of packages 58 1961225	7. Number and kind of packages; description of goods ESPACIO EN BLANCO	8. Origin criteria (see notes overleaf) 	9. Gross weight or other quantity 10,273.00 KG	10. Number and date of invoice 018-011-0004536 05/10/2010
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.  Ing. Victor Buela Alvarado ANALISTA 22 OCT 2010 		12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in: ELZACR (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to: EUROPE (country)  FRANCESCO S.P.A. Place and date, signature and stamp of certifying authority: Guayaquil			

Fuente: Guía Exportador Pro Ecuador (2017)

d) Documentos que la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente, considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.

Estos documentos de soporte deberán transmitirse o presentarse junto con la Declaración Aduanera de mercancías, de acuerdo a la modalidad de despacho que corresponda y a las disposiciones que la Dirección General del Servicio Nacional del Ecuador dicte para el efecto. La imagen 10 muestra

Imagen10 cotización de exportación que acompaña factura comercial

Ejemplo de cotización de exportación



PROFORMA No. 001/2013 EXP

GUAYAQUIL, 23 DE AGOSTO DE 2013

PARA: EMPRESA IMPORTADORA S.A.
ATT: SRTA. ISABEL REYES
BOGOTÁ – COLOMBIA

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:
700,000 ENVASES CON PRODUCTO LOMITOS EN ACEITE, REF: CAPACIDAD 180 GRAMOS CON TAPAS ABRE FÁCIL. A US\$ 150 EL MILLAR FCA GUAYAQUIL.

TOTAL VALOR FCA GUAYAQUIL	US\$ 105,000.00
FLETE TERRESTRE (7 CONT. 40' HC)	US\$ 14,000.00

VALOR CPT BOGOTÁ – COLOMBIA	US\$ 119,000.00

TOLERANCIA: +/- 10% EN CANTIDADES Y MONTO

TÉRMINOS: CPT (INCOTERMS 2010)

PARTIDA ARANCELARIA: 1604.14.10

FORMA DE PAGO: EL PAGO SE HARÁ CON TRANSFERENCIA BANCARIA A LA CUENTA CORRIENTE # XXXXX DEL BANCO DEL PACÍFICO ABA # XXXXX BENEFICIARIO: EMPRESA EXPORTADORA S.A.

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 30 DÍAS

EMBARQUES PARCIALES: PERMITIDOS DE ACUERDO A SUS INSTRUCCIONES
TRANSBORDOS: PERMITIDOS

TIEMPO DE ENTREGA: 30 DÍAS LUEGO DE RECIBIDA LA TRANSFERENCIA

SEGURO: POR CUENTA DEL COMPRADOR. EN CASO QUE NO SE ASEGURE LA MERCADERÍA, ÉSTA VIAJA POR CUENTA Y RIESGO DEL COMPRADOR, ENTENDIÉNDOSE QUE EL CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA EXPORTADORA S.A. TERMINA EN LA ENTREGA DE LA MERCADERÍA AL TRANSPORTISTA.

ATENTAMENTE,

SR. JOSÉ LÓPEZ
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR

Fuente: Guía Exportador Pro Ecuador (2017)

Sin perjuicio de los documentos de soporte señalados previamente, se deberán acompañar a la Declaración Aduanera los demás documentos necesarios para la aplicación de las disposiciones que regulan el régimen aduanero declarado y los que sean mandatorios de acuerdo a las normas nacionales e internacionales a que hubiere lugar. El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador podrá solicitar al declarante, cuando lo considere necesario, la traducción de la información contenida en los documentos de soporte o de acompañamiento”.

2. Diagnóstico

2.1. Ambiente Externo

2.1.1. Macro entorno

- **POLÍTICO**

La situación política del Ecuador ha cambiado en los últimos diez años debido a dos factores primordiales como son el petróleo y el gobierno del país el cual se ha mantenido por ese mismo periodo de tiempo, desde el año 2006 hasta el 2014 Ecuador pasó por su mayor auge petrolero en su historia.

Con el mayor auge petrolero en el país se reflejaba un buen manejo de las políticas económicas los cuales traían beneficios para el desarrollo y progreso interno del país. Pero a finales del año 2014 con la caída del precio del petróleo el presupuesto del estado

se vio afectado ya que se vio obligado a reducir sus gastos. Lo que significo menos inversiones para el país donde impacto en los sectores públicos y privados.

Después de las elecciones presidenciales realizadas en febrero y en abril del 2016 se estableció un nuevo presidente de la República del Ecuador perteneciente al régimen del periodo anterior el cual se mantuvo por diez años. El actual mandatario del Ecuador es el Sr. Lenin Moreno.

Desde el año 2015 el gobierno aplico una salvaguardia para la balanza de pagos la cual tuvo una vigencia de 15 meses donde el 32% de las importaciones generales a 2800 partidas arancelarias con la excepción de ciertos rubros como:

- Materias primas y bienes de capital.
- Medicinas y equipos médicos.
- Combustibles y lubricantes.
- Repuestos para vehículos.
- Artículos para el hogar e higiene personal.
- Importaciones por correo rápido o Courier.

La medida fue aceptada por la OMC (Organización Mundial de Comercio) donde se le permitió al país aplicarla para salvaguardar los equilibrios externos.

ECONÓMICO

Según datos registrados por el Banco Central (2017) y el INEC, el PIB y PIB per cápita de Ecuador marcan una tendencia de crecimiento. Este país mantiene una

economía dependiente de la exportación de petróleo, en los años de estudio el precio del barril aumentó considerablemente, hecho que ayudó a incrementa su economía.

Sin embargo, el que Ecuador dependa de un solo producto tiene sus consecuencias, una vez que el precio del barril descendió, los índices económicos de Ecuador marcaron cifras negativas. Como se indica en la tabla 4 e imagen 11.

Tabla 4 PIB Ecuador y PIB Per Cápita Ecuador

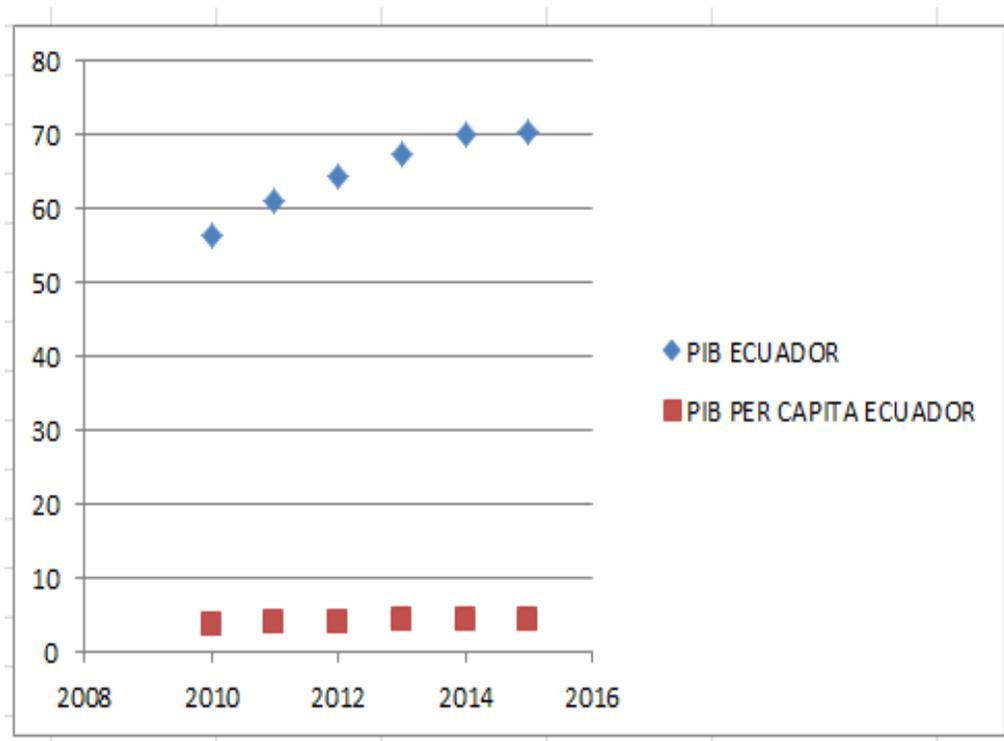
PIB ECUADOR	
AÑO	MILL \$
2010	56.481
2011	60.925
2012	64.362
2013	67.546
2014	70.243
2015	70.353

PIB PER CAPITA ECUADOR	
AÑO	PER CAPITA MIL
2010	3.702
2011	3.991
2012	4.147
2013	4.282
2014	4.383
2015	4.322

Elaborado por: David Torres

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017)

Imagen 11 Indicadores de crecimiento del PIB Ecuador y PIB Per Cápita Ecuador



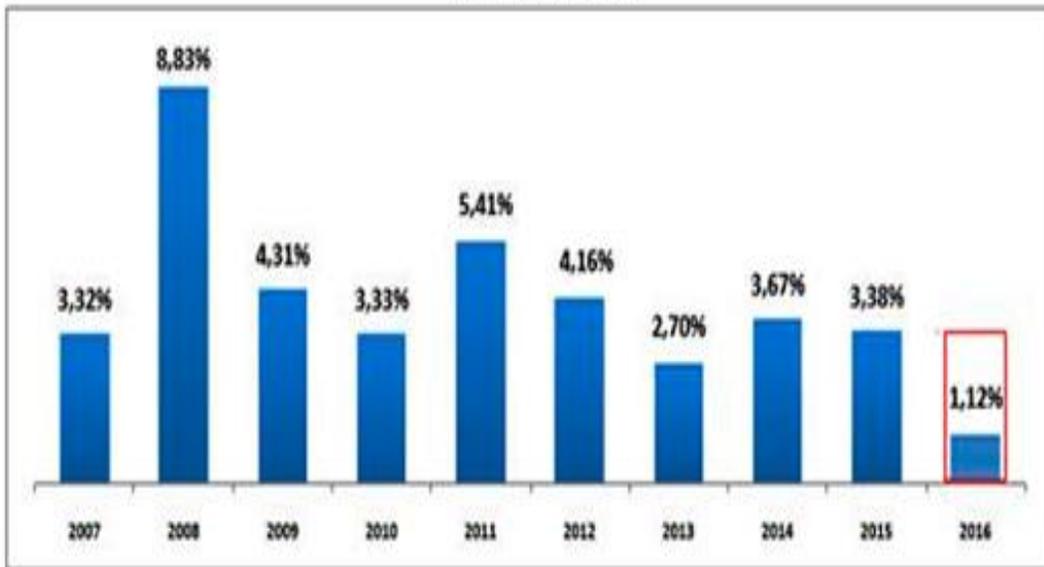
Fuente: Trade Map (2017)

Elaborado por: David Torres

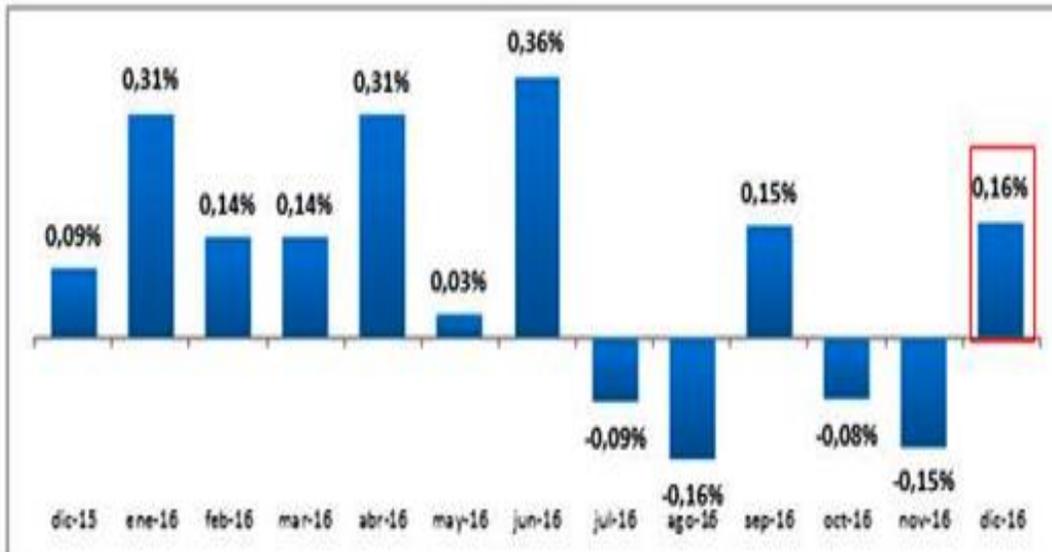
Ecuador registró una inflación anual de 1,12% en el 2016 frente al 3,38% del 2015, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC 2017). Como se muestra en la imagen 12

Imagen 12 Inflación anual e Inflación mensual de Ecuador

Inflación Anual



Inflación Mensual



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017)

La Canasta Básica se ubicó en \$700,96 dólares, mientras el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores es de \$683,20 dólares sin incluir fondos de reserva, es decir, con una

cobertura del 97,47%. El ingreso familiar mensual incluido los fondos de reserva es de \$731,98 dólares, lo que cubriría en diciembre el 104,4% .

SOCIAL

Los ecuatorianos tienen un promedio mensual de ingresos de \$892.90 USD con un de gastos de \$809.60 USD mensual promedio. En el Ecuador los ingresos en las áreas urbanas registran un ingreso mensual promedio de \$1046.3 USD y un gasto promedio de \$943.2 USD mientras que en las áreas rurales del Ecuador se registra un ingreso promedio mensual de \$567.10 USD y un gasto promedio de \$526.20 USD.

“El 83,5% de los ingresos monetarios de los ecuatorianos provienen del trabajo y el restante de la renta de la propiedad y transferencias. En relación a los gastos monetarios de consumo, el 24,4% de ellos es destinado a la adquisición de alimentos y bebidas no alcohólicas, seguido por transporte con el 14,6%. En lo que menos gastan los ecuatorianos es en bebidas alcohólicas y tabaco con el 0,7%.” (INEC, 2017)

TECNOLÓGICOS

ECUAPASS

El Ecuapass es un sistema que maneja la aduana en el país la cual permite realizar operaciones aduaneras mediante este portal facilitando a operadores de comercio exterior realizar importaciones y exportaciones.

SAP

Sap es el conjunto de sistemas aplicativos y de procesos donde brindan información, mediante la carga previa de datos que se procesaran dentro de un entorno y el sistema se ocupara de generar información para toma de decisiones.

El sistema Sap principalmente es utilizado para tener una mejor medición y respuesta en producción, recursos humanos, contabilidad, inventario y nomina dentro de una empresa.

QUIPUX

El Quipux es un sistema de gestión documental el cual es utilizado en el sector público del Ecuador donde se elaboran oficios, memorándums y todo lo que implique una comunicación formal dentro y fuera de la institución.

Quipux también ayuda a generar un control y registro en base a documentos digitales los cuales organiza según su tipo donde se facilita su gestión.

2.2. Ambiente Interno

2.2.1. Micro entorno

INTRODUCCIÓN DE LA EMPRESA

Industria Agrícola Exportadora INAEXPO C.A es una empresa relacionada del Grupo Pronaca, fundada con el fin de enfrentar el desafío de la exportación y de alimentar bien, generando desarrollo para el sector agropecuario del Ecuador.

En el año 1992 los principales productos exportados por Ecuador eran: banano, café, cacao y camarón. Entonces, y con la visión de expandir y diversificar el mercado, INAEXPO C.A. decide incursionar en la producción y exportación de palmito, y en 1994 exportó su primer contenedor a Argentina.

INAEXPO C.A. mantiene contratos firmados con más de 120 agricultores de Santo Domingo, mismos que proveen el 100% de la materia prima a la empresa. Además, las empresas se encargan de guiar al agricultor en toda la cadena de producción; se negocian alianzas estratégicas para que los palmicultores sean proveedores y a la vez clientes de INAEXPO C.A., ellos compran las semillas y los fertilizantes a la empresa y venden los tallos de palmito para ser procesados y enviados a sus clientes en el exterior.

2.1.2 Fuerzas competitivas

Rivalidad entre las empresas – Bajo

INAEXPO C.A. tiene poca rivalidad en el mercado debido a que posee una mayor participación en la venta de palmito en conserva.

Las empresas nacionales que son consideradas como competidores para INAEXPO C.A., con su respectivo porcentaje de participación al cerrar el año 2015 son:

Como indican la tabla 5 e imagen 13

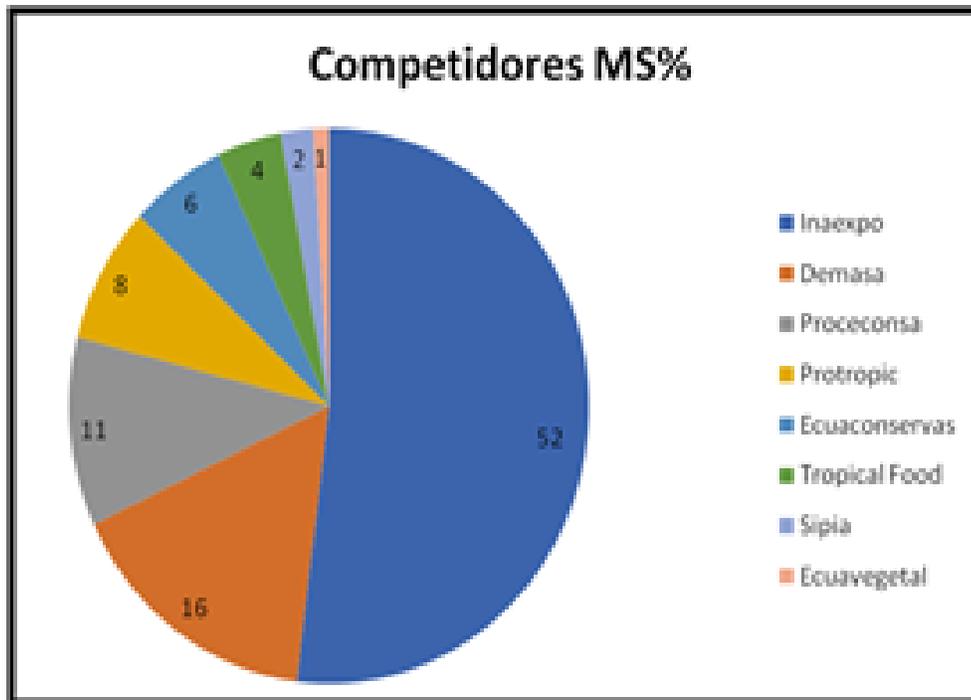
Tabla 5 Competidores INAEXPO C.A.

DEMASA	16%
PROCECONSA	11%
PROTROPIC CIA. LTDA.	8%
ECUACONSERVAS	6%
TROPICAL FOODS	4%
SIPIS S.A.	2%
ECUAVEGETAL S.A.	1%

Elaborado por: David Torres

Fuente: PRO ECUADOR (2017)

Imagen 13 Diagrama de competidores en exportación de palmito.



Fuente: PROECUADOR (2017)

En la región, la exportación de palmito está compuesta de la siguiente manera:

Como indica la tabla 6 e imagen 14

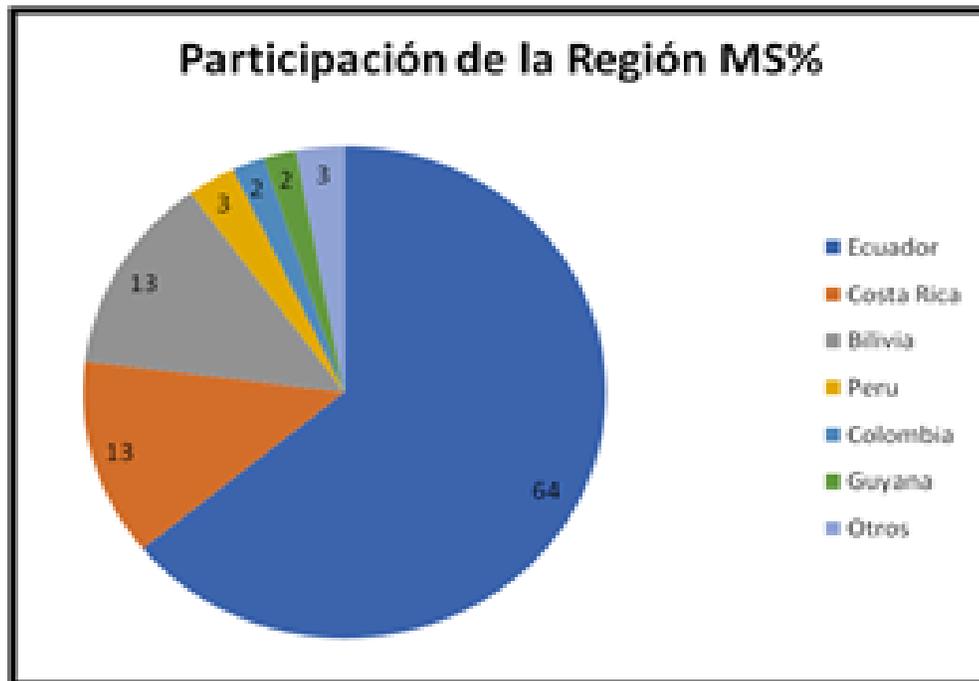
Tabla 6 participación de exportación por países de la región

COSTA RICA	13%
BOLIVIA	13%
PERÚ	3%
COLOMBIA	2%
GUYANA	2%
BRASIL	1%
VENEZUELA	1%
PARAGUAY	1%

Elaborado por: David Torres

Fuente: PRO ECUADOR (2017)

Imagen 14 participación de países por región en exportación de palmito.



Fuente: PROECUADOR (2017)

Poder de negociación de los clientes – Bajo

Actualmente INAEXPO C.A. es el mayor productor y exportador de palmito a nivel nacional, su producto se vende en los continentes de América, Asia, África Y Europa, sus 90 clientes aproximadamente, se encuentran distribuidos en 21 países.

La cuenta por cobrar comerciales de INAEXPO C.A. se divide en nacionales, con el 5%; y del exterior, con el 95%. Del total de la cartera del exterior, el promedio de vencimientos es del 35% recuperable en máximo un mes (sin tomar en cuenta excepciones como por ejemplo ventas a Venezuela), lo que demuestra que sus clientes son estables y mantienen carteras sanas con la empresa.

Amenaza de los nuevos entrantes – Bajo

A la empresa INAEXPO C.A. no le afectara la aparición de nuevos competidores ya que posee un volumen de exportación grande además el tiempo que tiene en el mercado le ha favorecido para anticiparse a sus competidores.

Para analizar el mercado del palmito, se tomará como referencia la cantidad de producto que la empresa está dispuesta a producir y vender, y la cantidad de contenedores que los clientes están dispuestos a adquirir, en función de un precio determinado, en base a las

necesidades de los clientes y a la capacidad productiva de la empresa. Como muestra la

Tabla 7

Tabla 7 Demanda y Oferta de contenedores por mes de los años 2015 – 2016

	PRECIO DE VENTA (en miles)	CONTENEDORES VENDIDOS	CONTENEDORES PRODUCIDOS
		DEMANDA	OFERTA
01/01/2015	39	66	88
02/01/2015	38	80	84
03/01/2015	40	82	84
04/01/2015	39	79	82
05/01/2015	38	71	81
06/01/2015	37	84	80
07/01/2015	39	72	80
08/01/2015	38	72	78
09/01/2015	38	49	78
10/01/2015	38	91	77
11/01/2015	38	75	77
12/01/2015	39	53	77
01/01/2016	33	93	76
02/01/2016	32	70	75
03/01/2016	32	79	75
04/01/2016	32	80	75
05/01/2016	33	75	74
06/01/2016	32	96	72
07/01/2016	33	82	72
08/01/2016	30	87	71
09/01/2016	29	97	70
10/01/2016	29	93	68
11/01/2016	28	85	66
12/01/2016	32	72	66
	835	1,884	1,825

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Poder de negociación de los proveedores – Bajo

El poder de negociación de INAEXPO C.A es alto ya que maneja estrategias verticales donde sus proveedores también se convierten en sus clientes y tiene control sobre la producción de palmito

El proceso de producción comienza en los campos, en fincas de palmicultores asociados, a quienes se entregan insumos de calidad, soporte técnico, capacitación y se les transfiere tecnología. Con estos pequeños y medianos emprendedores se negocia contratos que aseguran la compra directa de la producción, creando un mercado estable que evita la especulación y la intermediación.

A este trabajo se le suma las características propias del país, que, por ubicación geográfica y diversidad climática, permiten alcanzar alta eficiencia y productos de características únicas.

Una vez los tallos de palmito llegan a la fábrica ubicada en Santo Domingo, entran en un proceso de limpieza, clasificación, troquelación, desinfección, cocción, sellado y empaquetado con altos estándares de calidad.

Amenaza de productos sustitutos – Bajo

La amenaza de productos sustitutos para el palmito en conserva de la empresa INAEXPO C.A. es baja debido a que no existe en el mercado productos similares que se consuman de forma parecida.

2.3 FODA

Fortalezas

- El know how de INAEXPO C.A. se ha mantenido por más de 25 años, demostrando que sabe realizar de forma óptima sus procesos.
- La empresa INAEXPO C.A. posee abundancia de materia prima ya que tiene varios proveedores y estos le ofrecen producción durante todo el año.
- INAEXPO C.A. posee una buena relación con sus clientes y proveedores porque la empresa está involucrada dentro del proceso desde la plantación de palmito hasta su venta además los palmicultores que son sus proveedores también se convierten en sus clientes ya que INAEXPO C.A. les vende las semillas de palmito.
- Las zonas geográficas y climáticas donde se encuentran las plantas y granjas de producción de palmito hacen que se desarrolle un producto de calidad.

Debilidades

- Al tener producción estandarizada en las épocas de menor venta pueden generar excesos de producción y stock.

- La falta de cupos de embarque causa que las navieras no reciban todos los contenedores de producto y esto genera retrasos.
- Las mermas que son aceptadas por el importador son destruidas por lo tanto el cliente no paga por ellas.
- Al realizar el transporte del producto este sufre desperfectos en sus etiquetas y envase.

Oportunidades

- INAEXPO C.A. puede aumentar su cartera de clientes ya que posee una buena imagen en mercados internacionales.
- Al ser un mundo más globalizado con tendencias por el consumo de productos naturales INAEXPO C.A. puede expandirse a mercados internacionales para la venta de palmito.
- Debido a las tendencias de consumo la demanda de palmito en conserva aumentado.
- El palmito es un producto que se genera durante todo el año y puede cubrir la demanda que tiene del mismo.

Amenazas

- El palmito es un producto natural con mucha demanda lo que genera competitividad en el mercado con empresas de la misma zona.
- Los cambios climáticos pueden afectar la producción de palmito destruyendo las plantaciones y reduciendo la producción de las mismas.

- El palmito es susceptible a plagas y una de las que más le afecta es la mancha foliar la cual destruye totalmente el palmito y evita su crecimiento.
- El palmito en conserva al ser un producto natural se vuelve perecible.

2.3.1 ESTRATEGIAS GENÉRICAS

Tabla 8 Foda y estrategias

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	Su Know how se a mantenido por 25 años. Abundancia de materia prima. Buena relación con clientes y proveedores. Producto con alto valor nutritivo. Buena zona geográfica y climática.	Producción estandarizada. Cupos de embarque para exportar palmito. Generación de mermas por el transporte. Desperfectos en etiquetas y envases.
OPORTUNIDADES	FO (MAXI - MAXI)	DO (MINI - MAXI)
Aumentar su cartera de clientes a nivel global. Expandir la empresa en mercados internacionales. Incremento en la demanda de palmito. Producto reconocido a nivel mundial. Demanda de palmito durante el año.	Determinar el volumen producido para demanda y obtener una mayor cartera de clientes. Fortalecer la imagen del producto por su disponibilidad durante todo el año.	Expandir una empresa a un mercado intencional hace que busque corregir los errores en producción para mejorar su calidad y competir internacionalmente.
AMENAZAS	FA (MAXI - MINI)	DA (MINI - MINI)
Creciente competitividad en el mercado de palmito. Los cambios climáticos pueden afectar producción. Palmito puede ser afectado por mancha foliar. Palmito es un producto perecible.	Determinar la cantidad de reservas que se debe tener para temporadas que el clima o una plaga pueda afectar la producción.	Disminuir la cantidad de merma utilizando materiales adecuados para el producto y embalaje

Elaborado por: David Torres

FO (MAXI - MAXI)

- Determinar el volumen producido para demanda y obtener una mayor cartera de clientes.

- Fortalecer la imagen del producto por su disponibilidad durante todo el año.

DO (MINI - MAXI)

- Expandir una empresa a un mercado intencional hace que busque corregir los errores en producción para mejorar su calidad y competir internacionalmente.

FA (MAXI - MINI)

- Determinar la cantidad de reservas que se debe tener para temporadas que el clima o una plaga pueda afectar la producción.

DA (MINI - MINI)

- Disminuir la cantidad de merma utilizando materiales adecuados para el producto y embalaje.

3. Investigación de campo (aplica según el caso)

3.1. Elaboración de los instrumentos de investigación

- Preguntas de la entrevista.

1. ¿Qué opina usted sobre las empresas que deciden buscar mercado en otros países para su crecimiento, considerando que existen mucha limitación de información sobre mercados emergentes?

2. ¿Qué tan importante Usted considera, que son las exportaciones de productos no tradicionales y cuál es su papel en el incremento de utilidades y crecimiento de la empresa?

3. Hablando de rentabilidad ¿Cómo la etapa de pre embarque del producto, puede influir en la generación de mayor rentabilidad?

4. ¿Porque considera que el uso de un incoterm (seguro y transporte) es indispensable tanto para el importador y el exportador?

5. ¿Cuándo se realiza una venta al exterior, cual es el porcentaje de merma que resulta en dicha exportación y cuál es el porcentaje de pérdida neta que influye sobre la rentabilidad?

6. ¿Cuándo realiza una exportación de palmito en conserva, cual es tipo de clima o temperatura que se debe evitar para que el producto no sea afectado?

7. ¿Cuál es el tipo de incoterm más utilizado en sus ventas y por qué?

8. ¿Cuál es la pérdida que tiene la empresa, cuando las navieras no aceptan su producto por falta de espacio y este se queda en puerto de embarque?

9. ¿Dependiendo del volumen semanal o mensual de exportación, tienen algún acuerdo comercial con las navieras para reservar cupos específicos dependiendo de la temporada alta o baja?

10. ¿De sus contenedores producidos mensualmente cual es la cantidad que tiene destino de exportación y cuál es la cantidad que permanece en stock?

Revisión documental.

A continuación, se mostrarán las tablas de ventas de la empresa INAEXPO C.A. por país de los años 2015 y 2016. Tablas 9 y 10

Tabla 9 ventas INAEXPO C.A. 2015

2015	34672409.29	5757.68	34666651.61	938.70	26468513.87	1555625.28	8213701444.18
PAIS	MILES USD BRUTO	DSCTO FINANCIERO	MILES USD NETO	CONTENE DORES	COSTO VENTA	CAJA FACTURADAS	GRAMOS
ALEMANIA	133835.00	0.00	133835.00	2.97	99064.98	4822.93	25465096.27
ARGENTINA	7699941.50	0.00	7699941.50	244.96	6445518.23	434734.26	2295396895.65
AUTRALIA	51032.50	0.00	51032.50	1.18	38207.60	1946.82	10279193.20
BELGICA	201140.00	0.00	201140.00	4.45	149041.54	7120.01	37593637.59
CANADA	806639.50	0.00	806639.50	19.71	629050.04	31797.30	167889760.09
CHILE	4290974.60	0.00	4290974.60	143.43	3617957.17	232328.80	1226696079.38
COLOMBIA	72735.00	0.00	72735.00	1.65	51184.65	2696.05	14235124.91
DUBAI	49500.00	0.00	49500.00	1.06	33495.12	2045.45	10800000.00
ECUADOR	181146.36	0.00	181146.36	5.25	142069.61	9029.40	47675238.28
INGLATERRA	146248.75	0.00	146248.75	3.07	100287.95	5563.37	29374569.51
ESPAÑA	382951.75	191.00	382760.75	11.81	321715.01	21078.32	111293522.43
FRANCIA	10819930.49	4956.38	10814974.11	265.07	7614495.12	417598.42	2204919660.22
ISRAEL	1121659.80	0.00	1121659.80	33.36	1007694.97	53488.21	282417730.39
ITALIA	70617.00	84.50	70532.50	1.51	47416.07	2790.52	14733961.88
LIBANO	102900.25	525.80	102374.45	2.20	72432.64	3657.50	19311615.15
MARRUECOS	285108.00	0.00	285108.00	7.60	226654.54	13389.10	70694432.89
MEXICO	612279.00	0.00	612279.00	16.05	493533.93	27324.65	144274156.02
URUGUAY	153655.00	0.00	153655.00	5.30	148152.24	11804.55	62328013.73
USA	6722556.19	0.00	6722556.19	149.55	4659565.14	240230.28	1268415865.19
VENEZUELA	767558.60	0.00	767558.60	18.52	570977.32	32179.34	169906891.40

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 10 ventas INAEXPO C.A. 2016

2016	29683426.76	47458.02	29635968.74	963.67	24268667.71	1512269.54	7984783176
PAIS	MILES USD BRUTO	DSCTO FINANCIERO	MILES USD NETO	CONTENE DORES	COSTO VENTA	CAJA FACTURADAS	GRAMOS
ALEMANIA	182721.19	0	182721.19	4.14	132419.53	6744.79	35612477.33
ARGENTINA	7047264.44	11200.26	7036064.18	283.93	6373307.24	456182.58	2408644007
AUTRALIA	42000	0	42000	1.08	33590.26	1765.91	9324000.78
BELGICA	448389.5	15461.86	432927.64	12.16	382650.91	19460.02	102748902.8
CANADA	683330.5	385	682945.5	19.54	578434.53	31667.67	167205274.7
CHILE	3796512.75	2329.6	3794183.15	153.62	3476443.25	234455.88	1237927050
COLOMBIA	13884	0	13884	0.37	10589.53	709.09	3744000
ECUADOR	118631.24	0	118631.24	3.81	94855.83	6538.18	34521609.54
INGLATERRA	99946.25	0	99946.25	2.28	67395.41	4160.57	21967806.06
ESPAÑA	592036.11	13422.09	578614.02	20.09	564376.91	32130.8	169650608.4
FRANCIA	10247213.67	3524.39	10243689.28	290.98	7644235.56	439420.71	2320141340
MEXICO	23500	0	23500	0.59	16939.2	1136.36	6000000
ITALIA	93045.5	0	93045.5	2.3	66681.74	4114.7	21725641.26
LIBANO	188189.25	479.57	187709.68	4.4	134519.77	7338.01	38744669.5
MARRUECOS	215592	0	215592	6.48	170455.68	11714.55	61852820.38
MEXICO	418465	497	417968	13.79	395034.17	23029.33	121594876.7
PORTUGAL	72752	0	72752	1.88	56719.97	3273.46	17283849.12
URUGUAY	71800	0	71800	3.23	68393.52	5959.09	31464006.86
USA	5188027.36	158.25	5187869.11	135.65	3905102.37	216766.84	1144528937
VENEZUELA	140126	0	140126	3.35	96522.33	5701	30101299.41

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

3.2. Recolección de datos

Entrevistada: Mariela Peña.

Cargo: Jefa administrativa de ventas INAEXPO C.A.

1. ¿Qué opina usted sobre las empresas que deciden buscar mercado en otros países para su crecimiento, considerando que existen mucha limitación de información sobre mercados emergentes?

Respuesta: El mundo es muy extenso, y es bueno buscar nuevos compradores en diferentes mercados para expandirse ya que el universo de afuera siempre va ser mayor que el universo nacional.

La mejor manera de incursionar en un universo más grande en otros mercados es por ferias internacionales las cuales brindan apertura para dar a conocer nuestros productos y prospectar clientes generando contactos, además se puede medir el nivel de la competencia y sus precios.

Una de las mejores opciones para incursionar en mercados internacionales es apalancarse en organismos que faciliten la comercialización internacional como los son en el Ecuador la Cámara de Comercio y Pro Ecuador las cuales brindan conocimiento sobre barreras de idioma, arancelarias e información sobre el tema.

2. ¿Qué tan importante Usted considera, que son las exportaciones de productos no tradicionales y cuál es su papel en el incremento de utilidades y crecimiento de la empresa?

Respuesta: Exportar productos no tradicionales favorece a una empresa ya que esta puede satisfacer un nicho de mercado en el cual no existe mucha competencia favoreciendo sus ventas y obteniendo un mayor crecimiento internacional.

Cuando se exportan productos no tradicionales, se paga cero aranceles y no se tiene un cupo máximo de exportación ya que mientras más escaso es un producto en exportación se tiene mayor prioridad ya que no existe mucha demanda y competencia.

Una desventaja de exportar productos no tradicionales es la de invertir para que el producto sea conocido en el nuevo mercado ya que puede que sean productos q no se consumen masivamente los cuales pueden denominarse de pedigree.

3. Hablando de rentabilidad ¿Cómo la etapa de pre embarque del producto, puede influir en la generación de mayor rentabilidad?

Respuesta: Para obtener una mayor rentabilidad se necesita optimizar costos y reducir gastos, donde se buscaría hacer más productiva a la mano de obra además de ver la capacidad máxima instalada para de esa forma optimizar los costos de producción.

Hay q tener en cuenta que si se optimiza los costos logísticos esto engloba tener negociaciones con las navieras, trasportistas y proveedores en términos de volumen trasportado ya que mayor volumen menor costo.

4. ¿Porque considera que el uso de un incoterm (seguro y transporte) es indispensable tanto para el importador y el exportador?

Respuesta: El uso de un incoterm define la responsabilidad de los actores del comercio internacional.

Si el incoterm no es entendido por el exportador se puede llegar a perder la fidelidad del cliente y futuras negociaciones con el mismo.

Ver responsabilidades del exportador e importador permite saber hasta qué punto del proceso tiene que intervenir cada una de las partes para que la mercancía llegue a sus destinos finales.

5. ¿Cuándo se realiza una venta al exterior, cual es el porcentaje de merma que resulta en dicha exportación y cuál es el porcentaje de pérdida neta que influye sobre la rentabilidad?

Respuesta: La empresa INAEXPO C.A. tiene un aproximado de ventas mensuales de \$3.000.000 USD con un aproximado mensual de mermas \$ 25.000 USD, donde su porcentaje aproximado de merma mensual es del 0.08%.

6. ¿Cuándo realiza una exportación de palmito en conserva, cual es tipo de clima o temperatura que se debe evitar para que el producto no sea afectado?

Respuesta: El palmito en conserva al ser un producto sellado al vacío el cuanto contiene salmuera para que el palmito se conserve de óptima manera puede permanecer en climas cálidos.

Los climas fríos son inapropiados para mantener el palmito ya que al congelarse la salmuera que preserva el palmito puede hacer que se dañe el producto o que se frise el embace.

En el caso de Canadá se evita exportar desde diciembre a marzo, en caso de que existiera una exportación esta se la hace en un contenedor de 40 pies refrigerado con temperatura positiva propicia para evitar que el producto se congele y se dañe.

7. ¿Cuál es el tipo de incoterm más utilizado en sus ventas y por qué?

Respuesta: El incoterm más utilizado por la empresa INAEXPO C.A. es el FOB (free on board) debido a que todas sus exportaciones son realizadas por vía marítima.

Los clientes de INAEXPO C.A. son supermercados internacionales los cuales tienen negocios con distintas navieras en diferentes puertos alrededor del mundo, donde tienen contratos por fletes y paquetes de exportación, por esa razón se utiliza en la mayoría de veces el seguro FOB.

8. ¿Cuál es la pérdida que tiene la empresa, cuando las navieras no aceptan su producto por falta de espacio y este se queda en puerto de embarque?

Respuesta: Los costos que INAEXPO C.A. asume para el almacenamiento de contenedores son mínimos y la empresa los puede asimilar sin mayor inconveniente.

La pérdida que se genera cuando se rolea los contenedores o embarques es con el cliente ya que se queda mal con él por postergar la fecha de entrega lo cual genera un mal servicio.

9. ¿Dependiendo del volumen semanal o mensual de exportación, tienen algún acuerdo comercial con las navieras para reservar cupos específicos dependiendo de la temporada alta o baja?

Respuesta: Se firman acuerdos de volumen semanal de exportación y fletes.

Se busca obtener convenios de tarifa más baja por ser recurrentes en las exportaciones, además toda exportación se reserva con 15 días de anticipación.

Cuando es temporada alta hay ocasiones donde las navieras vienen al puerto llenas o con poco espacio, lo que genera que se den prioridad a los embarques que tienen contrato o que sean refrigeradas y en el peor de los casos se quedan en puerto hasta que llegue otra naviera para transportarla.

10. ¿De sus contenedores producidos mensualmente cual es la cantidad que tiene destino de exportación y cuál es la cantidad que permanece en stock?

Respuesta: INAEXPO C.A. tiene un aproximado mensual de 85 contenedores de los cuales tienen un aproximado de venta mensual de 70 a 80 contenedores, los sobrantes quedan en stock.

El stock idóneo y que puede mantener INAEXPO C.A. es de 60 contenedores o 1 mes de producción ya que estos por lo general se van cuando existe temporada y se vende stock más lo producido.

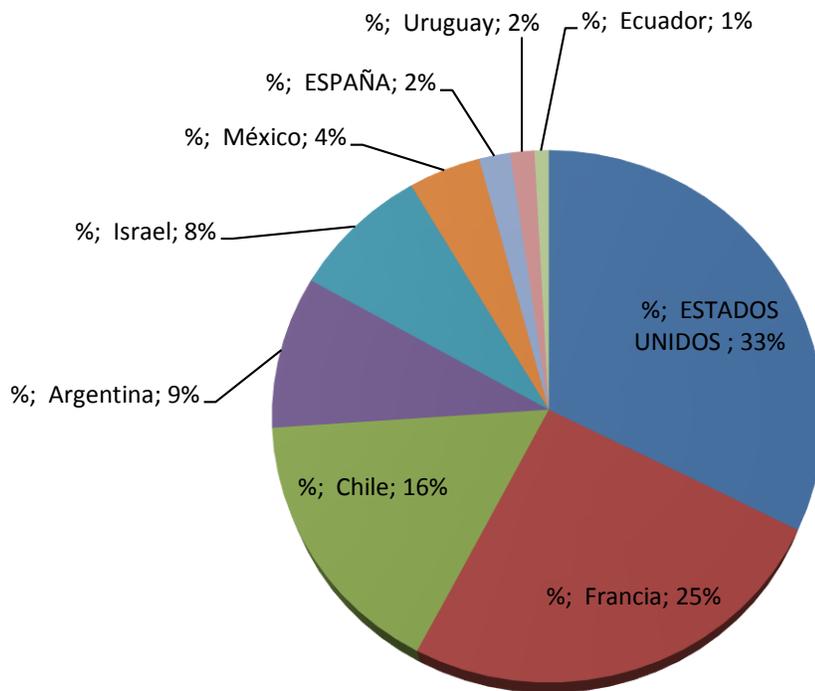
A continuación la recolección de datos de la revisión documental:

- **Ventas**

Del volumen total de ventas del producto palmito en conserva de la empresa INAEXPO C.A. se obtiene como resultado el porcentaje de participación que tiene cada país del volumen exportado al año y mensual. Como se indica en los siguientes gráficos 2, 3, 4 y 5

Grafico 2 ventas mensuales de palmito por país diciembre 2015

VENTAS MENSUALES DE PALMITO POR PAIS DICIEMBRE 2015

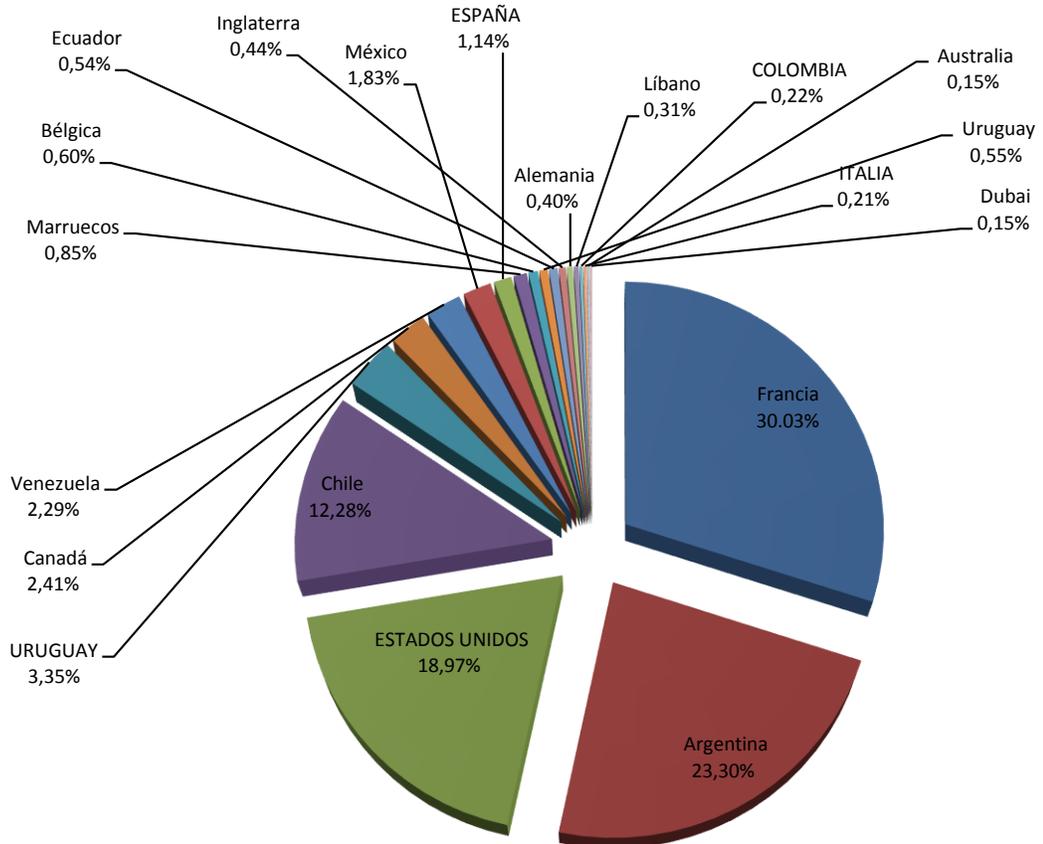


Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Gráfico 3 ventas de palmito por país acumuladas a diciembre 2015

VENTAS DE PALMITO POR PAIS ACUMULADAS A DICIEMBRE 2015

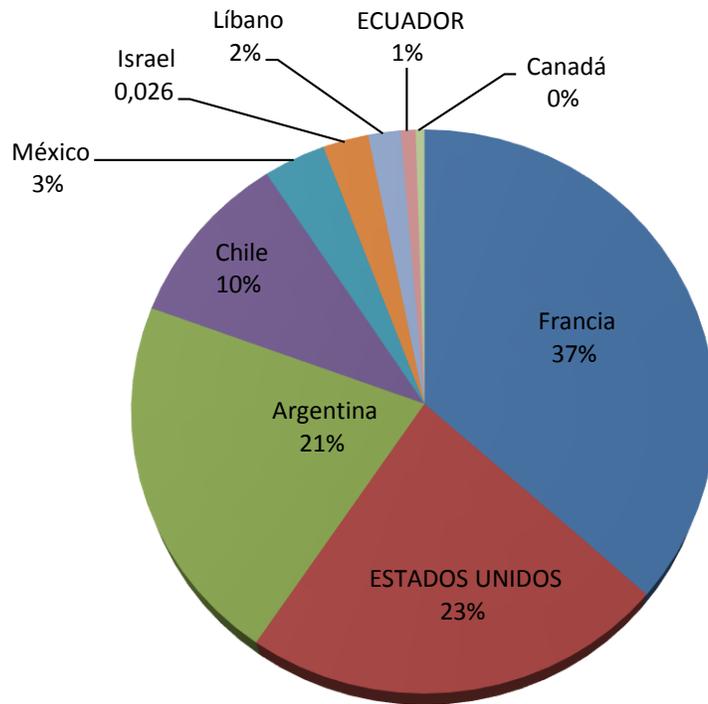


Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Gráfico 4 ventas mensuales de palmito por país diciembre 2016

VENTAS MENSUALES DE PALMITO POR PAIS DICIEMBRE 2016

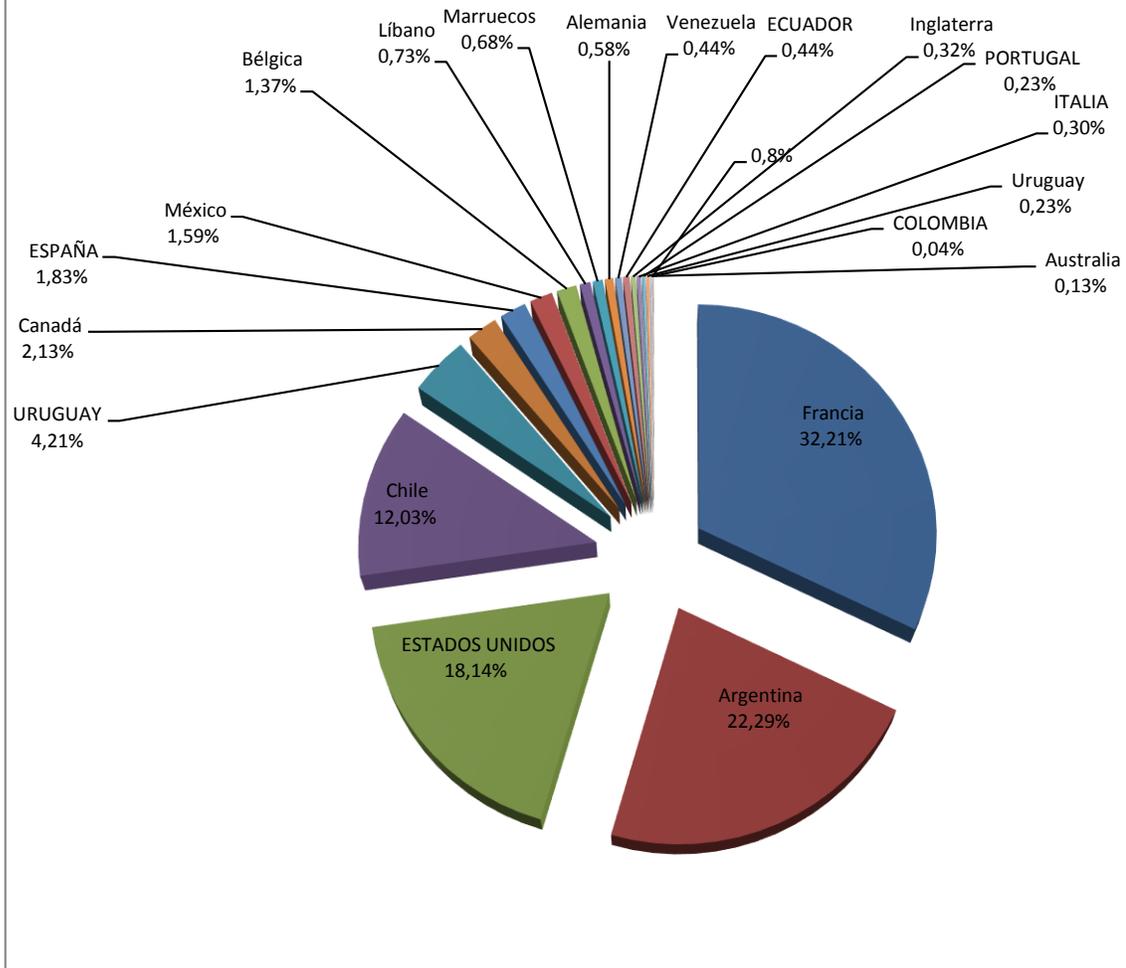


Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Gráfico 5 ventas de palmito por país acumuladas a diciembre 2016

VENTAS DE PALMITO POR PAIS ACUMULADAS A DICIEMBRE 2016



Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Gastos de Exportación

En los gastos de exportación de la empresa INAEXPO C.A. existen dos cuentas que intervienen dentro de las ventas de exportación las cuales se desglosan como gastos

y son las siguientes, gastos de exportación y comisiones de exportaciones. Como indican las siguientes tablas 11 y 12

Tabla 11 gastos 2015 INAEXPO C.A.

2015	
Gastos Exportacion	
Pago Navieras	
Manejo Contenedores	
Pago Aduanas	
Inspecciones Antinarcocticos	
Total USD	470.094,84
Comisiones Exportaciones	
Pago Agente Cormercial Mundo	
Total USD	510.087,82
Gasto Total USD	980.182,26

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 12 gastos 2016 INAEXPO C.A.

2016	
Gastos Exportacion	
Pago Navieras	
Manejo Contenedores	
Pago Aduanas	
Inspecciones Antinarcoicos	
Total USD	583.705,00
Comisiones Exportaciones	
Pago Agente Cormercial Mundo	
Total USD	405.993,52
Gasto Total USD	989.698,52

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Países

La empresa INAEXPO C.A. posee más de 90 clientes distribuidos en 21 países alrededor del mundo, los países a los cuales se exporta el producto palmito en conserva son los siguientes:

1. Alemania.
2. Argentina.
3. Austria.
4. Bélgica.
5. Canadá.
6. Chile.

7. Colombia.
8. Dubái.
9. Inglaterra.
10. Estados Unidos.
11. España.
12. Francia.
13. Israel.
14. India.
15. Italia.
16. Jordania.
17. Líbano.
18. Marruecos.
19. México.
20. Uruguay.
21. Venezuela.

Incoterms

La empresa INAEXPO C.A. utiliza tres incoterms para realizar sus exportaciones de palmito en conserva, donde el incoterm FOB es el más utilizado y los otros dos incoterms CIF y CFR son utilizados esporádicamente en clientes específicos. Como señala la tabla 13 a continuación.

Tabla 13 Incoterm y porcentaje de participación en exportaciones de INAEXPO C.A.

INCOTERM	PORCENTAJE
FOB	85%
CIF	10%
CFR	5%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Mermas

En el proceso de empaquetado y traslado del producto palmito en conserva el cual figura dentro del pre-embarque en la exportación suele llegar a su destino con mercancías en malas condiciones a las que se les denomina merma, donde esta genera pérdidas económicas.

Las ventas mensuales de palmito en conserva tienen un aproximado de \$2.000000 a \$3.000000 en ingresos, de estos se resta la cantidad de merma producida por mes. Como indican las siguientes tablas 14 y 15

Tabla 14 valores de las mermas producidas por mes 2015

2015	
MES	REPORTE DE BAJAS (USD)
enero	18,013.21
febrero	21,665.80
marzo	9,142.02
abril	16,673.83
mayo	13,556.47
junio	38,260.09
julio	15,691.53
agosto	14,151.14
septiembre	20,156.81
octubre	29,933.99
noviembre	92,560.16
diciembre	
TOTALES	289,805.05

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 15 valores de las mermas producidas por mes 2015

2016	
MES	REPORTE DE BAJAS (USD)
enero	26,897.45
febrero	16,731.12
marzo	19,574.54
abril	10,886.02
mayo	21,821.40
junio	21,824.50
julio	17,625.26
agosto	28,327.24
septiembre	21,968.76
octubre	30,639.44
noviembre	64,094.29
diciembre	
TOTALES	280,390.02

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

3.3. Procesamiento, análisis e interpretación

Según la entrevista realizada se ha podido comprender de mejor manera sobre el manejo del proceso de la venta de palmito en conserva de la empresa INAEXPO C.A. hacia sus compradores alrededor del mundo, donde paso a paso se busca cada vez ser más óptimos y eficaces, además de acercarse más a sus clientes y ser cumplidos en los tiempos y entrega del producto vendido.

En la entrevista realizada se puede observar que si una empresa opta por la exportación de un producto significa que quiere internacionalizarse y expandir su negocio en

mercados más grandes para captar nuevos clientes, además si el producto a exportarse es no tradicional se puede tener beneficios ya que no se pagan aranceles y estos pueden ser acogidos en nuevos mercados debido a que no tendrían mucha competencia.

Al mantener relaciones con clientes internacionales se debe evitar cualquier tipo de inconvenientes con los embarques ya que se busca crear una buena imagen y relación de confianza con los compradores para obtener redituable por lo que se debe tener un proceso óptimo de exportación, donde se busque evitar inconvenientes en tiempos de entrega y recepción del producto.

Uno de las principales funciones que se debe tener claro en la exportación, es saber hasta qué punto, dentro del proceso, interviene cada una de las partes tanto como vendedor y comprador.

Según los datos históricos recolectados de la empresa INAEXPO C.A. podemos observar que las ventas de palmito incrementaron del año 2015 al 2016 y también aumentaron los gastos de exportación.

Las mermas de palmito en conserva del año 2016 disminuyeron en comparación a las mermas del año 2015.

Se puede ver que la mayor cantidad de exportaciones de la empresa INAEXPO C.A. se las realiza con el uso del incoterm FOB, lo cual le resulta conveniente ya que solo tiene

que cubrir su responsabilidad hasta el embarque y le resulta más barato en comparación a los incoterms CIF y CFR.

Los ingresos en ventas de la empresa INAEXPO C.A. se ven reflejados por la participación de 5 países donde el total de su participación en el año 2015 es del 88.88% y del año 2016 es el 87.93%, donde los principales países son los siguientes:

1. Francia.
2. Argentina.
3. Usa.
4. Chile.
5. Uruguay.

Fase 3: Validación del proyecto de investigación y desarrollo.

1. Resumen de observación

OBSERVACIÓN MARCOS

Se puede observar que el estudio conceptual realizado a la empresa INAEXPO C.A. habla sobre el proceso de exportación relacionado con el pre-embarque del producto palmito en conserva y como el mismo proceso puede generar cambios en la rentabilidad ya sean estos positivos o negativos.

También habla sobre los procesos internos que intervienen dentro de la etapa de pre-embarque como la documentación que se debe llevar a cabo para realizar la exportación de un producto, la logística de transporte y el transporte a utilizarse el cual llevara la mercancía a su destino al igual que el tipo de contrato y seguro a utilizarse en el mismo.

Hay que tener en cuenta que el proceso de exportación también requiere que se cumplan ciertas normas y reglamentos para que las mercancías puedan salir del país así como el de asegurar tanto para el comprador como para el vendedor que todo se encuentre en regla y exista una negociación legítima.

OBSERVACIÓN PEST

Actualmente el Ecuador atraviesa una situación económica en descenso al terminar su auge petrolero ya que la economía interna del país dependía en un 90% del petróleo como fuente de ingresos, donde se puede ver que el país necesita otra fuente de ingresos para mantener su economía interna como es el apoyo al crecimiento de la empresa privada y pymes del país así como el incentivo de la inversión extranjera, además el ingreso promedio mensual de los ecuatorianos no compensa el gasto promedio mensual que tienen los mismos. También se puede observar que en el país se han implementado sistemas tecnológicos para facilitar el procesamiento y el tiempo en la que se toman decisiones dentro de las empresas, para la producción y optimización de recursos.

OBSERVACIÓN FODA

Según el FODA realizado a la empresa INAEXPO C.A. se puede concluir que las fortalezas y oportunidades son mayores que sus debilidades y amenazas lo cual indica que la empresa es fuerte y tiene un buen nivel competitivo en el mercado resultado de su buen desarrollo organizacional y operacional obtenido por sus años de trayectoria en el mercado del palmito en conserva.

2. Hipótesis: planteamiento mediante observación siguiendo las normas establecidas por el método científico.

¿Es el proceso de pre-embarque fundamental para la empresa INAEXPO C.A. ya que el correcto desarrollo del mismo puede ayudar a generar ingresos económicos independientes de las ventas?

3. Probar hipótesis por experimentación (elaboración del producto y/o procesos).

Para probar la hipótesis se necesita estudiar el proceso de pre-embarque donde se analizará el producto y empaquetado, además del incoterm a utilizar para poder medir costos y tiempos de traslado del producto palmito en conserva y de esta manera demostrar cómo estos pueden generar un impacto positivo o negativo en la rentabilidad de la empresa INAEXPO C.A.

Se propone mejorar el proceso de pre-embarque en la exportación de palmito en conserva ya que el correcto manejo del empaquetado y embalaje del producto puede

ayudar a evitar pérdidas económicas las cuales resultan de las mermas donde la etiqueta suele desprenderse o rasgarse, también las latas suelen llegar golpeadas y están son dadas de baja lo cual afecta la rentabilidad en la empresa INAEXPO C.A. de esta manera se podría optar por cambiar el tipo de materiales utilizados para embalar y empaquetar la mercancía los cuales sean más resistentes y la protejan de mejor manera.

Además el uso del incoterm adecuado para la exportación ayuda a la empresa a evitar riesgos y perdidas económicas ya que se puede saber hasta qué punto interviene el vendedor y comienza a intervenir el comprador evitando tener gastos innecesarios y de esta manera tratar de optar por el incoterm más barato como lo es el FOB donde la mercancía es responsabilidad de la empresa hasta el embarque.

4. Evaluación financiera.

Punto de equilibrio basado en la oferta y demanda de la empresa INAEXPO C.A.

Como indica la tabla 16 y grafico 6

Tabla 16 Demanda y Oferta INAEXPO C.A. de los años 2015 y 2016 más el exceso y escases producido por mes o stock en producción al mes.

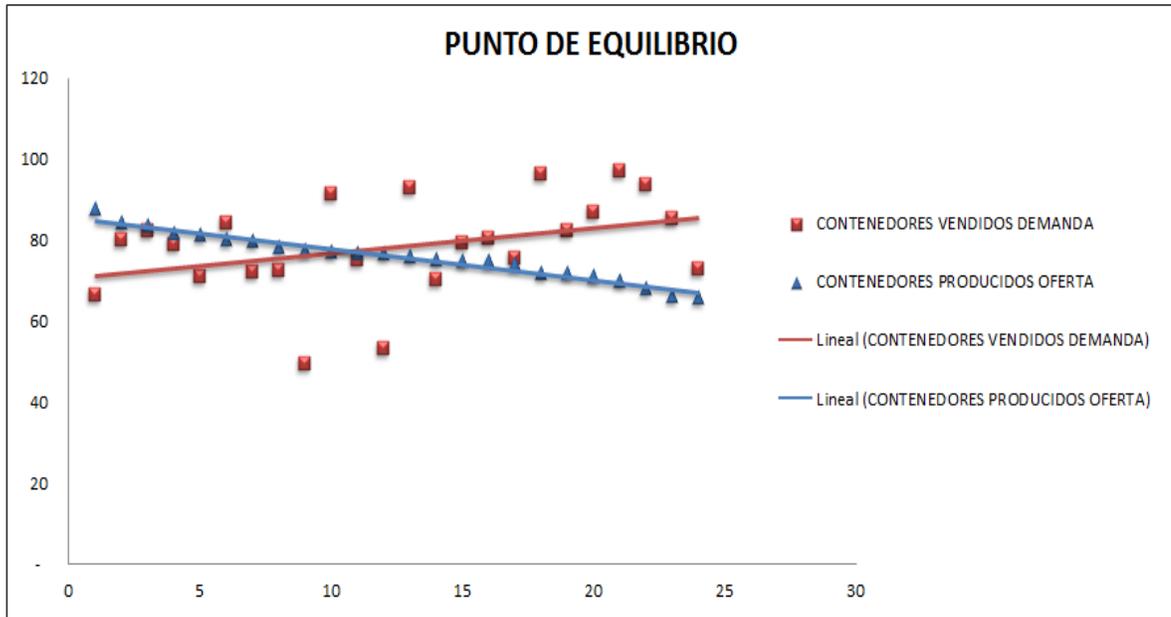
GENERAL

	PRECIO DE VENTA (en miles)	CONTENEDORES VENDIDOS	CONTENEDORES PRODUCIDOS	stock (diferencia de lo que produzco a lo que vendo)
		DEMANDA	OFERTA	DIFERENCIA
01/01/2015	39	66	88	21
02/01/2015	38	80	84	4
03/01/2015	40	82	84	2
04/01/2015	39	79	82	3
05/01/2015	38	71	81	11
06/01/2015	37	84	80	(4)
07/01/2015	39	72	80	8
08/01/2015	38	72	78	6
09/01/2015	38	49	78	28
10/01/2015	38	91	77	(14)
11/01/2015	38	75	77	2
12/01/2015	39	53	77	24
01/01/2016	33	93	76	(17)
02/01/2016	32	70	75	5
03/01/2016	32	79	75	(4)
04/01/2016	32	80	75	(5)
05/01/2016	33	75	74	(1)
06/01/2016	32	96	72	(24)
07/01/2016	33	82	72	(10)
08/01/2016	30	87	71	(16)
09/01/2016	29	97	70	(27)
10/01/2016	29	93	68	(25)
11/01/2016	28	85	66	(19)
12/01/2016	32	72	66	(6)
	835	1,884	1,825	(59)

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Gráfico 6 punto equilibrio INAEXPO C.A.



Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

La medición de la rentabilidad de los años 2015 y 2016 será en USD miles de dólares, los datos a utilizar para el respectivo cálculo de la rentabilidad serán utilizados del balance general y estado de resultados integral de INAEXPO C.A. Como se puede observar en el anexo en las imágenes 25 y 26.

Hay que tomar en cuenta que en el año 2016 en la empresa INAEXPO C.A. existe pérdida, por lo cual no es comparable con el año 2015.

$$\text{ROA (2015)} = (\text{utilidades} / \text{activos}) * 100$$

$$(794 / 34616) * 100 = 2.29\%$$

$$\text{ROE (2015)} = (\text{utilidades} / \text{patrimonio}) * 100$$

$$(794 / 29283) * 100 = 2.71\%$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas (2015)} = (\text{utilidades} / \text{ventas}) * 100$$

$$(794 / 34629) * 100 = 2.29\%$$

Tabla 17 tiempos de exportación INAEXPO C.A. por país.

DESTINO	TIEMPO / DIAS
FRANCIA	23 - 30
ARGENTINA	30
USA	15 - 20
CHILE	8
URUGUAY	30

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 18 y 19 referente a la participación de ventas por país en porcentaje de los años 2015 y 2016.

Tabla 18 participación de ventas año 2015 en porcentaje.

VENTAS 2015	% PARTICIPACIÓN
FRANCIA	30.03%
ARGENTINA	23.30%
USA	18.97%
CHILE	12.28%
URUGUAY	3.35%
TOTAL	87.93%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 19 participación de ventas año 2016 en porcentaje.

VENTAS 2016	% PARTICIPACIÓN
FRANCIA	32.21%
ARGENTINA	22.29%
USA	18.14%
CHILE	12.03%
URUGUAY	4.21%
TOTAL	88.88%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tablas número 20 y 21 referente al análisis vertical de balance general y estado de resultados integral de la empresa INAEXPO C.A. de los años 2015 y 2016.

Tabla 20 análisis vertical estado de resultados integral INAEXPO C.A.

INAEXPO C.A				
ANALISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL				
USD MILES	2016	2016	2015	2015
INGRESOS VENTAS	32911.00	100%	34629.00	100%
COSTO PRO. VEND.	(28945.00)	-88%	(29248.00)	-84%
RESUL. BRUTO	3966.00	12%	5381.00	16%
GAST. VENTA	(2506.00)	-8%	(2290.00)	-7%
GAST. ADMIN.	(2123.00)	-6%	(2159.00)	-6%
TOTAL	(4629.00)	-14%	(4449.00)	-13%
UTIL. OPERA.	(663.00)	-2%	932.00	3%
ING. FINAN.	405.00	1%	0.00	0%
GAST. FINAN.	(38.00)	0%	360.00	1%
OTROS ING.	11.00	0%	301.00	1%
UTIL. ANT. IMP.	(185.00)	-1%	1593.00	5%
IMP. RENT.	(363.00)	-1%	(721.00)	-2%
UTIL. NETA	(548.00)	-2%	872.00	3%
OTROS AJUSTES	(49.00)	0%	(78.00)	0%
RESUL. INTEGRAL AÑO	(597.00)	-2%	794.00	2%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 21 análisis vertical balance general INAEXPO C.A.

INAEXPO C.A.				
ANALISIS VERTICAL BALANCE GENERAL				
USD MILES	2016	2016	2015	2015
ACTIVOS				
ACTIV. CORRIENTE				
EFFECTIVO	1712.00	7%	2871.00	8%
CUENT. POR COBRAR	5.07	0.02%	5622.00	16%
INVER. FINAN.	3027.00	12%	5573.00	16%
OTROS ACTIV. FINAN.	180.00	1%	130.00	0.4%
INVENTARIOS	2715.00	11%	5186.00	15%
IMP. POR RECUPERAR	1724.00	7%	1884.00	5%
TOTAL ACTIV. CORRIEN.	14427.00	59%	21266.00	61%
ACTIV. NO CORRIENTE				
CUENT. POR COBRAR	248.00	1%	297.00	1%
INVER. FINAN.	470.00	2%	3828.00	11%
ACTIV. BIOLÓGICOS	615.00	3%	736.00	2%
PROPI. PLAN. Y EQUI.	5053.00	21%	4870.00	14%
PROPI. INVER.	2293.00	9%	2293.00	7%
INVER. SUBSIDIADAS	1384.00	6%	1326.00	4%
TOTAL ACTIV. NO CORRI.	10063.00	41%	13350.00	39%
TOTAL ACTIVOS	24490.00	100%	34616.00	100%
PASIVOS				
PASI. CORRIEN.	1.00	0%	1.00	0%
CUENT. POR PAGAR	1965.00	8%	2218.00	6%
IMP. POR PAGAR	46.00	0%	31.00	0%
BENEF. SOCIA. OTRO.	1086.00	4%	1293.00	4%
TOTAL PASI. CORRIEN.	3097.00	13%	3542.00	10%
PASI. NO CORRIEN.				
OBLIG. FINAN.	0	0%	1	0%
OBLIG. BENE. DEFINI.	1636.00	7%	1681.00	5%
IMP. RENT. DIFERIDO	101.00	0%	109.00	0%
TOTAL PASI. NO CORR.	1737.00	7%	1791.00	5%
TOTAL PASIVOS	4834.00	20%	5333.00	15%
PATRIMONIO				
CAPITAL	26182.00	107%	35212.00	102%
RESERVA LEGAL	532.00	2%	445.00	1%
RESUL. ACUMULA.	(7058.00)	-29%	(6374.00)	-18%
TOTAL PATRIMONIO	19656.00	80%	29283.00	85%
TOTAL PAS. Y PATRI.	24490.00	100%	34616.00	100%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tablas número 22 y 23 referentes al análisis horizontal del estado de resultados integral y balance general de la empresa INAEXPO C.A. de los años 2015 y 2016.

Tabla 22 análisis horizontal estado de resultados integral INAEXPO C.A.

INAEXPO C.A				
ANALISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL				
USD MILES	2016	2015	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS VENTAS	32911,00	34629,00	1718,00	5%
COSTO PRO. VEND.	(28945,00)	(29248,00)	(303,00)	1%
RESUL. BRUTO	3966,00	5381,00	1415,00	26%
GAST. VENTA	(2506,00)	(2290,00)	216,00	-9%
GAST. ADMIN.	(2123,00)	(2159,00)	(36,00)	2%
TOTAL	(4629,00)	(4449,00)	180,00	-4%
UTIL. OPERA.	(663,00)	932,00	1595,00	171%
ING. FINAN.	405,00	0,00	(405,00)	0%
GAST. FINAN.	(38,00)	360,00	398,00	111%
OTROS ING.	11,00	301,00	290,00	96%
UTIL. ANT. IMP.	(185,00)	1593,00	1778,00	112%
IMP. RENT.	(363,00)	(721,00)	(358,00)	50%
UTIL. NETA	(548,00)	872,00	1420,00	163%
OTROS AJUSTES	(49,00)	(78,00)	(29,00)	37%
RESUL. INTEGRAL AÑO	(597,00)	794,00	1391,00	175%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 23 análisis horizontal balance general INAEXPO C.A.

INAEXPO C.A				
ANALISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL				
USD MILES	2016	2015	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS VENTAS	32911,00	34629,00	1718,00	5%
COSTO PRO. VEND.	(28945,00)	(29248,00)	(303,00)	1%
RESUL. BRUTO	3966,00	5381,00	1415,00	26%
GAST. VENTA	(2506,00)	(2290,00)	216,00	-9%
GAST. ADMIN.	(2123,00)	(2159,00)	(36,00)	2%
TOTAL	(4629,00)	(4449,00)	180,00	-4%
UTIL. OPERA.	(663,00)	932,00	1595,00	171%
ING. FINAN.	405,00	0,00	(405,00)	0%
GAST. FINAN.	(38,00)	360,00	398,00	111%
OTROS ING.	11,00	301,00	290,00	96%
UTIL. ANT. IMP.	(185,00)	1593,00	1778,00	112%
IMP. RENT.	(363,00)	(721,00)	(358,00)	50%
UTIL. NETA	(548,00)	872,00	1420,00	163%
OTROS AJUSTES	(49,00)	(78,00)	(29,00)	37%
RESUL. INTEGRAL AÑO	(597,00)	794,00	1391,00	175%
TOTAL ACTIV. NO CORRI.	10063,00	13350,00	3287,00	25%
TOTAL ACTIVOS	24490,00	34616,00	10126,00	29%
PASIVOS				
PASI. CORRIEN.				
CUENT. POR PAGAR	1965,00	2218,00	253,00	11%
IMP. POR PAGAR	46,00	31,00	(15,00)	-48%
BENEF. SOCIA. OTRO.	1086,00	1293,00	207,00	16%
TOTAL PASI. CORRIEN.	3097,00	3542,00	445,00	13%
PASI. NO CORRIEN.				
OBLIG. FINAN.	0	1	1	100%
OBLIG. BENE. DEFINI.	1636,00	1681,00	45	3%
IMP. RENT. DIFERIDO	101,00	109,00	8	7%
TOTAL PASI. NO CORR.	1737,00	1791,00	54	3%
TOTAL PASIVOS	4834,00	5333,00	499	9%
PATRIMONIO				
CAPITAL	26182,00	35212,00	9030,00	26%
RESERVA LEGAL	532,00	445,00	(87,00)	-20%
RESUL. ACUMULA.	(7058,00)	(6374,00)	684,00	-11%
TOTAL PATRIMONIO	19656,00	29283,00	9627,00	33%
TOTAL PAS. Y PATRI.	24490,00	34616,00	10126,00	29%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

% merma = merma USD / venta total

Tabla 24 % merma año 2015.

DATOS PERIODO 2015		PARTICIPACION
TOTAL 21 PAISES	33.762.149,19	100%
TOTAL 5 PAISES	29.687.057,78	87,93%
DIFERENCIA	4.075.091,41	12,07%

% 21 PAISES	
% MERMA =	MERMA USD / VENTA TOTAL
MERMA USD =	289.805,05
VENTA TOTAL	33.762.149,19
MERMA TOTAL	0,008584

% MERMA 5 PAISES		PARTICIPACION
MERMA 21 PAISES	0,8584%	100%
MERMA 5 PAISES	0,7548%	87,93%
DIFERENCIA	0,1036%	12,07%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 25 % merma año 2016.

DATOS PERIODO 2016		PARTICIPACION
TOTAL 21 PAISES	30.263.254,40	100%
TOTAL 5 PAISES	26.897.980,51	88,88%
DIFERENCIA	3.365.273,89	11,12%

% 21 PAISES	
% MERMA =	MERMA USD / VENTA TOTAL
MERMA USD =	280.390,02
VENTA TOTAL	30.263.254,40
MERMA TOTAL	0,009265

% MERMA 5 PAISES		PARTICIPACION
MERMA 21 PAISES	0,9265%	100%
MERMA 5 PAISES	0,8235%	88,88%
DIFERENCIA	0,1030%	11,12%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

% producto no embarcado = # contenedores no embarcados / total producido oferta

Tabla 26 % producto no embarcado

	PRECIO DE VENTA (en miles)	CONTENEDOR ES VENDIDOS	CONTENEDOR ES PRODUCIDOS	stock (diferencia de lo que produzco a lo	± NO EMBARCADO
		DEMANDA	OFERTA	DIFERENCIA	
01/01/2015	39	66	88	21	1,2%
02/01/2015	38	80	84	4	0,2%
03/01/2015	40	82	84	2	0,1%
04/01/2015	39	79	82	3	0,2%
05/01/2015	38	71	81	11	0,6%
06/01/2015	37	84	80	(4)	-0,2%
07/01/2015	39	72	80	8	0,4%
08/01/2015	38	72	78	6	0,3%
09/01/2015	38	49	78	28	1,6%
10/01/2015	38	91	77	(14)	-0,8%
11/01/2015	38	75	77	2	0,1%
12/01/2015	39	53	77	24	1,3%
01/01/2016	39	93	76	(17)	-0,9%
02/01/2016	32	70	75	5	0,3%
03/01/2016	32	79	75	(4)	-0,2%
04/01/2016	32	80	75	(5)	-0,3%
05/01/2016	33	75	74	(1)	-0,1%
06/01/2016	32	96	72	(24)	-1,3%
07/01/2016	33	82	72	(10)	-0,5%
08/01/2016	30	87	71	(16)	-0,9%
09/01/2016	29	97	70	(27)	-1,5%
10/01/2016	29	93	68	(25)	-1,4%
11/01/2016	28	85	66	(19)	-1,0%
12/01/2016	32	72	66	(6)	-0,4%
	835	1.864	1.825	(59)	-3,2%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tipo de incoterm = gastos para llegar al incoterm.

Tabla 27 tipo de incoterm utilizado 2015

2015		CONT.	FOB	CFR	CIF	TOTAL INCOT.
5 PAISES MUESTRA	TOTAL	816.02	29,534,475.91	141,515.28	11,066.59	29,687,057.78

2015		CONT.	FOB	CFR	CIF	TOTAL INCOT.
ARGENTINA	TOTAL	244.96	7,699,941.50	0	0	7,699,941.50
FRANCIA	TOTAL	265.07	10,675,523.81	141,515.28	2,891.40	10,819,930.49
USA	TOTAL	157.26	6,714,381.00	0	8,175.19	6,722,556.19
CHILE	TOTAL	143.43	4,290,974.60	0	0	4,290,974.60
URUGUAY	TOTAL	5.3	153,655.00	0	0	153,655.00

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 28 tipo de incoterm utilizado 2016

2016		CONT.	FOB	CFR	CIF	TOTAL INCOT.
5 PAISES MUESTRA	TOTAL	882.04	26,803,153.70	86,456.81	8,370.00	26,897,980.51

2016		CONT.	FOB	CFR	CIF	TOTAL INCOT.
ARGENTINA	TOTAL	283.93	7,047,264.44	0	0	7,047,264.44
FRANCIA	TOTAL	290.98	10,164,648.67	80,306.81	2,258.19	10,247,213.67
USA	TOTAL	150.28	5,722,927.84	6,150.00	6,111.81	5,735,189.65
CHILE	TOTAL	153.62	3,796,512.75	0	0	3,796,512.75
URUGUAY	TOTAL	3.23	71,800.00	0	0	71,800.00

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Costo merma por tipo de rechazo (% merma por indicador) = indicador de merma / total

merma

Tabla 29 costo de merma por tipo de rechazo 2015.

2015		
TIPO DE MERMA	TOTAL USD	% MERMA POR INDICADOR
APLASTADAS	76.460,42	26%
BAJA GOLPE CUERPO	43.477,03	15%
BAJA INVENTARIO	68.769,20	24%
BAJA MATERIALES	18.042,62	6%
BAJA SALMUERA	11.223,07	4%
BAJA TRIZADAS	4.824,12	2%
BAJAS ABOMBADAS	24.956,83	9%
BAJAS SUMIN DAÑADO	3.123,43	1%
CODIGO BORROSO BAJ	97,20	0%
CONFUS. CALIDADES	3.900,33	1%
CUERPOS EXTRAÑOS	1.057,96	0%
MAL SELLADAS BAJA	22.713,00	8%
OXIDO BAJA	385,58	0%
PH FUERA DE ESPECIFICACION	2.705,64	1%
PROD.FERMENTADO	3.695,97	1%
TAPAS OXIDADAS BAJ	4.372,65	2%
Total general	289.805,05	100%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Tabla 30 costo de merma por tipo de rechazo 2016.

2016		
TIPO DE MERMA	TOTAL USD	% MERMA POR INDICADOR
ABOMBADAS BAJAS	47.849,40	17%
APLASTADAS BAJAS	77.299,11	28%
BAJA MARIALES	20.857,52	7%
BAJAS DAÑOS EN BOD	4.439,91	2%
BAJOS SALMUERA	3.086,96	1%
CONFUS CALIDAD BAJ	538,12	0,19%
CUERPOS EXTRAÑOS	1.277,82	0,46%
DESV. ETIQUETA	641,51	0,23%
GOLPES DE CUERPO	60.896,48	22%
GOLPES DE TAPA	174,03	0,06%
MAL SELLADAS BAJAS	25.265,44	9%
OXIDO BAJAS	18.285,68	7%
PH FUERA DE ESPECI	1.911,61	1%
PROD. FERMENTADO	5.107,29	2%
TAPA OXIDADAS BAJA	1.401,90	0,50%
TRIZADAS BAJAS	11.357,24	4%
Total general	280.390,02	100%

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Rentabilidad de embarque = exportado – merma

Tabla 31 rentabilidad de embarque por año 2015 y 2016.

RENTABILIDAD DE EMBARQUE AL AÑO			
AÑO	(+ EXPORTADO)	(- MERMA)	TOTAL
2015	33.762.149,19	289.805,05	33.472.344,14
2016	30.263.254,40	280.390,02	29.982.864,38

Elaborado por: David Torres

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

5. Conclusiones y recomendación.

En el proceso de exportación de la empresa INAEXPO C.A. suelen presentarse inconvenientes en la etapa de pre-embarque donde el producto y embalaje, llega a su destino con desperfectos además el traslado de las mercancías se ve afectado por retrasos o falta de cupos en las navieras.

Un tema importante en la etapa de pre- embarque es el incoterm que se utilizara para el transporte del producto palmito en conserva, donde se estudiara el seguro de la mercancía y cuál incoterm es el más indicado y le genera mayor rentabilidad a la empresa.

Donde se puede concluir que el proceso de exportación relacionado con el pre-embarque del producto palmito en conserva de la empresa INAEXPO C.A. tiene un impacto económico que puede afectar a la rentabilidad de dicha empresa ya sea de forma positiva o negativa.

Como resultado del análisis se puede decir que cuesta más exportar a los siguientes países de FRANCIA y USA ya que en estos se utilizan los incoterms CIF y CFR los cuales tienen un mayor grado de responsabilidad para la empresa INAEXPO C.A. ya que tiene que incurrir en gastos de seguro y flete por lo cual se encarece la exportación.

Se puede recomendar utilizar otro tipo de materiales para el embalaje y empaquetado de las mercancías, lo cual puede evitar que estas lleguen con la etiqueta desprendida o que su envase llegue golpeado evitando así que existan productos que sean dados de baja, donde se podría reducir una pérdida económica por merma.

El incoterm más barato y que le resulta a la empresa INAEXPO C.A. es el incoterm FOB ya que el vendedor es responsable de la mercancía hasta el embarque lo cual le genera menos costos a la empresa y es más conveniente para realizar su exportación.

6. Bibliografía.

- Pro Ecuador. *Guía del exportador* (2014) Quito, Obtenido de:
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- Reglamento Copci. (2011). (18 de MAYO de 2017). *Ley de Aduanas del Ecuador*: Obtenido de:
<https://docs.google.com/document/d/143MqCSLb8n6GojwFXuXRMBet4AggpkzaNSWIoTxzIYE/edit>
- BERNAL, T. CESAR. (2006). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*: México: segunda edición.
- CABRERA, C. ALFONSO. (2011). *TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCAS*: Madrid: Primera edición.
- CUEVAS, D. FRANCISCO (2002). *CONTROL DE COSTOS Y GASTOS EN LOS RESTAURANTES*: México: Primera edición.
- ROBUSTÉ, A. FRANCESC. (2005). *LOGÍSTICA DEL TRANSPORTE*: Barcelona: Primera edición.
- BALLESTEROS, R. ALFONSO (2001). *COMERCIO EXTERIOR: Teoría y práctica*: España: segunda edición.
- SULSER V. ROSARIO, PEDROZA E. JOSÉ (2004). *EXPORTACIÓN EFECTIVA: Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*: México: Primera edición.

- BRUN X. ELVIRA O. PUIG X. (2008). MATEMÁTICA FINANCIERA Y ESTADÍSTICA BÁSICA: Cálculos financieros y conocimientos estadísticos básicos: Barcelona.
- CASTELLANOS R. ANDRES (2015). LOGÍSTICA COMERCIAL INTERNACIONAL: Colombia: Primera edición.
- Codex Alimentarius (1995). ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD: Italia: Volumen 5.
- ANTÚN, C. JUAN. (2004). INSTITUTO DE INGENIERÍA UNAM LOGÍSTICA INTERNACIONAL: Frutas y hortalizas elaboradas y congeladas rápidamente: México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- RODRÍGUEZ, G. ELADIO (2000). DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO: Gallego – Castellano: Editorial Galaxia S.A.
- PEÑA, CRISTINA A. (2016). MANUAL DE TRASPORTE PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL: Selección y gestión del transporte para la exportación: Barcelona: primera edición.
- PIESTRAK, Daniel. (1990). LOS SIETE FACTORES CLAVE DEL MARKETING ESTRATÉGICO: La Batalla Competitiva. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- PINDYCK, R. S. (2009). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- VARIAN, H. R. (2005). *MICROECONOMIA INTERMEDIA: UN ENFOQUE ACTUAL*. BARCELONA: ANTONI BOSCH.

- BCE. (09 de MAYO de 2017). *BCE*. Obtenido de BCE:
<http://190.152.152.74/indice-de-precios-al-consumidor/>
- TRADE MAP. (09 de MAYO de 2017). *TRADE MAP*. Obtenido de TRADE MAP:
http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|218|||200891|||6|1|1|1|2|1|2|1|
- Página web INAEXPO C.A. (2017), Quito. Obtenido de:
<http://www.inaexpo.com/webinaexpo/principal.jsp?arb=1170>
- Página web PRONACA C.A. (2017), Quito. Obtenido de:
http://www.pronaca.com/site/principal.jsp?arb=652&utm_source=alimentarte_online&utm_medium=email&utm_term=main_foto&utm_content=main_art&utm_campaign=octubre_2009
- Página web PRONACA C.A. (2017), Quito. Obtenido de:
<http://www.tqma.com.ec/gustadina-palmito/corazones-de-palmito-400g-palmito-detail.html>

7. Anexos.

Imágenes 15, 16 y 17 presentaciones de etiquetas de palmito para clientes del exterior.

Imagen 15 etiqueta de palmito en conserva Argentina.



Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Imagen 16 etiqueta de palmito en conserva Francia.



Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Imagen 17 etiqueta de palmito en conserva Chile



Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Imagen 18 palmito en cubos para presentación de 410 gramos y tabla nutricional más cantidad por contenedor.



Contenedor 20' / 2500 cajas estibadas / 12 unidades
 Contenedor 40' / 2500 cajas paletizadas / 12 unidades

Tabla Nutricional		Nutrientes		Minerales	
Tamaño porción	100 g	Proteína	1,73 g	Sodio	290,71 mg
Porciones por unidad	2,2 g	Carbohidratos	4,70 g	Hierro	0,42 mg
Total calorías	27,43	Colesterol	0,00 g	Calcio	40,00 mg
Calorías de la grasa	1,33	Azúcares Totales	0,97 g	NaCl total	739,02 mg
		Fibra Dietaria	1,92 g	Vitaminas	
		Grasa Total	0,15 g	Vitaminas A	0,00 mg
		Grasa Saturada	0,05 g	Vitaminas C	7,26 mg

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Imagen 19 palmito entero para presentación de 410 gramos y tabla nutricional más cantidad por contenedor.



Contenedor 20' / 2500 cajas estibadas / 12 unidades
 Contenedor 40' / 2500 cajas paletizadas / 12 unidades

Tabla Nutricional		Nutrientes		Minerales	
Tamaño porción	100 g	Proteína	1,73 g	Sodio	290,71 mg
Porciones por unidad	2,5 g	Carbohidratos	4,70 g	Hierro	0,42 mg
Total calorías	27,43	Colesterol	0,00 g	Calcio	40,00 mg
Calorías de la grasa	1,33	Azúcares Totales	0,97 g	NaCl total	739,02 mg
		Fibra Dietaria	1,92 g	Vitaminas	
		Grasa Total	0,15 g	Vitaminas A	0,00 mg
		Grasa Saturada	0,05 g	Vitaminas C	7,26 mg

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Imagen 20 palmito en medallón para presentación de 410 gramos y tabla nutricional más cantidad por contenedor.



Contenedor 20' / 2500 cajas estibadas / 12 unidades
 Contenedor 40' / 2500 cajas paletizadas / 12 unidades

Tabla Nutricional		Nutrientes		Minerales	
Tamaño porción	100 g	Proteína	1,73 g	Sodio	290,71 mg
Porciones por unidad	5,0 g	Carbohidratos	4,70 g	Hierro	0,42 mg
Total calorías	27,43	Colesterol	0,00 g	Calcio	40,00 mg
Calorías de la grasa	1,33	Azúcares Totales	0,97 g	NaCl total	739,02 mg
		Fibra Dietaria	1,92 g	Vitaminas	
		Grasa Total	0,15 g	Vitaminas A	0,00 mg
		Grasa Saturada	0,05 g	Vitaminas C	7,26 mg

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Imagen 21 y 22 palmito entero para presentación en lata de 400 – 800 - 2920 gramos más tabla nutricional cantidad por envase y cantidad por contenedor.



Lata 400g: conteo de 4 a 9 unidades
Peso drenado: 220g.

Lata 800g: conteo 7 a 12 unidades
Peso drenado: 500g.

Lata 2920g: peso drenado: 1825g.

Contenedor 20' **Lata 400g** / 1780 cajas estibadas / 24 unidades

Contenedor 40' **Lata 400g** / 1780 cajas paletizadas / 24 unidades

Contenedor 20' **Lata 800g** / 1800 cajas estibadas / 12 unidades

Contenedor 40' **Lata 800g** / 1800 cajas paletizadas / 12 unidades

Contenedor 20' **Lata 2920g** / 1008 cajas estibadas / 6 unidades

Contenedor 40' **Lata 2920g** / 1008 cajas paletizadas / 6 unidades

Tabla Nutricional		Nutrientes		Minerales	
Tamaño porción	100 g	Proteína	1,73 g	Sodio	290,71 mg
Porciones por unidad	5,0 g	Carbohidratos	4,70 g	Hierro	0,42 mg
Total calorías	27,43	Colesterol	0,00 g	Calcio	40,00 mg
Calorías de la grasa	1,33	Azúcares Totales	0,97 g	NaCl total	739,02 mg
		Fibra Dietaria	1,92 g	Vitaminas	
		Grasa Total	0,15 g	Vitaminas A	0,00 mg
		Grasa Saturada	0,05 g	Vitaminas C	7,26 mg

Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Imagen 23 presentación palmito en conserva Gustadina Pronaca C.A.

CORAZONES DE PALMITO

El palmito es un vegetal que contiene fibra insoluble lo convierte en un alimento que proporciona una importante sensación de saciedad. Además, es de fácil digestión, bajo contenido graso y es rico en nutrientes no energéticos.

ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO:

PESO
400g y 800g

MODO DE CONSERVACIÓN
Una vez abierto colocar el contenido en un recipiente y mantener en refrigeración.

VIDA ÚTIL
1 año.

DIFERENTES USOS
Ideal para bocaditos y ensaladas.



TAMAÑO POR PORCIÓN

100 g



% de los valores diarios basados en una dieta de 2000 calorías.

Fuente: Pronaca C.A. (2017)

Elaborado por: Pronaca C.A. (2017)

Imagen 24 tabla de beneficios nutricionales de palmito en conserva presentación

Gustadina Pronaca C.A.

		Aporte Palmito	
Nutriente	Requerimiento	Gramos	% VDR
Potasio	3500 mg	1820 mg	52%
Vitamina B6	2 mg	0,82 mg	41%
Cobre	2 mg	0,64 mg	32%
Zinc	15 mg	3,75 mg	25%
Fósforo	1000 mg	140 mg	14%
Vitamina C	60 mg	7,8 mg	13%
Riboflavina	1,7 mg	0,187 mg	11%
Hierro	18 mg	1,62 mg	9%
Fibra	25 g	1,5 mg	6%

Fuente: Pronaca C.A. (2017)

Elaborado por: Pronaca C.A. (2017)

Imagen 25 estado de situación financiera balance general INAEXPO C.A

I.A.E. INDUSTRIA AGRICOLA EXPORTADORA - INAEXPO C.A.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

(Expresado en miles de dólares estadounidenses)

ACTIVOS	Nota	2016	2015
Activos corrientes			
Efectivo y equivalentes de efectivo	6	1,712	2,871
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar	7	5,069	5,622
Inversiones financieras	8	3,027	5,573
Otros activos financieros	11	180	130
Inventarios	9	2,715	5,186
Impuestos por recuperar	15	1,724	1,884
Total activos corrientes		<u>14,427</u>	<u>21,266</u>
Activos no corrientes			
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar	7	248	297
Inversiones financieras	8	470	3,828
Activos biológicos	10	615	736
Propiedades, planta y equipo	12	5,053	4,870
Propiedades de inversión	13	2,293	2,293
Inversiones en subsidiarias	14	1,384	1,326
Total activos no corrientes		<u>10,063</u>	<u>13,350</u>
Total activos		<u>24,490</u>	<u>34,616</u>

I.A.E. INDUSTRIA AGRICOLA EXPORTADORA - INAEXPO C.A.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

(Expresado en miles de dólares estadounidenses)

PASIVOS Y PATRIMONIO	Nota	2016	2015
PASIVOS			
Pasivos corrientes			
Cuentas por pagar proveedores y otras cuentas por pagar	15	1,965	2,218
Impuestos por pagar	16	46	31
Beneficios sociales y otros	17	<u>1,086</u>	<u>1,293</u>
Total pasivos corrientes		<u>3,097</u>	<u>3,542</u>
Pasivos no corrientes			
Obligaciones financieras		-	1
Obligaciones por beneficios definidos	18	1,636	1,681
Impuesto a la renta diferido	16	<u>101</u>	<u>109</u>
Total pasivos no corrientes		<u>1,737</u>	<u>1,791</u>
Total pasivos		<u>4,834</u>	<u>5,333</u>
PATRIMONIO			
Capital	19	26,182	35,212
Reserva legal	19	532	445
Resultados acumulados	19	<u>(7,058)</u>	<u>(6,374)</u>
Total patrimonio		<u>19,656</u>	<u>29,283</u>
Total pasivo y patrimonio		<u>24,490</u>	<u>34,616</u>

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Fuente: Super de Compañías (2017)

Imagen 26 estado de situación financiera estados de resultados integral INAEXPO

C.A.

I.A.E. INDUSTRIA AGRICOLA EXPORTADORA - INAEXPO C.A.

**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
POR EL AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016**
(Expresado en miles de dólares estadounidenses)

	<u>Nota</u>	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Ingresos por ventas		32,911	34,629
Costo de los productos vendidos	20	<u>(28,945)</u>	<u>(29,248)</u>
Resultado bruto		<u>3,966</u>	<u>5,381</u>
Gastos de venta	20	(2,506)	(2,290)
Gastos de administración	20	<u>(2,123)</u>	<u>(2,159)</u>
		<u>(4,629)</u>	<u>(4,449)</u>
(Pérdida) Utilidad operacional		(663)	932
Ingresos Financieros		405	-
Gastos Financieros		(38)	360
Otros ingresos, neto		<u>111</u>	<u>301</u>
(Pérdida) Utilidad antes de Impuesto a la renta		(185)	1,593
Impuesto a la renta	16	<u>(363)</u>	<u>(721)</u>
(Pérdida) Utilidad neta del año		<u>(548)</u>	<u>872</u>
Otros resultados integrales:			
Partidas que no se reclasificarán posteriormente al resultado del ejercicio:			
Nuevas mediciones de los planes de beneficios definidos - Pérdidas actuariales		<u>(49)</u>	<u>(78)</u>
Resultado integral del año		<u>(597)</u>	<u>794</u>

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)

Fuente: Super de Compañías (2017)

Imagen 27 logo empresa INAEXPO C.A.



Fuente: INAEXPO C.A. (2017)

Elaborado por: INAEXPO C.A. (2017)